

Andreas Hepp,
Marco Höhn,
Jeffrey Wimmer (Hg.)

Medienkultur im Wandel

Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Band 37

Andreas Hepp,
Marco Höhn,
Jeffrey Wimmer (Hg.)

Medienkultur im Wandel

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Dieser Band geht zurück auf die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) 2009 in Bremen.

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

ISSN 1433-7665
ISBN 978-3-86764-212-5

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

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2010

Einband: Susanne Fuellhaas, Konstanz
Satz & Layout: Claudia Wild, Konstanz
Druck: Bookstation GmbH, Sipplingen

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · D-78462 Konstanz
Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhaltsverzeichnis

<i>Andreas Hepp, Marco Höhn & Jeffrey Wimmer</i> Medienkultur im Wandel	9
--	---

Teil 1: Theorien der Medienkulturforschung

<i>David Morley</i> Kulturen, Wandel und Technologien: Ein kontextualistischer Ansatz	41
---	----

<i>Robin Mansell</i> Macht, Medienkultur und die neuen Medien	55
--	----

<i>Tanja Thomas</i> Perspektiven kritischer Medienkulturtheorie und -analyse: Aktuelle Herausforderungen und theoretische Potenziale	75
--	----

<i>Friedrich Krotz</i> Kommunikations- und Medienwissenschaft unter den Bedingungen von Medienkultur	93
--	----

Teil 2: Historische Dimensionen des Medienkulturwandels

<i>Hans Adler</i> Werte der Aufklärung – Aufklärung der Werte	109
--	-----

Holger Böning & Michael Nagel
Kultur- und Medienwandel seit der Frühen Neuzeit aus der Sicht
der historischen Presseforschung 121

Irene Neverla
Zeit als Schlüsselkategorie der Medienkultur
und ihrer Wandlungsprozesse 135

**Teil 3: Politische Diskurskulturen und transkulturelle
Kommunikation**

*Dominika Biegoń, Jennifer Gronau, Martin Nonhoff, Frank Nullmeier,
Henning Schmidtke & Steffen Schneider*
Politische Diskurskulturen und die Legitimation (inter-)nationaler
politischer Ordnungen: Mediale Legitimationsdiskurse
in vier westlichen Demokratien 151

Stig Hjarvard
Die Mediendynamik der Mohammed-Karikaturen-Krise 169

Hartmut Wessler & Maria Röder
Politische Diskurskulturen im interkulturellen Vergleich:
Das Beispiel arabischer und westlicher Talkshows 181

Katharina Kleinen-von Königslöw
Kollektive Identität in der politischen Diskurskultur Ost-
und Westdeutschlands 197

Teil 4: Journalismuskulturen

Matthias Karmasin & Daniela Kraus
Culture's Consequences: Journalismuskulturen in Österreich
und Deutschland im Spiegel der Berufsrollenselbstbilder 213

Thomas Hanitzsch
Professionelle Milieus im journalistischen Feld: Befunde
aus einer internationalen Vergleichsstudie 229

Vinzenz Wyss & Guido Keel
 Schweizer Journalismuskulturen im sprachregionalen Vergleich:
 Eine quantitative Längsschnittuntersuchung zu Strukturmerkmalen
 und Einstellungen 245

Teil 5: Medien, Migration und diasporische Medienkulturen

Andreas Hepp, Cigdem Bozdag & Laura Suna
 Mediale Migranten: Medienkulturen
 und die kommunikative Vernetzung der Diaspora 263

Caroline Düvel
 Dimensionen des Medienkulturwandels am Beispiel
 digitaler Medienaneignung: kommunikative Vernetzungen russischer
 Diasporaangehöriger per Mobiltelefon und Internet 277

Ricarda Drüeke, Susanne Kirchhoff & Elisabeth Klaus
 Der Schleier als identitätsstiftendes Symbol in medialen Räumen 293

Annett Heft, Joachim Trebbe & Hans-Jürgen Weiß
 Medienkulturen junger Migranten in Deutschland 311

Teil 6: Netz- und Spielkulturen

Uwe Hasebrink, Ingrid Paus-Hasebrink & Jan-Hinrik Schmidt
 Das Social Web in den Medienrepertoires
 von Jugendlichen und jungen Erwachsenen 331

Jeffrey Wimmer
 »More than a game« – Die Bedeutungsdimensionen von
 Computerspielkultur(en) am Beispiel der World Cyber Games 2008
 in Köln 349

Caja Thimm
 President 2.0? Neue Medienkulturen im Online-Wahlkampf
 von Barack Obama 365

Sigrid Baringhorst, Veronika Kneip & Johanna Niesyto
Unternehmenskritische Kampagnen im Netz. Zum Wandel
von Protest- und Medienkulturen 385

Teil 7: Medienkulturelles Rollenhandeln in Journalismus und Alltag

Bjørn von Rimscha & Gabriele Siegert
Unterhaltung jenseits des Klischees – Produzententypen
und ihre Orientierungen 403

Bernd Blöbaum
Irgendwas mit Medien. Berufsbiografische Interviews mit Journalisten,
PR-Praktikern und Werbern 419

Claudia Riesmeyer
Traumjob oder Albtraum? Deutsche Auslandskorrespondenten
im Zeitalter von Internet und Globalisierung 435

Christine Linke
Medienalltag und Beziehungen Partnerschaftliche kommunikative
Repertoires als medienkulturelle Praktiken 449

Über die Autorinnen und Autoren 463

Medienkultur im Wandel

Andreas Hepp, Marco Höhn & Jeffrey Wimmer

1 Medienkultur als umfassendes Phänomen: Einleitende Bemerkungen

Mit »Medienkultur im Wandel« hat die Jahrestagung 2009 der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) ein Thema behandelt, das über viele Jahre hinweg offenbar eher ein Schattendasein im Gesamt der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung hatte: Fragen der Kultur – so scheint es – sind erst einmal Fragen der Medienästhetik oder einer bestimmten Sparte von Medienangeboten und liegen damit weniger im Zentrum des sozialwissenschaftlichen Zugangs der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Das rege Interesse, das diese Jahrestagung dann ausgelöst hat, macht deutlich, dass diesbezüglich eine Umorientierung auszumachen ist. Mit fortschreitender Globalisierung, Individualisierung sowie Kommerzialisierung von Medienkommunikation wird »das Kulturelle« zunehmend wichtig: In den Vordergrund rücken Themen wie Möglichkeiten und Grenzen transkultureller Kommunikation, die Fragmentierung und Refiguration kultureller Publika oder das Wechselverhältnis von kommunikativer Integration und kulturellen Konflikten. Medienkultur interessiert in einer solchen Perspektive nicht einfach als ästhetische Dimension von Medienkommunikation oder einer bestimmte Sparte eines Medienangebots. Vielmehr rückt – bei aller Varianz unterschiedlicher Kulturbegriffe – ein breiteres Verständnis von Medienkultur ins Zentrum der Betrachtung, wonach Medienkulturen als Gesamtphänomen zu fassen sind, das sich auf den Ebenen

von Medienproduktion, Medieninhalten, deren Rezeption und Aneignung aber auch der (politischen) Regulation und Identifikation konkretisiert. Journalismuskulturen, Organisationskulturen von Medienunternehmen, politische Diskurskulturen, digitale Spielkulturen und mediatisierte Protestkulturen werden dann als einzelne Momente heutiger Medienkulturen betrachtet, die es in ihrer Differenziertheit, Konflikthaftigkeit und historischen Kontextualisierung zu analysieren gilt. Dass in einer solchen Weise ›Kultur‹ ins Zentrum der Kommunikations- und Medienwissenschaft rückt, kann insofern begrüßt werden, als damit eine Lücke der bisherigen Forschungsdiskussion gefüllt wird: Es interessiert zunehmend das kommunikative Handeln des Menschen, seine medienbezogenen Praktiken, die in einer kulturanalytischen Perspektive auf differenzierte, kritische Weise verstehbar werden.

Um diesen Zugang zu Medienkultur und ihrem Wandel als ein ›umfassendes Phänomen‹ greifbar zu machen, wollen wir im Weiteren Medienkultur als Theoriekonzept in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung einordnen. Auf diese Weise soll der theoretische Rahmen einer ausschließlich in ihren Grundzügen erläuterten empirischen Medienkulturforschung umrissen werden. Ausgehend davon wird abschließend ein Überblick über die verschiedenen Artikel des vorliegenden Buches und ihren Beitrag zur Medienkulturforschung gegeben.

2 Medienkultur als Theoriekonzept: Diskussionen um Medienkultur und ihren Wandel

Begreift man – wie es in der Fachgeschichtsschreibung üblich ist – die Zeitungswissenschaft als eine der zentralen Ausgangstraditionen der heutigen Kommunikations- und Medienwissenschaft, so ist die Beschäftigung mit (Medien-)Kultur von Beginn an ein wichtiger Fokus der entstehenden Disziplin (Hepp 2004: 27-44): Weit vor der Proklamierung eines »cultural turns« (Hall 2002: 105) forderte Max Weber im Rahmen seines allgemeinen Verständnisses von Sozialwissenschaften als Kulturwissenschaft eine »Soziologie des Zeitungswesens« (Weber 1911; Kutsch 1988), die die Zeitung als Betrieb und genutztes Produkt in ihrer Kulturbedeutung für die Moderne analysieren sollte. Emil Löbl (1903) verfasste eine Monografie mit dem Titel »Kultur und Presse«, in der es ihm darum ging, eine kulturanalytische Zeitungskunde zu formulieren. Für Otto Groth (1960) ist die (von ihm funktional definierte) Zeitung die »unerkannte Kulturmacht« schlechthin. Medienkom-

munikation empirisch und kritisch in ihren kulturellen Kontexten zu erfassen, kann also als ein Ausgangspunkt der heutigen Kommunikations- und Medienwissenschaft überhaupt verstanden werden.

Ebenfalls in der sich nach dem Zweiten Weltkrieg rekonfigurierenden Kommunikations- und Medienwissenschaft können verschiedene Begriffe von (Medien-)Kultur als grundlegend gelten. Die *Kritische Theorie* der Frankfurter Schule beschreibt Medienkultur als die »Massenkultur« (Horkheimer/Adorno 1988: 128) der Kulturindustrie, die durch eine Standardisierung nicht nur der Produktion von Medien- und Kulturwaren gekennzeichnet ist, sondern auch der Produkte, ihrem Konsum und der sich in diesem artikulierenden Pseudo-Identitäten (Müller-Doohm 2008). Medienkultur wird hier als die kulturindustriell überformte Kultur gedacht und so als ein Produkt der entstehenden Konsumgesellschaft. Der Wandel hin zu einer als Massenkultur verstandenen Medienkultur ist demnach geprägt durch »technische Rationalität« und die damit verbundene »Macht der ökonomisch Stärksten über die Gesellschaft« (Horkheimer/Adorno 1988: 129) seit der frühen Neuzeit. Letztlich ist es diese gesellschaftliche Kontextualisierung des Medien(kultur)wandels, die für Jürgen Habermas' bekanntes Theorem des »Strukturwandels der Öffentlichkeit« (Habermas 1990) kennzeichnend ist bzw. das zu neueren Ansätzen der Beschreibung des Medienkulturwandels als Teil eines Wandels hin zur Konsumgesellschaft führt (siehe exemplarisch Bauman 2007).

Ein weiterer, ebenfalls impliziter Begriff von Medienkultur findet sich im *symbolischen Interaktionismus* (Mead 1988) bzw. dessen Aufgreifen in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Im Zentrum des symbolischen Interaktionismus steht die Überlegung, »dass die soziale Wirklichkeit der Menschen eine symbolisch konstruierte Wirklichkeit ist, die durch das sinnvolle (kommunikative) Handeln der Menschen zu Stande kommt und von einem Außenbeobachter nicht »objektiv«, also ohne die Beteiligung der Handelnden, beschrieben werden kann.« (Krotz 2008: 35) Hierbei erwirbt der Mensch über die soziale Gemeinschaft die Fähigkeit zur Kommunikation und wird dadurch »zu dem Menschen seiner Zeit und Kultur« (Krotz 2008: 35), was er beides gleichzeitig im kollektiven symbolischen Handeln hervorbringt. Wiederum finden wir im symbolischen Interaktionismus zwar keine ausdrückliche Theorie der *Medienkultur*. Gleichwohl ist der Schritt zu einem Beschreibungsansatz von Medienkultur nicht weit: Begreift man das symbolische Handeln der Menschen als zunehmend mediatisiertes Handeln (Krotz 2001a, 2007), so ist Kultur als Basis und Ergebnis symbolischen Handelns

Medienkultur. Es sind diese Gedanken, die im Hinblick auf Medien- und Kommunikationswandel in der gegenwärtigen Mediatisierungsforschung neu aufgegriffen und rekonfiguriert werden.

Wir können also Folgendes festhalten: Während in den angeführten *allgemeinen* sozialwissenschaftlichen Theorien – hier verstanden als grundlegende Bezugstheorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft – Begriffe von Medienkultur nicht explizit entwickelt werden, zeichnen sie sich gleichwohl dadurch aus, dass sie einen *kulturanalytischen Zugang zu Medienkommunikation* entwerfen bzw. einfordern. Wir können die *originäre* kommunikations- und medienwissenschaftliche Theoriebildung dann als Versuch begreifen, auf einer solchen Basis einen für die Disziplin der Kommunikations- und Medienwissenschaft *spezifischen Begriff von Medienkultur* zu entwickeln. In der Vielfalt der aktuellen Diskussionen lassen sich insbesondere sieben Theoriezugänge ausmachen, die den Diskurs um Medienkultur prägen, nämlich die Mediumstheorie, der empirische Funktionalismus, die Medienästhetik, der radikale Konstruktivismus, die Cultural Studies, Ansätze der inter- bzw. transkulturellen Kommunikation und schließlich die Mediatisierungstheorie. In dem jeweiligen Verständnis von Medienkultur konkretisieren sich ebenfalls die unterschiedlichen Verständnisse von Medienwandel.

1. Der vielleicht klassische kommunikations- und medienwissenschaftliche Zugang auf Medienkultur ist der der *Mediumstheorie*. Die Mediumstheorie geht bekanntlich von der Überlegung aus, dass sich die entscheidende Wirkungsdimension von Medien nicht durch Medieninhalte, sondern über die *Spezifik* von Medien entfaltet. Harold Innis als Vordenker der Mediumstheorie sprach von der »Bias« einzelner Medien, die er idealtypisch im Spannungsverhältnis von Zeit-Bias (hohe Haltbarkeit bei aufwändigem Transport) und Raum-Bias (leichter Transport bei geringer Haltbarkeit) verortet (Innis 1997). Solche Gedanken wurden von weiteren Mediumstheoretikern wie Marshall McLuhan (1995), Walter J. Ong (1987) oder Neil Postman (1985) zum Teil (kultur-)kritisch ausformuliert. Von besonderem Interesse für Fragen der Medienkultur sind die Arbeiten von Joshua Meyrowitz. Dieser begreift sich selbst als Mediumstheoretiker der zweiten Generation, der versucht, die Makroannahmen der klassischen Mediumstheorie mit (empirischen) sozialwissenschaftlichen Mikroanalysen in der Tradition des symbolischen Interaktionismus zu verbinden (Meyrowitz 1987). Geht man von seinen Argumenten aus, so entsteht die Wirkung eines Mediums dadurch, dass es auf charakteristische Weise das Arrangement von Rollen und Situa-

tionen prägt und somit die Gruppenidentität, Sozialisation und Hierarchie von Menschen einer bestimmten Kultur. In einem solchen Zugang gibt es *die* Medienkultur im Singular nicht, sondern nur verschiedene Medienkulturen, die jeweils durch ein dominierendes Medium (oder ein dominierendes Ensemble von Medien) geprägt werden. Entsprechend liest sich der »Zivilisationsprozess« (Meyrowitz 1995: 53) bei ihm als Abfolge unterschiedlicher Medienkulturen: Auf traditionale orale Kulturen mit geringer interner Differenzierung folgen Schriftkulturen, bei denen ein hierarchisierender Differenzierungsprozess einsetzt, dann moderne Druckkulturen mit ihrer Bildung von größeren politischen, religiösen und intellektuellen Einheiten (als deren Inbegriff der Nationalstaat verstanden wird) bis hin zu heutigen globalen elektronischen Kulturen, die auf sekundäre Weise einen Schlüsselaspekt oraler Kulturen zurückbringen, nämlich die »Simultaneität des Handelns, der Wahrnehmung und der Reaktion« (Meyrowitz 1995: 57). In der Sicht der Mediumstheorie erscheint demnach jede Kultur als Medienkultur, indem sie *als Kultur* durch die jeweils dominierenden Medien nachhaltig geprägt wird, da diese eine charakteristische Medienumgebung schaffen. Der Wandel von Medienkultur ist folglich ein langfristiger Prozess, den es entlang seiner tiefen einschneidenden Umbrüche zu analysieren gilt. Implizit leitend sind diese Überlegungen auch für Bereiche der Kommunikations- und Medienwissenschaft, die sich nicht der Mediumstheorie zuordnen (bspw. Merten 1994).

2. Unter dem Begriff des *empirischen Funktionalismus* lassen sich Theorienansätze der Kommunikations- und Medienwissenschaft fassen, die empirisch-analytisch über Theorien mittlerer Reichweite das »Funktionieren« von (öffentlicher) Medienkommunikation in der gegenwärtigen Gesellschaft zu erfassen suchen, wobei systemtheoretische Zugänge hierbei einen wichtigen Stellenwert haben. Frühe Verständnisse hoben darauf ab, Kultur als eine bestimmte Sparte des Medienangebots zu konzeptionalisieren (bspw. Silbermann 1966) oder eine (primär erlebte) »Realkultur« einer (sich von dieser abkoppelnden, sekundären) »Medienkultur« (Kepplinger 1975) gegenüberzustellen. In einer weitergehenden Theoretisierung versucht Ulrich Saxer (1998) geleitet von der soziologischen Systemtheorie dann, einen übergreifenden Ansatz der Beschreibung von »Medien-Kulturkommunikation« zu entwickeln. Als Konzept integriert Medien-Kulturkommunikation zwei Begriffe, nämlich den der Medienkommunikation und den der Kultur. Den Ausdruck der Medienkommunikation gebraucht Saxer, ohne ihn weiter zu problematisieren. Medienkommunikation ist für ihn letztendlich jede Form der Kommunikation, die mittels technischer

Medien, also nicht Face-to-Face, erfolgt und die es im systemtheoretischen Sinne funktional zu fassen gilt (Saxer 1998: 10). Entsprechend lässt sich Medien-Kulturkommunikation als ein Spezialfall von Medienkommunikation begreifen, nämlich als eine auf Kultur bezogene Form von Medienkommunikation. Kultur ist für Saxer »jenes gesellschaftliche Teilsystem, das für die mentale Strukturierung der Gesellschaftsmitglieder verantwortlich ist, indem es die verhaltensteuernden Orientierungsmodelle hervorbringt«, die sich in der »Gesamtheit der typischen Lebensformen eines Kollektivs« konkretisieren (Saxer 1998: 10). Medien-Kulturkommunikation hebt demnach darauf ab, diejenigen Prozesse der Medienkommunikation zu erforschen, durch die »verhaltensteuernde Orientierungsmodelle« hervorgebracht werden. In einer historischen Perspektive auf Wandel heißt dies, den Zusammenhang von Medienkommunikationswandel einerseits und Gesellschaftswandel andererseits im Hinblick auf Kultur zu fassen.

3. In gewissem Bezug hierzu ist der Medienkulturbegriff der *Medienästhetik* zu sehen, wie er in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft insbesondere von Werner Faulstich und Knut Hickethier vertreten wird. Während sich Faulstich eher für einen medienhistorischen Zugang auf Medienkultur stark macht, stehen die Theoretisierungen von Hickethier für einen diskursanalytischen Zugang. Der dabei zu Grunde liegende Begriff von Medienkultur und deren Wandel deckt sich gleichwohl weitgehend.

Faulstichs Begriff der Medienkulturgeschichte ist auf mittlerer Ebene angesiedelt, fasst also keine Einzelmediengeschichte, aber auch keine allgemeine Kommunikationsgeschichte als Teil von Gesellschaftsgeschichte (Faulstich 1998a: 29, 31). Die grundlegende Position Faulstichs kann man als einen systemtheoretischen Ansatz der funktional-vergleichenden ästhetischen Analyse historischer Medienkulturen bezeichnen (Faulstich 1998b). Obgleich Talcott Parsons (1976) bei seiner Beschreibung des Kultursystems davon ausgeht, dass ein Wertekonsens letztendlich durch Religion entsteht, betont Faulstich, dass der Wertekonsens gegenüber idealistisch-humanistischen Werten mit fortschreitender gesellschaftlicher Differenzierung auf Fragen der Sozialverträglichkeit von Handlungszielen und Sinnkonzepten reduziert ist. Eine »systembedingt primäre Stabilisierung und Integration« (Faulstich 1998b: 47) kann gegenwärtig *nicht* über Religion als letztem Fundament des Systems Kultur erreicht werden, sondern geschieht mittels eines eigenen Systems, nämlich dem der (zunehmend elektronischen) Medien. Diese haben die Steuerungs- und Orientierungsfunktion früherer Wertbindungen übernommen. *Medienkultur als System* bezeichnet in der Terminologie Faulstichs demnach

das »System der Medien«, das funktional an die Stelle des bisherigen Kultursystems getreten ist. Seine breit angelegte Medienkulturgeschichte lässt sich dann als eine Analyse des Wandels dieses Systems lesen.

Vergleichbar definiert Hickethier Kultur als ein »soziales System, das mit ganz unterschiedlichen Kunstformen und Medien soziale Verständigung betreibt, gesellschaftliche Orientierung stiftet und auf vielfältige Weise [...] uns als soziale und kulturelle Wesen modelliert.« (Hickethier 1999: 206) Mit dem Ausdruck des »Modellierens« finden wir einen direkten Hinweis darauf, wie Hickethier die Beziehung zwischen Medienwandel und weitergehendem Kulturwandel konzeptionalisiert: Aus seiner Sicht sind Medien »Dispositive«, d. h. eine bestimmte »apparative Anordnung« (Hickethier 1995: 64), die nicht nur im Sinne Goffmans eine entsprechende soziale Rahmung bedingt, sondern auch »zur Disziplinierung der Wahrnehmung« (Hickethier 2003: 444) beiträgt. Auf diese Weise wird durch die (verschiedenen) Medien das kulturelle Wissen von Menschen »modelliert«, insbesondere im Hinblick auf Zeitgefühl, die Zeichenhaftigkeit der Welterfahrung, die Aufmerksamkeitssteuerung, die Formierung von Emotionalität, Relevanzen und Orientierungsmodelle sowie bezogen auf die allgemeine Sozialisation. Eine Analyse des Medienkulturwandels bedeutet folglich die Beschreibung der »modellierenden« Kraft einzelner Medien auf den Wandel von Kultur.

4. Diese funktionale Orientierung zeichnet ebenfalls den Ansatz von Medienkultur im Rahmen des so genannten *radikalen Konstruktivismus* aus. Im Kern geht der radikale Konstruktivismus davon aus, dass die Wirklichkeit keine unmittelbar zugängliche Realität darstellt, sondern eine soziale Konstruktion des Menschen als kognitiv geschlossenes System (Merten et al. 1994). Kultur ist seinem Verständnis nach neben Kognition, Medien und Kommunikation eine der vier Instanzen im zirkulären Prozess der Wirklichkeitskonstruktion (Schmidt 2000: 98). Dabei ist Kultur nicht als System zu charakterisieren. Adäquaterweise sollte *Kultur als Programm* konzeptionalisiert werden. Im Anschluss an James Beninger (1986) und Walter L. Bühl (1986) fasst S. J. Schmidt Kultur als »Programm im Sinne einer begrenzten Menge von spezifischen Regeln oder »principles«, die eine große Zahl von Einzelfällen zu erzeugen erlaubt«. Und er fährt fort: »Dieses Programm ist [...] dynamisch und lernfähig und erlaubt die Ausdifferenzierung von Subprogrammen für spezifische Zwecke. Kultur kann in der hier vertretenen nicht-substantialistischen Konzeption charakterisiert werden als Ausführungsprogramm für Sozialität auf der kognitiven, kommunikativen und sozialstrukturellen Ebene.« (Schmidt 1994: 242 f.)

Dieser Kulturbegriff gewinnt an Gewicht, wenn man ihn vor der Folie funktionaler Differenzierung sieht: So ist im Rahmen des radikal-konstruktivistischen Diskurses die funktionale Differenzierung moderner Gesellschaften mit der Entwicklung von Massenmedien synchronisiert. Dabei haben sich die Massenmedien zu einem eigenständigen Sozialsystem entwickelt, das das »globale Mediensystem« einer (nationalen) Gesellschaft bildet (Schmidt 1992: 440; vgl. auch Luhmann 1996). Dieses hat – so die These von Schmidt, die durchaus Parallelen zu Faulstichs Vorstellung aufweist – innerhalb funktional differenzierter Gesellschaften in zunehmendem Maße die Funktion übernommen, ein allen gemeinsames Wirklichkeitsmodell über das Gefühl des authentischen Dabeiseins zu unterstellen, was durch die »Inszenierung von Wirklichkeiten« geschieht (Schmidt 1992: 440).

Aus diesem Grund kann Kultur in funktional differenzierten Gesellschaften nur als *Medienkultur* gefasst werden: Begreift man nämlich Kultur im oben skizzierten Sinne als »das sozial verbindliche und sozialhistorisch reproduzierte Programm zum Abgleichen [...] individuell erzeugter Wirklichkeitskonstrukte« (Schmidt 2000: 41) und geht gleichzeitig davon aus, dass in funktional differenzierten Gesellschaften die Massenmedien zur zentralen Instanz solcher sozialen Reproduktionsprozesse geworden sind, wird Kultur in funktional differenzierten Gesellschaften zwangsläufig als Medienkultur manifest (Schmidt 1992: 440 f.). Dies darf aber nicht damit gleichgesetzt werden, dass in Medienkulturen nur massenmediale Angebote als kulturelle Manifestationen gelten. Entscheidend ist nach Schmidt, dass in Medienkulturen auch nicht-massenmediale Manifestationen von Kultur wie Skulpturen, Bilder und Bauwerke auf Massenmedien angewiesen sind, wenn sie auf der Ebene kommunikativer Thematisierung eine relevante Öffentlichkeit erreichen wollen. Insgesamt ist in Medienkulturen die traditionelle Unterscheidung zwischen medial vermittelten und medial unvermittelten Erfahrungen hinfällig, da die Omnipräsenz von Medienangeboten individuelle wie soziale Wirklichkeitskonstruktionen verändert: »Das Programm Kultur realisiert sich als Medienkultur, und man könnte fast hinzusetzen: und als nichts anderes.« (Schmidt 1992: 447)

5. Einen deutlich andersartigen Beitrag zu Fragen der Medienkultur haben in den letzten beiden Jahrzehnten die *Cultural Studies* geleistet. Im Gegensatz zu den meisten der bisher skizzierten Ansätze zeichnen sich die Cultural Studies dadurch aus, dass sie einen funktionalen Zugang auf Medienkultur ablehnen: (Medien-)Kultur ist *nicht* das System oder Programm, das in eine Gesellschaft integriert. Vielmehr wird (Medien-)Kultur selbst als ein umkämpfter

Bereich widersprüchlicher und konfligierender Wirklichkeitsdefinitionen angesehen, die als solche machtgeprägt sind. Hierauf hebt konkret die Kulturdefinition von Stuart Hall ab, wenn er formuliert, Kultur sei als die Summe der verschiedenen Klassifikationssysteme und diskursiven Formationen zu verstehen, auf die im Alltagshandeln (kommunikativ) Bezug genommen wird, um Dingen eine Bedeutung zu geben (Hall 2002: 108): Zwar ist Kultur in dem Sinne ›musterhaft‹, dass wir mit diesem Ausdruck systematische Zusammenhänge der Bedeutungsproduktion bezeichnen. Gerade in ihrer Regelmäßigkeit ist Kultur aber eingebunden in Formationen von Diskursen im Sinne Foucaults (1996), also in Gesamtheiten von diskursiven Ereignissen, die letztlich für bestimmte Machtverhältnisse und eine spezifische Wissensproduktion stehen. Von Populär- und Medienkultur wird in dieser Perspektive deswegen gesprochen, weil – in Anlehnung an Antonio Gramsci (1987) – davon ausgegangen wird, dass sich die primären (kommunikativen) Auseinandersetzungen der Gegenwart im Bereich des medial vermittelten Populären konkretisieren. Entsprechend geht es den Cultural Studies um die Analyse von Medienkultur als »sites of struggle« (Ang 2008: 238), wobei eine Mehrebenenbetrachtung dominiert: Medienkultur konkretisiert sich in einem Kreislauf der Kultur (du Gay et al. 1997; Hepp 2004; Johnson 1999; Klaus/Lünenborg 2004), d. h. auf den Ebenen von Medienproduktion, Repräsentation, Aneignung, Identifikation und Regulation in ihrer Gesamtheit.

Mit diesem Grundverständnis zeichnen sich die Cultural Studies durch einen Zugang zu Medienkultur aus, der sich bemüht, diese *nicht* zu essentialisieren. So positionieren sich die Cultural Studies in ihrer Konfliktorientierung gegen eine Konzeptionalisierung von Kultur als homogene, integrierende und (zwangsläufig) territorial gebundene Nationalkultur (Hall 1993). Vielmehr ist der Ausgangspunkt ein umfassendes Verständnis kultureller Komplexität, das versucht, Medienkulturforschung jenseits von Modellen autonomer, kohärenter, lokalisierter und ethnisch spezifischer Kulturen zu betreiben (Couldry 2000: 136). In jüngeren Untersuchungen geht es bspw. um die Frage, *wie* Medien in unseren heutigen Medienkulturen als die zentralen Instanzen der Bedeutungsproduktion inszeniert werden, wie ein »mediated centre of society« konstruiert wird (Couldry 2003, 2009). Bezieht man diese Überlegungen auf die Analyse von Medienkultur*wandel*, so sperrt sich der Ansatz der Cultural Studies einfachen Phasenmodellen der Beschreibung: Medienkulturwandel gilt es in einem solchen Zugang stets kontextuell zu analysieren, indem auf empirischer Basis die widersprüchliche Beziehung von Kultur, Medien und Macht kritisch analysiert wird.

6. Bei der *inter- und transkulturellen Kommunikation* handelt es sich um keine geschlossene Theorie. Gleichwohl ist dies ein probater Zweig der Kommunikations- und Medienwissenschaft, in dem im deutschen Sprachraum eine breite Reflexion von (Medien-)Kultur etabliert ist, in der viele der bisher behandelten Theoriezugänge wieder aufgegriffen und in einem vergleichenden Rahmen repositioniert werden. Genau genommen geht diese Form der komparativen Medienforschung auf die Anfänge der Kommunikations- und Medienwissenschaft zurück (Rosengren 2002; Wilke 2002). Während lange Zeit eher eine »internationale Perspektive« dominierte, also Fragen der Staaten übergreifenden Massenkommunikation interessierten, rücken auch im deutschsprachigen Raum zunehmend kulturvergleichende Fragestellungen in den Blick der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Exemplarisch sei auf die Publikationen von Gerhard Maletzke (1996) verwiesen, der interkulturelle Kommunikation als Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen analysiert. Der Kulturbegriff, mit dem er operiert, steht in der Tradition der Kulturanthropologie und fasst – ähnlich den Überlegungen von Ulrich Saxer zur Medien-Kulturkommunikation – ein »System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen, Wertorientierungen« (Maletzke 1996: 16). Es sind letztlich solche an einem anthropologischen Kulturbegriff orientierte Konzepte, wie wir sie ebenfalls im Bereich der vergleichenden Journalismusforschung finden. Dort geht es um die empirische Untersuchung unterschiedlicher Journalismuskulturen als Teilaspekt von Medienkultur, wobei ein spezifisches Wertesystem bzw. Orientierungsmodell als kennzeichnend für diese begriffen wird (vgl. bspw. Esser 2002; Hanitzsch 2007; Hahn/Schröder 2008).

Anders sieht dies mit aktuellen Entwicklungen einer Beschäftigung mit transkultureller Kommunikation aus, wie sie seit den 1990er Jahren in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft etabliert ist (Reimann 1992; Luger 1994; Hepp/Löffelholz 2002). Hier wird an den philosophischen Diskurs um Transkulturalität angeknüpft (Welsch 1994), an die jüngere Kulturtheorie und die Cultural Studies (Luger 1994: 46 f.). Es geht in diesem Diskurs darum, »neue« Kulturformen zu fassen, die sich mit der kulturübergreifenden Kommunikation in Zeiten der Globalisierung von Medienkommunikation etablieren. Medienkulturen interessieren dabei gerade nicht als geschlossene Einheiten, d. h. werden nicht auf Nationalkulturen reduziert (Hepp 2006). Erforscht werden beispielsweise diasporische Medienkulturen von Migrantinnen und Migranten, transnationale soziale Bewegungen und ihre mediatisierten Protestkulturen oder populärkulturelle Vergemeinschaftungen.

tungen wie Online-Spielkulturen, die jenseits von Staaten bestehen. Der Wandel von Medienkultur, der hier diskutiert wird, ist der der Deterritorialisierung: Mit der Globalisierung der Medienkommunikation koppeln einzelne Medienkulturen von direkten territorialen Bezügen ab bzw. reterritorialisieren auf neue Weise, was es in der Medienkulturforschung zu erfassen gilt.

7. Als ein weiterer Ansatz der Beschreibung von Medienkultur beginnt sich die *Mediatisierungstheorie* zu etablieren. Untersuchungen zur Mediatisierung – d. h. zum Einfluss einer »Medienlogik« auf verschiedene Bereiche von Kultur und Gesellschaft – haben eine längere Geschichte in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In den letzten Jahren hat sich in Europa aber ein spezifischer Zweig der Medientheorie entwickelt, in dem handlungstheoretische Konzepte der Medienkulturforschung mit denen der Mediumstheorie und der Cultural Studies zusammenfinden. Die Etablierung einer solchen Mediatisierungstheorie kann man als Reaktion darauf begreifen, dass zunehmend alles medial vermittelt – »mediated« – ist und Medien entsprechend den Wandel in verschiedensten kulturellen Kontexten prägen (Livingstone 2009). Während wir also bisher nicht von *einer* geschlossenen Mediatisierungstheorie sprechen können, fokussiert sich um den Begriff der Mediatisierung ein in den Grundannahmen konsistenter Diskurs um die Theoretisierung des Wechselverhältnisses von Medien- und Kommunikationswandel einerseits bzw. Kultur- und Gesellschaftswandel andererseits.

Entsprechend fasst Knut Lundby Mediatisierung als einen zentralen Schlüsselbegriff, um die Rolle der Medien in dem gegenwärtigen sozialen Wandel in spätmodernen Gesellschaften zu fassen (Lundby 2009a: 1). Mediatisierung bezeichnet dann die Prägkräfte, die Medien in spezifischen Prozessen des kommunikativen Handelns entfalten. Wie jüngere Theoretisierungen zeigen, bestehen diese Prägkräfte jedoch nicht als eine singuläre Medienlogik, sondern als Vielfalt unterschiedlicher Medienlogiken im Plural (Hjarvard 2008; Krotz 2009: 26). Wie Lundby (2009b: 105) vorschlägt, sollte man die Logiken deshalb eher als den Einfluss einzelner sozialer »Formen« (Simmel 1992) auf verschiedene Bereiche des menschlichen Lebens begreifen. Ziel ist also, kontextuell zu untersuchen, *wie* im Prozess der zunehmenden Verbreitung von Medien diese in ihren institutionalisierten sozialen Formen Einflüsse ausüben. In einem solchen Begriffsrahmen wird Medienkultur als mediatisierte Kultur greifbar, d. h. als Kultur, in der technisch vermittelte Kommunikation vielfältige Bereiche von Gesellschaft durchdringt und so mit ihren symbolischen Formen prägend ist. Als eine besondere Sphäre dieser Mediatisierung wird der »Medienalltag« (Röser 2007; Röser et

al. 2009) angesehen, in dem die »Domestizierung« (Hartmann 2008) bzw. »Aneignung« von Medien erfolgt.

Geht es um den Wandel von Medienkultur, so ist dieser auch aus Sicht der Mediatisierungstheorie kaum in der linearen Erzählung behandelbar, wie sie die klassische Mediumstheorie entwickelt: Die Prägung der Kultur mittels *eines* Leitmediums, angefangen von der Schrift bzw. dem Buchdruck bis zum Fernsehen und zu den heutigen digitalen Medien, greift zu kurz. Wie Friedrich Krotz (2007) formuliert, ist das Konzept der Mediatisierung ähnlich dem der Individualisierung oder Globalisierung auf der Ebene der Metatheorie zu verorten. Es bietet demnach einen grundlegenden Interpretationsrahmen, der einerseits die zunehmende (quantitative) Verbreitung von Medien über den Prozess der Zivilisation reflektiert, andererseits die damit verbundenen (qualitativen) Prägungen von Kultur durch Formen mediatisierter Kommunikation. Wie sich dieses Wechselverhältnis jeweils in spezifischen kulturellen Feldern konkretisiert, gilt es auf kontextualisierende Weise zu untersuchen, ohne von vornherein eine eindimensionale Wirklogik der Medien zu unterstellen.

Der bis hierher erfolgte Abriss der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Zugänge zu Medienkultur macht einen Zusammenhang deutlich, auf den kürzlich Hans-Jürgen Weiß aufmerksam gemacht hat:

»Mit der medialen Durchdringung aller und insbesondere auch der privaten Bereiche der sozialen Lebenswelt drängen sich heute Forschungsthemen jenseits von Politik und Massenkommunikation auf, die im Grunde allerdings gar nicht so neu sind, wenn man z. B. die frühen ›minor approaches‹ des Fachs anschaut. Viele dieser Problemstellungen werden mit dem Begriff der Medienkultur in Verbindung gebracht, was zugleich (aber nicht notwendigerweise!) den Vorrang eines bestimmten theoretischen und methodologischen Zugriffs auf ihr Studium suggeriert: Gemeint ist das Konzept der ›Cultural Studies‹.« (Weiß 2009: 6)

Dieser Aussage von Weiß kann man in einem doppelten Sinne zustimmen: Einerseits gehen Konzepte der Beschreibung von Medienkultur auf die Anfänge der Kommunikations- und Medienwissenschaft zurück und umfassen weit mehr als den Ansatz der Cultural Studies. Dies betrifft – wie wir zeigen konnten – nicht nur »minor approaches«, sondern verschiedene »große« Theorietraditionen der Sozialwissenschaften bzw. der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Andererseits ist die Zuwendung zu Fragen der Medienkultur und ihrem Wandel empirisch begründet. Gerade mit dem von Sonia Livingstone (2009) so bezeichneten »mediation of everything« oder –

wie es Weiß formuliert – mit der medialen Durchdringung aller Bereiche der Lebenswelt, erscheinen integrative Zugänge im Instrumentarium der Kommunikations- und Medienwissenschaft fast zwingend. Wie wir gesehen haben, sind es insbesondere diese, die mit dem Begriff der Medienkultur verbunden sind.

3 Medienkultur als Forschungsstrategie: Empirische Medienkulturforschung

Betrachtet man die behandelten Theorieansätze in ihrer Gesamtheit, so ermöglichen sie es, einen *Grundbegriff von Medienkultur* zu entwickeln, den es für verschiedene analytische Zwecke weiter auszudifferenzieren gilt. So können wir *Medienkulturen als Kulturen definieren, deren primäre Bedeutungsressourcen durch technische Kommunikationsmedien in einem konfliktären Prozess vermittelt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Kultur ist dabei eine Verdichtung von Klassifikationssystemen und diskursiven Formationen, auf die die Bedeutungsproduktion in alltäglichen Praktiken Bezug nimmt.* Diese Definition berücksichtigt, dass keine Kultur jemals in der Form mediatisiert ist, dass jegliche ihrer Ressourcen exklusiv medial kommuniziert wird. Allerdings lässt sich argumentieren, dass in Medienkulturen ›das Mediale‹ als Zentrum der Gesellschaft konstruiert wird, ein Prozess, in den neben den Medien verschiedene andere Institutionen einbezogen sind.

Wir können Medienkulturen dabei nicht unhinterfragt als Nationalkulturen territorialer Staaten interpretieren. Sinnvoller als eine solche Grenzziehung *a priori* ist es, Medienkulturen als translokale, d. h. ortsübergreifende, aber nicht notwendigerweise territoriale Phänomene zu betrachten. Medienkulturen sind eine Art von Verdichtung translokaler Prozesse der Bedeutungsartikulation. Hierbei artikulieren sich Medienkulturen auf unterschiedlichen Ebenen, namentlich der Produktion, der Repräsentation bzw. der Inhalte, der Rezeption bzw. der Aneignung sowie der Identifikation und Regulation. Je nach Forschungsinteresse können einzelne Teilaspekte bzw. Ausprägungen von Medienkulturen akzentuiert werden, bspw. Journalismuskulturen und politische Diskurskulturen, diasporische Medienkulturen, digitale Spielkulturen usw.

Begreift man Kommunikations- und Medienwissenschaft als theoretisch und empirisch arbeitende Sozialwissenschaft, so ist bei einer Annäherung an eine Beschäftigung mit Medienkultur aber nicht nur die Frage des Medien-

kulturbegriffs zentral. Ebenso wichtig ist die Reflexion eines damit verbundenen empirischen Vorgehens. Sicherlich kann es hier nicht darum gehen, die verschiedenen Methoden und Verfahren einer kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung in ihrer Gesamtheit vorzustellen. Gleichwohl gilt es zu diskutieren, welche *spezifischen* analytischen Ansatzpunkte für eine empirische Medienkulturforschung angemessen erscheinen.

Als Ausgangspunkt dafür ist es zunächst einmal zielführend, nochmals explizit auf die Breite der für eine Medienkulturforschung notwendigen Methoden hinzuweisen: Während es einzelne Phänomene von Medienkultur – wie beispielsweise bestimmte kulturelle Kommunikationsmuster in Presseartikeln – gibt, die sich mit standardisierten Verfahren erfassen lassen, setzen andere zwingend interpretative qualitative Verfahren voraus. Dies betrifft insbesondere Fragestellungen, die bei medienkultureller Praxis bzw. medienkulturellem Handeln ansetzen und im Sinne von Max Weber darauf angewiesen sind, die subjektive Sinndimension von Handeln zu rekonstruieren. Jüngere Publikationen in dem Forschungsfeld machen aufmerksam, dass eine empirische Medienkulturforschung sich deswegen zwangsläufig unterschiedlicher Methoden bedienen muss, weil sich Medienkultur auf verschiedenen Ebenen artikuliert (Johnson et al. 2004: 40–43). Diese notwendige Breite zeigen nicht zuletzt die in diesem Band versammelten Beiträge.

Allerdings lassen sich jenseits einer solchen Vielfalt – sicherlich typisierend und in der Umsetzung für einzelne empirische Studien in unterschiedlichem Maße zutreffend – drei Schritte einer empirischen Medienkulturforschung unterscheiden. Diese Schritte gehen fließend ineinander über und werden je nach gewähltem methodischem Instrumentarium auf andere Weise realisiert bzw. operationalisiert. Gleichwohl bieten sie eine allgemeine Orientierung darüber, was empirische Medienkulturforschung bedeutet.

1. Kulturelle Muster analysieren: Im Zentrum einer Medienkulturforschung stehen – wie bei einer Kulturanalyse überhaupt – kulturelle Muster. Aber was ist genau unter kulturellen Mustern zu verstehen? Um diese Frage zu beantworten ist es hilfreich, zu dem bereits skizzierten Verständnis von (Medien-) Kultur als einer Verdichtung von Klassifikationssystemen und diskursiven Formationen, auf die die Bedeutungsproduktion in alltäglichen Praktiken Bezug nimmt, zurückzukommen. Bezieht man dieses Verständnis auf die gegenwärtige Diskussion um einen praxeologischen Ansatz in der vergleichenden Kulturforschung (Reckwitz 2005: 96), dann integriert es alle drei etablierten Diskurse in der Tradition des Sozialkonstruktivismus: einen mentalistischen (mit der Betonung der Relevanz von Klassifikationssystemen), einen

textuellen (mit der Betonung der Relevanz diskursiver Formationen) und einen praxeologischen (mit der Betonung der Relevanz alltäglicher Bedeutungsproduktion durch Praktiken). Es geht also darum, die Zentralität alltäglicher Praktiken bei der Artikulation von Kultur zu berücksichtigen, gleichzeitig aber auch einzubeziehen, dass sich Kultur nicht hierauf reduzieren lässt. Kultur ist ebenso präsent in diskursiven Formationen und Klassifikationssystemen, auf die wir in unseren alltäglichen Handlungen Bezug nehmen, in den meisten Fällen ohne ein »diskursives Bewusstsein« im Sinne von Anthony Giddens (1989) hierüber. Dabei muss berücksichtigt werden, dass eine solche Differenzierung heuristisch ist. Beispielsweise zeigt die Akteurs-Netzwerk-Theorie, dass Denken auf (auch materiellen) Wissenspraktiken basiert (Latour 1992). Die Diskursanalyse hat darauf hingewiesen, dass Diskurse durch Praktiken hervorgebracht werden, aber auch bestimmte Praktiken produzieren, indem sie ein bestimmtes Wissen schaffen (Foucault 1994). Und Praktiken werden selbst geformt auf Basis sedimentierter mentaler Relevanzstrukturen, wie die Sozialphänomenologie deutlich macht (Schütz/Luckmann 1979).

In einer empirischen Medienkulturforschung werden medienbezogene »Muster des Denkens«, »Muster des Diskurses« und »Muster der Praxis« bzw. des »Handelns« mittels verschiedener Methoden analysiert, während gleichzeitig deren Wechselbeziehung reflektiert wird. Der Gebrauch des Ausdrucks »Muster« ist dabei irreführend, wenn er auf etwas »Statisches« bezogen wird. Im Gegensatz dazu sollte in der Medienkulturanalyse gegenwärtig sein, dass es ebenfalls um Muster des Prozesses und Konfliktes geht. Insgesamt hebt »Muster« jedoch darauf ab, dass Medienkulturforschung nicht einfach das *singuläre* Denken, den *singulären* Diskurs oder die *singuläre* Praxis beschreibt, sondern auf der Basis der Analyse unterschiedlicher singulärer Phänomene die *typischen* »Arten« des Denkens, der Diskurse oder der Praktiken in einem bestimmten kulturellen Kontext, die es je in Prozess- wie auch Konfliktperspektive zu betrachten gilt. Mit anderen Worten ist ein kulturelles Muster eine bestimmte »Form« oder ein bestimmter »Typus«, der in der empirischen Medienkulturforschung herausgearbeitet wird.

Entsprechend werden Medienkulturen als Verdichtungen von bestimmten Mustern des Denkens, des Diskurses und der Praxis analysiert. Viele der kulturellen Muster, die charakteristisch für eine Medienkultur sind, sind nicht exklusiv für diese. Genau dies ist der Punkt, an dem sich die allgemeine Hybridisierung von Kulturen manifestiert. Allerdings zeigt sich die Spezifik einer Medienkultur als Gesamtartikulation bestimmter Muster. Hier betont der Ausdruck »Verdichtung« die Spezifik einer Kultur in der

Gesamtheit ihrer Muster wie die Offenheit einer Kultur in der *Nicht-Exklusivität* etlicher ihrer Aspekte.

2. *Vielfach vergleichen*: In gewissem Sinne ist eine empirische Medienkulturforschung stets vergleichend. Bezogen auf eine einzelne Medienkultur geht es in einer *Binnenperspektive* darum, verschiedene Fälle – ob das nun »Fälle« von einzelnen Medienprodukten bzw. -inhalten, von Interviews oder weiteren Daten sind – vergleichend zu analysieren, um auf diese Weise die für eine Medienkultur charakteristischen Muster bestimmten zu können.

Aber auch in einer *Außenperspektive* – nämlich der des Vergleichs mit anderen kulturellen Verdichtungen – wird komparativ vorgegangen. Einzelne Muster, die für einzelne Medienkulturen charakteristisch sind, werden erst dann greifbar, wenn wir sie mit anderen vergleichen. Methodisch sind wir bei Fragen einer in der Außenperspektive vergleichenden Medienkulturforschung mit den generellen Problemen der komparativen Kommunikations- und Medienwissenschaft konfrontiert. Dies betrifft insbesondere das so genannte Äquivalenzproblem: Zu klären ist stets, ob die Einheiten des Vergleichs auf derselben Ebene liegen, ohne aber die Daten in einer Weise zu abstrahieren, die es unmöglich macht, das *Spezifische* einzelner Medienkulturen zu fassen.

Insgesamt muss man gerade bei einem Vergleich in »Außenperspektive« vorsichtig sein, Medienkulturen nicht vorschnell zu »nationalisieren«. Dies ist exakt der Prozess, der auch in einer transkulturell vergleichenden Medienforschung realisiert wird, indem sie vermeidet, die Daten von vornherein »rein national« zu aggregieren. Die Fälle werden über die unterschiedlichen kulturellen Kontexte hinweg miteinander verglichen um zu einem Kategoriensystem zu gelangen, das Differenzen nicht einfach als national beschreibt, sondern ebenfalls transnationale Unterschiede und Gemeinsamkeiten fokussiert. Mit einem solchen Vorgehen wird eine größere Komplexität der Analyse möglich, die es gestattet, Zugang zu medienkulturellen Verdichtungen zu finden, die jenseits des National-Territorialen liegen.

3. *Multiperspektivisch kritisieren*: Versteht man Kommunikations- und Medienwissenschaft als eine auch kritische Wissenschaft, so geht es nicht nur um ein Beschreiben und Erklären bestimmter kultureller Muster. Zusätzlich ist dies auf kritische Weise zu tun, insbesondere im Hinblick auf Prozesse der Auseinandersetzung und des Konflikts. Eine besondere Problematik der Medienkulturforschung besteht an dieser Stelle darin, dass die oder der Forschende Teil einer situierten kulturellen Praxis und damit selbst nicht »kulturell neutral« ist (Winter 2005: 279). Wie ist es also möglich, kritisch zu sein, ohne einfach den eigenen normativen Rahmen auf kulturzentristische Weise

zu reproduzieren? Auf diese Frage gibt es keine leichte Antwort. Jedoch können u.E. zumindest drei grundlegende Prinzipien formuliert werden, die dabei helfen, eine empirische Medienkulturforschung mit einem kritischen Vergleich zu verbinden.

Als erstes Prinzip ist das der Notwendigkeit einer *Fokussierung auf den Konstruktionsprozess von Kultur* zu nennen. Wie zuvor betont, werden in Medienkulturen »die Medien« als solche durch bestimmte kulturelle Muster als »kulturelles Zentrum« konstruiert. Daneben bestehen ebenfalls andere Muster des »Zentrierens« von Medienkulturen, beispielsweise der Zentrierung des »National-Territorialen« in nationalen Medienkulturen, des »detritorial Religiösen« in transnationalen religiösen Bewegungen, des »global Populären« in populärkulturellen Vergemeinschaftungen usw. Ein Fokus einer kritischen Medienkulturforschung kann die Analyse dieser Zentrierungsprozesse sein.

Als zweites Prinzip kann die *Fokussierung der Beziehung von kulturellen Mustern und Fragen der Macht* gesehen werden. Die Betonung der »zentrierenden« Aspekte in kulturellen Konstruktionsprozessen akzentuiert bereits Fragen der Macht, indem das Bilden eines »kulturellen Zentrums« immer eine machtvolle Geste ist. Jenseits dieser »zentrierenden Aspekte« finden sich in Medienkulturen weitere Muster, die in Beziehung zu Macht stehen: Bestimmte kulturelle Formen bieten bspw. Möglichkeiten der Hegemonie und Dominanz, andere nicht. Entsprechend bedeutet das zweite Prinzip zu reflektieren, inwieweit die beschriebenen kulturellen Muster verbunden sind mit Machtbeziehungen innerhalb von Medienkulturen, aber ebenso ob Räume alltäglicher Handlungsfähigkeit eröffnet werden oder nicht.

Als drittes Prinzip lässt sich die *Integration all solcher Ergebnisse in einer multiperspektivischen Beschreibung* nennen. Ein vergleichendes Vorgehen erbringt unterschiedliche Perspektiven auf Medienkulturen, deren Prozesse kultureller Artikulation und Machtbeziehungen. Folglich kann das Ziel auch nicht eine vorschnelle Monosemierung dieser Komplexität sein. Vielmehr sollte eine analytische Beschreibung die verschiedenen Kulturen in ihren machtbezogenen Inkonsistenzen zugänglich machen, insbesondere wenn diese miteinander verglichen werden.

Generell ist es – in den Worten von Douglas Kellner (1995: 3) – aufgrund der Komplexität von Medienkulturen ein höchst riskantes Unterfangen, einen allgemeinen Ansatz ihrer Analyse zu entwickeln. In diesem Sinne wäre es ein Missverständnis, die hier entwickelten Überlegungen der empirischen Medienkulturforschung als das *alleinig* mögliche Vorgehen zu begreifen.

Gleichwohl umreißen die angestellten Überlegungen den Raum, in dem sich die empirische Medienkulturforschung bewegt. Eine besondere, in Zukunft weiter methodisch zu reflektierende Herausforderung bleibt die Frage, wie sich *Medienkulturwandel* adäquat erfassen lässt.

4 Medienkultur als Thema: Über dieses Buch

Bei den in dem vorliegenden Buch veröffentlichten Artikeln handelt es sich um eine Auswahl ausformulierter und überarbeiteter Versionen von Vorträgen, die auf der DGPK-Jahrestagung 2009 »Medienkultur im Wandel« gehalten wurden. In ihrer Gesamtheit machen die Artikel einerseits die Breite des Felds der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Medienkulturforschung deutlich. Andererseits demonstrieren sie die Vielfalt der angewandten Methoden und kulturtheoretischen Konzepte. Strukturiert sind die Beiträge in sieben thematische Teile.

Im ersten Teil – überschrieben mit *Theorien der Medienkulturforschung* – wird die aktuelle Diskussion um Theorien der Medienkultur aus unterschiedlicher Sicht beleuchtet. *David Morley* argumentiert für einen kontextualistischen Ansatz der Beschäftigung mit Kulturen, ihrem Wandel und dem Stellenwert von Technologien dabei. Ein solcher Ansatz vermeidet es, sich beim gegenwärtigen Medienkulturwandel auf die technische Dimension der »Digitalisierung« zu konzentrieren, sondern ist auf eine theoriegeleitete, kontextuelle Analyse der Vielfalt verschiedener Wandlungsprozesse ausgerichtet. *Robin Mansell* reflektiert in ihrem Beitrag die Beziehung von Macht, Medienkultur und neuen Medien. Das Kernargument ihrer theoretischen Überlegungen ist, dass »neue« Medien zwar nicht – wie anfangs erhofft – ungleiche Machtverhältnisse abschaffen. Jedoch verlagern sie einige Aspekte von Macht. Möglichkeiten, dies zu analysieren, werden von Mansell diskutiert. Ähnliche Grundüberlegungen anstellend, argumentiert *Tanja Thomas* für eine kritische Medienkulturtheorie und -analyse. Sie sucht einen theoretischen Anschluss sowohl an die klassische bzw. poststrukturalistische kritische Theorie als auch an die Cultural Studies. Abgeschlossen wird dieser erste Abschnitt des Bandes mit dem Beitrag von *Friedrich Krotz*. Er betrachtet grundlegend, wie eine Kommunikations- und Medienwissenschaft unter den Bedingungen von Medienkultur auszusehen hat, was ihre theoretische Basis und ihr Forschungshorizont sind. Hierbei geht es um die Grundbegriffe einer kommunikations- und medienwissenschaftlichen Medienkulturforschung,

die historische Kontextualisierung eines solchen Zugangs und seine Spezifik in Abgrenzung zur Soziologie.

Der zweite Teil des Bandes widmet sich den *historischen Dimensionen des Medienkulturwandels*. Eröffnet wird dieser durch den Beitrag von *Hans Adler*, der den Medienkulturwandel seit dem 18. Jahrhundert am Beispiel der Presse und Aufklärung behandelt. Zentrales Argument ist, dass die Mediatisierung im Bereich elektronischer Kommunikation dazu beitragen kann, dass Medien nicht mehr als Vermittler von Information und Wissen wirken, sondern dass sie die Setzung der Werte selbst übernehmen. *Holger Böning* und *Michael Nagel* befassen sich mit dem Kultur- und Medienwandel ab der frühen Neuzeit aus der Sicht der historischen Presseforschung. Sie diskutieren ebenfalls die enge Beziehung von Aufklärung und Kommunikation, wobei ihre historischen Analysen den aktuellen Stellenwert von Denk-, Meinungs- und Pressefreiheit für Medienkulturen der Aufklärung vor Augen führen. Eine grundlegend andere Perspektive auf die historische Dimension des Medienkulturwandels nimmt *Irene Neverla* ein: sie reflektiert Zeit als Schlüsselkategorie der Medienkultur und ihrer Wandlungsprozesse. Irene Neverla macht den zeitlichen Aspekt von Medienkulturen deutlich, indem sie Medien als soziale Zeitgeber bzw. die medienbezogene Zeitgestaltung im Alltag analysiert.

Dass Medienkultur viel mit politischer Kommunikation zu tun hat, manifestiert der dritte Teil, der mit *Politische Diskurskulturen und transkulturelle Kommunikation* überschrieben ist. Der Eröffnungsbeitrag wurde von *Dominika Biegoń*, *Jennifer Gronau*, *Martin Nonhoff*, *Frank Nullmeier*, *Henning Schmidtke* und *Steffen Schneider* verfasst. Er behandelt den Stellenwert verschiedener politischer Diskurskulturen für die Legitimation (inter)nationaler politischer Ordnungen in Europa und kann dabei kulturelle Spezifika medialer Legitimationsdiskurse in vier westlichen Demokratien herausarbeiten. Mit einem krisenhaften Phänomen politischer Diskurskultur befasst sich *Stig Hjarvard*: der Mediendynamik der Mohammed-Cartoon-Krise. An diesem Beispiel wird die Mediatisierung globaler Konflikte als ein wichtiges Moment heutiger Medienkulturen in Zeiten der Globalisierung und transkulturellen Kommunikation greifbar. *Hartmut Wessler* und *Maria Röder* betrachten politische Diskurskulturen in einer interkulturellen Vergleichsperspektive. Die Notwendigkeit einer solchen Perspektive zeigen sie anhand der kulturellen Diskursmuster in arabischen und westlichen Talkshows. Nochmals eine andere Akzentsetzung der Betrachtung politischer Diskurskulturen ist mit dem Artikel von *Katharina Kleinen-von Königslöw* verbunden. Am Beispiel der Gegenüberstellung von kollektiven Identitäten in ost- und westdeutschen

Medienarenen behandelt sie auf breiter empirischer Basis Vorstellungen kollektiver Identität als integrativen Teil der politischen Diskurskultur.

Dass die Beschäftigung mit *Journalismuskulturen* ein wichtiges Moment der Medienkulturfor­schung bildet, ist bereits mehrfach angeklungen. Gegenwärtige Forschung hierzu wird im vierten Teil des vorliegenden Buchs vorgestellt. *Matthias Karmasin* und *Daniela Kraus* vergleichen Journalismuskulturen in Österreich und Deutschland unter Berücksichtigung von Berufsrollenselbstbildern. Bestehende Divergenzen aktueller Befragungen erklären sich mittels einer historischen Analyse von Medienkulturen, die Unterschiede als »cultural consequences« greifbar macht. Im Artikel von *Thomas Hanitzsch* geht es um Journalismuskulturen im Hinblick auf deren professionelle Milieus. Seine Empirie erklärt für 17 Länder vergleichend gesellschaftliche Unterschiede der Rollenvorstellungen von Journalismus mit einem medienkulturellen Ansatz, der beim professionellen Milieu ansetzt. Einen anderen Akzent auf Journalismuskulturen setzen *Vinzenz Wyss* und *Guido Keel*. Sie betrachten diese nicht in einer nationalen Rahmensetzung, sondern bezogen auf die Schweiz im sprachregionalen Vergleich. Hier werden in einer quantitativen Längsschnittuntersuchung wiederum kulturelle Differenzen deutlich.

Der fünfte Teil dieses Bandes behandelt *Medien, Migration und diasporische Medienkulturen* als ein wichtiges Feld der empirischen Medienkulturfor­schung in Zeiten der Globalisierung. Eröffnet wird dieser Abschnitt mit einem Beitrag von *Andreas Hepp*, *Cigdem Bozdog* und *Laura Suna* zur kommunikativen Vernetzung von marokkanischen, russischen und türkischen Migranten durch unterschiedlichste Medien. Entlang einer Typologie kann die qualitative Studie zeigen, wie sich diasporische Medienkulturen auf Ebene der Aneignung konstituieren. In diesem Blickwinkel befasst sich ebenfalls *Caroline Düvel* mit dem Thema Medien und Migration. Sie analysiert allerdings einen spezifischen Ausschnitt kommunikativer Vernetzung, nämlich die personale mittels Internet und Mobiltelefon und betrachtet diese als ein Moment des aktuellen Wandels diasporischer Medienkulturen. Stärker mit Medieninhalten und Repräsentation setzen sich *Ricarda Drüeke*, *Susanne Kirchhoff* und *Elisabeth Klaus* auseinander. Sie erforschen den Schleier als identitätsstiftendes Symbol im Prozess der medial vermittelten Entstehung von geo- und identitätspolitischen (Zwischen-)Räumen in Europa. Wieder den Bogen zur Mediennutzung und -aneignung stellen *Annett Heft*, *Joachim Trebbe* und *Hans-Jürgen Weiß* her. Auf der Basis von Telefonumfragen und Gruppendiskussionen analysieren sie die Medienkulturen junger Migranten in Deutschland.

Wir können heutige Medienkulturen und deren Wandel nicht verstehen, wenn wir nicht die *Netz- und Spielkulturen* in einer solchen Betrachtung berücksichtigen. Dies geschieht im sechsten Abschnitt dieses Buches. Ein brennendes Thema der gegenwärtigen Medienkulturforschung greifen *Uwe Hasebrink*, *Ingrid Paus-Hasebrink* und *Jan-Hinrik Schmidt* auf: das »social web« oder – wie es in der Alltagssprache auch heißt – das »Web 2.0«. Sie erforschen die Nutzung und Aneignung von Web 2.0 als einen Aspekt des Medienrepertoires von Jugendlichen und jungen Erwachsenen, das wiederum im Kontext ihrer jeweiligen Kultur gesehen werden muss. *Jeffrey Wimmer* fokussiert einen anderen, zunehmend relevant erscheinenden Bereich heutiger Medienkulturen, nämlich den der digitalen Spiele. Konkret untersucht er die Computerspielkulturen auf dem World Cyber Games-Event als einen Aspekt des aktuellen Medienkulturwandels. Dass Netzkulturen sich in den Bereich des Politischen entgrenzen, zeigen die folgenden beiden Artikel des sechsten Teils. *Caja Thimm* befasst sich anhand des Online-Wahlkampfes von Barack Obama mit der Frage, ob hieran neue politische Medienkulturen greifbar werden. Und *Sigrid Baringhorst*, *Veronika Kneip* und *Johanna Niesyto* analysieren den Wandel von Protest- und Medienkulturen in ihrer empirischen Medienkulturforschung, indem sie unternehmenskritische Kampagnen im Netz als kulturelle Protestformen des »Netizen« beschreiben.

Der siebte und letzte Abschnitt dieses Buches beschäftigt sich mit *medienkulturellem Rollenhandeln in Journalismus und Alltag*. *Björn von Rimscha* und *Gabriele Siegert* nähern sich dem aus medienökonomischer Sicht an und befassen sich mit den kulturellen Orientierungen, Rollenselbstbildern und Tätigkeiten von Unterhaltungsproduzenten. Sie arbeiten dabei »jenseits des Klischees« drei Produzententypen heraus. Stärker die medienbiografische Perspektive auf medienkulturelles Rollenhandeln interessiert *Bernd Blöbaum*. In seinem Beitrag analysiert er berufsbiografische Interviews mit Journalisten, PR-Praktikern und Werbern. Um das Selbstverständnis und die Arbeitszufriedenheit deutscher Auslandskorrespondenten im Zeitalter von Internet und Globalisierung geht es *Claudia Riesmeyer*. Selbstverständnis und Arbeitszufriedenheit werden von ihr insofern als Ausdruck des Wandels heutiger Medienkulturen begriffen, als sie für die kulturelle Orientierung bestimmter Medienschaffender stehen. Abgeschlossen wird der siebte Teil schließlich mit einem Blick auf den gegenwärtigen Medienalltag durch *Christine Linke*. Sie befasst sich mit partnerschaftlichen kommunikativen Repertoires in der Mobilkommunikation als medienkulturelle Praktiken.

Insgesamt hoffen wir, dass dieses Buch auf angemessene Weise die Diskussion der DGPUK-Jahrestagung »Medienkultur im Wandel« dokumentiert und so die Relevanz einer (historisierenden) Medienkulturforschung greifbar macht. Weder die Tagung noch diese Publikation wären ohne eine Reihe von Personen und Institutionen möglich gewesen, denen wir abschließend danken möchten. Das betrifft zum einen die Sponsoren und Unterstützer der Jahrestagung, die zum Teil auch die Übersetzungen und den Satz des vorliegenden Buchs mitfinanzierten. Dies sind als öffentliche Einrichtungen die Bremen Marketing Gesellschaft (BMG), die Bremische Landesmedienanstalt, die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG), die EU über den europäischen Fonds für regionale Entwicklung sowie die Universität Bremen. Hauptsponsoren der Tagung waren daneben Brasilhaus, Radio Bremen, die Sparkasse Bremen und der Weser-Kurier (Bremer Tageszeitungen AG). Gefördert wurde die Tagung außerdem – neben einschlägigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Verlagen – von Bonsai Deutschland, center.tv Bremen, Energy Bremen, der Gruppe für Gestaltung, Hit-Radio Antenne Bremen sowie radio ffn.

Organisatorisch wurde die Tagung mitgetragen von Kerstin Biegemann und ihrem Witago-Team sowie als studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Fabian Agel, Theresa Albig, Philipp Eitmann, Sarah Kumpf, Cindy Roitsch, Johanna Schmidt, Carina Schmitz, Monika Sowinska, Sabrina Vökle, Sandra Weber und Julia Weiß. Bei der Redaktion halfen im Sekretariat Heide Pawlik sowie bei der Durchsicht der verschiedenen Artikel Cindy Roitsch, Stefanie Vogel und Julia Weiß. Ohne sie alle und viele Weitere, die hier nicht genannt werden können, wäre weder die Jahrestagung noch das vorliegende Buch möglich gewesen.

Literatur

- Altheide, David L. (2004): Media Logic and Political Communication. In: Political Communication 21, 3, S. 293–296.
- Ang, Ien (2008): Cultural Studies. In: Bennett, Tony/Frow, John (Hrsg.): The Sage Handbook of Cultural Analysis. London u. a.: Sage, S. 227–248.
- Bauman, Zygmunt (2007): Leben als Konsum. Hamburg: Hamburger Edition.
- Behmer, Markus/Krotz, Friedrich/Stöber, Rudolf/Winter, Carsten (Hrsg.) (2003): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Beninger, James R. (1986): *The Control Revolution. Technological and Economic Origins of the Information Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bohnenkamp, Björn/Schneider, Irmela (2005): *Medienkulturwissenschaft*. In: Liebrand, Claudia/Schneider, Irmela/Bohnenkamp, Björn/Frahm, Laura (Hrsg.): *Einführung in die Medienkulturwissenschaft*. Münster: Lit, S. 35–50.
- Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.) (1999): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen.
- Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike (2008): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS.
- Bühl, Walter L. (1986): *Kultur als System*. In: Neidhart, Friedhelm/Lepsius, M. Rainer/Weiß, Johannes (Hrsg.): *Kultur und Gesellschaft. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 27*, S. 118–144.
- Couldry, Nick (2009): *Does »the media« have a future?* In: *European Journal of Communication* 24, 4, S. 437–450.
- Couldry, Nick (2003): *Media Rituals. A Critical Approach*. London u. a.: Routledge.
- Couldry, Nick (2000): *Inside Culture. Re-Imagining the Method of Cultural Studies*. London u. a.: Sage.
- du Gay, Paul/Hall, Stuart/Janes, Linda/Mackay, Hugh/Negus, Keith (1997): *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*. London u. a.: Sage.
- Esser, Frank (2002): *Transnationale Journalismusforschung. Eine Bilanz ihrer Befunde und Bedeutung*. In: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB), S. 319–344.
- Esser, Frank/Pfetsch, Barbara (Hrsg.) (2003): *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Faulstich, Werner (1998a): *Mediengeschichte*. In: Faulstich, Werner (Hrsg.): *Grundwissen Medien*. 3. Auflage. München: Wilhelm Fink, S. 29–41.
- Faulstich, Werner (1998b): *Medienkultur: Vom Begriff zur Geschichte*. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2/1998*, S. 44–54.
- Foucault, Michel (1996): *Wie wird Macht ausgeübt?* In: Foucault, Michel/Seitter, Walter (Hrsg.): *Das Spektrum der Genealogie*. Frankfurt/Main: Philo, S. 29–47.
- Foucault, Michel (1994): *The Order of Things. An Archaeology of Human Sciences*. New York: Random House.
- Giddens, Anthony (1989): *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Gramsci, Antonio (1987): *Marxismus und Kultur. Ideologie, Alltag, Literatur*. Hamburg: VSA.
- Groth, Otto (1960): *Die unerkannte Kulturmacht. Grundlegung der Zeitungswissenschaft (Periodik)*. Band 1: *Das Wesen des Werkes*. Berlin: de Gruyter.
- Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

- Hahn, Oliver/Schröder, Ronald (Hrsg.): *Journalistische Kulturen: Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine*. Köln: Halem.
- Hall, Stuart (2002): *Die Zentralität von Kultur: Anmerkungen zu den kulturellen Revolutionen unserer Zeit*. In: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB), S. 95–117.
- Hall, Stuart (1993): *Culture, Community, Nation*. In: *Cultural Studies* 7, 3, S. 249–363.
- Hanitzsch, Thomas (2007): *Journalismuskultur: Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 3, S. 372–389.
- Hartley, John (1996): *Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture*. London u. a.: Arnold.
- Hartmann, Frank (2006): *Globale Medienkultur: Technik, Geschichte, Theorien*. Wien: UTB.
- Hartmann, Maren (2008): *Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzeptes*. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Theorien der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS, S. 402–416.
- Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Festschrift zu Ehren von Friedrich Krotz. Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas (2004): *Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung*. Reihe »Medien – Kultur – Kommunikation«. Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas (2010): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Dritte, überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas (2009): *Transkulturalität als Perspektive: Überlegungen zu einer vergleichenden empirischen Erforschung von Medienkulturen*. In: *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10, 1, Art. 26 (1). Abrufbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0901267>, abgerufen am 01.02.2009.
- Hepp, Andreas (2006): *Transkulturelle Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB).
- Hepp, Andreas/Couldry, Nick (2009): *What should comparative media research be comparing? Towards a transcultural approach to »media cultures«*. In: Thussu, Daya Kishan (Hrsg.): *Internationalizing Media Studies: Impediments and Imperatives*. London u. a.: Routledge, S. 32–47.
- Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja (2009): *Schlüsselwerke der Cultural Studies: Einleitung*. In: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Wiesbaden: VS, S. 7–17.
- Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.) (2002): *Grundlagentexte zur Transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB).
- Hickethier, Knut (2003): *Medienkultur*. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 435–457.
- Hickethier, Knut (1999): *Medienkultur und Medienwissenschaft*. In: Pias, Claus (Hrsg.): *[me'dien]i Dreizehn Vorträge zur Medienkultur*. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften, S. 199–219.

- Hickethier, Knut (1995): Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells. In: *montage/av* 4, 1, S. 63–83.
- Hjarvard, Stig (2008): Mediatization: Soft individualism, and weak ties. Paper presented at the Mediatization of Religion and Culture Conference, Copenhagen, 20–21 October 2008, Copenhagen.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1944/1988): *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt/Main: Fischer..
- Imhof, Kurt (2006): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2, S. 5–29.
- Innis, Harold A. (1997): *Kreuzwege der Kommunikation. Ausgewählte Texte*. Wien, New York: Springer.
- Johnson, Richard (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, S. 139–188.
- Johnson, Richard/Chambers, Deborah/Raghuram, Parvati/Ticknell, Estella (2004): *The Practice of Cultural Studies: A Guide to the Practice and Politics of Cultural Studies*. London u. a.: Sage.
- Kellner, Douglas (1995): *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London u. a.: Routledge.
- Kepplinger, Hans Matthias (2002): Mediatization of Politics. Theory and Data. In: *Journal of Communication* 52, 4, S. 972–986.
- Kepplinger, Hans Matthias (1975): *Realkultur und Medienkultur. Literarische Karrieren in der Bundesrepublik*. Freiburg i.Br., München: Karl Alber.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margret (2004): Cultural Citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 52, 2, S. 193–213.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margret (2000): Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung: Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48, 2, S. 188–211.
- Kleinsteuber, Hans J. (1987): Mediensituation und Kommunikationsforschung in Kanada. Zur Bedeutung der Theorien von Harold Innis und Marshall McLuhan. In: *Zeitschrift der Gesellschaft für Kanada-Studien* 7, 1–2, S. 53–67.
- Krotz, Friedrich (2010): *Kommunikationswissenschaft*. In: Brenner, Peter J./Mittelstrass, Jürgen/Reinalter, Helmut (Hrsg.): *Lexikon der Geisteswissenschaften*. Wien u. a.: Böhlau, im Druck.
- Krotz, Friedrich (2009): Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In: Lundby, Knut (Hrsg.): *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York u. a.: Peter Lang, S. 19–38.
- Krotz, Friedrich (2008): Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden: VS, S. 29–47.

- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Krotz, Friedrich (2001a): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich (2001b): *Marshall McLuhan Revisited. Der Theoretiker des Fernsehens und die Mediengesellschaft*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 49, 1, S. 62–81.
- Kutsch, Arnulf (1988): *Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung*. In: *Publizistik* 33, 1, S. 5–31.
- Kutsch, Arnulf/Pöttker, Horst (Hrsg.) (1997): *Kommunikationswissenschaft, autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland*. Wiesbaden: VS.
- Latour, Bruno (1992): *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Princeton: University Press.
- Livingstone, Sonia M. (2009): *On the mediation of everything*. In: *Journal of Communication* 59, 1, S. 1–18.
- Löbl, Emil (1903): *Kultur und Presse*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Löffelholz, Martin (2004): *Theorien des Journalismus. Eine historische, metatheoretische und synoptische Einführung*. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Theorien des Journalismus*. Zweite Auflage. Wiesbaden: VS, S. 17–64.
- Luger, Kurt (1994): *Offene Grenzen in der Kommunikationswissenschaft. Über die Notwendigkeit eines interkulturellen Forschungsansatzes*. In: Luger, Kurt/Renger, Rudi (Hrsg.): *Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 23–65.
- Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 2 Bände. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. 2. erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lundby, Knut (2009a): *Introduction: ›Mediatization‹ as a Key*. In: Lundby, Knut (Hrsg.): *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York u.a.: Peter Lang, S. 1–18.
- Lundby, Knut (2009b): *Media logic: Looking for social interaction*. In: Lundby, Knut (Hrsg.): *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York u.a.: Peter Lang, S. 101–119.
- Maletzke, Gerd (1996): *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- McLuhan, Marshall (1995): *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*. Bonn u. a.: Addison-Wesley.
- Mead, George Herbert (1988): *Geist, Identität und Gesellschaft*. 7. Auflage. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hrsg.) (2008): *Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen*. Wiesbaden: VS.

- Merten, Klaus (1994): Evolution der Kommunikation. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 141–162.
- Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, Michael (2009): Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 57, 1, S. 23–38.
- Meyen, Michael/Löblich, Maria (Hrsg.) (2006): Klassiker der Kommunikationswissenschaft: Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Meyrowitz, Joshua (1995): Medium Theory. In: Crowley, David J./Mitchell, David (Hrsg.): Communication Theory Today. Cambridge, Oxford: Polity Press, S. 50–77.
- Meyrowitz, Joshua (1987): Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter. Weinheim, Basel: Beltz.
- Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Konstanz: UVK (UTB).
- Müller-Doohm, Stefan (2008): Von der Kulturindustrieanalyse zur Idee partizipativer Öffentlichkeit. Reflexionsstufen kritischer Medientheorie. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS, S. 49–63.
- Neverla, Irene (1998): Zur Kontinuität der Medien in einer Kultur des Wandels. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2/1998, S. 274–283.
- Ong, Walter J. (1987): Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Parsons, Talcott (1976): Zur Theorie sozialer Systeme. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pias, Claus (Hrsg.) (1999): [me'dien]i Dreizehn Vorträge zur Medienkultur. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften.
- Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.) (1999): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Postman, Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt/Main: Fischer.
- Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK (UTB).
- Reckwitz, Andreas (2005): Kulturelle Differenzen aus praxeologischer Perspektive. Kulturelle Globalisierung jenseits von Modernisierungstheorie und Kulturessentialismus. In: Srubar, Ilja/Renn, Joachim/Wenzel, Ulrich (Hrsg.): Kulturen vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroverse. Wiesbaden: VS, S. 92–111.
- Reichertz, Jo (2008): Die Macht der Worte und der Medien. Zweite Auflage. Wiesbaden: VS.

- Reimann, Horst (Hrsg.) (1992): *Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Theorie und Pragmatik globaler Interaktion*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Renger, Rudi (2000): *Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion*. Innsbruck u. a.: StudienVerlag.
- Rosengren, Karl Erik (2002): *Internationale und interkulturelle Kommunikation*. In: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. Konstanz: UVK (UTB), S. 37–66.
- Röser, Jutta (Hrsg.) (2007): *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Wiesbaden: VS.
- Röser, Jutta/Thomas, Tanja/Peil, Corinna (Hrsg.) (2009): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Wiesbaden: VS.
- Rössler, Patrick/Krotz, Friedrich (Hrsg.) (2005): *Mythen der Mediengesellschaft. The Media Society and its Myths*. Konstanz: UVK.
- Rusch, Gebhard (2008): *Mediendynamik. Explorationen zur Theorie des Medienwandels*. In: *Navigationen* 7, 1, S. 13–94.
- Saxer, Ulrich (1998): *Zur Theorie von Medien-Kulturkommunikation*. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Medien-Kulturkommunikation. Publizistik Sonderheft 2/1998*, S. 9–43.
- Schmidt, Siegfried J. (2000): *Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft*. Weilerswist: Velbrück.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J. (1992): *Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot*. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): *Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 425–450.
- Schnell, Ralf (Hrsg.) (2006): *MedienRevolutionen. Beiträge zur Mediengeschichte der Wahrnehmung*. Münster: Transcript.
- Schulz, Winfried (2004): *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. In: *European Journal of Communication* 19, 1, S. 87–101.
- Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas (1979): *Strukturen der Lebenswelt. Band 1*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Silbermann, Alphons (Hrsg.) (1966): *Bildschirm und Wirklichkeit. Über Presse und Fernsehen in Gegenwart und Zukunft*. Frankfurt/Main, Berlin: Ullstein.
- Simmel, Georg (1992): *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*.
- Tenbruck, Friedrich H. (1972): *Gesellschaft und Gesellschaften: Gesellschaftstypen*. In: Bellebaum, Alfred (Hrsg.): *Die moderne Gesellschaft*. Freiburg: Herder, S. 54–71.
- Thomas, Tanja/Krotz, Friedrich (2008): *Medienkultur und soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung*. In: Thomas, Tanja (Hrsg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Wiesbaden: VS, S. 17–42.
- Viehoff, Reinhold (2002): *Medienkultur*. In: Schanze, Helmut (Hrsg.): *Metzler Lexikon Medientheorie*. Stuttgart: Metzler, S. 226–229.

- Weber, Max (1911): Geschäftsbericht. In: Soziologie, Deutsche Gesellschaft für (Hrsg.): Verhandlungen des Ersten Deutschen Soziologentages. Tübingen: Mohr, S. 39–62.
- Weiß, Hans-Jürgen (2009): Kommunikationswissenschaft als Beruf. Abschiedsvorlesung Freie Universität Berlin 26. Juni 2009. Berlin.
- Welsch, Wolfgang (1994): Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen. In: Luger, Kurt/Renger, Rudi (Hrsg.): Dialog der Kulturen: Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, S. 147–169.
- Wilke, Jürgen (2002): Internationale Kommunikationsforschung. Entwicklungsfelder, Forschungsfelder, Perspektiven. In: Hafez, Kai (Hrsg.): Die Zukunft der internationalen Kommunikation in Deutschland. Hamburg: DÜI, S. 13–38.
- Winter, Rainer (2005): Der zu bestimmende Charakter von Kultur: Das Konzept der Artikulation in der Tradition der Cultural Studies. In: Srubar, Ilja/Renn, Joachim/Wenzel, Ulrich (Hrsg.): Kulturen vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroverse. Wiesbaden: VS, S. 271–289.
- Winter, Rainer (2001): Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilerswist: Velbrück.
- Zelizer, Barbie (2005): The culture of journalism. In: Curran, James/Gurevitch, Michael (Hrsg.): Mass media and society. 4th ed. London: Hodder Arnold, S. 198–214.