

„Typisch deutsch?“

Zur zögerlichen Rezeption der Cultural Studies
in der deutschen Kommunikationswissenschaft

Katja Schwer¹

Cultural Studies erfahren in den deutschen Geistes- und Sozialwissenschaften zunehmende Aufmerksamkeit. Während der Ansatz bis in die 1980er Jahre wenig beachtet wurde, kommt heute kaum eine Veröffentlichung zu Jugendsoziologie, Geschlechterrollen, Identität, Populärkultur oder Mediennutzung umhin, Cultural Studies wenigstens als Alternativparadigma vorzustellen. Rezipiert wurde der Ansatz dabei lange Zeit vornehmlich in geisteswissenschaftlichen Disziplinen (Anglistik und Amerikanistik, Genderforschung, Kulturwissenschaft und Medienwissenschaft). Im Gegensatz zur Soziologie steht die sozialwissenschaftlich ausgerichtete Kommunikationswissenschaft dieser Popularität weitgehend kritisch gegenüber, obwohl Cultural Studies einen eigenen Forschungszweig zur Analyse von Medienprodukten und von Mediennutzung entwickelt haben. Für die distanzierte Haltung der deutschen Kommunikationsforschung gibt es eine ganze Reihe von Indizien. Zum einen begann eine ernsthafte Auseinandersetzung mit Cultural Studies hier erst in den 1990er Jahren. Treibende Kraft waren geisteswissenschaftlich orientierte MedienwissenschaftlerInnen, für deren Fachtradition die Konzepte der Cultural Studies einen großen Stellenwert besitzen (vgl. Hickethier 2003). Zum anderen lässt sich auf die fehlende Präsenz von Cultural Studies in den wichtigsten Fachzeitschriften und vielen Standardwerken verweisen. Es gibt im Fach nur wenige institutionelle Nischen, in denen Cultural Studies ernsthaft betrieben und als Spezialgebiet in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen gelehrt werden.

Der vorliegende Aufsatz fragt nach den Ursachen für diese Skepsis. Ziel ist es, fachspezifische Besonderheiten der deutschen Kommunikationswissenschaft herauszuarbeiten, vor deren Hintergrund die Rezeption von Cultural Studies erfolgt. Die fachübergreifende Wahrnehmung des Ansatzes im deutschsprachigen Raum ist zwar mittlerweile ausführlich dokumentiert (vgl. Göttlich/Winter 1999; Hepp 1999; Hepp/Winter 2003),² die Aufnahme innerhalb einzelner Disziplinen dagegen ist erst teilweise be-

1 Katja Schwer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Elektronische Publikationen der Universität München. Kommunikations- und Medienforschung. Münchener Beiträge zur Kommunikationswissenschaft Nr. 2, März 2005. URL: <http://epub.ub.uni-muenchen.de/archive/00000521/>

2 In der Literatur werden fünf fachübergreifende Faktoren angeführt, entlang derer die Wahrnehmung und Anwendung von Cultural Studies in der deutschen Wissenschaftslandschaft verlaufen ist: (1) Disziplinäre Ungebundenheit der Cultural Studies, welche durch ihre wissenschaftliche Ausrichtung quer zum universitär geprägten Wissenschaftsverständnis Deutschlands stehen; (2) Kritische Theorie als dominantes Paradigma der gesellschaftskritischen Kulturanalyse in Deutschland; (3) eine von Cultural Studies deutlich abzuhebende Kulturwissenschaft; (4) der fehlende politische und soziokulturelle Nährboden zur Etablie-

leuchtet worden. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive wurden bisher nur einzelne Begriffe oder spezifische Forschungsfelder der Cultural Studies herausgegriffen und mit eigenen Konzepten verglichen – vornehmlich auf den Gebieten der Mediennutzungs- und der Journalismusforschung.³ Viele deutsche FachvertreterInnen begründen ihre kritische Haltung gegenüber Cultural Studies mit theoretischen und methodologischen Unzulänglichkeiten. Die Frage, von welchen Merkmalen der deutschen Kommunikationswissenschaft diese Skepsis geprägt ist, wurde bislang noch nicht gestellt. In diesem Aufsatz wird die These vertreten, dass Cultural Studies gerade deshalb mehrheitlich kritisch aufgenommen werden, weil die deutsche Fachtradition auf etabliertem Wissen aufbaut, das die Auseinandersetzung mit vergleichbaren Ansätzen der Cultural Studies erschwert und teilweise sogar hemmt.⁴ Die weit verbreitete Skepsis ist nicht nur eine reine Abwehrhaltung gegenüber den als Bedrohung empfundenen Cultural Studies (vgl. Hepp/Winter 2003, S. 14). Die Ursachen liegen tiefer: Sie sind in der theoretischen, methodologischen und institutionellen Entwicklung der hiesigen Fachtradition zu suchen.

Im Folgenden geht es darum, durch einen disziplinären Vergleich Faktoren herauszuarbeiten, die die Auseinandersetzung mit Cultural Studies entscheidend prägen. Im ersten Abschnitt wird die Problemstellung des Aufsatzes zunächst wissenschaftssoziologisch fundiert. Darauf aufbauend werden in Abschnitt zwei wichtige Determinanten der Rezeption in einem wissenschaftstheoretischen Vergleich analysiert. Das gewählte Vorgehen – der disziplinäre Vergleich – ist allerdings nicht unproblematisch. Keine Geistes- und Sozialwissenschaft kann sich auf einen einheitlichen und exakt festgeschriebenen Theorie- und Methodenkanon berufen. Vielmehr konkurrieren verschiedene wissenschaftstheoretische Schulen, theoretische Konzepte und methodische Ansätze miteinander, wenn es darum geht, empirische Phänomene zu analysieren und zu erklären. Eine disziplinäre Gegenüberstellung basiert immer auf wissenschaftstheoretischen Vereinfachungen und Verallgemeinerungen hochkomplexer Gedankengebäude. LeserInnen sollten sich bei der Lektüre des vorliegenden Textes stets bewusst sein, dass es weder eine monolithische Kommunikationswissenschaft noch *die* Cultural Studies gibt. Beide Wissenschaftstraditionen sind durch Theorienpluralismus gekennzeichnet. Welche theoretische Strömungen können also für einen Vergleich ausgewählt werden? Welche Kriterien können zur Abgrenzung dienen?

Geht es im folgenden um die deutsche Kommunikationswissenschaft, so berufe ich mich auf das von der Mehrzahl der FachvertreterInnen akzeptierte Selbstverständnis der Disziplin, das sich beispielsweise in der programmatischen Erklärung der Fachgesellschaft (DGPuK 2001), im Verbandsorgan *Aviso* und in Fachzeitschriften manifestiert, aber auch durch die universitäre Lehre an potentielle Forschergenerationen weitergegeben wird. Wie schwierig eine solche Grenzziehung ist, zeigt die Selbstverständnisse-debatte um die „neue“ und die „alte“ Kommunikationswissenschaft (vgl. Löffel-

rung von Cultural Studies nach britischem Vorbild; (5) die Auffassung, die Cultural Studies seien ein explizit geisteswissenschaftliches Projekt (ausführlich bei Göttlich / Winter 1999).

- 3 Zur Gegenüberstellung einzelner Forschungsbereiche und Kategorien sei auf die Literatur verwiesen: Friedrich Krotz hat die unterschiedlichen Kommunikationsbegriffe der Disziplinen herausgearbeitet und das Menschenbild der Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive beleuchtet (Krotz 1997b). Michael Jäckel und Jochen Peter richten ihre Aufmerksamkeit auf disziplinäre Differenzen der Mediennutzungsforschung (Jäckel/Peter 1997). Elisabeth Klaus hat die Publikumsbegriffe untersucht und mit Margret Lünenborg versucht, das semiotische Kommunikationsmodell der Cultural Studies der deutschen Journalismusforschung zugänglich zu machen (Klaus 1997; Klaus/Lünenborg 2000).
- 4 Etabliertes Wissen wird hier in Anlehnung an Weingart als in der Fachgemeinde kommuniziertes und damit anerkanntes, möglicherweise auch umstrittenes, aber der Auseinandersetzung für wert befundenes Wissen verstanden (vgl. Weingart 2003, S. 32).

holz/Quandt 2003). Einigkeit herrscht immerhin darüber, dass die deutschsprachige Fachtradition paradigmatisch gespalten und stark ausdifferenziert ist. Darüber hinaus lässt sich immerhin ein zarter Konsens im Hinblick auf einen sozialwissenschaftlichen Kernbereich der deutschen Kommunikationswissenschaft erkennen (vgl. Brosius 2003, S. 44; Karmasin 2003, S. 50). Das Selbstverständnispapier der DGPK von 2001 bezeichnet die empirisch-analytische Kommunikationsforschung als wichtigste Forschungsrichtung – aber auch Systemtheorie und Radikaler Konstruktivismus werden als erfolgreiche Alternativparadigmen anerkannt (vgl. DGPK 2001).

Kann die Darstellung der deutschen Kommunikationswissenschaft durch Berufung auf den sozialwissenschaftlichen Kernbereich begründet werden, ist dies für Cultural Studies ungleich schwerer, da sie sich nicht einmal als wissenschaftliche Disziplin, sondern als problemorientiertes Projekt positionieren. Cultural Studies entstanden in den späten 1950er Jahren in Großbritannien als kritische, politisch ausgerichtete Kulturanalyse mit dem pragmatischen Ziel, Lösungen für soziokulturelle Problemstellungen anzubieten. Zum Gegenstand der Cultural Studies zählen Udo Götlich und Carsten Winter Kultur, soziale Machtverteilung und gesellschaftliche Klassenantagonismen, Geschlechterverhältnisse, Rassismus, jugendliche Subkulturen, kulturelle Identitäten und ethnische Gruppen sowie die Nutzung populärer Medien (vgl. Götlich/Winter 1999, S. 26). Bis in die späten 1970er Jahre richtete die ursprünglich an marxistischem Gedankengut orientierte Wissenschaftstradition ihr Interesse vornehmlich auf die Bedeutung von Klassenunterschieden im Prozess kultureller Selbstvergewisserung. Seit den 1980ern gerät die Orientierung an marxistischem Gedankengut zunehmend in den Hintergrund. Soziokulturelle Problemstellungen werden heute auf die Bedingungen moderner, globalisierter Gesellschaften zurückgeführt. In diesem Zusammenhang sind Massenmedien zu einem wichtigen Untersuchungsgegenstand avanciert und haben zur Ausbildung eines eigenständigen Forschungsbereichs zur Analyse von Massenkommunikation und Medien geführt. Dieser Forschungsbereich kann grob in zwei Schwerpunkte gegliedert werden: in (post-)strukturalistische Textanalysen und ethnographische Aneignungsforschung. Letztere wird häufig als Alternative zur kommunikationswissenschaftlichen Mediennutzungsforschung dargestellt (vgl. ausführlich Jäckel/Peter 1997). Durch ihre Aneignungsforschung berühren Cultural Studies den Fachbereich der Kommunikationswissenschaft. Letztere hat allerdings einen wesentlich engeren Gegenstandsbereich, sie widmet sich primär Problemstellungen der Massenkommunikation. Daher sind nicht alle der genannten Fragestellungen von Cultural Studies für die kommunikationswissenschaftliche Forschung von Interesse.

Darüber hinaus gelten Cultural Studies als Sammelbecken für qualitative Forschungsansätze, welche Theorien und Methoden anderer Disziplinen leichter aufnehmen können als institutionalisierte Disziplinen. Ihre VertreterInnen werden dementsprechend nicht müde zu betonen, dass Cultural Studies streng genommen gar keine kanonisierte Wissenschaft, sondern ein politisch-intellektuelles Projekt seien (vgl. Hall 1992, S. 287). Dennoch ist ihre universitäre Institutionalisierung nicht mehr von der Hand zu weisen, wie die steigende Zahl von Instituten im angloamerikanischen Raum beweist. Für eine disziplinäre Gegenüberstellung ist es sinnvoll, die Darstellung von Cultural Studies auf jene Bereiche zu beschränken, die auch für den Gegenstandsbereich der Kommunikationswissenschaft relevant sind – dies sind hauptsächlich medienanalytische Arbeiten und das in Einführungs- und Standardwerken beschriebene Wissenschaftsverständnis.

I. Erfolg und Misserfolg theoretischer Ansätze

Die Wissenschaftssoziologie hat nachgewiesen, dass wissenschaftlicher Wandel nicht nur durch neue Erkenntnisse ausgelöst, sondern ganz erheblich von der „sozialen Konstruktion wissenschaftlichen Wissens“ mitbestimmt wird (vgl. Weingart 2003, S. 66). Zur Bewertung von Erfolg und Misserfolg theoretischer Ansätze sollten daher nicht nur wissenschaftliche Inhalte und kognitive Prozesse, sondern auch Sozialstrukturen der entsprechenden Fachgemeinschaft herangezogen werden (ebd., S. 42 ff.). Das Zusammenspiel von kognitiven und sozialen Faktoren hat Thomas S. Kuhn im Schlagwort der disziplinären Matrix zusammengefasst, welche durch Sozialisation und Institutionalisierung vermittelt wird (vgl. Kuhn 1972, S. 287). Erfolg oder Misserfolg von Theorien bemisst sich somit nicht nur an wissenschaftstheoretischen Kriterien, sondern wird auch durch wissenschaftssoziologische Faktoren wie strategisches Gruppenhandeln, Reputation, Kollegenkritik, Wahrnehmung und Weiterverbreitung durch Zitate sowie Publikationsaktivitäten bestimmt. Die lange Zeit vertretene These, wissenschaftliche Entwicklung sei der Genialität einzelner WissenschaftlerInnen zu verdanken, muss vor dem Hintergrund der Wissenschaftssoziologie relativiert werden. Kluge Köpfe sind zweifelsohne notwendig, um neue Erkenntnisse zu produzieren und Wissenschaft voranzubringen. Darüber hinaus besitzt aber der Kommunikationsprozess der Fachgemeinschaft einen entscheidenden Stellenwert für die Frage, ob neues Wissen auch als solches anerkannt und in das fachliche Theoriengerüst übernommen wird, oder sogar bisher vertretenes Wissen ablöst (vgl. Weingart 2003, S. 50).

Gerade für eine junge und kleine Disziplin wie die deutsche Kommunikationswissenschaft konnte mehrfach nachgewiesen werden, dass Sozialstrukturen des Faches ein relativ großer Einfluss auf die Etablierung theoretischer Ansätze und Methoden zugeschrieben werden muss (vgl. Meyen 2004). In der Regel wird die Bedeutung von Sozialstrukturen indirekt durch kognitive Aspekte thematisiert, etwa über Selbstverständnisdebatten in Fach- und Verbandszeitschriften, in Festschriften sowie Einführungs- und Standardwerken. Darüber hinaus bieten formelle und informelle Diskussionen von Standpunkten und Meinungen ein wichtiges Forum für Selbstverständnisdebatten (vgl. Brosius 1994, S. 73). Aber auch über Personalien an Instituten, Verteilung von Forschungsgeldern, sowie über Forschungs- und Publikationsaktivitäten der Institute und ihrer AutorInnen lassen sich Rückschlüsse auf das vorherrschende Selbstverständnis eines Faches ziehen. Eine direkte Thematisierung auf wissenschaftssoziologischer Ebene, welche auf Verbindungen zwischen theoretischen Entwicklungen und sozialen Faktoren abzielt, ist in der Fachliteratur seltener zu finden (vgl. exemplarisch Meyen 2004; Brosius 1994, 1998; Aeverbeck/Kutsch 2002).

Vor diesem Hintergrund ist der anstehende disziplinäre Vergleich zu betrachten: Die skeptische Haltung vieler KommunikationswissenschaftlerInnen gegenüber Cultural Studies äußert sich vor allem über Kritik an theoretischen Ansätzen und Methodologie. Deshalb muss zunächst geklärt werden, welche kognitiven Faktoren der kritischen Rezeption zugrunde liegen. Erst wenn diese Bedingungen herausgearbeitet sind, kann gefragt werden, durch welche sozialen Aspekte diese kognitiven Argumentationsmuster erklärt werden können. Deshalb werde ich mich auf die wissenschaftstheoretische Ebene beschränken, um damit eine Grundlage zu schaffen, auf der die Rezeption von Cultural Studies in der deutschen Kommunikationswissenschaft wissenschaftssoziologisch beleuchtet werden kann.

Folgende Analysekatoren werden den Vergleich strukturieren: Wissenschaftsverständnis, Erkenntnistheorie, Gesellschaftsbild und Kulturbegriff. Während Wissenschaftsverständnis und Erkenntnistheorie grundlegende wissenschaftstheoretische Kategorien bilden und keiner weiteren Begründung bedürfen, sei kurz erläutert, warum ich Gesellschaftsbild und Kulturbegriff in den Vergleich einbeziehe. Sozialwissen-

schaften haben ihre Wurzeln in der Analyse gesellschaftlicher Phänomene und Prozesse und sind selbst Teil dieser Gesellschaften. Ihre Forschungsgegenstände sind als Reaktionen auf soziokulturelle Problemstellungen zu verstehen (vgl. Saxer 1995, S. 40). Die Frage nach dem vorherrschenden Gesellschaftsbild einer Disziplin kann somit Aufschluss über Ausrichtung und Selbstverständnis von akademischen Forschungstraditionen geben. Die letzte Analyse­kategorie, Kultur, ist aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zunächst schwer nachzuvollziehen. Nicht zu Unrecht verweist der Journalismusforscher Martin Löffelholz darauf, dass das sozialwissenschaftlich orientierte Fach Kultur bislang stiefmütterlich behandelt habe (vgl. Löffelholz 2003, S. 40). Für Cultural Studies ist Kultur dagegen einer der wichtigsten Begriffe, wenn nicht sogar *die* jeglicher Forschung zugrundeliegende, zentrale Kategorie. Soll das Selbstverständnis von Cultural Studies dem der Kommunikationswissenschaft gegenübergestellt werden, muss auch Kultur als grundlegende Kategorie untersucht werden.

II. Kognitive Faktoren

1. Wissenschaftsverständnis

Die weit verbreitete distanzierte Haltung gegenüber Cultural Studies muss vor dem Hintergrund der inzwischen weitreichend institutionalisierten Ausrichtung des Faches auf die Tradition der empirisch-analytischen Kommunikationsforschung und ihre wissenschaftstheoretische Basis, den Kritischen Rationalismus, betrachtet werden. Der Kritische Rationalismus weist Wissenschaft die Aufgabe zu, soziale Phänomene in einen verallgemeinernden und systematisierenden Rahmen einzuordnen und zum beständigen Wissenserwerb beizutragen (vgl. Burkart 1998, S. 401). Empirische Überprüfung von Theorien und abgeleiteten Hypothesen wird zum Ziel wissenschaftlichen Arbeitens erhoben; Theorien sind als Gesamtheit logisch zusammenhängender Hypothesensysteme zu verstehen, mit denen Ausschnitte der Realität erklärt werden können (sogenannte erfahrungswissenschaftliche Theorien, vgl. Wenturis/Van hove/Dreier 1992, S. 329). Durch Überprüfung an Realität werden Hypothesen entweder falsifiziert und Theorien konsequenterweise verworfen, oder sie können (vorläufig) bestätigt werden, was den Bewährungsgrad und somit auch den Informationsgehalt der Theorien – also deren Potential zur Erklärung von Realität – erhöht. Demzufolge haben Theorien vier Funktionen: Ordnung, Abstraktion, Erklärung und Prognose (vgl. Konegen/Sondergeld 1985, S. 59 f.). AnhängerInnen des Kritischen Rationalismus wollen möglichst allgemeingültige und erklärungskräftige Theorien entwickeln, die unabhängig vom Entstehungskontext an der Realität überprüft werden können. Das ist nur durch Abstraktion vom ursprünglichen Kontext möglich, damit Vergleichsebenen eröffnet werden können.

Vor dem Hintergrund der Prämisse, dass Theorien an der Realität überprüfbar sein müssen, erklären sich auch die strengen Anforderungen des Kritischen Rationalismus an Beobachtungs- und Messverfahren. Da akademisches Wissen explizit vom konkreten Einzelfall abstrahiert werden soll, ist exaktes methodisches Vorgehen unerlässlich, um empirische Ergebnisse vergleichen zu können. Innerhalb des kommunikationswissenschaftlichen Methodenkanons werden vor allem in der quantitativen Forschung Phänomene von ihrem ursprünglichen Kontext abgelöst und zur Beweisführung in Variablen unterteilt. So wird sichergestellt, dass möglichst alle Dimensionen und Ausprägungen eines Untersuchungsgegenstands erfasst werden. Daher steht die Neutralität von WissenschaftlerInnen im Forschungsprozess an erster Stelle. Sollen empirische Ergebnisse intersubjektiv überprüfbar sein, darf Forschung nicht an individuellen Prä-

dispositionen und politischen Interessen ausgerichtet werden. Forschende müssen sich vielmehr als distanzierte BeobachterInnen begreifen (vgl. Popper 1994, S. 18).

Seit der sozialwissenschaftlichen Wende der deutschen Kommunikationswissenschaft in den 1960er Jahren kommt quantitativ-analytisch ausgerichteter Forschung ein herausragender Stellenwert im Fach zu (vgl. Maletzke 1980, S. 74 f.). Diese Feststellung ist inzwischen mehrfach empirisch geprüft und bestätigt worden: Hans-Bernd Brosius hat über das Publikationsverhalten in den Fachzeitschriften *Publizistik* und *Rundfunk und Fernsehen* eine Entwicklung hin zu einem sozialwissenschaftlichen Kernbereich der Kommunikationswissenschaft nachgewiesen, der durch seine hohe Publikationsaktivität das Fach entscheidend prägt und dem Autor die begründete Feststellung erlaubt, dass sich in diesem Kernbereich ein Trend zum Einheitsfach abzeichne (vgl. Brosius 1998, 1994). Darüber hinaus hat Michael Meyen in seiner Analyse zu Berufsstruktur und Professorenschaft aufgezeigt, dass das Personal der deutschen Kommunikationswissenschaft vor allem aus den vier Instituten in Mainz, Münster, München und Berlin kommt (vgl. Meyen 2004). Vor allem in Mainz und München wird quantitativer Kommunikationsforschung ein hoher Stellenwert zugeschrieben.

Das Wissenschaftsverständnis der Cultural Studies steht in vielen Punkten dem soeben vorgestellten Verständnis des kommunikationswissenschaftlichen Kerns inkompatibel gegenüber. Cultural Studies sind in der qualitativen Forschungstradition fest verwurzelt, und prominente VertreterInnen wie Ien Ang lehnen den quantitativen Forschungsansatz für Kommunikationsforschung generell ab (vgl. Ang 1999). Das Selbstverständnis von Cultural Studies lässt sich mit fünf Schlagwörtern charakterisieren: Durch (1) radikalen Kontextualismus, (2) kontextuelles Theorieverständnis, (3) politische Intervention, (4) Selbstreflexion und (5) Interdisziplinarität (vgl. Hepp 1999, S. 16). Diese Schlagwörter entwerfen ein ganz anderes Programm für Wissenschaft und Kommunikationsforschung.

Der wichtigste der fünf Grundsätze ist der des radikalen Kontextualismus (1). Kulturelle Praktiken können nur unter Rekurs auf gesellschaftliche Machtstrukturen und soziale Kontexte erklärt werden. Der konkrete Einzelfall darf zur Analyse nicht von seinem Hintergrund abgelöst werden. Das Postulat des radikalen Kontextualismus hat entscheidende Konsequenzen für den vorherrschenden Theoriebegriff von Cultural Studies (2): Theorien dürfen niemals aus dem Kontext herausgelöst werden, in dem sie entwickelt wurden. Empirische Phänomene können nur dann analysiert werden, wenn ihr sozialer, politischer und ökonomischer Hintergrund berücksichtigt wird. Somit haben Theorien eine pragmatische Funktion: Sie sollen das Verständnis spezifischer Zusammenhänge verbessern und konkrete Lösungsmöglichkeiten für einzelne soziokulturelle Problemstellungen aufzeigen (vgl. Hall 1989, S. 173). Ein solches Theorieverständnis fordert auch eine andere Ausrichtung wissenschaftlichen Arbeitens: ForscherInnen sollen weniger einen stetigen Beitrag zur Anhäufung von empirisch erprobtem Allgemeinwissen leisten, als an einer politisch orientierten Debatte teilnehmen, deren Ziel die Kritik gegenwärtiger kultureller Bedingungen ist (3). Wissenschaft misst dann dem richtigen Gespür für konkrete soziokulturelle Zusammenhänge sowie kritischer Sensibilität von WissenschaftlerInnen einen weitaus höheren Stellenwert bei als theoretischer und methodischer Perfektion (vgl. Ang 1999, S. 319). Forschende müssen ihre persönliche Auseinandersetzung mit dem Untersuchungsgegenstand kontinuierlich offen legen und reflektieren (4).⁵ Sie müssen sich explizit als teilnehmende Subjekte der eigenen Forschung positionieren. Hinter der Forderung nach Selbstreflexion steht zum einen der radikale Kontextualismus (zum Kontext des Forschungsprozesses gehören eben auch WissenschaftlerInnen). Zum anderen sehen sich Cultural Studies aufgrund

5 John Frow und Meaghan Morris nennen dies den „selbstpositionierenden“ und begrenzenden Aspekt der Analyse der Cultural Studies.“ (Frow/Morris 1993, S. xvii).

ihres interventionistischen Charakters in einer politischen Verantwortung.⁶ Die vom Kritischen Rationalismus geforderte Neutralität im Wissenschaftsprozess steht in dieser Perspektive für Entfremdung von der eigenen Forschung, durch welche soziale und politische Kontexte des Untersuchungsgegenstands verloren gehen (vgl. Ang 1989, S. 110 ff.).

Das letzte Schlagwort, Interdisziplinarität (5), scheint auf den ersten Blick beiden Fachtraditionen gemeinsam zu sein. Dem Selbstverständnispapier der DGPuK folgend, definiert sich die Kommunikationswissenschaft im Kern als interdisziplinäre Sozialwissenschaft (vgl. DGPuK 2001). Cultural Studies haben den Grundsatz der Interdisziplinarität allerdings wesentlich radikaler verwirklicht und sind daher disziplinär ungebundener als die deutsche Kommunikationswissenschaft. Andreas Hepp führt die Freiheit der Cultural Studies, disziplinäre Grenzen zu überwinden, vor allem auf zwei Ursachen zurück: Zum einen ist ihr primärer Gegenstand – Kultur – nicht in den Grenzen einer einzelnen Disziplin zu fassen. Und zum anderen regt sich innerhalb der Cultural Studies Widerstand gegen jede Form von Institutionalisierung innerhalb herkömmlicher Disziplinengrenzen (vgl. Hepp 1999, S. 18 f.). Daher werden Cultural Studies häufig als Sammelbecken qualitativer Forschungsansätze verstanden, welches Theorien und Methoden anderer Disziplinen leichter aufnehmen kann als die Kommunikationswissenschaft.

Solch konträre Auffassungen von Wissenschaftlichkeit behindern die gegenseitige Wahrnehmung erheblich: Unterschiedliche methodologische Standards erschweren den interdisziplinären Vergleich empirischer Ergebnisse. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive steht das Wissenschaftsverständnis von Cultural Studies unter dem Generalverdacht von Subjektivität und Parteinahme. Für viele FachvertreterInnen ist nur schwer verständlich, dass Cultural Studies methodischen Standards für wissenschaftliches Arbeiten weniger Bedeutung beimessen als der politischen Ausrichtung ihrer Forschungsprojekte. Jäckel und Peter sehen deshalb in inkompatiblen Auffassungen von Methodologie einen unüberwindbaren Gegensatz, der eine Annäherung oder gegenseitige Befruchtung von Cultural Studies und Kommunikationswissenschaft auch zukünftig verhindern werde (vgl. Jäckel/Peter 1997).

Das zum Kritischen Rationalismus konträre Wissenschaftsverständnis der Cultural Studies bildet somit eine bedeutende Rezeptionshemmschwelle. Dies gilt freilich nicht nur für das deutsche Fach. Dabei ist jedoch zu beachten, dass gerade die hiesige Disziplin auf theoretischer wie personeller Ebene von anderen Wissenschaftsrichtungen geprägt wird und ein erheblicher Teil der Selbstverständnisdebatten von der impliziten Suche nach einem kommunikationswissenschaftlichen Kern gekennzeichnet ist. Die zögerliche und vielfach kritische Auseinandersetzung mit Cultural Studies ist somit nicht nur als Ablehnung eines zum eigenen Fach konträren Wissenschaftsverständnisses zu verstehen. Sie muss auch vor dem Hintergrund der Selbstverständnisdebatten zur Identität des deutschen Faches betrachtet werden.

2. Erkenntnistheorie

Ein weiterer Blockadefaktor lässt sich in der fachinternen Debatte zu Erkenntnistheorie lokalisieren. Als kommunikationswissenschaftlicher Mainstream ist auch hier der Bezug auf Poppers Kritischen Rationalismus zu benennen. Seine Erkenntnistheorie fußt auf der Prämisse, dass eine subjekt-unabhängige Realität existiert. Als logische Konsequenz können Aussagen an einer objektiven Wirklichkeit überprüft werden. Vorsicht ist allerdings beim Begriff der Wahrnehmung geboten: Menschen haben keinen unmittelbaren

6 Hepp (1999, S. 18) betont, dass die Cultural Studies mit ihrem Wissen v.a. sozio-politische Veränderungen und Interventionen ermöglichen und nicht Tagespolitik betreiben wollen.

telbaren Zugang zur Realität, Erkenntnisprozesse verlaufen immer „theoriegetränkt“, also vor dem Hintergrund bereits vorhandenen Wissens (vgl. Albert 1976, S. 40). Übertragen auf Massenkommunikation heißt dies: Existiert eine objektive Realität, können Medien den Prämissen des Kritischen Rationalismus zufolge diese Wirklichkeit erfassen und realitätsgetreu beschreiben.⁷

Der Auffassung, Medien könnten Wirklichkeit realitätsgetreu beschreiben, wird in Deutschland vor allem die erkenntniskritische Kommunikationstheorie des Radikalen Konstruktivismus gegenübergestellt. Das radikal-konstruktivistische Paradigma wurde von Siegfried Schmidt, Siegfried Weischenberg und Klaus Merten in das Fach eingeführt und hat am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster ein wichtiges institutionelles Standbein gefunden. Diese Wissenschaftler haben nicht nur die Institutionalisierung des Radikalen Konstruktivismus vorangetrieben, sie haben ihn darüber hinaus durch wichtige Standard- und Einführungswerke in der universitären Lehre verankert (vgl. Merten 1999; Weischenberg 1995 und 1998).⁸ Konstruktivistisches Gedankengut hat durch die systemtheoretisch geprägte Journalismusforschung in Deutschland eine exponierte Stellung im Fach und ist im Selbstverständnispapier der DGPK als erfolgreiches Alternativparadigma anerkannt (vgl. DGPK 2001).

Warum behindert die exponierte Stellung des Radikalen Konstruktivismus in der deutschen Kommunikationswissenschaft die Auseinandersetzung mit Cultural Studies? Beide Ansätze – Konstruktivismus und Cultural Studies – wenden sich gegen die traditionelle Prämisse, dass Massenmedien Informationen übermitteln und Realität wirklichkeitsgetreu abbilden können. Medien besitzen nicht die Funktion, Realität maßstabsgetreu wiederzugeben, sondern durch eigene Wirklichkeitsentwürfe zur Konstruktion sozialer Realität beizutragen. Beide Perspektiven sind somit als erkenntniskritische Ansätze der Kommunikationsforschung zu klassifizieren, welche auf der Idee gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion basieren und Massenmedien einen entscheidenden Stellenwert in diesem Prozess zuweisen.

Um Prozesse der Wirklichkeitskonstruktion zu analysieren, stellt der Radikale Konstruktivismus den Aspekt der Kognition in den Mittelpunkt: Wie konstruieren Individuen im Wahrnehmungsprozess sinnhafte Wirklichkeit? Journalisten, aber auch Rezipienten sind nicht als passive Selekteure zu betrachten, sie beteiligen sich vielmehr aktiv am Prozess der Wirklichkeitskonstruktion. Auch Cultural Studies basieren auf einem konstruktivistischen Verständnis von Massenkommunikation. Ihr Modell betont den zirkulären Aspekt von Kommunikation und hebt Gemeinsamkeiten von Kommunikator und Rezipient hervor. Im Mittelpunkt steht die gemeinsame Bedeutungs- und Wirklichkeitskonstruktion aller am Kommunikationsprozess Beteiligten (vgl. Krotz 1995, S. 248). Rezipienten konsumieren Medienbotschaften nicht einfach, sondern kreieren im Rezeptionsvorgang eigene Bedeutungsinhalte – durch Interpretation von Medieninhalten vor dem jeweiligen kulturellen Hintergrund, der gesellschaftlichen Position oder auch durch individuelle Phantasie. Cultural Studies grenzen sich deutlich von der Idee der Informationsvermittlung ab und stellen soziale Rituale des alltäglichen

7 Allein die Möglichkeit, dass Medien Wirklichkeit realitätsgetreu beschreiben können, bedeutet allerdings noch nicht, dass Medienberichterstattung immer die Realität spiegelt. Dazu ausführlich: Kepplinger 1989.

8 Was für Kommunikationswissenschaft, Cultural Studies oder Kritische Theorie gilt, muss auch bei der Diskussion konstruktivistischen Gedankenguts erwähnt werden: es gibt keinen einheitlichen Konstruktivismus, gerade in der ausdifferenzierten Debatte zur Journalismusforschung haben sich inzwischen verschiedene konstruktivistische Spielarten herausgebildet (vgl. Scholl 2002). Aus darstellungsökonomischen Gründen beziehe ich mich im Folgenden auf die klassische Variante des Radikalen Konstruktivismus.

chen Mediengebrauchs in den Mittelpunkt ihres Verständnisses von Massenkommunikation (vgl. ausführlicher Ang 1996).

Allerdings unterscheiden sich Radikaler Konstruktivismus und Cultural Studies hinsichtlich ihrer Konstruktionsbegriffe ganz entscheidend voneinander: Aus radikal-konstruktivistischer Perspektive kann Realität nicht subjekt-unabhängig wahrgenommen werden, weil der Mensch als kognitiv abgeschlossenes System betrachtet wird. Wahrnehmung ist keine Aufnahme und Verarbeitung von Umweltreizen durch Sinnesorgane, sondern ein von der Umwelt abgeschlossener Prozess der Bedeutungszuweisung im Gehirn (vgl. Maturana/Varela 1987). Schmidt weist zwar darauf hin, dass diese kognitiven Konstruktionen nicht beliebig entstünden, sondern auf Kommunikation von kollektivem Wissen basierten und Wirklichkeit deshalb immer eine soziale Konstruktion sei (vgl. Schmidt 2002, S. 20). Der Vorgang der Wirklichkeitskonstruktion selbst als Wahrnehmungsprozess im Gehirn ist aber ein individueller Prozess. Davon unterscheidet sich der Konstruktionsbegriff der Cultural Studies deutlich: Diese konzipieren den Menschen nicht als kognitiv abgeschlossenes System, sondern als von der Umwelt beeinflusstes und gesellschaftlich positioniertes Subjekt (vgl. Krotz 1995, S. 253 ff.). Wirklichkeitskonstruktion erfolgt somit in der Interaktion von sozial geformten Menschen, sie ist eine gesellschaftliche Praxis. Die bislang kaum berücksichtigte Inkompatibilität von handlungstheoretischem Konstruktionsbegriff und systemischer Konzeption erschwert die Etablierung von Cultural Studies, da die Nische der konstruktivistischen Kommunikationstheorie in der deutschen Kommunikationswissenschaft bereits durch den Radikalen Konstruktivismus besetzt ist.

3. Gesellschaftsbild

Cultural Studies sind in eine kritische Gesellschaftstheorie eingebettet, welche sich in ihrem Gesellschaftsmodell, einem politisch geprägten Wissenschaftsverständnis und somit auch in ihren theoretischen Ansätzen niederschlägt. Diese kritische Grundausrichtung stößt bei vielen deutschen KommunikationswissenschaftlerInnen auf Ablehnung. Die Ursachen für diese Haltung sind in der klaren Abgrenzung der hiesigen Fachtradition von der Kritischen Theorie zu finden – auf gesellschafts- wie auf kommunikationstheoretischer Ebene.⁹ Das kulturpessimistische Gedankengebäude der Frankfurter Schule muss somit als maßgeblicher Blockadefaktor angeführt werden, um die zögerliche Auseinandersetzung mit Cultural Studies in der deutschen Kommunikationswissenschaft zu erklären (vgl. Renger 2003, S. 160).

Zwar haben verschiedene AutorInnen darauf hingewiesen, dass Cultural Studies nicht mit der Kritischen Theorie gleichzusetzen sind (vgl. Hepp 1999, S. 99). Allerdings ist die weitläufige Skepsis gegenüber Cultural Studies nur zu verstehen, wenn das Verhältnis von Kritischer Theorie und deutscher Kommunikationswissenschaft beleuchtet wird. Schließlich ist das Gedankengut der Frankfurter Schule seit Jahrzehnten das dominante Paradigma kritischer Kommunikationsforschung in Deutschland, und in der Auseinandersetzung mit diesen Ideen haben sich in der deutschen Kommunikationswissenschaft dezidierte Positionen ausgebildet.¹⁰ Mit anderen Worten: Cultural

9 Auf wissenschaftstheoretischer Ebene ist die Abgrenzung durch das klare Bekenntnis der empirisch-analytischen Kommunikationsforschung zum Kritischen Rationalismus zementiert. Die Abgrenzung von Kritischem Rationalismus und Kritischer Theorie ist im Positivismusstreit der 1970er Jahre in der deutschen Soziologie mehr als deutlich geworden.

10 Auch unter dem Namen der Kritischen Theorie versammeln sich verschiedene theoretische Ansätze, die sich zum Teil widersprechen. Trotzdem lassen sich in den Gedankengebäuden von Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse und Jürgen Habermas gemeinsame kritische Positionen ausmachen, weshalb diese Wissenschaftler in der Literatur als Vertreter der Frankfurter Schule zusammengefasst werden (so bei: Kunczik/Zipfel 2001, S. 80).

Studies betreten hierzulande kein kulturkritisches Neuland, im Gegenteil: Sie müssen sich an etablierten Konzepten messen lassen.

Im Gegensatz zur Kritischen Theorie beruht die traditionelle Kommunikationswissenschaft auf einer pluralistischen, liberalen Auffassung von Gesellschaft. Sie geht von einem relativen Kräftegleichgewicht zwischen verschiedenen sozialen Gruppen aus, wie es die moderne Demokratietheorie impliziert (vgl. McQuail 1986, S. 143). Machtverteilung innerhalb von Gesellschaften wird daher nicht problematisiert. Die liberale Grundauffassung lässt sich in den meisten Forschungsfeldern der Kommunikationswissenschaft aufspüren. Gerade die deutsche Fachtradition ist besonders tief im liberalen Gesellschaftsmodell verankert – ein Punkt, zu dem sicherlich Forschungsbedarf besteht. Hier dürfte die Verpflichtung auf demokratische Grundwerte als Reaktion auf die Instrumentalisierung von Massenmedien sowie der Kommunikationswissenschaft im Nationalsozialismus eine Rolle gespielt haben; aber auch vom politisch orientierten Programm der Frankfurter Schule dürften entscheidende Impulse zur Abgrenzung von kritischem Gedankengut ausgegangen sein.

Wie sehr sich die deutsche Fachtradition vom kritischen Ansatz der Frankfurter Schule distanziert, wird schon am Wort „Massenkommunikation“ deutlich. In den 1950er Jahren wurde in der deutschen Kommunikationswissenschaft die Übernahme des englischen Begriffs „mass communication“ kontrovers diskutiert. Und noch heute wird in Einführungswerken ausdrücklich betont, dass der Terminus Massenkommunikation keine kulturpessimistischen Assoziationen wecken solle, sondern dass „Masse“ wertneutral für eine Vielzahl potentieller Rezipienten stehe (vgl. Pürer 2003, S. 77). Mit Hans Magnus Enzensbergers medienkritischem Ansatz hat sich in der deutschen Kommunikationswissenschaft außerdem eine eigene kritische Richtung ausgebildet, welche Massenmedien nicht generell negativ bewertet. Vielmehr sieht Enzensberger in ihnen ein politisches Instrument, durch das „massenhafte Teilnahme an einem gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozess möglich [wird], dessen praktische Mittel sich in der Hand der Massen selbst befinden“ (Enzensberger 1970, S. 160).

Vor diesem Hintergrund muss die kommunikationswissenschaftliche Rezeption der Cultural Studies betrachtet werden. Wie die Kritische Theorie gehen Cultural Studies von einem generellen Ungleichgewicht sozialer Kräfte in Gesellschaften aus, demzufolge Macht zentralisiert in den Händen weniger liegt. Das kritische Gesellschaftsbild kann als roter Faden der Cultural Studies bezeichnet werden: Es formt das Wissenschaftsverständnis, Begrifflichkeiten und theoretische Ansätze. Während die in Deutschland dominanten kritischen Konzepte normativ orientiert sind, in dem sie das Ende des Klassenantagonismus als zu erreichenden Idealzustand ansehen, sind Cultural Studies pragmatischer ausgerichtet: Sie üben Kritik an gegenwärtigen Gesellschaftsstrukturen und wollen Lösungsmöglichkeiten zur Veränderung bestehender Verhältnisse anbieten, ohne das Ideal einer klassenlosen Gemeinschaft einzufordern.

Weitere Unterschiede zwischen Kritischer Theorie und Cultural Studies werden am Begriff der Massen- und Populärkultur deutlich. Die Kritische Theorie basiert auf einer ideologischen Definition von Massenkultur und lässt nur wenig Spielraum für eine wertneutrale Auseinandersetzung mit Massenmedien. Mit ihrem klassenorientierten Gesellschaftsbild definiert sie Massen- und Populärkultur als grundsätzlich negativ und versteht das Publikum als passive, manipulierbare Masse. Im Zentrum dieser Medienkritik steht die Einschätzung, das moderne Mediensystem mit seiner Kulturindustrie forcieren den Verlust von Hochkultur und ersetze sie durch triviale Massenkultur. Medien werden somit zu Agenten des Kapitalismus und der herrschenden Klasse, mit deren Hilfe das Massenpublikum manipuliert und Gesellschaft letztlich im Interesse herrschender Schichten organisiert werden kann.

Davon setzen sich Cultural Studies deutlich ab. Sie betrachten kulturelle Produkte zwar als machtdurchzogen und verweisen auf die hegemoniale Funktion von Massenmedien, welche vor allem Interessen der herrschenden Gruppen artikulieren und damit nicht nur gesellschaftliche Machtstrukturen reproduzieren, sondern diese sogar legitimieren (vgl. Hall 1980). Im Gegensatz zur Kritischen Theorie gelten Publika jedoch nicht als manipulierbare, passive Masse, sondern als bedeutungsproduzierende Sehgemeinschaften. Diese Gemeinschaften nehmen aktiv am Prozess der Massenkommunikation teil, indem sie Medientexten durch Interpretation Sinn verleihen. Der Begriff der Populärkultur wird dadurch wertfrei verwendet, und Medien und Massenkultur besitzen positive Konnotationen (vgl. Mahnkopf 1993, zitiert bei Renger 2003, S. 161). Diese Unterschiede zwischen Cultural Studies und Kritischer Theorie sind in kommunikationswissenschaftlichen Veröffentlichungen meist nur oberflächlich thematisiert. Darum stehen viele deutsche FachvertreterInnen Cultural Studies ebenso ablehnend gegenüber wie der Kritischen Theorie, obwohl Cultural Studies ein Konzept von Populär- und Alltagskultur entwickelt haben, das eine Auseinandersetzung mit Massenmedien ohne kulturpessimistische Wertung ermöglicht.

4. Kulturbegriff

Die Skepsis vieler deutscher KommunikationswissenschaftlerInnen lässt sich schließlich auch auf unterschiedliche Auffassungen von Kultur zurückführen. Während Kultur als zentrale Kategorie der Cultural Studies bezeichnet werden kann, wurde die theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff in der deutschen Kommunikationswissenschaft weitgehend oberflächlich geführt. Cultural Studies beruhen auf einem machtgeprägten, weit gefassten Kulturverständnis, die deutsche Fachtradition bewegt sich dagegen in einem bislang wenig reflektierten Spannungsfeld zwischen weiter und enger Kulturbegrifflichkeit, in dem wertende Vorstellungen von Hochkultur inkompatibel neben soziologischen Vorstellungen von Kultur als verhaltenssteuerndem Orientierungsmodell stehen (vgl. Neuberger 2002, S. 189).

Wie wirkt sich diese doppelte Kulturdefinition auf Medienforschung aus? Der weite Begriff manifestiert sich im Gegenstand der Disziplin selbst. Medienprodukte sowie Medienkultur gehören zum Untersuchungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft. Dabei lassen sich verschiedene Bedeutungsschwerpunkte ausmachen: Kultur als Form und Inhalt journalistischer Aussageproduktion und als berufssoziologisches Konzept; aber auch als normatives Konzept zur gesellschaftlichen Selbstverständigung über Normen und Werte und Ausdruck sozialer Lebenswelt (vgl. Haller 2002, S. 9 ff.). Letztere Begriffsdimension hat Schmidt aus konstruktivistischer Perspektive aufgegriffen: Sind Gesellschaften verbindliche Wirklichkeitsmodelle, so ist Kultur als kommunikative Thematisierung jener Realitätsmodelle zu betrachten (vgl. Schmidt 1991, S. 37). Vor allem in der Journalismusforschung sind die verschiedenen Auffassungen von Kultur häufig Gegenstand von Analysen. Fragestellungen zu journalistischer Berufskultur werden seit Manfred Rühls wegweisender Studie (Rühl 1969) selten ohne den Verweis auf die Systemtheorie beantwortet. Rühls organisationstheoretische Analyse hat in der Fachgemeinschaft ein enormes Echo ausgelöst, heute zählt Systemtheorie zu den wichtigsten, wenn auch kontrovers diskutierten Theorien der deutschen Journalismusforschung.

Der weit gefassten Konzeption von Kultur steht in der deutschen Kommunikationswissenschaft ein enger, moralisch-literarisch geprägter Begriff gegenüber. In der engen Definition spiegelt sich die hierzulande besonders stark ausgeprägte bildungsbürgerliche Auffassung wider: Kultur wird behavioristisch als isoliertes, statisches Gebäude von Werten, Ideen und Überzeugungen verstanden, wobei wertend zwischen

Hochkultur und niederer Kultur unterschieden wird (vgl. ausführlicher: Göschel 1995). Der normativ-wertende Begriff ist zudem durch die Frankfurter Schule mit ihrer kulturpessimistischen Auffassung von Massenkultur geprägt, in der KonsumentInnen populärer Medienprodukte als kulturell wenig kompetent deklassiert werden. Triviale Medienprodukte werden für die scheinbare Verflachung und den Niedergang wahrer kultureller Werte verantwortlich gemacht. Ausgehend von diesen zwei Positionen – dem bürgerlich-ästhetischen Kulturverständnis und der Kulturkritik der Frankfurter Schule – wird Massenkultur selbst heute noch häufig negativ beurteilt. Der wertende Begriff findet sich in vielen Analysen zum deutschen Kulturjournalismus, aber auch in Programmaufträgen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. Aus Sicht der deutschen Journalismusforschung ist der enge Kulturbegriff darüber hinaus untrennbar mit der Geschichte und Entwicklung des Feuilletons verknüpft. Kulturjournalismus hat zum einen Kultur zum Gegenstand der Berichterstattung erhoben, und zum anderen Berichterstattung selbst als kulturelle Leistung definiert (vgl. Haller 2002, S. 9). Auf der Ebene der Kommunikations- und Medienpolitik hat die strukturelle Transformation des Rundfunkwesens in den 1980er Jahren die Frage nach den Kulturfunktionen der Medien in den Mittelpunkt gerückt. Öffentlich-rechtlichen Anstalten wurde neben der Grundversorgung der Auftrag zugewiesen, Sendungen mit kulturellen Schwerpunkten im Sinne eines bildungsbürgerlichen Kulturverständnisses zu verbreiten. So hoffte man, den befürchteten Tendenzen einer kulturellen Verflachung des Programmangebots durch den privaten Rundfunk entgegensteuern zu können (vgl. Gräßle 1995, S. 25).

Diese knappe Aufzählung verdeutlicht, dass Massenmedien eine kulturelle Doppelfunktion zugeschrieben wird: „Massenmedien besitzen einerseits die Eigenschaft, über die Produktion von Inhalten als ‚Kulturproduzenten‘ im klassischen Sinne in Erscheinung zu treten. Gleichzeitig wirken sie mit der Verbreitung von Medieninhalten auf gesellschaftliche Werte und Normen, Überzeugungen und Einstellungen ein – sei es stabilisierend oder verändernd“ (Wiesner 1990, S. 160). Wiesners Definition sollte allerdings um einen Aspekt ergänzt werden: Der bürgerlich-ästhetischen Auffassung von Kultur wird in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft traditionell ein großer Stellenwert beigemessen.

Dagegen ist der Kulturbegriff von Cultural Studies deutlich abzugrenzen. Dieser ist von zwei grundlegenden Paradigmen geprägt: dem Strukturalismus und dem Kulturalismus. Aus kulturalistischer Perspektive ist Kultur als soziale Praxis konzipiert, als „a whole way of life“ (Williams 1977, S. 45). In dieser berühmten Definition verbindet Raymond Williams den anthropologischen Kulturbegriff (Kultur als Gesamtheit einer Lebensweise) mit einer ideenorientierten Auffassung (Kultur als Summe der Vorstellungen und Ideen einer Gesellschaft). In der kulturalistischen Definition wird Kultur gesellschaftlich bestimmt, indem Fähigkeiten und Handlungsmöglichkeiten der Menschen als kulturproduzierende Akteure hervorgehoben werden. Diese Definition ist vor allem in der ethnografischen Aneignungsforschung populär. Aus strukturalistischer Perspektive muss Kultur als bedeutungsgenerierendes System verstanden werden, durch das soziale Wirklichkeit erst produziert wird (vgl. Williams 1981, S. 208). Der strukturalistische Begriff steht für das umkämpfte Feld gesellschaftlicher Bedeutungen, auf dem verschiedene soziale Gruppen um gesellschaftliche Definitionsmacht ringen. Kultur erzeugt dieser Auffassung zufolge keine gemeinsamen Orientierungen, sondern stellt ein gemeinsames Bezugsfeld bereit, auf dem Orientierungen ausgehandelt werden können. Die zweite Definition wird vorwiegend Produkt- und Diskursanalysen zugrunde gelegt. Gemeinsam ist beiden Definitionen, dass sie Kultur nicht behavioristisch als abgrenzbare Einheit, sondern als prozessualen, konflikthaften Zusammenhang verstehen, durch den gesellschaftliche Machtverhältnisse geprägt und

reproduziert werden (vgl. Hall 1992). Die wertende Auffassung von Hochkultur ist lediglich eines von vielen Elementen im umfassenden Kulturkonzept der Cultural Studies.

Der weit gefasste, machtgeprägte Kulturbegriff der Cultural Studies steht somit einer ganz anderen Auffassung von Kultur der deutschen Kommunikationswissenschaft gegenüber. Nicht nur, dass sich Machtaspekte im Kulturbegriff der Cultural Studies nur schwer mit dem liberalen Gesellschaftsbild der Kommunikationswissenschaft vereinbaren lassen; darüber hinaus wird eine solche Kulturdefinition vor dem Hintergrund bereits vorhandener theoretischer Ansätze deutlich kritischer betrachtet als ein Konzept, das – salopp formuliert – wissenschaftliches Neuland betritt und nicht an Konkurrenzansätzen gemessen werden kann.

III. Ausblick

Im vorliegenden Aufsatz wurden grundlegende kognitive Determinanten herausgearbeitet, denen die Aufnahme von Cultural Studies innerhalb der deutschen Kommunikationswissenschaft unterliegt. Im Zentrum der Analyse standen weniger Besonderheiten von Cultural Studies, sondern spezifische Ausprägungen der hiesigen Kommunikationswissenschaft. Das vom Kritischen Rationalismus geprägte Selbst- und Wissenschaftsverständnis der deutschen Kommunikationswissenschaft sowie ihre Ausrichtung auf empirisch-analytische Forschung prägen die Auseinandersetzung mit Cultural Studies ganz entscheidend. In den Kategorien Erkenntnistheorie und Gesellschaftsbild sowie für den Kulturbegriff konnte nachgezeichnet werden, dass Cultural Studies in vielen Bereichen auf etablierte Konkurrenzansätze stoßen, an denen sie sich messen lassen müssen.

Beschränkt sich ein Vergleich auf kognitive Faktoren, müssen Cultural Studies und die vorherrschende Ausrichtung der deutschen Kommunikationswissenschaft in der Tat als gegensätzliche Forschungstraditionen betrachtet werden, deren gegenseitige Wahrnehmung auch künftig durch methodologische und wissenschaftstheoretische Inkompatibilitäten behindert werden dürfte (so auch Jäckel/Peter 1997). Diese Einschätzung ist vielleicht jedoch vorschnell getroffen, weil den Sozial- und Kommunikationsstrukturen einer Disziplin ein entscheidender Einfluss auf die wissenschaftliche Ausrichtung des Faches zugesprochen werden muss. Aufbauend auf den hier herausgearbeiteten kognitiven Faktoren sollte in einem nächsten Schritt untersucht werden, welche sozialen Aspekte die Auseinandersetzung mit Cultural Studies in der deutschen Kommunikationswissenschaft beeinflussen. Darüber hinaus müssten verschiedene kommunikationswissenschaftliche Forschungs- und Spezialgebiete genauer analysiert werden, in denen der Ansatz der Cultural Studies in den letzten Jahren kontrovers diskutiert wurde – beispielsweise in der Rezeptions- und Journalismusforschung.

Literatur

- Albert, Hans (1976): Erkenntnis, Sprache, Wirklichkeit. Der kritische Rationalismus und das Problem der Erkenntnis. In: Kanitscheider, Bernulf (Hg.): Sprache und Erkenntnis. Innsbruck, S. 39-53.
- Ang, Ien (1996): In the realm of uncertainty: The global village and capitalist postmodernity. In: Dies.: Living room wars. Rethinking media audiences for a postmodern world. London u.a., S. 162-180.
- Ang, Ien (1999): Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem. In: Bromley, Roger /

- Göttlich, Udo / Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg, S. 317-340.
- Averbeck, Stefanie / Kutsch, Arnulf (2002): Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960. In: Medien & Zeit, Nr. 2/3, S. 57-66
- Brosius, Hans-Bernd (1994): Integrations- oder Einheitsfach? Die Publikationsaktivitäten von Autoren der Zeitschriften „Publizistik“ und „Rundfunk und Fernsehen“ 1983-1992. In: Publizistik, , Nr. 1, S. 73-90.
- Brosius, Hans-Bernd (1998): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Profil. Wer publiziert in „Publizistik“ und „Rundfunk und Fernsehen.“ In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 3, S. 333-345.
- Brosius, Hans-Bernd (2003): Aufgeregtheiten durch Technikfaszination. Trotzdem oder gerade deshalb: Die neue ist die alte Kommunikationswissenschaft. In: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (2003) (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Opladen, S. 43-42.
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 3. Auflage. Wien.
- Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20. Frankfurt/Main. S. 249-268.
- Göschel, Albrecht (1995): Wertewandel und Medienkultur. In: Ökologie-Stiftung NRW, Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.): Medien. Markt. Moral. Medienpolitik und Medienkultur. Essen. S. 93-107.
- Göttlich, Udo (1996): Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel von Leo Löwenthal und Raymond Williams. Opladen.
- Göttlich, Udo / Winter, Carsten (1999): Wessen Cultural Studies? Die Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum. In: Bromley, Roger / Göttlich, Udo / Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg, S. 25-42.
- Gräßle, I. (1995): Der Europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE. Frankfurt.
- Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. In: Hall, Hobson, Lowe, Willis (Hg.): Culture, media, language. London, New York, S. 128-138.
- Hall, Stuart (1989): Ausgewählte Schriften: Ideologie, Kultur, Medien, neue Rechte, Rassismus. Hamburg.
- Hall, Stuart (1992): Cultural Studies and its Theoretical Legacies. In: Grossberg, Lawrence / Nelson, Cary / Treichler, Paula A. (Hg.): Cultural Studies. London u.a., S. 277-286.
- Hall, Stuart (2003): Das Aufbegehren der Cultural Studies und die Krise der Geisteswissenschaften. Übersetzung der Originalfassung von 1990. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (2003): Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder. In: Dies. (Hg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg, S. 33-50.
- Hansen, Klaus P. (1993) (Hg.): Kulturbegriff und Methode. Der Stille Paradigmenwechsel in den Geisteswissenschaften. Tübingen.
- Hepp, Andreas (1998): Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen.
- Hepp, Andreas (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Opladen.
- Hepp, Andreas / Winter, Rainer (1997): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen.
- Hepp, Andreas / Winter, Rainer (2003): Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder. In: Dies. (Hg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg, S. 9-32.

- Horak, Roman (2002): Cultural Studies in Germany revised. In: Cultural Studies, Nr. 6, S. 884-895.
- Jäckel, Michael / Peter, Jochen (1997): Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. Grundlagen und grundlegende Probleme. In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 1, S. 46-68.
- Karmasin, Matthias (2003): Was ist neu an der alten Kommunikationswissenschaft? In: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (2003) (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Opladen, S. 49-57.
- Kepplinger, Hans-Mathias (1989): Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“, Nr. 15, S. 3-16.
- Klaus, Elisabeth (1997): Konstruktionen der Zuschauerschaft: vom Publikum in der Einzahl zu den Publika in der Mehrzahl. In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 4, S. 456-474.
- Klaus, Elisabeth / Lünenborg, Margret (2000): Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung: Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft 48(2), S. 188-211.
- Konegen, Norbert/Sondergeld, Klaus (1985): Wissenschaftstheorie für Sozialwissenschaftler. Opladen.
- Krotz, Friedrich (1992): Kommunikation als Teilhabe: Der „Cultural Studies Approach“. In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 4, S. 412-431.
- Krotz, Friedrich (1995): Fernsehrezeption kultursoziologisch betrachtet. In: Soziale Welt, Nr. 46, S. 242-265.
- Krotz, Friedrich (1997a): Kontexte des Verstehens audiovisueller Kommunikate. In: Charlton, Michael / Schneider, Silvia (Hg.): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen, S. 73-89.
- Krotz, Friedrich (1997b): Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität. Zum Menschenbild der Cultural Studies. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen, S. 117-126.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen.
- Kuhn, Tomas S. (1972): Postskript – 1969 zur Analyse der Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. In: Weingart, Peter (Hg.): Wissenschaftssoziologie 1. Wissenschaftliche Entwicklung als sozialer Prozess, Frankfurt/Main, S. 287-319.
- Kunczik, Michael / Zipfel, Astrid (2001): Publizistik. Köln u.a.
- Löffelholz, Martin (2003): Kommunikatorforschung: Journalistik. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Opladen, S. 28-53.
- Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (2003) (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Opladen.
- Maletzke, Gerhard (1980): Kommunikationsforschung als empirische Sozialwissenschaft. Berlin.
- Maturana, Humberto R./Varela, Francisco J. (1987): Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln menschlicher Erkenntnis. Bern.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1. Münster u.a.

- Meyen, Michael (2004): Wer wird Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik? Ein Beitrag zur Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin in Deutschland. In: Publizistik, Nr. 2, S. 194-206.
- Mikos, Lothar (1997): Die Rezeption des Cultural Studies Approach im deutschsprachigen Raum. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen, S. 159-170.
- Neuberger, Christoph (2002): Zum Wandel der journalistischen Berufskultur. Umriss einer Kulturanalyse des Journalismus. In: Haller (Hg.): Die Kultur der Medien. Untersuchungen zum Rollen- und Funktionswandel des Kulturjournalismus in der Mediengesellschaft. Münster, S. 189-201.
- Peiser, Wolfram/Hastall, Matthias/Donsbach, Wolfgang (2003): Zur Lage der Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft. Ergebnisse der DGPK-Mitgliederbefragung 2003. In: Publizistik, Nr. 3, S. 310-339.
- Popper, Karl R. (1994): Logik der Forschung. 10., verbesserte und vermehrte Auflage, Tübingen.
- Renger, Rudi (2003): Kulturtheorien der Medien. In: Weber, Stefan (Hg.): Theorien der Medien. Konstanz, S. 155-178.
- Rühl, Manfred (1969): Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. Bielefeld.
- Saxer, Ulrich (1995): Von wissenschaftlichen Gegenständen und Disziplinen und den Kardinalsünden der Zeitungs-, Publizistik-, und Kommunikationswissenschaft. In: Schneider, Beate/Reumann, Kurt/Schiwy, Peter (Hg.): Beiträge zur Medienentwicklung. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz, S. 39-55.
- Schmidt, Siegfried (1991): Medien, Kultur, Medienkultur. In Faulstich, Werner (Hg.): Medien und Kultur. Göttingen, S. 30-50.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen, S. 3-19.
- Schmidt, Siegfried J. (2002): Was heißt „Wirklichkeitskonstruktion?“ In: Baum, Achim/Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz: UVK, S. 17-30.
- Scholl, Armin (2000): Hat die Journalismusforschung alles falsch gemacht? Eine Erwiderung auf die Kritik an der Journalismusforschung durch Elisabeth Klaus und Margret Lünenborg. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, Nr. 3, S. 405-412.
- Scholl, Armin (2002): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz.
- Selbstverständnispapier der DGPK (2001): Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft. Herausforderungen für die Kommunikations- und Medienwissenschaft als akademische Disziplin. Erarbeitet unter der Leitung von Anna M. Theis-Berglmair und Günter Bentele. Abrufbar auf: www.dgpuk.de (letzter Zugriff: 29.10.2004).
- Weingart, Peter (2003): Wissenschaftssoziologie. Bielefeld.
- Weischenberg, Siegfried (1994): Die Moral der Medien und der Charme der Moral. Reflexionen zur journalistischen Ethik nach Barschel und der Wiedervereinigung. In: Bentele, Günter & Hesse, Kurt R. (Hg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz, S. 161-188.
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Band II. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1998): Journalistik. Band I. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Opladen.
- Wenturis, Nikolaus/Van hove, Walter/Dreier, Volker (1992): Methodologie der Sozialwissenschaften. Eine Einführung. Tübingen.

- Wiesner, V. u.a. (1990): EG-Medienpolitik: Fernsehen in Europa zwischen Kultur und Kommerz. Berlin.
- Williams, Raymond (1977): Innovationen. Über den Prozeßcharakter von Literatur und Kultur. Frankfurt.