



Heinz Moser

20.2.2004

Bedürfnisse, soziale Texte und die Cultural Studies

Die englischen Arbeiten der Cultural Studies sind erst in den letzten Jahren stärker ins Bewusstsein der Medienpädagogik gekommen. Zwar sind einige Arbeiten der britischen Forscher um das Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) in Birmingham schon in den Siebziger- und Achtzigerjahren des letzten Jahrhunderts im deutschsprachigen Raum übersetzt und bei uns zur Kenntnis genommen worden – dies aber vor allem unter jugendsoziologischen Aspekten (vgl. etwa: Willis 1979). Die semiologischen und kommunikationstheoretischen Überlegungen, wie sie in Halls Encoding/Decoding-Modell anklingen, wurden jedoch kaum als eigenständiger Ansatz des Nachdenkens über kulturelle Phänomene gewürdigt. Bis in die Neunzigerjahre wurden die Konzepte der Cultural Studies in der Medienpädagogik nur am Rande thematisiert, so dass Andreas Hepp in seinem Überblick noch 1999 zum Resultat kommt, es sei eine Besonderheit der Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum, dass «ein Arbeiten im Rahmen dieses Projektes hier bisher nicht die institutionelle Verankerung erfahren hat, wie dies im angloamerikanischen Bereich der Fall ist» (Hepp 1999, S. 107).

Als Grund dafür sieht Hepp, dass die Cultural Studies quer zu den Grenzen der universitären Disziplinen liege. Dies macht eine Institutionalisierung schwierig, indem Forschende, die im Rahmen dieses Ansatzes arbeiten, sich oft an der Peripherie ihrer Fächer bewegen. Der Bezug auf eigene Mutterdisziplinen macht es zudem schwierig, gemeinsame Themen zu finden und eine gemeinsame Sprache zu entwickeln.

Ein weiterer Grund für diese Sachlage kann auch darin gesehen werden, dass das Feld gesellschaftlicher Überlegungen zur Kultur bereits besetzt war. Unter dem Signum einer kritischen Reflexion der Kulturindustrie war es die Kritische Theorie der Frankfurter Schule, welche alltagskulturelle

Phänomene beobachtete und die Massenkommunikation vor allem als Verführung der Massen kritisierte.

Die «eentlichen» Bedürfnisse als kritisches Konzept

Allerdings haben die Ansätze der Frankfurter Schulen in den letzten Jahrzehnten gerade wegen ihrer kulturpessimistischen Haltung viel an Attraktivität verloren. Dies wird insbesondere im Bezug auf die Entfremdungstheorien deutlich, welche damals in der Neuen Linken vertreten wurden. Die Formen der Massenkommunikation, welche mit dem Aufkommen von Boulevardmedien und der Unterhaltungskultur des Fernsehens die westlichen Gesellschaften immer stärker durchdrangen, schien die Entfremdung der Menschen im Spätkapitalismus zu bestätigen. Anstatt die «eentlichen» Bedürfnisse zu befriedigen, begnügten sie sich mit Surrogaten – dies im Sinne einer Strategie monopolkapitalistischer Unternehmungen, die Massen zu entpolitisieren und emanzipatorische Anstrengungen der Arbeiterklasse, das Schicksal in die eigenen Hände nehmen, im Keim zu ersticken.

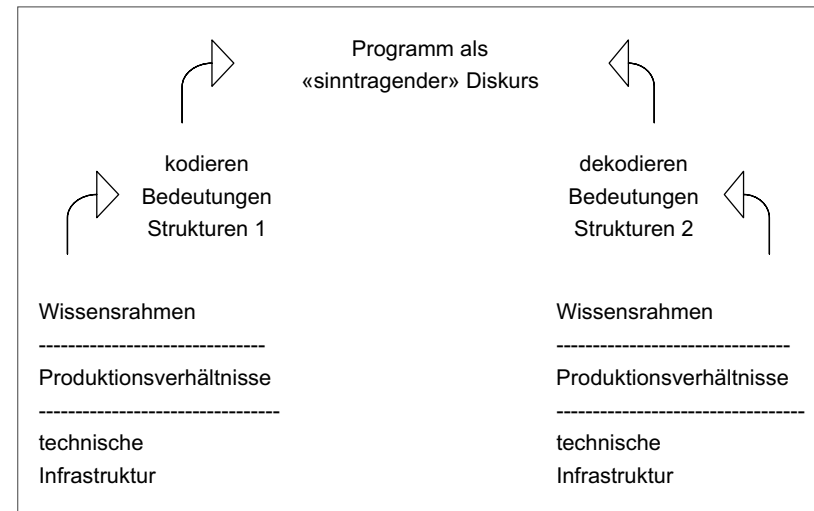
An diesem Begriff der «eentlichen Bedürfnisse» zeigt sich indessen das Dilemma von Theorien, welche ein Desiderat der «Echtheit» zwischen «Schein» und «Sein» zu unterscheiden versuchen. Denn letztlich kann man auch dann noch auf dem Anspruch von «eentlichen Bedürfnissen» verharren, wenn diese empirisch unauffindbar werden. Gerade im Medienbereich wurde es immer schwieriger, die von den Pädagogen betonten «eentlichen Kommunikationsbedürfnisse» gegenüber Heranwachsenden zu vertreten, welche als Mediengeneration ohne Ressentiments und neugierig mit verschiedensten Medien umgingen. Wie kann man Simpsons, Barbiepuppen, Soap Operas etc. als Produkte einer «minderwertigen» Massenkultur, die an den «eentlichen Bedürfnissen» vorbeigeht, kritisieren, wenn sie von den Adressaten der medienpädagogischen Bemühungen heiss geliebt werden? Jedenfalls bekamen bewahrpädagogische Positionen, die sich mit den Argumenten einer kulturpessimistischen Linken gut verbinden liessen, immer grössere Mühe, sich bei den Heranwachsenden verständlich zu machen. War das Problem wirklich die Qualität der Produkte – oder nicht eher eine Frage von unterschiedlichen Generationen und ihren kulturellen Gewohnheiten?

So betont Baacke angesichts der affektiven Dimension von Kommunikationsprozessen in seiner «Medienpädagogik» von 1997 die Notwendigkeit eines akzeptierenden Umgangs mit Medien: Wir müssten dafür offen

sein, die ästhetische Erfahrung von Kindern und Jugendlichen ernst zu nehmen und ihnen zuzutrauen, in allen Arten von Material für sich Anregungen und Deutungen zu finden, die sie sich aneignen und für sich produktiv machen (Baacke 1997, S. 50).

Wenn ein akzeptierender Umgang mit Medien nun allerdings im Zentrum medienpädagogischer Überlegungen stehen soll, scheint mir das Interpretationsangebot der Cultural Studies fruchtbarer als jenes der kritischen Theorie. So kritisiert Dick Hebdige (1985) die strikte Trennung von politischen und kommerziellen Erscheinungsformen der Jugendkultur und plädiert für eine Politik des Vergnügens, welche die Unterscheidung von Politik und Spasshaben in Zweifel zieht (Hebdige 1985, S. 189 f.). Insbesondere John Fiske versuchte dann, die Pleasures von populären Medientexten in den Vordergrund seiner Überlegungen zu stellen. Das Vergnügen, welche alltagskulturelle Texte schaffen, bedeutet nicht schon per se eine Entpolitisierung oder bloße Anpassung an hegemoniale Diskurse; vielmehr kann sich im Erleben des Vergnügens Widerstand manifestieren, welcher auf der Eigenleistung der Rezipienten beruht (vgl. Hepp 1999, S. 73 ff.). Nutzer sind in dieser Sicht «aktive Leser», welche ihren eigenen Text in der Aneignung im Sinne von «producerly texts» (Fiske 1987a) erst schaffen. Und dieser selbstgeschaffene Sinn muss mit jenem, den die Autoren des Textes intendierten nicht übereinstimmen.

Eine Beschreibung des Verhältnisses zwischen Produktion und Rezeption, das nicht einfach von der Übernahme des vom Produzenten intendierten Sinnes ausgeht, hat Stuart Hall mit seinem Encodierung/Decodierung-Modell formuliert. Dieses Modell unterscheidet die Kodierung durch die Produzenten von den Dekodierungsprozessen der Rezipienten:



Das Encodierungs-/Decodierungsmodell nach Hall 1999, S. 97

Hall zeigt in diesem Modell auf, wie im semiologischen Prozess Wirklichkeit über mehrere Stufen konstruiert wird. Wirklichkeit, wie sie z. B. im Fernsehen erscheint, ist kein bloßes Abbild der Realität, sondern ein Komplex, der von verschiedensten Bedeutungen und Vorstellungen gerahmt ist: »vom angewandten Wissen aus den Produktionsroutinen, von historisch bestimmten technischen Fertigkeiten, professionellen Ideologien, von institutionellem Wissen, Definitionen und Annahmen, von den Einschätzungen des Publikums etc., die den Aufbau des Programms strukturell mitbestimmen« (Hall 1991, S. 94).

Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass Encodierungsprozess und Decodierung durch die Rezipienten sich nicht deckungsgleich vollziehen. So müssten sich die Fernsehanstalten oft damit auseinandersetzen, dass das Publikum die Nachricht nicht so auffasse, wie sie es beabsichtigten. Dies hiesse aber nichts anderes, als dass die Fernsehzuschauer nicht innerhalb des »dominanten« oder »bevorzugten« Codes agierten. Die Übereinstimmung hänge vielmehr von der Identität/Nicht-Identität zwischen den Codes ab, die vollständig oder fehlerhaft das übertragen, unterbrechen oder systematisch verzerren, was »gesendet« worden sei. Damit aber wird der Interpretationsspielraum bei der Aneignung wichtig, der sich im Rahmen des Modells von Hall über drei hypothetische Positionen

bestimmen lässt:

Einmal handelt es sich um die Position eines dominant-hegemonialen Ansatzes, der in der Anpassung an den vom Produzenten intendierten Sinn besteht. Eine zweite Möglichkeit ist diejenige des ausgehandelten Codes, welche zwar die Legitimität der hegemonialen Definitionen anerkennt, aber die darin bestehenden Spielräume für eigene Interpretationen ausnützt. Eine oppositionelle Lesart liegt schliesslich dann vor, wenn sich die Rezipierenden den zugrunde liegenden Text in einem vollkommen entgegengesetzten Rahmen aneignen. Die Intention der Produzenten wird hier subvertiert und gegen den Strich interpretiert (vgl. Hall 1999, S. 106 ff.)

Ein Beispiel für oppositionelle Lesarten stellen die in meiner Untersuchung zum Grand Prix Eurovision (Moser 1999) dargestellten Travestie-Shows der Fans dieser Sendung dar. Oppositionell sind diese Events, weil es sich um homosexuelle Männer handelt, welche sich als diskriminierte Minderheit eines Medienereignisses des Mainstreams bedienen, um darin ihre Pleasures zu finden. Ein Teilnehmer beschreibt sehr anschaulich, wie die Subvertierung funktioniert: »Es wird einfach darauf geschaut, dass es möglichst ein Lied ist, das sehr ausgefallen ist; also in dieser Travestie-Darbietung kann man dann Interpretieren oder die Interpretinnen auf die Schippe nehmen. Man kann besondere Gesten verfeinern, oder man kann sie extremer darstellen, auch wenn man nachher die Lippen bewegt und das schallende [Gelächter des] Publikum[s] vor einem hat, dann habe ich – ich habe das auch schon gemacht – wahnsinnig Freude und Spass daran«(Moser 2001, S. 171).

Allerdings darf das oppositionelle Moment eines solchen Ereignisses nicht überbewertet werden. Zwar unterläuft die Travestie im Sinne der Gender-Theorie das binäre Geschlechterschema und betont dabei eine Art von karnevalistischem Verhalten (Drag), wo jeder in eine von ihm ausgewählte Rolle schlüpfen kann, die dem biologischen Geschlecht nicht entsprechen muss. Gleichzeitig verstehen sich die Grand-Prix-Fans jedoch keineswegs als militante Anhänger einer gesellschaftlichen Emanzipationsbewegung. Sie besetzen zwar ein populärkulturelles Territorium – dies aber ohne jeden politischen Anspruch (Moser 2001, S. 174).

Die Spielräume der Interpretieren – und ihre Einschränkung

In diesem Sinne erscheint manchmal in den Arbeiten im Umkreis der Cultural Studies die Position des Interpretieren als «active reader», der über oppositionelle Lesarten Widerstand gegen die Zumutungen der globalen

Medienmonopole ausübt, überzogen. Dies wird etwa dort deutlich, wo John Fiske die Möglichkeiten der freien Rezeption in der Unterscheidung von finanzieller und kultureller Ökonomie betont: «Es gibt in den industrialisierten Kulturen immer einen Interessenkonflikt zwischen Produzent/Distributor auf der einen Seite und den verschiedenen Formationen der Menschen auf der anderen. Die beiden Ökonomien, die finanzielle und die kulturelle, bilden die sich entgegengesetzten Seiten dieses Kampfes. Die finanzielle Ökonomie versucht, das Fernsehen als Agent der Homogenisation zu benutzen; denn sie ist zentriert, singulär in ihrer Funktionalität, und sie ist in ihren Zentren der Produktion und Distribution verortet. In der kulturellen Ökonomie dagegen ist das Fernsehen ganz anders. Es ist dezentriert, diffus und in der Verschiedenartigkeit der Formen und Momente einer freien Rezeption verankert. Fernsehen besteht in der Pluralität der Praktiken des Lesens, der Demokratie ihrer Vergnügungen, und es kann nur in seinen Fragmenten verstanden werden» (Fiske 1987).

Obwohl Fiske die Widersprüchlichkeit einer populären Kultur in einer durch Monopole dominierten Mediengesellschaft durchaus betont, überschätzen seine Beschreibungen des Rezipienten dessen Spielräume – wenn ihm, wie im obigen Zitat, die Pluralität der kulturellen Produktivität trotz aller Tendenzen zur Homogenisierung in der Sphäre der Produktion gewährleistet erscheint.

Wie beschränkt die Interpretationsspielräume in Wirklichkeit oft sind, zeigt das Beispiel Disney, das als Thema populärkultureller «Kinderculture» immer wieder in der Literatur der Cultural Studies auftaucht (vgl. etwa Giroux 1997, S. 53 ff.). Nimmt man hier die Themenparks wie Disneyland-Paris, so stellt sich unwillkürlich die Frage, wie weit hier Interpretationsspielräume im Sinne ausgehandelter oder oppositioneller Lesarten offen gehalten werden. Die Aktivitäten sind weitgehend genormt und vorgegeben – als Unterhaltungspark, der trotz allen Bezügen zu Märchenwelten und futuristischen Szenarien einer Entdeckung der Zukunft nach dem Muster einer Kirmes aufgebaut ist. Vorläufer von Disney seien denn auch, so Janet Wasko (2001, S. 154) Vergnügungsparks wie Coney Island in den USA oder das Tivoli in Dänemark.

Kennzeichen der Disney-Welten ist die sorgfältig inszenierte Integration von Unterhaltung und Spass in eine Waren- und Konsumwelt. Fjellman bringt dies auf die knappe Formel: «Die Company produziert, verpackt und verkauft – vornehmlich mit ihren Themenparks – Erfahrungen und Erinnerungen als Waren» (Fjellman 1992, S. 11).

Der Konsum in den unzähligen Shops, die zum Konzept der Parks gehören, wird dabei als ein Aspekt von Spass und Fantasie präsentiert – ist aber letztlich stark genormt. Der Text des Begleitbuches zum Disneyland Ressort Paris verspricht mehr als er hält – etwa wenn im «Discoveryland» eine «unvergessliche Reise durch Zeit und Raum» versprochen wird: «Der Flug beginnt ganz normal aber schon bald wird es brenzlig. Sie werden von den Kräften des Bösen verfolgt und Ihr Pilot, ein in der Raumfahrt völlig unerfahrener Roboter, rast in ein Meteoritenfeld. Eine turbulente Rundreise steht Ihnen bevor!» Turbulent und kitschig ist diese Reise indessen nicht wegen inhaltlicher Anreize, sondern weil das Ganze nach dem Muster einer rasanten Achterbahn aufgezogen ist. Janet Wasko sieht in den Arrangements der Themenparks vor allem Momente einer durch den Anbieter kontrollierten Kontrolle von Erfahrungsmöglichkeiten: Sorgfältig in die Landschaft eingefügte Wege führen die Besucher zu spezifischen Zielen. «Passende Soundeffekte, Musik und sogar Gerüche sind sorgfältig über den Park hin manipuliert. Die Attraktionen und 'Reisen' sind im Allgemeinen 'vorprogrammierte Shows', mit Besuchern, die in Schiffen, Booten oder Zügen durch vorarrangierte und unveränderliche Ansichten sowie durch vorgeplanten Sound und Bewegungen transportiert werden» (Wasko 2001, S. 166).

Etwas selbständig zu entdecken, wie es der Name des «Discoverylandes» andeutet, ist in einem solchen Arrangement kaum möglich. Aber auch die «Reise des Pinocchio» im Fantasieland, wo man Gepettos Marionette auf dem Weg folgen kann, ein kleiner Junge zu werden, ist mehr nach dem Muster einer Geisterbahn gestrickt, als dass sie eigene Interpretationen und Aktivitäten anregt. Ähnlich meint Wasko, dass Kritiker der Themenparks ironischerweise nicht selten die Passivität der meisten Park-Aktivitäten übersähen. Dadurch würde indessen das Motiv der Fantasie, welches die Betreiber der Parks für sich in Anspruch nähmen, quasi durch sich selbst entkräftet (vgl. Wasko 2001, S. 166).

Die Cultural Studies drohen zu einer Rechtfertigung des blossen Konsums zu werden, wenn sie das Vergnügen des Interpretieren an seinem Text verabsolutieren. Was übrig bleibt, ist ein Modell des Konsumenten, wie es Mattelard/Neveu für das Beispiel des Fernsehzuschauers beschreiben:

¹ Mattelard ist im Übrigen selbst «disney-geschädigt». Zusammen mit Ariel Dorfmann verfasste er eine der ersten marxistisch inspirierten Kritiken der Disney-Comics. Dabei versuchte das Disney-Imperium mit dem Hinweis auf Markenschutzverletzungen den Import ihres Buches zu verhindern.

«Die marktwirtschaftliche Doktrin der absoluten Souveränität des Konsumenten widerspiegelt sich im Profil eines Fernsehzuschauers, der dank seiner unantastbaren Macht, den Sinn der Programme zu determinieren, autonom geworden ist» (Mattelard/Neveu 2003, S. 99)

Es ist nicht verwunderlich, dass die Sprache der Cultural Studies unter dieser Perspektive mittlerweile auch von den medialen Grosskonzernen aufgenommen wurde. So betont der Musiksender VIVA Schweiz in einer Selbstdarstellung, die nicht zuletzt auf die Werbekundschaft ausgerichtet scheint, wie genau ihr popkulturelles Angebot als Spiegel den Musikgeschmack junger Menschen abbilde:

«VIVA ist Musik-TV pur, ein audiovisueller Spiegel des Musik-Geschmacks der jungen Deutschschweiz. Dabei ist VIVA weder in popkultureller Hinsicht noch in seiner Machart originär neu. Denn Popkultur fungiert längst als kommunikativer Universalcode, über den Lifestyle und kulturelle Identitäten transportiert werden, und auch Musikfernsehen an sich ist längst erfunden worden» (vgl. die Homepage von Viva: <<http://www.vivatv.ch/>>).

Ein Sender, der sich als Seismograph der Gesellschaft versteht und einen kommunikativen Universalcode für sich beansprucht, der Lifestyle und kulturelle Identitäten transportiert, muss für Produzenten attraktiv sein, die ebensolche Güter produzieren. Aber auch die unterschiedlichen Lesarten der Cultural Studies kommen in diesem Text wieder vor; sie sind allerdings längst ins kommerzielle Konzept des Senders integriert – wenn sie nur noch dazu dienen, die Auseinandersetzung im Medium zu beleben:

«VIVA ist Musikfernsehen pur, mit all der Power, die aus der Musik kommt. Das heisst, dass Musik auf VIVA nicht nur einseitig konsumiert wird, sondern dass via Musik auch Botschaften übermittelt werden und eine Auseinandersetzung geführt wird, die weit über Popmusik hinausgeht. Per SMS, Brief, Fax, Internet und Telefon schalten sich die VIVA-Zuschauer live ins Programm ein und werden so für eine kurze Zeit selbst zu Programmachern» (ebd.)

Die Kommerzialisierung, die im Zuge der Ausweitung und Verbreitung über Grossbritannien hinaus in Teilen der Cultural Studies erfolgte, zeigt sich in besonderer Schärfe daran, dass der Ansatz auch bei jenen Spezialisten des Marketings Anklang fand, welche die Pleasures der Rezipienten zu vermarkten versuchen. Die Website «Cultural Studies & Analysis», welche Daten in Wissen zu verwandeln verspricht, ist z. B. kein Unternehmen reiner Forschung, sondern clever konzipierte Marktforschung auf dem Bo-

den der Cultural Studies. In ungeschminkter Offenheit heisst es auf dieser Website:

«Branding and market position are both outcomes of, and markers for, cultural position, which is the grounding value of products, services, ideas, and experiences. This value must be searched out not just in the market but also in the place where all things are first desired and finally bought: the mind of the consumer»

(<http://www.culturalanalysis.com/docs/background.html>).

Die »eigentlichen« Bedürfnisse sind hier zu jenen der Konsumenten verflacht, deren zeitgeistige Pleasures die Marketingspezialisten mit den Methoden der Cultural Studies aufzuspüren versprechen: «Based on an analysis of long-term consistent patterns of human behaviour, we can identify the unconscious drives of the buy decision: where the product fits within the buyer's brain. We use match data and behaviour models to accurately measure the Cultural Valence; the operational value within the overall scheme of the consumer's mental model for value exchange» (ebd.). War es eine der ursprünglichen Stärken der Cultural Studies, den Zusammenhang zwischen Macht und Populärkultur zu analysieren, so hat sich in der Folge eine gewisse Tendenz ergeben, das Alltagsleben in der Populärkultur zu romantisieren – indem der blosser Konsum als Ausdruck einer selbstbestimmten Konstruktion von Lesarten interpretiert wird. Trotz dieser kritischen Einwände ist den Cultural Studies mit Hepp zuzubilligen: «Nichtsdestotrotz kann ein nicht romantisierender aber offen auf das eigensinnige Potenzial von Alltagspraktiken gerichteter Ansatz von Populärkultur verstehen helfen, dass populäre Kräfte nicht von vorneherein unterschätzt und abqualifiziert werden dürfen, wenn man Medien und Medienaneignung in ihrer kulturellen Lokalisierung kritisch analysieren möchte» (Hepp 1999, S. 76)

Natürlich beziehen sich die Analysen der Populärkultur meist auch nicht auf eindeutige Ereignisse der «grossen» Politik – etwa mit traditionellen Fragestellungen der Linken, wie sich der politische Wille der Arbeiterklasse in der Öffentlichkeit manifestiert. Dies beklagen letztlich Mattelard/Neveu (S. 101), wenn sie festhalten, dass sich die Cultural Studies einer Sprache und einer Repräsentation des unmittelbaren Ereignisses hingegeben hätten. Die Geschichte verflache sich dabei auf Kosten der Mikro-Objekte und «kleinen Geschichten» (zu Barbie, Madonna, McDonalds etc), während man sich der Aufgabe verweigere, diese zu hierarchisieren und in einen Diskurs des Ganzen zu integrieren.

Doch in diesen «kleinen» Erzählungen der Cultural Studies, die nicht alles umstandslos einem imaginierten Klasseninteresse unterordnen, liegt m. E. auch ein Gewinn: Sie sind – wie am Beispiel der Grand-Prix Fans dargestellt – eher an einer Mikropolitik orientiert, wo die Entwicklung von Selbstbewusstsein und kritischer Reflexion oft sehr vermittelt, widersprüchlich und indirekt ist. Die Grand-Prix-Fans sind keine Revolutionäre, aber dennoch mit ihren schrägen Inszenierungen eines Mainstream-Ereignisses in gewisser Weise subversiv. Ähnliches kann von jenen Leserinnen von Liebesromanen gesagt werden, die Janice A. Radway (1991) porträtiert. Diese Frauen fordern mit ihren Leseaktivitäten auf der einen Seite ihre aussen bestimmte soziale Rolle heraus, die sich an der Institution der Heirat orientiert. Sie verweigern mindestens zeitweise den Anspruch ihrer Familie, nur für sie da zu sein und bestehen bewusst auf ihre eigenen Vergnügungen und ihre Unabhängigkeit. Und doch sind diese Emanzipationsbestrebungen gerade an eine Gattung von Romanen geknüpft, die durch ideologisch konservative Werte einer patriarchalischen Geschlechterauffassung geprägt sind (vgl. Radway 1991, S. 213 ff.)

Das Leben als Text und die Grenzen der Semiologie

Kritisch wurde an den Cultural Studies auch ein zu stark ausgeweiteter Textbegriff diskutiert. Zwar kann man es als ursprüngliche Stärke verstehen, Medientexte (Soap Operas, Romane etc.) mit semiologischen Mitteln zu analysieren und dabei mit Rückgriff auf Roland Barthes (1964) auch gesellschaftliche Mythen zu dekonstruieren. Auch medial geprägte Ereignisse wie die Themenparks von Disney, die Darstellung der eigenen Identität auf der persönlichen Homepage, oder die ästhetische Stilisierung des eigenen Körpers können in diesem Sinne als komplexe Medientexte verstanden werden.

Die Aktualität textanalytischer Verfahren hängt im medienwissenschaftlichen Setting nicht zuletzt damit zusammen, dass Identitäten heute zunehmend symbolisch konstruiert werden – wobei die Medien eine wesentliche Rolle spielen. So betont Ben Bachmair, dass man heute nicht mehr von der Rezeption von Medien sprechen sollte, sondern von «textbezogenen Aktivitäten». Die Rezipienten stellten ihre eigenen subjektiven Medienarrangements her, etwa an Kinderzimmern ablesbar, die Bachmair als symbolisch gegenständliche Arrangements betrachtet und in ihren semiotischen Funktionen auf die Bedeutungskonstitution hin untersucht (vgl. Bachmair 2001, S. 325 ff.)

Mattelard/Neveu machen in diesem Zusammenhang darauf aufmerksam, dass durch solche Analysen der sozialen Codes die Aufmerksamkeit auf die Dimensionen und Effekte der symbolischen Macht stimuliert worden sei. Es habe sich eine neue Aktualität der Themen von Roland Barthes über die Präsenz der Ideologie im stillen Diskurs des symbolischen Flusses ergeben, in welchen wir einbezogen seien.

Allerdings ziehen sie daraus ein zwiespältiges Fazit: Das «linguistische» Moment tendiere dazu, immer mehr die ganze Sphäre des Sozialen zu rahmen – im Namen eines «Textes», welche einer subtilen Analyse bedürfe. Dies verdunkle aber gleichzeitig die ökonomischen Tatsachen, die Formen direkter Machtausübung und die Tatsachen der sozialen Morphologie. So ergebe sich eine Form des nihilistischen Schicks eines Relativismus, wo alles im Diskurs aufgehe (Mattelard/Neveu 2003, S. 89).

Jedenfalls darf dies nicht bedeuten, die Bedürfnisse im Speziellen und das Leben im Allgemeinen nur noch als soziale Texte zu betrachten, um die materiellen Lebensgrundlagen der Menschen in ihrer scheinhaften Natürlichkeit zu dekonstruieren. Ein Lehrstück in dieser Hinsicht ist der Fall von Alan Sokal, einem Physiker der New York University.

Dieser leistete sich den Scherz, der Zeitschrift *Social Text* einen Beitrag anzubieten, der die Konzepte der modernen Physik als soziale Konstrukte beschrieb. Es handelte sich um ein langes, mit Ehrfurcht erheischenden Fußnoten, Zitaten und physikalischen Fachausdrücken gespicktes Werk. Darin behauptet der Autor, die Vorstellung einer objektiven Realität sei ein inzwischen durch neuere Erkenntnisse in der Physik überholtes Dogma: Seine Hauptthese: Es sei erwiesen, dass die physikalische Realität, genauso wie die soziale Realität, nichts anderes als ein soziales und linguistisches Konstrukt darstelle. (Sokal 1996). Auf diesem Hintergrund entwickelt Sokal, wiederum mit Argumenten aus der theoretischen Physik, die Vorstellung einer postmodernen, progressiven, feministischen und emanzipatorischen Wissenschaft, welche die Menschen von der Tyrannei der «absoluten Wahrheit» und «objektiven Realität» befreie.

In der Folge deckte Sokal (1966 b) seine Parodie der Wissenschaft selbst auf – in einem Artikel, der bereits im Titel explizit auf Praktiken der Cultural Studies Bezug nimmt («A Physicist Experiments with Cultural Studies»). Darin heisst es: «Den ganzen Artikel hindurch verwende ich wissenschaftliche und mathematische Begriffe in einer Weise, die kaum ein Wissenschaftler oder Mathematiker ernst nehmen würde. Z. B. schwafle ich von einem »morphogenetischen Feld« – ein bizarrer Gedanke der New

Age Philosophie Rupert Sheldrakes – als dem entscheidenden Teil der Quantengravitationstheorie. Das ist reine Erfindung; nicht einmal Sheldrake selbst sagt so etwas. Ich behaupte weiter, daß Lacans psychoanalytische Spekulationen kürzlich von der Quantenfeldtheorie bestätigt worden seien. Was in aller Welt hat die Quantenfeldtheorie mit der Psychoanalyse zu tun? Auch Nichtwissenschaftler hätten sich hier wundern müssen. Mein Artikel jedenfalls bietet kein vernünftiges Argument dafür» (Sokal 1996 b).

Nun könnte man gegen Sokal einwenden, dass in diesem Fall die Qualitätskontrolle der Zeitschrift *Social Text* nicht funktionierte. Seit die Cultural Studies im angloamerikanischen Raum eine Mode geworden sind, wuchsen auch die einschlägigen Journals wie Pilze aus dem Boden (vgl. Mattelard/Neveu 2003, S. 82), was deren Qualität nicht immer zugute kam. M. E. ist zudem die etwas grobschlächtige Parodie Sokals noch kein Beweis dagegen, dass nicht auch die Naturwissenschaften innerhalb eines sozialen Erkenntnisrahmens funktionieren. Der *linguistic turn* der Sozialwissenschaften und der Philosophie unterstreicht ja nur die Rolle der Sprache und der mit ihr verbundenen Codes als notwendige Vermittler bei jeder Beschreibung der Realität.

Dennoch ist Sokals Kritik insofern berechtigt, als sich bei manchen text-theoretischen Ansätzen die materielle Realität in Texte aufzulösen droht, die fast beliebig interpretiert werden. Die Vergnügungen à la Fiske ziehen sich letztlich auf die blossen Pleasures im Spiel mit populären (Alltags)Texten zurück und spiegeln damit selbst den *linguistic turn*. Der Alltag selbst wird – jenseits aller Subsistenz – auf einen sozialen Text reduziert, dessen Sinn allein noch darin besteht, gelesen zu werden.

Die Problematik solcher Analysen belegt zum Beispiel die Arbeit von Eleanor Byrne and Martin McQuillan (1999) zur Dekonstruktion von Disney. Hier werden die Disney-Filme aus einer neomarxistischen Sicht der Dekonstruktion analysiert. Die politischen Ideologien in den Filmtexten werden als typisch für die amerikanische politische Kultur entlarvt und in den Rahmen eines globalen Medienkonzernes gesetzt. Derrida und Baudrillard werden zitiert und der Fokus auf die Dekonstruktion des amerikanischen Kulturimperialismus sowie von frauenfeindlichen und rassistischen Zügen gesetzt. So wird etwa «Der Glöckner von Notre Dame» von 1996 in Beziehung zur Rolle des Weltpolizisten gesetzt, welche die USA für sich beansprucht habe, aber im damaligen Krieg in Bosnien-Herzogowina nicht effektiv spielen konnte. Die Frage der ethnischen Säuberungen sei genauso

ein Hintergrund des Films wie die computeranimierte Kathedrale» (Byrne/McQuillan 1999, S. 133).

Nun ist sicher vieles einleuchtend an den Interpretationen von Byrne/McQuillan. Dennoch muss man Annalee R. Ward zustimmen, wenn sie schreibt: «Byrne and McQuillan geben eine Reihe von kreativen Einsichten zum politischen Kontext der jeweils analysierten Filme; aber diese Einsichten sind oft verstellt und überschattet durch allzu exzessive Spekulationen»

(<http://www.nottingham.ac.uk/film/journal/bookrev/deconstructing-disney.htm>).

Vor allem fehlt es dem Gestus der dekonstruktiven Interpretation – wie im Fall von Byrne/McQuillan – oft an einer empirischen Fundierung. Dadurch erhalten die Interpretationen etwas Spekulatives und Beliebiges. Demgegenüber ist in diesem Zusammenhang daran zu erinnern, dass die Attraktivität der Cultural Studies m. E. gerade dort am grössten ist, wo ihre Thesen durch empirische Arbeiten fundiert wurden – etwa in der Nationwide-Studie von David Morley, der sich auf Focus-Gruppen-Interviews stützt, in den Interviews von Janice A. Radway (1991) zu den Liebesromane lesenden Frauen, in den Untersuchungen von Marie Gillespie (1995) zu den pakistanischen Jugendlichen des Londoner Stadtteils Southall.

Gerade für den deutschsprachigen Raum, wo die Methodik qualitativer Forschung im Medienbereich zum Teil relativ einfachen Mustern folgt, könnten solche elaborierten Forschungsanordnungen, wie sie von Vertretern der Cultural Studies entwickelt wurden, Vorbildcharakter erhalten. Jedenfalls scheint es mir, dass die Cultural Studies wieder mehr auf die Qualitäten empirischer Studien zurückgreifen müssten, anstatt sich in der Rhetorik dekonstruktiver Textauslegung zu verlieren. Das gilt übrigens auch für die angloamerikanischen Entwicklungen der qualitativen Forschung, die sich gegenwärtig zum Teil in der Dekonstruktion des forschenden Subjekts genügt. Wenn Forschung dann vorab darin besteht, wie die methodologische Zeitschrift «Qualitative Inquiry» immer wieder dokumentiert, in autobiographischen Berichten oder – zum 11. September (vgl. 3/2002) – in verkrampter Sozialpoesie anstatt erhellender Analyse zu enden, dann stellt sie letztlich den Sinn qualitativer Forschung selbst in Frage.

Die analytische Komplexität der Cultural Studies

Der intensive Bezug auf semiologische Paradigmen der Textinterpretation ist zudem mit einer weiteren Folge verbunden: Viele Texte erweisen sich als hochkomplex und hermetisch für Leute, die mit den entsprechenden Theorien und Konzepten nicht vertraut sind. Medienpädagogisch dürfte es schwierig sein, solche Konzepte Schüler/innen und Jugendlichen als Orientierungsrahmen zu vermitteln. Das mag dort noch angehen, wo es sich wie bei den Beispielen einer kritischen Praxis von Henri A. Giroux um Studierende handelt (Giroux 1994); als didaktisches Konzept der Medienarbeit in den öffentlichen Schulen dürfte es genauso umzusetzen sein wie die aufklärerische Medienerziehung der Anhänger der Kritischen Theorie in den Siebzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts.

Dieser starke analytische Bezug ist umso erstaunlicher, als die Cultural Studies in ihren Anfängen von einer dezidierten pädagogischen Intention ausgingen. Lutter/Reisenleitner beschreiben den Ausgangspunkt in Grossbritannien mit Richard Hoggart, Raymond Williams und E. P. Thompson als wesentlichen Köpfen der neuen Bewegung wie folgt: «Viele der späteren Gründerväter» der Cultural Studies kamen aus dem Umfeld der Erwachsenenbildung. Sie brachten ihre persönlichen Erfahrungen mit ausgegrenzten und verachteten kulturellen Formen und Praktiken in die Diskussion ein. Gleichzeitig wurde der Graben vor allem in der Erwachsenenbildung zwischen den bildungselitären Lehrinhalten wie Programmen der English Studies und den alltagskulturellen Erfahrungen der Lernenden vor dem Hintergrund einer rasanten Ausbreitung der Massenmedien immer offensichtlicher und stellte die moralisch-ästhetischen Vorgaben der Lehrtradition in Frage (Lutter/Reisenleitner 1998, S. 23).

Angesichts dieser ursprünglichen Nähe der Cultural Studies zum praktischen pädagogischen Engagement ist auch zu fragen, weshalb es kaum Berührungspunkte mit den in Frankreich in den letzten Jahrzehnten entwickelten Überlegungen zur soziokulturellen Animation gibt – einer sozialpädagogischen Form der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen, die stark von deren kreativen und kulturschaffenden Potentialen ausgeht.

Eine erste Antwort auf diese Frage haben bereits Mattelard/Neveu (1993) gegeben, wenn sie festhalten, wie sich das französische sozialwissenschaftliche Milieu (ähnlich wie das deutsche) der Rezeption der Cultural Studies sehr lange entzogen hatte. Alltagskultur war hier eher mit Pierre Bourdieu und seinen «Feinen Unterschieden»(2002) verbunden als mit Stuart Hall oder John Fiske. Auf der anderen Seite sind die stark praxisbezogenen

Konzepte der Animation kaum über den Raum der frankophonen Länder hinausgelangt.

Dennoch könnten die Ansätze der soziokulturellen Animation geeignet sein, den Brückenschlag von der Analyse zur sozialen Praxis vorzunehmen, welchen die Cultural Studies vermissen lassen. Anstatt es bei der De-konstruktion von Identitätskonstrukten zu belassen, ginge es darum, im Sinne des Empowerments das Handeln der Subjekte zu unterstützen. Einige Schnittstellen zwischen den beiden Theorietraditionen sollen im Folgenden bezeichnet werden:

- «enoa», das «european network of animation» zeigt, wie stark Konzepte der Animation kulturelle Aspekte in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen stellen: «Animation richtet sich an die künstlerischen, intellektuellen, sozialen, alltagspraktischen und physischen Interessen von Individuen. Ziel der Animation ist es, Einzelne und Gruppen (z. B. Stadtteilbewohner) zu ermutigen und zu befähigen und Möglichkeiten, die latent vorhanden sind, zu entdecken und zu entfalten. Animation vernetzt Einzelne und Gruppen, um gemeinsam Projekte durchzuführen und an Entscheidungen teilzunehmen» (<http://www.enoa.info/>; vgl. auch Moser u. a. 1999). Wesentlich ist dabei, wie Menschen angeleitet werden können, kulturell schöpferisch zu werden – und dabei im Sinne der Pleasures der Cultural Studies auch Spass und Vergnügen finden.

Wie in den Cultural Studies ist auch die soziokulturelle Animation in diesem Zusammenhang mehr auf alltags- und populärkulturelle Ereignisse bezogen wie auf Veranstaltungen der traditionellen Hochkultur. Es geht um die Veranstaltung von Kinderfesten, Popkonzerten in einem Jugendhaus, um Videoprojekte oder um eine Filmwoche für und mit Jugendlichen etc.

- Gegenüber belehrenden pädagogischen Konzepten betonen Vertreter der soziokulturellen Animation die partizipativen Momente dieses Ansatzes. Im Sinne des Empowerments ist die Verantwortlichkeit im Animationsprojekt eine kollektive, «auch wenn der professionelle Animator in bestimmten Momenten eine spezielle Rolle im Leben der Gruppe spielt, als Garant der gemeinsamen Erfahrung» (Gillet 1998, S. 89).
- Wie im Kommunikationsmodell von Stuart Hall zwischen Encoding und Decoding unterschieden wird, gibt es auch in der Praxis der Animation

eine ähnlich orientierte binäre Unterscheidung zwischen den Vertretern gesellschaftlicher Macht und denjenigen, die ihre im Sinne der Cultural Studies abweichenden Bedürfnisse realisieren wollen. Gillet (1998, S. 207) spricht dies unter der Mediationsfunktion der Animation an, welche eine rationellere Prüfung der sich begegnenden Logiken, in der Form von Dialogen, Annäherungen der unterschiedlichen Vorstellungen, Erklärungen von Konflikten anstrebt. Mit anderen Worten geht es darum, die Vermittlung der Standpunkte zu ermöglichen – wenn z. B. Jugendliche ein regionales Popfestival organisieren wollen und dabei auf die Vertreter ihrer Gemeinde stossen, die erst einmal im Rückzug auf legalistische Argumentationen diesen Event verhindern möchten. Ziel ist es, Klüfte zu überbrücken – zwischen Behörden und Bürgern, Individuen und Gesellschaft, Isolation und Partizipation (Spierts 1998, S. 14).

Dabei unterscheidet Gillet zwischen einem konsumistischen Modell der Animation, die eher auf den Gebrauchswert reduziert sei. Ein zweites Modell der «abstrakten Animation» sei dagegen stärker ein Ort der Kreation und des Transfers von symbolischen Werten. Es handle sich um eine abstrakte Grösse rund um die Frage der Strukturierung des sozialen Bandes, das die Gesellschaft zusammenhalte (vgl. Gillet 1998, S. 24). Zwischen diesen Polen operieren sowohl das Handeln der Animation wie die Encodierungs-/Decodierungsprozesse von Medienprozessen – auch in diesem Sinne erschiene eine stärkere gegenseitige Befruchtung wünschenswert.

- Die praxisorientierten Konzepte der Animation enthalten zudem ein Instrumentarium, welches helfen könnte, mit Kindern und Jugendlichen im Rahmen der Cultural Studies auch praktisch zu arbeiten, um die Verwirklichung von Pleasures zu realisieren und im Prozess gleichzeitig zu reflektieren – nicht aber Aufklärung unabhängig vom konkreten Handeln als rein kognitiv orientierte Untersuchung von Texten zu gestalten. Das ist m. E. auch jenes Moment, das Dieter Baacke gegenüber einer aufklärerischen Medienpädagogik als Aspekt der Mediengestaltung stets betont hat (Baacke 1996, S. 8)
- Auf der anderen Seite könnten die Konzepte der soziokulturellen Animation von einem elaborierten Kulturbegriff profitieren, wie ihn die Cultural Studies entwickelt haben. Denn oft ist es in konkreten Projekten

schwierig damit umzugehen, wie Kinder und Jugendliche kulturelle Situationen lesen. Insbesondere könnte auch der Blick der Animator/innen geschärft werden, wo und wie in ihrer vermittelnden Tätigkeit Möglichkeiten bestehen, die bloße Anpassung an den hegemonialen Diskurs zu durchbrechen.

Eines der Projekte, welches – ohne direkten Bezug auf animatorische Konzepte zu nehmen – eine solche Perspektive der Vermittlung zwischen analytischer Distanz und medienpädagogischem Handeln zu realisieren versuchte, ist das an der PH Ludwigsburg zusammen mit internationalen Partnern durchgeführte Projekt «VideoCulture» (Niesyto 2003). In diesem Projekt produzierten 14- bis 19-jährige Jugendliche aus unterschiedlichen kulturellen Milieus Videofilme.

Dabei ging es im praktischen Kontext um die Frage, welche medienpädagogischen und medienästhetischen Konzepte nötig seien, um die interkulturelle Kommunikation mit Video anzuregen. Dies ist verbunden mit der Analyse der Inhalte und Stile der Symbolverarbeitung, der Symboldarstellung und des Symbolverstehens im Produktionsprozess und den Interpretationsangeboten der Jugendlichen (Niesyto 2003, S. 7).

Wie hier die animatorische Position der Mediation zum Ausdruck kommt, zeigt zum Beispiel der Kommentar von David Buckingham/Issy Harvey zu den in England gedrehten Filmen. Die Autoren beginnen mit einem Ausdruck der Enttäuschung, der sie öfters überkam, wenn sie die Videoproduktionen der Jugendlichen sahen: «Trotz den hohen Erwartungen, die darin oft investiert wurden, verfehlten es diese Produktionen häufig, diese Intentionen zu erreichen. Sie kamen oft inkohärent und schwierig zu verstehen daher, oder in manchen Fällen als stümperhafter Zusammenschchnitt von Mainstream-Filmen oder populärkulturellen Genres» (Buckingham/Harvey 2003, S. 243)

Aber Buckingham/Harvey stellen auch fest, dass es im Wesentlichen ihre Enttäuschung war, vielleicht weil sie zu viel erwarteten. Wie inkohärent oft auch Aussenstehende ihr Werk befanden, die Produzent/innen selbst waren sehr angetan, manchmal sogar entzückt davon, von dem was sie getan hatten. Gegenüber einer Haltung, die solche Enttäuschung direkt pädagogisch ausspielte, meint Niesyto im Sinne einer animatorischen Einstellung: «Sowohl interkulturelles Lernen als auch Selbstaussdruck mit Medien benötigen genügend Zeit für Selbsterprobung, für das spielerische Kennenlernen medialer Ausdrucksformen, für Verständigungs- und Aus-

handlungsprozesse, für die Reflexion medialer Fremdbilder und Stereotypen, für Auswahl- und Entscheidungsprozesse zur eigenen sozial-ästhetischen Verantwortung» (Niesyto 2003, S. 101)

Fazit

Aus dem Gesagten geht hervor, dass es auf der einen Seite für die deutschsprachige Medienpädagogik wichtig wäre, die Ergebnisse der Cultural Studies – 30 Jahre nach Ihren Anfängen in Birmingham intensiver zu rezipieren. Gerade Medienereignisse bieten sich an, als soziale Texte interpretiert zu werden. Der wachsende mediale Einfluss auf soziale Situationen und auf die damit bewusst oder unbewusst verbundenen Symbolisierungen bietet ein zusätzliches Argument für eine Rezeption, welche die Codes, Mythen und Interpretationsangebote des Sozialen hervorhebt. Erfreulich erscheint es deshalb, dass seit dem Ende der Neunzigerjahre eine verstärkte Auseinandersetzung mit den Cultural Studies beobachtet werden kann.

Allerdings hat der Verlauf der Entwicklung der Cultural Studies auch gezeigt, dass man dieser Richtung heute nicht mehr einfach in naiver Begeisterung begegnen kann. Wir haben in diesem Aufsatz drei Problemkreise hervorgehoben, die differenziert zu beurteilen sind:

- Die Pleasures der Rezipienten gegenüber dem Vorwurf der vermeintlich uneigentlichen Bedürfnisse zu rehabilitieren, scheint mir auf der einen Seite eine der wesentlichen Einsichten der Cultural Studies. Dennoch darf dies nicht bedeuten, die Verwirklichung populärkultureller Vorlieben und Vergnügen als solche schon mit oppositionellem Verhalten gegenüber dominierenden Diskursen zu verwechseln. Uns scheinen gerade die «kleinen» Erzählungen besonders fruchtbar, welche die Widersprüchlichkeiten, in die sich der «active reader» verstrickt, differenziert zum Ausdruck bringen.
- Die Textmetapher scheint besonders geeignet, gesellschaftliche Mythen im Sinne von Barthes zu beschreiben. Aber auch die Formation von Identitäten als medial konstruierte – gleichsam textuelle – Stilelemente ist grundsätzlich ein analytisch fruchtbarer Zugang zur Beschreibung sozialer Realitäten. Dies wird dort allerdings problematisch, wo sich die Welt in Texte auflöst, die letztlich beliebig interpretiert werden können. Die Welt scheint hier letztlich nur mehr das zu sein, was der Interpret ihr zuschreibt. Wohin dies führen kann, zeigt in negativer Konsequenz der

Fall von Alan Sokal. Dagegen wäre festzuhalten, dass die Arbeiten der Cultural Studies gerade dort am stärksten scheinen, wo sie nicht vom Boden der Realität abheben, sondern Rezipientenverhalten und Realitätskonstruktion (etwa in Fanuntersuchungen) auch empirisch erforschen.

- Problematisch für medienpädagogische Konsequenzen kann auch der elaborierte und oft komplexe analytische Zugang zum Sozialen sein, welchen die Cultural Studies praktizieren. Schon die aufklärerischen Konzepte der Siebzigerjahre haben deutlich gemacht, wie schwierig es ist, Medienpädagogik als kognitive Aufklärung zu betreiben. Wie wir am Beispiel von VideoCulture zu argumentieren versuchten, könnte es hier für die Position der Cultural Studies fruchtbar sein, einen Brückenschlag zu den vornehmlich in den französischsprachigen Ländern entwickelten Ansätzen der soziokulturellen Animation vorzunehmen.

Literatur

- Baacke, Dieter. Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: *medien praktisch* 1996, S. 4.
- Baacke, Dieter. *Medienpädagogik*. Tübingen: 1997.
- Bachmair, Ben. Bedeutungskonstitution als kulturelle Aktivität der Rezipienten – Wie virtuelle Texte entstehen. In: Aufenanger Stefan u. a. (Hrsg.), *Jahrbuch Medienpädagogik 1*, Opladen 2001, S. 319 ff.
- Barthes, Roland. *Mythen des Alltags*. Frankfurt: 1964.
- Bourdieu, Pierre. *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt: 2002.
- Buckingham, David; Harvey, Issy. Delight, Disappointment and Development. In: Horst Niesyto (Hrsg.), *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation*. München: 2003. S. 243 ff
- Byrne, Eleanor; McQuillan, Martin. *Deconstructing Disney*. Cambridge: 2000.
- Fjellman, Steven. *Vinyl Leaves: Walt Disneys World an America*. Boulder: 1992.
- Fiske, John. TV: Re-situating the Popular in the People. In: *Continuum: The Australian Journal of Media & Culture vol. 1 no 2* (1987); Online auf: <http://wwwmcc.murdoch.edu.au/ReadingRoom/1.2/Fiske.html>.
- Fiske, John. *Television Culture*. London/New York :1987a.
- Gillespie, Marie. *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London/New York: 1995.
- Gillet, Jean-Claude. *Animation. Der Sinn der Aktion*. Luzern: 1998.
- Giroux, Henri A. *Disturbing Pleasures. Learning Popular Culture*. New York/London: 1994.
- Giroux, Henri. Are Disney Movies Good for Your Kids? In: Steinberg Shirley R.; Kincheloe, Joe L. *Kinderculture. The Corporate Construction of Childhood*. Boulder: 1997, S. 53 ff.
- Hall Stuart, Kodieren/Dekodieren. In: Roger Bromley u. a. *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: 1999, S. 92 ff.
- Hebdige, Dick. Versteckspiel im Rampenlicht. In: Lindner, Rolf; Wiebe, Hans-Hermann. *Verborgen im Licht. Neues zur Jugendfrage*. Frankfurt: 1985, S. 186 ff.
- Hepp, Andreas. *Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen: 1999.
- Lutter, Christina; Reisenleitner, Markus. *Cultural Studies. Eine Einführung*. Wien: 1998.
- Matteldard, Armand; Neveu, Erik. *Introduction aux Cultural Studies*. Paris: 2003.
- Morley, David. *The <Nationwide> Audience: Structure and Decoding*. London: 1980.
- Moser, Heinz. *Twelve Points. Grand Prix Eurovision – Analyse einer Fankultur*. Zürich: 1999.
- Moser, Heinz. *Soziokulturelle Animation, Grundfragen, Grundlagen, Grundsätze*. Luzern/Freiburg: 1999.
- Moser, Heinz. Grand Prix Eurovision: Eine Fankultur im Medienzeitalter. In: Bachmair, Ben u. a. (Hrsg.). *Jahrbuch Medienpädagogik 2*. Opladen: 2001, S. 165 ff.
- Niesyto, Horst (Hrsg.). *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation*. München: 2003.
- Niesyto, Horst. VideoCulture – Projektentwicklung und Projektergebnisse. In: Horst Niesyto (Hrsg.). *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation*. München: 2003, S. 15 ff.
- Radway, Janice A. *Reading the Romance. Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill: 1991.
- Sokal, Alan. *Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity*. Social Text :1996, pp. 217–252

- Sokal, Alan. A Physicist Experiments With Cultural Studies. In: *Lingua Franca*. May/June, 1996, pp. 62–64 (deutsch auf: <http://www.sicetnon.cogito.de/artikel/aktuelles/sokal.htm>)
- Spierts, Marcel. *Balancieren und Stimulieren. Methodisches Handeln in der soziokulturellen Aktion*. Luzern :1998.
- Stelter, Andreas. Die Sokal-Affäre. In: *THESE* 26. Mai: 1997 (online auf: http://www.astelter.de/html/die_sokal-affare.htm).
- Wasko, Janet. *Understanding Disney*. Cambridge: 2001.
- Willis, Paul. *Spass am Widerstand*. Frankfurt: 1979.