

- Hagemann-White, Carol (1993), Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht, in: *Feministische Studien*, Vol. 11, Nr. 2, 68–78.
- Heintz, Bettina/Eva Nadai (1998), Geschlecht und Kontext. De-Institutionalisierungsprozesse und geschlechtliche Differenzierung, in: *Zeitschrift für Soziologie*, Vol. 27, Nr. 2, 75–93.
- Hirschauer, Stefan/Klaus Amann (Hrsg.) (1997), *Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kessler, Suzanne J./Wendy McKenna (1978), *Gender. An ethnomethodological approach*. Chicago: University of Chicago Press.
- Modleski, Tania (1982), *Loving with a vengeance. Mass produced fantasies for women*. London: Methuen.
- Modleski, Tania (1983), The rhythms of reception. Daytime television and women's work, in: Kaplan, E. Ann (Hrsg.), *Regarding television. Critical approaches. An anthology*. Los Angeles: University Publications of America, 67–75.
- Morley, David (1992), *Television, audiences and Cultural Studies*. London/New York: Routledge.
- Nightingale, Virginia (1990), Woman as audiences, in: Brown, Mary E. (Hrsg.), *Television and women's culture*. London: Sage, 25–36.
- Radway, Janice (1984), *Reading the romance. Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Seiter, Ellen/Hans Borchers/Gabriele Kreutzner/Eva-Maria Warth (1989), «Don't treat us like we're so stupid and naïve». Towards an ethnography of soap opera viewers, in: dies. (Hrsg.), *Remote control. Television, audiences, and cultural power*. London: Routledge, 223–247.
- West, Candace/Don H. Zimmerman (1987), Doing gender, in: *Gender and Society*, Vol. 1, Nr. 2, 125–151.

Rainer Winter

3.3 CULTURAL STUDIES

1. DIE PERSPEKTIVE DER CULTURAL STUDIES

Der transdisziplinäre Ansatz der Cultural Studies widmet sich der Analyse kultureller Erfahrungen, Praktiken und Repräsentationen, die in ihren netzwerkartigen bzw. intertextuellen Verknüpfungen betrachtet werden, unter den Gesichtspunkten von Macht, Differenz und Handlungsmächtigkeit. Ihr notwendig perspektivischer Zugang zur Kultur betrachtet diese im Sinne von Raymond Williams (1958) als «whole way of life». Sie ist nicht ein Subsystem oder ein Feld, sondern durchdringt und formt jeden Aspekt des sozialen Lebens. So ist die gewöhnliche Kultur des Alltags ein zentraler Forschungsbereich von Cultural Studies, den sie wie die interpretative Soziologie aufmerksam beschreiben und analysieren. Ihre Untersuchungen und das Wissen, das sie hervorbringen, sollen in einem zweiten Schritt die Reflexivität der im Alltag Handelnden steigern und ihnen Möglichkeiten zur Veränderung einschränkender Lebensbedingungen aufzeigen.

Kultur gehört also nicht einzelnen Individuen oder zeichnet sie aus, vielmehr ist sie das Medium, mittels dessen geteilte Bedeutungen, Rituale, soziale Gemeinschaften und Identitäten produziert werden.

In den aktuellen Diskussionen von Cultural Studies werden eine Vielfalt von Themen behandelt, von der Globalisierung der Medien über den Sport bis zur «queer identity». Die Fragestellungen entstehen in der Regel in lokalen Kontexten, partikulare «Objekte» werden zur Analyse ausgewählt, und es wird ein situiertes, perspektivisches Wissen erzeugt. Infolge historischer und geographischer Kontingenzen, die kulturelle Praktiken und Kontexte weltweit formen, gibt es eine Vielfalt national oder regional geprägter Cultural-Studies-Traditionen, in denen Kultur jedoch nicht mit Sprache gleichgesetzt oder als «Wesen» einer Nation bzw. einer Region betrachtet, sondern als offener, vielfach umkämpfter,

polyphoner und relationaler Prozess verstanden wird (Frow/Morris 2003, 498).

Zweifellos nehmen die Medien eine zentrale Bedeutung in den Forschungen der Cultural Studies ein. Ausgehend von Richard Hoggarts Studie «The Uses of Literacy» (1957), in der er in einer autobiographischen Betrachtung mittels dichter Beschreibungen den negativen Einfluss der kommerziellen Massenkultur in den 1950er Jahren auf die Lebensweise der Arbeiterklasse in Leeds kritisch erörterte, lässt sich die Entstehung von Cultural Studies selbst als Reaktion auf die Veränderungen der Lebensformen durch die Veralltäglichen neuer Medien deuten. Insbesondere das Fernsehen wurde dann zum Gegenstand von Studien, die für die Entwicklung der Disziplin wichtig wurden (vgl. Fiske 1987; Hartley 1992).

Epistemologisch betrachtet, vertreten Cultural Studies wie der Pragmatismus oder der soziale Konstruktivismus eine anti-objektivistische Sicht des Wissens. Sie haben sich in kritischer Auseinandersetzung mit der Vorstellung entwickelt, die «Logik der Forschung» sei in den Sozialwissenschaften dieselbe wie in den Naturwissenschaften, die nach Gesetzmäßigkeiten sucht. Dagegen sind Cultural Studies immer an partikularen, lokal und historisch geprägten Kontexten orientiert. Ihre Wissensobjekte existieren nicht unabhängig von der Forschung, sondern werden durch sie (mit) erzeugt und als kontingente theoretische Objektkonstruktionen betrachtet. Das Eingeständnis der «partiality» im Sinne von Donna Haraway (1997), die damit sowohl die Beschränkungen der Forschung durch zeitliche, räumliche und soziale Faktoren bezeichnet, als auch die Motivation durch Ideologien, Interessen und Begehren sowie die Verankerung in Machtstrukturen, zeichnet diesen Ansatz aus, der nicht «Objektivität» im klassischen Sinn, sondern Dialog, Reflexivität und Selbstreflexivität anstrebt. Ziel ist «eine Vielfalt partialen, verortbaren, kritischen Wissens, das die Möglichkeit von Netzwerken aufrechterhält, die in der Politik Solidarität und in der Epistemologie Diskussionszusammenhänge genannt werden» (Haraway 1995, 84). So wurden seit den Anfängen von Cultural Studies in der Erwachsenenbildung in Großbritannien Studierende dazu angeregt, über ihre eigene Lebenssituation, ihre Herkunft und ihren Werdegang nachzudenken und diese

Reflexionen in die Forschung einzubringen, um auf diese Weise die eigene soziale Position und das Verhältnis zum Untersuchungsobjekt zu klären (Winter 2004).

Das Eingeständnis der Positionalität des Zugangs, der Situierung und Lokalisierung des Wissens bedeutet nun aber nicht, dass Cultural Studies reduktionistisch vorgehen und Ansprüche auf ein umfassendes rationales Wissen aufgeben. Im Gegenteil: Je nach Fragestellung werden theoretische Zugänge und Methoden unterschiedlicher Disziplinen in Form einer Bricolage kombiniert, um facettenreich und differenziert das Forschungsobjekt zu konstruieren (vgl. Göttlich et al. 2001). Im Idealfall werden kulturelle Praktiken und Repräsentationen dann multiperspektivisch im Dialog unterschiedlicher Zugänge und Methoden analysiert (Kellner 1995), was die notwendige Begrenztheit einzelner methodischer Zugänge sichtbar macht und umgeht. Cultural Studies fordern, dass im Untersuchungsdesign und in der Darstellung der Forschungsergebnisse mitreflektiert wird, dass andere Methoden bzw. ihre Kombination, aber auch Transgressionen möglich sind (Johnson et al. 2004, 42), um zu neuen Perspektiven zu gelangen. So ist im Forschungsprozess die Realisierung von Reflexivität unerlässlich. Auf diese Weise kann zum Beispiel deutlich werden, wie die räumliche und zeitliche Lokalisierung des Forschers seine Untersuchung mitbestimmt. Auch der Dialog mit Anderen intensiviert die gewünschte Reflexivität.

2. METHODEN UND KONZEPTE DER CULTURAL STUDIES

2.1 TEXTUELLE UND KONTEXTUELLE ANALYSEN

Die frühen Studien zum Fernsehen veranschaulichen, dass zum einen «close reading»-Techniken aus dem Bereich der Literaturwissenschaft und Literaturkritik auf Fernsehserien und -shows übertragen wurden (vgl. Fiske 1987), weil anders als in der Medienwirkungsforschung die

Analyse der kulturellen Bedeutung medialer Texte als zentral angesehen wurde. Von Anfang an wurden diese aber nicht als isolierte, diskrete Entitäten betrachtet, sondern in ihren inter- und kontextuellen Beziehungen zum Thema. Der *radikale Kontextualismus* von Cultural Studies (Grossberg 1999) geht davon aus, dass sich die Bedeutung von Texten und Praktiken nur in Beziehung zu komplexeren sozialen und kulturellen Kräften bestimmen lässt.

So werden die semiotische «Umgebung» von Untersuchungsobjekten und die Beziehungen zwischen Medien und anderen räumlichen und zeitlichen Kontexten des sozialen Lebens zum Thema (Frow/Morris 2003, 501), indem zum Beispiel Fernsehtexte zur Skandalberichterstattung und zur sozialen Situation von Frauen in der US-Medienkultur in Beziehung gesetzt werden (Mellencamp 1992).

Zum anderen wurde, ausgehend von den semiotisch und ethnographisch orientierten Subkulturstudien in Birmingham, die Rezeption und Aneignung medialer Texte untersucht, die netzwerkartig mit kulturellen und sozialen Praktiken verknüpft sind, die sie initiiert oder modifiziert haben. Dabei zeigte sich, dass soziale und kulturelle Praktiken im Umgang mit Medien nicht von deren Produktionsbedingungen bzw. von deren textuell-ästhetischer Struktur abgeleitet oder abgelesen werden können. Eine wesentliche Einsicht von Cultural Studies ist, dass es immer eine Interpretationsvariabilität und plurale Möglichkeiten des Gebrauchs gibt (Winter 1995, 2001). Wie John Frow und Meaghan Morris (2003, 506) schreiben: «Structures are always structures-in-use, and that uses cannot be contained in advance.»

So gibt es in der Perspektive von Cultural Studies keine «richtige» oder «wahre» Lesart von medialen Texten. Mediale Texte sind keine monologischen und abgeschlossenen Entitäten, sondern komplexe Konstellationen von Zeichen und Bedeutungen, sodass sie in sozialen Kontexten unterschiedlich, bisweilen widersprüchlich gedeutet und verstanden werden. Ihre soziale (Weiter-)Existenz ist ein offener und unabgeschlossener Prozess. Vor diesem Hintergrund müssen auch die Lesarten von Forschern und Forscherinnen relativiert und in ihrer kontextuellen Gebundenheit betrachtet werden.

So hat Janice Radway in «Reading the Romance» (1984) die Interpreta-

tionen von in der Literaturkritik geschulten Leserinnen den Lesarten von Fans des Genres gegenübergestellt. Ihr Ziel war es, die Erfahrungen und Praktiken von Frauen im Umgang mit diesem populären Genre möglichst umfassend zu erforschen. Hierzu kombinierte sie die textuelle Analyse mit quantitativen und qualitativen Methoden (Fragebogen, Gruppendiskussionen, Interviews). Zusätzlich brachte sie psychoanalytische und feministische Positionen in die Diskussion ein. Der bewusst eingegangene Dialog von Theorien und Methoden half ihr, die Beschränkungen einer rein textuellen Analyse zu überwinden und eindrucksvoll zu zeigen, wie Texte in interpretativen Gemeinschaften vielfältig konstruiert und erlebt werden.

Was die Analyse medialer Texte betrifft, dominierten innerhalb von Cultural Studies zunächst strukturalistische Interpretationsstrategien. Vor allem Roland Barthes' «Mythen des Alltags» (1964) und die narratologischen Analysen von Vladimir Propp, Umberto Eco und Gérard Genette lieferten die methodische Grundlage für die Analyse populärer Texte. Dabei wird die strukturelle Analyse zu gesellschaftlichen Ideologien und Kontexten in Beziehung gesetzt. So hat Will Wright (1975) in einer für die Entwicklung von Cultural Studies einflussreichen Studie die Veränderung der Erzählstrukturen von Westernfilmen in Beziehung zu den kulturellen und sozialen Transformationen der US-amerikanischen Gesellschaft gesetzt. Gerade die Analyse von Genres orientiert sich an der Intertextualität, denn es wird untersucht, wie zum Beispiel Spielfilme die Konventionen des Genres wiederholen, variieren oder neue Elemente einführen (zur Analyse filmischer Genres vgl. auch die Beiträge von Keppler und Wulff in diesem Band). Zudem werden die kulturellen und politischen Dimensionen eines Genres untersucht, indem textuelle Formen und Rezeptionspraktiken zueinander in Beziehung gesetzt werden. Die Popularität von Filmgenres wird durch die Zuschauer mitgeschaffen, die sich an deren vorhersehbarem Ablauf und an den eingebauten Überraschungen erfreuen. Sie ist raum- und zeitgebunden sowie in den sozialen und kulturellen Beziehungen verankert, auf die sich mediale Texte beziehen und die sie mit Geschichten versorgen, die in alltäglichen Kontexten in eigene persönliche Erzählungen münden können. Eine wichtige Frage der Forschung ist, durch welche Mechanismen

ein Genre interessant bleibt, wie es ihm gelingt, seine Zuschauerschaft zu behalten, zu verändern oder neu zusammenzustellen (vgl. Creeber 2001).

Das erklärte Ziel von Cultural Studies ist es, Texte im Kontext umfassenderer kultureller Praktiken und sozialer Machtbeziehungen zu betrachten, wie sie zum Beispiel durch den Produktionskontext und die damit verbundenen ökonomischen Beziehungen bestimmt sind. Deshalb rücken die Spannungen zwischen Text und Kontext ins Zentrum. Mediale Texte werden zu Momenten größerer kultureller Formationen.

So werden in poststrukturalistischen Ansätzen das polyseme Potenzial, die Widersprüche und die Möglichkeit vielfältiger Lesarten in sozialen Kontexten herausgearbeitet. So zeigt Yvonne Tasker (1993), wie Actionfilme nicht einfach dominante Vorstellungen von Männlichkeit reproduzieren, sondern mit diesen Kategorien spielen und sogar zu kritischen Lesarten einladen können. Im Rahmen von Cultural Studies werden Texte also kontextualisiert, die herkömmlichen Trennungen zwischen Text, Erfahrung und Praxis werden problematisiert und aufgehoben.

Ansätze, die Prozesse politischer Hegemonie untersuchen, widmen sich zum Beispiel dem «close reading» von Politikerreden, um die Verschränkungen des Populären und des Dominanten aufzuzeigen. So kann die Analyse kleiner kultureller Einheiten (wie in den Reden von Bush und Blair zur Bekämpfung des Terrors) Einblicke in komplexe strategische Machtverhältnisse geben (Johnson et al. 2004, 170–186). Mediale Texte werden hier in ihrem Beitrag zur Stabilisierung von Herrschaft gelesen. Dies ist aber nur einer unter vielen möglichen Zugängen. Es zeichnet Cultural Studies aus, dass sie die «partiality» ihrer Zugänge offen legen, um in einen Dialog mit Anderen über ihre Objektkonstruktionen und Lesarten einzusteigen. Wie Donna Haraway schreibt, «erweist sich Objektivität so als etwas, das mit partikularer und spezifischer Verkörperung zu tun hat und definitiv nichts mit der falschen Vision eines Versprechens der Transzendenz aller Grenzen und Verantwortlichkeiten. Die Moral ist einfach: Nur eine partiale Perspektive verspricht einen objektiven Blick» (Haraway 1995, 82). So kann die detaillierte Analyse einzelner situationaler Momente in der kulturellen Produktion, Zirkulation

und Rezeption eines populären Genres zeigen, in welche komplexen kulturellen sowie sozialen Auseinandersetzungen es verstrickt ist und welche Möglichkeiten der Bedeutungskonstruktion und des Vergnügens es beinhaltet.

2.2 ETHNOGRAPHISCHE UND (AUTO-)BIOGRAPHISCHE ANALYSEN

Bei der Analyse von Rezeptions- und Aneignungsprozessen steht bei Cultural Studies die ethnographische Perspektive im Vordergrund (zur Medienethnographie vgl. auch den Beitrag von Bachmann/Wittel in diesem Band). Damit ist in der Regel aber nicht eine ausgedehnte ethnographische Feldarbeit wie in Soziologie und Ethnologie gemeint (zu den Methoden der Ethnographie vgl. auch den Beitrag von Kalthoff in diesem Band), sondern die teilnehmende Beobachtung kultureller Praktiken des modernen und postmodernen Lebens, die einen Zugang zur Zirkulation von Bedeutungen (Fiske 1999) und so einen Einstieg in kulturelle Kreisläufe (Johnson et al. 2004) ermöglichen soll. Dabei ist die ethnographische Perspektive oft mit autobiographischen Elementen verknüpft.

So hat Ian Ang (1986) in ihrer Studie zu *Dallas* die Analyse der Reaktionen von Zuschauerinnen mit ihrer eigenen Einschätzung der Serie verbunden. Die persönliche Affinität zu einem Untersuchungsobjekt, bisweilen auch das eigene Fan-Tum, und die Selbstreflexion sind wichtige Ressourcen im Forschungsprozess von Cultural Studies.

«My existence as a fan, my experiences, along with whatever other resources are available for describing the field of popular practices and their articulations to social and political positions, are the raw material, the starting point of critical research» (Grossberg 1988, 68).

Berühmt geworden, aber heftig umstritten sind die Widerstandsstudien, die davon ausgehen, dass die Rezeption und Aneignung medialer Texte zu subversiven Vergnügen und zur Ermächtigung führen können, die auch gesellschaftliche Folgen haben. Insbesondere John Fiske (Winter/Mikos 2001) hat die Möglichkeiten symbolischen Widerstandes und von

Selbstermächtigung hervorgehoben, die durch den Konsum und die Aneignung polysemer medialer Texte entstehen und entfaltet werden können.

Viele bezweifeln, dass diese widerspenstigen Praktiken weiter gehende systemische Folgen haben (Morris 2003). Daher wird in neueren Arbeiten gefordert zu untersuchen, welche spezifischen Effekte ein partikularer lokaler Widerstand haben kann und wie er auf andere Erfahrungen, Ereignisse und Praktiken in unterschiedlichen Bereichen des sozialen Lebens einwirkt (Winter 2001). Phänomene der Populärkultur werden aus möglichst vielen Blickwinkeln analysiert (Morris 2004), um die verschiedenen Formen des symbolischen Kampfs mit dem Dominanten und auch die daraus resultierenden Widersprüche aufzeigen zu können. So wird in «The Madonna Connection» (Schwichtenberg 1993) gezeigt, wie deren evokative Medienspektakel zur Konstruktion unterschiedlicher subkultureller Identitäten beitragen. Die ethnographische Analyse von widerspenstigen Erfahrungen und Praktiken ist so weiterhin ein zentrales Thema von Cultural Studies.

In neueren ethnographischen Arbeiten wird diese Perspektive auch als zu einseitig und reduktionistisch kritisiert. Sie verweise eher auf die theoretischen Vorstellungen der Forschenden als auf die gelebten Wirklichkeiten. So entstand die Forderung und die ethische Verpflichtung, den Welten der Anderen möglichst gerecht zu werden. Eine Möglichkeit hierfür ist der Dialog zwischen den Forschenden und den Untersuchten, in dem Vorurteile abgebaut und die Grenzen des eigenen Verständnisses überwunden werden sollen. Der Textur gelebter Leben soll so aus der Sicht der Beteiligten (mehr) Gerechtigkeit widerfahren. In einem weiteren Schritt sollen auch im Alltag bestehende Machtbeziehungen in Frage gestellt werden. «Research that is more fully participatory will aim to use the research process itself to empower those who are being researched» (Johnson et al. 2004, 215).

Ein weiteres wichtiges Merkmal dieser neuen Formen von Ethnographie ist die Selbstreflexivität. Der Forschende soll sich über seine eigene Situiertheit, seine sozialen und politischen Verpflichtungen sowie seine theoretischen Vorannahmen klar werden, damit er leichter Zugang zu den Welten der Untersuchten findet. Dabei impliziert Selbstreflexivität

aber nicht, dass ein «wahres» Wissen der Welt möglich ist (Haraway 1997, 16). Eher zeigt sie die Begrenzungen unserer Weltsicht auf und auch, dass verschiedene Interpretationen unserer eigenen Welt und der der Anderen möglich sind. In den Formen kritischer Autoethnographie führt Selbstreflexivität dazu, dass der Forscher untersucht, welche Erlebnisse und sozialen Diskurse seine Erfahrung bestimmt haben (Bochner/Ellis 2002).

Zudem ist es wichtig, die Polyvokalität des Feldes in ethnographischen Untersuchungen einzufangen. So zeigt die Forschung zum Beispiel, dass mediale Texte ganz unterschiedlich gebraucht werden können. Gelebte Erfahrungen sollen von verschiedenen Stimmen wiedergegeben werden, um zu vermeiden, dass eine Stimme für die «Wahrheit» einer Erfahrung steht, und um die Besonderheit einzelner Erfahrungen angemessen zu erfassen (Saukko 2003, 64ff.). Auch in den Darstellungen der Forschungsergebnisse kommt es zu einer Interaktion zwischen den Stimmen der Anderen und der Stimme des Forschers. Die Berücksichtigung autobiographischer Erfahrungen führt auch zu Experimenten in der Darstellung der Forschungsergebnisse, die bis zur «performance» von Erfahrungen und Praktiken reichen kann (Denzin 2003). In der qualitativen Medienforschung kommt dieser methodologischen Neuorientierung eine wichtige Bedeutung zu. Zum einen fordern dialogische Beziehungen den Forscher dazu auf, seine eigenen medialen Erfahrungen und Praktiken, seine Vorlieben und Abneigungen kritisch zu hinterfragen. Zum anderen werden die Informanten, die beispielsweise über Formen problematischen Medienkonsums berichten, als Subjekte ernst genommen, die eine eigene Sicht entwickelt haben. Zudem werden sie aufgefordert, diese zur Darstellung zu bringen. Der Forscher nimmt nicht die Rolle des unabhängigen Beobachters ein. Er ist eher ein unterstützender Mitspieler. Seine Subjektivität wird wie die der Untersuchten durch die medialen Praktiken der heutigen Gesellschaften, insbesondere durch die Populärkultur, geprägt, worüber er sich im Forschungsprozess klar werden sollte.

«Popular culture matters (...) precisely because its meanings, effects, consequences, and ideologies can't be nailed down. As consumers and as critics, we struggle with this proliferation of meanings as we make sense of our own social lives and cultural identities» (Jenkins et al. 2002, 11).

Auch bei den neuen Formen von Ethnographie steht die kritische Analyse sozialer Formen von Ungleichheit im Zentrum, die aufgedeckt, von verschiedenen Perspektiven her analysiert und auf Möglichkeiten zur Veränderung und zur Steigerung von Handlungsmächtigkeit der Untersuchten geprüft werden sollen.

3. SCHLUSS

Nachdem es lange Zeit in den Cultural Studies keine explizite Methodendiskussion gab, wird diese seit kurzem geführt. Dies mag damit zusammenhängen, dass diese transdisziplinäre Forschungsrichtung sich nun selbst als eine Art Disziplin formiert, die aber ihren Ursprüngen treu bleiben und eine Kritik der Macht mit Möglichkeiten der Intervention verbinden möchte. Cultural Studies sind immer an der Analyse von Kontexten orientiert. Deshalb entwerfen sie keine globale Theorie, und die verwendeten Methoden hängen von den jeweiligen Fragestellungen ab. Die Analyse eines einzelnen kulturellen Elements beinhaltet seine komplexen Beziehungen zu anderen kulturellen Elementen und gesellschaftlichen Kräften.

LITERATUR

- Ang, Ien (1986, zuerst 1985), *Das Gefühl Dallas. Zur Produktion des Trivialen*. Bielefeld: Daedalus (Originaltitel: *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen).
- Barthes, Roland (1964, zuerst 1957), *Mythen des Alltags*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp (Originaltitel: *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil).
- Bochner, Arthur P./Carolyn Ellis (Hrsg.) (2002), *Ethnographically speaking. Autoethnography, literature, and aesthetics*. Walnut Creek: Altamira Press.
- Creeber, Glen (Hrsg.) (2001), *The television genre book*. London: BFI.

- Denzin, Norman K. (2003), *Performance ethnography*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Fiske, John (1987), *Television culture*. London: Routledge.
- Fiske, John (1999, zuerst 1994), *Wie ein Publikum entsteht. Kulturelle Praxis und Cultural Studies*, in: Hörning, Karl H./Rainer Winter (Hrsg.), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 238–263.
- Frow, John/Meaghan Morris (2003), *Cultural Studies*, in: Denzin, Norman K./Yvonna S. Lincoln (Hrsg.), *The landscape of qualitative research. Theories and issues*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 489–539.
- Göttlich, Udo/Lothar Mikos/Rainer Winter (Hrsg.) (2001), *Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen*. Bielefeld: Transcript.
- Grossberg, Lawrence (1988), *It's a sin. Politics, post-modernity and the popular*. Sidney: Power Publications.
- Grossberg, Lawrence (1999, zuerst 1995), *Was sind Cultural Studies?*, in: Hörning, Karl H./Rainer Winter (Hrsg.), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 43–83.
- Haraway, Donna (1995, zuerst 1988), *Situiertes Wissen*, in: dies., *Die Neuerfindung der Natur. Primaten, Cyborgs und Frauen*. Frankfurt a. M./New York: Campus, 73–97.
- Haraway, Donna (1997), *Modest_witness@second_millennium. Feminism and technoscience*. London: Routledge.
- Hartley, John (1992), *Tele-ology. Studies in television*. London/New York: Routledge.
- Hoggart, Richard (1992, zuerst 1957), *The uses of literacy*. London: Penguin.
- Jenkins, Henry/Tara McPherson/Jane Shattuc (2002), *The culture that sticks to your skin. A manifesto for a new cultural studies*, in: dies. (Hrsg.), *Hop on pop. The politics and pleasures of popular culture*. Durham: Duke University Press, 3–26.
- Johnson, Richard/Deborah Chambers/Parvati Raghuram/Estella Tincknell (2004), *The practice of cultural studies*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Kellner, Douglas (1995), *Media culture*. London/New York: Routledge.
- Mellencamp, Patricia (1992), *High anxiety. Catastrophe, scandal, age, and comedy*. Bloomington: Indiana University Press.
- Morris, Meaghan (2003, zuerst 1990), *Das Banale in den Cultural Studies*, in: Hepp, Andreas/Carsten Winter (Hrsg.), *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen, 51–83.
- Morris, Meaghan (2004, zuerst 1998), *zu früh – zu spät. Geschichte in der Populärkultur*. Wien: Löcker.
- Radway, Janice A. (1984), *Reading the romance. Women, patriarchy, and popular literature*. London: Verso.
- Saukko, Paula (2003), *Doing research in cultural studies*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Schwichtenberg, Cathy (Hrsg.) (1993), *The Madonna connection. Representational politics, subcultural identities, and cultural theory*. Boulder: Westview Press.

- Tasker, Yvonne (1993), *Spectacular bodies. Gender, genre and the action cinema*. London: Routledge.
- Williams, Raymond (1958), *Culture and society 1780–1950*. London: Chatto & Windus.
- Winter, Rainer (1995), *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. Köln: von Halem.
- Winter, Rainer (2001), *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Winter, Rainer (2004), *Critical pedagogy*, in: Ritzer, George (Hrsg.), *Encyclopedia of social theory*, Vol. 1. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 163–167.
- Winter, Rainer/Lothar Mikos (Hrsg.) (2001), *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader*. Bielefeld: Transcript.
- Wright, Will (1975), *Six guns and society. A structural study of the western*. Berkeley/Los Angeles: University of California Press.

Susanne Regener

3.4 VISUELLE KULTUR

1. VISUELLE KULTUR – UMFELD DES BILDES¹

Fotografieren, Bilder herstellen, Filmen sind Interaktionen, die sich zwischen Bild, Lebensgeschichte, Bildgedächtnis, verschiedenen Medien, Techniken, Software, Produzenten und Konsumenten entwickeln. Die heutige digitale Bildkultur ist eine sich ausbreitende Hybridkultur, in der sich verschiedene künstlerische mit populären und kommerziellen Ebenen vermischen und in der sich Realität und Virtualität zu neuen Bildern, Wahrnehmungsmustern und neuen Blicken formieren.

Dieser Situation trägt das Forschungsfeld *Visuelle Kultur* Rechnung, in dem das Alltagsleben und die Perspektive des Konsumenten in den Vordergrund gestellt werden. «Visuelle Kultur ist eine Taktik, keine akademische Disziplin» (Mirzoeff 1999, 4). Sie artikuliert über traditionelle Fachgrenzen hinweg verschiedene Fragestellungen und Zugangsweisen. *Visuelle Kultur* beschäftigt sich mit der Bildervielfalt in unserer und in fremden Kulturen unter der Voraussetzung, dass man sich nicht auf die Bilder an sich bezieht, sondern auf die Tendenz, die eigene Existenz zu visualisieren und zu Bildern zu machen. *Visuelle Kultur* kann als Konzept dazu dienen, Verbindungen multi- und transdisziplinärer Art herzustellen. Ihre Gegenstände können sowohl populäre Bilder der Werbung als auch Gemälde, private Fotografien oder Spielfilme sein; ihre Themen sind sehr heterogen: Sie reichen vom Image einer Landschaft (Oosterbaan 2002, 17) über die Darstellung von Gewalttätigkeiten in der Presse (Regener 2003b) oder die Dokumentation einer interkulturellen Performance (Fusco 1998) bis zur Orgasmusdarstellung im schwulen Pornofilm (Dyer 1998).

«Visual Culture directs our attention away from structured, formal viewing settings like the cinema and art gallery to the centrality of visual experience in everyday life.

ÜBER DIE HERAUSGEBER

Ruth Ayaß, Prof. Dr. rer. soc., geb. 1964 in Karlsruhe, Studium der Linguistik und Soziologie in Konstanz, Promotion in Gießen, Habilitation in Bielefeld 2004. Seit 2004 Professorin an der Universität Klagenfurt. Arbeitsschwerpunkte in Lehre und Forschung: Qualitative Methoden, Konversationsanalyse, Analyse medialer Gattungen, Kommunikation in, mit und über Massenmedien, kommunikative Konstruktion von Geschlecht.

Veröffentlichungen: «Das Wort zum Sonntag»: Fallstudie einer kirchlichen Sendereihe (Stuttgart 1997); «Winds of Change». In der Fernsehforschung hat ein Paradigmenwechsel stattgefunden, in: Soziologische Revue, 2001, Vol. 24, 17–33; «Report», «rapport» und andere Mythen: Die These der zwei Kulturen und die linguistische Ontologisierung von Geschlecht, in: Zeitschrift für Angewandte Linguistik, 2004, Heft 20, 37–59; Konversationsanalytische Medienforschung, in: Medien und Kommunikationswissenschaft, 2004, Vol. 51, Nr. 1, 5–29; Kommunikation und Geschlecht: Eine Einführung. Stuttgart (in Vorbereitung).

Jörg R. Bergmann, Prof. Dr. rer. soc., geb. 1946 in Landsberg/Lech, Studium der Psychologie, Philosophie und Soziologie in München, Konstanz und Los Angeles. Ab 1990 Professor für Mikrosoziologie an der Justus-Liebig-Universität Gießen, seit 2000 Professor für Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung an der Universität Bielefeld. Arbeitsschwerpunkte in Lehre und Forschung: Qualitative Methoden, Ethnomethodologie, Konversationsanalyse, Gattungsanalyse, Interaktion in informellen Alltagssituationen und komplexen beruflichen Arbeitskontexten, Neue Medien.

Veröffentlichungen: Klatsch: Zur Sozialform der diskreten Indiskretion (Berlin 1987); Ethnomethodologie und Konversationsanalyse (Hagen 1987/88); Religion und Kultur (Hg. mit Alois Hahn und Thomas Luckmann; Opladen 1993); Discrete Indiscretions: The Social Organization of Gossip (New York 1993); Morality in Discourse (Hg. mit Per Linell; Mahwah, NJ 1998); Kommunikative Konstruktion von Moral, 2 Bde. (Hg. mit Thomas Luckmann; Opladen 1999); Der sprechende Zuschauer: Wie wir uns das Fernsehen kommunikativ aneignen (Hg. mit Werner Holly und Ulrich Püschel; Wiesbaden 2001); Beratung und Therapie per Internet und Handy (Hg.; Gießen 2005).

Ruth Ayaß/Jörg R. Bergmann (Hg.)

QUALITATIVE METHODEN DER MEDIENFORSCHUNG

rowohlts enzyklopädie
im Rowohlt Taschenbuch Verlag

Originalausgabe
Veröffentlicht im Rowohlt Taschenbuch Verlag,
Reinbek bei Hamburg, Juni 2006
Copyright © 2006 by Rowohlt Verlag GmbH,
Reinbek bei Hamburg
Umschlaggestaltung any.way, Walter Hellmann
Satz Proforma PostScript QuarkXPress
bei KCS GmbH, Buchholz bei Hamburg
Druck und Bindung Clausen & Bosse, Leck
Printed in Germany
ISBN 13: 978 3 499 55665 4
ISBN 10: 3 499 55665 0

INHALT

Vorwort 9

1 QUALITATIVE METHODEN IN DER MEDIENFORSCHUNG – EIN ÜBERBLICK

Jörg R. Bergmann

1.1 Qualitative Methoden der Medienforschung –
Einleitung und Rahmung 13

Ruth Ayaß

1.2 Zur Geschichte der qualitativen Methoden
in der Medienforschung: Spuren und Klassiker 42

Hans Wagner

1.3 Beobachtung, Interpretation, Theorie 72

2 DATEN UND IHRE METHODEN/METHODEN UND IHRE DATEN

AUSSAGEN UND ANTWORTEN ALS DATEN

Stefan Aufenanger

2.1 Interview 97

Burkhard Schäffer

2.2 Gruppendiskussion 115

BEOBSACHTUNGEN UND BESCHREIBUNGEN
ALS DATEN

Herbert Kalthoff

- 2.3 Beobachtung und Ethnographie 146

Götz Bachmann und Andreas Wittel

- 2.4 Medienethnographie 183

MEDIENPRODUKTE ALS KONSTRUIERTE DATEN

Hans J. Wulff

- 2.5 Filmanalyse 220

Stephan Wolff

- 2.6 Textanalyse 245

Gabriela B. Christmann

- 2.7 Inhaltsanalyse 274

MEDIEN ALS DOKUMENTE

Angela Keppler

- 2.8 Konversations- und Gattungsanalyse 293

Detlef Garz und Friedhelm Ackermann

- 2.9 Objektive Hermeneutik 324

Robert Schändlinger

- 2.10 Visuelle Ethnographie 350

3 THEMEN UND IHRE METHODEN

Jörg R. Bergmann

- 3.1 Studies of Work 391

Ruth Ayaß

- 3.2 Gender Studies 406

Rainer Winter

- 3.3 Cultural Studies 423

Susanne Regener

- 3.4 Visuelle Kultur 435

**4 MEDIALE AUFBEREITUNG UND PRÄSENTATION
MEDIALER DATEN**

Susanne Frieze

- 4.1 Computergestützte Analyse qualitativer Daten 459

Martin Hartung

- 4.2 Datenaufbereitung, Transkription, Präsentation 475

Jörg R. Bergmann

- 4.3 Mediale Repräsentation
in der qualitativen Sozialforschung 489

ANHANG

Über die Verfasser 509

Personenregister 512

Sachregister 515