

## **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).

hingewiesen werden. Immerhin werden wir jedoch im nächsten Teilkapitel (3) einige Überlegungen zum Zusammenhang von Medien und Alltag rekapitulieren.

Insgesamt plädieren wir aus dem kommunikationswissenschaftlichen Interesse an sozialem Handeln in der Medienkultur für einen Handlungsbegriff, 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 als soziale Praktiken betrachtet (vgl. Hörning 2001: 162), der zugleich auch nicht von einem Homo Clausus, wie es Norbert Elias beschreibt, einem Robinson in der Gesellschaft ausgeht, sondern an einem sozialisierten Mensch ansetzt, der in und durch Kultur und Gesellschaft existiert.

### 3 Alltagshandeln in der Medienkultur

Wie wir gesehen haben, spielen Medien für die Alltagskultur eine zentrale Rolle, denn sie sind der im Alltagsleben ohne Weiteres verfügbare und umfassend genutzte Zugangsweg, über den kulturelle Praktiken als Ressource für individuelle Orientierung und Sinnggebung vermittelt werden – „Mediengebrauch ist kulturelles Handeln im Alltag und für den Alltag“ (Weiß 2003: 25). Vor diesem Hintergrund schlagen wir zunächst eine Konkretisierung des Begriffs „Alltag“ vor (3.1) – auch hier machen wir deutlich, dass Alltag in einer Medienkultur ohne eine gesellschaftliche Kontextualisierung kaum zu verstehen ist. Anschließend veranschaulichen wir die Produktivität einer solchen Konzeptualisierung von Alltag anhand exemplarisch ausgewählter Forschungsperspektiven, die teilweise – ganz entgegen der Einführung des Begriffs Medienkultur als Gegenbegriff zur Kulturindustrie – durchaus produktiv Kritische Theorie(n) aufgreifen und weiterentwickeln (3.2).

#### 3.1 *Alltag als spezifischer Handlungsmodus*

Alltag, so haben wir andernorts ausführlicher begründet (Krotz/Thomas 2007), kann verstanden werden als spezifischer, durch Unmittelbarkeit gekennzeichnete Modus sozialen Handelns, der sich nicht auf einen einzelnen zusammenhängenden Lebensbereich bezieht, sondern im Hinblick auf ganz unterschiedliche praktische Probleme wirksam ist. Diese Auffassung basiert auf einer Auseinandersetzung mit Konzepten des Alltags, der in kommunikationswissenschaftlichen Debatten häufig als etwas verstanden und gebraucht wird, das quasi ahistorisch und außerhalb der von Machtstrukturen geprägten Gesellschaftssphären stattzufinden scheint.

Zwei grundlegende Bestimmungsstücke von Alltag sind mit unserer hier vertretenen Auffassung formuliert, die wir kurz ansprechen: Zum einen kann Alltag nicht als von anderen getrennter Bereich sozialen Handelns verstanden werden; zum anderen wird dadurch die Notwendigkeit einer gesellschaftlichen Kontextualisierung dieses Konzepts deutlich. Alltagshandeln bildet eine Voraussetzung für Handeln in anderen Sinnsphären, u.a. weil man die Regeln dieses Alltags doch immer wieder in irgendeiner Form in andere Lebensbereiche mitnimmt, auch wenn sie da nicht ohne Weiteres gelten: Alltag ist in seiner Genese wie in seinen Konsequenzen nicht für sich zu verstehen. Bezogen auf den zweiten Punkt sei darauf verwiesen, dass Alltag einen Handlungsmodus darstellt, „der so selbstverständlich und unmittelbar ist, dass er (vielleicht genau deswegen) den Betreffenden meist nicht ohne Weiteres zugänglich ist“ (Voß 2000: 36) – entsprechend wird der Begriff Alltag gelegentlich auf die knappe Formel „Kultur im Modus des Subjektiven“ (Oldörp 2001: 75) gebracht. Allerdings kann subjektiv u.E. in diesem Zusammenhang keineswegs mit ‚der Erfahrung unmittelbar zugänglich‘ gleichgesetzt werden. Eine weitere konstitutive Besonderheit von Alltag besteht somit darin, von Herrschaftsprozessen durchzogen zu sein; insofern muss Selbstverständlichkeit/Unmittelbarkeit als Kriterium subjektiver Konstruktion von ‚Alltag‘ in der empirischen (Re-)Konstruktion von Alltag gesellschaftstheoretisch reflektiert werden. Alltag ist deshalb immer historisch-kulturell bestimmt und darf nicht als herrschaftsfreier Raum begriffen werden, in dem sich Individualität verwirklichen und Subjektivität ohne Weiteres bestätigen kann (vgl. Mörth/Ziegler 1990: 88).

Als Modus sozialen Handelns dient „Alltag“ als Bezugsrahmen, in dem die Menschen unter ihren Lebensbedingungen Wandlungsprozesse bewältigen, wobei sich dieser Bezugsrahmen durch den bereits eingeführten allgemeinen Metaprozess Mediatisierung aber ebenfalls wandelt. Medien transformieren den Alltag der Menschen nicht nur im anfänglichen Prozess der Aneignung, sondern darüber hinaus kontinuierlich weiter über Inhalte und Kommunikationsformen. Über die medialen Potenziale treten Kultur, Gesellschaft, Kapitalismus<sup>16</sup> auf neue Weise in den Alltag ein und bilden die Basis für neue Bedeutungs-generierungen und neue Zwänge. Unter Berücksichtigung der Reziprozität dieser Prozesse lässt sich u.E. (vgl. Krotz/Thomas 2007) präziser erkennen und beschreiben, wie sich die Rezeption medialer Inhalte, Kommunikationsformen, damit zugleich menschliche Selbstverständnisse und Subjektivierungsprozesse in einem westlichen, postindustrialisierten Alltag, in dem Medienkultur, -gesellschaft und Kapitalismus vermittelt werden, verändern (können).

---

16 Die damit verbundene Unterstellung ist, dass mediatisierte Kommunikation heute immer technisch vermittelte Kommunikation ist, die spezifische Geräte braucht. Der Prozess der Mediatisierung von kommunikativem Handeln ist deshalb faktisch immer auch ein Prozess, der die kommunizierenden Individuen in die Marktwirtschaft hineinzwingt. Das gilt erst recht, wenn es sich um Geräte handelt, für die im weiteren Sinne Nutzungsentgelte anfallen, weil man ein Netz beansprucht, DVDs kaufen oder leihen muss etc.

### 3.2 *Alltagshandeln in Medienkulturen: Fragestellungen und Perspektiven gesellschaftstheoretisch fundierter Medienanalysen*

In der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienforschung lässt sich beobachten, dass in Analysen der kommunikativen Prozesse wieder eine Verbindung zu Alltagserfahrungen und -handeln einerseits und allgemeinen gesellschaftlichen Umbrüchen andererseits gezogen wird. Exemplarisch lässt sich dies mit Blick auf Analysen aktueller medialer Unterhaltungsformate und Rezeptionsweisen zeigen (vgl. z.B. Seifried 1999; Sauer 2001; Bernhold 2002; Klaus 2006). Gerade Formaten des Hybridgenres Reality TV (vgl. dazu Klaus i.d.B.) wird hinsichtlich ihrer Anschlussfähigkeit an Alltag eine besondere Relevanz für den Alltag ihrer RezipientInnen zugesprochen. Udo Göttlich (2004) beschreibt sie explizit als Formen zunehmender Alltagsthematisierung und -dramatisierung. Reality TV „minimizes its representational function and maximizes its injection into the world“ betont Jack Bratich (2006: 66) und verweist auf eine Entwicklung, auf die Angela Keppler schon 1994 mit ihrer Unterscheidung von ‚narrativem‘ und ‚performativem‘ Reality-TV hingewiesen hat. Insbesondere Fernsehformate des Makeovers von häuslicher Umgebung, Lifestyle, Körper, Beruf oder gesamter Lebensumgebung bringen für ZuschauerInnen als auch TeilnehmerInnen an der Produktion ‚wirkliche‘ Veränderungen mit sich; entsprechend greift Eggo Müller (2005: 9) einen Begriffsvorschlag von Steve Spittle (2002: 58) auf und führt die Bezeichnung „transformatives Lifestyle-Fernsehen“ ein.

Foucaults Arbeiten zur Gouvernementalität sind zur Untersuchung der Formate des Reality-TV aufgegriffen, auf Medienangebote bezogen und auf Mediengebrauch als Selbstpraktiken, spezifischer als Elemente der Selbstführung übertragen worden. In diesen Medienanalysen rückt die wechselseitige Konstitution und Kopplung von Machttechniken, Wissensformen und Subjektivierungsprozessen in den Mittelpunkt, und es wird untersucht, wie politische und ökonomische Bedingungen medial vermittelt werden und Menschen im Alltag bestimmte Rationalitäten nahelegen, die sie verinnerlichen und selbsttätig realisieren sollen. Interpretieren wir Medienrezeption und ihre Wirkung aber nicht nur als Kultivierung, Normalisierung und Verinnerlichung von Subjektanrufungen, dann müssen wir präzisere Annahmen über handlungstheoretische Konzepte und die gegenwärtigen Vergesellschaftungsmodi entwickeln, um der Vielschichtigkeit und Widersprüchlichkeit sozialer Praktiken eher Rechnung tragen zu können (zur Diskussion einer an den Studien zur Gouvernementalität orientierten Medienforschung vgl. u.a. Thomas/ Langemeyer 2007). Dies kann als eine Herausforderung an eine Medienanalyse im Anschluss an Foucault formuliert werden.

Medien transformieren den Alltag der Menschen aber nicht allein über Inhalte und Kommunikationsformen in Prozessen der Aneignung. Die Aneignung und Nutzung eines neuen Mediums geht an Menschen nicht spurlos vorbei, sie übernehmen neue Rollen und kommunizieren auf neue Weise – sie verändern

sich also in ihrer sozialen und kulturellen Orientierung und Einbettung und in ihrem Selbstverständnis: Dies demonstrieren beispielsweise Arbeiten zur Bedeutung des Fernsehens für die Subjektkonstitution (vgl. Hickethier 2007) ebenso wie Untersuchungen zur Bedeutung des Mobiltelefons hinsichtlich der Veränderungen der sozialen Praktiken des Kommunizierens (Dietmar i.d.B), die u.a. bezogen auf die Aushandlung von Geschlechterrollen in anderen kulturellen Kontexten (vgl. Peil 2007) sicherlich instruktive neue Kenntnisse über soziales Handeln in Medienkulturen hervorbringen wird.

Sich schließlich etwa dem alltäglichen Gebrauch digitaler Medien unter der Perspektive einer Hinwendung zu Alltagshandeln in Medienkulturen zuzuwenden und auch in Verbindung mit Subjektivierungsprozessen zu betrachten, kann als eine weitere Herausforderung beschrieben werden. Gerade mit den IuK-Technologien und der damit verbundenen Medienkompetenz, so argumentierte schon vor Jahren Kirchhöfer (2000: 25), erfahre die Selbstorganisation des Individuums eine enorme Aufwertung. Entsprechende Untersuchungen wären produktiv zu kontextualisieren durch Bezug auf die in aktuellen gesellschaftlichen Diskursen dominant proklamierten Vorstellungen von Selbsterfahrung, -steuerung, -organisation und -sozialisation (vgl. dazu z.B. Bröckling/Krasmann/Lemke 2000; Thomas 2007).

#### 4 Ausblick

„Film, video, music, TV, the internet – these are now the global channels for experiencing cultural activities on-demand“, mit diesen Worten wirbt der Verlag Blackwell auf dem Einband der 2007 erschienenen Publikation von James Lull „Culture-on-demand“. Der Untertitel „Communication in a Crisis World“ verweist einerseits auf bestehende Macht- und Herrschaftsverhältnisse und damit auch auf das Spannungsfeld, durch das (Medien-)Kultur immer schon doppelt bestimmt wird:

„einmal als Medium der Macht, da kulturelle Weisen des Selbstverständnisses und der Realitätskonstruktion von sozialen Machtpraktiken durchdrungen sind, und zugleich als Medium der Ermächtigung, weil allein Praktiken der Selbstreflexion und Selbstinterpretation der abstrakten Idee von Autonomie Gehalt geben können, und weil das Subjekt, um sich autonom realisieren zu können, einen kulturellen Kontext von Chancen der Selbstverwirklichung voraussetzen muss“ (Kögler 2007: 81).

Zudem wird angedeutet, dass Kultur, Kommunikation und Medien als die grundlegenden Konzepte angesehen werden können, die derzeit, so konstatiert auch Sandbothe (2003: 257), nicht nur „weite Teile der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschung prägen und zum Teil neu strukturieren“, sondern maßgeblich auch das Alltagsleben und -handeln in den westlichen Industriegesellschaften.

Wie das Konzept „Medienkultur“ *wissenschaftstheoretisch* hinsichtlich seines Potenzials zur Generierung oder Verschiebung von Fragestellungen beitra-

gen, zugleich aber auch *gesellschaftsdiagnostisch* hinsichtlich der Strukturierung sozialer Praktiken und damit der (Re-)Produktion gesellschaftlicher Verhältnisse und als *Reflexionsbegriff* mit Blick auf die Veränderung von Selbst- und Weltverhältnissen verstanden werden kann, haben wir nur skizzieren können. Deutlich sollte aber geworden sein, dass diese Perspektiven nur analytisch zu trennen sind. Ihre Verwobenheit haben wir gezeigt mit Blick auf kommunikations- und medienwissenschaftliche Fragestellungen angesichts der Mediatisierung von Alltag, Identität, sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft. Diese Prozesse sind eingebunden in eine ‚Rückkehr der Unsicherheiten‘ in einer deregulierten Marktgesellschaft, die auch zu einer Wiederbelebung des Interesses an dem wechselseitigen Ineinandergreifen von Normierung einerseits und der Entwicklung von Freiheitsmomenten andererseits führt, welches Kultur immer schon auszeichnete (vgl. Prokop 2003: 16f.). Hinsichtlich des kultur- und kommunikationswissenschaftlichen Diskurses werden wir derzeit durchaus Zeugen einer Wiederbelebung der Kritischen Theorie (vgl. Becker/Wehner 2006; Winter/Zima 2007) als auch einer Diskussion um die Weiterentwicklung kritischer Theorien, die dabei auch die Traditionslinien der Cultural Studies aufgreifen und explizit auf Analysen und Kritik der „Medienkultur“ bzw. „Medien-gesellschaft“ zielen (vgl. Adolf 2006; Kleiner 2006). Gerade also vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Metaprozesse, die mit den Begriffen Globalisierung, Individualisierung, Mediatisierung und zunehmend auch Ökonomisierung des Sozialen beschrieben werden, können von gesellschaftstheoretisch fundierten Analysen sozialer Praktiken in der Medienkultur neue Erkenntnisse erwartet werden. Dazu leistet auch der vorliegende Band einen Beitrag.

## Literatur

- Adolf, Marian (2006): Die unverstandene Kultur. Perspektiven kritischer Theorie der Mediengesellschaft. Bielefeld: transcript.
- Bachmann-Medick, Doris (2006): Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Enzyklopädie.
- Becker, Barbara/Wehner, Josef (Hrsg.) (2006): Kulturindustrie reviewed. Ansätze zur kritischen Reflexion der Mediengesellschaft. Bielefeld: transcript.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1980): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Frankfurt am Main: Fischer.
- Bernhold, Monika (2002): Teleauthentifizierung: Fernseh-Familien, Geschlechterordnung und Reality-TV. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 216-234.
- Bittingmayer, Uwe H./Kraemer, Klaus (2001): Klassenlosigkeit als Konstrukt. Anmerkungen zum Wandel kollektiver symbolischer Sinnwelten. In: Radema-

- cher, Claudia/Wiechens, Peter (Hrsg.): *Geschlecht, Ethnizität, Klasse. Zur sozialen Konstruktion von Hierarchie und Differenz*. Opladen: Leske und Budrich, 275-296.
- Bratich, Jack Z. (2006): *Nothing is left Alone for Too Long. Reality Programming and Control Society Subjects*. In: *Journal of Communication Inquiry* 1, 65-83.
- Bröckling, Ulrich/Krasmann, Susanne/Lemke, Thomas (Hrsg.) (2000): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Castells, Manuel (2001): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Opladen: Leske und Budrich.
- Couldry, Nick (2006): *Listening beyond the echoes. Media, ethics, and agency in an uncertain world*. Boulder: Paradigm.
- Fischer-Lichte, Erika/Wulf, Christoph (Hrsg.) (2001): *Theorien des Performativen*. Berlin: Paragrana 19, Heft 1.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London: Methuen.
- Geertz, Clifford (1991): *Dichte Beschreibung*. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Göttlich, Udo (2004): *Produzierte Wirklichkeiten. Zur Entwicklung der Fernsehproduktion am Beispiel von Factual Entertainment Angeboten*. In: Friedrichsen, Mike (Hrsg.): *Diversifikationen der Unterhaltungsproduktion*. Köln: von Halem, 124-141.
- Göttlich, Udo (2006): *Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung*. Konstanz: UVK.
- Grossberg, Lawrence/Wartella, Ellen/Whitney, Charles D. (1998): *Media Making. Mass Media in a Popular Culture*. London/Thousand Oaks/New Dehli: Sage.
- Helduser, Urte/Schwiering, Thomas (Hrsg.) (2002): *Kultur und ihre Wissenschaft. Beiträge zu einem reflexiven Verhältnis*. Konstanz: UVK.
- Hickethier, Knut (2003): *Medienkultur*. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 435-457.
- Hickethier, Knut (2007): *Fernsehen in der Erinnerung seiner Zuschauerinnen und Zuschauer. Medienbiografien, historische Rezeptionsforschung und die Verhäuslichung des Fernsehens in den 50er Jahren*. In: Röser, Jutta (Hrsg.): *MedienAlltag: Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Wiesbaden: VS, 57-70.
- Hörning, Karl H. (1999): *Kulturelle Kollisionen. Die Soziologie vor neuen Aufgaben*. In: Hörning, Karl H./Winter, Rainer (Hrsg.): *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 84-115.
- Hörning, Karl H. (2001): *Experten des Alltags. Die Wiederentdeckung des praktischen Sinns*. Weilerswist: Velbrück.
- Hörning, Karl H./Reuter, Julia (Hrsg.) (2004): *Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*. Bielfeld: transcript.
- Hofmann, Martin Ludwig/Korta, Tobias F./Niekisch, Sibylle (Hrsg.) (2004): *Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Hofmann, Martin Ludwig/Korta, Tobias F./Niekisch, Sibylle (Hrsg.) (2006): *Culture Club II. Klassiker der Kulturtheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.) (2004): *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden: VS.
- Imhof, Kurt (2006): *Mediengesellschaft und Medialisierung*. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft* 2, 191-215.
- Jarren, Otfried (1998): *Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel*. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 74-94.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2002): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 1: Verständnis, Rahmen und Strukturen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Keppeler, Angela (1994): *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Kirchhöfer, Dieter (2000): *Alltagsbegriffe und Alltagstheorien im Wissenschaftsdiskurs*. In: Voß, Günter G./Holly, Werner/Boehnke, Klaus (Hrsg.): *Neue Medien im Alltag: Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*. Opladen: Leske und Budrich, 13-30.
- Klaus, Elisabeth (2006): *Grenzenlose Erfolge? – Entwicklung und Merkmale des Reality-TV*. In: Frizzoni, Brigitte/Tomkowiak, Ingrid (Hrsg.): *Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen*. Zürich: Chronos, 83-106.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2004): *Medienhandeln als Alltagshandeln. Über die Konstituierung gesellschaftlicher Identität durch cultural citizenship in einer Mediengesellschaft*. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): *Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden: VS, 100-113.
- Kleiner, Marcus S. (2006): *Medien-Heterotopien. Diskursräume einer gesellschaftskritischen Medientheorie*. Bielefeld: transcript.
- Kneer, Georg/Nassehi, Armin/Schroer, Markus (2000): *Soziologische Gesellschaftsbegriffe*. München: Fink/UTB.
- Kneer, Georg/Nassehi, Armin/Schroer, Markus (2001): *Klassische Gesellschaftsbegriffe der Soziologie*. München: Fink/UTB.
- Kögler, Hans Herbert (2007): *Autonomie und Anerkennung: Kritische Theorie als Hermeneutik des Subjekts*. In: Winter, Rainer/Zima, Peter V. (Hrsg.): *Kritische Theorie heute*. Bielefeld: transcript, 79-96.
- Krotz, Friedrich (1998): *Kultur, Kommunikation und die Medien*. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Publizistik Sonderheft: „Medienkulturkommunikation“, 2*, 67-85.
- Krotz, Friedrich (2001): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich (2003): *Zivilisationsprozess und Mediatisierung. Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel*. In: Behmer, Markus/Krotz,

- Friedrich/Stöber, Rudolf/Winter, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 15-38.
- Krotz, Friedrich (2005): Handlungstheorien. In: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hrsg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz, UVK, 40-49.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS.
- Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja (2007): Domestizierung, Alltag, Mediatisierung: Ein Ansatz zu einer theoriegerichteten Verständigung. In: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS, 31-42.
- Kübler, Hans-Dieter (2005): Mythos Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung. Wiesbaden: VS.
- Lindner, Rolf (2004): Vorwort. In: Musner, Lutz: Kultur als Textur des Sozialen. Essays zum Stand der Kulturwissenschaften. Wien: Löcker, 11-13.
- Lipp, Wolfgang (1994): Drama Kultur. Berlin: Duncker und Humblot.
- Lipp, Wolfgang/Tenbruck, Friedrich H. (1979): Zum Neubeginn der Kultursoziologie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 31, 393-398.
- Lull, James (2007): Culture-On-Demand. Communion in a Crisis World. Malden: Blackwell.
- Meier, Werner A./Bonfadelli, Heinz (2004): Informationsgesellschaft oder Mediengesellschaft? In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Wiesbaden: VS, 57-78.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster/Hamburg: Lit-Verlag.
- Meyrowitz, Joshua (1990): Using contextual Analysis to bridge the Study of mediated and unmediated Behavior. In: Ruben, Brent D./Lievrouw, Leah A. (Hrsg.): Mediation, Information and Communication, Vol. 3. New Brunswick: Transaction, 67-94.
- Moebius, Stephan/Quadflieg, Dirk (2006): Kultur. Theorien der Gegenwart. Wiesbaden: VS.
- Mörth, Ingo/Ziegler, Meinrad (1990): Die Kategorie des Alltags. Pendelbewegung zwischen Mikro- und Makro-Ufer der Soziologie? In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 15, Nr. 3, 88-111. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/staff/moerthvitapubl.htm> [11.5.2007].
- Morley, David (1980): The Nationwide Audience: Structure and Decoding. London: BFI.
- Müller, Eggo (2005): Performativ, transformativ, interaktiv. In: Montage/AV, 14/1, 137-154. [http://www.let.uu.nl/~Eggo.Mueller/personal/onderzoek/performativ\\_transformativ\\_interaktiv\\_2005.PDF](http://www.let.uu.nl/~Eggo.Mueller/personal/onderzoek/performativ_transformativ_interaktiv_2005.PDF) [04.05.2007].
- Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.) (1995): Kulturinszenierungen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Neitzel, Julia (1999) Massen-Medien-Kultur. Zur Einführung. In: Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Julia (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Stuttgart: DVA, 197-201.
- Musner, Lutz (2004): Kultur als Textur des Sozialen. Essays zum Stand der Kulturwissenschaften. Wien: Löcker.
- Oldörp, Christine (2001): Alltag mit verfließenden Rändern. In: Institut für Volkskunde der Universität Hamburg (Hrsg.): VOKUS 11 (Volkskundlich-Kulturwissenschaftliche Schriften), Nr. 2, 74-101. <http://www.uni-hamburg.de/Volkskunde/Texte/Vokus/2002-1/alltag.html> [08.05.2007].
- Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Julia (Hrsg.) (1999): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart : DVA.
- Peil, Corinna (2007): Keitai-Kommunikation. Mobiler Medienalltag in Japan. In: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS, 223-235.
- Pongs, Armin (2000): In welcher Gesellschaft leben wir eigentlich? Gesellschaftskonzepte im Vergleich. München: Dilemma Verlag.
- Prokop, Dieter (2003): Mit Adorno gegen Adorno. Negative Dialektik der Kulturindustrie. Hamburg: VSA.
- Reichertz, Jo (2006): Der Fernseher als Akteur. In: Ziemann, Andreas (Hrsg.): Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien. Konstanz: UVK, 231-246.
- Röser, Jutta (Hrsg.) (2007): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden: VS.
- Sandbothe, Mike (2003): Medien – Kommunikation – Kultur. In: Karmasin, Matthias/Winter, Carsten (Hrsg.): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 257-271.
- Sauer, Birgit (2001): Die serielle Zivilgesellschaft. Vom Einbruch der Politik in das Echtmenschfernsehen. In: Flicker, Eva (Hrsg.): Wissenschaft fährt „Taxi Orange“. Befunde zur österreichischen Reality-TV-Show. Wien: Promedia, 155-173.
- Saxer, Ulrich (2004): Mediengesellschaft: auf dem Wege zu einem Konzept. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hrsg.): Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Wiesbaden: VS, 139-158.
- Schimank, Uwe/Volkman, Ute (2000): Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Eine Bestandsaufnahme. Opladen: Leske und Budrich.
- Schütz, Alfred (1971): Gesammelte Aufsätze. 2 Bände. Den Haag: Nijhoff.
- Seifried, Bettina (1999): Talkshow als Subjekt-Diskurs. Sprachliche und interaktive Verfahren und Strategien einer diskurspezifischen Konstruktion von Subjektpositionen in US-amerikanischen Talk-Service-Shows. <http://edoc.hu-berlin.de/dissertationen/seifried-bettina-1999-12-22/html> [26.5.2007].

- Spittle, Steve (2002): Producing TV – Consuming TV. In: Miles, Steven/Anderson, Alison/Meethan, Kevin (Hrsg.): *The Changing Consumer: Markets and Meanings*. London/New York: Routledge, 56-73.
- Thompson, Edward P. (1987): *Die Entstehung der englischen Arbeiterklasse (The Making of the English Working Class, 1968)*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Thomas, Tanja (2008): Marktlogiken in Lifestyle-TV und Lebensführung – Herausforderungen für eine gesellschaftskritische Medienanalyse. In: Butterwege, Christoph/Lösch, Bettina/Ptak, Ralf (Hrsg.): *Neoliberalismus. Analysen und Alternativen*. Wiesbaden: VS (i.Dr.)
- Thomas, Tanja/Langemeyer, Ines (2007): Mediale Unterhaltungsangebote aus gesellschaftskritischer Perspektive. Von der Kritik an der Kulturindustrie zur Analyse der gegenwärtigen Gouvernementalität. In: Winter, Rainer/Zima, Peter V. (Hrsg.): *Kritische Theorie heute*. Bielefeld: transcript, 259-282.
- Turner, Victor (1974): *Drama, Fields, and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*. Ithaca/London: Cornell Univ. Press.
- Viehoff, Reinhold (2002): Medienkultur. In: Schanze, Helmut (Hrsg.): *Metzler Lexikon Medientheorie, Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar: Metzler, 226-229.
- Voß, Günter G. (2000): Alltag. Annäherungen an eine diffuse Kategorie in Zusammenarbeit mit den Projektleitern und Mitarbeitern der Projekte der Chemnitzer DFG-Forschergruppe ‚Neue Medien im Alltag‘. In: Voß, Günter G./Holly, Werner/Boehnke, Klaus (Hrsg.): *Neue Medien im Alltag. Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*. Opladen: Leske und Budrich, 31-78.
- Weber, Max (1978): *Soziologische Grundbegriffe*. 4., durchgesehene Auflage. Tübingen: Mohr.
- Webster, Frank (1995): *Theories of the information society*. London/New York: Routledge.
- Weingart, Peter (2001): *Die Stunde der Wahrheit? Vom Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Weiß, Ralph (2003): Alltagskultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart/Weimar: Metzler, 23-32.
- Williams, Raymond (1958): *Culture and Society 1780-1950*. London: Chatto and Windus.
- Williams, Raymond (1983): *Innovationen. Über den Prozeßcharakter von Literatur und Kultur*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.) (1998): *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Winter, Rainer (2002): Kultur als Drama und als Kampf. Von der deutschen Kulturosoziologie zu den Cultural Studies. In: Helduser, Urte/Schwierting, Thomas (Hrsg.): *Kultur und ihre Wissenschaft. Beiträge zu einem reflexiven Verhältnis*. Konstanz: UVK, 121-136.

- Winter, Rainer/Zima, Peter V. (Hrsg.) (2007): *Kritische Theorie heute*. Bielefeld: transcript.
- Wulf, Christoph/Göhlich, Michael/Zirfas, Jörg (Hrsg.) (2001): *Grundlagen des Performativen. Eine Einführung in die Zusammenhänge zwischen Sprache, Macht und Handeln*. Weinheim/München: Juventa.
- Ziemann, Andreas (2006a): Reflexionen der „Mediengesellschaft“. In: Ziemann, Andreas (Hrsg.): *Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien*. Konstanz: UVK, 183-206.
- Ziemann, Andreas (2006b): *Soziologie der Medien*. Bielefeld: transcript.