

Tanja Thomas (Hrsg.)

Medienkultur und soziales Handeln

# Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von  
Andreas Hepp  
Friedrich Krotz  
Waldemar Vogelgesang

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

Tanja Thomas (Hrsg.)

# Medienkultur und soziales Handeln

unter Mitarbeit von Marco Höhn



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.  
[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-15128-1

# Inhalt

<i>Tanja Thomas</i>	
Vorwort .....	7
<i>Tanja Thomas &amp; Friedrich Krotz</i>	
Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung .....	17
<i>Friedrich Krotz</i>	
Kultureller und gesellschaftlicher Wandel im Kontext des Wandels von Medien und Kommunikation .....	43
<i>Andreas Hepp</i>	
Netzwerke der Medien – Netzwerke des Alltags: Medienalltag in der Netzwerkgesellschaft .....	63
<i>Jutta Röser &amp; Nina Großmann</i>	
Alltag mit Internet und Fernsehen: Fallstudien zum Medienhandeln junger Paare .....	91
<i>Christine Dietmar</i>	
„Wir telefonieren jeden Abend ... das ist uns ganz wichtig.“ Rituale bei der mediatisierten Kommunikation in Paarbeziehungen .....	105
<i>Katja Scherl</i>	
„Det is doch wie Kino.“ Marlon Brandos „Der Wilde“ als Vor- und Abbild jugendlicher Subkultur .....	119
<i>Udo Göttlich</i>	
Aspekte der Alltagsdramatisierung in der Medienkultur: Produzierte Wirklichkeiten in mediensoziologischer Perspektive .....	143
<i>Elisabeth Klaus</i>	
Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens .....	157
<i>Waldemar Vogelgesang</i>	
Symbiotische Religiosität: Die jugend- und medienkulturelle Rahmung religiöser Erfahrung auf dem XX. Weltjugendtag 2005 in Köln .....	175

*Marco Höhn*

- Visual kei: Vom Wandel einer ‚japanischen Jugendkultur‘  
zu einer translokalen Medienkultur ..... 193

*Gabriele Klein*

- BilderWelten – KörperFormen:  
Körperpraktiken in Mediengesellschaften ..... 209

*Tanja Thomas*

- Körperpraktiken und Selbsttechnologien in einer Medienkultur:  
Zur gesellschaftstheoretischen Fundierung aktueller Fernsehanalyse ..... 219

*Michael Jäckel*

- „... daß dieses Alles nicht alles sei.“  
Über den Zusammenhang von Werbung, Konsum und Zufriedenheit ..... 239

*Gerd Hallenberger*

- „Das ganze Leben ist ein Quiz.“  
Spiele im Fernsehen im alltagskulturellen Kontext ..... 259

*Jörg-Uwe Nieland & Ingrid Lovric*

- „Ein Kreuz für Deutschland.“  
Chancen und Grenzen unterhaltender Politikvermittlung ..... 277

*Rainer Winter*

- Widerständige Sozialität im postmodernen Alltagsleben:  
Das Projekt der Cultural Studies und  
die poststrukturalistische Diskussion ..... 299

- Verzeichnis der Autorinnen und Autoren ..... 317

## Vorwort

Tanja Thomas

Der Begriff ‚Medienkultur‘ weist darauf hin, dass Medien in Alltagskulturen eine zentrale Rolle spielen: Generell unterstützen sie die soziale Organisation und Strukturierung des Alltags, stimmen ein auf verschiedene Phasen des Alltags, helfen einerseits, Belastungen und Konflikte zu bewältigen und die Beziehungen zwischen den Familienmitgliedern, Geschlechtern, gesellschaftlichen Gruppen zu regeln und werden zudem andererseits auch als Mittel der symbolischen Abgrenzung von ‚den anderen‘ eingesetzt, als Kampffeld um Rechte und Selbstständigkeit. Zudem liefern Beiträge u.a. von VertreterInnen der Cultural Studies wichtige Hinweise für eine weiterführende theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff, indem sie auffordern, Medien nicht nur als Vermittlungs- und Beobachtungsinstanzen, sondern auch als selbst gestaltender Teil gegenwärtiger Kultur, als tragende Elemente des Kulturellen zu verstehen.

Eine detaillierte Betrachtung des Forschungsstands führt hingegen zu der Feststellung, dass ‚Medienkultur‘ derzeit eher der Wert einer Zeitdiagnose zukommt als einem ausreichend theoretisch fundierten Konzept, auf das wissenschaftliche Diskurse aufbauen können. Insofern wurden hinsichtlich der Vorbereitung des vorliegenden Bandes *zwei Ziele* verfolgt:

Ausgehend von der Bedeutung von Mediengebrauch durch die handelnden Subjekte, die Medien aktiv im Alltag nutzen und sich mediale Deutungsangebote aneignen, sollten *Dimensionen der These ‚Wir leben in einer Medienkultur‘ theoretisch und empirisch erschlossen* werden. In diesem Sinne haben wir den wissenschaftlichen Dialog mit der Ringvorlesung „Medienkultur und soziales Handeln“, die im Wintersemester 2005/2006 an der Universität Lüneburg stattgefunden hat, angeregt. Es wurden Kolleginnen und Kollegen eingeladen, deren Arbeiten einerseits ihr Interesse an der Reflexion der gesellschaftlichen Bedeutung von Medien und medialen Deutungsangeboten im Gebrauch belegen und die andererseits Medienhandeln unter Berücksichtigung spezifischer sozialer Positionierungen der Akteure in ihrer Einbettung in lokalen bzw. globalen gesellschaftlichen Kontexten betrachten. In ihren Vorträgen beleuchteten sie Bereiche des Alltagslebens, in denen Medienerfahrungen und Medienhandeln mit Alltagserfahrungen und Alltagshandeln verschränkt sind. Mediatisiertes soziales Handeln hinsichtlich seines Potenzials zur Reproduktion sozialer Strukturen und Beziehungen zu diskutieren, war ein weiterer zentraler Aspekt der Beiträge und Diskussionen im Rahmen der Vorlesungsreihe.

Parallel dazu wurden die Überlegungen zu einer *theoretischen Konturierung des Begriffs ‚Medienkultur‘* weiterentwickelt. Dabei konnte an die instruktiven

Vorträge und Diskussionen im Rahmen der Ringvorlesung produktiv angeknüpft werden. Auch dafür gebührt allen ReferentInnen bzw. AutorInnen des Bandes nachdrücklich ein herzliches Dankeschön.

Ihre Impulse sind eingeflossen in den einführenden Beitrag *Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung*. In diesem Text rekonstruieren *Tanja Thomas* und *Friedrich Krotz* zunächst Begriffsverwendungen von ‚Medienkultur‘ und ‚Mediengesellschaft‘ und begründen, weshalb das bisher in der Kommunikationswissenschaft kaum ausreichend reflektierte Konzept der ‚Medienkultur‘ in den Vordergrund gestellt wird. Gleichwohl wird gefordert, die beiden Begriffe ‚Medienkultur‘ und ‚Mediengesellschaft‘ in ihrer analytischen Brauchbarkeit zusammen zu denken. Da das Verhältnis von Kultur und Gesellschaft auf allen Teilfeldern auch in einem globalen Rahmen immer wieder neu bestimmt werden muss, entwickeln die Autoren Vorschläge zu einer Perspektivenverschränkung. Um insbesondere den immer wieder auch statisch verstandenen Begriff der Medienkultur nachdrücklich prozessual zu fassen, wird anschließend der Begriff der ‚Mediatisierung‘ eingeführt, der auf den Wandel gesamtgesellschaftlicher, zugleich aber auch individueller medialer Potenziale und darauf bezogener Kommunikationspraktiken auf unterschiedlichen Ebenen fokussiert. Damit zusammenhängende Folgen für Alltag und Lebensbereiche, Wissensbestände, Identität und Beziehungen der Menschen sowie für Kultur und Gesellschaft kommen somit in den Blick – und damit Bereiche des Alltagslebens, die in den Beiträgen des vorliegenden Bandes thematisiert werden. Sie beleuchten, wie Medien- und Alltagserfahrungen zu Weisen verknüpft werden, in denen Konsum, Körper und Schönheit, Paar- und Geschlechterbeziehungen, Freundschaften, Spiel, politische Partizipation oder Religion/Glaube erlebt und gestaltet werden.

Mit der Betonung eines prozessualen Verständnisses von Medienkultur, die eine Symbol- als auch Handlungsdimension umfasst, stellt sich zudem die Herausforderung der Auseinandersetzung mit kulturellen Formen und den Prozessen des Machens, Aushandelns, Fabrizierens, Inszenierens, in denen Kultur in der Gegenwart geschaffen wird. Hier wird ein Handlungsbegriff vorgeschlagen, der sich nicht auf individualistische Theorien des Handelns aus Eigenschaften, Zielen oder Absichten einzelner Individuen stützt, sondern die einzelne Handlung als Teil von kollektiven Handlungsgefügen und sozialen Praktiken betrachtet, die nur gesellschaftlich situiert zu verstehen sind. Insofern Mediengebrauch kulturelles Handeln im Alltag und für den Alltag ist, werden ein Verständnis von Alltag ausgearbeitet und Fragestellungen anhand von beobachtbarem Alltagshandeln in Medienkulturen entwickelt – inwiefern diese weitere theoretische, empirische und gesellschaftliche Herausforderungen bereithalten, wird anhand vorliegender Studien gezeigt und hinsichtlich des weiteren Forschungsbedarfs perspektivisch formuliert.

*Friedrich Krotz* entwickelt seine Überlegungen zum Thema *Kultureller und gesellschaftlicher Wandel im Kontext des Wandels von Medien und Kommunikation* zunächst ausgehend von face-to-face Kommunikation als dem Muster

von Kommunikation und führt ein Verständnis von Medien als Instrumenten einer Modifikation von Kommunikation ein. Anschließend systematisiert er die uns heute zur Verfügung stehenden Typen mediatisierter Kommunikation und entfaltet die Dimensionen der Bedeutung der Medien für das Zusammenleben der Menschen, für Kultur und Gesellschaft. Mit dem Ziel einer theoretischen wie empirischen Durchdringung des gesellschaftlichen Wandels in einer Medienkultur schlägt er den Begriff des ‚Metaprozesses‘ vor: Globalisierung, Individualisierung, Mediatisierung und Ökonomisierung/Kommerzialisierung werden im Anschluss als Metaprozesse charakterisiert und miteinander in Beziehung gesetzt. Die Auseinandersetzung insbesondere mit Besonderheiten aktueller Mediatisierungsprozesse führt schließlich zu Fragen nach Veränderungen von Wissensbeständen und Wissensdifferenzen, Sozialisationsbedingungen, Veränderungen der Beziehungen der Menschen zueinander, Veränderungen des Alltags und seiner Struktur – Prozessen also, die hinsichtlich Kultur und Gesellschaft Formen von Integration und politischen Verhältnissen als auch die Ökonomie und deren Bedeutung für die Menschen verändern.

Auch *Andreas Hepp* beschäftigt sich in seinem Beitrag *Netzwerke der Medien – Netzwerke des Alltags: Medienalltag in der Netzwerkgesellschaft* mit der Frage, wie der Alltag in Medienkulturen, in dem sich letztlich die Aneignung von Medien vollzieht, angemessen beschrieben werden kann. In diesem Sinne entfaltet er den Begriff der Netzwerkgesellschaft als Gesellschaftsdiagnose; um diese kommunikations- und medienwissenschaftlich weiter auszuformulieren, greift er auf die Begriffe ‚Konnektivität‘, ‚Netzwerk‘ und ‚Fluss‘ als Beschreibungsmetaphern für soziokulturelle Phänomene zurück. Damit diese für empirische Analysen des Medienalltags fruchtbar gemacht werden können, verknüpft er seine Überlegungen mit einem soziologisch fundierten Alltagskonzept. Auf diese Weise, so argumentiert Hepp, bieten sich die Konzepte ‚Konnektivität‘, ‚Netzwerk‘ und ‚Fluss‘ insbesondere auch für eine medienübergreifende Betrachtung von Medienalltag und dessen Wandel an und lassen sich auf verschiedene Kontextbereiche produktiv übertragen.

Soziales Handeln in Medienkulturen wird in den folgenden Beiträgen auch auf der Basis empirischer Untersuchungen thematisiert. Mit Blick auf verschiedene Aspekte zeigen die Texte mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung, wie Mediengebrauch kommunikative Praktiken – allgemeiner: soziales Handeln – verändert und damit die räumliche und zeitliche Konstitution des sozialen und kulturellen Lebens transformiert. Dies betrifft individuelle, alltägliche Lebensführung, Subjekt-, Identitäts- und damit auch Körperverständnisse, die Gestaltung und Form persönlicher Beziehungen in Paarbeziehungen, Freundschaften und Gemeinschaften. Zugleich sind damit Normen- und Wertvorstellungen verknüpft, was wiederum die Handlungsmächtigkeit unterschiedlicher Gruppen, Machtbeziehungen und Demokratie prägt.

Die ersten beiden Beiträge konzentrieren sich auf mediatisierte kommunikative Praktiken im Alltag junger Paare und zeigen, wie Mediengebrauch Zusammenleben und Kommunikation in Liebesbeziehungen gestaltet. In ihrem Beitrag

*Alltag mit Internet und Fernsehen* beschäftigen sich Jutta Röser und Nina Großmann mit dem Zusammenhang von Medien- und Alltagshandeln und argumentieren, dass sich Mediennutzung nur im Kontext des gesamten Medienmenüs und des nicht-medialen Alltagshandelns erschließt. Anhand der Ergebnisse ethnographisch orientierter Fallstudien wird deutlich, wie sich vor dem Hintergrund von Prozessen der Digitalisierung und Mediatisierung und des Trends zu personalisierten Technologien der häusliche Alltag und das Zusammenleben verändern: Onlinemedien, so zeigen die Autorinnen vor dem Hintergrund ihrer Analysen des Mediengebrauchs junger Paare, werden in erster Linie als Informations- und Kommunikationsmedien, das Fernsehen dagegen überwiegend als Gemeinschaftsmedium genutzt. Da Computer und Internet vornehmlich als personalisierte Technologien gebraucht werden, um Alltagspflichten und -interessen umzusetzen, führt dies somit keinesfalls zu einem Bedeutungsverlust des Fernsehens als Medium zur Unterhaltung und Entspannung. Mediennutzung, so demonstriert damit dieser Beitrag überzeugend, kann nur in seiner Einbettung in soziale Prozesse und personale Kommunikation angemessen verstanden werden.

Auch Christine Dietmar untersucht in ihrem Beitrag *„Wir telefonieren jeden Abend ... das ist uns ganz wichtig“* das Medienhandeln junger Paare. Sie analysiert in einer innovativen empirischen Arbeit nicht die direkte face-to-face Kommunikation, sondern die heutzutage alltägliche mediatisierte Kommunikation zwischen Liebespaaren per Mobiltelefon und Internet. Dietmar widmet sich dabei insbesondere Ritualen in der Kommunikation in Paarbeziehungen und zeigt, dass ritualtheoretische Annahmen die Analyse von mediatisierten Kommunikationsprozessen sinnvoll erweitern können, indem sie der Dynamik der kommunikativen Handlungen besser gerecht werden. Dietmars Analyse der Kommunikation in Liebesbeziehungen legt zeremonielle Dimensionen der Kommunikation offen, deren Rituale eine erfolgreiche Stabilisierung der Partnerschaft ermöglichen, aber auch nicht frei von bislang kaum beachteten medieninduzierten kommunikativen Problemen sind.

Wie populärkulturelle Angebote in Kino, Fernsehserien und Reality-TV, ihre diskursive Verarbeitung und Aneignung Selbst-, Gemeinschafts- und Gesellschaftsbilder in Medienkulturen vermitteln, wird in den folgenden drei Beiträgen aufgezeigt. Dass mediale (Re-)Produktionen dominanter Norm- und Wertevorstellungen ohne Einbindung in gesellschaftliche Metaprozesse wie Individualisierung, Kommerzialisierung und Globalisierung nicht angemessen zu verstehen sind, wird damit überzeugend verdeutlicht:

In ihrem Beitrag *„Det is doch wie Kino.“ Marlon Brandos „Der Wilde“ als Vor- und Abbild jugendlicher Subkultur* geht Katja Scherl von dem Diskurs über die ‚Halbstarken‘ in der Bundesrepublik der 50er Jahre aus, der durch den Film *„Der Wilde“* maßgeblich geprägt wurde. Vor diesem Hintergrund kann sie exemplarisch zeigen, wie sich Jugendkulturen über spezifischen Mediengebrauch konstituieren, indem sich Jugendliche mediale Deutungsangebote aneignen und sich damit in ‚symbolischer Arbeit‘ in neue Selbstdarstellungsformen einüben

und diese aufführen. Die Rekonstruktion der eigensinnigen Aneignung populärkultureller Medienangebote durch Jugendliche einerseits und des medialen Diskurses über diese Praktiken andererseits vermittelt dabei Einsichten in den komplizierten Prozess der Aushandlung des ‚Normalfeldes deutscher Identität‘. Die Analyse eines medialen Deutungsangebots, seiner Aneignung durch eine spezifische Gruppe und seine Verarbeitung im medialen Diskurs erhellt somit das Verständnis von Modifikations- und Erweiterungsprozessen im Zusammenleben einer sich wandelnden Gesellschaft.

*Aspekte der Alltagsdramatisierung in der Medienkultur* lautet der Titel des Beitrags von *Udo Göttlich*, in dem er sich mit der Inszenierung bzw. Dramatisierung des Alltags bzw. von Privatheit und Öffentlichkeit in der Medienkultur beschäftigt. Aus mediensoziologischer Perspektive beschreibt er Funktionen und Bedeutungen der Darstellung von Alltag insbesondere im Fernsehen und betont, dass Alltagsdramatisierung in produzierten Wirklichkeiten als Prozess verstanden werden kann, der die Mediennutzung und die sozialen Funktionen von Medien insbesondere für Jugendliche nachhaltig verändert. Hierbei spielt vor allem die Strategie der Diversifizierung von Medienangeboten z.B. hinsichtlich Casting-Shows eine wichtige Rolle, um eine Ansprache an sich ständig wandelnde und instabile Vergemeinschaftungen wie Szenen zu ermöglichen und so verschiedene Stilformen zu berücksichtigen. Göttlich weist somit darauf hin, dass die Beachtung von Alltagsdramatisierungen neben weiter zu erforschenden Trends wie Eventisierung und Kommerzialisierung einen gewichtigen Beitrag zur Erklärung gegenwärtigen kulturellen Wandels liefern kann.

In ihrem Beitrag *Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens* thematisiert *Elisabeth Klaus* Reality TV als Ausdruck gegenwärtiger gesellschaftlicher Entwicklungen sowie als Lieferant von Vorlagen für Identitätsräume. In Prozessen, die häufig mit den Begriffen ‚Individualisierung‘ und ‚Differenzierung‘ beschrieben werden, müssen Normen und Werte neu verhandelt werden. Das Fernsehen und insbesondere Formate des sich stetig wandelnden Hybridgenres Reality TV mit ihrem Versprechen einer Einsicht in die Lebensentwürfe anderer stellen dafür, so Klaus, Material bereit. ‚Grenzübertretungen‘ sind dabei ein konstituierendes Merkmal des Reality TV: Die Dichotomien von Information und Unterhaltung, Öffentlichkeit und Privatheit, Authentizität und Inszenierung werden infrage gestellt und die Formate sind gekennzeichnet durch ein Changieren zwischen Alltag und Exotik, Gewöhnlichem und Ungewöhnlichem. Hinsichtlich der Konstruktionen von Geschlecht, nationaler Identität und Klasse jedoch, so zeigt Klaus vor dem Hintergrund ihres profunden Überblicks zum Forschungsstand, bieten aktuelle Formate vor allem Vorlagen für traditionelle Identitätsentwürfe an und transportieren eine vorwiegend neoliberale Ideologie – auch wenn diese in der Neuaushandlung kultureller und gesellschaftspolitischer Fragen gebrochen werden kann.

Ein besonderes Augenmerk auf mediatisierte jugendkulturelle Praktiken und Vergemeinschaftungsprozesse richten die beiden folgenden Beiträge. Während

der erste Beitrag ein Medienevent als Ausgangspunkt kommunikativer Praktiken Jugendlicher untersucht, betrachtet der zweite deterritorialisertes mediatisiertes Handeln junger Menschen.

*Waldemar Vogelgesang* untersucht in seinem Beitrag mit dem Titel *Symbiotische Religiosität* religiöses Handeln Jugendlicher in Zeiten individualisierter, eventisierter und vor allem mediatisierter Religionen am Beispiel des Medienevents des 20. Weltjugendtages 2005. Er weist nach, dass für junge Christinnen und Christen Sakrales und Profanes, Fun und Evangelium nicht mehr zwei verschiedene Welten sind, sondern vielmehr miteinander verschmelzen. Zugleich werden dabei (neue) Religions- und Spiritualitätserfahrungen ermöglicht, die im Mittelpunkt religiöser Interessen Jugendlicher stehen. Diese empirische Analyse neuartiger Formen des Religiösen, die in einem größeren Forschungszusammenhang multiperspektivisch untersucht werden, zeigt darüber hinaus, dass die katholische Kirche hybridisierte Events strategisch einsetzt, um sich den Wandel in den religiösen Bedürfnissen Jugendlicher nach ‚Papst‘ und ‚Party‘ zielgerichtet nutzbar zu machen.

*Marco Höhn* zeichnet anhand des Wandels der japanischen Jugendszene *Visual kei* zu einer deterritorialiserten Medienkultur die Kreislaufstruktur von Produktion, Repräsentation und Aneignung vor allem am Beispiel der szenespezifischen Aneignungsform des *Cosplay* nach. Bei dieser bislang empirisch nicht beachteten Jugendszene, die als ästhetisch radikaler Teil des massiven Auftretens originär japanischer Populärkultur und deren Versatzstücke angesehen werden kann, zeigt sich laut Höhn eine möglicherweise prototypische Entwicklung neuartiger Jugendkulturen, die sich über vollständige Mediatisierung und damit bisher kaum in dieser Art und Weise beobachteten Transformationen kommunikativen Handelns konstituiert.

Medienrepräsentationen, Mediengebrauch und -handeln auch hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Wahrnehmung, Erfahrung und Hervorbringung des eigenen Körpers und diesen damit auch als Agens der Wirklichkeitserzeugung zu verstehen, ist das Anliegen der Beiträge von Gabriele Klein und Tanja Thomas.

In ihrem Beitrag mit dem Titel *BilderWelten – KörperFormen: Körperpraktiken in Mediengesellschaften* beschäftigt sich *Gabriele Klein* mit Diskursen um den Körper in Bildkulturen bzw. Mediengesellschaften, in denen aus ihrer Sicht reale Körper vorrangig als Körper-Bilder wahrgenommen werden. Im Übergang von der Industriegesellschaft zur Mediengesellschaft sei der Körper der industriellen Arbeit unwichtig geworden. Die Ökonomien der Mediengesellschaft, so Klein, produzieren und benötigen einen anderen Körper als noch die Industriegesellschaften – einen Körper, der vor allem der öffentlichen Inszenierung und sozialen Positionierung des Subjektes dient und der die individuelle Pflicht zur Ästhetisierung des Körpers zur sozialen Notwendigkeit macht. Vor diesem Hintergrund plädiert Klein für eine Erweiterung der soziologischen Handlungstheorien um körperliche Dimensionen des Handelns, die bisher eher unbedacht geblieben sind: Das Subjekt müsse nicht nur als mit dem Körper handelnd, sondern als Körper agierend, d.h. Wirklichkeit herstellend und sich zugleich als

Körper erfahrend betrachtet werden. Im Bewegungsakt, im gelungenen Handlungsvollzug wird der Bild-Körper zum Körper-Bild, d.h. zum inneren Bild des Körpers. Und erst in der Performanz entscheidet sich, ob und wie der Bild-Körper zur Erfahrung und der Körper zum Wirklichkeitsproduzenten werden.

In ihrem Beitrag *Körperpraktiken und Selbsttechnologien in einer Medienkultur: Zur gesellschaftstheoretischen Fundierung aktueller Fernsehanalyse* geht Tanja Thomas von der These aus, dass die Verbreitung und Akzeptanz medialer Angebote ohne Berücksichtigung der jeweiligen dominanten politischen Rationalitäten nicht zu verstehen sind. Empirische Untersuchungen – beispielsweise aktueller Unterhaltungsformate – an die Analyse zeitgenössischer, gesellschaftlich dominanter Diskurse anzubinden, in denen derzeit die Anrufung des unternehmerischen Selbst eine zentrale Rolle spielt, ist eine Aufgabe, der sie sich anhand medial repräsentierter Körperpraktiken in Lifestyle-TV-Formaten exemplarisch annimmt. Ihre Analysen aktueller OP-, Model- und Castingshows sind geprägt durch den Einbezug von Modellen zur Performativität des sozialen Handelns und inspiriert durch eine Auseinandersetzung mit den Studien zur Gouvernementalität, die an Michel Foucaults späte Arbeiten anknüpfen. Entsprechend einer Auffassung von Kultur als Praxis argumentiert sie, medial inszenierte Körperpraktiken als Teil eines „doing culture“ zu begreifen, das die (Re-) Produktion sozialer Verhältnisse und Beziehungen verwirklicht.

Die Einbindung in Konsumorientierung und Ökonomisierungsprozesse über Medienangebote und Medienhandeln thematisieren die Beiträge von Michael Jäckel und Gerd Hallenberger:

Michael Jäckel setzt sich mit dem *Zusammenhang von Werbung, Konsum und Zufriedenheit* auseinander. Insbesondere aus einer historisch entwickelten Perspektive zeigt sich, dass gerade der unstete Wechsel im Zyklus zwischen Zufriedenheit und Unzufriedenheit das konsumorientierte Handeln des Individuums antreibt, während Werbung vorrangig den Handlungsrahmen darstellt. Zur Entwicklung seiner Argumentation rekurriert Michael Jäckel auf Klassiker der Konsumsoziologie. Damit wird beispielsweise der Wandel der Werbung vor dem Hintergrund der Veränderung von Produktionsstrukturen, Besitz- und Herrschaftsverhältnissen und Sozialstrukturen verständlich und Subjektkonstitution – wie die Konstruktion der Konsumentin durch Werbung im Zuge der Entstehung der modernen Konsumgesellschaft – nachvollziehbar. Heute, so Jäckel, leiste Werbung einen signifikanten Beitrag zu der Wahrnehmung des modernen Lebens, dem in einem zu kurzen Zeitraum zu viele Angebote gemacht werden. Dennoch gründe der Zyklus von Zufriedenheit und Unzufriedenheit nicht allein auf der Werbung; das Fortschrittsparadoxon, dass der Mensch in der modernen Kultur trotz Steigerung der Möglichkeiten nie zufrieden ist, bleibe stets bestehen.

In seinem Beitrag „*Das ganze Leben ist ein Quiz.*“ *Spiele im Fernsehen im alltagskulturellen Kontext* betrachtet Gerd Hallenberger Medienspiele als dominante Wirklichkeitsmodelle im Fernsehen und das Fernsehen als Spielmedium. So lautet eine seiner Ausgangsfragen: „Welche Sicht auf je zeitgenössisches

Leben bietet die Geschichte der Spielshows im deutschen Fernsehen?“ Vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen rekonstruiert Hallenberger die Entwicklung von Quizsendungen bzw. Gameshows im gesamtdeutschen Fernsehen anhand von Inhalten, Konzepten und Abläufen. Somit verdeutlicht er den Wandel von der Idee des Quiz als „Abendschule“ in den 50er Jahren bis hin zur Loslösung der Spielkonzepte von verbindlich festgesetzten Normen und Rahmenbedingungen zu beliebig variablen und individualisierten Gewinnkriterien im Prozess der Privatisierung und Durchsetzung des Fernsehens als primäres Unterhaltungsmedium. Werden die Zusammenhänge zwischen Spiel, Medium und Gesellschaft vor dem Hintergrund eines gesellschaftlichen ‚economic turn‘ betrachtet, so veranschaulichen auch sie eine gesellschaftliche Tendenz, durch die eine Vorhersagbarkeit gesellschaftlichen Erfolgs durch Zufall und marktbedingte Willkür abgelöst wird. Die gesellschaftliche Ökonomisierung wird somit in diesem Beitrag in ihrer medial artikulierten Repräsentation diskutiert, deren Alternativlosigkeit zu hinterfragen ist.

Die letzten beiden Beiträge konzentrieren sich – empirisch und theoretisch – explizit auf Perspektiven der Handlungsermächtigung durch Mediengebrauch und Medienhandeln.

Jörg-Uwe Nieland und Ingrid Lovric untersuchen *Chancen und Grenzen unterhaltender Politikvermittlung* und gehen der Frage nach, ob unterhaltungsorientierte Medienangebote das politische Interesse Jugendlicher und ihre Bereitschaft zur Wahlbeteiligung wecken können. Vor dem Hintergrund des Forschungsstands zu politischen Einstellungen und dem (Wahl-)Verhalten Jugendlicher betrachten sie die Mediendaten, die zeigen, dass Jugendliche klassische Informationsangebote nur sporadisch nutzen. Da laut Nieland und Lovric Dimensionen sozialen und politischen Handelns aber auch über Formate des Infotainment vermittelt und „gelernt“ werden können, beschäftigen sie sich u.a. exemplarisch mit einem Unterhaltungsangebot, das während des Bundestagswahlkampfes 2005 ausgestrahlt wurde, sich an jugendliche ZuschauerInnen richtete und Wahlumfragen in den Mittelpunkt rückte – *TV total*, moderiert von Stefan Raab. Nieland und Lovric kommen dabei zu dem Ergebnis, dass spaßorientierte ‚Wahlsondersendungen‘ wie *TV Total* durchaus ansatzweise erkennbares Potenzial zur Politisierung Jugendlicher aufweisen. Zugleich formulieren sie deutliche Kritik an pseudo-informativen Angeboten, die ihres Erachtens vorrangig quotenträchtiges Polit-Entertainment ansteuern. Online-Angebote schneiden aus Sicht der Autoren bezüglich der Frage nach Perspektiven der Politisierung mit bzw. mittels Medien dagegen aufgrund des eher Problem lösenden Ansatzes deutlich besser ab.

*Widerständige Sozialität im postmodernen Alltagsleben: Das Projekt der Cultural Studies und die poststrukturalistische Diskussion* lautet die Überschrift des Beitrages von Rainer Winter, der den Band mit einer Diskussion der Bedingungen und Möglichkeiten widerständigen sozialen Handelns in einer durch Medien geprägten Kultur abschließt. Winter verweist auf bis heute instruktive Arbeiten in der Tradition kritischen Denkens, die die zentrale Bedeutung und

Relevanz des Alltagslebens hervorgehoben haben, die Kritik an der Einbindung des Alltags in den Kapitalismus teilen und auf unterschiedlichen Ebenen nach Perspektiven des ‚Widerstandes‘ fragen. Ausgehend vom Begriff des ‚Widerstandes‘ im Kontext des Poststrukturalismus und in den Analysen der Cultural Studies diskutiert er, inwiefern Widerstand mit Kritik und der Entfaltung von (emanzipatorischen) Möglichkeiten der gesellschaftlichen Transformation verbunden ist. Die Bedeutung des Begriffs ‚Widerstand‘ für die Gegenwart reflektiert er unter Bezug auf Arbeiten von Nietzsche und Foucault und diskutiert anschließend, wie Kritik und Widerstand im heutigen Alltagsleben zu lokalisieren sind – vor allem in den Analysen der Medienkultur, wie sie von den Cultural Studies, insbesondere von Stuart Hall und John Fiske praktiziert werden. Eine Diskussion von Michel de Certeaus Poetik des Alltagslebens erweitert das Verständnis von Widerstand als eine den sozialen Praktiken immanente Potenzialität.

So beschließen wir den Band mit Winters Aufforderung, die ausgehend von den modernen Macht- und Herrschaftsverhältnissen eine Transformation des Alltäglichen in den Blick nimmt: Er plädiert für eine Erforschung des Zusammenhangs von Medienkultur und sozialem Handeln, „indem der Eigensinn von Praktiken analysiert, der sinnliche Erfahrungsmodus betrachtet, die Pluralität von Kultur hervorgehoben und deutlich gemacht wird, wie wichtig diese Aspekte unseres postmodernen Lebens sind, wenn wir dessen Konflikte und Spannungen begreifen, die Möglichkeiten zu kleinen Fluchten erkennen und ausschöpfen oder Bedingungen zur Transformation erfassen möchten“.

Dieser Band wäre ohne die Unterstützung einer Vielzahl von Personen nicht möglich gewesen, denen an dieser Stelle herzlich gedankt werden soll: Marco Höhn hat an der Konzeption und Durchführung der Ringvorlesung mitgewirkt; mit Unterstützung von Sandra Weber und Matthias Berg hat er den Satz, mit Daniel Tepe die Bildbearbeitung vorbereitet.

Friedrich Krotz danke ich für die produktive Coautorenschaft, Jan Pinseler für regen Austausch über ‚Medienkultur‘, Fabian Virchow für inhaltliches Feedback und vielfältige Unterstützung. Maik Philipp (*die texthelfer*) gebührt nachdrücklich mein Dank für sein sorgsames Lektorat und den Satz, Miriam Stehling, Merle Kruse und Ira Hennig für ihr Engagement nicht nur beim Aufspüren von Uneinheitlichkeiten.

Gedankt sei schließlich auch den Herausgebern der Reihe für ihr Interesse und ihre Unterstützung bei der Publikation des Bandes und Barbara Emig-Roller für freundliche wie geduldige Betreuung von Seiten des Verlags für Sozialwissenschaften.

## **Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung**

*Tanja Thomas & Friedrich Krotz*

„Wen sollte das eigentlich mehr fordern als die Kommunikationswissenschaft selbst?“, fragen Imhof et al. (2004: 11) angesichts eines „Imperialismus“ der Medien- und Informationsbegrifflichkeiten in allen Makrotheorien. Ist der Begriff „Medienkultur“ dann lediglich ein paradigmatischer Ausdruck jener hier diagnostizierten Vorherrschaft, deren Legitimität oder Illegitimität zu prüfen wäre? Ist die häufig konstatierte „Mediengesellschaft“ als konkurrierende oder vielleicht doch auch einander wechselseitig konturierende Begriffsalternative ein produktiver Referenzpunkt einer Auseinandersetzung mit „Medienkultur“? Welche Dimensionen erfassen vorliegende Konzepte des Begriffs „Medienkultur“? Und schließlich: Welche wissenschaftstheoretischen und gesellschaftsdiagnostischen Erwartungen können wir formulieren, welche Potenziale birgt „Medienkultur“ als Reflexionsbegriff? Der vorliegende Text kann keine abschließenden Antworten auf all diese vielschichtigen Fragen liefern; zur begrifflichen Schärfung jedoch wird er einen Beitrag leisten.

Derzeit lässt sich den Begriffen „Medienkultur“ und „Mediengesellschaft“ eher der Wert von Zeitdiagnosen zuschreiben als der grundlegender theoretisch fundierter Konzepte, auf die wissenschaftliche Diskurse aufbauen können. Unseren Ausgangspunkt bildet deshalb die Reflexion der beiden Begriffe, die aus ganz unterschiedlichen wissenschaftlichen Traditionen stammen. Erhellend ist in diesem Zusammenhang auch die prinzipielle Betrachtung der Konjunkturen gesellschaftlicher Makroperspektiven. Vor diesem Hintergrund rekonstruieren wir Verwendungsweisen dieser beiden Begriffe, die damit übrigens auch selbst als (Kampf-)Feld wissenschaftlicher Auseinandersetzung und Positionierung erkennbar werden. Dies erlaubt es, den Begriff der „Medienkultur“ neben „Mediengesellschaft“ zu konturieren und zu begründen, weshalb wir dieses bisher in der Kommunikationswissenschaft kaum ausreichend reflektierte Konzept in den Vordergrund unserer weiterführenden Überlegungen stellen. In diesem Zusammenhang entstehen dann zwei weiterführende Fragen:

*Erstens* ist zu diskutieren, wie man den statischen Begriff der Medienkultur prozessual fassen kann, um den im Kontext des Wandels der Medien gerade heute nicht ignorierbaren Prozesscharakter kenntlich, fruchtbar und zugänglich zu machen. In diesem Sinne führen wir den Begriff der *Mediatisierung* ein. Mediatisierung thematisiert insbesondere den Wandel gesamtgesellschaftlicher, zugleich aber auch individueller medialer Potenziale und darauf bezogener

Kommunikationspraktiken auf unterschiedlichen Ebenen.<sup>1</sup> Die damit zusammenhängenden Folgen für Alltag und Lebensbereiche, Wissensbestände, Identität und Beziehungen der Menschen sowie für Kultur und Gesellschaft werden auch in dem vorliegenden Band sichtbar gemacht: Einige Texte beleuchten exemplarisch Bereiche des Alltagslebens, in denen Medien- und Alltagserfahrungen zu jenen Weisen verknüpft sind, in denen Konsum, Körper und Schönheit, Paar- und Geschlechterbeziehungen, Freundschaften, Spiel, politische Partizipation oder Religion/Glaube erlebt und gestaltet werden.

*Zweitens* wirft der Versuch eines Zusammendenkens von Mediengesellschaft und Medienkultur die Frage nach ihren gemeinsamen Grundlagen auf – dies verlangt eine Auseinandersetzung mit dem Begriff des sozialen bzw. kommunikativen Handelns, weil alle soziale und kulturelle Wirklichkeit letztlich durch die Menschen produziert wird. Das Verhältnis von Medienkultur und sozialem Handeln ist schon deshalb komplex, weil auch diese beiden Begriffe vor unterschiedlichen Hintergründen entstanden sind und auch unterschiedlich genau kodifiziert sind: Während „Medienkultur“ als vergleichsweise neuer Begriff kulturwissenschaftlich fundiert ist, ist „soziales Handeln“ in der Soziologie beheimatet.

Da Mediengebrauch u.E. zutreffend als „kulturelles Handeln im Alltag und für den Alltag“ (Weiß 2003: 25) beschrieben werden kann, präzisieren wir schließlich unser Verständnis von „Alltag“ im Zusammenhang mit dem entwickelten Verständnis von Medienkultur. Als Modus sozialen Handelns kann „Alltag“ als Bezugsrahmen beschrieben werden, in dem die Menschen unter ihren Lebensbedingungen Wandlungsprozesse bewältigen. Da diese Wandlungsprozesse aktuell maßgeblich zugleich durch Mediatisierung, Globalisierung und Ökonomisierung geprägt werden, ist insbesondere eine weiterführende Entwicklung von Perspektiven gesellschaftstheoretisch fundierter Medienanalysen zur Untersuchung des Alltagshandelns in Medienkulturen gefordert. Einige Anregungen dazu werden wir abschließend liefern.

## **1 „Mediengesellschaft“ und „Medienkultur“: Konturen und Potenziale (kommunikations-)wissenschaftlicher Begrifflichkeiten**

Wir wollen hier zunächst den gerade in öffentlichen Darstellungen gerne verwendeten Begriff der „Mediengesellschaft“ diskutieren (1.1) und entfalten anschließend eine orientierende Reflexion der Verwendungsweisen von „Medienkultur“ (1.2), die im Rahmen des vorliegenden Textes jedoch nur skizzenhaft und ohne Anspruch auf Vollständigkeit erfolgen kann. Angesichts dieser Gegenüberstellung ziehen wir die Schlussfolgerung, dass der Begriff der Medien-

---

1 Wenn wir hier „Mediatisierung“ dem anderweitig gelegentlich zu findenden Begriff „Medialisierung“ vorziehen, so vor allem weil zum Beispiel im Englischen „Mediatization“ verständlich ist, „Medialization“ aber nicht (vgl. Krotz 2007).

kultur für die uns interessierenden Frage- und Problemstellungen von größerer theoretischer Tiefe und Brauchbarkeit ist. Gleichwohl diskutieren wir im produktiven Sinne Potenziale der Verknüpfung der unterschiedlichen theoretischen Ausgangspunkte für eine gesellschaftstheoretisch fundierte Analyse von sozialem Handeln in einer Medienkultur (1.3).

### 1.1 „Mediengesellschaft“:

#### *Modisches ‚Label‘ oder neuer Orientierungsbegriff?*

„In welcher Gesellschaft leben wir eigentlich?“ fragt Armin Pongs (2000) und man mag die Frage als ungeduldig, forschend oder auf eine entschiedene Antwort pochend interpretieren. Freilich liefert sein Buch, das Zeitdiagnosen wie die von der „postindustriellen Gesellschaft“, der „Arbeits-“, „Medien-“, „Risiko-“, „Bürger-“, „Erlebnis-“, und „Multioptions-“, „Wissensgesellschaft“ oder „postmodernen Gesellschaft“ über ExpertInneninterviews beleuchtet, keine letztgültigen Antworten. Eher erinnert es uns an die vielfältig geführten Debatten über die Angemessenheit soziologischer Gegenwartsdiagnosen<sup>2</sup> (einen Überblick liefern gewinnbringend Schimank/Volkman 2000; Kneer/Nassehi/Schroer 2000, 2001) sowie an die Tatsache, dass solche durchaus auch konkurrierenden Makroperspektiven wissenschaftliche Erkenntnisuche leiten, Forschungsgegenstände und -fragen generieren, aber auch ausblenden.<sup>3</sup> Reichweite und Erklärungskraft der Ansätze werden dabei geprägt auch durch Positionierung und Handeln der Akteure im Feld der institutionalisierten Wissensproduktion, in dem selbstredend nie allein Angehörige der Akademien zu finden waren.<sup>4</sup> Das Konzept der „Mediengesellschaft“ ist seit Mitte der 1980er Jahre als Terminus in der deutschsprachigen Literatur eingeführt (vgl. Meier/Bonfa-

---

2 In den letzten Jahren werden zudem mit der These von der Vergesellschaftung von Wissen bzw. der Verwissenschaftlichung der Gesellschaft Prozesse der Politisierung, Ökonomisierung und Medialisierung der Wissenschaft beschrieben (vgl. Weingart 2001), die nicht ohne Einfluss auf Gesellschaftskonzeptionen bleiben. Dass dabei auch „Klassengesellschaft“ und Debatten um die Brauchbarkeit eines zu aktualisierenden Klassenbegriffs wieder aufscheinen, mag als Ergebnis von Koinzidenz, Konsequenz strukturhomologer Entwicklungen oder Anachronismus betrachtet werden. Eine Diskussion allerdings über die Frage, wer an der Konstruktion symbolischer Sinnwelten beteiligt ist und von welchen spezifischen Konstruktionen der Sozialwelt und ihrer medialen Repräsentation profitiert (vgl. Bittlingmayer/Kraemer 2001: 281), ist hier wie bzgl. konkurrierender Begriffe sicherlich erhellend.

3 Meier und Bonfadelli vergleichen u.a. Perspektiven, Basiskonzepte, Fragestellungen und Erklärungslogiken idealtypischer Gesellschaftskonzeptionen (Markt-, Informations-, Netzwerk-, Wissens- und Medien/Kommunikationsgesellschaft) und diskutieren Konsequenzen der Konzepte für die Medienanalyse (vgl. Meier/Bonfadelli 2004: 57-78).

4 Anregend beschreibt Bachmann-Medick den Wechsel von „turns“ und „wissenschaftlichen Moden“ im intellektuellen Feld der Kulturwissenschaften unter Bezug auf Bourdieus Überlegungen zum intellektuellen Feld. Seine Rede von der „Haute Culture“ verweist auf intellektuelle Moden, die sich als Innovationsschübe, die sich aber auch im Sinne eines Konsenszwanges diskutieren lassen (vgl. Bachmann-Medick 2006: 14f.).

delli 2004: 70; Ziemann 2006a: 185); dabei lassen sich drei Wurzeln bzw. Zielrichtungen unterscheiden:

Die *erste* ist – in Anlehnung an das Herangehen von Pongs gesehen – eher pragmatisch begründet, insofern die Wissenschaft nach einer Bezeichnung dafür sucht, dass die Bedeutung medial vermittelter Kommunikation in den letzten Jahrzehnten in vielen Feldern wie der Politik, der Unternehmen und der Ökonomie oder für Reproduktion und Freizeit der Menschen gewachsen ist. Daraus resultieren Begriffe wie „Informationsgesellschaft“ (Webster 1995), „Netzwerkgesellschaft“ (Castells 2001), „Wissensgesellschaft“ (Kübler 2005) und eben „Mediengesellschaft“ (Imhof 2006), die nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in werblichen oder politischen Aneignungsabsichten oder in ganz unterschiedlichen Weisen in den Medien selbst genutzt werden. Derartige Begriffe behaupten ja implizit oder explizit, dass sie die zentrale Funktionsweise einer so attribuierten Gesellschaft ansprechen. Etwas pauschalisierend kann man jedoch sagen, dass keiner dieser Ansätze wirklich in der Lage ist, diesen Anspruch einzulösen, weil keines der damit benannten Konzepte diese herausragende und prägende Wirkmächtigkeit wirklich belegen kann. Häufig wird dies nicht einmal versucht, genauso wenig wird entfaltet, wie das Besondere der heutigen Gesellschaft anzugeben sei.

Die auffindbaren verschiedenen Annäherungen an den Begriff der Mediengesellschaft – und dies verstehen wir hier als *zweite Wurzel* dieses Begriffs – lassen sich als vorwiegend systemtheoretisch, durch eine Betonung der Zentralität des politischen Systems oder aber als Auffassung von Medienkommunikation als ‚soziales Totalphänomen‘ charakterisieren (vgl. dazu kritisch Klaus/Lünenborg 2004: 100). Während Klaus Merten beispielsweise betont, dass das Kommunikationssystem als Subsystem der Gesellschaft prinzipiell schneller wächst als alle anderen gesellschaftlichen Teilsysteme (vgl. Merten 1999: 188), spricht Otfried Jarren (1998: 74) von ‚Mediengesellschaft‘, weil

„die publizistischen Medien sich quantitativ und qualitativ immer mehr ausbreiten, [...], die Vermittlungsleistung von Informationen durch die Medien sich enorm beschleunigt hat, [...], sich neue Medientypen herausgebildet haben, [...], Medien immer engmaschiger die gesamte Gesellschaft durchdringen, [...], Medien aufgrund ihrer hohen Beachtungs- und Nutzwerte gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit erlangt haben und Anerkennung beanspruchen [...] und sich letztlich zu Institutionen entwickeln“.

Jarren/Donges (2002) bezeichnen u.a. den technischen Wandel und die Ökonomisierung der Massenmedien als auch die Medialisierung der Politik als zentrale Charakteristika.

Kritisch wird demgegenüber gefordert, den Begriff ‚Mediengesellschaft‘ nicht allein auf die Beschreibung der Zunahme von Medien(technologien) im Alltag der Menschen (in den westlichen Industriestaaten) oder als Hinweis auf die Ausdifferenzierung des Medienangebots oder die Ausdehnung/Dynamisierung massenmedialer Kommunikationskreisläufe zu verkürzen. Saxer argumentiert dementsprechend, die Zunahme der Medienkommunikation wirke sich auf

der institutionellen, organisationellen und individuellen Ebene aus und bezeichnet Mediengesellschaft als einen „Gesellschaftstyp, der von Medialisierung durch und durch geprägt wird. Deren Gestaltungsvermögen gründet in der Ausdifferenzierung des Elementes Medialität in Kommunikationsprozessen und der Emanzipation aus institutionellen Bindungen“ (Saxer 2004: 153). Jedoch wird die auch in Saxers Annäherung an die Mediengesellschaft zum Ausdruck kommende Zentralstellung der (Massen-)Medien kritisch kommentiert: Reichertz (2006: 231) stellt den viel zitierten Satz Luhmanns „was wir über unsere Gesellschaft wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ infrage und behauptet, dass „wir viel mehr über die Gesellschaft, unsere Mitmenschen, unsere Gefühle, unsere Sprache, unsere Kultur, unseren Körper, kurz: über unsere Welt, wissen, als in Massenmedien gespeichert und verfügbar ist“. Couldry (2006: 12) warnt noch eindringlicher vor einem ‚Medienzentrismus‘, wenn er schreibt

„at the very least, this means defining the object of media studies as the consequences of media for the social world. But if our aim is to understand as clearly as possible the *consequences* of media for the social world, than it cannot be valid to assume in advance what we want to find out: so it must be wrong (and this is why mediacentrism is a fallacy) to *assume* that media are more consequential than other institutions that structure the social world (economic, material, spatial, and so on)“ (Hervorheb. i.O.).

Auf den ersten Blick ähnlich (aber im Duktus systemtheoretisch) argumentiert Ziemann (2006a: 187), wenn er feststellt, wegen der Zentralstellung der (Massen-)Medien unterbleibe sogar eine Reflexion und Explikation des Gesellschaftsbegriffs. Er betont stattdessen, es gehe weniger um das Anwachsen und Optimieren von Medientechnologien als um die daraus resultierenden Konsequenzen, Einwirkungen und Umbrüche für die Form der Gesellschaft und für das soziale Leben (vgl. Ziemann 2006b: 103). Ziemann resümiert schließlich, an bisherigen Diagnosen und künftigen Forschungen ändere sich nichts, wenn man „unpräzise auf das modische Label und die (Selbst-)Beschreibungsformel der Mediengesellschaft verzichtet“ (2006a: 203). Letztlich wird jedoch auch hier ein Gegenüber von Medien und Gesellschaft/Kultur konstruiert. Eine *dritte* Verwendung von Mediengesellschaft formuliert schließlich Imhof (2006: 191) unter Hinweis auf das Potenzial des Begriffs, die gegenstandsbezogene Orientierung der Kommunikationswissenschaften an den Massenmedien zu öffnen. Er fordert vor dem Hintergrund eines ‚neuen‘ Strukturwandels der Öffentlichkeit, Mediatisierungseffekte in funktionaler, stratifikatorischer und segmentärer Dimension auf Mikro-, Meso- und Makroebene zu erfassen (vgl. ebd.: 207) und damit eine Kommunikationswissenschaft zu stärken, der wichtige Aufgaben in der sozialwissenschaftlichen Analyse der Gesellschaft zukommen. Hier wäre übrigens auf die sogenannte Mediumstheorie als ein Hintergrund für eine derartige Weiterentwicklung und Vervollständigung der Kommunikationswissenschaft zu verweisen, insofern der Begriff der Mediengesellschaft an den von Joshua Meyrowitz prominent gemachten Begriff der „Fernsehgesellschaft“ anschließen kann. Mediumstheorie fragt nach dem durch Medien induzierten kulturellen und so-

zialen Wandel, wobei nicht die Inhalte, sondern der kommunikative Wandel im Vordergrund stehen (Meyrowitz 1990). Sie ist zwar in vieler Hinsicht technizistisch verengt, lässt sich aber als eine Vielfalt von aufeinander bezogenen Bausteinen verstehen und verwenden, um – in Anlehnung an Harold Innis und Marshall McLuhan, Walter Ong und Joshua Meyrowitz, aber auch Jack Goody oder Jean Baudrillard – die Bedeutung von Medien für Kultur und Gesellschaft herauszuarbeiten.

Die rekapitulierten Verwendungsweisen wären in ihren jeweiligen Kontexten separat genauer zu diskutieren. Und in allen Ansätzen werden in Bezug auf diesen Begriff Fragen verhandelt, was – in durchaus unterschiedlichem Ausmaß – zu einer breiten wissenschaftlichen Diskussion beitragen kann. Wie die Darstellung aber gezeigt hat, so sind alle diese Verwendungsweisen doch nicht sonderlich geeignet, um einen theoretisch stabilen und tragfähigen Grundbegriff zu konstituieren, sie begründen „Mediengesellschaft“ nur anschaulich und ohne tiefere empirische oder theoretische Rechtfertigung, indem sie zwei Begriffe zusammensetzen. Als generelles Desiderat bleibt überdies im Blick zu behalten, dass das Verhältnis von Technik und Medien im Hinblick auf Kultur und Gesellschaft klärungsbedürftig ist.

## 1.2 Medienkultur: Vom ‚Gegenbegriff‘ zum zentralen Bezugsbegriff

Wenden wir uns also dem Begriff der „Medienkultur“ zu, in dem verschiedene Überlegungen angelegt sind, die über eine Fokussierung auf Konzepte wie Mediatisierungseffekt und Öffentlichkeit hinausreichen, wie sie mit dem Begriff der „Mediengesellschaft“ verbunden sind.

Der Begriff „Medienkultur“, so bemerkt Viehoff (2002: 227), wurde in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zunächst gegen die Begriffe ‚Kulturindustrie‘ und ‚Bewusstseinsindustrie‘ und damit gegen ein Modell eines diametralen Gegenübers von Kultur und Medien im Verständnis eines kritischen gesellschaftstheoretischen Ansatzes gesetzt, der die Medien als die wesentlichen Instrumente einer kapitalistisch fundierten umfassenden Machtstruktur kritisierte.<sup>5</sup>

Man kann ausgehend von dieser Überlegung nun gut begründen, dass mediale Kommunikation auch eine zentrale Funktion für die jeweilige (klassenspezifische) Sinnorientierung und die Aushandlung kultureller Identität zukommt. In den Blick geraten dann auch die mit Medien, Kommunikation und

---

5 Dieser „Diskursstrang“ mag einerseits durchaus auch als Erklärung dafür dienen, dass die „Massen-Medien über Jahrzehnte weniger als Faktor der (Medien)Kultur denn als Verursacher von Un-Kultur galten“ (Neitzel 1999: 197). Hinsichtlich der Gründe für die Abwehr eines Begriffs „Medienkultur“ führt Neitzel die Infragestellung der Vorstellungen von Kultur als Hochkultur als auch die „persönliche Betroffenheit“ an, denn was hier zur Debatte stehe, sei nicht eine Philosophie der Medien oder eine kunsttheoretische Erörterung, sondern die Allgegenwart der Medien, oder anders: der Alltag. Auf den Bezug zu Alltag werden wir zurückkommen.

kulturellen Werten verbundenen sozialen Vermittlungsprozesse.<sup>6</sup> Die damit vollzogene „paradigmatische“ Wende, so Viehoff (2002: 228),

„geht von der Beobachtung aus, dass mit den technischen Entwicklungen [...] und der weltweiten Vernetzung der Medien (Globalisierung, Multimedialität) neue soziale Muster des Zusammenspiels von Kognition, Kommunikation, Medien und jeweiligem Wirklichkeitsverständnis ‚emergieren‘“.<sup>7</sup>

Medienkultur – hier schließen wir uns im Sinne einer aktuellen Begriffsbestimmung Hickethier an – „stellt eine *Konzeption* dar, einerseits an und in den Medien die Kultur bildenden Aspekte zu thematisieren, andererseits Kultur als eine durch die Medien erzeugte zu verstehen und an der Kultur vor allem ihre medialen Dimensionen zu beobachten“ (Hickethier 2003: 455, Hervorheb. i.O.) – oder anders ausgedrückt, „Medien sind nicht nur ‚Mittler‘ (Agenturen) und Beobachtungsinstanzen (Kritik), sondern auch selbst gestaltender Teil der Kultur“ (ebd.: 440). Mit Blick darauf möchten wir insbesondere hervorheben, dass damit keine Gegenüberstellung, sondern eine integrative Vorstellung des Verhältnisses von Medien und Kultur vorgeschlagen wird.

Die sich unmittelbar anschließende Frage nach einem entsprechenden Kultur- und Medienbegriff wird von unterschiedlichen Autoren sehr unterschiedlich bearbeitet: Als Beispiel für eine häufig vorgeschlagene pragmatische Lösung sei auf Pias et al. und ihren instruktiv zusammengestellten Band „Kursbuch Medienkultur“ (1999) hingewiesen: Die Herausgeber stellen fest, es käme weniger darauf an, ob man Kultur als

„Gesamtheit großer sinnstiftender Symbolisierungen in Religion, Wissenschaft und Kunst versteht, als System der Weitergabe und Verbreitung von Werten und Normen, als Figuration von Erkenntnis- und Verhaltensgewohnheiten, als alltäglich empirisch reproduzierten Horizont von Kommunikations- und Verkehrsverhältnissen oder als Produktionszusammenhang in höheren oder niedrigeren Sparten des Kultur- und Kunstbetriebs und der Unterhaltungsindustrie“ –

in allen Fällen, so wird schlicht konstatiert, ist „Kultur nicht denkbar ohne Medien“ (Pias et al. 1999: 8). Des Weiteren solle man sich darauf einigen, dass es

---

6 Die Frage ist, ob man tatsächlich ‚Medienkultur‘ als Gegenbegriff zur einer als totalisierend kategorisierten Kulturindustrie verstehen will. Produktiver scheint es uns, die Frage nach einer kulturindustriellen Produktion medialer Deutungsangebote in der Analyse von Medienkultur(en) durchaus zu stellen und diese nicht leichtfertig zu verabschieden (vgl. Thomas/Langemeyer 2007).

7 Viehoff weist im Folgenden auf Positionen französischer Poststrukturalisten (Baudrillard, Flusser, Virilio u.a.) hin, die als Konsequenz jener Prozesse wesentlich eine vollständige Durchdringung aller lebensweltlichen Zusammenhänge und individuellen Denkformen durch Medien sehen, „wodurch die Menschen den – (früher als ‚natürlich‘ gehaltenen, jetzt als ‚kulturell‘ erfahrenen) authentischen Zugang zu der Wirklichkeit medial substituieren“ (Viehoff 2002: 228). Aus einer solchen Sicht seien die Menschen von den Mediatisierungen abhängig, die „Beschleunigung“ führe zu einem „Schwinden der Sinne“, sodass Menschen im Rhythmus der Medialisierungen leben. Neben diesen Überlegungen, die Viehoff als ‚assoziativ‘ bezeichnet, weist er auf Siegfried J. Schmidt hin, der Medienkultur systemtheoretisch und konstruktivistisch verstanden sehen will und dessen Forschungsprogramm Medienkultur zum Leitbegriff der Medienwissenschaften machen könne (vgl. Viehoff 2002: 229).

keine Medien gäbe, jedenfalls nicht im substanziellen und historisch stabilen Sinn. Auf der Suche nach einem gemeinsamen Horizont verschiedener Medienbegriffe wird stattdessen der Fokus darauf gerichtet, dass Medien ihren Status als wissenschaftliches, d.h. systematisierbares Objekt dadurch erhalten, dass sie das, was sie speichern, verarbeiten und vermitteln jeweils unter Bedingungen stellen, die sie selbst schaffen oder sind (vgl. ebd.: 10).

Ausgehend von dieser intuitiven Definition von Medien wollen wir hier ein kommunikationswissenschaftlich geprägtes Verständnis anbieten; darüber hinaus scheint uns dann aber auch der Begriff der Kultur präzisionsbedürftig.<sup>8</sup> Medien wollen wir als etwas verstehen,

„das Kommunikation modifiziert, verändert, sie sich ausdifferenzieren lässt und zum Entstehen neuer Interaktions- und Kommunikationsformen führt. Medien sind deshalb – etwas plakativ ausgedrückt – einerseits Inszenierungsmaschinen, insofern sie Kommunikate bereit stellen, andererseits Erlebnisräume, insofern sie genutzt, rezipiert, angeeignet werden“ (Krotz 2003: 23).

Vermittelt sind diese beiden Perspektiven auf Medien durch eine dritte, insofern nämlich Medien immer auch als geregelte soziale und kulturell aktive Institutionen in der Gesellschaft verstanden und analysiert werden müssen (vgl. Krotz 2007: 89f.). Unter einer solchen Perspektive kann man dann beispielsweise ohne Kausalitätsannahmen Veränderungen im Medienangebot als Entwicklungen verstehen, die mit der Veränderungen sozialer Lebensbedingungen, etwa Beziehungspotenzialen und Alltagserfahrungen, aber auch mit unterschiedlichen sozialen Kompetenzen zusammenfallen, die gewissermaßen durch Selbstsozialisation im Gebrauch der medienbezogenen Kommunikation entstehen und in Alltagspraxen aktualisiert und reproduziert werden können.

Ausgangs- und Endpunkt jedweder Kulturanalyse bildet die Frage, *wie* wir das tun, was wir tun – und „diese Frage überhaupt stellen zu können, setzt aber voraus, dass Handlungsoptionen gegenüber dem für möglich erachtet werden, was man für gewöhnlich die ‚Verhältnisse‘ nennt, Umstände historischer, gesellschaftlicher und kultureller Art“ (Lindner 2004: 11). Die damit verbundene Auffassung von Kultur kann in Anlehnung an Raymond Williams‘ Vorstellung als „a whole way of life“ (Williams 1958) verstanden werden. Kultur wird hier gesellschaftlich bestimmt, indem auch Handlungsmöglichkeiten der Menschen

---

8 Eine kritische Auseinandersetzung mit einer Vielzahl an Verständnisweisen eines Kulturbegriffs würde hier den Rahmen überschreiten; bzgl. der zeitgenössischen wissenschaftlichen Debatte konstatieren Helduser und Schwierting (2002: 13): „praktisch allen Dimensionen von Kulturbegriffen ist [...] gemeinsam, dass sie keine statischen Gegenstände beschreiben, sondern kulturelle Prozesse der Deutung und der symbolischen Kommunikation“. Helduser und Schwierting rekurrieren auch auf die häufig angeführte Feststellung, Kultur sei auf ständige Selbstreproduktionen angewiesen, deren Reflexivität ständige Veränderung mit sich bringt und insofern einer definitiven Stillstellung des Begriffs entgegenstehe (ebd.: 16). Hörning scheint es vor diesem Hintergrund mit Blick auf politische Vereinnahmungen sogar angemessener, nicht von ganzen „Kulturen“, sondern von „kulturellen Formen“ und „Lebensweisen“ zu sprechen (vgl. Hörning 1999: 85). Vgl. zu zentralen kulturtheoretischen Texten und Ansätzen weiterführend u.a. Moebius/Quadflieg (2006); Hofmann et al. (2004; 2006).

als Kultur produzierende Akteure hervorgehoben werden. Wie Williams wies auch Edward P. Thompson (1968/1987) auf die besondere Rolle der „Erfahrung“ hin und betonte, dass soziale Realität weder durch essentialistisch vorgestellte Kategorien wie Klasse oder Geschlecht bestimmt, noch unabhängig von gesellschaftlichen Kontexten zu denken ist. Weder kann also gesellschaftliches Leben jenseits kultureller Verarbeitung, noch kann Kultur abseits oder gegen „Gesellschaft“ verhandelt werden (vgl. Musner 2004: 24). So entwickelt Musner ein Verständnis von Kultur „als Textur des Sozialen“ und fordert auf, stets danach zu fragen, „in welcher Form und mit welchen Logiken Symbolisches und Materielles aufeinander verwiesen sind und wie die Hierarchien und Asymmetrien der gesellschaftlichen Verhältnisse in kulturellen Prozessen und Phänomenen zum Ausdruck kommen“ (Musner 2004: 24f.).<sup>9</sup> In diesem Sinne betonen wir einerseits – wie übrigens die meisten Vertreterinnen und Vertreter einer kulturwissenschaftlichen Neuorientierung<sup>10</sup> – die Produktivität der Kultur und zugleich ihre Prozesshaftigkeit der Aushandlung und des Konflikts. Wir nehmen dabei eine Perspektive ein, die nicht nur nach Bedeutungs- und Sinnstrukturen, sondern auch maßgeblich nach *Praktiken* fragt. Darauf werden wir später nochmals zurückkommen. Andererseits plädieren wir für die Weiterentwicklung einer Perspektive, die (Medien-)Kultur- und Gesellschaftsanalyse miteinander verbindet.

### 1.3 Medienkultur – Mediengesellschaft: Für eine Perspektivenverschränkung

Medienkultur erweist sich also gegenüber Mediengesellschaft als das Konzept, das theoretisch und empirisch besser passt und aussagekräftiger ist: Medienkultur ist anschlussfähig an den hier entfaltenen Medienbegriff, und das Konzept berücksichtigt explizit die Prozesshaftigkeit medial vermittelter Deutungsproduktion und damit symbolischer Kommunikation allgemein.

Gleichwohl geht es auch darum, die beiden Begriffe in ihrer analytischen Brauchbarkeit zusammen zu denken, weil auch in einem globaleren Rahmen und auf allen Teilfeldern das Verhältnis von Kultur und Gesellschaft immer wieder neu bestimmt werden muss. Rainer Winter (2002) weist darauf hin, dass im Rahmen kultursoziologischer Überlegungen als auch durch Arbeiten von VertreterInnen der Cultural Studies Vorschläge entwickelt worden sind, Gesellschafts- und Kulturanalyse so miteinander zu verschränken, dass kulturelle Prozesse in ihrer produktiven und schöpferischen Kraft sichtbar werden. Sie erlau-

---

9 Offen bleibt hier allerdings, ob damit die zunehmende Bedeutung von Bildern angemessen ausgedrückt ist.

10 Vgl. dazu die Konzepte der „Theatralität“ (Müller-Doohm/Neumann-Braun 1995; Willems/Jurga 1998), des „Performativen“ (Fischer-Lichte/Wulf 2001; Wulf/Göhlich/Zirfas 2001), des „Doing culture“ (Hörning/Reuter 2004).

ben es seiner Ansicht nach, „das komplexe Verhältnis von Kultur und Gesellschaft in der Gegenwart differenziert zu analysieren“ (Winter 2002: 122).

Insbesondere lieferte Wolfgang Lipps Schrift „Drama Kultur“ (1994) einen wichtigen Baustein zur Neubegründung der Kulturosoziologie, in der er – anknüpfend an Klassiker der soziologischen Tradition wie Max Weber, Georg Simmel und Ferdinand Tönnies – mit Friedrich Tenbruck schon früh forderte, dass sich die Kulturosoziologie Struktur und Kultur „nicht auseinander dividieren lassen darf, will sie die Gesellschaften in ihrer historischen und kulturellen Eigenart und nicht nur in ihrer strukturellen Allgemeinheit begreifen“ (Lipp/Tenbruck 1979: 397, zit. nach Winter 2002: 123). In diesem Zusammenhang erinnert auch Winter an die Arbeiten von Clifford Geertz, der 1973 mit der Publikation von „Interpretation of Cultures“ die Diskussion um den Cultural Turn in den Sozialwissenschaften beförderte. Geertz versteht unter Kultur das „geordnete[n] System[s] von Bedeutungen und Symbolen [...], vermittels dessen gesellschaftliche Interaktion stattfindet“, unter sozialer Struktur „das soziale Interaktionssystem selbst“ (Geertz 1991: 99). Kultur umfasst damit eine aufeinander bezogene Menge von Zeichen, die Bedeutung tragen und vermitteln, und damit im Kern das Geflecht von Bedeutungen, auf das die Menschen (die ja Kultur herstellen, modifizieren und entwickeln) ihr soziales Handeln ausrichten. Eine so verstandene Kultur einerseits und ein Verständnis von Gesellschaft als soziale Struktur und Form, in der sich das Handeln manifestiert (das tatsächlich existierende Netz der sozialen Beziehungen also), – beides begreift Geertz als Abstraktionen der gleichen Phänomene, die in verschiedenen Perspektiven unternommen werden: „Die eine hat mit sozialem Handeln unter dem Aspekt seiner Bedeutung für den Handelnden zu tun, die andere mit eben diesem Handeln unter dem Gesichtspunkt seines Beitrags zum Funktionieren des sozialen Systems“ (ebd.: 99).

Auch hier ist wiederum die berühmte Definition von Raymond Williams als einem der „Gründerväter“ der Cultural Studies anschlussfähig: Kultur ist „the whole way of life“, also das symbolisch Geprägte und Prägende des gesellschaftlichen Lebens, nicht nur das, was ist, sondern auch in welchem Sinn es geschieht, soweit es auf individuelles Handeln bezogen ist. Unter Kulturanalyse versteht Williams entsprechend „die Untersuchung der Beziehungen zwischen den Elementen einer ganzen Lebensweise“ (1983: 50), die damit natürlich an den Zeichen ansetzt, aber auf Zeichen nicht beschränkt ist.<sup>11</sup> Insofern ergänzt bzw. tritt die Analyse und Interpretation von Symbolen, Ritualen, Diskursen – und kulturellen Praktiken – und damit der Bereich der Bedeutung an die Stelle

---

11 Neben dieser Erweiterung der Beschränkung auf Zeichen wurde auch Geertz' Beschränkung auf Symbole als Fenster zu einer Kultur zu Recht problematisiert: Winter (2002: 124) weist auf Arbeiten von Victor Turner (1974) hin, der früh Symbole als Operatoren im sozialen Prozess mit dem Potenzial zur gesellschaftlichen Transformation beschrieben hat (vgl. zur Bedeutung der Ritualtheorie Turners für den ‚performative turn‘ auch Bachmann-Mednik (2006)).

der kausalen Erklärung durch „Struktur“ oder „Klasse“, die viele Forschungen der Soziologie und Geschichtswissenschaft in die Irre gelockt haben.<sup>12</sup>

Umstritten bleibt aber weiterhin die Metapher von den „zwei Seiten“ – die auch Lindner (2004) als unbefriedigend bezeichnet – zum Beispiel, weil mit diesem Bild eher die möglichen Perspektiven eines Betrachters, aber nicht das Zusammenspiel von Kultur und Gesellschaft aufgenommen ist. Lindner schlägt mit Lutz Musner (2004) vor, dieses Denkmodell durch die Vorstellung abzulösen, dass „Kultur dem Gewebe des Sozialen lebensweltliche Bedeutungen ein-schreibt“ und argumentiert, dass es nicht nur das Soziale losgelöst von seiner kulturellen Aneignung nicht gibt, sondern auch das Kulturelle nur im Rahmen des Sozialen Sinn ergebe (vgl. Lindner 2004: 11f.).

Im Anschluss an beide Konzeptionen – kultursoziologische Arbeiten in der Tradition von Lipp als auch der Cultural Studies – begreifen wir *erstens* Kultur als prozesshaftes Geschehen, das eine Symbol- als auch Handlungsdimension umfasst. Im Blick zu behalten ist dann *zweitens* nicht nur die Analyse der Prozesse der Einbindung in hegemoniale Kulturen, sondern auch die aktive Auseinandersetzung mit kulturellen Formen, die Prozesse des Machens, Aushandelns, Fabrizierens, Inszenierens, in denen Kultur in der Gegenwart geschaffen wird. Dies verlangt insbesondere auch ein prozesshaft ausgelegtes Begriffsverständnis von Medienkultur. Mediatisierung und die sozialen und kulturell verstandenen Praktiken der Menschen sind deswegen die beiden Konzepte, mit denen wir uns im Folgenden beschäftigen.

## 2 Soziale Praktiken in Mediatisierungsprozessen

In diesem Abschnitt soll also der Begriff der Medienkultur prozessualisiert werden; wir beziehen uns hier auf das Konzept der Mediatisierung als medienbezogenem Wandel von Kommunikation, der durch das Handeln der Menschen zustande kommt. Insbesondere wird Medienhandeln danach nicht als Folge technischer Vorgaben verstanden, sondern, verkürzt ausgedrückt, als in soziale Zusammenhänge und Praktiken eingebettet, aus denen heraus es seine Wertigkeiten, seine Bedeutung gewinnt.<sup>13</sup> Ferner soll auf die Notwendigkeit eines damit verbundenen Konzepts von sozialem Handeln und sozialen Praktiken verwiesen werden, über die – jenseits einer gemeinsamen Forschungsperspektive – Mediengesellschaft und Medienkultur zusammen gedacht werden können. Zur

---

12 Wie Winter überzeugend darlegt, veränderten die Cultural Studies gemeinsam mit Arbeiten von Barthes, Bourdieu, Derrida, Williams und vor allem Foucault die intellektuelle Landschaft entscheidend: Die Kulturanalyse sei in den Vordergrund gerückt und damit auch die Untersuchung der Kontexte, in denen Gruppen und Individuen handeln, als kulturelle Formen der Vergesellschaftung (vgl. Winter 2002: 122).

13 Zu diesem Argument vgl. auch Hörning (1999: 110). Dies berührt eine Argumentation, die der „Domestizierungsansatz“ ausgelöst hat, mit dem wir uns an anderer Stelle ausführlicher auseinandergesetzt haben (vgl. Krotz/Thomas 2007).

Entwicklung eines Begriffs sozialen Handelns bedarf es eines Zugangs, der das (mediatisierte) „Kulturelle“ in den wissensunterlegten sozialen Praktiken sieht“ (Hörning 1999: 88), die Wissen somit auch kompetent einsetzen. Diese Wissensbestände, so formuliert es Hörning (ebd.), können als „eingelebte Weisen“ erfahren werden, „sich auf etwas zu verstehen“, und werden in sozialen Praktiken sichtbar. Wissensbestände sollen dabei nicht als kognitivistisch verengt aufgefasst werden. Wissen gilt es auch zu sehen

„in allgemeinen Formen der Symbolisierung und Materialisierung, das heißt im weitesten Sinne seiner ‚Aufzeichnung‘, ob in Texten, Artefakten, Techniken oder in elektronischen Medien, [...], die ihren praktischen Einsatz in einer Vielfalt von Alltagshandlungen, seien sie materieller, sozialer, räumlicher oder zeitlicher Natur findet, um die herum Menschen ihre Lebensform und -stile hervorbringen“ (Hörning 1999: 88).

Das eigentlich „Kulturelle“ der Wissensbestände liegt darin, bestimmte soziale Praktiken und Handlungskompetenzen hervorzubringen und zu stabilisieren. Da insbesondere die Cultural Studies an der unterschiedlichen Art und Weise interessiert sind, wie Wissensformen und kulturelle Kompetenzen nicht nur durch formale Institutionen, sondern auch aufgrund populärkulturellen Wissens hervorgebracht und im Alltag wirksam werden,<sup>14</sup> werden wir an Arbeiten der Cultural Studies-VertreterInnen anknüpfen.

## 2.1 Soziale Praktiken in Mediatisierungsprozessen

Im Sinne des bereits angekündigten Desiderats von Kultur als Prozess wollen wir hier kurz einige Begriffe zum Konzept Mediatisierung darstellen. Begreift man Medienkulturen als Realisierung mediatisierter kultureller Praktiken zu spezifischen historischen Zeitpunkten in spezifischen gesellschaftlichen Konstellationen, so lässt sich Mediatisierung als fortschreitender Metaprozess einer kulturellen und sozialen Entwicklung im Kontext medialen Wandels begreifen. Er beruht dabei aber letztlich als sozialer und kultureller Prozess nicht auf einem Medienwandel, sondern auf einem Wandel sozialen und kommunikativen Handelns und einem damit zusammenhängenden Wandel von Sinnkonstruktion und Deutungsmustern, wobei dieser Wandel seinerseits wieder auf sozialen und kulturellen Bedingungen beruht. Medien sind von daher als soziale und kulturell gerichtete Institutionen, als Inszenierungsmaschinen und Erlebnisräume immer technisch entwickelte Angebote, die von den Menschen mit der Konsequenz einer zunehmenden Ausdifferenzierung ihrer Medienumgebungen genutzt und eben institutionalisiert werden, was dann umgekehrt auf Habitus, auf Kreativität und Deutung von Handlungen und Inhalten zurückwirkt.

---

14 Vgl. zu dieser Argumentation ausführlicher Hörning (1999: 98f.); er fordert, durch deren Weiterentwicklung auch die Cultural Studies theoretisch besser zu fundieren.

Mediatisierung meint dann ganz allgemein den Wandel gesamtgesellschaftlicher wie individueller Kommunikationspraktiken auf unterschiedlichen Ebenen, die sich neuer oder veränderter medialer Potenziale bedienen, und die damit zusammenhängenden Folgen für Alltag und Lebensbereiche, Wissensbestände, Identität und Beziehungen der Menschen sowie für Kultur und Gesellschaft (vgl. Krotz 2005). Der Prozess der Mediatisierung in seiner heutigen Form ist dabei wesentlich durch die Allgegenwart von Medien und ihren Inhalten auch in den sonstigen symbolischen Praktiken der Menschen geprägt und lässt sich als wachsende Verwobenheit der Medien mit Alltag und Kommunikation, als ein Prozess der Veralltäglichen der Mediennutzung und der Medieninhalte und als Zuwachs von Orientierungsfunktionen auf der Basis einer zunehmenden Komplexität der persönlichen Medienumgebungen begreifen (vgl. Krotz 2001, 2007). Als theoretischer Ansatz zielt „Mediatisierung“ dabei nicht nur darauf ab, Einsichten in die Strukturierung von Entwicklungen zu ermöglichen, sondern Bedingungen und Konsequenzen in einer spezifischen Perspektive zusammenzuführen.

Wie neue Medien in diesem Rahmen sozial entwickelt und kulturell bedeutsam werden, dazu hat beispielsweise die Domestizierungsthese einen ersten Vorschlag entwickelt (vgl. Röser 2007), der freilich einer Weiterentwicklung bedarf. Wichtig ist ferner, dass sich das Konzept Mediatisierung zwar im Handeln der Menschen ansiedelt und dort entspringt, aber in seiner Bedeutung keineswegs auf die Mikroebene reduziert werden darf. Es ändern sich im Verlaufe des derzeitigen Mediatisierungsschubs nicht nur Handlungs- und Beziehungsmuster der Menschen, ihr Bezug zu sich selbst und zu sozialen Gruppen im Zuge von übergreifenden Ökonomisierungsprozessen – hierzu liegen vielfältige Untersuchungen vor. Es ändern sich darüber hinaus auch die Funktionsweisen von Institutionen und Organisationen, von Parteien und Unternehmen, also die Mesoebene in Kulturen und Gesellschaften. Und es verändern sich die Formen sozialer Interaktionen und die Sinnangebote insgesamt, aus denen Kultur und Gesellschaft bestehen, wie oben in Bezug auf Geertz und in der Folge Musner und Lindner bereits referiert wurde. Und diese Entwicklungen bleiben dementsprechend auch nicht auf der Ebene nationaler oder politischer Begrenzungen bestehen – erst dadurch werden Prozesse wie Globalisierung in ihren verschiedenen Phasen möglich und wirken umgekehrt die sozialen Metaprozesse auf den Menschen als kulturelles und gesellschaftliches Wesen zurück, etwa sein Handeln, seine Ausdrucksformen und seine sozialen Beziehungen.

Wir gehen dementsprechend insgesamt davon aus, dass sich „Medienhandeln“ nur angemessen in Verbindung mit den damit verbundenen alltagskulturellen (Deutungs-)Praktiken erfassen lässt. Da Medienwelten immer stärker zu Alltagsumwelten werden, d.h. dass sich soziales Handeln immer mehr in Reaktion auf Medien und im Rahmen von und durch Medien mitgestalteten Umwelten ergibt, ist soziales Handeln in der Medienkultur heute ohne Bezug auf den Metaprozess Mediatisierung nicht zu verstehen.

## 2.2 *Kultur als Praxis*

Wie Udo Göttlich (2006) mit seiner Arbeit zur Kreativität des Handelns in der Medienaneignung zeigt, hat sich Handlungstheorie in der (deutschsprachigen) Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Rahmen einer Modell- und Konzeptbildung in vieler Hinsicht auf die Vorstellung von einem rationalen Akteur und einem intentionalen Handlungsbegriff gestützt, der den von der Mediatisierung ausgehenden Veränderungen medienbezogener Alltagspraktiken nicht gerecht werden kann (vgl. Göttlich 2006: 30). Allerdings haben sich die Hauptbemühungen dieser Diskussion bisher eher darauf konzentriert, gegen einen verhaltenstheoretisch objektivierten Handlungsbegriff einen Handlungsbegriff aufzubauen, der Handeln an den subjektiven Sinn des Handelnden bindet (vgl. hierzu auch Krotz 2005). Einen – freilich rational verkürzten, wie Göttlich betont – Ausgangspunkt dafür setzt Max Weber (1978), an dessen Konzept dann aber symbolisch-interaktionistische und phänomenologische Handlungsbegriffe im Sinne von Alfred Schütz (1971) bis hin zu Berger und Luckmann (1980) anknüpfen können.

Diese Diskussionen und Entwicklungen sind aber bisher nur ansatzweise geführt, was auch daran liegt, dass weder die Soziologie noch die Cultural Studies hier überzeugende Konzepte vorgelegt haben. Das vielleicht zentrale Thema der Cultural Studies ist das Verhältnis von Kultur, sozialer Praxis und Macht, gemeinsam ist ihnen ein Interesse an kulturellen Texten, an gelebter Erfahrung, an der artikulierten Beziehung zwischen Texten und Alltagsleben und damit auch Bedingungen kritischer Handlungsfähigkeit. Kultur als soziale Praxis betont im Rahmen der Cultural Studies die Handlungsmöglichkeiten der Akteure, ihre Kreativität und ihr Widerstandspotenzial. Die darin angelegte Verkürzung hat VertreterInnen der Cultural Studies wie John Fiske (z.B. 1987) einerseits den Vorwurf eingebracht, ein allzu rosiges Bild des aktiven Rezipienten zu malen und die sozialen und materiellen Wurzeln der Handlungspraxis aus dem Blick zu verlieren. Andererseits kann gegenüber Studien wie beispielsweise der von David Morley (1980) hinsichtlich des dahinterstehenden Handlungsbegriffs die Kritik formuliert werden, primär bezogen auf die gesellschaftliche Struktur zu argumentieren (vgl. Krotz 1998). Morley untersuchte bereits konstituierte Gruppen, die er wegen ihres Klassenhintergrundes ausgewählt hatte, in institutionellen Settings. Damit unterstellte er, dass die Handlungssituation im Grunde gleichgültig ist, weil sich die gesellschaftliche Lage des Individuums etwa in Aneignungsprozessen prinzipiell durchsetzt.

Im Anschluss an Gramsci, Althusser, schließlich auch Foucault und Stuart Hall zeichnen sich Diskussionen unter den VertreterInnen der Cultural Studies aber durchaus auch durch eine Zurückweisung der Behandlung ausschließlich polit-ökonomischer Fragen aus. Kultur wird verstanden als Prozess, in dem aus der Interaktion zwischen historisch gegebenen Bedeutungen und individuell bzw. in Gruppen eigensinnig geschaffenen Bedeutungen neue Sinnrahmen entstehen (vgl. z.B. Grossberg/Wartella/Whitney 1998: 19). Dies bleibt dann aber

hinsichtlich des Handlungsbegriffs theoretisch unbefriedigend, insofern das eigentliche Problem gar nicht darin besteht, abstrakt zu definieren, was als kreatives Handeln und Widerstandshandeln bezeichnet werden soll, um danach empirisch feststellbares Handeln zu klassifizieren. Widerstandshandeln kann nur in spezifischen historischen und kulturellen Zusammenhängen als Relation bestimmt werden. Es verlangt also letztlich eine Klärung des spezifischen, kulturell vermittelten und jedenfalls situationsübergreifenden Zusammenhangs zwischen Individuum und Gesellschaft und diese kann sich weder auf Intentionen und individuelle Relevanzsysteme beschränken, noch diese einfach ignorieren. Ebenso muss geklärt werden, auf welcher Ebene gegen was Widerstand ausgeübt wird: Ein und dieselbe Handlung kann Widerstand bedeuten oder auch nicht, in Abhängigkeit von der Genauigkeit und der Breite, mit der eine derartige Handlung analysiert wird – sofern man nicht einen situationsunabhängigen, rational begründeten Widerstandsbegriff annimmt, was die Cultural Studies gemessen an ihren eigenen Ansprüchen wohl kaum tun können.<sup>15</sup>

Und im Falle einer Suche nach Kreativität wäre mindestens das Verhältnis von Kreativität und Nicht-Kreativität zu verhandeln. Tatsächlich werden soziale Handlungsmuster und -stränge ja nicht täglich neu erfunden – „Praktiken stützen sich auf Repertoires, denn wir beginnen sie nie von Grund auf. Praktiken sind Anwendungen von bereits bestehenden Möglichkeiten, sind wiederholendes Entfalten, sind immer wieder Neuaneignungen von bereits Vorhandenem“ (Hörning 1999: 96). Noch weitergehend lässt sich argumentieren, dass jede Sozialisation vor allem und in erster Linie als die Entwicklung von Gewohnheiten, Gebräuchen, Sitten und Regeln verstanden werden kann, in denen der Mensch als Teil von Kultur und Gesellschaft zu sich selbst wird: Beispielsweise sind wir, wenn wir auf die Welt kommen, dazu ausgerüstet, Sprache zu erwerben und darauf angewiesen, Sprache zu erwerben, aber welche Sprache wir erlernen, hängt von unserer Umwelt ab, geschieht durch Beobachtung und Aneignung vorhandener Strukturen und damit verbundener sozialer Situationen, zu großen Teilen auch in einem sich wandelnden Alltagsprozess (vgl. Krotz/Thomas 2007). Erst vor diesem Hintergrund und Kontrast werden etwa innere Dialoge zur Entscheidungsfindung oder kreative Handlungen möglich; sie sind stets Modifikationen dessen, was ist. Der Mensch kann also als gewordenes, habitualisiertes Wesen verstanden werden, das aber im Prinzip immer die Möglichkeit behält, seine Handlungsweisen zu hinterfragen und zu überwinden, wenn auch immer auf der Basis habitualisierter Strukturen.

Ein drittes und bisher nicht angesprochenes Problem ist, ob die damit berücksichtigten Fragestellungen hinreichend sind für eine Analyse, Beschreibung und Konzeption dessen, was soziales Handeln, was soziale Praktiken sein könnten. Hier wäre beispielsweise auf das praktische Bewusstsein von Anthony Giddens' Strukturations- und Strukturierungstheorie hinzuweisen und auf die Überlegungen zum Handeln, die Pierre Bourdieu vorgelegt hat – hierauf kann aber an dieser Stelle nur

---

15 Ansätze einer Diskussion derartiger Fragen finden sich bei Krotz (1998).