

Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles

Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies

Oliver Marchart

Ausgehend von einer kritischen Beobachtung des gegenwärtigen Booms werden die Cultural Studies hinsichtlich ihres Kultur- und Medienbegriffs befragt. Dabei wird als unhintergehbare Kernzone jeder Cultural Studies-Analyse das "magische Dreieck" von Kultur, Identität und Macht angenommen. Schliesslich wird aus diesen Überlegungen heraus der Medienbegriff der Cultural Studies gewonnen.

Was sind Cultural Studies? Beginnen wir mit einer Negativdefinition: Cultural Studies sind vieles – aber nicht alles! Wenn gleich zu Beginn auf einer solchen Plattitüde bestanden werden muss, dann deshalb, weil in den letzten Jahren in der Tat immer häufiger der Eindruck entsteht, so ziemlich alles könne "irgendwie" als Cultural Studies durchgehen, solange es sich nur mit Kultur beschäftigt. Im deutschsprachigen Raum ist ein wahrer Cultural Studies-Boom zu verzeichnen. Doch herrscht weder Klarheit noch Übereinstimmung bezüglich dessen, was Kultur im Sinne der Cultural Studies und damit auch Cultural Studies selbst genannt werden kann. Die bloss nominalistische Lösung – Cultural Studies sind, was immer als solche bezeichnet werden (von deutschen Hochkulturwissenschaften bis zu populistischen Madonna-Studies) – ist aus vielen Gründen unbefriedigend. Der entscheidende Grund ist wohl im politischen Selbstverständnis der Cultural Studies zu finden, wie es uns in ihren Gründungsmomenten in Grossbritannien begegnet. Damit soll nicht gesagt sein, dass Cultural Studies auf ihre Gründungsgeschichte zu reduzieren seien und alle neuen und künftigen "practitioners" der Cultural Studies den Treueeid auf diese Geschichte abzulegen hätten. Zum einen müssen sich Cultural Studies notgedrungen unter sich verändernden historischen Bedingungen immer wieder neu erfinden. Unsere heutige Situation ist ganz offensichtlich eine andere als die der 1950er-, 60er- und 70er-Jahre. Zum anderen können sie heute als Projekt geographisch nicht mehr auf Grossbritannien oder den transatlantischen "Westen" eingeeengt werden, womit jeweils spezifische lokale Konstellationen etwa Lateinamerikas oder des "pacific rim" in den Vordergrund treten. Dennoch, trotz der historischen wie geographischen Differenzen, die in der Bestimmung dessen, was Cultural Studies jeweils sein mögen, immer mit einzurechnen sind, erweisen sich einige in der Anfangsgeschichte der britischen Cultural Studies erkennbare Aspekte als nicht hintergehbare Kernzonen eines jeden Cultural Studies-Projekts, das diesen Namen verdient: So gehen Cultural Studies, was sie übrigens von den deutschsprachigen universitären Kulturwissenschaften unterscheidet (vgl. Marchart 2001), nicht in einer rein akademischen Übung auf, weshalb ihre Institutionalisierung und somit Disziplinierung zu einem universitären Fach Anlass zu permanenten kritischen Debatten gibt. Dahinter steht: Cultural Studies werden von einem unhintergehbaren politischen Impetus getragen, der sich sowohl ausserhalb des Akademischen als auch innerhalb der Wissenschaft in Erkenntnisinteresse, kategorialem Apparat und "Theoriedesign" der Cultural Studies manifestiert.

medien heft

Historisch äusserte sich die nicht vollständige Disziplinierbarkeit der Cultural Studies in der Tatsache, dass die Gründergeneration ihre Tätigkeit nicht auf die Universität beschränkte, sondern auch in der Erwachsenenbildung tätig war. Von Anfang an erhoben Cultural Studies einen sozialen Bildungsanspruch, indem sie wissenschaftliche Erkenntnisse weit über den Kreis eingeschworener Expertenrunden und "peer groups" hinaus verfügbar machen wollten. Wie Raymond Williams, eine der zentralen Figuren der frühen Cultural Studies, der übrigens selbst in der "Worker's Educational Association" unterrichtet hatte, eindringlich warnte: "But we are beginning I am afraid, to see encyclopedia articles dating the birth of Cultural Studies from this or that book in the late fifties. Don't believe a word of it. That shift of perspective about the teaching of arts and literature and their relation to history and contemporary society began in Adult Education, it didn't anywhere else." (zit. in Lindner 2000: 34). Folgt man Williams, so markieren nicht Bücher den Beginn der Cultural Studies, sondern pädagogisch-politisches Handeln: "extra-mural teaching", also das Unterrichten ausserhalb universitärer Mauern. Ja die Bücher der Cultural Studies waren selbst oft das Ergebnis dieses Handelns. Raymond Williams' berühmtes Buch von 1958, "Culture and Society 1780-1950", war aus Kursen in der Erwachsenenbildung hervorgegangen, so wie Richard Hoggart's einschlägiges "The Uses of Literacy" aus derselben Zeit. Stuart Hall wiederum war lange Jahre Professor für Soziologie an der "Open University", einer Fernuniversität, die auch das BBC-Nachtprogramm für ihre Kurse nutzt. Für Hall (1999: 121) ist der traditionelle akademische Apparat nicht in der Lage, an das Alltagswissen und die Erfahrungen "einfacher" berufstätiger Leute, die für ihr Studium selbst aufkommen müssen, anzuknüpfen. Dieser starke Akzent auf Erwachsenenbildung hat, von der expliziten politischen Motivation der Akteure einmal abgesehen, wissenschaftssoziologisch mit dem Klassenhintergrund der Gründungsgeneration zu tun, war doch Raymond Williams ein Arbeiterkind aus Wales, Richard Hoggart ein Arbeiterkind aus Nordengland und Stuart Hall ein Stipendiat aus Jamaica. Als "scholarship-boys" hatten sie Zugang zu den englischen Elite-Universitäten gefunden. Die Konfrontation mit der Kultur der englischen Oberklasse machte ihnen ihre eigene soziale und kulturelle Identität bewusst und schärfte ihren Blick für das, was allgemein Kultur genannt wurde:

"Cultural Studies erweisen sich als das Produkt einer Generation, deren Angehörige gewissermassen zwischen die Kulturen geraten sind. Aufgrund dieser sind sie in der Lage, das akkumulierte Kulturgut neu zu 'sehen', es sich auf andere Weise anzueignen, es zu verarbeiten und fortzubilden. Dazu gehört auch, das Verständnis von 'Kultur' einer Revision zu unterziehen, es zu sichten und zu ergänzen. Gesellschaftstheoretisch stellt sich das als Modernisierungsprozess dar. Als Personen zwischen den Kulturen wird ihnen eine soziologische Sichtweise nahegelegt, die das entscheidende Kriterium von Klasse nicht im ökonomischen Privileg, sondern in Einstellungen, Haltungen und Ausdrucksformen, d.h. in Prinzipien der Lebensführung sieht." (Lindner 2000: 30-1)

Es war dieser "Clash" zwischen proletarischer Herkunftskultur und Elitenkultur, die in der ersten Generation den Fokus von Elitenkultur auf Alltagskultur umlenkte, und zwar mit dem Ziel der Rehabilitierung von Arbeiterkultur (als Popularkultur). Vor diesem Hintergrund erst ist der Zusammenhang zu verstehen zwischen der Tätigkeit in der Erwachsenenbildung auf der einen und dem innertheoretischen Fokuswechsel vom Kulturbegriff der Hochkultur zu jenem der Alltagskultur auf der anderen Seite, der die frühen Cultural Studies auszeichnet. Was historisch davon bleibt, ist eine gewisse Skepsis

medien heft

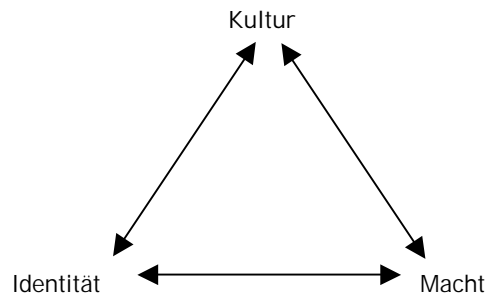
gegenüber der in sich abgeschlossenen Welt des rein Akademischen. Nur impliziert die Behauptung, Cultural Studies seien keine rein akademische Übung, natürlich keinesfalls den Umkehrschluss, sie seien eine rein dilettantische. Cultural Studies sind keine Hobbywissenschaft (wiederum gilt: Cultural Studies sind vieles – aber nicht alles!). Es geht ihnen nicht darum, dass jeder und jede mit der Botanisiertrommel auf (zumeist pop-)kulturelle Phänomene losgelassen werden soll. Eine solche Vorgehensweise würde nicht auf dem Cultural Studies-Begriff von Kultur basieren, sondern auf dem popkulturell aktualisierten Feuilletonbegriff von Kultur (die amüsante Geschichte der E-Gitarre oder des Turnschuhs auf eineinhalb Seiten). Der Sprung über die Mauern der Akademie verfolgt ja einen bestimmten Zweck jenseits blosser Unterhaltung: Es soll jenen, die aufgrund ihrer sozial und kulturell untergeordneten Position nicht damit ausgestattet sind, Mittel zum Verständnis der machtbasierten Konstruiertheit der jeweils eigenen Identitäten – wie Geschlechtsidentität, Klassenidentität, nationale Identität etc. – an die Hand gegeben werden. Es geht um die Bereitstellung von Mitteln zur Selbstermächtigung mit dem langfristigen Zweck sozialer und politischer Veränderung. (Ob dies allein mit Diskursen des Wissens, also durch politische Bildung, Aufklärung, Pädagogik, erzielt werden kann, sei hier dahingestellt – wird doch die Kontingenz der eigenen Identität gerade und besonders in sozialen und politischen Krisensituationen bewusst, die erst einmal nichts mit Wissensvermittlung zu tun haben.)

Damit wären wir dem Kulturbegriff der Cultural Studies auch schon gefährlich nahe gekommen. Offenbar handelt es sich weder um eine elitäre, noch um eine beliebig poppigbunte Kategorie. Bevor wir eine eigene Definition der Cultural Studies vorschlagen, wollen wir in aller Kürze die klassischen Schlaglichter auf den Kulturbegriff der Cultural Studies werfen. Wie bereits gesagt, ist Kultur für die Cultural Studies nichts Aussergewöhnliches. Im Gegenteil, Kultur ist, wie Raymond Williams insistiert, gewöhnlich: *culture is ordinary* – ist Teil des Alltags. Sie ist damit keine Angelegenheit des rein Geistigen oder Vergeistigten, wie dies die Hochkultur zu sein vorgibt. Kultur ist affektiv, ist durchzogen von Gefühlsstrukturen, von *structures of feeling* (man denke nur an Fan-kulturen), die die Alltagserfahrungen einer Gemeinschaft miteinander verbinden. Sie ist ausserdem, wiederum mit Williams, eine ganze, umfassende Lebensweise, *a whole way of life*. Das heisst, es lässt sich in der Gesellschaftstopographie kein spezifischer Ort der Kultur zuordnen. Wir alle schwimmen, um ein abgegriffenes Bild zu verwenden, in Kultur wie Fische im Wasser. Es gibt also kein Leben und keinen gesellschaftlichen Ort jenseits von Kultur. Zugleich ist Kultur nicht nur ein *whole way of life*, sondern auch, wie Edward P. Thompson anmerkt, ein *whole way of conflict*. Man darf sich Kultur nicht als in Benetton-Farben getauchtes friedlich-fröhliches Nebeneinander vorstellen. Die Elemente einer Kultur stehen zueinander in Beziehung innerhalb einer umfassenden Konfliktart, worunter Thompson eine Form des Kampfes auch zwischen Lebensweisen versteht.

Der letzte Punkt – Kultur als Konfliktfeld – ist entscheidend, denn er verweist besonders deutlich auf die Kategorie der Macht. Eine Cultural Studies-Analyse, die diese Kategorie nicht in den Blick nimmt, ist keine. Wie wäre die Konstruktion (in den Cultural Studies oft genannt: Artikulation) kultureller Identitäten beschreibbar ohne Berücksichtigung der Machtverhältnisse, denen jede Artikulation und jede Identität eingeschrieben ist? Identitäten stehen nicht in einem gleichberechtigten Nebeneinander, sondern werden in Form von Dominanz- und Unterordnungsverhältnissen artikuliert, man denke nur an Geschlechtsidentität, Zwangsheterosexualität, Klassenidentität oder an rassistische Zuschreibungen. Kultur ist zugleich das Terrain auf dem und das Werkzeug mithilfe dessen diese Artikulation vonstatten geht. Damit wird Kultur zu einer politischen

medien heft

Kategorie. Kulturelle Identität wird nicht um ihrer selbst willen analysiert, sondern um Licht auf Machtverhältnisse zu werfen, die eben nie allein ökonomischer Art sind, wie man das wohl im Marxismus noch sehen mochte, sondern immer auch kultureller Art. Kultur, Identität und Macht bilden somit etwas wie ein "magisches Dreieck":



Diese nicht gerade überkomplexe Grafik soll vor allem eines veranschaulichen: Die Kategorien von Kultur, Identität und Macht stehen in einem untrennbaren Wechselverhältnis. Keine ist ohne die beiden anderen zu haben. Eine Cultural Studies-Analyse zeichnet sich dadurch aus, dass die Kategorie Kultur nur eingesetzt werden kann, wenn zugleich die Kategorie der identitätsproduzierenden Macht aufgerufen wird – denn sonst handelt es sich, wie gesagt, nicht um eine Cultural Studies-Analyse sondern um Pop-Feuilleton. Genauso wenig kann von kultureller Identität die Rede sein, ohne dass von ihrer macht-basierten Durchsetzung – ihrer Artikulation in Dominanz- und Subordinationsverhältnissen – zu sprechen ist. Und eine Analyse von Macht selbst (im Unterschied zu reinem Zwang und blosser Gewalt) muss immer auch Kultur als das eigentliche Medium der Macht berücksichtigen, das heisst als das Terrain, auf dem Identität konstruiert wird. Damit sind wir einer Arbeitsdefinition nicht nur von Kultur als politischer Kategorie, sondern auch von Cultural Studies als intellektueller Unternehmung nahe gekommen. Ich schlage also folgende Definition vor, basierend auf dem "magischen Dreieck" der Kultur:

Cultural Studies sind jene intellektuelle Praxis, die untersucht, wie soziale und politische Identität qua Macht im Feld der Kultur (re-)produziert wird.

Zwei ergänzende Anmerkungen scheinen mir noch von Bedeutung: Erstens muss nochmals unterstrichen werden, dass es sich bei diesem Dreieck um keine Topographie des Sozialen handelt. Genauso wenig wie Kultur an einem bestimmten Ort der Gesellschaft lokalisiert werden kann, kann Macht an einem bestimmten Ort – sei es in der Politik oder in den staatlichen Zwangsapparaten – lokalisiert werden. Aus diesem Grund "erzeugt" Macht genau genommen nicht Identität, etwa als eine Art geheimer Drahtzieher, sondern Macht ist in der Identität selbst: Identität (und damit Kultur) ist Macht. Zweitens stehen Cultural Studies mitten in diesem Dreieck, nicht darüber. Die Vorstellung der wissenschaftlichen Vogelperspektive muss zurückgewiesen werden. Cultural Studies sind selbst eine kulturelle Praxis und also macht-basiert. Genau dies ist nun aber auch der Grund, warum sie überhaupt bewusst eingreifen können (etwa im Rahmen der New Left oder der Erwachsenenbildung): Das Wissen, das sie produzieren, wird als gesellschaftlich positioniert erkannt und lässt sich daher bewusst neu positionieren. Die Wissensproduktion der Cultural Studies dient der bewussten Intervention. Dazu Richard Johnson:

"Ob die Cultural Studies sich nun eher mit den abstrakteren öffentlichen Wissens- und Erkenntnisformen und den ihnen zugrunde liegenden logischen und definitorischen Bestimmungen befassen, oder die privaten Bereiche der Kultur zu ihrem Untersuchungsobjekt kürren, sind sie doch immer notwendigerweise tief in Machtverhältnisse verstrickt. Die Cultural Studies sind Bestandteil des Kreislaufs, den sie beschreiben wollen. Sie können die Beziehungen zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen kontrollieren und kritisieren. Sie können in die Überwachung untergeordneter Gruppen einbezogen oder in Kämpfe um eine angemessenere Darstellung dieser Gruppen verwickelt werden. Sie können Teil des Problems oder Teil der Lösung werden. (Darum müssen wir, wenn wir uns den verschiedenen Formen der Kulturforschung zuwenden, nicht nur nach Objekten, Theorien und Methoden, sondern auch nach den politischen Grenzen und Potentialen unterschiedlicher Standpunkte in dem Kreislauf fragen.)" (Johnson 1999: 158f.)

Der Medienbegriff der Cultural Studies

Es wird nicht überraschen, dass der politische Kulturbegriff der Cultural Studies auf ihren Medienbegriff durchschlägt, ja durchschlagen muss. Was unterscheidet also "Media Studies" (worunter ich der Kürze halber medienwissenschaftlich orientierte Cultural Studies verstehe) von herkömmlicher Medientheorie und Kommunikationswissenschaft? Die in den 1970er Jahren unter Stuart Hall geleistete Arbeit am Birminghamer "Centre for Contemporary Cultural Studies" (und zwar in der sogenannten "Media Group" des CCC) ist nach wie vor eine der wesentlichen Grundlagen für die Media Studies, gerade in Hinsicht auf eine Dekonstruktion der Annahmen traditioneller Medientheorie. Obwohl sie an manchen Stellen kritisiert, erneuert und reformuliert wurden, sind die dort erarbeiteten Media Studies in ihren Grundzügen bis heute von Aktualität. Als Teil der Cultural Studies mussten die Media Studies vor allem mit der so genannten "Mass Communication Research" der amerikanischen Sozialwissenschaften brechen. Stuart Hall (1980) spricht von genau vier Brüchen:

- Erstens mussten die Media Studies mit dem behavioristischen stimulus-response-Modell brechen, in dem von einer direkten Beeinflussung der "audience" durch die Medienbotschaft ausgegangen wird. Stattdessen wurden Medien von Hall et al. als kulturelle und ideologische Kraft verstanden.
- Zweitens wurde mit der Vorstellung gebrochen, die Botschaft sei ein transparenter Träger von Bedeutung. Von hier aus ergab sich ein verstärktes Interesse an der linguistischen und ideologischen Struktur der Botschaften, was zur Übernahme semiotischer und schliesslich diskursanalytischer Modelle führte.
- Drittens wurden traditionelle Konzeptionen einer passiven "audience" (wie sie etwa der "Zuseherforschung" durch die TV-Anstalten zugrunde liegen) ersetzt durch die Konzeption einer aktiveren "audience", die sich die Bedeutung der Botschaften qua Dekodierung selbst erarbeitet, womit auch oppositionelle oder von Seiten des Senders ungewollte Bedeutungen produziert werden können.
- Und schliesslich befasste sich die Media Group mit der Rolle, die die Medien "in der Zirkulation und Sicherung dominanter ideologischer Definitionen und Repräsentationen" (Hall 1980: 118) spielen.

medien heft

Was von Hall in Folge dieses vierfachen Bruchs als eine "Rückkehr der Ideologie in den Medienstudien" beschrieben wurde, sollte in Wahrheit als Rückkehr des Politischen verstanden werden, als Einzug eines politisch definierten Begriffs kultureller Hegemonie, nicht eines bloss "ideologisch" definierten. Denn kulturelle Hegemonie als "Ideologie" zu bezeichnen kann irreführen, da der Ideologiebegriff der 70er Jahre meist die Vorstellung des "falschen Bewusstseins" voraussetzt. Ein falsches Bewusstsein kann es aber nur geben, wenn es auch ein "richtiges" oder "wahres" Bewusstsein gibt. Nur innerhalb eines marxistischen Widerspiegelungsmodells, in dem der Überbau (das Bewusstsein) in direkter Relation zur ökonomischen Basis (zur ökonomischen Position der Träger des jeweiligen Bewusstseins) steht, kann eine solche Wahrheitsrelation angenommen werden (das Bewusstsein ist "richtig", wenn es mit der ökonomischen Position des Agenten korrespondiert, es ist "falsch", wenn es bezüglich letzterer getäuscht oder geblendet wurde). Das Konzept der Hegemonie arbeitet dagegen nicht mit diesen epistemologischen Annahmen. Keine kulturelle Hegemonie ist "wahrer" oder "falscher" nur aufgrund ihres ökonomischen (Klassen-)Charakters.

Mit der Arbeit der Birminghamer Media Studies politisierte sich Medientheorie signifikant – unabhängig von der propagandatheoretischen Frage, ob im engeren Sinn politische Botschaften kommuniziert werden –, denn der Vorgang medialer Kommunikation als solcher wird nun als "Signifikationspolitik" konzeptionalisiert. Den Medien kommt dabei eine zentrale Bedeutung in jenem Vorgang zu, der als "Kampf um Bedeutung" oder "Kampf im Diskurs" paraphrasiert wurde oder etwas weniger martialisch als "politics of signification". Der Begriff Signifikationspolitik beinhaltet, dass die Macht, ein bestimmtes Ereignis zu signifizieren, es mit Bedeutung auszustatten, gesellschaftlich keineswegs gleichmässig verteilt ist (genauso wenig wie sie nur auf Seiten irgendwelcher Unterdrücker lokalisiert ist), sondern sie ist in komplizierte Kräfteverhältnisse eingespant, für die Antonio Gramsci den Vergleich des Stellungskrieges gefunden hatte: Eine politisch-soziale Bewegung übernimmt für Gramsci nicht mit wehenden Fahnen die Staatsmacht (im Sinne eines Bewegungskrieges), sondern verschiebt mühsam bewegliche Fronten zwischen bestimmten Klassenkoalitionen. Die zentrale Rolle, die Medien aus seiner Sicht für jede Analyse von Signifikationspolitiken spielen, erlaubt es Hall nun, Medien überhaupt als "die dominanten Mittel sozialer Signifikation in modernen Gesellschaften" (Hall 1992: 83) zu bezeichnen. Für Hall ist es den Medien im 20. Jahrhundert – aufgrund ihrer ökonomischen, technischen, sozialen und kulturellen Ressourcen – gelungen, eine "entscheidende und fundamentale Führerschaft in der kulturellen Sphäre" (Hall 1979: 340) zu errichten; die Medien hätten Schritt für Schritt die kulturelle und ideologische Sphäre "kolonisiert". Hall spricht ihnen eine dreifache kulturelle Funktion zu:

Als "signifying institutions" stellen die Medien zum Ersten die Mittel zur Verfügung, die es sozialen Gruppen erlauben, sich eine Vorstellung zu machen nicht nur von ihren eigenen Werten, Meinungen und Praktiken, sondern auch von denen anderer Gruppen und Klassen: "This is the first of the great cultural functions of the modern media: the provision and selective construction of social knowledge, of social imaginary, through which we perceive the 'worlds', the 'lived realities' of others, and imaginarily reconstruct their lives and ours into some intelligible 'world-of-the-whole', some 'lived totality'" (Hall 1979: 340f.).

Zum Zweiten ordnen und inventarisieren die Medien das Repertoire an Bildern und Ideen, das es erlaubt, die fragmentierten Teile der Gesellschaft in ein Ganzes, in die Totalität des Sozialkörpers zu imaginieren. Sie erstellen normative und evaluative

medien heft

Klassifikationen und Hierarchien. Ihre Aufgabe ist die des "mappings" eines pluralisierten und fragmentierten Sozialen, d.h. sie kartographieren. Die Medien als "signifying institutions" konstruieren dadurch ein soziales Imaginäres, sie entwerfen ein ganzes Inventarium an Bildern, Lebensstilen und Klassifikationen, das es erlaubt, die soziale Realität zu kartographieren, zu regeln und in eine bestimmte konsensuelle Ordnung und imaginäre Kohärenz zu bringen.

In den Medien werden die verschiedenen Meinungen in die "mystische Einheit des 'Konsenses'" (Hall 1979: 339) reorganisiert. Das schliesst ein, dass die Medien nun nicht mehr als Institutionen verstanden werden können, die diesen Konsensus bloss reflektieren, sondern sie produzieren ihn aktiv, sie sind Konsensmanufakturen. Produkt dieser Manufakturen ist eine "konsensuale Imagination" und "common sense" (Alltagsverstand). Dies ist die dritte kulturelle Funktion der Medien.

Hall macht deutlich, dass die Manufaktur von Konsens nur durch Konflikt und durch Ausschluss möglich ist. In diesem Sinne ist ideologische Arbeit bzw. die Arbeit der Hegemonie zu definieren:

"establishing the 'rules' of each domain, actively ruling in and ruling out certain realities, offering the maps and codes which mark out territories and assign problematic events and relations to explanatory contexts, helping us not simply to know more about 'the world' but to make sense of it. Here the lie, amidst all its contradictions, in conditions of struggle and contradiction, between preferred and excluded explanations and rationales, between permitted and deviant behaviours, between the 'meaningless' and the 'meaningful', between the incorporated practices, meanings and values and the oppositional ones, is ceaselessly drawn and redrawn, defended and negotiated: indeed, the 'site and stake' of struggle." (Hall 1979: 341)

Das Plädoyer der Cultural Studies würde also folgendermassen lauten: Wenn wir der tatsächlichen gesellschaftlichen Rolle der Medien auf die Spur kommen wollen, müssen wir unsere Analysekatoren aus Medien- oder Kommunikationstheorie auf offener See umbauen. Medien wären dann nicht zu verstehen als Mittel der Übertragung von Botschaften, sondern als Institutionen der Erzeugung und Artikulation von konsensualer Bedeutung im Rahmen hegemonialer Auseinandersetzungen.

Oliver Marchart, Mag. Dr. phil, PhD, ist Assistent am Institut für Medienwissenschaften der Universität Basel.

Literatur:

Hall, Stuart (1979): Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. In: Curran, James / Gurevitch, Michael / Wollacott, Janet (Ed.): Mass Communication and Society. London.

Hall, Stuart (1980): Introduction to Media Studies at the Centre. In: ders. (Ed.): Culture, Media, Language. London.

Hall, Stuart (1982): The rediscovery of 'ideology': return of the repressed in media studies. In: Gurevitch, Michael / Bennett, Tony / Curran, James / Wollacott, Janet (Ed.): Culture, Society and the Media. London.

Hall, Stuart (1999): Ein Gefüge von Einschränkungen. In: Engelmann, Jan (Hrsg.): Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader. Frankfurt am Main, New York.

Hoggart, Richard (1957): Uses of Literacy. London.

Johnson, Richard (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger / Göttlich, Udo / Winter, Carsten (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg.

Lindner, Rolf (2000): Die Stunde der Cultural Studies. Wien.

Lutter, Christina / Reisenleitner, Markus (1998): Cultural Studies. Eine Einführung. Wien.

Marchart, Oliver (2001): Der Cultural Turn zur Akademie und zurück. Kulturstudien zwischen Institutionalisierung, Disziplinierung und dem Theorie-Praxis-Gap. In: Ute Meta Bauer (Hrsg.): Education, Information, Entertainment. Aktuelle Ansätze künstlerischer Hochschulbildung. Wien.

Thompson, Edward P. (1987): Die Entstehung der englischen Arbeiterklasse. Frankfurt am Main.

Williams, Raymond (1958): Culture and Society 1780-1950. London.

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html