

Georg Christoph Tholen u.a.

**Schweizerische Gesellschaft für Kulturwissenschaften (SGKW)
AG Medien | Kulturen (media culture studies)¹ (2002)**

Allgemeines Profil

Medien sind - historisch betrachtet - Erzeugnisse wie Bedingungen des Kulturprozesses. Sie bilden bzw. verändern den Rahmen unseres Wahrnehmens und Fühlens, aber auch Denkens und Wissens. Medien speichern, übertragen und verarbeiten Informationen, aber auch Ideen und Ideologien, Werte und Normen. Sie sind nicht nur Mittel der Kommunikation, sondern Vermittlungsinstanz kultureller Selbst- und Fremdbilder. Als symbolische Formen der Weltaneignung prägen sie auf entscheidende Weise die kommunikativen, sozialen und ästhetischen Praktiken der postmodernen Gesellschaften – weltweit. Wegen ihrer Wirkungskraft wurden die Medien zum thematischen Fokus einer interdisziplinären Kulturwissenschaft, die hiermit ihren Fragehorizont seit Mitte der 1980er Jahre erheblich erweiterte: Medienanalysen sind in den klassischen Geisteswissenschaften ebenso wie in den Sozialwissenschaften in den Vordergrund gerückt, aber auch in der Kunst und im Design, im Wissensmanagement und in der Wirtschaft (vom E-Learning bis zum E-Commerce).

Die multimediale, hybride Integration von ehemals getrennten Einzelmedien wie Text, Telefon, Radio, Film, Fernsehen, Video usw. auf der Basis einer zunehmend digitalen Medienkonvergenz verändert nicht nur die pragmatische Dynamik der Wissens- oder Informationsgesellschaft. Prekär oder gar obsolet werden unter Bedingungen des Internets auch die traditionellen Unterscheidungen von privat und öffentlich, von passivem Medienkonsum und interaktiver Kreativität. Innerhalb der Kulturwissenschaften ist eine verstärkte Reflexion über die historischen und systematischen Grenzen und Möglichkeiten der Erzählformen und Darstellungsweisen zu beobachten - von der Malerei über die Photographie, den Film bis zur intermedialen Performance-Kunst heute.

„Kultur“ insgesamt wird - so der Stand der Forschung - als medial vermittelt und Medien als kulturelle Phänomene verstanden. So haben insbesondere die Cultural and Media Studies die identitäts- und ideologiebildende Funktion medialer Repräsentationen nachgewiesen – von der Populärkultur über genderspezifische Körperbilder bis zu (trans-) nationalen Mythen und Phantasmen über das Eigene und das Fremde. Gesellschaftswissenschaftliche Analysen wiederum, die sich den sozialen, ökonomischen, rechtlichen und politischen Bedingungen der medialen Kommunikation widmen, bedürfen der ästhetischen und kulturellen Reflexion der medialen Formen der menschlichen Wahrnehmung (Aisthesis), da diese ihrerseits die Statik und Dynamik ganzer Gesellschaften im globalen Maßstab beeinflussen.

¹ gegründet: 2002

Die **AG Medien | Kulturen** ist ein interdisziplinäres Forum für die kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit medialen Formen der Weltaneignung und ihren Deutungsmustern. Sie richtet ihre Aufmerksamkeit auf den Wechselbezug zwischen ‚alten‘ und ‚neuen‘ Medien sowie auf die Entwicklung von der gesprochenen Sprache über analoge Medien bis zu computergenerierten Bild-, Ton- und Textwelten. Ihr Fragehorizont schließt historische, technische, kommunikative, ästhetische und gestalterische Konzepte und Modelle ein. Sie begreift Medien als Schnittstelle, Spiegel und Auslöser tiefgreifender gesellschaftlicher Veränderungen. Die AG möchte ebenso an der Überlieferung eines historisch orientierten Wissens über den Umgang mit Medien mitarbeiten (Dialog zwischen den Generationen) wie an der Vorausschau und Gestaltung zukünftiger Mediennutzung (experimentelle Innovationen).

Bisherige Themenfelder, die die AG seit ihrem Bestehen als Orientierungspunkte für die weitere Arbeit diskutiert und einvernehmlich fixiert hat, sind u.a.:

- Einfluss der Medien auf die Wahrnehmung und die Sinnesorganisation des Menschen
- Ästhetische Theorie der Medien: Heterotopie der „Bilder“ und „Räume“
- Konstitution von Subjektivitäten und Geschlechterrollen durch Medien und Kultur
- Zerstreute Öffentlichkeiten: von der ‚Landsgemeinde‘ zur medialen ‚Community‘
- Die Rolle von Symbolsystemen und Bedeutungsmustern in der Realitätskonstruktion
- Sehgewohnheiten und Sendeformate (Boulevardisierung, Voyeurismus)
- Nutzerverhalten und Rezeptionsweisen im Bereich der Einweg- und Zweiweg-Medien
- Speicher und Gedächtnis: Formenbildungen des ‚kulturellen‘ Wissens und Erinnerns
- Generationenspezifisches Wissensmanagement (Buchwissen, Multimedia-Wissen)
- Sound-Welten und Sound-Maschinen (neue Formen der Rezeption und Produktion)
- Das Öffentliche und das Private: mediale Codierungen von Intimität und Gemeinschaft
- Medienkunst und hybride Performativität in den Medien
- Technische und imaginäre Konstruktion der Körper (-bilder) durch digitale Verfahren
- Simulation und Mimesis: Medien zwischen Abbildung, Nachbildung und Einbildung

Die **AG Medien|Kulturen** unterhält einen engen Kontakt mit den anderen Arbeitsgruppen der SGKW. Ein wichtiges Bestreben ist die kontinuierliche und zugleich aktualitätsbezogene Erarbeitung von Themen (s.o.) für kleine Workshops und

grössere Tagungen, für mittel- und langfristige Forschungsprojekte, Ausstellungen und Foren, sowie für wissenschaftspolitische Stellungnahmen der bzw. innerhalb der SGKW.

Für eine längerfristige Mitarbeit in der AG ist die Mitgliedschaft in der SGKW erwünscht. Gäste und temporäre Mitarbeiter sind - je nach Themenstellung und Arbeitsvorhaben - jederzeit willkommen. Die SGKW steht allen an der kulturwissenschaftlichen Forschung und ihrer Vermittlung Interessierten offen.