

tion. Im ersten Fall aus handlungstheoretischer Sicht und als Ergebnis der Forderung, Medienprodukte und ihren sozialen Gebrauch in ihrem Zusammenhang zu denken und zu untersuchen, im zweiten Fall aus systemtheoretischer Sicht und als Ergebnis der Analyse der Funktion von inszenierter Interaktion in der „Sendung mit der Maus“. Zusammengelesen tragen beide Aufsätze zu einer Differenzierung dieses, auf so leichte Weise überzeugenden Konzeptes bei. Sowohl Keppler als auch Hausendorf zeigen, dass der Begriff der Interaktion vollkommen fehl am Platz ist: Keppler, indem sie den Unterschied herausarbeitet, der zwischen der Wahrnehmung von Personen in der Alltagsrealität und der Wahrnehmung von Figuren innerhalb der massenmedialen Produkte besteht. Hausendorf, indem er die Mechanismen offen legt, mittels derer Interaktion suggeriert wird. Der Begriff der parasozialen Interaktion erfährt seine Relativierung zugleich von Seiten einer handlungsorientierten Rezeptionstheorie und von einer systemtheoretisch begründeten Produktanalyse.

Überhaupt steckt der interessanteste Aspekt des Buches nicht in den einzelnen Beiträgen, die häufig nur Bekanntes reformulieren, sondern in der Lektüre: Der Dialog zwischen Systemtheorie und handlungstheoretischen Positionen stellt sich erst im Kopf des Lesers her. Befasst man sich mit einem Aufsatz, so klingen noch die Positionen des vorherigen mit. Die Auseinandersetzung mit den Argumenten des jeweiligen „Widerparts“, die innerhalb der Beiträge nicht geleistet wird, stellt sich während des Lesens eben doch ein. Deutlich wird dabei, dass die Unvereinbarkeit vor allem aus einem Problem resultiert, das in jeder Face-to-Face-Kommunikation immer wieder zu nur schwer behebaren Komplikationen führt, weil sie von den Beteiligten selbst kaum erkannt werden: Das Benutzen von Begriffen, die gleich klingen, jedoch von jeder Seite mit vollkommen verschiedenen Bedeutungen versehen werden.

Gabriele Mehling

Ralph Weiß

Fern-Sehen im Alltag

Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption

Opladen: Westdeutscher Verlag, 2001. – 410 S.

ISBN 3-531-13589-9

Der Autor dieser Monographie, die als Habilitationsschrift im Fachbereich Philosophie und Sozialwissenschaft der Universität Hamburg angenommen wurde, stellt sich selbst das anspruchsvolle Ziel, die theoretische Debatte der Medien- und Kommunikationswissenschaften, die sich mit der Publikumsforschung und hier insbesondere mit Fragen von Strukturen und Prozessen der Rezeption von Medienangeboten beschäftigt, aus ihrem derzeitigen Stillstand herauszuführen: Er entwirft in seiner auf gut 400 Seiten ausgelegten Argumentation eine Rahmentheorie des Medienhandelns im Kontext der Alltagspraxis, also eine Praxeologie der Medienrezeption, und erläutert deren Reichweite empirisch an Fallbeispielen.

Weiß knüpft in seiner Einleitung an vorhandene kultur-, handlungs- und identitätstheoretische Ansätze und Forschungstraditionen der Medienrezeptionsforschung an, als da beispielsweise zu nennen wären: das MASA-Modell nach Renckstorf, die Cultural Studies in ihren unterschiedlichen Lesarten, das strukturanalytische Rezeptionsmodell nach Charlton und Neumann-Braun und das von Müller-Doohm entworfene pointierte kultursoziologisch orientierte Forschungsprogramm. Der in diesen Arbeiten eröffnete Theoriehorizont ist vor allem mit den Namen Piaget, Mead, Habermas, Bourdieu, Langer und Lorenzer verbunden. Weiß hält die genannten Ansätze für gegenstandsgemessen und relevant, bemängelt aber zu Recht, dass sie theoretisch (noch) zu offen gehalten seien und dringlich einer weiteren theoretischen Systematisierung und Ausarbeitung bedürften. Er geht seine Unternehmung schließlich in pointierter wissenssoziologischer Perspektive an, gleich zu Anfang macht er deutlich, dass die Integration der Psychoanalyse in die zu entwerfende Praxeologie einer eigenen Abhandlung bedürfe (S. 18f.).

Die weiteren Ausführungen verfolgen das Ziel, die generativen Prinzipien für die Erzeugung von Sinngebungen und Praxen der Medienrezipienten theoretisch konsistent herzuleiten – oder in einer anderen Formulierung: Der Autor versucht, eine Antwort auf die Fra-

ge zu geben, welche typischen Schemata der Wahrnehmung und Interpretation unser Medienhandeln leiten. Die Beantwortung soll weder engführend psychologisch noch engführend soziologisch erfolgen. Vielmehr ist die Rezeptionspraxis Ausdruck einer doppelten Formbestimmtheit: Sie ist als instrumentelles Handeln subjektiv-individuell, als soziales Handeln normgebundene Obligation. Ihre Struktur ist immer sozial vermittelt – ein zentraler Gedanke, dem die Arbeit auch seinen Untertitel „Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption“ verdankt.

Die Abhandlung gliedert sich in folgende Kapitel: Als erstes wird der Themenkomplex „Das Alltagsleben“ (Kapitel 2) reflektiert, zunächst am Werk von Habermas („Prinzipien der Praxis“), von Bourdieu („Praxeologie“) und schließlich von Heller und von Lohauß („Praktische Identität“). Anknüpfungspunkt ist der Anspruch, das System von wahrnehmungs- und handlungsleitenden Themen des Alltagslebens zu rekonstruieren, das dem Mediengebrauch seinen subjektiven Sinn verleiht. Orientierungsperspektive ist hier die des „praktischen Sinns“, die es nahe legt, unmittelbar auf Bourdieus Theorie der Praxis resp. des „praktischen Sinns“ zu referieren. Doch Weiß schlägt einen anderen Weg ein: Er wendet sich zunächst der Habermasschen Theorie des kommunikativen Handelns zu, um zu einer Tiefengrammatik für die Erzeugung von Mustern handlungsleitender Wahrnehmung und praktischen Handelns sowie von Mustern sozialer Identität zu gelangen. Dann erst geht er auf Bourdieus „genetischen Strukturalismus“ ein, der kulturelle Praxen und ihre symbolischen Zeichen in das System der Sozialstrukturanalyse einholt. Insbesondere mit der Kategorie des Habitus gelingt es Bourdieu, die „generativen Prinzipien“ für die Erzeugung von Klassifikationen (Sinngebungen) und Praxen zu identifizieren und sie in ihrem Ursprung und ihrer Funktion nach auf den „sozialen Ort“ in der Hierarchie gesellschaftlicher Lebenslagen zurückzuführen. Seine generative „Formel“ erklärt Praxen als Projektion der im Habitus verkörperten Prinzipien der Erzeugung von Handlungsmustern auf die Bedingungen sozialer Felder – unter Einfluss der individuell verfügbaren Ressourcen, „Kapitalien“ genannt. Der Autor weist auf das Desiderat hin, dass es Bourdieu insbesondere um die Distinktion von Positionen geht, Fragen der

feldtypischen Erzeugung von Praxen sowie den ihnen korrespondierenden handlungsleitenden Anschauungsweisen jedoch unbeantwortet bleiben. Hier referiert Weiß nun auf das Werk von Heller „Grundzüge des Alltagslebens“, um zu einer Handlungsgrammatik zu gelangen. Er gewinnt mit Heller die Perspektive des bewussten Handelns von Subjekten als notwendiges Moment und Medium der Reproduktion gesellschaftlicher Verhältnisse. Indem sie – so Weiß – mit der Kategorie des Alltagslebens die Perspektivität des Handelns von Einzelnen zum Ausgangspunkt ihrer Analyse mache, rücke Heller eine epistemologische Problemstellung ins Zentrum der Aufmerksamkeit, nämlich die Schemata des Alltagshandelns und des Alltagsbewusstseins.

Es folgt in Kapitel 3 die Diskussion des Themenkomplexes „Das Alltagsbewusstsein“, in der im ersten Schritt auf das Werk von Berger und Luckmann („Handeln als ‚Verwirklichung‘ von ‚Allerweltswissen‘“), dann erneut sehr ausführlich auf das von Bourdieu („Typologie der handlungsleitenden Schemata des Alltagsbewusstseins: die Welt der Arbeit und des Berufs; gesellschaftliche Ordnung, Welt der Politik und des Rechts; die Welt des Privaten“) sowie auf das von Heller, Lohauß und Hegel (!) („Identität, Selbstbewusstsein, praktisches Gefühl“) eingegangen wird. Weiß sucht Bourdieus Habituskonzept, mit Hellers Argumentation korrigiert und erweitert, zu entfalten. Die Analyse verfolgt Bourdieus Schrift des „praktischen Sinns“ durch die verschiedenen Felder des sozialen Alltags hindurch. Dabei werden Bourdieus Analysen durch Befunde aus der Psychologie ergänzt: Die Überlegungen führen zu einem Begriff sozialer Identität, die sie als die von den Akteuren verwirklichte Abstraktion aus den Mustern der Alltagspraxis rekonstruiert.

Das vierte Kapitel trägt den Titel „Fern-Sehen als symbolisches Handeln im Alltag“ und erörtert das Fernsehen als Erlebnis- und Handlungsform: Weiß stellt eine Typologie der „Grundformen des Fern-Sehens“ vor („Anschauen und Einstimmen, Vorstellen und Fühlen, Entziffern und Genießen, Begreifen beim Anschauen“), die in der Auseinandersetzung mit der Hegel'schen Erkenntnistheorie des subjektiven Geistes sowie Arnheims Phänomenologie entwickelt wird und schließlich in eine „generative ‚Formel‘ für das Fern-Sehen“ mündet („Fern-Sehen = /(Muster der Pra-

xeologie x Grundformen visueller Wahrnehmung) >< kommunikative Gattungen/“). An dieser Stelle ist im Übrigen eine der überraschendsten Argumentationswendungen zu finden: Die Psychologie Hegels wird gegen die Psychoanalyse ins Feld geführt und gewinnt überlegen. Hegels Psychologie zeichne sich – so Weiß – gerade dadurch aus, die Einheit der Subjektivität durch die verschiedenen Modi psychischer Bewegung hindurch begreifbar zu machen. Die entworfenen Grundformen des Fern-Sehens sind entsprechend als verschiedene Methoden subjektiver Vergegenwärtigung des in den Medienangeboten symbolisch repräsentierten Sinns zu verstehen. Im weiteren Gang greift Weiß erneut die von ihm gefundene generative Formel für das Fern-Sehen auf und versucht sie auf der Grundlage einer „Auslese und theoretischen Reorganisation von Funden aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie aus den Cultural Studies zu substantieren“: Es gilt im Einzelnen zu beschreiben, was das Fern-Sehen für die Bewegung des praktischen Sinns bedeuten kann. Unter der (Teil-)Kapitelüberschrift „Praxisfelder, Bewusstseinsformen und symbolisches Handeln“ werden die Aspekte „Der soziale Alltag – fern-gesehen“, „Welt-Anschauung durch den Bildschirm“, „Traumbilder für das private Glück“ behandelt. Das letzte Teilkapitel „Symbolisches Handeln und Identität“ setzt sich mit dem Zusammenhang von Selbstwahrnehmung und Medienerfahrung auseinander. In Kapitel 5 („Schluss“) werden eine Zusammenfassung und ein Ausblick gegeben.

Die Originaltitel und hauptsächlichen Referenzautoren finden hier Erwähnung, um zumindest tendenziell einen Eindruck von der bestechenden, manchmal jedoch auch überwältigend großen Tiefe und Breite der Argumentation zu vermitteln. Es ist schlechterdings im Rahmen einer solchen Rezension unmöglich, auch nur in Ansätzen die vielen Aspektualisierungen der Diskussion nachzuzeichnen, die in dem Text manches Mal ermüdend genau, manches Mal erfrischend kreativ dargestellt werden. Liegt der Hauptakzent der Arbeit sicher auf dem Versuch, theoriegeleitet gleichsam zu Basisregeln der Medienrezeption zu gelangen, so wie das Ethnomethodologen und Sprachsoziologen schon länger für den Bereich der Face-to-Face-Kommunikation versuchen – diese Assoziation kam mir bei der Lektüre des Buches –, so darf nicht unerwähnt bleiben, dass

Weiß en passant viele häufig diskutierte und auch über den eigentlichen Bereich der Medienkommunikation hinaus relevante Fragen ausführlich und sehr interessant behandelt, wie beispielsweise folgende: Warum sind Arbeiter und Angestellte auf ihre „stupiden“ Arbeitsverrichtungen stolz? Wie erlebt „der kleine Mann“ die Politik in den Medien? Oder: Welche Anziehungskraft entfalten Boulevardmagazine und welche Funktionen kommen ihnen bei der symbolischen Selbstverortung von Akteuren zu? Die Reihe dieser überaus interessanten Seitengedanken und „Exkurse“ ließe sich leicht verlängern.

Dem Buch ist eine große Resonanz in der Fachöffentlichkeit zu wünschen: Es gibt zahlreiche wichtige Anstöße für die Fortführung der am Ende des viel zitierten Holzweges der 70er Jahre begonnenen theorieorientierten Diskussion medien- und kommunikationswissenschaftlicher Fragen und Probleme. Sie erschließen sich allerdings nur durch eine sehr arbeitsintensive Auseinandersetzung mit dem Text. Die entworfene Diskussion würdigt ausdrücklich unsere sozialphilosophischen und geisteswissenschaftlichen Denkwurzeln und zeigt deren produktive Relevanz für die gegenwärtige kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung auf, die mit Weiß transdisziplinär ausgerichtet ist – auch das ist anerkennend hervorzuheben. Man darf gespannt sein, wie die Diskussion von Weiß selbst fortgeführt wird: Das eingangs angesprochene Problem der Integration des psychoanalytischen Theoriemodells steht noch aus und auch die empirische Fruchtbarkeit der Weiß'schen Praxeologie gilt es weiter auszuloten – man darf gespannt sein.

Klaus Neumann-Braun

Gunnar Roters / Walter Klingler / Maria Gerhards (Hrsg.)

Information und Informationsrezeption / Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption/ Sport und Sportrezeption

Baden-Baden: Nomos, 1999/2000/2001. – 266/230/214 S.

(Forum Medienrezeption; 3/4/5)

ISBN 3-7890-6184-0 / 3-7890-6735-0 / 3-7890-7380-6

Mit der Nutzung und Wirkung von Medienangeboten beschäftigt sich die Kommunikations-