

Andreas Hepp

Cultural Studies und Medienanalyse

Andreas Hepp

Cultural Studies und Medienanalyse

Eine Einführung

2. Auflage



SPRINGER FACHMEDIEN WIESBADEN GMBH



VS Verlag für Sozialwissenschaften

Entstanden mit Beginn des Jahres 2004 aus den beiden Häusern
Leske+Budrich und Westdeutscher Verlag.

Die breite Basis für sozialwissenschaftliches Publizieren

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

1. Auflage November 1999

2. Auflage April 2004

Alle Rechte vorbehalten

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2004

Ursprünglich erschienen bei VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV fachverlage GmbH,
Wiesbaden 2004

Lektorat: Frank Schindler

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

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-531-23184-6

ISBN 978-3-663-12005-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-12005-6

Mit Liebe für Beate und Levi

Danksagung

Das vorliegende Buch entstand in den Jahren 1998 und 1999 während meiner Tätigkeit an der Universität Trier und am "Interfakultativen Institut für Angewandte Kulturwissenschaft" (IAK) der Universität Karlsruhe. Es bezieht aber Diskussionen über und eine Beschäftigung mit Cultural Studies weit über diesen Zeitraum mit ein. Danken möchte ich vor allem Beate Köhler, ohne deren Ermunterungen, Hilfe, Geduld und Verständnis dieses Buch nie entstanden wäre. Entschuldigen möchte ich mich bei Levi Hepp, der viele Stunden, die eigentlich ihm zustanden, auf mich verzichten musste. Meinen Dank möchte ich auch all den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der verschiedenen Tagungen, Konferenzen und mehr oder weniger informellen Treffen gegenüber äußern, die im deutschsprachigen Raum die Möglichkeit boten, Vorträge zu Cultural Studies zu präsentieren und sich über Cultural Studies auszutauschen. Insbesondere verdanke ich Anregungen, Kritik und vor allem gute Gegenargumente den Diskussionen mit Johannes Gawert, Udo Göttlich, Martin Jurga, Friedrich Krotz, Lothar Mikos, Carsten Winter, Rainer Winter, Hans-Jürgen Wulff und vielen anderen, die hier — sie mögen mein Versäumnis entschuldigen — nicht genannt sind. Besonders danken möchte ich denjenigen, die meine Arbeit in den letzten beiden Jahren gefördert haben. Zu nennen sind hier vor allem Hans-Jürgen Bucher, Alois Hahn, Rainer Wimmer und auf seine besondere, freundschaftliche Art Waldemar Vogelgesang. Ien Ang bin ich zu großem Dank für ihre Unterstützung dieses Buchprojektes verpflichtet. Chris Barker und insbesondere Andrew Crisell danke ich für Hinweise bezüglich des britischen Universitätssystems, die mir als 'Außenstehender' so nicht zugänglich gewesen wären. Dank auch an Alexandra Schichtel, die dieses Buchprojekt als Lektorin umfassend betreute, Thomas Hilsheimer, der 'in letzter Minute' die Druckfahnen sorgfältig durchkorrigierte, und dem restlichen Team vom Westdeutschen Verlag für die konstruktive Unterstützung. Für technische Hilfe danke ich Mark Hurvitz von Nisus Software. Dankbar bin ich daneben den Teilnehmerinnen und Teilnehmern meiner Lehrveranstaltung am IAK zum Thema dieses Buchs, deren Fragen mich immer wieder zum Nachdenken und Überarbeiten anregten. Vor allem aber danke ich meinen Freunden, die sich mehr als einmal die Entschuldigung anhören mussten, 'ich muss den Abschnitt noch fertig schreiben', und mir trotzdem mit verschiedensten Hilfen zur Seite standen. Insbesondere danke ich Harry Bauer, Martin Kirchner, Jörg Kopp, Igor Kramberger, Thomas Siemon, sowie Kevin und Sarah Wiliarty. Besonders danke ich unter meinen Freunden Peter Müllen, der bei umfassenden eigenen Verpflichtungen das Manuskript dieses Buches Korrektur las. Wie bei jeder Publikation bleibt es aber trotz aller Diskussionen, Anregungen und Hinweise der Autor, der jegliche Verkürzungen und Fehler zu verantworten hat.

Karlsruhe & Trier, im August 1999

Andreas Hepp

Inhalt

Vorwort von Ien Ang	11
1 Einleitung	13
1.1 Was heißt Cultural Studies?.....	14
1.2 Über dieses Buch	21
2 Ein erster Zugang: 'Grundbegriffe' der Cultural Studies	24
2.1 Die semiotische Basis: Sprache, Zeichen und Repräsentation.....	25
2.2 Kultureller Materialismus: Kultur und Kulturanalyse.....	38
2.3 Artikulationen: Rassismus und kulturelle Identität	50
2.4 Kulturelles Geschlecht: Medien und Gender.....	58
2.5 Die 'Leute': Alltagsleben und Vergnügen.....	66
3 Rückblick: Ein historischer Abriss der Cultural Studies	78
3.1 Die 'Frühtexte': Richard Hoggart, Raymond Williams und Edward P. Thompson	78
3.2 Das "Centre for Contemporary Cultural Studies" und die Akademisierung der Cultural Studies	84
3.3 Cultural Studies und ihre internationale Differenzierung.....	91
3.4 Cultural Studies im deutschsprachigen Raum	99

4	Text- und Diskursanalyse: Medienprodukte in ihren Kontexten	109
4.1	Das Encoding/Decoding-Modell	110
4.2	Für eine Kontextualisierung des Text- und Produktbegriffs.....	118
4.3	Die "Revisionismus-Debatte"	139
4.4	Neue Wege der Produkt- und Produktionsanalyse	150
5	Aneignungsforschung: Soziokulturelle Lage und Ethnografie	164
5.1	Die Publika von "Nationwide" und Fernsehserien als Ausgangspunkt.....	165
5.2	Jugend als Publikum — die Jugendstudien der Cultural Studies.....	186
5.3	Die Ethnografische Wende — Roman, Fernsehen und Internet.....	204
5.4	Postmoderne, Globalisierung und radikaler Kontextualismus der Aneignungsforschung....	242
6	Ausblick: Auf dem Weg zu einer Methodologie der Cultural Studies?	254
6.1	Kritische Ethnografie.....	256
6.2	Kritische Diskursanalyse	262
6.3	Cultural Studies und Medienanalyse — Perspektiven....	270
7	Glossar	274
8	Literatur	279
9	Personen- und Sachregister	302

Vorwort

Das Buch *Cultural Studies und Medienanalyse* von Andreas Hepp ist eine hervorragende Einführung in einen Ansatz der intellektuellen Auseinandersetzung mit der gegenwärtigen Kultur und ihren Medien, der sich in der englischsprachigen Welt in den letzten zwanzig Jahren entwickelt hat: Cultural Studies. Mehr als einfach nur eine neues Verfahren der Erforschung von Kultur und Medien, sind die Cultural Studies ein Diskurs, der darauf zielt, die komplexen Bedeutungen des Lebens in einer Gesellschaft zu artikulieren, die durchsättigt ist mit den Bildern und Produkten der sogenannten 'Massenmedien'; eine Gesellschaft — und das ist eines ihrer Spezifika —, in der massenhaft vermittelte Kommunikation für selbstverständlich genommen wird und umfassend durchdringender Bestandteil des Alltagslebens geworden ist.

Im Gegensatz zur traditionellen Kommunikationswissenschaft, die dazu tendiert hat, die Medien als Forschungsobjekt von Gesellschaft und Kultur in ihrer Gesamtheit zu trennen, versuchen die Cultural Studies, die Medien als einen untrennbaren Aspekt von Populärkultur in modernen und postmodernen Gesellschaften zu verstehen. Natürlich hat sich dieses unauflösbare Wechselverhältnis von Medien und Populärkultur in den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts erst entwickelt, während denen der Umfang von populären und kommerziellen Medienprodukten in extremem Maße zugenommen hat und neue Kommunikationstechnologien wie das Satelliten- und Kabelfernsehen, der Videorekorder und das Internet eine schnelle Verbreitung erfahren haben. Die 'Massenmedien' sind nicht länger 'da draußen', sondern untrennbar mit der Art und Weise verbunden, in der die Leute ihre Identitäten definieren und artikulieren, ihre Beziehungen zu anderen und ihren Platz in der Welt. Die besten Arbeiten in der Tradition der Cultural Studies, die zurück geht auf das Werk britischer Theoretiker wie Raymond Williams, Richard Hoggart und Stuart Hall, versuchen die komplexen und widersprüchlichen Prozesse und Praktiken der Medienproduktion, Distribution und Aneignung von einem ausgewogenen und nuancierten Blickpunkt aus zu verstehen: mit einer Sensibilität gegenüber den genuinen Vergnügen und anderen subjektiven Ablenkungen, die

die Menschen in ihrer Mediennutzung erfahren, aber auch mit einem angemessenen Sinn für eine kritische Distanz, d.h. einem Sinn für die weiteren historischen, politischen und ökonomischen Kontexte, in denen die Medien auf Kultur und Gesellschaft in ihrer Gesamtheit einwirken und auf sie übergreifen.

In meinem eigenen, ersten Buch, das in Deutschland unter dem Titel *Das Gefühl Dallas* 1986 erschienen ist, versuchte ich die Popularität der damals höchst kontrovers und breit diskutierten amerikanischen Soap Opera *Dallas* zu analysieren, indem ich die Bedeutungen und Vergnügen, die die Zuschauenden und Kommentierenden mit der Sendung verbanden, betrachtete. Ich war nicht nur an dem ideologischen Kontext interessiert, in dem amerikanische 'Massenkultur' in Europa aufgenommen wurde, sondern auch an der Art und Weise, in der die Sendung auf Wiederhall in den gelebten Erfahrungen und Alltagspraktiken ihrer 'ergebenen' Zuschauenden stieß. Popularität ist — kurz gesagt — ein komplexes Phänomen, und die Analyse, warum bestimmte Sendungen und Programme populär werden, kann uns einen Einblick geben in die wichtigen Stränge populärer Imagination und des kulturell Unbewussten. Dies ist nur eine Art, in der die Cultural Studies zu einem mehrdimensionalen und kulturell relevanten Modus der Medienanalyse beitragen können.

Ich hoffe, dass dieses Buch ein wichtiger Schritt hin zur Entwicklung einer intellektuellen Tradition von Cultural Studies im deutschsprachigen Raum sein wird.

Sydney, Australien

Ien Ang