

- Theunert, Helga u.a. (2002): Vom Ego-Shooter zum Amokläufer? In: Medien und Erziehung. Nr. 3, S. 138-142.
- Trend, David (2003): Merchants of Death: Media Violence and American Empire. In: Harvard Educational Review 73, Nr. 3, S. 285-308.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur. Opladen.
- Vogelgesang, Waldemar u.a. (1995): Öffentliche und verborgene Kommunikation in Computernetzwerken. Dargestellt am Beispiel der Verbreitung rechter Ideologien. In: Rundfunk und Fernsehen 43, Nr. 4, S. 538-548.
- Vogelgesang, Waldemar (1999): Kompetentes und selbstbestimmtes Medienhandeln in Jugendszenen. In: Schell, Fred u.a. (Hrsg.): Medienkompetenz. München, S. 237-243.
- Vogelgesang, Waldemar (2000a): Jungliches Medienhandeln in Gruppen. Ein Forschungsbeitrag zur differentiellen Aneignung von Gewaltdarstellungen. In: Bergmann, Susanne (Hrsg.): Mediale Gewalt – Eine reale Bedrohung für Kinder. Bielefeld, S. 152-163.
- Vogelgesang, Waldemar (2000b): ‚Ich bin, wen ich spiele‘. Ludische Identitäten im Netz. In: Thimm, Caja (Hrsg.): Soziales im Netz. Wiesbaden, S. 240-259.
- Vogelgesang, Waldemar (2000c): Asymmetrische Wahrnehmungsstile. Wie Jugendliche mit neuen Medien umgehen und warum Erwachsene sie so schwer verstehen. In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation 20, Nr. 2, S. 181-202.
- Vogelgesang, Waldemar (2002): Publikums-kulturen: Medienkompetenz von unten. In: Hausmanning, Thomas; Bohrmann, Thomas (Hrsg.): Mediale Gewalt – interdisziplinäre und ethische Perspektiven. München, S. 177-191.
- Vogelgesang, Waldemar (2005): Jugend, Alltag und Kultur. Eine Forschungsbilanz. Wiesbaden (im Erscheinen).
- Walter, Michael u.a. (2005) (Hrsg.): Alltagsvorstellungen von Kriminalität. Münster.
- Willems, Helmut (1993): Fremdenfeindliche Gewalt. Opladen.
- Winter, Rainer (1995): Der produktive Zuschauer. München.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2004): Medienpsychologie. 2. Auflage. Stuttgart.
- Wouters, Cas (1999): Informalisierung. Opladen; Wiesbaden.
- Zillmann, Dolf (1979): Hostility and Aggression. Hillsdale.

Empfehlungen zum Weiterlesen:

- Friedrichsen, Mike; Vowe, Gerhard (1995) (Hrsg.): Gewaltdarstellungen in den Medien. Opladen.
- Hausmanning, Thomas; Bohrmann, Thomas (2002) (Hrsg.): Mediale Gewalt. München.
- Kunczik, Michael (1987): Medien und Gewalt. Köln, Wien.
- Wierth-Heining, Mathias (2000): Filmgewalt und Lebensphase Jugend. München.
- Internet-Portal: Mediengewalt, www.mediengewalt.de

M; JÄCKEL, MICHAEL (Hrsg., 2005): MEDIENSOZIOLOGIE.
GRUNDFRAGEN UND FORSCHUNGSFELDER. WIESBADEN:
VS VERLAG.

Medien und Kultur

Rainer Winter

Zusammenfassung: Der Beitrag untersucht in einer kulturtheoretischen Perspektive die Rolle von Medien in der Transformation und Differenzierung gesellschaftlicher Prozesse. Hierzu ist es zum einen erforderlich, die Bedeutungsdimension von Medien angemessen zu berücksichtigen, zum anderen müssen die Kontextualisierung und der soziale Gebrauch von Medien erforscht werden. Am Beispiel von drei Bereichen werden wesentliche Elemente einer solchen Betrachtungsweise vermittelt und deutlich gemacht, warum sie ein tieferes Verständnis sozialer Prozesse moderner Gesellschaften ermöglicht: 1.) die Rolle der Tradition; 2.) die Aneignung von Medien und die Konstitution des Selbst und 3.) die mediale Transformation der Öffentlichkeit.

1 Das Verhältnis von Soziologie und (Massen-)Kultur

Es wird niemand bestreiten, dass zu Beginn des 21. Jahrhunderts Medien eine zentrale Rolle in der Organisation und Gestaltung gesellschaftlicher Prozesse zukommt. Von der Druckerpresse im 15. Jahrhundert bis zur Entwicklung globaler Kommunikationsnetzwerke haben sie die räumliche wie zeitliche Konstitution des sozialen und kulturellen Lebens transformiert sowie neue Handlungs- und Interaktionsstrukturen geschaffen, die nicht mehr an einen gemeinsamen lokalen Kontext gebunden sind. Die Folgen dieser Transformationsprozesse sind weitreichend. Sie betreffen intime Aspekte, wie unsere Lebensgestaltung, in der mediatisierte Erfahrungen eine immer wichtigere Rolle einnehmen, die Gestaltung und die Form unserer persönlichen Beziehungen, ebenso wie die Machtverhältnisse, die öffentlichen Bereiche des sozialen Lebens und auch das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit. Obwohl die Entwicklung moderner Gesellschaften eng und auf komplexe Weise mit der Evolution von Kommunikationsmedien verbunden ist, fällt auf, dass ihnen in den Werken vieler Gesellschaftstheoretiker und Soziologen oft nicht die nötige Aufmerksamkeit geschenkt wird. Die Ursachen hierfür sind vielfältig und können an dieser Stelle nicht erschöpfend behandelt werden. Einige Hinweise seien aber gegeben.

Die Bereiche der Massenkommunikation und der Massenkultur wurden lange Zeit als oberflächlich, vergänglich und substanzlos, als Arenen affirmativen Vergnügens und sozialer Kontrolle betrachtet, was exemplarisch in der Theorie der Kulturindustrie von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer (1969) zum Ausdruck

kommt. In dieser kritischen Sichtweise, die von vielen Vertretern des westlichen Marxismus geteilt wird (vgl. Stevenson 1995), tragen Medien zur Reproduktion des Status quo bei. Auch in den klassischen Gesellschaftstheorien kommt den Kommunikationsmedien keine zentrale Rolle zu. Es sind die Prozesse der Rationalisierung und der Säkularisierung, des Kapitalismus und der Industrialisierung, die die radikale Entwicklung und Dynamik der modernen Gesellschaft bestimmen. Trotzdem sind Soziologie und Massenkultur eng miteinander verbunden. Beide sind wichtige Bestandteile der Moderne, wie Patricia Cormack in ihrer Studie „Sociology and Mass Culture. Durkheim, Mills and Baudrillard“ (2002) darlegt. Sie geht davon aus, dass das Soziale, in der Sprache von Durkheim (1981 [zuerst 1912]) eine „kollektive Repräsentation“, eine „soziale Tatsache“ ist bzw., so ihre Argumentation, im Laufe der Zeit dazu geworden ist. Es ist Teil des kollektiven Imaginären der Moderne, das vor allem durch Kommunikationsmedien verbreitet wird. In ihrer eingehenden Analyse kann Cormack dann zeigen, dass die Soziologie nicht nur ein intrinsischer Aspekt des modernen kulturellen Bewusstseins ist, wie es bei Durkheim zum Ausdruck kommt, sondern auch eng mit der Massenkultur verknüpft ist, zu ihr Stellung nimmt und versucht, Einfluss auf sie auszuüben.

Deutlich wird dies z.B. bei Charles Wright Mills Ende der 50er/Anfang der 60er Jahre, der die Frage nach der kulturellen Relevanz der Soziologie bereits im Kontext der amerikanischen Massenkultur stellt, die selbst vielfältige Deutungen der menschlichen Existenz entwerfe und eine „second-hand“ Welt von Bedeutungen schaffe, die den unmittelbaren Zugang zur Wirklichkeit verstelle (vgl. Mills 1973). Dem stellt Mills die Erzeugung soziologischen Wissens als eine reflexive kulturelle Praktik gegenüber. Dabei soll sich der Forscher seine notwendige Spezialisierung nicht von akademischen Erwartungen und Karriereoptionen vorgeben lassen, sondern er soll die jeweilig aktuelle gesellschaftliche Problemlage berücksichtigen und ins Zentrum seiner Analyse stellen (vgl. Mills 1973, S. 187). In seiner Arbeit soll er nicht dazu beitragen, alltägliche Erzählungen durch standardisierte Muster zu homogenisieren und zu normalisieren, was nach Auffassung von Mills die Massenmedien praktizieren, sondern so zu fördern und (mit-) zu gestalten, dass die Individuen ihre eigenen Probleme als gesellschaftlich bestimmte und verursachte erkennen und in einem zweiten Schritt ihre Handlungsmächtigkeit erweitern können.

Ende der 70er Jahre nimmt dann Jean Baudrillard (1979) mit seiner Diagnose vom „Verschwinden des Sozialen“ angesichts der medial durchdrungenen und gesättigten Gesellschaft eine Erschöpfung soziologischen Denkens wahr, das er auf dessen seiner Ansicht nach historisch kontingente Logik zurückführt. Das Soziale sei ein Effekt von Massenproduktion und Klassenbeziehungen. Es verschwinde mit dem Aufkommen und der Verbreitung digitalisierter Formen von Simulation sowie der medial intensivierten Zirkulation von Zeichen und Codes.

Cormack versucht am Beispiel dieser drei Gesellschaftstheoretiker zu zeigen, dass die Soziologie in die massenkulturellen Bedingungen, die sie untersucht, einge-

bunden ist. Historisch gesehen begleitet sie den durch Kommunikationsmedien vermittelten Aufstieg der Massenkultur, gestaltet diese mit und kann, so die optimistische Schlussfolgerung der Autorin, auch deren selbstbewusste Reflexionsinstanz sein. Dabei ist die Massenkultur selbst eine, wenn auch hoch kommerzialisierte und rationalisierte Version kollektiver Repräsentation und Reflexion, zu der auch die Texte von Soziologen gehören, wenn sie als Bücher oder Artikel zirkulieren.

Diese Nähe und Konkurrenz in Bezug auf die Deutung der menschlichen Existenz erklärt sicherlich zum Teil die Schwierigkeit bzw. das Versäumnis vieler soziologischer Ansätze, die konstitutive Rolle von Kommunikationsmedien, die tief greifenden Veränderungen in der symbolischen Produktion und im Austausch in der modernen Welt sowie die Rolle der Massenkultur angemessen zu analysieren. Dagegen wurde in der Tradition der Cultural Studies von Anfang an eine Konzeption von Kommunikation entwickelt, die diese als sozialen Prozess betrachtet, der eng mit der Schaffung einer gemeinsamen Kultur verbunden ist (Winter 2001, S. 59ff.). „Since our way of seeing things is literally our way of living, the process of communication is in fact the process of community: the sharing of common meanings and their common activities and purposes“ (Williams 1965, S. 55). Wie Raymond Williams in „Culture and Society“ (1972) zeigt, erklärt sich die oft beklagte Mehrdeutigkeit des Kulturbegriffs gerade dadurch, dass mit ihm zum einen die massiven Veränderungen des sozialen Lebens im Zuge der Modernisierung beschrieben werden, zum anderen wird er verwendet, um Kriterien der Bewertung dieser Prozesse zu entwickeln.

„Die Begriffsgeschichte des Wortes Kultur ist ein Dokument unserer Gefühls- und Denkreaktionen auf die veränderten allgemeinen Lebensverhältnisse. Unser Verständnis von Kultur stellt eine Erwidierung auf die Ereignisse dar, die ganz offensichtlich unser Verständnis von Industrie und Demokratie bestimmen. [...] Die Kulturidee ist eine allgemeine Reaktion auf eine umfassende und große Veränderung unserer Lebensverhältnisse. Ihr Grundelement ist das Streben nach totaler qualitativer Bewertung“ (Williams 1972, S. 353).

Darüber hinaus stellt Williams fest, dass das Fundament kultureller Aktivitäten im gewöhnlichen Alltagsleben zu finden ist. In den routinierten Prozessen des Sprechens, der Schaffung von Sinn, der Interpretation und der Kommunikation wird Kultur, ein geteilter Raum von Bedeutungen, geschaffen. Dieses kulturelle Modell von Kommunikation ist nicht linear angelegt, wie es beim Sender-Empfänger-Modell der Fall ist, sondern geht davon aus, dass Menschen immer schon in einer Welt gemeinsam geteilter Bedeutungen leben (vgl. Grossberg u.a. 1998, S. 20). So werden mediale Texte vor dem Hintergrund bereits vorhandener interpretativer Rahmen wahrgenommen und verstanden. Medienkommunikation kann so geteilte Bedeutungen und Werte verstärken, auf der anderen Seite aber auch in Frage stellen. Daher wird im kulturellen Modell Kommunikation als gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit betrachtet.

Im Folgenden möchte ich nun zeigen, dass sich die Transformations- und Differenzierungsprozesse der modernen Gesellschaft nur dann hinreichend verstehen lassen, wenn die zentrale Rolle der Entwicklung der Kommunikationsmedien und ihr Einfluss in einer kulturellen Perspektive betrachtet werden. Hierzu ist es zunächst erforderlich, sich von der durch das lineare Kommunikationsmodell vertrauten Auffassung zu verabschieden, Medien würden primär Inhalte vermitteln und verbreiten, die sozialen Strukturen und Beziehungen, die kulturellen Muster und Formen von Gemeinschaft blieben aber unverändert. Insbesondere historische Studien zum Mediengebrauch in der frühen Neuzeit (vgl. Chartier 1990) und die Arbeiten der Cultural Studies im Anschluss an Williams (vgl. Hörning/Winter 1999; Winter 2001) legen eine kulturtheoretisch orientierte Betrachtungsweise nahe, in der zum einen die Bedeutungsdimension von Medien, zum anderen ihre soziale Kontextualisierung und ihr Gebrauch untersucht werden. Dadurch wird ihre transformierende Kraft sichtbar. Beispiele hierfür sind in der frühen Neuzeit die Herausbildung einer durch den Druck getragenen Öffentlichkeit, in der Gegenwart die Fabrikation des Populären (vgl. Winter/Mikos 2001) und die Bildung von Spezialkulturen (wie z.B. Fankulturen) (vgl. Winter/Eckert 1990), sowie die Entstehung von Gegenöffentlichkeiten im Kontext neuer Medien. Im Anschluss an Clifford Geertz (1983) oder Alois Hahn (2000) könnte man sagen, dass Menschen Medien als Singgeneratoren nutzen, um gemeinsam geteilte Bedeutungsgewebe für sich zu fabrizieren.

Dabei sind Formen mediatisierter Kommunikation immer in soziale Kontexte eingebettet, die auf unterschiedliche Weise strukturiert sind und einen strukturierenden Einfluss auf die sich ereignende Kommunikation haben. Eine kulturtheoretisch orientierte mediensoziologische Betrachtungsweise zeichnet sich gerade dadurch aus, dass sie die sozialen Bedingungen der Produktion, Zirkulation, Rezeption und Aneignung medialer Botschaften zum Thema macht und ihre Bedeutungsdimension angemessen analysiert (vgl. Kellner 1995; Winter 2005). Darüber hinaus zeigt sie, wie mediatisierte Formen der Kommunikation integraler Bestandteil sozialen Lebens sind und nur in diesem umfassenderen kommunikativen und kulturellen Kontext angemessen verstanden werden können.

Am Beispiel von drei Bereichen möchte ich wesentliche Elemente einer solchen Betrachtungsweise vermitteln und deutlich machen, warum sie ein tieferes Verständnis sozialer Prozesse moderner Gesellschaften ermöglicht: 1) die Rolle der Tradition; 2) die Aneignung von Medien und die Konstitution des Selbst; 3) die mediale Transformation der Öffentlichkeit. Abschließend werde ich die Diskussion zusammenfassen.

2 Tradition, Enttraditionalisierung und Medien

Ein zentrales Thema der Modernisierungstheorien der 50er und 60er Jahre war der soziale Wandel von einer traditionellen zu einer modernen Gesellschaft, wie ihn z. B. David Lerner in „The Passing of Traditional Society“ (1958) in Bezug auf den Mittleren Osten untersucht hat. Im Gegensatz zur klassischen Sozialtheorie spielen die Medien in seiner Analyse der kulturellen Transformationen die wichtige Rolle eines Katalysators. Sie ermöglichen stellvertretend die Erfahrung von Ereignissen, die sich an entfernten Orten abspielen, und regen dazu an, sich Alternativen zu den lokal verankerten Lebensformen vorzustellen. Auch die Konstitution des Selbst ist weniger durch Traditionen, sondern eher durch mediale Interaktionen bestimmt, die das Experiment mit neuen Lebensstilen ermöglichen. Für Lerner ist der allmähliche Übergang von einem traditionellen zu einem modernen Lebensstil unausweichlich und nicht umkehrbar. Heute wissen wir, dass die Geschichte ihn widerlegt hat.

Zum einen wird der Alltag in vielen nicht-westlichen Ländern in der Regel durch hybride Mischungen aus traditionellen und neuen konsumorientierten Lebensstilen bestimmt (vgl. Nederveen Pieterse 1995). Zum anderen war z.B. die iranische Revolution von 1979 durch eine „Re-Islamisierung von unten“ gekennzeichnet. Traditionelle islamische Glaubensvorstellungen wurden mittels Audiokassetten und Druckerzeugnissen in informellen Kommunikationsnetzwerken verbreitet und unterminierten die westliche Ausrichtung des monarchistischen Schah-Regimes (vgl. Sreberny-Mohammadi/Mohammadi 1994). Auf lokaler Ebene wurde eine religiöse Identität neu gebildet, die ein Gefühl der Zugehörigkeit vermittelte. Wie eine Feldstudie zeigt, wurde jedoch anschließend in der post-revolutionären Periode westlichen Kulturprodukten in bestimmten sozialen Kontexten eine ganz andere Bedeutung verliehen. Madonna-Videos, Westernfilme und westliche Popmusik eröffneten eine populärkulturelle Gegenöffentlichkeit, die eine subversive Abgrenzung vom Khomeini-Regime ausdrückten. In lokalen, kontextspezifischen Praktiken der Aneignung können mediale Texte also ihre Bedeutung verändern. Wie das Beispiel Iran zeigt, können Kommunikationsmedien sowohl dazu genutzt werden, traditionelle Glaubensvorstellungen wieder zu beleben, zu konsolidieren und zu verbreiten, als auch dazu, traditionelle Lebensstile subversiv in Frage zu stellen.

Einen weiteren wichtigen Einblick in das Verhältnis von „Tradition, Moderne und Medien“ bietet die ethnographische Feldstudie von Marie Gillespie (1995), die sie in einem dicht besiedelten, multi-ethnischen Vorort in West-London durchführte. Die meisten Einwohner sind Punjabis, daneben gibt es Minderheiten mit englischem, irischem oder afro-karibischem Hintergrund. Besondere Aufmerksamkeit schenkt sie in ihrer Studie der Rezeption und der Aneignung der australischen Seifenoper *Neighbours*, die unter den jugendlichen Punjabis sehr populär ist. Die Fernsehserie ist ein kultureller Text, den die Jugendlichen gewählt haben. In der medialen Quasi-Interaktion mit ihm und vor allem im kommunikativen Austausch mit der

Gemeinschaft der Gleichaltrigen bestimmen und handeln sie ihre Identität aus. Gillespie kann mittels einer qualitativen Analyse der Kommunikation der Jugendlichen zeigen, dass *Neighbours* Teil ihrer gemeinsamen Kultur ist und ihnen erlaubt, Ereignisse und Charaktere in der Serie mit ähnlichen in ihrer alltäglichen Realität zu vergleichen. Für viele bedeutet *die Serie* auch eine Erweiterung ihrer unmittelbaren sozialen Erfahrung, insbesondere für Mädchen, deren Kontakte ansonsten auf ihre Verwandtschaft und ihre Freundschaften beschränkt blieben. So vergleichen sie nachbarschaftliche Beziehungen in ihrem Viertel mit denen in *Neighbours* und kritisieren in Auseinandersetzung mit dem Familienleben in der Serie ihr eigenes traditionell orientiertes Familienleben. Vielen gefällt die Serie, weil die in ihr gezeigten Mädchen mehr Freiheiten haben sowie ihre Bedürfnisse behaupten und durchsetzen können. Gillespie (1995, S. 170f.) kommt zu dem Ergebnis, „dass die Jugendlichen die Fernsehfamilien dazu verwenden, ihre eigenen, sich entwickelnden Normen und Werte zu artikulieren, um auf diese Weise indirekt ihr eigenes Familienleben zu kommentieren“.

Während die Jugendlichen elterliche Traditionen in Frage stellen und Werte lokal neu aushandeln, halten ihre Eltern durch den Konsum von Videokassetten aus ihrer „Heimat“ Kontakt mit den vertrauten Traditionen und Lebensformen. Auf diese Weise macht ihre Studie deutlich, dass in der Migration das Fortbestehen von Traditionen nicht mehr hauptsächlich an „face-to-face“-Interaktionen gebunden ist, sondern auf mediatisierten Formen von Kommunikation beruhen kann. Darüber hinaus arbeitet Gillespie heraus, dass die lokale Aneignung von Medien zur Problematisierung kultureller Traditionen und zur Herausbildung einer „neuen Ethnizität“ in der Migration führen kann. Die in der Zwischenzeit umfangreichen empirischen Studien zu Prozessen der Hybridisierung und Kreolisierung im Bereich der populären Musik (vgl. Winter 2003), der Kunst oder der Mode veranschaulichen, welche neue kreativen Formen im Austausch und der Verknüpfung von Traditionen unter den Bedingungen globaler Kommunikation entstehen können. Traditionen sind nicht verschwunden, können sich aber immer schwerer abkapseln und können jederzeit transformiert werden.

Weiterführend weist Giddens (1996) darauf hin, dass Traditionen diskursiv artikuliert bzw. verteidigt werden müssen, da sie mit einer Vielzahl anderer Werte und Sinnwelten konkurrieren. Geschieht dies nicht, erstarrt die Tradition im Fundamentalismus, der unter den Bedingungen radikalen Zweifels formelhafte Wahrheiten (notfalls) auch mit Gewalt durchsetzen möchte. Wir können also festhalten, dass Kommunikationsmedien dazu beitragen, dass Traditionen ihre primäre Verankerung in spezifischen lokalen Kontexten des Alltagslebens verlieren, dass sie zunehmend delokalisiert werden, was nicht bedeutet, dass sie nun frei flottieren. Ihr zeitliches Fortbestehen hängt davon ab, dass sie in neuen Kontexten relokalisiert werden. Dabei wird der symbolische Inhalt von kulturellen Traditionen immer mehr

durch Medienprodukte artikuliert, was nicht heißt, dass es an dieser Stelle Sinn machen würde, mit der Differenz „authentisch/nicht authentisch“ zu arbeiten.

3 Die Aneignung von Medien und der Prozess der Selbstbildung

Die Konstitution des Selbst in der Moderne stützt sich auch zum Teil auf symbolisches Material, das durch die expandierenden Netzwerke mediatisierter Kommunikation vermittelt wird, also auf „nicht-lokales“ Wissen. Dabei kommt es jedoch nicht zu einer Entkopplung von lokalen Kontexten der Erfahrung, denn das medial vermittelte Wissen wird auf lokal spezifische Weise angeeignet, freilich sind die Verbindungen gelockert. Da die Selbstbildung in der in der reflexiven Moderne bzw. Postmoderne zunehmend ein offenes symbolisches und reflexives Projekt darstellt (vgl. Bauman 2003), weil der Einzelne auf eigene Ressourcen, die er ausgewählt und sich angeeignet hat, zurückgreifen muss, um eine plausible Erzählung der eigenen Ich-Identität zu konstruieren, wird sie durch die Vielzahl an Kommunikationsmedien bereichert, aber auch transformiert.

„The self is a symbolic project that the individual actively constructs. It is a project that the individual constructs out of the symbolic materials which are available to him or her, materials which the individual weaves into a coherent account of who he or she is, a narrative of self-identity“ (Thompson 1995, S. 210).

So müssen nicht mehr Begegnungen der zentrale Ort von Erfahrungen sein. Die räumlich-zeitlichen Kontexte der „face-to-face“-Interaktion werden durch mediatisierte Erfahrungen ergänzt, die oft „face-to-face“ nicht möglich gewesen wären. Vor der Entwicklung des modernen Kommunikationssystems griffen Individuen vorwiegend auf symbolische Ressourcen aus lokalen Kontexten zurück. Durch die Entwicklung des Drucks und später der elektronischen Medien wird das lokale Wissen zunehmend ergänzt und später auch durch neue Formen nicht-lokalen Wissens ersetzt, die materiell fixiert, technisch reproduziert und medial vermittelt werden. Hier entstehen aber nicht nur neue Möglichkeiten, der Einzelne wird auch zunehmend abhängig von den komplexen Mediensystemen, über die er keine Kontrolle hat, die ihm aber die materiellen und symbolischen Mittel für die Konstruktion von Lebensprojekten zur Verfügung stellen. Dieses Wechselverhältnis von Reflexivität und Abhängigkeit, von Individualisierung und Institutionalisierung, ist natürlich nicht auf den Bereich der Medien beschränkt.

Zudem argumentieren manche Autoren, dass das Selbst durch seine zunehmende Offenheit gegenüber mediatisierten Botschaften keine Einheit und Kohärenz mehr erlangen kann, sondern „zerstreut“ und „fragmentiert“ ist (vgl. Bauman 2003). Ergänzend diagnostizieren Sozialpsychologen eine „Übersättigung des Selbst“ (vgl. Gergen 1996) mit medialen Botschaften, die zur Desorientierung füh-

ren kann, da nicht alle wirksam und kohärent assimiliert werden können. Wenn wir uns den Prozess der Aneignung von Medien etwas genauer anschauen, zeigt sich jedoch, dass die gelebte, nicht medial vermittelte Erfahrung weiterhin von Bedeutung ist, auch wenn ihr Charakter als Reservoir „primärer Rahmen“ im Sinne Erving Goffmans (1977) zunehmend in Frage gestellt wird.

Die bisherige Forschung macht deutlich, dass die Formen der Rezeption und Aneignung medialer Produkte nur dann angemessen erforscht werden können, wenn sie als situierte Praktiken in räumlich, zeitlich und sozial spezifischen Kontexten analysiert werden (vgl. Winter 1995; Thompson 1995). Das Lesen eines Buches (vgl. Chartier 1990), das Hören von Musik oder Fernsehen sind komplexe Aktivitäten, die auf der Anwendung eines erworbenen Wissens, eingeübter Kompetenzen beruhen und auf vielfache Weise mit anderen alltäglichen Praktiken verbunden sind. Daher lassen sich die empirisch vorfindbaren Rezeptionspraktiken nicht von den Medienbotschaften ableiten, wie es leider bisweilen gemacht wird. Vielmehr muss zum einen ihre Bedeutung für die Individuen analysiert werden, für die sie z.B. Formen der Entspannung oder des Teilens von Erfahrungen darstellen, zum anderen muss – in Bezug auf die reflexive Konstitution des Selbst – untersucht werden, welchen Sinn sie für die rezipierenden Individuen im Kontext ihres Alltagslebens gewinnen. Tragen sie z. B. zur Ermächtigung, zu einer Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten, bei? Werden in der Interaktion mit medialen Texten subversive oder oppositionelle Bedeutungen produziert, die dominante Vorstellungen, Normalitätserwartungen, zurückweisen? Eine wichtige Fragestellung innerhalb der Cultural Studies ist, ob der „Widerstand“ und die affektive Ermächtigung im Kontext der Populärkultur auch in eine Änderung der eigenen Lebensbedingungen münden können (vgl. Grossberg 1997; Winter 2001). Hierzu muss untersucht werden, wie populärkulturelle Praktiken, die zur Ermächtigung, also zu einer gewissen Verfügung über den eigenen Platz im täglichen Leben führen, mit größeren politischen Projekten und Strukturen der Macht verbunden sind. Wie lassen sie sich im gesellschaftlichen Kontext interpretieren?

In den Prozessen der Medienrezeption und -aneignung spielen Erwartungen und Annahmen eine Rolle, die zum Teil auf die eigene Lebensgeschichte zurückgehen, andererseits aber auf einem sozial geteilten, impliziten Hintergrundwissen beruhen. Wie die Studien der Cultural Studies darlegen, ist der Sinn symbolischer Botschaften nicht fixiert oder transparent (vgl. Fiske 1987), sondern komplex strukturiert und veränderlich, da in den sozial unterschiedlichen Kontexten der Rezeption und Aneignung auch unterschiedliche Verständnis- und Relevanzrahmen zur Anwendung gelangen. Werden mediale Botschaften zum Gegenstand von Reflexion und Selbstreflexion, so werden sie eingebunden in einen aktiven Prozess der Selbstbildung, der über einen längeren Zeitraum hinweg und oft im Verborgenen abläuft. Er bleibt nicht auf die ursprünglichen Kontexte der Rezeption beschränkt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in einer kulturtheoretischen Betrachtungsweise eine mediatisierte Erfahrung zunächst als eine rekontextualisierte Erfahrung, also vor dem Hintergrund geteilten Wissens, betrachtet wird. Medial vermittelte Ereignisse und Aktivitäten, die an anderen Orten stattfanden, werden durch Rezeption und Aneignung auch neu eingebettet. Je nach Relevanzstruktur können diese mediatisierten Erfahrungen eine wichtige Bedeutung für das reflexive Projekt des Selbst gewinnen und so auch vorhandenes Wissen transzendieren. Sie eröffnen neue Optionen, neue Arenen für Selbst-Experimente. „An individual who reads a novel or watches a soap opera is not simply consuming a fantasy; he or she is exploring possibilities, imagining alternatives, experimenting with the project of the self“ (Thompson 1995, S. 233).

Gleichzeitig können medial vermittelte Erfahrungen für soziale Probleme und Misere sensibilisieren, die weit entfernt von den eigenen Lebenszusammenhängen sind. Mit diesem Punkt möchte ich mich im Folgenden auch in Bezug auf das Internet auseinandersetzen. Ähnlich wie die von Marc Augé (1994) in seiner Ethnographie der Modernität beschriebenen „Nicht-Orte“ wie Flughäfen, Hotels oder Shopping Malls scheinen die Netzwerke des Internet aus partikularen Zusammenhängen herausgelöst und nicht ein Raum mit spezifischen lokalen Eigenschaften zu sein. So gibt es bei Online-Kommunikationen anders als bei der „face-to-face“-Sozialität keine gemeinsame und gegenseitige Wahrnehmung des Kontextes.

4 Die mediale Transformation der Öffentlichkeit

Die Entwicklung des globalen Kommunikationssystems hat zu einer neuen Form von Öffentlichkeit geführt, die sich vom Idealbild der griechischen Antike, aber auch von der von Jürgen Habermas (1962) beschriebenen bürgerlichen Öffentlichkeit unterscheidet. Sie beruht nicht mehr darauf, dass Individuen, die einen lokalen Lebenszusammenhang miteinander teilen, zusammenkommen und gemeinsame Anliegen „face-to-face“ diskutieren, sondern dass die Medien den Raum des gemeinsam Sicht- und Erfahrbaren erweitern. Dabei ist diese Öffentlichkeit nicht an spezifische lokale Kontexte gebunden, sondern sie kann transnationalen, globalen Charakter annehmen. Sie ist zum großen Teil nicht dialogisch orientiert und zielt auch nicht auf einen Konsens. Eher zeichnet sie sich durch einen offenen und deliberativen Charakter (Habermas 1998) aus.

Die Zirkulation symbolischen Materials ist durch die unbegrenzte Möglichkeit der Reproduktion nie abgeschlossen. Zudem kann sie nicht-beabsichtigte und nicht-vorhersehbare Folgen haben, was die Aufstände in Los Angeles nach der permanenten Ausstrahlung des Rodney King-Videos im Fernsehen zeigten. Der Freispruch für die weißen Polizisten wurde angesichts ihrer medial sichtbaren und nicht zu leugnenden Gewaltausübung gegenüber dem Afroamerikaner Rodney King als

Bestätigung der weit verbreiteten Auffassung interpretiert, dass das US-amerikanische Justizsystem die verschiedenen ethnischen Gruppen nicht gleich behandelt (vgl. Gooding-Williams 1993). Spektakuläre Medienereignisse sind, wie John Fiske in seinem Buch „Media Matters“ (1994) ergänzend zeigt, von kulturell-diskursiven Auseinandersetzungen zwischen sozialen Gruppen mit unterschiedlichen Interessen geprägt. Dabei geht es für marginalisierte und subordinierte Gruppen darum, ihre Anliegen medial sichtbar zu machen und Anerkennung über ihre lokalen Kontexte hinaus zu erlangen. Gerade das Internet bietet hierfür viele Möglichkeiten.

Ein beeindruckendes Beispiel ist die Zapatista-Bewegung, die Mitte der 90er Jahre in Chiapas (Mexiko) entstand und der es gelang, mittels Fax und Internet weltweite Unterstützung für ihren Kampf gegen die mexikanische Regierung und das nordamerikanische Freihandelsabkommen zu bekommen. Dabei besteht die Taktik der Zapatisten darin, Online-Aktivismus mit einer Offline-Gegenöffentlichkeit zu verbinden. Ihr Erfolg veranlasst Manuel Castells (2001) zu dem Schluss, dass soziale Bewegungen im 21. Jahrhundert, die gesellschaftliche Werte und Institutionen ändern möchten, das Internet nutzen und sich dort artikulieren müssen. So ist auch die so genannte Anti-Globalisierungsbewegung ohne ihr elektronisches Netzwerk nicht denkbar (vgl. Kahn/Kellner 2003). Sie basiert auf dem Austausch von Informationen über das Internet, was z.B. die Organisation der Proteste in Seattle und Genua vorgeführt haben. Sie hat kein Zentrum oder gemeinsames Programm, sondern beruht auf der netzwerkartigen Konvergenz von Tausenden von Gruppen und Individuen überall in der Welt, die durch symbolische Proteste Einstellungen ändern, auf Probleme aufmerksam machen und öffentliche Debatten erzwingen möchten (vgl. Held/McGrew 2002). So wird der Raum des Sichtbaren durch das Internet entscheidend vergrößert. Zweifellos hat es einen neuen öffentlichen Raum für politisch orientierte Kommunikationen geschaffen. Allerdings sollten die sozialen Bewegungen nicht nur unter der Perspektive einer sich erneuernden Zivilgesellschaft betrachtet werden. In den durch das Internet verknüpften lokalen Gruppierungen geht es nicht nur um den Austausch von Argumenten, sondern auch gemeinsame Bedeutungen, Rituale und affektive Bindungen scheinen bei den protestierenden Individuen und Gruppen eine wichtige Rolle zu spielen.

Neben diesen posttraditionalen Formen von Gemeinschaft lässt sich im Internet jedoch auch eine Fragmentierung des politischen Diskurses beobachten. Seine zunehmende Kommerzialisierung und der Ausschluss großer Teile der Weltbevölkerung aus seinen Netzwerken machen deutlich, dass nicht die Technologie alleine eine transnationale Öffentlichkeit hervorbringen kann, sondern dass es auf ihren Gebrauch und ihre entsprechende soziale Kontextualisierung ankommt.

5 Schlussbetrachtung

Die Phänomene Tradition/Enttraditionalisierung, das reflexive Projekt des Selbst und die medial konstituierte Öffentlichkeit, die charakteristisch für das 21. Jahrhundert sind, dienen mir als Beispiele, um zu zeigen, wie wichtig eine kulturtheoretische Betrachtungsweise ist, die die kontextuell unterschiedlichen Formen des Mediengebrauchs in ihrer charakteristischen Eigenart analysiert und ihre Bedeutung für die Konstitution gemeinsam geteilter Kulturen bestimmt. Die Entwicklung des Mediensystems ist von Anfang an ein integraler Bestandteil der Konstitution moderner Gesellschaften, auch wenn sie in der Soziologie kaum berücksichtigt wurde. Es waren zunächst eher ein Medientheoretiker wie Marshall McLuhan (1968) oder ein Ökonom und Historiker wie Harold Innis (vgl. Barck 1997), die den Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit von Kommunikationsmedien und der räumlichen und zeitlichen Organisation von Gesellschaften sowie der medial bestimmten Veränderung des Alltags untersucht haben. Angesichts der Globalisierung und der mit ihr verbundenen Transformationsprozesse ist es aber wichtig, dass die Soziologie sensibel für mediale Veränderungen ist, um Interventions- und Handlungsmöglichkeiten bei der Gestaltung dieser Prozesse aufzeigen zu können. Dabei ist die Kultur das Medium dieser Veränderungen, sie ist Ort der Konstitution von Gemeinschaften, der Selbstbestimmung, aber auch von Analyse und Kritik.

6 Literatur

- Augé, Marc (1994): Orte und Nicht-Orte. [Aus dem Franz.]. Frankfurt am Main.
- Barck, Karlheinz (Hrsg.) (1997): Harold A. Innis – Kreuzwege der Kommunikation. Ausgewählte Texte. Wien, New York.
- Baudrillard, Jean (1979): "Im Schatten der schweigenden Mehrheit". [Aus dem Franz.]. In: *Freibeuter 1*, S. 17-33 und *Freibeuter 2*, S. 37-56.
- Bauman, Zygmunt (2003): *Flüchtige Moderne*. [Aus dem Engl.]. Frankfurt am Main.
- Castells, Manuel (2001): *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford.
- Chartier, Roger (1990): *Lesewelten. Buch und Lektüre in der frühen Neuzeit*. Frankfurt am Main, New York.
- Cormack, Patricia (2002): *Sociology and Mass Culture: Durkheim, Mills, and Baudrillard*. Toronto usw.
- Durkheim, Emile (1981): *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*. [Aus dem Franz., zuerst 1912]. Frankfurt am Main.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London, New York.
- Fiske, John (1994): *Media Matters. Everyday Culture and Political Change*. Minneapolis, London.
- Geertz, Clifford (1983): *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt am Main.

- Gergen, Kenneth J. (1996): *Das übersättigte Selbst. Identitätsprobleme in der heutigen Welt*. Heidelberg.
- Giddens, Anthony (1996): „Leben in einer posttraditionalen Gesellschaft“. In: Beck, Ulrich u.a. (1996): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. [Aus dem Engl.]. Frankfurt am Main, S. 113-194.
- Gillespie, Marie (1995): *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London, New York: Routledge.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. [Aus dem Amerik.]. Frankfurt am Main.
- Gooding-Williams, Robert (Hrsg.) (1993): *Reading Rodney King/Reading Urban Uprising*. New York.
- Grossberg, Lawrence (1997) *Bringing It All Back Home. Essays on Cultural Studies*. Durham.
- Grossberg, Lawrence u.a. (1998): *MediaMaking. Mass Media in a Popular Culture*. Thousand Oaks usw.
- Habermas, Jürgen (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Darmstadt.
- Habermas, Jürgen (1998): *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*. Frankfurt am Main.
- Hahn, Alois (2000): *Konstruktionen des Selbst, der Welt und der Geschichte*. Frankfurt am Main.
- Held, David; McGrew, Anthony (2002): *Globalization/Anti-Globalization*. Cambridge.
- Hörning, Karl H.; Rainer Winter (Hrsg.) (1999): *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt am Main.
- Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. (1969): *Dialektik der Aufklärung*. [Zuerst 1947]. Frankfurt am Main.
- Kahn, Richard; Kellner, Douglas (2003): „Internet Subcultures and oppositional Politics“. In: Muggleton, David; Weinzierl, Rupert (Hrsg.) *The Post-Subcultures Reader*. Oxford, New York, S. 299-313.
- Kellner, Douglas (1995): *Media Culture*. London, New York.
- Lerner, David (1958): *The Passing of Traditional Society. Modernizing the Middle East*. Glencoe.
- McLuhan, Marshall (1968): *Die magischen Kanäle*. [Aus dem Amerik.]. Stuttgart.
- Mills, Charles Wright (1973): *Kritik der soziologischen Denkweise*. [Zuerst 1959]. Darmstadt.
- Nederveen Pieterse, Jan (1995): „Globalization as Hybridization“. In: Featherstone, Mike u.a. (Hrsg.): *Global Modernities*. Thousand Oaks usw., S. 45-68.
- Sreberny-Mohammadi, Annabelle; Mohammadi, Ali (1994): *Small Media, Big Revolution: Communication, Culture, and the Iranian Revolution*. Minneapolis, London.
- Stevenson, Nick (1995): *Understanding Media Cultures. Social Theory and Mass Communication*. Thousand Oaks usw.
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge.
- Williams, Raymond (1965): *The Long Revolution*. London.
- Williams, Raymond (1972): *Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte. Studien zur historischen „Semantik“ von Kultur*. [Aus dem Engl.]. München.
- Winter, Rainer (1995): *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. Köln.

- Winter, Rainer (2001): *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist.
- Winter, Rainer (2003): „Global Media, Cultural Change and the Transformation of the Local: The Contribution of Cultural Studies to a Sociology of Hybrid Formations“. In: Beck, Ulrich u.a. (Hrsg.) *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool, S. 206-221.
- Winter, Rainer (Hrsg.) (2005): *Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader*. Köln.
- Winter, Rainer; Eckert, Roland (1990): *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung*. Opladen.
- Winter, Rainer; Mikos, Lothar (Hrsg.) (2001): *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader*. Bielefeld.

Empfehlungen zum Weiterlesen:

- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London, New York:
- Grossberg, Lawrence u.a. (1998): *MediaMaking. Mass Media in a Popular Culture*. Thousand Oaks usw.
- Winter, Rainer (2001): *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: