

Heinz-B. Heller

Prokop, Dieter (Hrsg.): Medienforschung

1987

<https://doi.org/10.17192/ep1987.3.6732>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Heller, Heinz-B.: Prokop, Dieter (Hrsg.): Medienforschung. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 4 (1987), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1987.3.6732>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Dieter Prokop (Hrsg.): Medienforschung. Bd. 1: Konzerne, Macher, Kontrolleure. Bd. 2: Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Bd. 3: Analysen, Ästhetik.- Frankfurt: Fischer 1985 (Fischer Taschenbuch 6551-6553), 544, 528 und 464 S., je DM 19,80

Wer so viel verspricht, weckt hohe Erwartungen. "In der Medienwissenschaft gilt heute vieles nicht mehr, was noch vor kurzem gesicherter Bestand war." Nicht weniger als "die (sic!) neuen Entwicklungen" der internationalen Medienforschung zu dokumentieren, verheißt die dreibändige Textanthologie, die sich als ein "systematischer, für Europa und die USA repräsentativer Reader" versteht. Die Rede ist von der "vollkommen veränderte(n), ergänzte(n) Neuausgabe" der Sammelbände 'Massenkommunikationsforschung', die Dieter Prokop in den Jahren 1972-1977 herausgegeben hatte und die seinerzeit ein (zumindest für wissenschaftliche Publikationen) bemerkenswert breites Interesse gefunden hatten.

Damals hatte allein schon die überaus günstige Relation von Preis und Gebotenenem dafür gesorgt, daß die dreibändige Textsammlung Eingang in jede medienwissenschaftliche Handbibliothek fand: 1420 Seiten mit 91 Texten aus den Teilbereichen 'Produktion', 'Konsumtion' und 'Produktanalysen' für insgesamt DM 26,40, - da tat sich die Konkurrenz schwer. Heute gibt es auf 1533 (leserfreundlicher gestalteten) Seiten 66 Texte für knapp DM 60,-. Das ist beträchtlich teurer, liegt aber, aufs Ganze besehen, immer noch deutlich unterhalb der Schwelle, wo für manchen Interessierten der Zugriff zur Literatur über den Kopierautomaten rentabler geworden ist. Aber werden derartige Anthologien, zumal solch voluminöse, überhaupt als Ganzes gelesen?

Die Präsentationsform der Neuausgabe läßt zumindest dazu ein. Gegenüber den Bänden der 'Massenkommunikationsforschung', in denen der Herausgeber jeweils ein umfängliches, begrifflich ambitioniertes methodisches und methodologisches Vorwort den ansonsten kommentarlos abgedruckten Texten vorangestellt hatte, führt Prokop nun kapitel- und abschnittsweise mit knappen, um Allgemeinverständlichkeit bemühten, mitunter ins Kolloquiale abrutschenden Bemerkungen ein ("Fangen wir an mit einer Story vom weltweiten Aufstieg eines Verlegers", I, S. 14). Dieses Präsentationsverfahren, dem Züge der

TV-Moderation anhaften und das nur selten die getroffene Auswahl begründet, leistet zunächst dem Eindruck Vorschub, es gäbe einen homogenen Diskurszusammenhang 'der' Medienforschung; ein Zusammenhang, der angesichts der höchst heterogenen Wissenschaftsgeschichte im Schoße unterschiedlichster Fachdisziplinen (Soziologie, Publizistik, Psychologie, Nationalökonomie usw.) so nicht gegeben ist und deshalb nur ein oberflächliches Konstrukt darstellt; ebenso oberflächlich, wie die jedem Band vorangestellte Warnung Prokops: "Diese Reader sind kein Disneyland", wo "Herden von Plastik-Nilpferden stehen oder Plastik-Krokodile umherschwimmen, die, wenn man an ihnen vorbeifährt, ihr Maul weit aufsperrn und, sobald erkannt und durch Tonbandansage definiert, wieder zuklappen. Eine solche Garantie sicheren Geleits gibt es für diese Reader nicht. (...) Man kann gebissen werden."

Eigentümlicherweise stehen diesem Versprechen auf eine 'bissige' Auseinandersetzung unübersehbar die Textauswahl sowie insbesondere Prokops eigene Beiträge entgegen. Mit insgesamt 165 Seiten verteilt auf je einen Grundsatzartikel pro Band, beansprucht er für sich weit mehr Raum, als er irgendeinem anderen Verfasser zugesteht. Nicht zufällig haben deshalb Kritiker den Verdacht geäußert, Prokop mißverstehe die Anthologie als eine Ouvertüre zu den gesammelten Werken eigener Hand. Symptomatisch, daß und wie sich Prokop mit dem Artikel 'Die Bewußtseinsfixierung' im ersten Band 'Konzerne, Macher, Kontrolleure' souverän das letzte Wort vorbehält und der "positivistischen" wie der "abstrakt-kritischen Massenkommunikationsforschung" (vor allem Holzer ist gemeint) die Leviten liest. Holzer selbst, in der Fassung der Erstausgabe noch mit vier Aufsätzen vertreten, kommt in der Neuausgabe nicht mehr zu Wort, - ebenso wenig wie andere neo-marxistische Beiträge der 'Massenkommunikationsforschung' der siebziger Jahre (z.B. Kreimeier, Krahl).

Es ist eine Binsenweisheit: Jede Anthologie lebt (mitunter überaus produktiv) von und mit dem Widerspruch, der sich zwischen dem subjektiven, den Erkenntnisgegenstand sich anverwandeln den Interesse des Herausgebers auf der einen und dem objektiv Gegebenen und seiner Repräsentation auf der anderen Seite auftut. Im vorliegenden Fall scheint mir gerade angesichts der vollmundigen Verkaufsversprechen diese prekäre Dialektik von subjektiver Systematisierung und dokumentarischer Repräsentanz der neuesten internationalen Standards in der Medienforschung zuweilen empfindlich gestört.

Vertraut man dem Auswahlprinzip Prokops, dann hat Medienforschung ihren Gegenstand primär im Fernsehen. Film, Hörfunk, Presse, Buch sind demnach nur von marginalem Interesse, obwohl sich gerade in diesen Bereichen die komplexesten Wissenschaftstraditionen ausgebildet haben. Symptomatisch ist Prokops Bestandsaufnahme, "die Widersprüche journalistischer Arbeit" (I, T. II, 5) betreffend: Von den fünf berücksichtigten Texten sind vier auf das Fernsehen bezogen/beschränkt.

Diese verengte Perspektive schafft zwar Raum für differenzierte Einsichten in die rasante Entwicklung der Bildschirmmedien. Sie läßt gleichzeitig aber um so deutlicher den unzureichend eingelösten Aktualitätsanspruch hervortreten, wo es um generalisierende Medien-

reflexion und um spezifische Medienanalysen außerhalb des Zusammenhangs 'Fernsehen' geht. Andernorts bereits vielfach abgedruckte Texte wie Adornos 'Résumé über Kulturindustrie' oder Enzensbergers eklektischer 'Baukasten zu einer Theorie der Medien' (mit seinen Entlehnungen bei Brechts Radiotheorie) waren schon zur Zeit des Readers 'Massenkommunikationsforschung' kaum mehr innovativ. Wenig plausibel erscheint, was die wissenschaftsgeschichtlich an sich interessanten Funde Prokops - Alfred Peters: 'Psychologie des Sports und der Sportlichkeit in der Massenkultur' (1925) und Carl Brinkmann: 'Presse und öffentliche Meinung' (1930) - gerade zur Erhellung der "heutigen Entwicklungen" beitragen sollen.

Ähnliches gilt für einzelne Fallstudien. Mutete etwa der Nachdruck von Horst Königsteins Beitrag über den Italowestern (1971) im Band III der 'Massenkommunikationsforschung' (1977) schon leicht angestaubt an: Längst hatte sich dieses Filmgenre selbst liquidiert, - so wirkt der erneute Reprint heute wie ein medienhistorisches Fossil. Henri Lefébvres essayistische Überlegungen zu den Frauenillustrierten ohne historisierende Kommentierung seitens des Herausgebers erneut abzudrucken, kommt angesichts zwischenzeitlich neu entstandener feministischer Kultur- und Wissenschaftsformen gegenständlich wie methodisch einem Fehlgriff gleich.

Fragwürdiger Repräsentationsanspruch auch unter anderen Aspekten, etwa dem des wissenschaftlichen Diskurses in Deutschland. Elf, d.h. nicht weniger als ein Sechstel aller Beiträge entstammen dem Jahrgang 1983/84 der 'Media Perspektiven', fünf der Zeitschrift 'Medium', kein einziger hingegen etwa dem seit drei Jahrzehnten so bedeutsamen Organ 'Publizistik'. Prominente Autoren wie Fischer, Koszyk, Langenbucher oder Noelle-Neumann, alle noch in der Erstausgabe vertreten, fehlen aus nicht erfindlichen Gründen (wie immer man auch im Einzelfall deren Positionen bewerten mag). Noch problematischer der internationale Geltungsanspruch (ein "für Europa und die USA repräsentativer Reader"): Vereinzelte Abstecher nach Großbritannien, Frankreich und Italien - Länder, in denen sich neueste Trends der Medienentwicklung besonders eindringlich manifestieren und behandeln ließen - lösen den flächendeckend europäischen Dokumentationsanspruch sowohl gegenständlich wie wissenschaftlich nur unzureichend ein; dies um so weniger, als kein einziger Text aus der DDR oder Osteuropa berücksichtigt wurde.

Überdies kann Prokops auf den ersten Blick außerordentlich komplexes und in sich differenziertes Gliederungsschema, unter das das Textmaterial subsumiert wird, nicht vergessen lassen, daß hier ganze Teildisziplinen der Medienforschung durch das scheinbar eng geknüpfte Netz fallen. Wird die Semiotik noch mit einem oberflächlichen Rundschlag von Tilo Rudolf Knops aus dem Ensemble erstzunehmender Medienforschung verabschiedet, so dürfen etwa Medienpädagogik oder medienästhetische Analyseansätze, wie sie in jüngerer Zeit im Umfeld von Theater- und/oder Literaturwissenschaften gerade mit Blick auf Film und Fernsehen entwickelt wurden, offensichtlich nicht das geringste Interesse beanspruchen.

Fazit: Wer von dem dreibändigen Reader - wie versprochen - einen systematischen und repräsentativen Überblick über die neuesten

Standards und die jüngsten Entwicklungen 'der' Medienforschung erhofft, wird sicherlich enttäuscht sein. Was der Leser vorfindet, ist eine umfangreiche Sammlung von Texten höchst unterschiedlicher Qualität und Machart; eine Sammlung, in der gerade angesichts der methodischen Streuung die methodologische Diskussion (nicht die eigene Positionsbestimmung Prokops!) entschieden zu kurz kommt. So scheint denn ein wesentlicher Gebrauchswert dieser Anthologie darin zu liegen, ein umfangreiches Textcorpus zu einem relativ günstigen Preis dem gezielten, selektiven Zugriff verfügbar zu machen. Orientierende Angaben zu den berücksichtigten Autoren, ihren beruflichen Bindungen und zu dem Entstehungskontext der aufgenommenen Beiträge sowie nicht zuletzt ein Register hätten diesen Gebrauchswert erheblich gesteigert.

Heinz-B. Heller