




# Der Kulturbegriff in der Kommunikations- und Medienwissenschaft - ein Operationalisierungsproblem?

Vortrag zur SGKM-Tagung in Winterthur

**Sandra Pitum, Juliane Sauer, Frank Wittmann**

Universität Fribourg, DSS-DGW

Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft 09. April 2005



## 1. Einführung, Problemstellung und Ziel

## 2. Überblick zu den einzelnen Forschungsprojekten

- Medienkultur (Frank Wittmann)
- J-Horror. Filmkontext versus Gewaltszene: Kulturelle Distanzen bei der Rezeption von Gewaltdarstellungen im japanischen Film (Sandra Pitum)
- Codierung und Decodierung politischer Symbole an der Expo.02 (Juliane Sauer)

## 3. Schlussfolgerungen

Gegenseitige Durchdringung von **Kommunikation/Medien und Gesellschaft/Kultur**

**Renaissance** des Kulturbegriffs in der Kommunikations- und Medienwissenschaft seit Beginn der 1980er Jahren

**Aktueller Forschungsstand:** Kultur wird als Komplex symbolischer Ordnungen und Bedeutungen verstanden

**Vielfältige Dimensionen von Kultur**

- Medienkultur (Kellner / Schmidt et alii)
- Medien als Spiegel der Gesellschaft (Luhmann / Marcinkowski / Bonfadelli et alii)
- Interkulturelle Kommunikation (Niesyto et alii)
- Kultur als Einflussvariable in der Medienwirkungsforschung (Röser / Rogge / Grimm et alii)

Anstieg von Forschungsansätze und Studien → **Unübersichtlichkeit**

### Problem:

1) Verzerrte Untersuchungsergebnisse

2) Vier Herausforderungen

- Bedarf an **Abgrenzung** des Begriffs Kultur
- Bedarf an **Integration** von Kommunikationsfaktoren und Kultur
- Bedarf an **Konkretisierung** des Begriffs Kultur (Begriff <--> Operationalisierung)
- **Schwierigkeit der Operationalisierung** (im Gegensatz zu soziodemographischen Variablen)

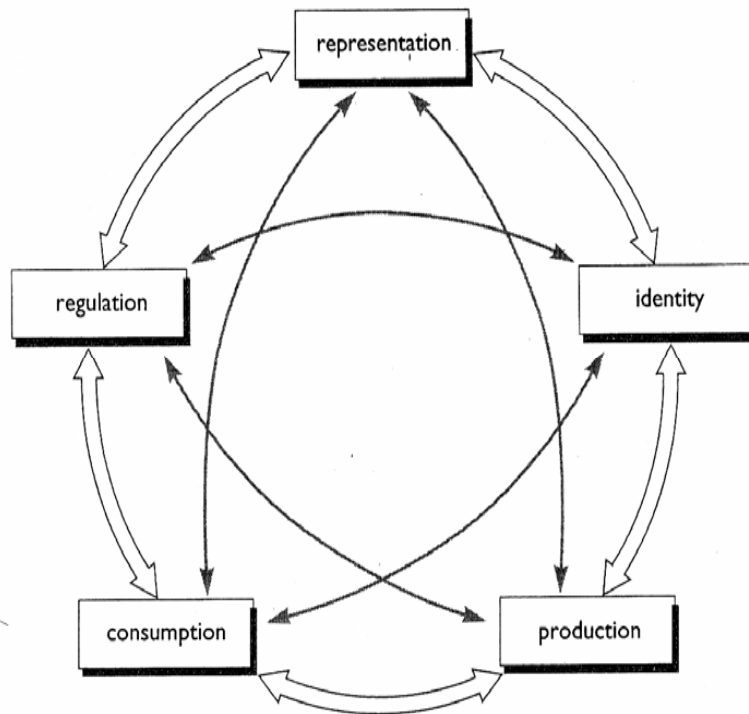
### Ziel

Veranschaulichung der verschiedenartigen Umsetzung des Begriffs Kultur in drei Forschungsprojekten

**Definition:** Medienkultur beschäftigt sich mit dem medialen Handeln als kulturelle Praktik

**Zitat:** „Medienkulturwissenschaft ist nicht fixiert auf einzelne Medienangebote oder bestimmte kulturelle Phänomene, sondern versucht die Mechanismen zu ergründen, die unseren Umgang mit solchen Phänomenen bestimmen, die wir aus guten Gründen für kulturelle Phänomene halten, und dabei möglichst genau die Rolle der Medien zu explizieren“ (Schmidt 2003:353)

## Circuit of Culture



- Die spezifische Art der Kulturanalyse bzw. der Medienkulturanalyse der Cultural Studies besteht darin, dass sie den Kontext von kulturellen Praktiken nicht als einen Rahmen auffassen, in dessen Grenzen die Praktiken ablaufen, sondern dass diese Praktiken erst den Kontext konstituieren
- Operationalisiert wird dieses Konzept durch einen für die Cultural Studies typischen Methodenpluralismus, der sich wissenschaftshistorisch und -theoretisch herleiten lässt. Er umfasst sowohl empirische, d.h. quantitative und qualitative, als auch textualistische Methoden

Der Einfluss des *soziokulturellen Hintergrunds* der Rezipienten auf die Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt

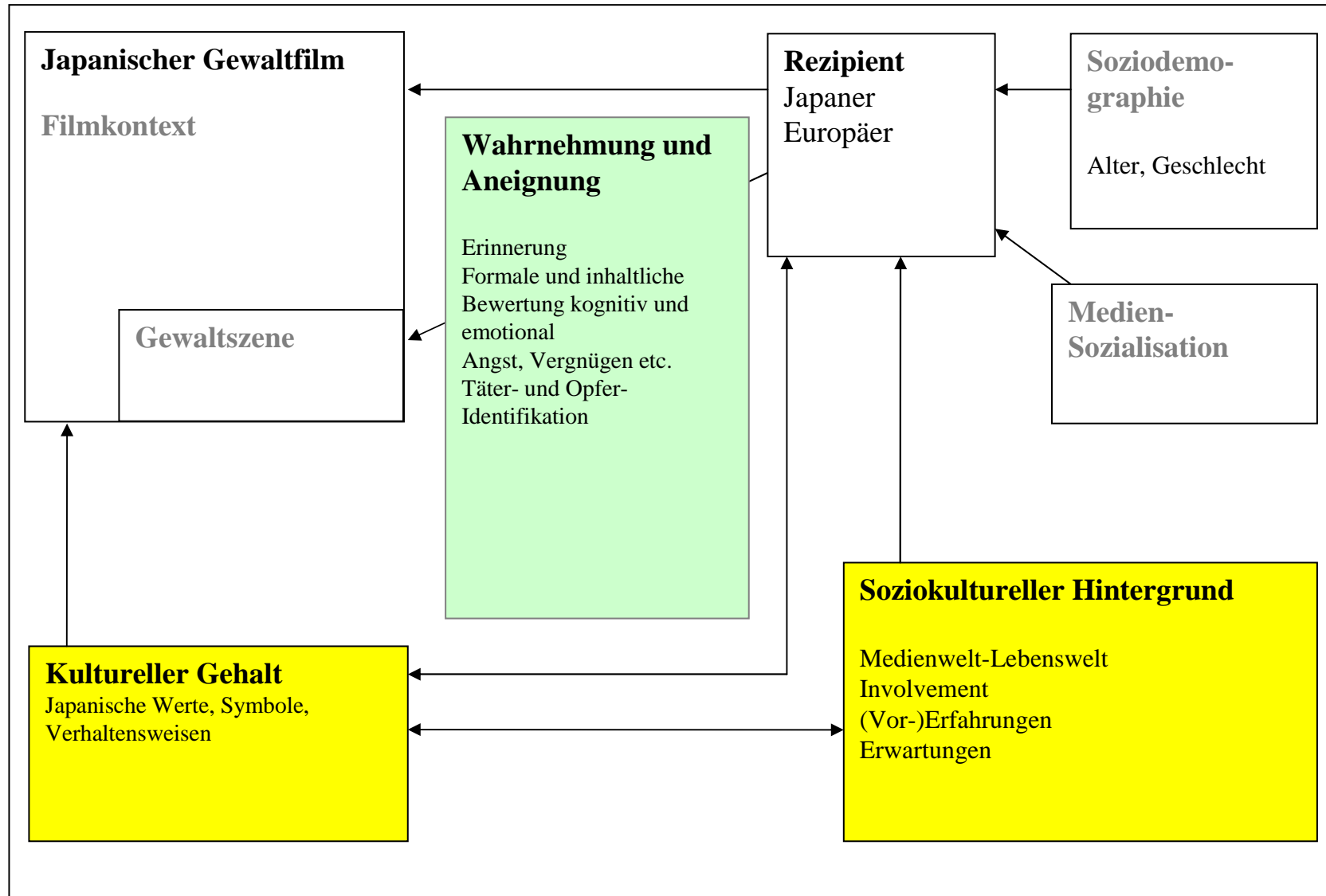
a) im Filmkontext und b) losgelöst vom Filmkontext.

Der Einfluss des soziokulturellen Hintergrunds auf die Aneignung des *kulturellen Gehalts* im Film und wiederum dessen Einfluss auf die Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt

Untersuchungsleitende Fragestellungen: .

- Spielt der **kulturelle Gehalt** des **Filmkontextes** eine Rolle bei der Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt?
- Spielt der **soziokulturelle Hintergrund** eine Rolle bei der Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt im **Filmkontext**?
- Spielt der **soziokulturelle Hintergrund** eine Rolle bei der Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt bei der **Gewaltszene** selbst?
- Gibt es ein **Zusammenspiel** zwischen **soziokulturellem Hintergrund** und **Filmkontext** mit dessen **kulturellem Gehalt** in Bezug auf die Wahrnehmung und Aneignung von Gewalt?

- Kultur durchdringt viele Bereiche:  
Rezeptionsweisen (vgl. Dussisch et al. 2001, S. 12).  
Produkte an sich, wie z.B. (Gewalt-)Filme (vgl. u.a. Bonfadelli 1995, S. 149; vgl. Niesyto 2003).
- Der Begriff Kultur in Bezug auf *audiovisuelle Medien/ Fallstudie Film*:  
Kultur ist ein Komplex an Symbolen und Bedeutungen (Wertvorstellungen, Gefühle, Denk- und Verhaltensweisen), die sich an Rezeptionsweisen und Filmen zeigen können (vgl. Niesyto 2003).
- Kultur ist ein geteilter Lebensstil einer *Menschengruppe*, deren Wahrnehmung, Werte, Einstellungen und Verhalten sich von einer anderen sozialen Gruppe unterscheidet (vgl. Robertson et al 1989).



- **Kultureller Gehalt im Film:**  
*Vorstudie* mittels *Experteninterviews* mit Experten zu japanischem Film, insbes. dem japanischen Untersuchungsfilm.  
Ermittlung des kulturellen Gehalts (Codes), wie etwa japanische **Verhaltensweisen** (Frau passiv, Mann aktiv), japanische **Werte** (wie Bescheidenheit, hoher Stellenwert der Heirat und Familie) und **Motive** (Rachegeist, Einsamkeit)
- **Soziokultureller Hintergrund:**  
*Hauptuntersuchung* mittels *Experiment* (standardisierte Befragung)  
Probanden: zwei Gruppen mit Personen japanischer und europäischer Sozialisation.  
Methode: Best matching pair

- **Forschungsgegenstand**

Codierung und Decodierung gesellschaftlicher und politischer Inhalte an der Expo.02. Der Kulturbegriff wird behandelt bei der Beschreibung der Kommunikation innerhalb der Schweiz als nationaler Gruppe und ihrer kollektiven Identität.

- **Definition von Kultur**

Kultur ist ein System symbolischer Ordnungen, welche im kollektiven Wissen wie in pragmatischen Aspekten die Sozialstruktur einer Gruppe bewahrt, die sich gerade dadurch als Gruppe versteht (vgl. Viehoff / Seegers, 1991)

Kultur ist demnach das soziale Milieu des Handelns, das Menschen sich durch Kooperation, Kognition und Kommunikation selbst schaffen (vgl. ebenda).

- **Soziologische Prägung:** Dieser Kulturbegriff ist geeignet bei der Untersuchung der Gruppe „Nation“ inklusive ihrer fragmentierten kollektiven Identität und des kollektiven Gedächtnisses.
- Diese Definition verbindet in der Untersuchung kommunikationswissenschaftliche, soziologische und politologische Elemente.

- **Kollektive Identität** kann nicht ohne gemeinsamen Bezug auf den Begriff Kultur existieren - kollektive Identität setzt kulturelle Identität voraus.
- **Kulturelle Identität** ist „die durch Praxis sich ständig erneuernde, mitlaufende **Bestätigung** in jeder bedeutungsvollen Handlung dafür, dass der Bezug auf das Kulturprogramm einer bestimmten Gruppe oder Gesellschaft weiterhin besteht und handlungsorientierend wirkt.“ (Viehoff / Seegers, 1991)
- Die Nation Schweiz ist stark in **kulturelle Untergruppen** aufgeteilt, daher muss der gemeinsame Bezug auf den übergeordneten Kulturbegriff sehr stark sein.
- Die Schweiz definiert sich als **Willens- und als Verfassungsnation**. Der politische Ansatz unterstützt hier die soziologische Betrachtung.

- „**Encoding**“: Abfrage von Kultur durch die Frage nach dem Bild der Schweiz und seiner Umsetzung (Codes) bei Künstlern und Szenographen der Expo.02
- „**Decoding**“: quantitative Studie bei einer Stichprobe von Besuchern der Expo.02
- Der gemeinsame Kulturbegriff dient der **Realitätskonstruktion** der Gruppe. Dadurch kann ihre kollektive Identität über Ermittlung politischer und gesellschaftlicher Codes operationalisiert und untersucht werden

Operationalisierung des Begriffs Kultur - ein Problem?

Nein - aber mit hohem Aufwand und Risiko verbunden.

Fazit:

Begriffliche Trennschärfe unabdingbar

Klärung der Schritte zur Operationalisierung

Kombination von Theoriekonzepten und Methoden

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft sollte den eingeschlagenen Weg der verstärkten Betrachtung des Kulturbegriffs fortsetzen.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**Sandra Pitum / Juliane Sauer / Frank Wittmann**

Universität Fribourg, DSS-DGW

Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft

