

Claudia Sternberg

## Andreas Hepp: Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung

2000

<https://doi.org/10.17192/ep2000.2.2741>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sternberg, Claudia: Andreas Hepp: Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 17 (2000), Nr. 2, S. 161–163. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2000.2.2741>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Andreas Hepp: Cultural Studies und Medienanalyse: Eine Einführung**

Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999, 308 S.,

ISBN 3-531-22184-1, DM 39,80

Andreas Hepp ist ein solides, verständliches und nachvollziehbares Einführungswerk in den medienanalytischen Diskurs der Cultural Studies gelungen. Treffsicher greift er darin Stil und Klarheit jener Reader und Textbücher auf, die seit geraumer Zeit auf dem englischsprachigen Buchmarkt Konjunktur haben und deren theoretische Basis auch den Ausgangspunkt für diesen Band bildet.

Der Einstieg erfolgt über eine ausführliche Erläuterung der Grundbegriffe der Cultural Studies sowie einen historischen Rückblick auf die Entwicklung der Disziplin in Großbritannien (Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall, Centre for Contemporary Cultural Studies, Glasgow Media Group etc.). Hepp erörtert die internationale Aufnahme und Weiterführung der Cultural Studies, insbesondere in den USA und Australien, bezieht aber auch – wie bereits in seiner mit Rainer Winter herausgegebenen, themenverwandten Essaysammlung *Kultur – Medien – Macht* (Opladen, Wiesbaden, 2. Aufl. 1999) – gezielt deutschsprachige Forschung und AutorInnen mit ein (S.99-108 und passim). Darin besteht ein besonderer Verdienst des Bandes, da diese in den anglozentrischen Arbeiten der Cultural Studies ansonsten kaum Berücksichtigung finden. Hepps Verweise auf Standorte, Institutionen, Verlage und Publikationsorgane erlauben zudem einen aufschlussreichen Einblick in den Wissenschaftsbetrieb, der die Cultural Studies hervorgebracht, unterstützt oder gelegentlich auch ausgebreit hat. Durch diese Kontextualisierung wird ein Paradigma der Cultural Studies an ihnen selbst offenbar, nämlich dass auch Wissenschaftsdiskurse als kulturelle Praktiken zu lokalisieren und zu verstehen sind.

Der Hauptteil des Bandes konzentriert sich auf Medienanalysen. Hier unterscheidet Hepp „produktionstheoretische und texttheoretische Untersuchungen sowie Forschungen zur Kultur als Lebensweise“ (S.270). Als favorisierte Methode der Text- und Produktstudien etabliert er die Diskursanalyse, die es ermöglicht, nicht nur den Medientexten und -produkten allein gerecht zu werden, sondern „umfassenden, kommunikationskulturellen Zusammenhängen“ (S.163) Rechnung zu tragen. Als zentrale Punkte, von denen die Ausführungen ausstrahlen, dienen die Arbeiten von Stuart Hall und John Fiske.

Darüber hinaus führt der Band anschaulich in die von der kritischen Ethnografie geprägten Aneignungsstudien der Cultural Studies ein, in denen die ehemals engen Grenzen von Rezeptions- und Medienwirkungsforschung überschritten werden. Hierbei ist vor allem der durch David Morley reformulierte Begriff des ‚Publikums‘ und die Annahme einer aktiven Alltags- wie Medienkompetenz ausschlaggebend. Im Rahmen der Aneignungsstudien stellt Hepp zahlreiche Jugend-, Sub-, Frauen-, Fan- und Netzkulturstudien der Cultural Studies vor und vermittelt den Zusammenhang von Medienaneignung und kultureller Identität über geschlechtliche, ethnische und andere identitätsformierende Komponenten.

Hepp beweist Souveränität in der Präsentation einer Fülle von theoretischen Konzepten und Einzelstudien. Gekonnt setzt er diese zueinander in Beziehung, indem er Strömungen, Verschiebungen und Entwicklungen innerhalb der Cultural Studies herausarbeitet und auch die Kritik, die an einzelnen Ansätzen geübt wurde, berücksichtigt. Die Definitionen für konzeptuelle Begriffe sind knapp und griffig, aber nicht simplifizierend: So ist z. B. nach dem Kultur-Modell von Medienkommunikation „unter Kommunikation der konfliktäre Prozess der Konstruktion eines geteilten Raums von Bedeutung zu verstehen, innerhalb dessen Menschen koexistieren. Es geht hier also nicht um die lineare Übertragung von Information, sondern vielmehr um umfassende Fragen der kulturellen Bedeutungsproduktion mittels Medien“ (S.159). Wesentliche Referenztheorien – von Saussures Signifikat/Signifikant über das Karnevaleske bei Bakhtin bis zu Foucaults Diskursbegriff – werden an gegebener Stelle miteinbezogen.

Im letzten Teil des Buches stellt Hepp die Cultural Studies in einen größeren Kontext: Er betrachtet sie vor dem Hintergrund von Postmodernismus und Globalisierung und problematisiert methodologische wie wissenschaftspolitische Fragestellungen. Er selbst befürwortet die Cultural Studies als ein interventionistisches Projekt, das sich nicht als eine in traditionellen Fächern aufgehende Subdisziplin oder Methode simpler Wissensakkumulation versteht, sondern als Vehikel zur Kritik an den kulturellen Bedingungen der Gegenwart.

Alle Zitate werden auf deutsch präsentiert, wobei der Autor entweder deutsche Quellen verwendet oder eigene Übersetzungen liefert. Auch die Terminologie ist deutsch, es werden aber sinnvoller Weise in den meisten Fällen die englischen Ausgangsbegriffe mit aufgeführt. Dem gegenüber fällt auf, dass das in Kapitel 2 angelegte Prinzip, Medienbeispiele aus dem deutschen Kulturraum als Anschauungs-

material zu liefern, später nicht fortgeführt wird. Insgesamt wünscht man dem Buch ein ansprechenderes und umfangreicher illustriertes Layout, wie man es von britischen und amerikanischen Einführungsbüchern gewöhnt ist. Auch eine sorgfältigere Endredaktion wäre dem Band angesichts der vielen Informationen und Sekundärquellen zugute gekommen: Druckfehler, Formulierungswiederholungen und ins Leere gehende Literaturverweise (so hat z. B. „Hall 1988“ auf S.158 keinen bibliografischen Eintrag), sollten in einer zweiten Auflage korrigiert werden.

Claudia Sternberg (Tübingen)