

Angela Keppler

### **Verschränkte Gegenwart. Medien- und Kommunikationssoziologie als Untersuchung kultureller Transformationen**

erschienen in: Soziologische Revue Sonderheft 5 (Soziologie 2000), hrsg. von R.Münch/C.Jauß/C. Stark, München: Oldenbourg, S. 140-152.

Es ist mittlerweile eine Selbstverständlichkeit, dass "die Medien" zu einem integraler Bestandteil der heutigen Kultur geworden sind. Was dies aber im sozialen und individuellen Leben bedeutet, hierüber besteht weit weniger Klarheit; unklar sind auch die methodischen Konsequenzen, die sich hieraus für die Wissenschaften von der Kultur ergeben. Hier von Selbstverständlichkeiten zu sprechen, wäre eine starke Übertreibung. Denn es ist gerade die in der neueren Forschung allgemein geteilte Annahme, dass die herkömmlichen und die neuen Medien tragende Elemente der gegenwärtigen Kultur darstellen, die der wissenschaftlichen Untersuchung große Probleme bereitet. Denn einerseits liegt es nahe, die verschiedenen Massenmedien – Buch, Zeitung, Radio, Fernsehen, Computer, einschließlich des Trends zu einem "konvergenten" digitalen Medium, das TV, PC, CD-Player und Bildtelefon vereint – eine eigene Logik der Weltaneignung, Welt darbietung oder Welterzeugung zuzusprechen, die nach einer eigenen Disziplin oder Sparte innerhalb der Forschung verlangt. Andererseits aber liegt es auf der Hand, dass sich die technische und kulturelle "Logik" der verschiedenen Medien nicht in einem luftleeren Raum herausgebildet hat und viel wichtiger noch, dass sie in ihrer sozialen Wirksamkeit keineswegs auf einen sinnleeren Raum trifft. Die alten und neuen Medien *verändern* nicht allein die soziale und symbolische Weltaneignung, sie *unterliegen* zugleich einer permanenten sozial wie symbolisch gesteuerten Aneignung. Ihre *interne* Logik, die Konfiguration ihrer spezifischen Hardware und Software, trifft in allen Kontexten des Mediengebrauchs auf eine *soziale*

Logik, das heißt auf unterschiedliche Konstellationen der Ausnutzung der von ihnen eröffneten Möglichkeiten. In diesem Zusammentreffen gewinnen sie öffentliche Wirkung und gesellschaftliche Macht. Hier etabliert sich die Medienkultur, die mittlerweile alle Bereiche der Kultur beeinflusst oder durchdringt.

Der folgende Bericht handelt von Wegen der Erforschung dieses Zusammenhangs. Er konzentriert sich auf Untersuchungen, die die mediale Produktion und ihre Produkte in den Kontexten ihrer sozialen Aneignung aufsuchen – und sie damit von vornherein als kulturelle Erzeugnisse und Ereignisse erfassen. Schritte zu einer solchen Behandlung konnten erst gelingen, nachdem eine unselige Frontstellung überwunden war, die die Soziologie der Medien vor allem in Deutschland lange Zeit behindert hat. Dies war die Auffassung, dass die elektronischen Medien entweder den Tod oder aber die Auferstehung des kulturellen Lebens bedeuten. Ich werde deswegen zunächst einen kurzen Blick auf die Geschichte der Überwindung dieser Frontstellung werfen. (I) Anschließend werde ich auf einige Bemühungen eingehen, den medial geprägten Weltverhältnissen älterer und neuerer Zeiten in theoretischer Perspektive gerecht zu werden. (II) Das von den modernen Medien erzeugte Weltverhältnis lässt sich im Anschluss an *Luhmann* als Erzeugung einer öffentlichen Gegenwart bestimmen. (III). In der Untersuchung der Verschränkungen, in denen die mediale zu diversen lokalen Gegenwarten der Gesellschaft steht liegt der produktive Beitrag der *Cultural Studies*, deren Vertreter den Zusammenhang von medialer Produktion und kultureller Aneignung am intensivsten erforscht haben (IV). Mein Ausblick resümiert die Lage der Forschung mit dem Vorschlag, Medien- und Kommunikationssoziologie als Teil einer umfassenden Kulturosoziologie zu betreiben. (V)

## I. Eine Vorgeschichte

Dass die modernen Massenmedien – allen voran Radio und Fernsehen – ein integraler Teil der Kultur sein könnten, war in der Diskussion, die ihr Entstehen begleitet hat, alles andere als selbstverständlich. Denn auf breiter Front wurde in der soziologischen, philosophischen und kulturkritischen Zeitdiagnose das Gegenteil vertreten: Radio und Fernsehen – mit samt ihrer kommerziellen Nutzung – stellten ein Ende des kulturellen Lebens dar, jedenfalls einer Kultur im eigentlichen Sinn. In Beiträgen, die weit über ihr Erscheinungsdatum hinaus einflussreich blieben, haben Autoren wie *Max Horkheimer* und *Theodor W. Adorno*, *Günther Anders* oder *Arnold Gehlen* die zu ihrer Zeit neuen Medien als eine Bedrohung nicht allein der hergebrachten kulturellen Identität, sondern auch der Möglichkeiten ihrer künftigen Entwicklung gedeutet.<sup>1</sup> Die Massenkultur der westlichen Welt wurde aus der normativen Warte sei es der bürgerlichen ästhetischen Kultur des 19. Jahrhunderts, sei es der künstlerischen Avantgarde des 20. Jahrhunderts kritisiert – aus zwei sehr unterschiedlichen Perspektiven, die zumal bei *Adorno* eine bemerkenswerte Legierung eingegangen sind. Die demokratische Kultur wurde auf diese Weise als eine Kultur der Entmündigung ihrer Nutznießer entlarvt. Dieser ästhetischen, moralischen und politischen Kritik der medialen Massenkultur standen auf der anderen Seite entschiedene Apologien gegenüber, allen voran die klassischen Beiträge von *Walter Benjamin* aus den dreißiger und *Marshall McLuhan* aus den sechziger Jahren.<sup>2</sup> Hier wurden die neuen Medien als Chancen einer umwälzenden Entwicklung begriffen, die in die Aufhebung eines entfremdeten oder vereinseitigten Kulturzustands münden würde oder wenigstens könnte. Das Auftreten der neuen Kommunikationsmedien

---

<sup>1</sup> Horkheimer / Adorno (1986), bes. 173-176; Anders (1956), bes. 104-116; Gehlen, (1957) bes. 44-56.

<sup>2</sup> Benjamin (1972a); McLuhan (1992).

wurde so als Zeichen entweder eines Endes oder aber eines Anfangs einer freien ästhetischen und politischen Kultur gedeutet.<sup>3</sup>

Das Alles oder Nichts dieser kulturkritischen Deutungen aber führt an der tatsächlichen Situation vorbei. Man wird einem neuen Typus der Wahrnehmung empirisch weder gerecht, wenn man ihn einfach an einem alten misst, noch wenn man ihm eine unvergleichliche Neuheit attestiert. In dieser Zurechtlegung können vielmehr die entscheidenden Fragen überhaupt nicht gestellt werden: Fragen danach, was denn mediale Erfahrung überhaupt ist und wie sie sich zu anderen Formen der menschlichen Erfahrung verhält; wie mediale Erfahrung gewonnen wird und wie sie in die soziale und Lebenserfahrung der Menschen eingeht; wie mediale Wissensvermittlung geschieht und wie sie sich zu anderen Formen der Ausbildung und Weitergabe von Wissen verhält.<sup>4</sup> Das immer wieder auflebende kulturkritische Für und Wider muss daher durchbrochen werden, wenn es zu einer sachgerechten empirischen Forschung kommen soll – und es *ist* seit den fünfziger Jahren Schritt um Schritt aufgebrochen worden: überall dort, wo die Rezipienten der modernen Medien nicht lediglich als manipulierte Opfer einer neuen kulturellen, ökonomischen und politischen Strategie und nicht lediglich als Agenten einer imaginierten Zukunft, sondern als Akteure ihres alltäglichen Lebens ernst genommen wurden.

Als einen Zeugen dieser Veränderung des Blicks möchte ich stellvertretend *Jürgen Habermas* anführen. In einem 1990 geschriebenen Vorwort zu seinem 1962 veröffentlichten Buch *Strukturwandel der Öffentlichkeit* räumt Habermas ein, dass die Perspektive dieses Werks durch den "Gegensatz einer idealistisch überhöhten Vergangenheit und der kulturkritisch verzerrten Gegenwart" getrübt gewesen sei. (Habermas 1990, 21) Unter

---

<sup>3</sup> Eine informative Übersicht über die Argumente beider Seiten gibt Carroll (1998), Kap. 1-2; kritische Fallstudien zur Kulturindustrie-These der "Dialektik der Aufklärung" bieten Keppler / Seel (1991) und Steinert (1998).

<sup>4</sup> Auf die Stellung der medialen Erfahrung bin ich näher eingegangen in Keppler (1999).

Hinweis auf Gründungsfiguren der *Cultural Studies* wie *E.P. Thompson*, *Raymond Williams* und *Stuart Hall* kommt *Habermas* heute zu einer erheblich differenzierteren Einschätzung des sozialen Gebrauchs, dem die Massenmedien in unseren Gesellschaften unterliegen. "Meine Diagnose einer geradlinigen Entwicklung vom politisch aktiven zum privatistischen, 'vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum' greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich seinerzeit zu pessimistisch beurteilt." (30) *Habermas* trägt damit dem Umstand Rechnung, dass auch auf der Seite des von den Massenmedien erreichten Publikums mit einem eigenständigen *Medienhandeln* zu rechnen ist. Gerade ein qualifiziertes Verständnis der medialen *Öffentlichkeit* ist auf eine Erforschung des *Medienhandelns* in diesem weiten Sinn angewiesen. Denn diese *Öffentlichkeit* besteht in Spielräumen der Herstellung, Propagierung, Variation und Interpretation von Themen und Ereignissen, deren Bedeutung für das soziale und gesellschaftliche Leben sich erst im Zuge individueller und kollektiver Aneignungsprozesse ergibt.

## II. Theoretische Grundlagen

Das Verlassen der einseitigen Stellungen hat auch vor den theoretischen Grundlagen der alten Diskussion nicht halt gemacht. Mit dem Begriff der medial veränderten Wahrnehmung und Erfahrung steht auch derjenige der Wirklichkeit neu zur Diskussion. Und auch hier ist eine Alternative vorgeprägt, über deren Unhaltbarkeit heute weitgehend Einigkeit besteht. Die natürliche und die soziale Wirklichkeit ist keine vorgegebene Größe, an der mediale Präsentationen gleichsam von außen gemessen werden könnten; ebenso wenig ist die Wirklichkeit der modernen Welt im ganzen ein mediales Konstrukt in dem starken Sinn, dass die Regeln der medialen Produktion und die Regeln des sozialen Lebens generell ununterscheidbar geworden wären. Zwar ist der Konstruktivismus die in der kommunikativen

onswissenschaftlichen und soziologischen Forschung dieser Tage am stärksten diskutierte Auffassung<sup>5</sup>, und dies durchaus mit guten Gründen; es kommt aber sehr darauf an, *was für ein* Konstruktivismus die Grundlage der Theorie und Empirie der medialen Entwicklung bildet.

Auch ein radikaler Konstruktivismus, wie ihn beispielsweise *S.J. Schmidt* vertritt, kommt durchaus zu moderaten Einschätzungen. "Die Diskussion über die so genannte Derealisierung des Wirklichen durch die elektronischen Medien scheint mir über das Ziel hinauszuschießen. Was an den gegenwärtigen Entwicklungen vielmehr interessieren sollte, ist eine Ausdifferenzierung der Wirklichkeitsproblematik, die zum ersten Mal nicht nur eine Angelegenheit von Philosophen ist, sondern bis in die Praktiken des täglichen Fernsehkonsums hineinwirkt." (Schmidt 1994, 285) Für *Schmidt* steht dabei die Frage im Vordergrund, "ob und wie Medien unsere Wirklichkeitserfahrung verändern, anders ausgedrückt: die Frage nach dem Verhältnis von 'Medienwirklichkeit' und 'Realität'." (266). Eine Beantwortung dieser Frage erfordert einen Abschied von allen linearen Modellen der medialen Wirkung. Eine isolierende Untersuchung von Medieneffekten greift an der Realität der Medien vorbei. Will man die Stellung der Medien in der gegenwärtigen Welt verstehen, genügt es nicht, die Veränderung von Meinungen oder Einstellungen zu messen, die sich aus dem Umgang mit Medien ergeben mögen. Es kommt vielmehr darauf an, diesem Umgang selbst zu untersuchen – und damit die Art und Weise, wie sich soziale Praxis durch die Nutzung von Medien verändert und zugleich, wie diese Nutzung ihrerseits auf das Angebot der Medien zurückwirkt. Denn im Gebrauch der Massenmedien spielen sich Austauschprozesse ab, in denen sich die Aneinungsstrategien der Rezipienten mit den Darbietungsstrategien der Produzenten kreuzen. Im konstruktivistischen Jargon spricht *Schmidt* von "Kopplungsangeboten", die durch mediale Erzeugnisse hergestellt werden und die sich im Zuge der Nutzung dieser Angebote

---

<sup>5</sup> Hierzu die programmatische Sammlung von Merten / Schmidt / Weischenberg (1994).

ihrerseits verändern (274f. u. 290). Den Wirklichkeitskonstruktionen der Produzenten antworten diejenigen der Rezipienten, und beide sind auf mediale Produkte bezogen, die ihren kommunikativen Sinn allein innerhalb dieser Darbietungs- und Aneignungsprozesse gewinnen.

Hier entsteht nun das weitreichende Problem, ob unter Bedingungen einer "Medienkultur" alle Weltaneignung die Form einer massenmedialen Konstruktion gewinnt. Da die Herstellung und Aneignung medialer Konstrukte zu einer zentralen Orientierungsleistung geworden ist, liegt es für manche nahe zu sagen, sie sei zu *der* zentralen Orientierungsleistung in gegenwärtigen Gesellschaften geworden. *Schmidt* jedoch bleibt hier nüchtern und merkt an, dass man nicht übersehen sollte, dass hinter der medialen Einschränkung gesellschaftlicher Räume und Zeiten "der größte Teil unserer sozialen Ordnung unberührt bleibt und Interaktionen noch immer das beste Mittel sind, Erfahrungen zu machen." (301) Ob es irgendeinen Bereich heutigen gesellschaftlichen Lebens gibt, der von den medialen Entwicklungen *unberührt* bleibt, möchte ich allerdings bezweifeln; dennoch ist der Hinweis wichtig, dass direkte personale Interaktionen weiterhin eine tragende Basis nicht der menschlichen Orientierungsfähigkeit in nahezu allen Lebensbereichen, einschließlich der Environments der neuen Medien sind. Sie sind, wie man sagen könnte, ein unverzichtbares "Medium" für einen kompetenten Umgang mit "den Medien".

Diese Äquivokation freilich weist auf eine Schwierigkeit des Medienbegriffs selber hin. Er kann in einem speziellen Sinn verwendet werden, der die modernen technischen Kommunikationsmedien betrifft oder aber in einer sehr viel allgemeineren, epistemologisch gefärbten Bedeutung, in der sich *jedes* Weltverhältnis als ein mediales Verhältnis erweist. Beide Verwendungen gehen in der theoretischen Diskussion über die neuen Medien auf eine oft unklare Weise ineinander über. Dieses überschwängliche Denken herrscht in einem von *Gianni Vattimo* und *Wolfgang Iser* herausgegebenen Band zum Verhältnis von Medialität und Realität vor. "Be-

reits im Umgang mit den audiovisuellen Massenmedien (Fernsehen, Video, Computer)", so schreiben die Herausgeber in ihrer Einleitung, "wurde deren wirklichkeitsbestimmende Bedeutung offenkundig. Der Satz, dass das Medium die Botschaft ist (McLuhan), wird längst nicht mehr als Provokation empfunden und moralisch tabuisiert, sondern ist zu einer Maxime geworden, die von den Produzenten und Rezipienten gleichermaßen anerkannt und befolgt wird." (Vattimo / Welsch 1998, 7) *Vattimo* und *Welsch* argumentieren im Geist auch vieler anderer Beiträge in diesem Band – unter ihnen *Friedrich Kittler*, *S. J. Schmidt* und *Derrick de Kerckhove* –, wenn sie von diesen Beobachtungen über die "Medienrevolution" unserer Tage revolutionäre erkenntnistheoretischen Schlussfolgerungen ziehen. "Die mediale Form der Wirklichkeitskonstruktion bringt die Interpretativität aller Wirklichkeitsbilder zum Bewusstsein. Die Einsicht in diese Konstruktivität ist neu, ihre Wahrheit aber alt. Auch frühere Wirklichkeitsbilder waren Konstruktionen. Nur mochte man sich diese – insbesondere seitens der klassischen Philosophie – nicht eingestehen. Sofern die Medien diesen Konstruktionscharakter unübersehbar machen, wohnt ihnen eine aufklärerische Funktion inne. Unter dem Druck heutiger medialer Wirklichkeitskonstruktionen begreifen wir, dass Wirklichkeit immer schon eine Konstruktion war." (7)

Legt man einen weiten Begriff Mediums zugrunde, wie ihn etwa *Niklas Luhmann* in den neunziger Jahren ausgearbeitet hat<sup>6</sup>, so kann man diese These weiter zuspitzen, indem man sagt, dass sich das Wirkliche durch die Entwicklung der neuesten Kommunikationsmedien als eine insgesamt *mediale* Konstruktion herausgestellt hat, die freilich, wie es in der Natur der unterschiedlichen sprachlichen, bildlichen, akustischen (oder alle diese Elemente umfassenden) Medien entspricht, in viele, oft inkommensurable Wirklichkeiten aufgesplittert ist. In diesem Sinn meinen *Vattimo* und *Welsch*, dass die offensichtlich konstruktiven Leistungen der neuen Me-

---

<sup>6</sup> Luhmann (1995), Kap. 3; ders. (1998), Kap. 2.

dien Aufklärung über die generelle Medialität der menschlichen Weltverhältnisse geben. Die neuen Medien sind nur die Avantgarde unter den vielfältigen sprachlichen, gestischen, bildlichen, schriftlichen und sonstigen Medien, in deren Gebrauch kulturelle Welten entstehen und vergehen. Dies ist eine berauschte Perspektive, jedoch erlaubt sie nicht den Schluss, dass "Wirklichkeit immer schon eine mediale Konstruktion war." Aus der schwer zu bestreitenden Tatsache, dass alle *Auffassungen* von Wirklichkeit einen konstruktiven Charakter haben, folgt nämlich nicht, die so aufgefasste *Wirklichkeit* sei insgesamt eine Konstruktion des medial artikulierten Geistes. Wer sich zu einer Spielart des Konstruktivismus bekennt, heißt das, votiert nicht automatisch gegen jede Spielart des Realismus.

Auf dieser Linie liegen die Einwände, die *Martin Seel* in einem weiteren Sammelband zum philosophischen und kulturellen Profil des medialen Zeitalters formuliert hat (Krämer 1998). *Seel* macht die soeben skizzierte extreme Ausweitung des Medienbegriffs nur mit, um auf die inneren Grenzen eines plausiblen medientheoretischen Konstruktivismus aufmerksam zu machen. Außerdem liegt ihm daran, darauf hinzuweisen, dass von einem Nominalismus der Begriffe und einem Konventionalismus der Sprache nicht erst seit *Marshall McLuhan* die Rede ist. "Wie Kant richtig gesehen hat, ist der Begriff der Realität von demjenigen ihres möglichen Zugänglichseins *als* Realität nicht zu trennen. Zugänglichsein aber heißt, zugänglich für jemanden zu sein, der über eine bestimmte kognitive Ausstattung verfügt – und damit über ein Spektrum von Medien", in dem etwas als etwas Bestimmtes identifiziert werden kann. (Seel 1998, 250f.) Medien sind wirklichkeitsbildend, indem sie Bereiche der Welt nach Gesichtspunkten ihrer Relevanz für die menschliche Praxis erschließen, aber sie sind nicht weltbildend in dem starken Sinn, dass Realität nichts weiter als eine Funktion menschlicher Erzeugungen wäre. Andernfalls wäre sowohl der entdeckende als auch der vergessende, sowohl der gelingende als auch der scheiternde Umgang mit einer widerständigen Wirklich-

keit nicht länger begreiflich. Unter Hinweis auf *Thomas Luckmann* spricht *Seel* von einem "realistischen Konstruktivismus", zu dem die kritische Reflexion auf den Konstruktionscharakter kultureller Orientierungen Anlass gebe.

Für die soziologische und kommunikationswissenschaftliche Diskussion enthält diese Überlegung den beherzigenswerten Rat, nicht noch einmal in die Verzerrungen der älteren Diskussion zu verfallen und aus den drastischen Veränderungen durch die neuen Medien übereilte philosophische Schlüsse zu ziehen. Um der Klarheit der theoretischen Begriffe wie der empirischen Diagnosen willen dürfen erkenntnistheoretische und gesellschaftstheoretische Analysen nicht vorschnell vermengt werden. Die gravierenden Veränderungen in der Reichweite menschlicher Wahrnehmung und menschlichen Wissens, die sich seit dem ersten Bild und dem ersten Satz vollzogen haben und mit der Entwicklung immer neuer Darstellungsmedien weiterhin vollziehen, meint *Seel*, sind in ihrer Dynamik nur zu begreifen, "wenn wir in erkenntnistheoretischen Angelegenheiten auch im Global Village die Kirche im Dorf lassen."(261)

### III. Eine Produktion von Gegenwart

Indirekt ist diese Kritik auch gegen *Luhmanns* allzu elegante Explikation der erkenntnistheoretischen Basis seines eigenen systemtheoretischen Entwurfs gerichtet (Luhmann 1996, 17ff.). Dies tut jedoch der *soziologischen* Produktivität seiner Theorie der Massenmedien wenig Abbruch. Luhmann stellt die zentrale Frage, was die alten und neuen Massenmedien zum Erhalt moderner Gesellschaften beisteuern. "Sie leisten einen Beitrag zur Realitätskonstruktion der Gesellschaft", lautet die lapidare Antwort. (183) Damit jedoch stehen sie nicht allein. Denn die Massenmedien haben "keinen Exklusivanspruch auf Realitätskonstruktion. Schließlich trägt jede Kommunikation in dem, was sie aufgreift und in dem, was sie dem Vergessen überlässt, zur Realitätskonstruktion bei. Unentbehrlich ist jedoch

die Mitwirkung von Massenmedien, wenn es um die weite Verbreitung, um die Möglichkeit anonymer und damit unvorhersehbarer Kenntnisnahme geht." (183)

Diese "weite", "anonyme" und eben darin "unvorhersehbare" Verbreitung von Information ist wegen einer Leistung unentbehrlich, die in komplexen Gesellschaften durch kein anderes soziales System erbracht werden könnte: Sie stellt für die Mitglieder einer Gesellschaft eine *gemeinsame Gegenwart* her. Die Massenmedien machen einen Bereich von Objekten, Ereignissen und Problemen allgemein zugänglich, indem sie ihnen eine vorübergehende Aktualität verleihen, durch die sie von allem Vergangenen ebenso unterschieden sind wie von den noch gar nicht konturierten Ereignissen der Zukunft. Was *Joshua Meyrowitz* in seiner einflussreichen Abhandlung unter dem Stichwort "no sense of place", als ein Zurückgehen territorialer sozialer Abgrenzungen, Ordnungen und Differenzierungen verbucht (Meyrowitz 1985), lässt sich aus dieser Perspektive als Gewinn eines "new sense of time" verstehen. Wie dies geschieht, wird von *Luhmann* durch eine auf den ersten Blick abseitige Bestimmung erläutert. Die primäre Funktion der Massenmedien bestehe "in der ständigen Erzeugung und Bearbeitung von Irritation (...) – und weder in der Vermehrung von Erkenntnis noch in einer Sozialisation oder Erziehung in Richtung auf Konformität mit Normen. Als faktischer Effekt dieser zirkulären Dauertätigkeit des Erzeugens und Interpretierens von Irritation durch zeitpunktgebundene Information (...) entstehen die Welt- und Gesellschaftsbeschreibungen, an denen sich die moderne Gesellschaft innerhalb und außerhalb des Systems ihrer Massenmedien orientiert."(174) Irritationen sind Ereignisse, die nicht ohne weiteres in die bisherige Orientierung integrierbar sind und daher erstens eine sofortige Aufmerksamkeit und zweitens eine sofortige Bearbeitung verlangen. "Irritabilität ergibt sich daraus, dass das System ein an allen Operationen mitwirkendes Gedächtnis hat und damit Inkonsistenzen erfahren und ausgleichen – was nichts anderes heißt als: Realität erzeugen kann."(175)

Indem die Massenmedien nun *allgemeine Irritationen* erzeugen, versorgen sie die Gesellschaft mit einer *gemeinsamen Lage*, die von ihren Angehörigen *je verschieden* bewältigt werden muss. Denn je nach der Position, die jemand aufgrund seines Alters, seines Geschlechts, seiner Gruppenzugehörigkeit, seines Berufs usw. einnimmt, treffen die massenmedial erzeugten Aktualitäten auf einen anderen Erfahrungshorizont, so dass bei der Erneuerung der sozialen Orientierung jeweils andere Interpretationsleistungen verlangt sind. "Where the global meets the local", um einen bekannten Aufsatztitel von *David Morley* zu zitieren (Morley 1991): dort ist die individuelle Aneignung einer kollektiven Situation verlangt. Die Massenmedien schaffen diese Möglichkeit, so bemerkt *Luhmann* unter kritischem Hinweis auf *Habermas*, nicht durch eine riskante letztlich destabilisierende Herbeiführung brüchiger Konsense, sondern, sehr viel elementarer, durch eine Bereitstellung von "Objekten", auf die sich alle beziehen können. "Dass es solche Objekte 'gibt', verdankt die moderne Gesellschaft dem System der Massenmedien, und es wäre kaum vorstellbar, wie eine weit über individuelle Erfahrungshorizonte hinausgreifende Gesellschaft kommunikativer Operationen funktionieren könnte, wäre diese unerlässliche Bedingung nicht durch den Kommunikationsprozess selbst gesichert."(178) Diese Herstellung einer kollektiv zitierbaren Gegenwart aber steht nicht allein. Sie ist Teil einer umfassenderen zeitlichen Ökonomie sozialer Systeme. Denn die Bildung einer öffentlichen Gegenwart ist eng mit der Ausbildung einer kollektiven Vergangenheit und kollektiven Erwartungen an die Zukunft verbunden. Indem die Massenmedien eine generalisierte soziale Gegenwart erzeugen, erzeugen sie zugleich in dieser gesellschaftlichen Gegenwart die Möglichkeit eines generalisierten Bezugs auf Vergangenheiten und Zukunft, und somit einen kollektiven Raum der Erinnerung und der Erwartung. Sie etablieren eine *gemeinsame gesellschaftliche Zeit*.

Diese Gemeinsamkeit ist aber, wie *Luhmann* ausdrücklich sagt, nur so gegeben, dass die medial generierten und generalisierten Zeithorizonte in die jeweils partikularen Zeitökonomien von Einzelnen oder gesellschaftlichen Gruppen integriert werden. Die nach Vergangenheit und Gegenwart hin offene *allgemeine* Gegenwart einer Gesellschaft existiert nur in einer permanenten Verschränkung mit den *partikularen*, aus lokalen Erfahrungen gespeisten Zeithorizonten individueller gesellschaftlicher Praxisformen, seien es solche von Einzelnen oder von Gruppen. (Innerhalb von sozialen Gruppen wiederholt sich das Verhältnis von generellen und speziellen Gegenwarten nur ein weiteres Mal.) Diese Verschränkung ist aber nichts, was einfach besteht, sie ist eine Verbindung sozialer Orientierungen, die stets von neuem – in der Verarbeitung immer neuer "Irritationen" – geleistet werden muss. Die Massenmedien, so könnte man sagen, fungieren als Generatoren einer gesellschaftlichen Wirklichkeit, indem sie den Horizont einer geteilten Gegenwart bereitstellen.

Hier ist es nötig, nochmals einen Schritt zurückzutreten. Denn die Ökonomie sozialer Zeiten, für die die Massenmedien in unseren Tagen einen so entscheidenden Beitrag leisten, ist keine Angelegenheit moderner Gesellschaften allein. Sie ist keine Leistung allein der *Massenmedien*. Sie ist historisch gesehen das Ergebnis höchst vielfältiger ritueller und anderer kommunikativer Praktiken, die eine Gesellschaft auf sehr unterschiedliche Weise mit einer durch unterschiedliche Angehörige unterschiedlich bewohnbaren Gegenwart versorgen. Denn seit jeher stehen menschliche Gesellschaften in der Notwendigkeit, unter ihren Angehörigen eine nach Vergangenheit und Zukunft ausgreifende gemeinsame Gegenwart zu stiften. Hier spielt die Erinnerungsfähigkeit sozialer Gemeinschaften eine kaum zu unterschätzende Rolle. Es ist das Verdienst von *Aleida* und *Jan Assmann*, auf die grundlegende Bedeutung einer "Konstruktion kultureller Zeit" hingewiesen zu haben (J. Assmann 1997; A. Assmann 1998). Auch der Übergang von einer "rituellen" und zu einer "textuellen" Kohärenz kulturellen Sinns, den *Jan Assmann* an den historischen Prozessen der

Herausbildung einer Schriftkultur analysiert (J. Assmann 1997, 90ff.), lässt sich als ein medialer Übergang mit weitreichenden Folgen analysieren. Dies zeigt erneut, dass mit den Massenmedien und ihren elektronischen Fortläufern nichts schlechthin Einzigartiges in die Welt gekommen ist, sondern nicht mehr – aber auch nicht weniger – als eine neue Art der Konstruktion gesellschaftlicher Gegenwart.

#### IV. Die Tradition der Cultural Studies

Jedoch wäre dies alles nur Theorie, wenn sich nicht auch für heutige Verhältnisse empirisch genau *zeigen* ließe, wie sich die Produktion und Reproduktion lokaler und globaler Gegenwarten im tagtäglichen Gebrauch der Massenmedien vollzieht. Seit geraumer Zeit gibt es diese Forschungen. In erster Linie sind hier die aus den Arbeiten einer Forschergruppe am *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* seit den späten 50er Jahren hervorgegangenen "Cultural Studies" zu nennen, die seit den 80er Jahren auch außerhalb Großbritanniens fruchtbare Weiterentwicklungen erfahren haben.<sup>7</sup> Ihr zentrales Thema sind Prozesse der Entstehung und Entwicklung von Kultur, wobei Kultur als eine Auseinandersetzung um eine Vielfalt von Bedeutungen und Deutungen verstanden wird, die die gegenwärtige Gesellschaft bestimmen: Kulturen der Klasse, der Geschlechter und der Ethnien beispielsweise, ebenso aber politische, sexuelle oder ästhetische (Sub-)Kulturen der verschiedensten Art. Eine zentrale Rolle im Prozess der Verbreitung, Durchsetzung und Aushandlung sozialer Bedeutungen wird dabei den Medien zugeschrieben. Die Arbeiten zumal von *Stuart Hall*, *David Morley* und *Paul Willis* untersuchen eine kommunikative Produktion von sozialer Realität, in der sich eine globale mit einer lokalen Gegenwart verschränkt, man kann auch sagen, in der sich innerhalb eines geteilten kulturellen Horizonts verschiedene subkulturelle Horizonte ausbilden. (Hall 1994, Morley 1991, Willis 1991). Der für die

---

<sup>7</sup> Zur Geschichte dieser Forschungsrichtung s. Grossberg / Nelson / Treichler (1992) sowie Grossberg (1997).

moderne Situation charakteristische Austausch von kollektivem und individuellem Wissen ist hier in einer Fülle von Einzelstudien – etwa zu musikalischen Kulturen (vom Rock bis zum HipHop), zu Soap Operas (und deren Aneignung durch weibliche Zuschauergruppen und ethnische Minderheiten) oder zu anderen Spezialkulturen (von Horrorvideo-Fans oder Computerfreaks) – nachvollzogen worden. Die Realität der Massenmedien und die Wirklichkeit ihrer sozialen Aneignung, so zeigen alle diese Arbeiten, bilden *eine* Realität der kulturellen Reproduktion moderner Gesellschaften.

Trotz *Luhmanns* bekannter Aversion gegen den Kulturbegriff – "eine(r) der schlimmsten Begriffe, die je gebildet worden sind" (Luhmann 1995, 398) – liegt dies ganz auf der Linie dessen, was er selbst der Sache nach über den Stellenwert massenmedialer Kommunikationsprozesse schreibt. Unter Bezug auf *Talcott Parsons* Analogie zwischen der Geldwirtschaft und den massenmedialen "interchanges" in modernen Gesellschaften schreibt Luhmann: "Diese Diagnose kann erweitert werden, wenn man zusätzlich die Steigerung der Irritierbarkeit der Gesellschaft und die rekursive Vernetzung der Massenmedien-Kommunikation mit der alltäglichen Kommunikation in den Interaktionen und Organisationen der Gesellschaft in Betracht zieht. Einerseits saugen Massenmedien Kommunikationen an, andererseits stimulieren sie weiterlaufende Kommunikation." (Luhmann 1996, 176) Es sind genau diese Prozesse, die in den Arbeiten im Umkreis der *Cultural Studies* als Prozesse eines *kulturellen* Austauschs beschrieben werden. Fasst man den Begriff der "Kultur" als einen Oberbegriff dafür, wie menschliche Lebenslagen individuell und kollektiv, informell und institutionell einer sinnhaften Bearbeitung zugänglich werden, so erweist sich die Erforschung der massenmedialen Kommunikation als ein genuin kultursoziologisches Projekt. Durch eine Untersuchung der ständigen "Erzeugung und Bearbeitung von Irritation", wie sie sich in der Verschränkung globaler und lokaler Lebenswirklichkeiten in der technisierten Lebenswelt ereignet, können hier die modernen Kommunikationsmedien als

ein integraler Bestandteil der sozialen Praxis der Gegenwart theoretisch anerkannt und methodisch zugänglich werden.

In diesem Sinn hat der Kommunikationswissenschaftler *James Carey* die Untersuchung der medialen Kommunikation als ein genuin kulturwissenschaftliches Projekt definiert, das auf die gesamte Lebensweise ihrer Teilnehmer zu achten habe (Carey 1989). Hier wie bei allen Varianten der *Cultural Studies* – sei es des klassischen britischen oder des neueren amerikanischen Zuschnitts – ist in der Erfassung kommunikativer Praktiken und Prozesse ein *verstehender* Zugang maßgeblich, gerade auch da, wo es um mediale Praktiken geht. Der Sozialwissenschaftler, der diese soziale Wirklichkeit untersuchen will, muss die Vorinterpretiertheit seines Gegenstandes systematisch berücksichtigen; er muss zunächst einmal die Konstruktionen der Alltagsmenschen verstehen und deuten. Nur so kann die produktive Dynamik der kulturellen Transformationen in den Blick kommen, die innerhalb einer sich globalisierenden Kultur fortwährend Teilkulturen hervorbringt, die gerade in ihrer Verschiedenheit von tragender Bedeutung für das Bestehen einer gemeinsamen gesellschaftlichen Gegenwart sind.

Als paradigmatisch hierfür kann eine Studie von *Paul Willis* über die kulturelle Identität von Jugendlichen stehen (Willis 1991). Untersucht wird hier der Gebrauch, den Jugendliche von kulturindustriellen Produkten wie Fernsehsendungen, Videos, Musik, Mode, Werbung usw. machen. Dabei zeigt es sich, dass die für einen globalen Markt hergestellten Erzeugnisse ihren Konsum nicht determinieren, sondern vielmehr sehr unterschiedlichen Interpretationen unterliegen, durch die Bezüge zu der jeweils eigenen Lebenssituation hergestellt werden. Willis spricht von "elementaren Ästhetiken des Alltags", die von den *Aneignungsformen* geprägt sind, in denen die Angebote der Unterhaltungsindustrie in jeweils spezifische Lebenszusammenhänge integriert werden. Ähnlich wie *John Fiske* (1989) betont *Willis* die kreativen, bedeutungsgebenden Komponenten der Nut-

zung des medialen Angebots. In vielen neueren Arbeiten spielt die Frage der kulturellen Identität im Kontext der globalen Kommunikation eine zentrale Rolle. In ihrem Buch "Television, Ethnicity and Cultural Change" widmet sich Marie Gillespie dem jugendlichen Medienkonsum in einem multi-ethnisch besiedelten Vorort Londons. Die Autorin zeigt, wie die Jugendlichen Ereignisse und Charaktere einer Fernsehserie mit Erfahrungen und Erlebnissen aus ihrer Alltagsrealität in Verbindung setzen und sie aus dieser Perspektive bewerten. Das Sprechen über das Fernsehen stellt so eine wichtige Ressource zur Aushandlung von Gruppenidentitäten dar. Gillespie fasst zusammen: "Media are being used by productive consumers to maintain and strengthen boundaries, but also to create new, shared spaces in which syncretic cultural forms, such as 'new ethnicities', can emerge.(1995, 208)<sup>8</sup>

Für die Untersuchung der massenmedialen Kommunikation ergibt sich hieraus eine weitreichende Konsequenz. Der Prozess dieser Kommunikation wird verfehlt, wenn das Augenmerk *entweder* auf die Verfassung der medialen Produkte und ihre globale Distribution *oder* aber auf ihre jeweils lokale Aneignung gerichtet ist. Es kommt vielmehr darauf an, einen Ansatz zu finden, der die für alles Medienhandeln konstitutive Verschränkung dieser Ebenen zu erkennen und zu untersuchen erlaubt. In seiner bereits erwähnten programmatischen Abhandlung über das Zusammentreffen des "Globalen" mit dem "Lokalen" legt *David Morley* dar, wie die Mikroprozesse der Medienrezeption immer bereits mit der sozialen Makroebene verbunden sind. Hiervon ist unter anderem die Unterscheidung von "Privatsphäre" und "Öffentlichkeit" betroffen, die ebenfalls nicht in schematischer Entgegensetzung aufgefasst werden darf. Denn unter heutigen Bedingungen kennzeichnet es den vergleichsweise "privaten" Bereich des Medienkonsums, dass es hier zu einer Teilnahme an einem "öffentlichen"

---

<sup>8</sup> Zur Entwicklung neuer, gemessen herkömmlichen Mustern "hybrider" Identitäten im Zuge der Globalisierung westlicher Medienprodukte und Konsumgüter s. a. Hall (1994) und Bronfen / Marius / Steffen (1997).

Raum kommt, der in einer gleichzeitigen und allgemeinen medialen Zugänglichkeit von Ereignissen besteht – einer Zugänglichkeit freilich, aus der jede Gruppe von Konsumenten jeweils *ihre* Version des veröffentlichten Geschehens gewinnt. Unter Berufung auf eine Unterscheidung von *Stuart Hall* nimmt *Morley* die Verschränkung von globalisierten Medien und lokaler Aneignung zum Anlass der Formulierung eines methodischen Prinzips für die Erforschung gegenwärtiger kultureller Praxis: "Die Zielsetzung dieser Perspektive ist nicht, die Makro-Ebene der Analyse durch die Mikro-Ebene zu ersetzen, sondern vielmehr die Analyse der 'übergreifenden Fragen' nach Ideologie, Macht und Politik (was Hall als 'vertikale' Dimension der Kommunikation beschrieben hat) in die Analyse des Konsums, der Gebrauchsweisen und der Funktionen des Fernsehens (der 'horizontalen' Dimension von Kommunikation bei Hall) zu integrieren." (Morley 1999, 451f.)

Kommunikationswissenschaftliche und mediensoziologische Forschungen, die auf die eine oder andere Weise in der Tradition der *Cultural Studies* stehen, gehen diesem Zusammenhang nach. Fernsehen kann hier als ein Ritual verstanden werden, das das häusliche Leben strukturiert und als eine symbolischer Teilhabe an einer übergreifenden Gegenwart und an bedeutsamen Ereignissen einer (nationalen) Gemeinschaft bereitstellt. Zugleich verlangt und ermöglicht diese Bereitstellung eine aktive Aneignung der medialen Präsentationen im Sinne einer Überführung allgemeiner Inhalte und Wissensformen in den Haushalt der alltäglichen und persönlichen Orientierungen. Rundfunk und Fernsehen bilden so für *Morley* "eine Brücke zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten, dem Heiligen und dem Profanen, dem Außergewöhnlichen und dem Einfachen." (462) Die modernen Massenmedien, so kann man auch sagen, bilden ein *Relais* zwischen generellen und partikularen gesellschaftlichen Orientierungen.<sup>9</sup> Dieses Relais schließt sich jedoch allein durch die Energien der individuellen

---

<sup>9</sup> Zu dieser These s. Keppler (1994), Kap. IV; vgl. auch Münch (1998) und Hörning (1999).

Aneignung der Sinnpotentiale, die in den lokalen Kreis gesendet werden. Mediale Öffentlichkeit, bedeutet das, ergibt sich in einem gesellschaftlich relevanten Maßstab allein, wenn in vielen privaten Kontexten ein Interesse an der Erzeugung und Erhaltung einer gemeinsamen Gegenwart besteht.

Diese Diagnose wird durch das Ergebnis einer Untersuchung von *Daniel Dayan* und *Elihu Katz* über "Media Events" bestätigt (Dayan / Katz 1996). Unter Medienereignissen verstehen die Autoren historisch-politische Ereignisse, die einem großen Publikum durch das Fernsehen als herausragende Geschehnisse von allgemeinem Interesse dargeboten werden. Beispiele sind die erste Mondlandung, das Begräbnis John F. Kennedys, Fernsehduelle zwischen Präsidentschaftskandidaten, die Hochzeit von Charles und Diana etc. Jedes Mal handelt es sich um ein reales, nicht als mediale Inszenierung entstandenes Ereignis, das durch seine mediale Inszenierung – und die Akzeptanz, auf die sie beim Publikum trifft – den Charakter einer unübersehbaren Zehlebration gewinnt. Das mediale Ereignis wird so zu einem gemeinschaftsstiftenden Ereignis, das ein räumlich und sozial höchst divergentes Publikum in seinen Bann zieht. Nicht selten bieten diese Übertragungen die Gelegenheit zur Evokation eines idealisierten Selbstbildes der Gesellschaft, die sich oft über eine Aktualisierung des historischen Gedächtnisses vollzieht. *Media Events* der genannten Art sind daher für die Autoren Feiertage, an denen sich Gesellschaften weniger daran erinnern, was sie sind, als vieler daran, was sie sein wollen.

Auch hier aber dürfte vor der Einigkeit in der *Bewertung* eines Ereignisses die Einigkeit in seiner *Wahrnehmung* liegen: als eines Ereignisses, das hier und jetzt vor aller Augen und Ohren stattfindet, in welcher räumlichen, sozialen und biographischen Situation sich die Zuschauer auch gerade befinden mögen. Die mediale Veranstaltung erlaubt es den Zuschauern, bei etwas dabei zu sein, bei dem sie sich nur so, vermöge der medialen Präsentation, gemeinsam aufhalten können. Aus ihrer jeweiligen Situation heraus gewinnen sie das Bewusstsein einer sozial geteilten Gegenwart.

Gewiss, dieses Bewusstsein entsteht nur, solange und soweit die kollektive Annahme besteht, dass es sich um jeweils *relevante* Ereignisse handelt; aber wie diese globale Relevanz im lokalen Kreis jeweils *verstanden* und in den übrigen Lebenszusammenhang eingeordnet wird, dies bleibt den einzelnen Zuschauern oder Zuschauergruppen überlassen. Auf diese Weise geht die mediale Erzeugung einer gemeinsamen gesellschaftlichen Zeit mit einer Freisetzung unterschiedlicher sozialer Rhythmen der Erfahrung und des Handelns einher.

## V. Ausblick

Der Beitrag der *Cultural Studies* ist mittlerweile auch in Deutschland ausführlich gewürdigt worden, wie eine ganze Reihe von Einführungen und Sammelbänden zu diesem Thema dokumentiert (z.B. Hepp / Winter 1999, Hörnung / Winter 1999). Damit ist ein wichtiger Schritt zu einer intensiven Untersuchung auch der bundesrepublikanischen Medienpraxis getan. Jedoch wäre es für die weitere Forschung wichtig, einige der problematischen Tendenzen der *Cultural Studies* nicht zu übernehmen. Hier sind vor allem drei Gesichtspunkte zu nennen. Erstens leiden die Arbeiten der *Cultural Studies* im Ganzen gesehen unter einer Fixierung auf spektakuläre Ereignisse und Entwicklungen der populären Kultur; darüber kommt es zu einer Vernachlässigung der alltäglichen Lebensformen, die das soziale Handeln in den untersuchten Gesellschaften dominieren. Zweitens neigen die Autoren in der Tradition der *Cultural Studies* zu einer deutlich spekulativen Behandlung ihrer Themen; aus vergleichsweise exzentrischen Phänomenen werden oft weitreichende politisch-soziale Diagnosen gewonnen. Und drittens ist für die *Cultural Studies* eine oft vorschnell ideologiekritische Bewertung gesellschaftlicher Zustände kennzeichnend, wo zunächst eine detaillierte Beschreibung der tatsächlichen Praktiken der Mediennutzung angebracht wäre.

Es sind Vorbehalte dieser Art, die *Toby Miller* und *Alec McHoul* in ihrem Buch über "Popular Culture and Everyday Life" an die Adresse der Cultural Studies richten. Die Autoren sind einem ethnomethodologischen Ansatz verpflichtet, der vor die weiträumige Zeitdiagnose eine minutiöse Untersuchung der tagtäglichen Praxis der Handelnden setzt. Dieser methodische Grundsatz wird jedoch hier nicht zur Abwehr einer anspruchsvollen Diagnose der kulturellen Gegenwart vorgebracht; die Autoren klagen lediglich eine gewissenhafte *Durchführung* des Programms einer kultursoziologischen Medienforschung ein. In diesem Sinn ist es ihr Ziel, "to shuttle between very broad inclusive surveys of cultural theory and highly specific applications of ethnomethodology." (Miller / McHoul 1998, 27) Auch die spektakulären Events der medialen Kultur sind für eine, oder genauer: sind allein *zusammen mit* ihrer alltäglichen Aneignung da. Deshalb darf die Ebene dieser Aneignungsarbeit analytisch nicht übergangen werden, wenn die Wirklichkeit der medialen Kultur empirisch und theoretisch erfasst werden soll.

Die Breite der Themen, die hierbei Beachtung finden können, dokumentiert ein von *Stefan Müller-Doohm* und *Klaus Neumann-Braun* herausgegebener Sammelband über "Kulturinszenierungen", der den neuen und neuesten "Medien kultureller Sinnvermittlung" aufschlussreiche Studien widmet (Müller-Doohm / Neumann-Braun 1996). Dabei werden nicht allein Fernsehen und Film, sondern gleichermaßen Radio und Zeitung und auch das Museum als Institutionen der Herstellung kultureller Identität berücksichtigt. In einem ebenso ironischen wie ratlosen Epilog über das "Medienspiel" kommt *Gerhard Schulze* noch einmal auf die beiden Mythen – er nennt sie "Märchen" – von dem Glanz und dem Elend eines von den Massenmedien gesteuerten kulturellen Zustands zurück. "Das uns die Massenmedien glücklicher gemacht hätten", so lautet sein Fazit, "ist freilich ebenso Unsinn wie die traurige Geschichte von den verführten Menschen. Beide Legenden ignorieren denselben wesentlichen Tatbestand: die Verantwortung des Konsumenten." (Schulze 1996, 363f.) Der Ausweg aus

den falschen Alternativen, die die Medienforschung lange in Bann gehalten haben, ist jedoch nicht allein eine Sache der richtigen Bewertung, sie ist vor allen Dingen eine Sache der richtigen Beschreibung – einer angemessenen Beschreibung dessen, was in Zuge der wachsenden Durchdringung von medialer und allgemeiner Kultur in der Gegenwart geschieht. Dieses "Was" aber, darin treffen sich ganz unterschiedlich ansetzende und ebenso unterschiedlich verfahrenende Forschungen, ist in der entscheidenden Hinsicht ein "Wie". Es ist die veränderte und weiterhin sich verändernde Art, in der sich moderne Gesellschaften eine übergreifende Gegenwart geben, die von der vielfach divergierenden und nicht selten disparaten Aneignungsfähigkeit ihrer Mitglieder getragen wird.

Diese Verschränkungen von globaler und lokaler Orientierung, von allgemeinem und situationsspezifischem Wissen, von überregionaler und regionaler (individueller und kollektiver) Identität, von öffentlicher und privater, institutionalisierter und informeller Kommunikation dürften der zentrale Schauplatz einer Erforschung der medialen Verhältnisse sein, die sich aus der Engführung früherer Zeiten befreit. Eine Medien- und Kommunikationssoziologie, die sich auf diesem Schauplatz bewegt, wird zum integralen Teil einer Kultursoziologie, die ihre Aufmerksamkeit darauf richtet, welche gesellschaftliche Gegenwart durch die vielstimmige Sinnproduktion unserer Tage hervorgebracht wird.

## Literatur

- Anders, G., (1956), Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution, München.
- Assmann, A., (1999), Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, München.
- Assmann, J., (1997), Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen, München.
- Benjamin, W. (1972), Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: ders: Gesammelte Schriften, Frankfurt/M., Bd. I.2, 471-508.
- Bronfen, E. / Marius, B. / Steffen, T. (Hg.) (1997), Hybride Kulturen. Beiträge zur anglo-amerikanischen Multikulturalismusdebatte, Tübingen.
- Carey, J. W. (1989), Communication as Culture. Essays on Media and Society, New York-London.
- Carroll, N. (1998), A Philosophy of Mass Art, Oxford.
- Gehlen, A. (1957), Die Seele im technischen Zeitalter. Sozialpsychologische Probleme in der industriellen Gesellschaft, Reinbek.
- Gillespie, M. (1995), Television, Ethnicity and Cultural Change, London.
- Grossberg, L. / Nelson, C. / Treichler, P. (Hg.) (1992), Cultural Studies, London.
- Grossberg, L. (1997) Bringing It All Back Home: Essays on Cultural Studies, Durham.
- Habermas, J. (1990) Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt/M.
- Hall, S. (1994): Die Frage der kulturellen Identität, in: ders., Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2, Berlin / Hamburg, 180-222.
- Hepp, A. / Winter, R. (Hg.) (1999), Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Opladen, 2. Aufl.
- Horkheimer, M. / Adorno, Th. W. (1986), Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt/M.

- Hörning, K. H., Kultur und soziale Praxis. Wege zu einer "realistischen" Kulturanalyse, in: Hepp / Winter (1999), Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Opladen, 2. Aufl., 33-47.
- Hörning, K. H. / Winter, R. (Hg.) (1999), Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung, Frankfurt/M.
- Keppler, A. (1994), Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien, Frankfurt/M.
- Keppler, A. (1999), Mediale Erfahrung, Kunsterfahrung, religiöse Erfahrung. Über den Ort von Kunst und Religion in der Mediengesellschaft, in: Honer, A. / Kurt, R. / Reichertz, J. (Hg.), Diesseitsreligion. Zur Deutung der Bedeutung moderner Kultur, Konstanz, 183-199.
- Keppler, A. / Seel., M. (1991), Zwischen Vereinnahmung und Distanzierung. Vier Fallstudien zur Kulturindustrie, in: Merkur, Jg. 45, 877-889.
- Krämer, S. (Hg.) (1998), Medien – Computer – Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt/M.
- Luhmann, N. (1995), Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt/M.
- Luhmann, N. (1996), Die Realität der Massenmedien, Opladen (2., erw. Aufl.).
- Luhmann, N. (1997), Die Gesellschaft der Gesellschaft, 2 Bde., Frankfurt/M.
- McLuhan, M., Die magischen Kanäle. Understanding Media, Düsseldorf et al. 1992.
- Merten, K / Schmidt, S.J. / Weischenberg, S. (Hg.) (1994), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen.
- Meyrowitz, J. (1985), No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour, Oxford.
- Miller, T. / McHoul, A. (1998), Popular Culture and Everyday Life, London.
- Morley, D. (1991), Wo das Globale auf das Lokale trifft. Zur Politik des Alltags, in: Hörning / Winter (1999), 442-475.

- Müller-Doohm / Neumann-Braun (Hg.) (1996), Kulturinszenierungen, Frankfurt/M.
- Münch (1998), Kulturkritik und Medien-Kulturkommunikation, in: Saxer (1998), 55-66.
- Saxer, U. (Hg.) (1998), Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2.
- Schmidt, S. J. (1994), Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur, Frankfurt/M.
- Schulze, G. (1996), Das Medienspiel, in: Müller-Doohm / Neumann-Braun (Hg.) (1996), 363-378.
- Seel, M. (1998), Medien der Realität – Realität der Medien, in: Krämer (1998), 244-286.
- Steinert, H. (1998), Kulturindustrie, Münster.
- Vattimo, G / Welsch, W. (Hg.) (1998), Medien – Welten – Wirklichkeiten, München.
- Willis, P. (1991), Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur, Berlin.