

## **Cultural Studies – Ein Wissen für die Kontrollgesellschaft?**

„Cultural Studies“ sind explizit als ein kritisches Projekt gestartet worden, das die Zusammenhänge zwischen kulturellem System („high“ UND popular) und gesellschaftlichen Machtbeziehungen untersuchen wollte. Im Zuge ihrer Akademisierung (v.a. an den US Universitäten) haben sie sich – jedenfalls teilweise – zu einer Semiologie populärer Kulturen weiterentwickelt, die den Aspekt „geglückter“ Differenz- und Identitätsbildung in minoritären Milieus (bzw. in den populären Medien) bevorzugt und die sich damit nachhaltig von politisch-analytisch akzentuierten Projekten (v.a. in den britischen „Cultural Studies“) etwa zu Rassismus & Hegemonie absetzt.

Ausgehend von Gilles Deleuzes Konzept der „Kontrollgesellschaft“ läßt sich diese epistemische Drift der „Cultural Studies“ in Bezug setzen zu einer postfordistischen Ökonomie (flexible Produktion, individualisierte Konsummärkte, symbolische Güter), in der in wachsendem Ausmaß die kulturellen Praktiken und die Selbstbeobachtung der Konsumenten prozeßsteuernd wirken. Gegenüber traditionellen Methoden der Marktforschung können „Cultural Studies“ mit ihrer Grundorientierung auf Decodierungspraktiken komplexe Muster von kulturell geprägter Nachfrage anbieten, die sie als Wissensproduzent einer neuen, „kreativen“ Industrie erscheinen lassen.