„Praktischer Sinn", soziale Identität und Fern-Sehen

Ein Konzept für die Analyse der Einbettung kulturellen Handelns in die Alltagswelt

Ralph Weiß

Für den Fortschritt kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung spielt die Analyse des lebensweltlichen Kontextes, in den der Mediengebrauch eingebettet ist, eine Schlüsselrolle. Das zeigt der Beitrag anhand des Framing-Ansatzes und anhand der Diskussion um die Cultural Studies. Auf der Grundlage von Bourdieus Theorie der Praxis wird ein System generativer Prinzipien des Handelns und der Anschauung skizziert. Das System bietet einen Bezugsrahmen für die Analyse handlungsleitender Themen, die den subjektiven Sinn des Mediengebrauchs prägen. Welchen Sinn der Mediengebrauch haben kann, erschließt sich anhand der „subjektiven Formen", in die die medienkulturellen Objektivationen umgesetzt werden. Um diese Formen zu charakterisieren, greift der Ansatz auf die Psychologie Hegels zurück. Dabei wird insbesondere die Rezeption des audiovisuellen Mediums Fernsehen in den Blick genommen. Welches heuristische Potenzial diese „Denkwerkzeuge" haben können, wird abschließend an einer Studie über parasoziale Beziehungen diskutiert.

1. Die Aufgabe: Eine Theorie der alltagsweltlichen Grundlagen des Mediengebrauchs

Denis McQuail führt seine umfassende Darstellung der Theorien der Massenkommunikation zu einem überraschenden Schluss. Er attestiert der Theoriebildung den sehr vorläufigen Status fragmentarischer Beobachtungen und schlecht abgestützter Annahmen.

> The corpus of work described in a summary way in this book is still very fragmentary and variable in quality. At best, it barely amounts to more than a posing of many questions plus some empirical generalization based on a set of fragmentary observations which are not fully representative. (Mc Quail 1996, 375f.)

McQuails skeptisches Resümee fügt sich einer Reihe von Urteilen an, die den Fortschritt der Kommunikationswissenschaft durch ihr *Theoriedefizit* behindert sehen. Rosengren kommt 1993 mit Blick auf die angelsächsische Literatur zu dem Urteil, die weitere Entwicklung der Kommunikationswissenschaft leide darunter, dass Begriffe und Befunde nur mangelhaft integriert würden und dass eine produktive Auseinandersetzung zwischen den theoretischen Ansätzen weitgehend ausbleibe. Saxer stellt für die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft fest, es fehle an einer systematischen Theoriebildung (1993, 177f.).[1] Schönbach sieht in einem unlängst vorgelegten Überblick über die Analyse politischer Kommunikation die Kommunikationswissenschaft in einer anhaltenden „Jäger-und-Sammler-Phase", damit beschäftigt „herauszufinden, was überhaupt wahr sein könnte an im Grunde eher vagen Ausgangsideen wie der ‚wachsenden Wissenskluft', den Einflüssen einer Zeitungsredaktion auf journalistische Entscheidungen und der angeblich zunehmenden Skandalorientierung der Medienberichterstattung"

1 Siehe auch schon Kaase und Schulz (1989, 10ff.).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

(Schönbach 1998, 119f.). Kunczik zeichnet in seinem jüngsten Resümee über die Wirkungsforschung ein Bild theoretischen Stillstandes trotz fortgesetzter Forschungsanstrengungen (Kunczik, Zipfel 1998, 562f.).

Wenn der „zivilisatorische Prozess“, mit dem sich die kommunikationswissenschaftliche Theorie aus ihrer gleichsam prähistorischen Frühphase des „Jagens und Sammelns“ herausbewegt, sehr langsam verläuft, wie McQuail beobachtet (1996, 376), dann könnte das auch etwas mit dem Festhalten an den bewährten, aber nur begrenzt wirksamen Denkwerkzeugen, den „eher vagen Ausgangsideen“ zu tun haben. Das rechtfertigt Bemühungen, die theoretischen Grundlagen für eine Wissenschaft medienvermittelter Kommunikation zu verbreitern. Die nachfolgenden Überlegungen gehen von der Beobachtung aus, dass dabei der Analyse der lebensweltlichen Kontexte medienvermittelter Kommunikation eine Schlüsselrolle zukommt. Diese Annahme soll an zwei Beispielen aus divergierenden theoretischen Feldern illustriert und dabei zugleich inhaltlich präzisiert werden.

Die „Framing-Analysis“ interessiert sich bekanntlich für den Einfluss, den die Art, wie Medien das von ihnen gezeichnete Politik- oder Gesellschaftsbild konstruieren, auf die Schemata der Weltanschauung von Rezipienten hat. Die empirische Erkundung dieser Beziehung stößt auf den Umstand, dass das Einflusspotenzial medialer Konstruktionsmuster durch Dimensionen bestimmt wird, die in die subjektive Welt der Lebensthemen („un-/obtrusiveness“ von Themen), der Lebensumstände (Status, „kulturelles Kapital“ der Bildung) und der Lebensorientierungen (politisches Interesse) hineinfallen. Dabei scheint weithin unklar zu sein, wie sich etwa die subjektive Orientierung gegenüber einem lebenspraktischen Thema (wie „Arbeitslosigkeit“, „Umweltschutz“, „Sicherheit und Ordnung“, „Ausländer“ oder anderes) in divergierende Formen der Aneignung medialer Weltbildkonstruktionen übersetzt, so dass sie mal einen prägenden Einfluss auf die Weltwahrnehmung bekommen können, mal aber nicht. Ferner scheint klärungsbedürftig, inwieweit die offenbar unterschiedlichen Formen der Rezeption und Aneignung von Medieninhalten namentlich aus dem Fernsehen, also die Modi der *Tätigkeit* „Fern-Sehen“, in unterschiedlichen Mustern subjektiver Weltanschauung wurzeln; auf die können die klassifikatorischen Dimensionen wie etwa „Bildung“ oder „politisches Interesse“ zwar verweisen, sie können sie aber in ihrem bedeutungsgebenden Funktionieren nicht entschlüsseln. Schließlich stellt sich drittens die Frage, was die praktische Orientierung gegenüber einem medial vermittelten Thema und die Muster subjektiver Weltwahrnehmung mit jenen praktischen Lebensumständen zu tun haben, die durch typologische Kategorien wie etwa den „sozialen Status“ eher indiziert als theoretisch bestimmt worden sind. McLeod, Kosicki und McLeod sehen daher die Notwendigkeit, den Ursprung und die inhaltlichen Strukturen von „Frames“ genauer zu bestimmen. Sie kommen so auf den lebensweltlichen Kontext weltanschaulicher Orientierungen in sozialen Milieus zu sprechen.

> The origins of audience frames are thus likely to be some combination of the news media ‚packages‘ … the person’s structural location and values, political beliefs and knowledge, and the political norms and discourse of social groups. (McLeod, Kosicki, McLeod 1994, 141)

In allgemeiner Fassung stellen sich folgende Aufgaben für das Anliegen, die fehlenden theoretischen Vermittlungsglieder zwischen der medialen „Rahmung“ und den subjektiven „Schemata“ konzeptionell in den Griff zu bekommen:

1. Wie wird die objektive Struktur von Handlungsbedingungen an einem sozialen Ort („the person’s structural location“ in den Worten von McLeod u. a.) zur subjektiven

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Struktur handlungs- und wahrnehmungsleitender Schemata („values, political beliefs and knowledge") *verinnerlicht?* Das ist das Grundthema einer „Psychoanalyse des Sozialen" (Bourdieu). Erst seine Bearbeitung macht es möglich, die soziale Positionierung auf der einen Seite und medienvermittelt ausgebildete subjektive „Frames" auf der anderen in der Theorie nicht nur äußerlich zu verklammern, sondern ihren inneren Zusammenhang gleichsam durch die Arbeit der praktischen Bewältigung des sozialen Alltags hindurch zu verfolgen. Am Ende muss ein Konzept stehen, das die *Muster* inhaltlich bezeichnet, nach denen der Alltagsverstand seine Klassifikationen in einer Weise vornimmt, die sich in dem strukturell bestimmten Feld sozialen Handelns praktisch bewährt.

2. Welche unterschiedlichen *subjektiven Formen* können die Schemata und Muster alltagspraktischer Anschauungsweisen annehmen? Neben der Form des rationalen Urteils kommen stereotype Begriffe, szenische Vorstellungen und Gefühle in Betracht. Diese Formen unterscheiden sich darin, wie das Subjekt sich jeweils vergegenwärtigt, was es wahrnimmt, und inwieweit es daher über den Eindruck *verfügt*, den das in den Medien Rezipierte in ihm hinterlässt.

Der kognitivistisch inspirierten Framingforschung ist gut bekannt, dass die „Rationalität", nach der Individuen die mediale Realitätsdarstellung aufnehmen und verarbeiten, von ihnen gewechselt werden kann (Brosius 1995, 132f.). Diese verschiedenartigen Formen subjektiver Verarbeitung scheinen dabei hauptsächlich mit Blick auf den Unterschied, den sie für die Suggestibilität von Rezipienten machen, gewürdigt zu werden. Von Interesse ist allerdings auch, wozwischen Rezipienten eigentlich wechseln, wie die Psycho-Logik der verschiedenen subjektiven Formen des Anschauens beschaffen ist; denn darin dürfte die Erklärung für die gefundenen Unterschiede im Einflusspotenzial der Mediendarstellung liegen.

Der zweite Beleg für die Schlüsselbedeutung, die einer Theorie alltagsweltlicher Orientierungen zukommt, findet sich im Feld der „Cultural Studies". Interessiert an der Rolle der Kultur für die Reproduktion hegemonialer Machtbeziehungen in einer Gesellschaft (Turner 1996, 182), spüren Studien dem Einfluss nach, den die „soziale Positionierung" der Subjekte – verstanden in den Dimensionen „Class", „Gender" und „Ethnicity" – auf die subjektive Aneignung, das sinngebende „Lesen" medienkultureller „Texte" hat. Den Arbeiten im Umfeld der Cultural Studies scheint es aber – nach dem Urteil ihrer Repräsentanten – bisher nicht zufrieden stellend gelungen zu sein, den inhaltlichen Zusammenhang der „maps of meaning", die den Prozess subjektiver Aneignung und Auslegung medienvermittelter Anschauungsweisen organisieren, mit den Regeln der Praxis an einem spezifischen sozialen Ort zu rekonstruieren. Der textwissenschaftliche Zugang der Cultural Studies erweist sich dabei als Schranke.[2] Ihm fehlt der Rückhalt in einer Gesellschaftstheorie, die die Transformation sozialer Strukturen in den „praktischen Sinn" der Subjekte entschlüsselt.

Richard Johnson fordert schon früh, den „Text als Untersuchungsobjekt zu dezentrieren" und sich der Aufgabe zuzuwenden, in den (medien-)kulturellen Formen die „gesellschaftlichen Kategorien" aufzuspüren, denen sie Gestalt geben; er verlangt ferner unterscheiden zu lernen, wie kulturelle Formen in „subjektive Formen" transformiert wer-

2 Siehe hierzu ausführlicher Weiß (1999b, 329 – 354).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

den (Johnson 1999 (1983), 167 – 169). Morley erneuert diese Forderung ein Jahrzehnt später:

> What is needed here is an approach which links differential interpretation back to the socio-economic structure of society, showing how members of different groups and classes, sharing different ‚cultural codes‘, will interpret a given massage differently not just at the personal, idiosyncratic level, but in a way systematically related to their socio-economic position. (Morley 1992, 54)

Die Kritik und Selbstkritik der Cultural Studies führt zu folgendem Anforderungsprofil an eine weiterführende theoretische Grundlegung:

1. Gefragt ist eine Theorie der *Transformation* struktureller Bedingungen sozialen Handelns, der „socio-economic position“, in subjektive Prinzipien, „cultural codes“, nach denen der „praktische Sinn“ seine Welt klassifiziert und auslegt. Eine solche Theorie hätte „maps of meaning“ (Hall) als „gesellschaftliche Kategorien“ im Sinne Johnsons zu erweisen.
2. Erforderlich ist ferner eine Konzeption zur Beschreibung der unterschiedlichen psychischen Daseinsweisen, der „*subjektiven Formen*“, in denen sich Rezipienten die kulturell objektivierten Deutungsmuster verfügbar machen.

Insoweit finden sich die gleichen Desiderate wie bei dem Blick auf die Framing-Forschung. Es kommt ein weiteres Moment hinzu. Eine vor allem in den USA kräftige Strömung innerhalb des intellektuellen Projektes der Cultural Studies sieht in der subjektiven Freiheit zur Sinngebung beim Umgang mit medienkulturellen Objekten auch die Emanzipation aus der kulturell vermittelten Einbindung in hegemoniale Machtbeziehungen verbürgt. Die eigensinnige Aneignung des Textes, ja, seine Neukreation im Zuge der subjektiven „Interpretation“ verweise nur mehr auf die Identität. Die finde in dieser kulturellen Praxis ein Refugium ihrer Selbst-Bestimmung (Fiske 1997). Morley, skeptisch gegenüber „romantisierenden“ Vorstellungen von der Freiheit des Konsumenten in einer „semiotischen Demokratie“, fordert demgegenüber, die Wirksamkeit hegemonialer Bedeutungskonstruktionen bis in die Strukturen der subjektiven Identität hinein aufzuspüren (Morley 1992: 35f.; siehe auch Morley, Robins 1995, 218). Daraus ergibt sich eine weitere Anforderung für eine weiterführende theoretische Konzeption. Sie muss

3. die Verfestigung und „Abstrahierung“ praktischer Orientierungen zu Momenten einer *sozialen Identität* beschreibbar machen. Erst auf dieser Grundlage wird beurteilbar, inwieweit das kulturelle Handeln, das Akteure auch dazu nutzen, ihrer Identität Kohärenz zu geben und sie für sich erlebbar zu machen, aus der bloßen Erhaltung eines sozial eingepassten Selbst in die Selbst-Bestimmung hinausführt.

In diesem, nun näher präzisierten dreifachen Sinn sollen alltagsweltliche Orientierungen als „Kontext“ kulturellen Handelns bestimmt werden. Aber löst die Analyse von Lebensstilen dieses Anliegen nicht schon ein? Lebensstilanalysen legen typologisierende Klassifikationen von solchen Orientierungen vor. Die Kritik dieser Klassifikation erlaubt es, weiterführend zu beschreiben, wie die theoretische Aufgabe gestellt werden sollte. Lebensstil-Typologien stellen Syndrome aus Lebensumständen und Lebensorientierungen lediglich fest. Die Dimensionen, in denen Lebensorientierungen beschrieben werden, muten daher oft ebenso arbiträr an wie die Typbildungen. Es kommt demgegenüber darauf an, grundlegende Orientierungen für das praktische Handeln wie für die alltagspraktischen Anschauungen *aus den Strukturen der sozialen Praxis selbst* zu erklären. Erst das verschafft die Gewissheit, nicht nur auffindbare Orientierungen mehr

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

oder weniger willkürlich zu abstrakten Grunddimensionen theoretisch zusammen zu fassen, sondern die elementaren *Prinzipien* für das Generieren von Haltungen und Anschauungsweisen bestimmen zu können, die sich aus der „sozialen Positionierung" der Subjekte ergeben. Ferner genügt nicht eine Inventarisierung vorfindlicher Orientierungen; denn dabei stellen sich die Probleme einer mitunter willkürlich anmutenden Typabgrenzung sowie Irritationen durch das Unvermögen ein, zwischen den – modisch wechselnden – alltagskulturellen Zeichen für Orientierungsmuster und diesen selbst begründet zu unterscheiden. Statt solcher Typologien ist daher ein *System* zu entwickeln, das Orientierungen in ihrer Potenz nachweist, einzelne Handlungsmuster und Anschauungsweisen zu *generieren*, und das diese Orientierungen zudem in ihrem *Zusammenhang* darstellt. Ziel ist mithin die Entwicklung eines *Systems genera tiver Prinzipien*, das die praktische Logik handlungsleitender Anschauungen aus der Logik der Praxis entwickelt.

Schließlich behandeln Lebensstilanalysen die Muster sozialer *Identität* allein als typologische Zusammenfassung von Arten der Lebensführung. Die Identität ist aber mehr als eine bloße Zusammenfassung von praktischen Handlungs- und Anschauungsweisen. Das Selbstbewusstsein der Akteure bezieht Erfahrungen nicht nur auf das Weltwissen, sondern reflektiert sie auch zurück auf die eigene Identität. Dabei werden die auf die soziale Welt ausgerichteten praktischen Maximen der Lebensführung umgeschrieben in Dimensionen der reflexiven Selbstwahrnehmung, in denen der Akteur sich selbst, seine soziale Identität begreift. Dieses Identitätsbewusstsein wird zum Ausgangs- und Bezugspunkt von Aktivitäten eigener Art: Selbstwahrnehmung, Selbsterleben, Selbstverwirklichung. Die *Transformation* alltagspraktischer Orientierungen in Dimensionen des *Selbstverständnisses* beschreibbar zu machen, gehört zu den Aufgaben, die eine Basistheorie des Medienhandelns bewältigen muss. Denn erst dann kann der Zusammenhang von der „sozialen Positionierung" der Subjekte bis hin zum psychologischen Eigensinn eines Identitätserlebens, das im kulturellen Handeln wahr gemacht wird, beschrieben werden, wie Morley es fordert.

Im Folgenden soll ein Vorschlag unterbreitet werden, wie die so verstandene theoretische Aufgabe bearbeitet werden kann. Die Darstellung muss sich hier darauf beschränken, die Grundzüge für ein Konzept deutlich zu machen.[3]

2. Skizze für ein System alltagsweltlicher Orientierungen – „Praxeologie"[4]

Die Entwicklung eines *Systems* alltagsweltlicher Orientierungsmuster kann bei der von Habermas vorgelegten Unterscheidung von „Handlungstypen" einsetzen.[5] Habermas unterscheidet einen „instrumentell-strategischen" Handlungstyp, dessen Telos das als Eigennutz verstandene Interesse ist, von einem „normenregulierten" Typ, der sich an

3 Eine ausführliche Darstellung findet sich in Weiß (1999b).

4 Bei dem folgenden Abschnitt handelt es sich um die überarbeitete Version einer bereits andernorts vorgelegten Darstellung (Weiß 1999a). Eine ausführliche theoretische Herleitung und Diskussion findet sich in Weiß (1999b, 14 – 70).

5 Die Typologie findet sich in der ersten „Zwischenbetrachtung" (1988, 1, 369 – 452; insbesondere 439 und 448). Habermas gewinnt sie seinerseits aus einer breiten Auseinandersetzung mit soziologischen Handlungstheorien (von Weber über Mead bis Parsons, in der ersten Zwischenbetrachtung vornehmlich mit Blick auf die „Webersche Handlungstheorie").

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dem Gemeinsinn der Normkonformität orientiert, und einem „dramaturgischen“ Handlungstyp, der die expressive Darstellung und Verwirklichung der subjektiven Identität bezeichnet.[6] Die Handlungstypen bezeichnen die methodische Ausrichtung der Alltagspraxis. Die Ausrichtung verweist auf ihren Fluchtpunkt: Konkurrenz und Macht als strukturbildende Prinzipien der sozialen Praxis.[7] In den methodischen Handlungsorientierungen sind die Akteure auf diese Strukturen eingestellt.

Zur Praxis fehlt den „Typen sozialen Handelns“ noch die Projektion auf ein soziales Feld. Die Kategorie des „sozialen Feldes“ entstammt der bourdieuschen „Theorie der Praxis“ (1979, 1997). Die verschiedenen „Felder“ bestimmen, welche Handlungsziele notwendig und möglich, welche Ressourcen wirksam und welche Handlungsmuster „am Platz“ sind. Folgende Felder bzw. *Sphären alltagspraktischen Handelns* lassen sich unterscheiden: das Erwerbsleben (Arbeit, Verdienst, Vermögen), Politik und Recht (gesellschaftliche Ordnung, Recht, Moral), das Privatleben (Liebe, Beziehung, Glück). Diese Unterscheidung folgt einer Skizze, die Habermas in seiner „Schlussbetrachtung“ anbietet (wo er „Austauschverhältnisse“ zwischen „System“ und „Lebenswelt“ anzugeben sucht) (1988, 2, 473). Sie stimmt im Grundsatz mit derjenigen überein, die in Theorien über das Alltagsleben vorgenommen wird (Heller 1981).

Die Projektion eines Handlungstyps auf ein soziales Feld konstituiert ein generatives Prinzip, eine Regel. Diese Regel gibt an, wie Handlungsentwürfe konfiguriert und verwirklicht werden. Die Idee generativer Prinzipien des Handelns stützt sich auf Bourdieus Begriff des „Habitus“. Der „Habitus“ bezeichnet ein theoretisches Konzept, das zwischen Strukturanalyse und Handlungstheorie eine Brücke schlagen will. Auf subjekt-, näher: handlungstheoretischer Ebene angesiedelt, will es gleichwohl im Blick halten, wie das Handeln auf Makrostrukturen gesellschaftlicher Verhältnisse eingestellt ist. Zugleich will es dem Anliegen der Phänomenologie Rechnung tragen, dass das individuelle Handeln nicht einfach als Produkt objektiver Struktur, sondern als Praxis von Subjekten begriffen werden muss, die diese Praxis aus der Perspektive ihres Alltagswissens entwerfen. In Bourdieus Worten:

> In der Konzeption des „Habitus“ ist diese Absicht verankert: Dem Gegenstand das Wissen der Akteure von diesem und den Beitrag zu integrieren, den dieses Wissen zur Wirklichkeitskonstruktion des Gegenstandes leistet. (Bourdieu 1989, 728).

Im Sinne von Bourdieus Habitus-Konzept lautet die zu bearbeitende Frage daher: Wie entstehen aus der Projektion von Handlungstypen auf gesellschaftliche Handlungsfelder regelhafte Muster sozialer Praxis? Es geht bei der Identifikation generativer Prinzipien gewissermaßen um eine grundlegende *Grammatik* für die Ausbildung von *praktischen Lebensentwürfen*. Die Eigenschaften solcher generativer Prinzipien sollen

---

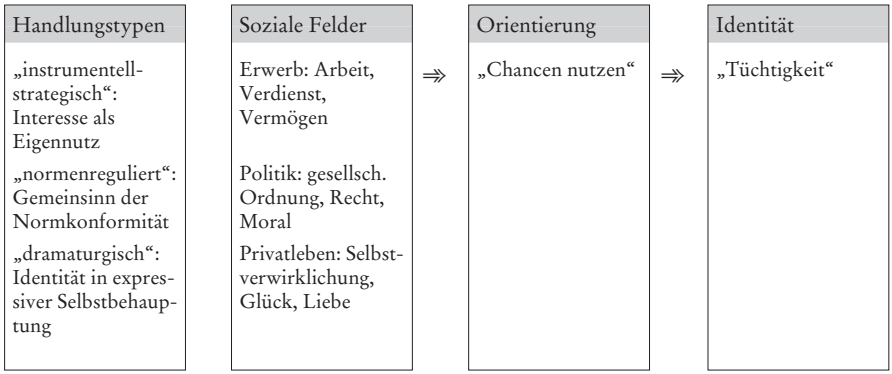
6 Habermas diskutiert diese Typologie in der Absicht zu zeigen, wie das soziale Handeln auf „kommunikatives Handeln“ verweist und wie im kommunikativen Handeln das Rationalitätspotenzial des gesellschaftlichen Handelns gebunden und bewahrt ist. Habermas’ übergreifendes Interesse ist es dabei, die Theorie gesellschaftlicher Rationalisierung (ein „Problem“, das er bei Weber aufnimmt) mit Hilfe einer Universalpragmatik fortzuschreiben. Das führt ihn in quälende Argumentationsnöte. Die können hier umgangen werden, da die Unterscheidung von Handlungstypen für eine andere theoretische Aufgabe herangezogen wird.

7 Dieser Bezug kommt bei den soziologischen Klassikern wie Durkheim und Parsons, auf die Habermas sich stützt, deutlich zum Vorschein, muss aber an Habermas’ eigenen Ausführungen erst wieder freigelegt werden (Weiß 1999b, 14 – 35).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

zunächst an einem Beispiel erläutert werden, bevor die Skizze zu einer Matrix generativer Prinzipien vorgelegt wird.

Abb. 1: Beispiel für die Ausbildung einer praktischen Anschauungsweise



Das Beispiel (Abb. 1) ist aus dem Alltag wohl vertraut. Menschen schätzen im Erwerbsleben die „Chancen“ für die Befriedigung ihres Eigennutzes ein und suchen sie zu nutzen. Was macht diese Übung aber nun zu einem „Muster“? Inwiefern verkörpert sie ein organisierendes Prinzip für Handlungsentwürfe? Zunächst führt die Orientierung auf den individuellen Eigennutz in eine spezifische *Perspektive* hinein, die eine besondere Wahrnehmung der Anforderungen des Berufslebens und der Gesetzmäßigkeiten des Marktgeschehens begründen: Sie werden daraufhin inspiziert, wie sie zu dem subjektiven Erfolgsprojekt passen. Die geistige Bewegung hat die Form eines einschätzenden Taxierens.

Berger und Luckmann berichten in ihrer Wissenssoziologie von dem „Paradoxon“, „daß der Mensch fähig ist, eine Welt zu produzieren, die er dann anders denn als menschliches Produkt erlebt“ (1996, 65). Das geht auf diese Optik des Taxierens zurück. Die Sorge um den individuellen Eigennutz behandelt nämlich die Struktur gesellschaftlicher Verhältnisse als fertig vorgegebene Bedingung; ihre Beurteilung ist ein vergleichendes Einschätzen, was sie für das subjektive Erfolgsprojekt hergeben. Mit diesem *perspektivischen Subjektivismus* stellt sich das Handeln in die vorfindlichen Strukturen ein (und reproduziert sie so, als wären sie objektiv aufgegebene und nicht geschaffene).

Taxiert wird des Weiteren der Umkreis der eigenen Fertigkeiten, sozialen Beziehungen und wirtschaftlichen Mittel daraufhin, was sie mit Blick auf das Profil der vorfindlichen Anforderungen an „Gelegenheiten“ erschließen. Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang metaphorisch von „Kapitalien“, kulturellen, sozialen und ökonomischen „Besitztümern“. Das subjektiv verfügbare „Kapital“ bemisst, welches Projekt der Einzelne mit Aussicht auf Erfolg überhaupt nur ins Auge fassen kann. So geht die Einschätzung des eigenen „Besitzstandes“ an sozialem, kulturellem und ökonomischen Kapital in den *Entwurf* individueller Erfolgsprojekte ein. Der Einzelne legt sodann sein praktisches Handeln als den Versuch an, kraft seiner „Kapitalien“ die ins Auge gefassten „Chancen“ des jeweiligen sozialen Ortes für sich zu verwirklichen. Dabei ist der Schatz an subjektiven „Kapitalien“ sozial sehr ungleich bemessen, je nach dem Ort, den der Einzelne in der Hierarchie sozialer Positionen einnimmt. Dieser Ungleichheit

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

gilt Bourdieus besonderes Augenmerk. Hier ist hervorzuheben: Die objektive Struktur sozial ungleicher Handlungsbedingungen wird *transformiert* in die subjektive Struktur divergierender Lebensentwürfe. So wird objektive Struktur innerlich, subjektiv. In Bourdieus Worten: Der soziale Ort wird transformiert zum „sense of one's place“ (1989, 728).

An dem Beispiel lassen sich drei allgemeine Beobachtungen zur Eigenart handlungspraktischer Orientierungen gewinnen:

1. Betrachtet man sie in Hinsicht auf ihren Ursprung, so erweisen sich handlungspraktische Orientierungen als *Verinnerlichung* der objektiven Struktur gesellschaftlicher Handlungsbedingungen.
2. Handlungspraktische Orientierungen sind in zweifacher Weise als generatives Prinzip wirksam: Sie sind Prinzip für den Entwurf und die Realisation von *Handlungsweisen*, und sie organisieren *Anschauungsweisen*, Muster der Wahrnehmung und Klassifikation sozialer Realität, wie sie für das Handeln nötig sind. In diesem doppelten Sinn bestimmt Bourdieu den Habitus: als Ensemble generativer Prinzipien für die Formen der Praxis und für korrespondierende Muster der Anschauung.
   Um diese enge Verzahnung von Praxis und handlungsleitender Anschauung zu bezeichnen, nutzt Bourdieu das Kompositum „praktischer Sinn“. Es soll in Erinnerung halten, dass die Logik der Praxis in eine spezifische praktische Logik eingeht und aus ihr heraus reproduziert wird. Diese „Praxeologie“ entwickelt dabei ihren Eigensinn. Dieser Eigensinn gründet auf dem perspektivischen Subjektivismus, von dem schon die Rede war, und auf der Kombinatorik generativer Prinzipien, auf die noch einzugehen ist.

Für die 3. Feststellung ist das Augenmerk auf ein Moment zu lenken, das schon gestreift worden ist. Die Orientierung des Handelns auf den individuellen Eigennutz führt in ein taxierendes Einschätzen hinein. Unter diese praktisch-instrumentelle Reflexion beugt sich der Akteur auch selbst. Er taxiert sich daraufhin, welche „subjektiven Ressourcen“ er aufzubieten vermag, um „Chancen“ zu erschließen und wahr werden zu lassen. Zu den handlungsleitenden Mustern der Wahrnehmung der sozialen Wirklichkeit tritt daher auch ein korrespondierendes Muster der Selbstwahrnehmung: „Tüchtigkeit“.[8] Daher gilt:

3. Die handlungsleitenden Muster praktischer Anschauung erzeugen korrespondierende Dimensionen sozialer Identität – die Praxeologie, das System des „praktischen Sinns“, schafft sich ihre *Charakterologie*.

---

8 Auch die Selbstwahrnehmung zeichnet sich durch eine eigentümliche Perspektivität aus. Das wird etwa an dem von Bourdieu beschriebenen Umstand deutlich, dass Inhaber gehobener sozialer Positionen geneigt scheinen, die Potenzen, die sie der Macht ihres Amtes oder ihres Eigentums schulden, als Ausdruck besonderer subjektiver Vorzüge wahrzunehmen. Umgekehrt legen sich Akteure mitunter ein Scheitern auch dann als persönliches Versagen zur Last, wenn sie nicht die Mittel haben, alle Bedingungen für den Ausgang ihrer Unternehmung zu kontrollieren (so insbesondere etwa bei Prüfungen). In beiden Fällen stellt sich ein Paradox ein, das dem oben für die Wahrnehmung der sozialen Realität beschriebenen korrespondiert: Mit Blick auf die Erfahrung, die sie mit ihren Handlungsentwürfen machen, nehmen Akteure ihre soziale Identität wie etwas wahr, das sie nicht allein herstellen, sondern dessen sie wie einer vorfindlichen Bestimmtheit gewahr werden.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Für den Versuch, nach der eben beispielhaft skizzierten Logik das gesuchte *System* alltagspraktischer Orientierungen zu entfalten, lassen sich folgende Quellen erschließen: die Analysen Bourdieus über die Soziologie des Geschmacks (1989) und die „Theorie der Praxis" (1979) resp. der „praktischen Vernunft" (1997), ferner Agnes Hellers Theorie des „Alltagslebens" (1981) sowie sozialpsychologische Theorien des „vergesellschafteten Subjekts" (Lohauß 1995).[9]

Abb. 2: Tableau lebensweltlicher Orientierungsmuster

Muster der Praxeologie Dimensionen sozialer Identität			
	Erwerbsleben	Politik / Recht	Privatleben
instrumentell: Eigennutz	„Gelegenheit", „Chance", „Ertrag"	„Rechte", „Pflichten"	„privates Glück", „Liebe", „Selbstverwirklichung"
	„Einsatzbereitschaft", „Leistungsfähigkeit", „Geschick"	„Durchsetzungsfähigkeit"	„Attraktivität", „Lebensfreude"
normenreguliert: Normkonformität	„Verdienst", „Anspruch"	„Ordnung", „Werte"	„Glücksanspruch"
	„Tüchtigkeit", soziales „Wir"	„Anstand", „Ehre", politisches „Wir"	„Liebenswürdigkeit"
expressiv: Selbstbehauptung	*Meinen:* „soziale Un-/Gerechtigkeit", Anerkennung	Politisches Räsonnement, Respekt	Selbstdarstellung, Bestätigung
	Stil: „Erfolgsmensch"	„Höflichkeit" „Pflichtbewusstsein"	„Authentizität", „Selbstsicherheit", „Spontaneität"
	praktisches Gefühl: „Stolz", „Gerechtigkeitsempfinden", „Solidarität"	„Ehrgefühl", „patriotisches Empfinden"	Selbstgefühl, Meta-Gefühle

9 Um Bourdieus Arbeiten nutzbar zu machen, ist allerdings eine kritische Revision insbesondere des Determinismus in seiner Habitus-Konzeption erforderlich, die deren Verknöcherung überwindet, in die die zirkuläre Gedankenbewegung von Bourdieus „epistemologischen Strukturalismus" hineingeführt hat. Die Sozialphänomenologie, in deren Nähe sich Bourdieu mit seinem epistemologischen Interesse bewegt, und die aus teilweise verwandten Denktraditionen gespeiste „Anthropologie" von Agnes Heller helfen, den „Habitus" nicht nur als Versubjektivierung von Strukturen der Praxis, sondern auch in seinen generativen Potenzen als Tiefengrammatik für die Artikulation von subjektiven Praxisentwürfen und Anschauungsweisen darzustellen (Weiß 1999b, 36 – 61).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Das Tableau (Abb. 2) gibt anhand von begrifflichen Chiffren eine Übersicht über alltagspraktische Handlungsorientierungen und die ihnen jeweils korrespondierenden Dimensionen im „Formular“ sozialer Identität.[10] Es ist wie eine Matrix angelegt und soll auf diese Weise den systematischen sozialen Ort und den Zusammenhang alltagspraktischer Orientierungsmuster zur Anschauung bringen. Das Tableau macht ferner deutlich, dass die elementaren Typen sozialen Handelns *feldspezifisch ausgelegt* werden. Die pragmatisch-instrumentelle Orientierung ist im Erwerbsleben anders ausgeprägt als im Privatleben. Die Verortung in einem sozialen Feld weist den *Ursprung* alltagspraktischer Orientierungsmuster aus, ihre Verankerung in der objektiven Struktur einer Lebenssphäre. Allerdings ist das so konstituierte System erst der Ausgangspunkt für das Vermögen der Akteure, aus seinen Elementen Handlungsentwürfe entstehen zu lassen. Denn die feldspezifisch ausgebildeten Muster können miteinander verknüpft werden. Das versetzt das System der Orientierungen in Bewegung.

An einem Beispiel lässt sich die *Kombinatorik des „praktischen Sinns“* erläutern: Die Logik des „Verdienstes“ lässt aus erbrachten Leistungen im Erwerbsleben das Recht des Akteurs auf „Entschädigung“ hervorgehen. Übertragen auf das Feld der Liebesbeziehungen verändert sie das Ideal gemeinsamen Glücks. Die Grundlage, von der aus dessen Verwirklichung erstrebt wird, ist dann nicht mehr das wechselseitige Versprechen, sondern das einseitig reklamierbare Recht auf die Zuwendung des anderen. Der „praktische Sinn“ bildet auf diese Weise feldübergreifend *praktische Analogien*.

Das Beispiel soll folgende Feststellung plausibel machen: Die Kombinatorik des „praktischen Sinns“, sein Vermögen, „praktische Analogien“ herzustellen sowie ferner Orientierungsmuster miteinander zu verknüpfen oder wechselseitig zu substituieren, verleiht dem System handlungsleitender Orientierungsmuster insgesamt so viel Flexibilität, dass der Alltagsverstand imstande ist, eine Vielzahl von Situationen in einer insgesamt konsistenten Weise zu klassifizieren und praktisch zu bewältigen.

In diesem Sinn ordnet das Tableau die Bauelemente, aus denen zwei Konfigurationen zusammengefügt werden:

(1) Eine *Weltanschauung*: In ihr sind die handlungspraktischen Anschauungsweisen zu einer mehr oder weniger konsistenten Gesamtdeutung zusammengefasst. Die Individuen unterscheiden sich darin, welche und wie viele Muster sie einbeziehen, um ihren Erfahrungen Sinn zu geben. Das Tableau umreißt das Reservoir, aus dem für Weltbildkonstruktionen geschöpft werden kann.

(2) Ein *Identitätsformular*: Es bezeichnet abstrakte Dimensionen sozialer Identität. Die Individuen zeichnen sich dadurch aus, wie sie sich in die vorgeprägten Positionen dieses Formulars einschreiben, welche Positionen sie zu ihren Stärken, welche zu ihren Schwächen rechnen und wo sie um Hervorhebung bemüht sind.

Inwiefern kann nun eine solche Konzeption helfen, das Medienhandeln besser zu begreifen? Charlton und Neumann-Braun haben eine Rezeptionstheorie vorgelegt, in deren Zentrum das „handlungsleitende Thema“ steht (Charlton, Neumann 1988; Charlton 1997). Dieser Theorie zufolge wird der subjektive Sinn, den die Zuwendung zu Medienerlebnissen für Rezipienten hat, wesentlich durch die überragenden Themen be-

10 Die begrifflichen Kürzel führen die subjektive Logik, nach der der praktische Sinn jeweils verfährt, nicht aus. Dazu fehlt hier der Raum. Für eine entfaltete Darstellung siehe Weiß (1999b, 71 – 221).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

stimmt, die sich für ihre Lebensführung nach Maßgabe ihrer Orientierungen und Anschauungsweisen stellen. Dieser subjektive Sinn steuert die Zuwendung zu Medieninhalten sowie die Art ihrer Aneignung. Die einführenden Überlegungen (Abschnitt 1) haben darüber hinaus auch für einen kognitionspsychologisch inspirierten und einen kulturwissenschaftlichen Ansatz gezeigt, dass einer Theorie alltagsweltlicher Orientierungen eine Schlüsselrolle für die Analyse des Mediengebrauchs zukommt. Charlton und Neumann-Braun haben mit Blick auf Kinder und Jugendliche in Piagets Entwicklungspsychologie eine theoretische Grundlage dafür gefunden, diese Lebensthemen systematisch klassifizieren und einordnen zu können. Die skizzierte Theorie des „praktischen Sinns" will die gegenständliche Beschränkung auf die Entwicklung im Kindes- und Jugendalter überwinden helfen. Sie bietet sich als Grundlage an, die für erwachsene soziale Akteure die „handlungsleitenden Themen" theoretisch bestimmbar macht, die das Medienhandeln organisieren und inhaltlich prägen. Welches heuristische Potenzial das Konzept für kommunikationswissenschaftliche Ansätze bietet, soll abschließend an einem Beispiel illustriert werden (Abschnitt 4).[11] Insgesamt dient das Konzept dazu, die subjektive Logik der Themen und Lebensentwürfe zu entschlüsseln, die für die Medienrezeption eine Rolle spielen. Für die Analyse der Rezeption ist allerdings auch die umgekehrte Fragehaltung nötig: Welche Rolle spielt dann der Mediengebrauch für die Themen und Lebensentwürfe des „praktischen Sinns"? Die Frage lenkt den Blick auf die „subjektiven Formen" (Johnson), in denen für die Rezipienten existiert, was sie sich aus den Medien aneignen.

3. Die „subjektiven Formen" des praktischen Sinns und die korrespondierenden „Grundformen des Fern-Sehens"

In der Kommunikationswissenschaft ist die Unterscheidung zwischen verschiedenen Modi des Rezipierens durchaus geläufig – wie etwa diejenige zwischen einer eher emotional-involvierten und einer eher kognitiv-analysierenden Rezeptionsweise (vgl. Vorderer 1992, 75 – 89). Aufgrund der herausragenden gesellschaftlichen Bedeutung des Mediums, das zudem mit seinen Angeboten mehrere Sinne zugleich anspricht, gilt das Hauptaugenmerk der Rezeptionstheorie vor allem dem Fernsehen. Ein besonderes Interesse finden dabei die „sprachlosen" Formen des Rezeptionserlebens wie das Fühlen oder die Imagination. Sie bilden eine Form der Aneignung der Medien-„Texte", die sich augenscheinlich von dem Begreifen im Medium der sozial geformten Sprache und unter der Kontrolle des Alltagsverstandes unterscheiden. An diesen Unterschied werden z. T. weit reichende Spekulationen darüber geknüpft, inwieweit die Imagination oder das Fühlen gar eine eigene Form der Wirklichkeitserfahrung sein könnten.[12] Solche Spekulationen ziehen allerdings ein theoretisches Problem nach sich. Für gewöhnlich wird durchaus gesehen, dass auch das Fühlen oder die Imagination etwas damit zu tun haben,

11 Eine umfassende Diskussion von kommunikationswissenschaftlichen Theorien vor dem Hintergrund einer praxeologischen Analyse des Fern-Sehens findet sich in Weiß (1999b, 285 – 448).

12 Das spielt etwa in der Debatte innerhalb der Cultural Studies über das „populäre Vergnügen" eine wesentliche Rolle. Denn von manchen Autoren wird die subjektive Wahrheit und Unmittelbarkeit der positiven Affektion, die im Vergnügen vorliegt, als Beweis für die Freiheit des Individuums von hegemonialen Prägungen in Anspruch genommen (siehe etwa Fiske 1997, 82).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

welche Auffassungen das Subjekt von der sozialen Realität und darüber hinaus von sich selbst hat, ferner welchen Plänen es folgt und welches Ideal es sich von der eigenen Person macht. Wie aber lässt sich dieser innere Zusammenhang noch beschreiben, wenn das Fühlen als eigenständiger Wirklichkeitszugang gegen das Denken theoretisch verselbstständigt worden ist? Konstruktiv gewendet: Lässt sich die Besonderheit von „sprachlosen“ „Bewusstseinseinstellungen“ (Metz) wie der Imagination oder dem Fühlen in einer Weise charakterisieren, die den Unterschied zum verständigen Urteilen bezeichnet und gleichwohl deutlich macht, wie das Fühlen und Vorstellen innerlich damit verbunden sind, was das Subjekt wahrnimmt, weiß und sein will?

Im Folgenden soll am Beispiel der Imagination und des emotionalen Erlebens beim Fernsehen ein Zugang skizziert werden, der dieses Anliegen einlösen möchte. Der Versuch stützt sich auf die Psychologie Hegels (1986). Er führt in eine etwas ungewohnte Denkungsart ein. Denn die Imagination und das emotionale Rezeptionserleben werden nicht in ihren Funktionen und Auswirkungen (wie etwa in dem „Mood-Management“-Konzept) oder in Hinsicht auf ihre subjektiven Voraussetzungen (wie etwa bei gratifikationsbezogenen Zuschauertypologien) besichtigt. Vielmehr will die Beschreibung transparent machen, in welcher besonderen Weise sich Rezipienten *vergegenwärtigen*, was sie aus dem Medientext (fühlend) aufnehmen, und wie sie dementsprechend über die kulturell codierte Bedeutung und über den Inhalt ihrer eigenen Affektion *verfügen*. Eine solche Kennzeichnung der „subjektiven Formen“, in die die medienkulturellen Objekte umgesetzt werden, soll die Grundlage für die Beurteilung schaffen, was das Medienhandeln für die Bildung, Bestätigung oder Erneuerung des „praktischen Sinns“ bedeuten kann.

Hegels „Phänomenologie“ des „subjektiven Geistes“ bietet sich als theoretischer Rückhalt an, da sie es darauf anlegt zu zeigen, wie die Formen der Betätigung des „subjektiven Geistes“ von der einfachen Wahrnehmung bis hin zum urteilenden Denken ineinander übergehen. Auf der Grundlage der Hegelschen Psychologie lassen sich vier elementare „subjektive Formen“ der Fernsehrezeption unterscheiden (Abb. 3).[13] Zu diesen Rezeptionsmodi zählen das Vorstellen und das korrespondierende emotionale Erleben. Sie spielen in dem abschließend diskutierten Beispiel eine Rolle. Daher soll ihre Charakterisierung hier thesenartig verkürzt wiedergegeben werden.

Das Vorstellen ist eine produktive Tat des subjektiven Bewusstseins. Es stellt sich das Bild eines Gegenstandes vor Augen, den es in räumliche und zeitliche Assoziationen zu anderen versetzt. Die Vorstellungskraft holt die Bilder aus der Erinnerung hervor, kann sie dabei aber auch gestaltend verändern. So kann es sich bei einem Vorstellungsbild auch um die Verbildlichung einer Idee über die Eigenart eines Gegenstandes, eines Dings, einer Person, eines Geschehens oder der eigenen Identität handeln. Die Vorstellung ist hier Versinnbildlichung. In der Versinnbildlichung erkennt das Subjekt sein *Urteil*, das aus einer Wesensbehauptung besteht, nicht als solches, sondern wie eine dem einfachen Augenschein ablesbare, also einfach anschaubare *Tatsache* wieder.

13 Für eine systematische Herleitung und ausführliche Charakterisierung dieser Formen siehe Weiß (1999b, 222 – 284).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Abb. 3: Grundformen des Fern-Sehens

1. Anschauen und Einstimmen
- Im Anschauen *erfüllt* sich das Bewusstsein mit dem *Anschein* der Objekte kultureller Inszenierung. Das Anschauen nimmt den kulturellen Ausdruck als Eindruck des einfachen, raum-zeitlichen Daseins eines Gegenstandes auf.
- Indem er sich von der sinnlichen Anschauung erfüllen lässt, wird der Rezipient zugleich *eingestimmt*. In der Stimmung wird ihm seine Affektion und daher auch ein Moment seiner Selbstbestimmung zum sinnlichen Erlebnis.

2. Vorstellen und Fühlen
- Das versinnbildlichende Vorstellen fällt ein *gedankenloses Urteil:* Objekte der Anschauung werden anhand einzelner Eigenschaften ihrer Erscheinung durch eine assoziierende Klassifikation als Verkörperung eines Typus wahrgenommen. – Gewissheit ohne Wissen – Gewissheit der Welt-Anschauung.
- Im fühlenden Miterleben erfüllt sich der Rezipient mit der *einfachen Evidenz* seiner „*moral considerations*". Das bestimmt Form und Inhalt seines Vergnügens.

3. Entziffern und Genießen
- Das Entziffern identifiziert die Gestaltetheit des medienkulturellen Objekts vermittels visueller Assoziationen, in szenischen Analogien.
- Im ästhetischen Gefallen macht sich der Rezipient das subjektive Verhältnis zur Gestaltetheit, zur Form der Darstellung, zu seinem Interesse.

4. Begreifen beim Anschauen
- Das weltanschauliche Urteilen vergewissert sich im Anschauen. Es liest das Dargestellte als Sinn-Bild seiner Urteile.
- „Lesarten" sind:
  - Glaubwürdigkeit (Autorität der Kompetenz)
  - Vertrauenswürdigkeit (Autorität der Werteübereinstimmung)
  - Plausibilisierung (Zeugnisse und Zeugenschaft)
  - objektivierendes, sich klärendes Urteilen

Die Eigenarten dieser „Bewusstseinseinstellung" lassen sich am Umgang mit ihrem kulturellen Gegenstück, dem Symbol, illustrieren.[14] So sind etwa rituelle Akte wie feierliche Rekrutengelöbnisse oder die Ehrbezeugung vor Staatssymbolen (Flagge, Hymne, Denkmäler) getragen von der Anerkennung von Legitimität und Autorität des politischen Gemeinwesens. Die dieser Haltung zugrunde liegenden politischen Urteile sind aber aufgehoben und zum Verschwinden gebraucht in der sinnlich-anschaulichen Symbolisierung der politischen Einstellung durch die Anordnung und Haltung der Körper sowie in der Ganzheitlichkeit und Unvermitteltheit des auf das konkret gegenständliche Symbol ausgerichteten politischen Empfindens.

Eingebaut in den Prozess der Wahrnehmung sorgt die Vorstellung für eine Art gedankenlosen Urteils: Das Ferngesehene wird als Verkörperung eines bekannten allgemeinen Typus identifiziert; dieses Identifizieren erfolgt durch die visuelle Assoziation der wahrgenommenen mit den in der Erinnerung bewahrten vorgestellten Eigenschaften eines Schemas. Wie sind dem Fernsehenden in dieser „Bewusstseinseinstellung" nun sein Weltwissen, seine Haltungen und Urteile subjektiv gegenwärtig und verfügbar? Die *assoziierende Klassifikation* durch die Vorstellung schafft Gewissheit ohne Wissen, die

14 Die Überlegungen zu den besonderen Eigenschaften der Bewusstseinseinstellung des Vorstellens passen gut zur Semiotik der Visualisierung, die Pörksen (1997) und Doelker (1997) vorgelegt haben.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Gewissheit der Anschauung. Der Fernsehende *sieht*, was ihm gewiss ist. Das versinnbildlichende Vorstellen operiert mit „unbewussten Schlüssen“ (Frey, Kempter, Frenz 1996, 36), d. h. es fasst Urteile in der *Gestalt* szenischer Evidenzen.

Das Vorstellen besorgt nicht nur eine praktische Klassifikation des Wahrgenommenen; es gibt auch dem unerfüllten praktischen Willen, dem Wünschen, eine für den subjektiven Geist anschaubare Gestalt. Die Phantasie gibt dem Wollen eine szenische Gegenständlichkeit.

Im mit*fühlenden* Erleben findet das Subjekt in seiner Affektion einen Unterschied, den es selbst setzt; so findet es in seiner Freude ein von ihm gewünschtes Sollen erfüllt, im Zorn dieses Sollen vereitelt. Der Rezipient hat diese Setzung seines praktischen Willens als seine Zuständlichkeit an sich; der Rezipient *findet* nicht nur seinen praktischen Willen affiziert, er *ist* vielmehr diese Affektion, sie macht den Zustand seines beseelten Leibes aus. Der Fern-Sehende weiß sich dabei praktisch nicht betroffen und ist so in seinem Fühlen *frei*.[15] Im fühlenden Miterleben *erfüllt* sich das Subjekt mit der einfachen Evidenz seiner „moral considerations“ (Zillmann, Bryant 1994, 448), d. h. seiner Festlegungen, was sein *soll*, was es wahr, richtig oder schön findet. Daraus erklärt sich, wieso selbst das Fühlen von Zorn oder Wut beim Fernsehen ein Vergnügen sein kann.

In diesem für das Vorstellen und das Fühlen beschriebenen Sinn lässt sich mit einer auf Hegel gestützten Beschreibung besonderer „Bewusstseinseinstellungen“ beim Fern-Sehen zeigen, wie selbst noch in den „sprachlosen Formen“ medienvermittelten Erlebens die reflektierten Orientierungen, die eingewöhnten Formen der Weltanschauung, überhaupt die in praktischer Erfahrung gebildete soziale Identität lebendig sind, die die Substanz der anschaulichen Vorstellungen oder der Affekte ausmachen.[16]

Die bisher skizzierten „Denkwerkzeuge“ sollen zu einer Analyse der Tätigkeit „Fern-Sehen“ Folgendes beitragen: Die Muster der „*Praxeologie*“ verorten den *subjektiven Sinn* des aus dem Medium aufgenommenen Inhaltes in einem System alltagspraktischer Orientierungen; der im Zuge der Rezeption angeeignete oder „kreierte“ subjektive Sinn lässt sich so theoretisch auch auf die „soziale Positionierung“ der Akteure beziehen, auf die die alltagspraktischen Orientierungsmuster eingestellt sind; die „*Grundformen des Fern-Sehens*“ charakterisieren die „*subjektiven Formen*“, in denen die Rezipienten über den Sinngehalt verfügen, den sie im Zuge des Fern-Sehens am Medien-„Text“ wahrnehmen und aus ihm aufnehmen. Zu einer umfassenden Analyse des Rezeptionsprozesses gehört ein weiteres Moment, auf das hier nur hingewiesen werden kann, da es aus der Betrachtung der alltagsweltlichen Kontexte der Rezeption herausführt und eine ei-

15 Das Fühlen wird hier als besondere psychische Form analysiert, in der der Rezipient sich praktisch zu dem „Medientext“ stellt respektive ihn sich aneignet. In die Beschreibung der Eigenarten dieser besonderen Bewusstseinseinstellung lassen sich Zillmanns Überlegungen zu einer von Identifikationen gestützten Form des mitfühlenden Erlebens einordnen (Zillmann, Bryant 1994). Der hier angebotene Begriff des Fühlens fügt sich auch gut zu Vorderers „Involvement“-Konzept und ist im Besonderen mit dessen Hervorhebung vereinbar, dass das fühlende Miterleben beim Fernsehen nicht nur als Ausstieg aus Alltagsthemen und -orientierungen, sondern auch als Hinwendung zu – vorgestellten – Realitäten untersucht werden muss (Vorderer 1992, 112).

16 Damit werden die Formen sprachlosen Erlebens zwar weitreichenden Spekulationen über ihren „transzendierenden“ oder gar „utopischen“ Gehalt entzogen; dafür werden sie aber in die Welt des praktischen Alltagslebens zurückgeführt.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

genständige Bearbeitung verlangt: Der Medien-„Text" gibt seinem „Thema" eine theoretisch zu klassifizierende sinnlich-symbolische Gestalt. So lassen sich etwa „kommunikative Gattungen" (Luckmann 1986) darin charakterisieren, in welchen je typischen „geistigen Ordnungsformen" (Pörksen) sie ihre Themen organisieren. Solche „geistigen Ordnungsformen" rufen gleichsam die korrespondierenden „Bewusstseinseinstellungen" bei den Rezipienten auf. Vielleicht ließen sie sich daher auch in Analogie zu den genannten Grundformen audiovisueller Wahrnehmung typisieren. In jedem Fall gehört zur Analyse konkreter Rezeptionsprozesse über die vorgeschlagenen Konzepte hinaus eine theoretische Klassifikation der Eigenschaften der medienkulturellen Objekte. Die vorstehend beschriebenen Konzepte sollen dann bestimmbar machen, in welche subjektiven Formen die medienkulturelle Sinnfigur umgesetzt wird und welche Muster der Anschauung und Orientierung den Blick des Rezipienten perspektivisch voreinstellen.

Helfen die „Denkwerkzeuge", über das „Jagen und Sammeln" hinauszukommen? Das soll an einem Fundstück aus dem Schatz der empirischen Kommunikationsforschung erprobt werden.

4. Probe auf das interpretative Potenzial einer Theorie „praktischen Sinns"

Peter Vorderer hat 1998 eine Studie vorgelegt, in der er sich für die Rolle parasozialer Beziehungen für das Unterhaltungserleben beim Fernsehen interessiert. Er ist dabei auf eine Gruppe jugendlicher Fans einer Daily Soap gestoßen.[17] Vorderer legt sich sein Thema so vor: Er will die Bedingungen namhaft machen, die auf die Intensität der parasozialen Beziehung zur Fernsehfigur Einfluss nehmen. Das Resultat seiner empirischen Analyse fasst er in „Je-desto"-Relationen zusammen.

> Für die Dimension der *quasirealen Beziehung* spielt vor allem eine Rolle, wie attraktiv die Lieblingsfigur in Hinsicht auf ihren Erfolg wahrgenommen wird (je attraktiver durch Erfolg, desto intensiver die Beziehung), für wie intelligent und gebildet sich die Rezipientinnen selbst halten (je weniger gebildet und intelligent, desto intensiver die Beziehung), für wie realistisch die Serie eingeschätzt wird (je realistischer, desto intensiver die Beziehung) und für wie ähnlich die Rezipientinnen ihren sozialen Hintergrund mit dem des Helden/der Heldin halten (je unähnlicher der soziale Hintergrund desto intensiver die Beziehung). […] Die Selbsteinschätzung der Befragten als eher wenig tatkräftig und nicht aufgeschlossen beeinflusst die Beziehungsintensität ebenso wie die positiv wahrgenommene Realitätsnähe der Seifenoper. Das bedeutet nichts anderes, als dass die außerordentlich positive Wahrnehmung der Serienfiguren und die gleichzeitig eher negative Selbstwahrnehmung der eigenen Person, verbunden mit einer Einschätzung der Serie als realitätsnah und ihrer Figuren als von der eigenen Person unterschiedlich, besonders wichtig ist für eine parasoziale Beziehung … (Vorderer 1998, 704)

Vorderers Beschreibung zufolge sind demnach folgende Dimensionen von Belang: das Alter, das Thema „Erfolg", der „Realismus" der Inszenierung, die Nicht-Identität der

17 Es handelt sich um die Soapopera „Gute Zeiten, schlechte Zeiten" (RTL); untersucht wurden „262 regelmäßige Rezipienten", die überwiegend jung (75 % zwischen elf und zwanzig Jahren), überwiegend weiblich (80 %) und eher formal gering gebildet (37 % Grund- und Hauptschule) sind und zu den Vielsehern zählen (60 % zwischen einer und drei Stunden pro Tag) (Vorderer 1998, 703).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Fernsehfigur im Vergleich zum Selbstbewusstsein der Rezipienten, das Genre (Daily Soap), die eher geringe formale Bildung sowie ein von „wenig Tatkraft“ gezeichnetes Selbstbild. Vorderer ordnet seine Studie den „explorative(n) Verfahren“ zu, die dazu dienen sollen, „den Bereich möglicher Einflussgrößen auf die Intensität parasozialer Beziehungen zu sondieren“ (1998, 702). Er weist seinen empirischen Erkenntnissen insoweit den Status von theoretisch noch nicht abschließend eingeordneten Befunden zu. Das bietet eine Gelegenheit, das theoretische Potenzial der zuvor skizzierten Konzeption zu erproben. Hilft sie, die Bedeutung der von Vorderer ermittelten „Faktoren“ zu verstehen?

Vorderers Beobachtung macht darauf aufmerksam, dass das Rezeptionserleben bei der Soapopera mit dem Selbstbild von Jugendlichen zu tun hat. Aber womit hat die Mühe jugendlicher Identitätsbildung und -sicherung zu schaffen? Und was kann das Fernsehen für diesen Prozess leisten? Ich nähere mich dieser Frage zunächst mit Blick auf das Thema, das nach Vorderers Beobachtung eine besondere Rolle spielt, nämlich das *Thema „Erfolg“*. Über dessen besondere Rolle gibt Bourdieus „Psychoanalyse des Sozialen“ Auskunft. Alle erwachsenen Gesellschaftsmitglieder stehen nolens volens vor der Aufgabe, individuell auf Waren- und Arbeitsmärkten und in individualisierten Beziehungsspielen um den Erfolg ihres Lebensprojektes zu ringen. Für das Jugendalter bekommt diese praktische Herausforderung noch eine besondere Pointe. Denn das Jugendalter ist eine Phase des Übergangs. Die Jugendlichen sind herausgefordert, sich mit dem Thema auseinander zu setzen, was sie „aus ihrem Leben machen“ wollen. Welcher Erfolg ihnen wichtig ist, das ist Projekt, *Entwurf* für eine Lebensführung – an der Schwelle zur Selbstständigkeit. Das individuelle Konzept, welche Art von Eigennutz und Lebensglück man anstrebt, ist noch nicht in jene Routine überführt, mit der auf der Grundlage bisheriger Erfolge die nächstliegenden Stufen der Lebenskarriere ins Auge gefasst werden oder mit der man sich mit der enttäuschenden Erfahrung „verschlossener sozialer Räume“ abgefunden hat. Der transitorische Status des Jugendalters gibt dem handlungsleitenden Thema „Erfolg“ die Unruhe des Unfertigen. Mit einem Satz zusammengefasst: Der gesellschaftlich bestimmte transitorische Status des Jugendalters macht das Projekt individuellen Erfolgs zu einem zentralen, die Wahrnehmung und das Handeln organisierenden Lebensthema – und öffnet es dabei zugleich den Aspirationen der Vorstellungskraft. So auf besondere Weise zugespitzt, organisiert das Lebensthema „Erfolg“ die „thematische Voreingenommenheit“ (Charlton, Neumann) von Jugendlichen bei der Medienrezeption.

Über das Thema ergibt sich auch ein näheres Verständnis davon, in welchem Sinn das Lebensalter wichtig ist. Das handlungsleitende Thema bringt zum Vorschein und zur Sprache, was sich hinter dem Einfluss des Alters auf das Medienerleben verbirgt: die spezifische soziale Prägung der *Lebensphase*.

So weit lässt sich anhand der empirischen Funde die Rolle des alltagspraktischen Lebensthemas für das Fernsehen diskutieren. Die Erklärung wird aber erst vollständig, wenn die Betrachtung nun auch umgekehrt wird: Welche Rolle spielt das Fernsehen für das Lebensthema individueller Erfolgsprojekte? Dazu sind die von Vorderer beschriebenen Besonderheiten des medienkulturellen Objekts bzw. die Eigentümlichkeiten der Inszenierung der Soapopera zu betrachten. Das Medienerleben ist – Vorderers Bericht zufolge – davon getragen, dass den Geschichten „Realismus“ zugesprochen wird, also eine anschauliche Nähe zu der Realität des Alltags. Zugleich ist für das Medienerleben wesentlich, dass die Figur, zu der eine besonders intensive parasoziale Beziehung aufgebaut wird, als von dem Selbstbild verschieden wahrgenommen wird. Was kann diese

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Konstellation, die Gleichzeitigkeit von „Realismus“ und Distanz zur Erfahrungswelt des Alltags für den Rezipienten bedeuten?

Einen Zugang zur Beantwortung dieser Frage erschließt Hegels Erklärung, in welcher besonderen Weise sich das Subjekt in seinen *Vorstellungen* sein Weltwissen und sein Selbstbild gegenwärtig macht. Vorstellungen werden aus den in der Erinnerung aufbewahrten Gestalten der Erfahrung gebildet – aus Figuren, die das Prinzip ihres Handelns durch ihre Haltung oder ihren Habitus mimetisch zum Ausdruck bringen, durch Szenen oder Handlungsabläufe, die das Wissen um soziale Beziehungen, Handlungsmuster oder Regeln in der Form der anschaulichen Konstellation von Figuren (Szene) oder eines typischen Ablaufs von Ereignissen (Geschichte/Narration) festhalten. Vorstellungen gehen aber über die Passivität der Erfahrung hinaus; die *Vorstellungskraft* kreiert Geschichten. Sie gibt damit einem Wunsch, einem praktisch gemeinten subjektiven Entwurf eine anschauliche Gestalt. In der Form einer vorgestellten Szene wird der Lebensentwurf dem Bewusstsein des Akteurs überhaupt erst gegenständlich – er macht sich ihn, während er ihn kreiert, zum Gegenstand seiner Betrachtung.

Die Geschichten im Fernsehen bieten den Rezipienten eine *kulturelle* Vergegenständlichung der Geschöpfe ihrer Vorstellungskraft. Der „Realismus“ der Fernsehgeschichten liegt nicht in einer „objektiven“ Wiedergabe der Alltagsrealität, sondern in der Übereinstimmung mit den Vorstellungen des alltagspraktischen Sinns, mit den uneingelösten, aber praktisch gemeinten Entwürfen für eine erfüllte Lebensführung. Die Geschichten des Fernsehens geben den Rezipienten die ihnen vertrauten Geschöpfe ihrer Vorstellungskraft als Gegenstand der Anschauung wieder. Der französische Psychoanalytiker Christian Metz nennt mit Blick auf den Film die „Bewusstseinseinstellung“, in die das Medium einführt, eine „paradoxe Halluzination“: Halluzination, weil das Bewusstsein hier nicht mit der Kenntnisnahme der Realität, sondern mit den vertrauten Kreationen seiner Vorstellungskraft befasst ist; paradox, weil – in den Worten von Metz – dieses Mal halluziniert wird, was wirklich da ist, was angeschaut werden kann (Metz 1994, 1007).

Im Lichte der „Phänomenologie des subjektiven Geistes“ lässt sich die von Vorderer beobachtete Konstellation aus Realismus und Nichtidentität als kulturelle Vergegenständlichung eines *Idols* begreifen. Die Fernsehfigur verkörpert in ihrem Handeln, ihrem Habitus, ihrer Erscheinung, ihrem Platz im sozialen Gefüge des Fernsehgeschehens ein Ideal – das Ideal, wie man selbst sein möchte oder wie man sich einen Partner wünscht. „So will ich sein!“ oder „So soll es sein!“ Ob Ich-Ideal oder Partner-Ideal, das lässt sich anhand von Vorderers Darstellung nicht unterscheiden. Entscheidend ist aber auch etwas anderes, nämlich auf welche Weise sich Rezipienten ihr Ideal im Zuge des Medienerlebens selbst vergegenwärtigen. Sie haben ihren Entwurf nicht als Idee oder gar als Plan vor Augen. Das Ideal hat – ähnlich wie im Mythos – die anschauliche Gestalt einer konkreten Person und eines dramatischen Geschehens. Die Mediengeschichten *versinnbildlichen* einen unerfüllten Lebensentwurf. Sie symbolisieren ihn dabei in einer Weise, die die *erstrebte Zukunft* des eigenen Ichs zum *gegenwärtigen* vorgestellten *Erlebnis* machen.

Diese Simulation, das Erleben im Modus des „als ob“ (als ob man selbst so ein Erfolgstyp wäre wie die Fernsehfigur oder als ob man sie an seiner Seite hätte), wird zum festen Bestandteil des Alltags. Das ist die Bedeutung des *Genres*. Jeden Werktag aufs Neue treten die Serienfans in eine symbolische Welt ein, in der sich für sie ein praktisch unerfülltes Lebensideal anschaulich verwirklicht. So leistet das Medienerleben einen Beitrag zur „Wirklichkeitserhaltung“ im Sinne von Berger und Luckmann. Die Akteure kön-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nen sich im Zuge des Medienerlebens symbolisch vergewissern, dass ihr subjektiver Lebensentwurf Sinn macht. Durch die Inszenierungsleistung des Mediums erscheint den Rezipienten diese Vergewisserung nicht bloß als Gedanke, sondern als – simulierte – Erfahrung (simulierte „Wirklichkeitsabsicherung“ sensu Berger und Luckmann (1996, 160)). Zusammengefasst: Die Medienrezeption gibt einem utopischen Lebensentwurf sinnlich-symbolische Gestalt, macht ihn so zum Bestandteil des Alltags und sichert dadurch dessen subjektiven Sinn.

Es bleibt die Frage: Für wen ist diese Art von Medienerleben wichtig und warum? Das führt zu den letzten beiden Dimensionen, deren Relevanz Vorderer ermittelt hat: die niedrige formale Bildung und das defensive Selbstbild. Auf welches Prinzip der Lebensführung und der Konstruktion eines Selbstbildes verweisen diese Funde? Die Theorie des „praktischen Sinns“ und ihr Identitätsverständnis, namentlich der Habitus-Begriff, erlauben eine theoretisch gestützte Vermutung. Bourdieu beschäftigt sich im Besonderen mit der sozial differenzierenden Rolle der Bildungskarriere. Sie prägt Bourdieu zufolge das Selbstbewusstsein, dass das eigene Handeln durch den Erfolg in der Institution Schule sozial anerkannt und gestützt ist. Ferner bestimmt die Bildungskarriere das Selbstvertrauen, in der zertifizierten Verstandesbildung ein Vermögen, ein „kulturelles Kapital“ zu besitzen, das sich als Mittel für Erfolg und Anerkennung bewähren wird. Wer in die unteren Etagen des Bildungssystems verbannt bleibt, muss demzufolge beides missen: sozial gestütztes Selbstbewusstsein über die Legitimität des Lebensentwurfs und Selbstvertrauen in die subjektiven Ressourcen zu seiner Verwirklichung.

Es gibt verschiedene Formen, wie Akteure ihr Selbstkonzept auf die soziale Erfahrung im Bildungswesen einstellen können. Der Konformismus der Bescheidenheit bildet den passenden Sinn für den zugewiesenen sozialen Ort, einen „sense of one’s place“, wie Bourdieu sagt. Der Habitus der Verweigerung legt es der Welt zur Last, wenn die irgendwie ausgezeichnete eigene Subjektivität in ihr nicht Recht bekommt. Das hat etwa Douglas Kellner (1995, 141 – 151) mit Blick auf Jugendmedienkulturen in den USA untersucht. Eine dritte Möglichkeit: Jugendliche schreiben die wenig glorreichen Erfahrungen ihrer Bildungskarriere in das defensive Selbstbild um, es mangele ihnen an Kompetenz und Tatkraft; und dennoch wollen sie nicht von einem die Erfahrung transzendierenden Selbstprojekt lassen. Diese Jugendlichen können für die Verwirklichung ihres Selbstkonzeptes kaum auf die klassifizierenden, prüfenden und planenden Leistungen ihres Verstandes bauen; denn die haben ihnen bisher wenig soziale Anerkennung eingespielt. Sie werden auf der Grundlage dieser sozialen Erfahrungen geneigt sein, sich ihr ideales Selbstkonzept in einem anderen psychischen Modus zu vergegenwärtigen – eben im Modus der Imagination und im Selbstgefühl. Das ist aber genau die Konstellation, die Vorderer beschreibt: niedrige Bildung und defensives Selbstbild als subjektiver Hintergrund für ein intensives parasoziales Beziehungserleben. Daher lässt sich zusammenfassen: Hinter dem „Faktor: Bildung“ verbirgt sich hier der Habitus, d. h. eine zum Charakter verfestigte subjektive Methode der Weltaneignung sowie der Weltbildkonstruktion. Die soziale Differenzierung der Rezeptionsmodi ergibt sich aus der Eingliederung des Mediengebrauchs in den Habitus.

Am Beginn des Beispiels stand ein Befund der empirischen Forschung, beschrieben in „Je-desto“-Relationen, also etwa je geringere Bildung – desto intensivere Beziehung und so fort. Durch die Auslegung der Befunde vor dem Kontext der zuvor entwickelten theoretischen Konzeption zeichnet sich am Ende ein etwas plastischeres Bild ab. Versuchsweise formuliert, könnte es etwa so aussehen:

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Phantasien über den Erfolg einer individualisierten Lebensführung sind ein zentrales Lebensthema für Jugendliche. Solche Jugendliche, die in ihrer Bildungskarriere ein defensives Selbstkonzept ausgebildet haben, nehmen Fernsehfiguren in realitätsnahen Geschichten als Versinnbildlichung ihrer Erfolgsphantasien wahr. Die Serialität des Medienerlebens gibt der sinnlich-symbolischen Präsenz ihrer Erfolgsphantasien einen festen Platz im Alltag. Auf diese Weise trägt das Medienerleben dazu bei, den subjektiven Sinnhorizont des Alltags, den „praktischen Sinn" beim Fern-Sehen und durch das Fern-Sehen zu erhalten.

In dieser Skizze fügen sich die Dimensionen, die zuvor aufzählend aufgeführt worden sind, so als wären sie einzeln „eingesammelt" worden, zu einem plausiblen Gesamtbild zueinander. Der beobachtete empirische Befund bekommt so lebensweltlichen Kontext und Tiefenschärfe. „Vergewisserung eines individuellen Lebensentwurfs durch das emotionale Erleben seiner medialen Versinnbildlichung", das ist eine Weise, in der die Rezeption und Aneignung medienkultureller Angebote für Rezipienten subjektiv Sinn machen können. Sie gehört zu der Bedeutung, die dem Fern-Sehen für die „ideelle Selbstbehauptung" sozialer Akteure zukommt. Weitere *subjektive Funktionen* des Fern-Sehens für die Erhaltung und Erneuerung sozialer Identität lassen sich vor dem Hintergrund einer psychologischen Theorie des „praktischen Sinns" erklären. So versorgt das Fernsehen den praktischen Sinn mit dem Weltwissen, das für ein utilitaristisches Taxieren nötig ist; es offeriert ferner Modelle erfolgreicher Selbstdarstellung; Fernsehen fungiert als Schaubühne, die dem moralischen Räsonnement des Alltagsverstandes die nötige Orientierung über gesellschaftlich legitimierte Wertauslegungen erschließt; es macht den inszenierten Vorschein des Triumphs individueller Sittlichkeit (oder der Individualität als Sittlichkeit) zum Erlebnis u. v. m. (Weiß 1999b, 163 – 169, 198 – 208). Ungeachtet der weiteren denkbaren Bedeutungen des Medienhandelns für den „praktischen Sinn" lässt sich festhalten: Es scheint, als könne die skizzierte theoretische Rahmenkonzeption helfen, den analytischen Gewinn mancher empirischer Befunde besser auszuschöpfen und theoretisch schlüssig zusammenfügen, was eine „Exploration" findet. Das heuristische Potenzial der Theorie des „praktischen Sinns" hat insoweit die Probe auf das Exempel bestanden. Für (andere) kommunikationswissenschaftliche Ansätze ist es freilich noch zu erweisen.[18]

Literaturverzeichnis

Berger, Peter L., Thomas Luckmann (1996): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Nachdruck der 5. Auflage 1977. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre (1979): *Entwurf einer Theorie der Praxis – auf der ethnologischen Grundlage der kabylischen Gesellschaft*. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre (1989): *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. 3. Auflage. Frankfurt am Main.

Bourdieu, Pierre (1997): *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft*. 2. Auflage. Frankfurt am Main.

Brosius, Hans-Bernd (1995): *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption*. Opladen.

Charlton, Michael (1997): Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In: Ders., Silvia Schneider (Hrsg.): *Rezeptionsforschung*. Opladen, 16 – 39.

18 Siehe hierzu ausführlich Weiß (1999b, 285 – 448).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Charlton, Michael, Klaus Neumann (1988): Mediensozialisation im Kontext. Der Beitrag des Kontextualismus und der Strukturanalyse für die Medienforschung. In: *Publizistik* 33 (2 – 3): 297 – 315.

Doelker, Christian (1997): *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft.* Stuttgart.

Fiske, John (1997): Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. (Übersetzung eines Kapitels in „Understanding Popular Culture“ von 1989) In: Andreas Hepp, Rainer Winter (Hrsg.): *Kultur, Medien, Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen, 65 – 84.

Frey, Siegfried, Guido Kempter, Hans-Georg Frenz (1996): Theoretische Grundlagen der multimedialen Kommunikation. In: *Spektrum der Wissenschaft*, August 1996: 32 – 38.

Habermas, Jürgen (1988): *Theorie des kommunikativen Handelns*. Nachdruck der 4., durchgesehenen Auflage 1987. 2 Bde. Frankfurt am Main.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1986): *Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften*. Bd. 3. Auf d. Grundlage d. Werke von 1832–1845 neu ed. Ausgabe. Werke 10. Frankfurt am Main.

Heller, Agnes (1981): *Das Alltagsleben. Versuch der Erklärung der individuellen Reproduktion.* 2. Auflage, herausg. von Hans Joas. Frankfurt am Main.

Johnson, Richard (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? (Übersetzung von „What is Cultural Studies Anyway?“, zuerst in: CCCS Stencilled Paper, No. 74, 1983) In: Roger Bromley, Udo Göttlich, Carsten Winter (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg, 139 – 190.

Kaase, Max, Winfried Schulz (1989): Perspektiven der Kommunikationsforschung. In: Dies. (Hrsg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, SoH 30) Opladen, 9 – 27.

Kellner, Douglas (1995): *Media Culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern.* London, New York.

Kunczik, Michael, Astrid Zipfel (1998): Wirkungen von Gewaltdarstellungen. In: Walter Klingler, Gunnar Roters, Oliver Zöllner (Hrsg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen Akteure Methoden*. 2 Bde. Baden-Baden (= Südwestrundfunk-Schriftenreihe: Medienforschung; Bd. 1). Teilbd. 2: 561 – 577.

Lohauß, Peter (1995): *Moderne Identität und Gesellschaft. Theorien und Konzepte.* Opladen.

Luckmann, Thomas (1986): Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: kommunikative Gattungen. In: Friedhelm Neidhardt, M. Rainer Lepsius, Johannes Weiß (Hrsg.): *Kultur und Gesellschaft*. (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, SoH 27) 191 – 211.

McLeod, Jack M.; Gerald M. Kosicki, Douglas McLeod (1994): The Expanding Boundaries of Political Communication Effects. In: Jennings Bryant, Dolf Zillmann (Hrsg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research.* Hilldale, New Jersey, 123 – 162.

McQuail, Denis (1996): *Mass Communicaton Theory. An Introduction.* Nachdruck der 3., überarbeiteten Auflage von 1994. London, Thousand Oaks, New Dehli.

Metz, Christian (1994): Der fiktionale Film und sein Zuschauer. Eine metapsychologische Untersuchung. In: *Psyche* 48 (11): 1004 – 1046 (zuerst: Communications (1975) H. 23: 108 – 135).

Morley, David (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies.* London, New York.

Morley, David, Kevin Robins (1995): *Spaces of identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries,* London.

Pörksen, Uwe (1997): *Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotype*. Stuttgart.

Rosengren, Karl Erik (1993): From field to frog ponds. In: *Journal of Communication* 43 (1993), 3, 6 – 17.

Saxer, Ulrich (1993): Basistheorien und Theorienbasis in der Kommunikationswissenschaft – Theorienchaos und Chaostheorie. In: Günter Bentele, Manfred Rühle (Hrsg.): *Theorien öffentlicher Kommunikation*. München, 175 – 187.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Schönbach, Klaus (1998): Politische Kommunikation – Publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft.* Opladen, Wiesbaden, 114 – 137.

Turner, Graeme (1996): *British Cultural Studies. An Introduction.* 2. überarb. Aufl., London, New York.

Vorderer, Peter (1992): *Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive.* Berlin.

Vorderer, Peter (1998): Unterhaltung durch Fernsehen: Welche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren? In: Walter Klingler, Gunnar Roters, Oliver Zöllner (Hrsg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden.* 2 Bde. Baden-Baden (= Südwestrundfunk-Schriftenreihe: Medienforschung; Bd. 1). Teilbd. 2: 689 – 707.

Weiß, Ralph (1999a): „Praktischer Sinn", soziale Identität und Medienrezeption. In: Uwe Hasebrink, Patrick Rössler (Hrsg.): *Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration*. München, 113 – 136.

Weiß, Ralph (1999b): *Fernsehen als kulturelles Handeln. Ein Beitrag zur Sozialpsychologie symbolischen Handelns*. Habilitationsschrift, eing. b. Institut für Journalistik der Universität Hamburg, Okt. 1999.

Zillmann, Dolf, Jennings Bryant (1994): Entertainment as Media Effect. In: Jennings Bryant, Dolf Zillmann (Hrsg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research.* Hillsdale, New Jersey, 437 – 461.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2000-1-42 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY