

Perspektiven

Hans Dieter Kübler

Medien-Rezeption – eine konstitutive Kategorie und zentrale Forschungsaufgabe für die Medienwissenschaft?

1. Auf dem Weg zur „Integrationswissenschaft“? Anspruch und Realität des Selbst- und Aufgabenverständnisses der Medienwissenschaft

Wenn über die Besonderheit, Legimation und die Erträge einer wissenschaftlichen Disziplin, zumal einer relativ jungen, geurteilt wird, dann dürften die Einschätzungen darüber weit auseinandergehen – und sie divergieren noch weiter, je jünger diese Disziplin ist, aber auch je umfassender sie angelegt ist oder sie aufgrund ihrer Gegenstände greifen muß. Dies gilt auch für die Medienwissenschaft!

Entstanden aus den kulturkritischen Vorbehalten gegenüber den gegenständlichen wie analytischen Unzulänglichkeiten der klassischen, hermeneutischen oder gar werkimannenten Philologien, gilt die Medienwissenschaft den einen bereits als etablierte Disziplin, die sämtliche medialen Erscheinungsformen integrativ bearbeitet, andere sehen sie noch auf der Suche nach ihrem spezifischen Gegenstands- und Selbstverständnis.

Aber solche Unsicherheiten und Inkonsistenzen sind nicht nur der Überzogenheit und/oder Insuffizienz des einen oder anderen Vorhabens und der einen oder anderen Reklamation zuzuschreiben; sie gründen auch in der objektiven Dynamik und Disparatheit des Gegenstandsfeldes selbst: Die technisch-kommerzielle Revolution, konstatiert H. Schanze (1995, S.395), überrolle alle Definitionsversuche der Medienwissenschaft und stelle sie vor die kategoriale Entscheidung: Entweder verzehre (oder desavouiere sie sich) in einem unaufholbaren Wettlauf mit der Technik und dem Kommerz, oder aber es gelingt ihr, ihre Untersuchungsfelder eigenständig und originär zu konstruieren. Optionen für die medienwissenschaftliche Spezifik sieht Schanze – und nicht nur er – im überkommenen Fokus von Mediengeschichte, Ästhetik und Textkonstitution. Anzustreben sei eine konstruktive Mischung von pragmatischen Forschungs- und Erkenntnisinteressen und erforderlicher Systematisierung, damit Eigenständigkeit und Profil der Medienwissenschaft erkennbar würden.

Dieses nun weiter nur theoretisch-deduktiv zu schärfen, könnte ein Weg sein – vermutlich nicht der anschaulichste und produktivste. Ein anderer besteht darin, signifikante Untersuchungsbereiche des immensen, kaum mehr eingrenzbaaren Gegenstandsfeldes, das mit Medien ja nur vage umrissen ist, zu konturieren, und an ihnen konkret zu zeigen

– mit welchen Fragen sich medienwissenschaftliches Forschen speziell beschäftigt

- mit welchen (speziellen) Methoden es diese Fragen angeht
- zu welchen Befunden und Einsichten es kommt,

m.a.W.: was an Spezifik und Eigenständigkeit Medienwissenschaft in ihrer Forschungs- und Erkenntnispraxis entwickelt und worauf sie ihre disziplinäre Existenz und Legitimation letztlich begründen kann und will.

Als eines dieser zentralen und zugleich spezifischen Untersuchungsfelder sei hier die Medienrezeption herausgegriffen und ansatzweise begründet. Mit dieser Dimension sind keineswegs alle relevanten, erst recht alle möglichen Dimensionen medienwissenschaftlicher Forschung und Lehre erschlossen; aber wenn Rezeption nicht nur als empirische, sondern auch als theoretische Kategorie verstanden wird, wie es sich aus etlichen Diskursen in verschiedenen Disziplinen ergibt, schließt sie weitaus mehr Dimensionen ein, als man landläufig darunter faßt und erforscht.

Allerdings lauern selbst in dieser Kategorie, die auf den ersten Blick recht plausibel anmutet, genügend theoretische wie methodische Komplikationen und drängen wiederum nicht nur nach der ständig reklamierten Interdisziplinarität, sondern letztlich zur besagten Universalität, die W. Faulstich (1994, S.14) für sein Verständnis von Medienwissenschaft a limine reklamiert.

2. Rezeption – eine umfassende wie vielschichtige Kategorie

Bei der Konzentration auf die Medienrezeption darf nicht außer acht gelassen werden, daß sie von vielen Mediendisziplinen ständig und vielseitig untersucht wird. Schon 1955 formulierten E. Katz und P. F. Lazarsfeld (dt. 1962, S.22) die bis heute gültige Einsicht, „im Grunde laufe jede kommunikationswissenschaftliche Forschung auf die Untersuchung von Wirkung hinaus“ – sofern, wie man hinzufügen muß, sich alle Forschenden darüber klar wären und auch darüber verständigen könnten, was sie jeweils unter Wirkung verstehen. Deshalb sind viele heute vorsichtiger, sprechen nicht mehr von Wirkung, sondern zunächst von Nutzung. Jedenfalls sind mit diesen beiden Kategorien – Nutzung und Wirkung – die Pole zumindest der empirischen Rezeptionsforschung markiert (Kübler 1994).

Immens sind inzwischen bekanntlich die Investitionen und Anstrengungen, die Mediennutzung empirisch, und zwar möglichst lückenlos und standardisiert, zu messen. Mit der Multiplizierung von Medien und Medienprodukten, die sich ständig weiter beschleunigt, erst recht mit der explosiven Expansion der Werbung wachsen die ökonomischen Notwendigkeiten wie strategischen Begehrlichkeiten, exakt zu wissen und zu registrieren, welche Zielgruppe des Publikums welche Medien-Botschaft aufnimmt, verarbeitet und in Handlung umsetzt und wie man die Resonanz verbreitern und verbessern kann.

Diese Messungen bestreiten die riesige Domäne der kommerziell-demoskopischen Medienrezeptions- und Marketingforschung, neben der sich die akade-

mische Grundlagenforschung bescheiden und einflußlos ausnimmt. Wer mithin Medienforschung betreibt, der sieht sich immer wieder mit dieser aufwendigen, entscheidungsrelevanten Großforschung konfrontiert und kann auf vielen Feldern nicht umhin, sie zumindest zur Kenntnis zu nehmen, sie kritisch nachzuvollziehen und etwa ihre Resultate in der Lehre vorzustellen – mindestens (im Sinne Durkheims) als soziale Fakten, aber auch als Beispiele, wie in einer Mediengesellschaft soziale Wirklichkeit konstruiert wird.

Medienwirkungen im engeren Sinn indizieren diese Reichweiten- und Nutzungsdaten nicht, wiewohl sie gesellschaftliche Auswirkungen erahnen lassen. Deshalb werden sie nicht selten und unscharf als Wirkungen (im weiteren Sinn) bezeichnet. Aber angemessener sind sie mit Medien-Funktionen umschrieben, denn der Begriff der Wirkung impliziert unausweichlich die Vorstellung von kausaler Ursache und Folge.

Daher unterscheiden heute viele Medienforscher zwischen Funktion und Wirkung: Denn spätestens in den siebziger Jahre wurde die theoretische wie methodische Unzulänglichkeit der vornehmlich objektivistisch-deduktiv vorgehenden Wirkungsforschung offenkundig, so daß man nach theoretischen wie methodischen Auswegen aus dieser Sackgasse suchte: Grob formuliert, eröffneten sie sich dadurch, daß man die Menschen als nicht so beeinflufßbar und abhängig verstand, wie es die Wirkungsforschung glauben machen wollte (und wie es jedoch bis heute etliche populistisch argumentierende Verfechter immer noch tun): Weder sind die Individuen total manipulierbar, noch beziehen sie aus den Medien nur Bestätigungen ihrer anders gefafßten Meinungen, Einstellungen und Handlungen.

Man mußte mithin nach neuen, differenzierenden und subtileren Variablen suchen und entdeckte sie in der subjektiven Konstitution wie Definition des Rezipienten. Eingeleitet hatten diese heute als Paradigmenwechsel gekennzeichnete Entdeckung des Subjekts in der Medienrezeptionsforschung 1962 E. Katz und D. Foulkes mit der Umkehrung der Frage: 'Was machen die Medien mit den Menschen?' zu: 'Was machen die Menschen mit den Medien?' Zunächst wurde der daraus resultierende sog. Uses- and Gratifications-Approach, dessen Ursprünge sich übrigens viel früher, bezeichnenderweise in der Leseforschung der dreißiger Jahre, finden lassen, ausschließlich funktionalistisch verstanden, gewissermaßen als präzisere und konkretere Ausforschung der Bedürfnisse und Erfahrungen des Publikums, zumal wenn es mehr und mehr in Zielgruppen zerfällt und von speziellen Medien erreicht werden soll.

In seiner theoretischen Ausformulierung in Deutschland, vor allem durch die damaligen Referenten am Hamburger Hans-Bredow-Institut, W. Teichert und K. Renckstorf, wurden die Nutzungen und Belohnungen mit Berufung auf den symbolischen Interaktionismus und die Bedürfnistheorie viel grundsätzlicher aufgefaßt und begründet, so daß Nutzungen nun auch als Nutzen verstanden wurden – eine Kategorie, die sowohl in ökonomischen Koordinaten behei-

matet ist als auch in das sog. interpretative Paradigma der Sozialwissenschaften integriert wurde und inzwischen häufig mit Bedeutung gleichgesetzt wird.

Natürlich sind inzwischen viele Spielarten und empirische Konkretionen für diese Fragerichtung entwickelt oder auch nur postuliert worden; aber mehrheitlich wird Medienrezeption heute als aktives kommunikatives und sinnstiftendes Handeln aufgefaßt, nicht mehr nur als funktionales Appendix des Medienprodukts. Allerdings changieren die Einschätzungen darüber, welche Qualität und welches Potential das Medienprodukt und welche die Eigentätigkeit der Rezipienten bei der Sinnkonstitution haben, je nachdem welche Disziplin als grundlegender Bezug herangezogen wird.

Immerhin wird ein weiterer analytischer Trend deutlich: Mit der Orientierung auf das Subjekt geraten auch mehr und mehr die intraindividuellen Dimensionen der Rezeption, also die Perzeption, Kognition und Interpretation des Individuums ins analytische Blickfeld. Nicht ohne Grund boomen derzeit die sog. cognitive sciences, und vielen gelten sie bereits als die zeitgemäßen Grundlagenwissenschaften in der herausziehenden Informationsgesellschaft.

Das originäre Feld der Medienwissenschaften können diese Dimensionen und Forschungen freilich nicht sein; aber Medienwissenschaft braucht ihre interdisziplinäre Unterstützung, denn auch sie ist – schon um ihrer Herkunft willen – an der Untersuchung elementarer Kommunikationstätigkeiten dringend interessiert: Das Lesen gehört etwa zu ihrer angestammten Domäne, und noch immer wird mächtig gerätselt, was es mit ihm – zumal im Kontext verschiedener Medien – auf sich hat und wie es sich von den anderen Kommunikationsformen unterscheidet. Hier ist noch viel Grundlagenforschung nötig.

3. Dimensionen der Medienrezeption

Sind damit einige wichtige theoretisch-definitivische Aspekte der Medienrezeption umrissen, sollen nun Aufgaben und Erkenntnischancen der Medienrezeptionsforschung anhand sechs substantieller Dimensionen aufgezeigt werden, die zugleich spezifische Terrains für die Medienwissenschaft ergeben könnten.

3.1. Mediengeschichte als Rezeptionsgeschichte in kollektiver, sozialisatorischer und subjektiver, lebensgeschichtlicher Hinsicht

Die meiste Dokumentations- und Forschungsarbeit wartet auf die Medienwissenschaft sicherlich bei der Aufarbeitung der Mediengeschichte, obwohl bereits vielfältige Arbeiten und Detailstudien vorliegen. Denn auch theoretisch-methodisch betrachtet, kann Mediengeschichte nicht mehr nur als Objektgeschichte, also als Historiographie der Produkte und Institutionen, betrieben werden.

Viel zu wenig systematisch berücksichtigt und methodisch umgesetzt wird in allen Humanwissenschaften, daß die Rekonstruktion und Interpretation ihrer Gegenstände stets auf Rezeption beruht, in der Regel auf hermeneutischem Ver-

stehen. Mindestens von jedem Forschenden muß es geleistet werden, aber es wohnt auch der jeweiligen Traditionsbildung und -weitergabe inne. Dennoch huldigt man bei der Geschichtsschreibung vielfach noch jener Scheinobjektivierung, behandelt quellenkritische Reflexion und rekursives Selbst- wie Fremdverstehen als lästige methodologische Pflichtübung. Doch die zugleich zentralen wie disparaten Dimensionen 'Kommunikation' und/oder 'Kultur' machen analytisch unmißverständlich deutlich, daß Rezeption bei der Rekonstruktion und Interpretation einschlägiger Objektbereiche nicht ignoriert werden kann, sondern konstitutiv ist: Denn Kultur und Kommunikation sind stets ebenso subjektive wie objektivierbare Kategorien; sie sind jeweils Handlungs- wie Reflexionsbegriffe, d.h. sie implizieren menschliche Tätigkeiten, wie sie auf ihre kulturellen Voraussetzungen in der Tradition und auf ihre nachfolgende soziale wie individuelle Reflexion verweisen und damit den hermeneutischen Zirkel ständig einschließen (Frühwald u.a. 1991, S.138ff und S.154).

Daß diese Rekursivität von Sinn- und Traditionskonstitution unumgebar ist, hat wohl für die Literaturwissenschaft die Rezeptionsästhetik erneut systematisch entfaltet, nachdem sie in den Begründungen der Hermeneutik von W. Dilthey u.a. schon einmal postuliert worden war. Allerdings beschränkte sich die Rezeptionsästhetik auf den Text und dessen rezeptive Potentiale. Immerhin betonte H. R. Jauß (1970) mit den Kategorien des „literarischen Erwartungshorizontes“ und der „literarischen Revolution“ gegenüber bislang vorliegenden statischen Ansätzen die Dynamik ästhetischer Entwicklungen, etwa vielfältige Schwankungen und Beeinflussungsprozesse zwischen diversen ästhetischen Normierungen, und forderte auf, sie jenseits nur soziologischer Geschmacksbildung als strukturelle, mindestens epochale Gegebenheiten analytisch zu ergründen.

Dabei sind aus der Sicht der Medienwissenschaft alle verfügbare Medien und ihre Spezifika einzubeziehen und in ihren wechselseitigen Beeinflussungsformen zu untersuchen. Bezeichnenderweise illustriert Jauß sein Konzept vom rezeptionsästhetischen Wandel an dem Gerichtsprozeß, den Flauberts „Madame Bovary“ 1857 nach dem Vorabdruck in der *Revue de Paris* auslöste. Inkriminiert wurde die Laszivität der Handlung. Doch in Prozeß und Urteil – einem Freispruch – wurde offenkundig, so Jauß, daß die neue literarische Form – das Prinzip des unpersönlichen (oder unbeteiligten) Erzählens in Verbindung mit dem von Flaubert virtuos und perspektivisch konsequent gehandhabten Kunstmittel der sog. 'erlebten Rede' (Ebd. S.203ff) – „Fragen der Lebenspraxis – nämlich der eigenen Urteilsbildung bzw. der eigenen Phantasie und Imagination angesichts eines nur angedeuteten Ehebruchs – zu radikalisieren und neu aufzuwerfen [vermochte], die während der Verhandlung den ersten Anlaß der Anklage, das vermeintlich Laszive, ganz in den Hintergrund treten ließen“ (Ebd., S.205).

Unbedacht sind damit kühne Wirkungsvermutungen angestellt, die weit über den Text hinausreichen und in der postulierten „Literaturgeschichte des Lesers“

nur empirisch eingelöst werden könnten – wenn nicht mehr durch sozialwissenschaftliche Erhebungen, dann zumindest durch sekundäranalytisches Quellenstudium. Doch Jauß widmet den Diffusionsmitteln und Instrumenten der Öffentlichkeitskonstitution, den Medien, die den Roman, den Prozeß und damit den angenommenen Wandel des literarischen Horizontes erst sozial realisieren und wirksam machen, keinen Gedanken und keine Zeile. Sie scheinen für ihn gewissermaßen automatisch, lautlos und ohne eigenen Einfluß zu funktionieren. Insofern konzentriert sich die Rezeptionsästhetik in der Tat nur auf den Text, zumal auf den puren, der von jeder medialen Konstellation losgelöst wird. Immerhin hat die Rezeptionsästhetik als theoretischer Ansatz die strukturelle Rezeption thematisiert, die nun medial wie empirisch, mit gewiß aufwendigen Studien von Quellen, dem Vergleich von Strukturen und Interdependenzen, zu konkretisieren wäre.

Der theoretische Impuls der Rezeptionsästhetik wäre dabei nicht aufzugeben, sondern weiterzutreiben und empirisch zu operationalisieren. Denn die Lücken, die noch bestehen, indizieren gewissermaßen von der anderen, der empirischen Seite, die vorliegenden „Sozialgeschichten der Literatur“. Die Vielzahl von Einzelbeiträgen, die etwa in der „Sozialgeschichte“ von H. A. Glaser (1980ff.) versammelt sind, führen zwar eine immense Fülle von Einzelbefunden und Details auf, aber sie fügen sich nicht zu systematischen Erklärungen zumal der wechselseitigen Tradierungen und interdependenten Sinnkonstituierungen zusammen, wie sie die Rezeptionsästhetik anstrebt.

Am Beispiel der noch immer elementaren Kommunikationstätigkeit des Lesens sei diese Zielsetzung noch kurz veranschaulicht: Spätestens seit R. Engelings *Sozialgeschichte des Lesens* (1973) sind die grundlegenden Veränderungen der Lektürehaltungen entdeckt, die mit der Verbreitung des Lesens im Bürgertum und dem Anwachsen der Belletristik in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts einhergingen. E. Schön (1987) hat diese Sicht zu einem mentalitätsgeschichtlichen Paradigma erweitert und differenziert und dazu vor allem das Publikum der damals modernen Zeitschriften, insbesondere des *Journals des Luxus und der Moden*, erschienen von 1786 bis 1827, einbezogen: Lesen wird eher zu einer geistigen, weitgehend solipsistischen und damit körperlich entsinnlichten Tätigkeit, so Schöns These. Die romantische Tendenz zur Innerlichkeit deutet sich an.

Aber Lesen dürfte sich auch schon bei der Einführung der grundlegendsten technischen Innovation, nämlich des Drucks, gravierend verändert haben: M. Giesecke (1991, S.682) weist in seiner umfangreichen Studie darauf hin, daß bereits im 15. und 16. Jahrhundert, mit der Verbreitung der typografischen Medien, erstmals ein Verständnis für Fachliteratur und unter den Gelehrten eine Diskussion darüber einsetzte, wie Wissen vermittelt werden sollte: durch das Selbststudium oder nach wie vor durch den Kathedervortrag, der oft nicht mehr war als das Vorlesen aus einem Lehrbuch.

Und wie geht die Geschichte des Lesens etwa im 19. Jahrhundert weiter? Dafür fehlen bislang gründliche und theoretisch elaborierte Studien. Aus R. Schendas (1977) Untersuchungen ist bekannt, daß die Lesefähigkeit sich erst im Laufe dieses Jahrhunderts breit popularisierte. Unterstützt wurde diese „Demokratisierung des Lesens“ (W. R. Langenbucher, 1975) in der zweiten Hälfte durch die neuen technischen Errungenschaften – 1872/73 durch die Rotationsmaschine und seit 1884 durch Mergenthalers Linotype –, die nun die Massenpresse ermöglichten und die Periodisierung der Erscheinungsweise verdichteten. Ab 1884 war es auch möglich, Fotos in der Presse, besonders in den beliebten Zeitschriften wie der *Gartenlaube*, abzudrucken, was wohl ebenfalls nicht ohne Folgen für das periodische Lesen blieb.

Jedenfalls dürfte zu Beginn des 20. Jahrhunderts, bevor Film und Radio ihren Siegeszug antraten, die tägliche mehrfache Lektüre der verschiedenen Zeitungsausgaben für viele Menschen gewohnt geworden sein. Vermutlich läßt sich daher in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts eine weitere Zäsur des Lesens annehmen, die die vornehmlich zweckorientierte, punktuelle und täglich periodische Lesehaltung neben der überkommenen evasorisch-identitätsstiftenden verstärkte. Allerdings fehlen für diese These noch ausreichend empirische Belege (Kübler 1993).

Auffallend ist jedenfalls, daß zu Beginn des 20. Jahrhunderts etliche – auch schon empirische – Studien zum unterschiedlichen Lesen angestellt wurden, und unvergessen sind auch M. Webers Erwartungen an Untersuchungen zur Zeitungslektüre als Quelle für die Sozialgeschichte insgesamt, die er auf dem ersten Soziologentag 1911 vortrug: „Es sind unzweifelhaft gewaltige Verschiebungen“, behauptet er (Weber 1911, hier: 1986, S.23), „die die Presse da in den Lesegeohnheiten vornimmt, und damit gewaltige Verschiebungen der Prägung, der ganzen Art, wie der moderne Mensch von außen her rezipiert wird.“ Auch W. Benjamins methaphorischer Vergleich, geäußert in seinem symptomatischen *Passagenwerk* (1983, S. 559f), daß der urbane Flaneur und der Journalismus denselben mentalen Ursprung haben, paßt ins Bild.

Wenn durch Computerisierung, Telekommunikation und Multimediatisierung bereits eine weitere Kommunikationsrevolution angestoßen wird, die zweifelsohne viele materialisierte Formen von Kommunikation auflöst und den Bildschirm zum Fokus kommunikativer Tätigkeiten erhebt, an dem auch viele Leseprozesse stattfinden – ist es dann so verwegen, eine neuerliche Mutation und Zäsur des Lesens anzunehmen? Eine, die die finalistische Funktionsbestimmung des Lesens und ihre punktualistische Einlösung nicht aufhebt, sondern eher verstärkt, aber gewissermaßen mit noch ambitiöserem, komplizierendem Anspruch, da nun kombinatorische Potentiale und synthetisierende Kompetenzen hinzukommen. Lesen wird sozusagen hypermedial und integriert in diverse, sog. interaktive Kommunikationstätigkeiten. Seine selbsttätigen Voraussetzungen werden gewissermaßen medial sichtbar und technisch gefordert. Aber schon Gie-

secke weist darauf hin, daß im 15. und 16. Jahrhundert die Eignung von Bildern in Fachtexten diskutiert wurde. Ebenso unvergessen sind Johannes Comenius' Hoffnungen an die Anschaulichkeit des Unterrichts, die mit der Zeitungslektüre besser erreicht würde. So neu sind die Befürchtungen und Erwartungen also nicht, die derzeit an Multimedia geknüpft werden (siehe dazu: Riehm/Wingert 1995).

Solch weitere Veränderungen des Lesens seien nachdrücklich gegenüber den üblichen Lamentos vom angeblich unaufhaltsamen Schwund des Lesens betont, die merkwürdigerweise von Kritikern wie von Verfechtern der sog. neuen Medien gleichermaßen vorgebracht werden – ohne daß die unabweislichen Risiken gering geachtet werden können, die mit der anhaltenden Mediatisierung einhergehen. Sie drohen indes eher aus sozialen und kulturellen Benachteiligungen denn aus technischen Defiziten.

Letztlich wäre eine Medienrezeptionsgeschichte natürlich unvollständig, wenn sie sich nur mit dem Lesen beschäftigen würden: Die Adaptionen und Differenzierungen, die die beiden anderen elementaren Perzeptionen, also das Hören und das Sehen und ihre Kombinationen, mit der Medienentwicklung erfahren haben, sind ebenso gründlich und differenziert aufzuarbeiten; allerdings liegen für sie weitaus weniger ergiebige Quellen und Studien vor.

Betrachtet man etwa die vielfältigen, mitunter recht kuriosen Entdeckungen und Erfindungen, an dessen Ende 1895 die Kinematographie der Brüder Lumière und Skladanowksy stand, so könnte man sagen, daß sich über das gesamte 19. Jahrhundert viele Ideen und Bestrebungen auf die Mechanisierung und Dynamisierung des Sehens und die Realisierung von bewegten Bildern richteten. Inwiefern dieses Erfindungsfieber auch die normale Bevölkerung erfaßte, wäre weiter zu untersuchen (Althen 1995). Immerhin sind schon etliche kulturgeschichtliche Interpretationen darüber angestellt worden, wie die allgemeinen Beschleunigungen und Verdichtungen, die das Sehen der 'laufenden Bilder' mit sich brachte, die Wahrnehmungen und Wirklichkeitsauffassungen insgesamt verändert haben (z.B. Schivelbusch 1979). Eines erlaubt eine solch rezeptions-spezifische Perspektive auf die Mediengeschichte jedenfalls nicht mehr: daß die eine oder andere Rezeptionstätigkeit ungeprüft höher oder niedriger eingeschätzt wird als die andere.

Sind so die systemischen Dimensionen der Medienrezeptionsgeschichte in etwa umrissen, lassen sie sich auch in generations- und individualgeschichtlicher Hinsicht rekonstruieren: Damit sind mediensozialisatorische wie medienbiographische Zugänge angesprochen. Mit der Omnipräsenz der Medien heute lassen sich ihre Spuren schon bei Kindern identifizieren, und sie reichen bis ins hohe Lebensalter. Allerdings sind sie von Generation zu Generation, von Kohorte zu Kohorte unterschiedlich ausgeprägt. Dabei werden sowohl kollektive wie ganz persönliche Muster der Medienrezeption deutlich, die über die biographischen und sozialisatorischen Zeitläufte hinweg eigenwillige Kontaminationen bewirken.

3.2. Intermediäre Rezeptionsprozesse und -ästhetiken: Interdependenzen und Reproduktionen von Medienverbundsystemen

In materialer Hinsicht basiert Mediengeschichte auf der professionellen Rezeption und produktiven Verarbeitung, die die Medien und ihre Produzenten betreiben, und zwar im wachsenden Maß: als sog. Medienverbundsysteme. Sie lassen sich innerhalb der allgemeinen Mediengeschichte gewissermaßen als Querschnitte oder materiale Grundlagen der hernach zu rekonstruierenden Rezeptionsgeschichte verstehen:

Aufgefallen sind sie zunächst in zwei Mediensektoren: zum einen in den Medien für Kinder, wo seit W. Disneys Start in den dreißiger Jahren ganz gezielte Kampagnen mit Figuren und Plots inszeniert werden, und zum andern in der Werbung, in der Medienzitate immer mehr zunehmen. Sie indizieren, daß die Medienmacher inzwischen mit einem breiten Medienwissen des Publikums rechnen können, das sie gezielt für die Akzeptanz ihrer Werbebotschaften einsetzen.

Neben solchen medialen Spezifika lassen sich aber auch grundlegendere strukturelle Momente herausarbeiten, die die medialen Interferenzen prägen: Immer mehr nimmt etwa die Serialisierung der Inhalte zu – zunächst aus ökonomischen, also Rationalisierungsgründen. Daß sie aber auch den Habitualisierungen der Rezeption entspricht oder zu diesen geworden ist, belegen nicht nur die unverändert hohen Einschaltquoten bei den Fernsehserien, vielmehr deuten darauf auch analytische Medienvergleiche hin, die G. Giesenfeld (1994) im Rahmen des Siegener Sonderforschungsbereichs initiierte: „Serialität“ läßt sich dementsprechend in allen Medien und bis zu deren Beginn im 15. Jahrhundert identifizieren.

Bislang erst einmal empirisch ist ein Medienverbund im Jahresquerschnitt untersucht worden: von W. Faulstich und seinen MitarbeiterInnen (1993), ebenfalls im Rahmen des Siegener Sonderforschungsbereichs, und zwar für 1988 mit dem Fernsehen als Leitmedium. Die vielseitige Studie ergab, so das analytische Fazit, daß Fernsehprogrammforschung „nicht mehr zureichend ohne den Bezug bzw. ohne die Vernetzung mit den anderen Medien betrieben werden kann, mithin multimedial angelegt werden muß“ (Faulstich 1993, S.24). Doch solche Vorhaben sind wiederum nur von vielen zu leisten und methodenpluralistisch anzulegen.

Wie schon bei der Mediensozialisation und der Medienbiographie als kollektive wie individuelle Lebensgeschichte angemerkt, konstruieren Generationen und Individuen ihre subjektiven Medienverbundsysteme, die mit den objektiven nicht immer übereinstimmen. Und ihre Zahl wie ihre Modi nehmen mit der weiteren Medienexplosion und -vielfalt natürlich zu. Kriterien oder Mechanismen für diese subjektiven Medienverbundsysteme sind gewiß die Relevanz, der subjektive Nutzen, die emotionale Faszination, aber wohl auch struk-

turelle Voraussetzungen wie zufällige Konstellationen. In der Jugendkulturforschung sind solche Rezeptionsmuster schon vielfach beschrieben worden, für andere, weniger medienaffine Bevölkerungsgruppen weniger. Unter welchen vielfältigen Prämissen und mit welchen Mechanismen sie sich ergeben, das könnte gewiß noch eingehender studiert werden.

3.3. Medienrezeption als kommunikatives Handeln:

Handlungstypen zwischen Medienprodukten und Rezeptionssituationen

Wiederum die Rezeptionsästhetik – etwa W. Iser (1976) – machte darauf aufmerksam, daß in jedem Text Leserrollen bzw. Typen des Rezeptionshandelns antizipiert und inkorporiert sind. U. Rapp (1973) formulierte ähnliche Typen des Zuschauerhandelns für das Theater und unterscheidet den „illusionären“, identifizierenden Typus (Hineinversetzen) vom „inlusiven“, dem „distanzierten Miterleben“ (S.76). Jeweils wird angestrebt, die immanenten Rezeptionsstrategien des Medienprodukts mit den empirischen, situativen Gegebenheiten der Rezeption zusammenzuführen und dadurch strukturelle Optionen für verschiedene Rezeptionsweisen zu konzipieren.

Die empirische Rezeptionsforschung sozialwissenschaftlicher Provenienz hat sich um solche Zusammenhänge zwischen Produkt und Rezeptionshandeln bislang wenig gekümmert: Entweder postulierte sie Wirkungen, die sie allein von den Medien verursacht sah, oder sie befragte die Rezipienten nach mutmaßlichen oder erfahrenen Wirkungsfolgen ab. Erst die schon erwähnte, immer offenkundigere Unergiebigkeit der kausalistisch vorgehenden Wirkungsforschung und die Wende zu den genannten motivations- und/oder subjektorientierten Zugängen ließ die empirische Rezeptionsforschung die Rezeptionssituation als relevante Variable entdecken.

Außerdem erkannte man, daß funktionale Gratifikationserwartungen, wie sie nutzen- und motivationsorientierte Ansätze erheben, von den Rezipienten nicht unabhängig von der Rezeptionssituation gesehen werden; oftmals bestimmt diese die gesamte Rezeption, die Erwartungen wie die konkreten Handlungen, und überlagert die konkrete Inhaltlichkeit des Medienprodukts. Man denke etwa an das Kino, aber auch an habitualisiertes Fernsehen, selbst die Lesesituation ist in der Erinnerung oftmals wichtiger als das jeweilige Buch.

Doch zu einer medienwissenschaftlichen Erkundung solcher Rezeptionssituationen rechnen als Variablen auch die strukturell-ästhetischen Potentiale, die das Medienprodukt infolge seiner Kommunikationstrategien einbringt. Sie sind bislang jedoch nicht systematisch analysiert worden. Erst jüngst machte F. Krotz (1992, S.124) darauf aufmerksam, daß Untersuchungen der Fernsehnutzung auch danach fragen müssen, welche Handlungsrollen dieses Medium auf dem Bildschirm als multimediales Geschehen offeriere, dessen Vermittlungsebenen und dessen Handlungs- und Zeitstrukturen mit dem sozialen Geschehen vor dem Bildschirm korrespondieren. Solche Zusammenhänge hat übrigens auch schon

Günter Anders in seinen medienkritischen Betrachtungen in den fünfziger Jahren vermutet: Die Monade Mensch imaginiert sich ihre Kommunikationspartner aus den Medienfiguren.

Für das Fernsehen lassen sich aus rezeptionsästhetischer Sicht mindestens zwei grundsätzliche Strategien von Rezeptionshandlungen identifizieren (Kübler 1983): die quasi-dialogische auf der einen und die performative auf der anderen Seite. Bei der ersten, der quasi-dialogischen, wendet sich die Fernsehfigur direkt an den Rezipienten und konstruiert mit ihm eine face-to-face-Kommunikation (Typus 'Moderator'), bei der performativen ist der Zuschauer außenstehender Beobachter, er ist nicht in das Handlungsgeschehen einbezogen; vielmehr muß er/sie sich durch Illusionierung und Identifizierung in eine Figur hineinversetzen (Typus 'Spielfilm').

Natürlich gibt es viele Zwischenformen: Shows operieren mit realen mono- oder polylogischen Rezeptionsstrategien, mit dem Publikum im Studio, das das Publikum vor dem Bildschirm repräsentieren sollen. Da Shows und Spiele in der jüngeren Fernsehentwicklung enorm zugenommen haben, scheint ihre repräsentative Form gewissen Bedürfnissen des Publikums zu entsprechen. Doch außer weiteren Differenzierungen solcher Rezeptionsstrategien und ihrer inhaltsanalytischen Registratur in den Programmen könnte es gewiß aufschlußreich sein, sie als strukturelle Momente für die konkrete Erfüllung von Nutzererwartungen beim Publikum empirisch zu verifizieren.

In sie hinein intervenieren natürlich auch die klassischen Fragen nach den Gattungen, Genres und/oder Textsorten. Gewiß lassen sich ihre Definitionen und Charakteristika nicht mehr nur normativ erledigen; ob sie sich allerdings nur empirisch, gleichsam als Summe der erfragten Gattungsvorstellungen, erschließen, wie es die empirische Literaturwissenschaft um S. J. Schmidt anrät, dürfte ebenfalls zweifelhaft sein.

3.4. Medienrezeption als elementare Perzeptions- und Kommunikationstätigkeiten

Wie die einzelnen Perzeptionstätigkeiten, also das Hören, Sehen und Lesen (einschließlich des Sprechens), konkret vor sich gehen, welche kognitiven und emotionalen Prozesse dabei ablaufen, mag in der einen oder anderen Disziplin so oder so beschrieben und womöglich gar geklärt sein, in medienspezifischen Kontexten wird nach wie vor viel spekuliert und vorschnell beurteilt.

Immer noch wird Lesen und Fernsehen gegeneinander ausgespielt. Fernsehen gilt dabei für die Entwicklung des Kindes als schädlicher, etwa auch gegenüber Hörspielen. Befürchtet werden vom Fernsehen die Abstumpfung der Phantasie, die Beeinträchtigung der Sprachentwicklung und die Verführung zu dissozialen Motiven und Handlungen.

Unangefochten hoch bewertet wird inzwischen hingegen das Lesen in nahezu allen Bevölkerungskreisen. Das war nicht immer so, vielmehr hat sich diese

Hochachtung erst in den letzten Jahrzehnten gebildet. All diese Urteile sind nicht etwa an konkrete Lesestoffe und Medienprodukte geknüpft, sondern beziehen sich auf die Perzeptionstätigkeiten per se. Doch obwohl diese Wertungen unaufhörlich wiederholt und uneinsichtig beschworen werden, lassen sich keine veritablen Beweise finden, die sie in dieser abstrakten Pauschalität bestätigen würden. Immer sind weitere soziale und kulturelle, psychisch-mentale und auch mediale Faktoren im Spiel, die die Akzente in die eine oder andere Richtung verschieben – und dies mindestens seit den ersten erheblichen Forschungsanstrengungen, die die *Sesamstraße* Ende der sechziger Jahre anstieß.

Daher finden sich höchstens heuristische Explikationen: Eine, die B. Hurrelmann (1994) vorbringt, beruft sich auf kommunikationspsychologische Überlegungen und unterscheidet zwischen der „Sprache der Nähe“, wie sie die Alltagskommunikation darstellt, und der „Sprache der Distanz“, wie sie uns in gedruckten, insbesondere in literarischen Texten begegnet. Diese begünstige in diversen Rekonstruktionen und Re-Codierungen, wie sie der Leseprozeß verlangt und ermöglicht, das Erlernen von Begriffen und die Schärfung ihrer Semantik. Welche mentalen Hilfen dabei in Anspruch genommen werden, ob es etwa innerer Verbalisierungen bedarf und welche Rolle Veranschaulichungen dabei spielen, muß B. Hurrelmann außer Acht lassen.

Umgekehrt scheint in der Semiotik und Kognitionstheorie ebensowenig entschieden zu sein, ob die Entschlüsselung und Interpretation von Bildern nur über innere Verbalisierungen laufen kann oder ob diese direkt als kognitive Abbilder perzipiert werden. Die Erfahrungen und Studien mit Kindern zeigen, daß Kombinationen von beiden, also verbale Kommunikation und bedachte audiovisuelle Unterweisung, die besten Ergebnisse zeitigen.

Mit der massiven Expansion des Fernsehens werden dem Sehen namentlich in pädagogischen Kreisen noch gravierendere Wirkungen zugeschrieben: nämlich der Schwund des Wirklichkeitssinnes bzw. der Verlust der sog. primären, authentischen Wirklichkeit überhaupt: „Sie“ – die Kinder – behaupteten schon 1980 H. Hengst und K. W. Bauer in ihrem Essay *Wirklichkeit aus zweiter Hand* – „sehen die erste Welt mit Augen an, deren Sehvermögen sich in der Betrachtung der zweiten herausbildete. Die zweite Welt hört auf, Scheinwelt zu sein. Die herkömmliche Vorstellung von authentischen Erfahrungen wird problematisch“ (Bauer/Hengst 1980, S.55). Seither sind diese Diagnosen oder auch Propezeiungen mehrfach wiederholt worden – etwa auch von N. Bolz (1994) –, und zwar mit der Tendenz, immer massivere, ja totalitäre Mutationen zu unterstellen, so daß eigentlich für Kinder längst kein Raum mehr für unmittelbare, authentische Erfahrungen bleiben dürfte. Daß dem nicht so ist, läßt sich indes jeden Tag erleben.

Inzwischen haben jedoch einige anders orientierte Fallstudien diese Behauptung weitgehend relativiert und diagnostizieren gegenteils thematische Voreingenommenheiten, die Kinder aus ihren realen Erfahrungen und authentischen

Bestrebungen beziehen und mit denen sie die Rezeption von Medien strukturieren. Immer noch seien elementare Entwicklungsaufgaben wie etwa das 'Groß und Stark-Werden', die Unterscheidung von 'gut' und 'böse', die Vermeidung von Angst und der Gewinn von Zuneigung vorrangig und werden höchstens mit Medienflugren exemplifiziert. Mit ihnen können diese prekären Strebungen vom eigenen Ich distanziert werden (Charlton/Bachmair 1990).

Für medienwissenschaftliche Zugänge müßten Fragen nach der Wirklichkeitskonstitution bzw. der Qualität von Wirklichkeitswahrnehmung von hoher Bedeutung sein, schließlich gehört die Dualität von Realität und Fiktion, die Mimesis, zu den kardinalen Fragen ihrer Stammwissenschaften, der Ästhetik und der Literaturwissenschaft. Sie weiterhin allein populärwissenschaftlichen Spekulationen zu überlassen, könnte fahrlässig sein.

Denn Illusionierung und Imaginierung schrieb man schon den traditionellen Medien, insbesondere dem Theater und erst recht dem Kino, zu. Die elektronischen Medien in häuslichem Umfeld erzeugen keine solch totale räumlich-zeitliche Inszenierung; sie sind vielmehr in die alltägliche Banalität verwoben und dies immer mehr. Weshalb sie dennoch diese verdrängen und nicht etwa – freilich suggestiv – bestätigen sollten, müßte noch eingehender untersucht werden. Jedenfalls dürfte es wiederum fraglich sein, unterschiedliche Formen der Wirklichkeitskonstitution entweder spekulativ zu konzipieren oder nur empirisch zu ergründen. Eine überlegte, transparente Kombination aus theoretischer Strukturanalyse und der empirischen Erkundung ihrer konkreten Repräsentanzen dürfte den subjektiven Realitäten näher kommen.

3.5. Medienrezeption als subjektive Voraussetzungen für Medienpädagogik

Wer die Höhen und Tiefen der Medienpädagogik, ihre Aufgeregtheiten, Warnungen wie Bemühungen der letzten Jahrzehnte beobachtet und mitgetragen hat, der wird nicht umhin können, die Gründe für diese Konjunkturen nicht zuletzt in ihrer meist unbedachten Fixierung auf die Medien selbst zu sehen. Aus deren technischen Qualitäten und Formaten sowie aus deren meist nur angenommenen inhaltlichen Dimensionen, mehr noch aus den vermuteten Wirkungen von Technik und Inhalt des jeweiligen Mediums leiteten die medienpädagogischen Vertreter ihre Ziele und didaktischen Aufgaben ab, aus ihnen erschlossen sie ihre Warnungen und ihre positiven Erwartungen, und dies tun sie vielfach bis heute so. Wann immer ein neues Medium auftauchte, entzündeten sich an ihm jeweils kontroverse Einschätzungen und Intentionen:

Die einen, eher technokratisch Gesonnenen, wollen mit ihm das Lernen verbessern und variieren, sie schwärmen von neuen Chancen und effizienteren Strategien; die anderen, die man als Bewahrpädagogen und Kulturkritiker kennzeichnet, fürchten allenthalben Verführungen, Konfusionen oder gar Beschädigungen bei den nachwachsenden Generationen und fordern für die jeweiligen Medien Reglementierungen struktureller und individueller Art. Daß sowohl ihrem

Urteil wie auch den mutmaßlichen Wirkungen bei den Educanden Rezeptionen dieser Medien und ihrer Inhalte vorausgehen und diese stets individuell unterschiedlich ausfallen, lassen die Protagonisten beider Seiten meist außer Acht. Daher sei nachdrücklich betont: Medienpädagogisches Handeln gründet unausweichlich auf Medienrezeption aller Handelnden; seine Gegenstände und Ziele sind nicht die Medien per se, sondern die subjektiven Medienrezeptionserfahrungen. Medienpädagogisches Handeln bleibt an die Subjekte gebunden und auf sie orientiert, sonst wäre es keine Pädagogik mehr.

Selbst der auf W. Humboldt zurückführbare Begriff der Kompetenz, der zwischenzeitlich zur obersten Maxime der Medienpädagogik avancierte, wird oftmals objektivistisch bestimmt: als bestimmte Fähigkeiten, die von den Medien deriviert werden, und nicht als subjektives Vermögen der jeweils Handelnden – obwohl die modernen Interpreten des Kompetenzbegriffs – z.B. N. Chomsky und J. Habermas – ihn durchaus als genetisch und sozialisatorisch erworbene Option des Individuums entwickelt haben.

Immerhin haben die jüngsten theoretischen Fundierungen von Medienpädagogik im Kontext des bereits erwähnten Paradigmenwechsel der Medienforschung die subjektive Wendung konsequent gefordert, teilweise bereits auch vollzogen. Zu Hilfe kamen ihnen dabei die Diskussionen und Erkenntnisse um die qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung, so daß pädagogische Medienforscher heute die überzeugtesten Vertreter und die produktivsten Anwender qualitativer Medienforschung sind. Ihre Befunde und Interpretationen haben mittlerweile auch bei der repräsentativ-analytischen Medienforschung Anerkennung gefunden, so daß mehrheitlich eine Kombination aus beiden Methoden vertreten wird.

Aber Diskrepanzen bestehen ebenso fort, nicht nur zur populärwissenschaftlichen und oftmals meinungsbestimmenden Medienerziehung. Auch die medienpädagogische Didaktik formuliert ihre Ziele und Stoffe meist noch objekt-determiniert, also bestimmt von den Medien, ihren Formen und Inhalten, und nicht von den Medienerfahrungen der Educanden aus.

Dabei eröffnet sich ständig jene Kluft zwischen den alltäglichen Medienerfahrungen von Kindern und Jugendlichen und den abstrakten, oftmals normativ begründeten Zielen, die zumal schulischen Unterricht kennzeichnen. Diese Diskrepanzen sind aus der Lesedidaktik hinreichend bekannt und schon vielfach beklagt worden. Bei den modernen Medien, die nicht mehr unbestreitbar Kultur- und Bildungsgüter repräsentieren, werden sie noch deutlicher und schmerzlicher erfahren, weshalb viele Schüler solchen Medienunterricht boykottieren.

Es bedarf daher immer wieder und stets von neuem synthetischer Anstrengungen, um alltägliche Medienerfahrungen und didaktische Zielen miteinander zu verbinden; aber eine latente Kluft, wenn nicht Opposition dürfte wohl bleiben. Als konstruktive Wege haben sich produktive und kreative Umgangsweisen

mit den Medien erwiesen, die sich zumal mit den neuen interaktiven Optionen der Medien verstärken und vervielfältigen werden. Aber zugleich bedarf es weiterer Grundlagenforschung, um Pädagogik und Didaktik der Medien mit den bereits aufgezeigten Erkenntnissen zu fundieren und zu differenzieren.

3.6. Subjektive Rekonstruktion von Medienrezeption: Generierung von Textualität

Am Ende seien daher noch einmal ausdrücklich die methodologischen Dimensionen angesprochen, die medienwissenschaftliche Rezeptionsforschung impliziert bzw. einschließen müßte. Sie ist wie alle Rezeptionsforschung erfahrungswissenschaftlich, freilich nicht nur im engen positivistischen Sinne, sondern auch – gemäß ihrer szientifischen Herkunft – im theoretischen. Und darin ist nicht zuletzt die Besonderheit bzw. Chance von Medienwissenschaft begründet. Die Diskussionen um die qualitativen Methoden haben namentlich den Prozeß der Datenerhebung durchleuchtet, ihn als Verstehens- und Verständigungsprozeß erkannt und darauf aufmerksam gemacht, welch wichtigen Part darin den Probanden zukommt:

Ihre Wirklichkeitsauffassung, -verarbeitung und artikulierte Wirklichkeitsinterpretation sind prinzipiell unhintergebar, auch wenn sie viele analytische Verfahren ausblenden wollen. Selbst der reduktionistischste Fragebogen rekurriert unweigerlich auf die Interpretation und die Expression der Befragten; sie methodisch einzubeziehen und konstruktiv zu wenden, ist das theoretische, aber auch ethische Anliegen der qualitativen Methoden.

Mehr noch als bei gegenständlichen Erfahrungen ist dieses Anliegen gefordert, wenn es um die Erforschung von – möglichst allgemein – symbolischer Interaktion, von Kommunikation geht. Denn dabei sind die Zirkularität und Rekursivität, das hermeneutische Verstehen, unaufhebbar; eine materielle Folie, ein physikalischer Maßstab existieren bekanntlich nicht: Was medial produziert und präsentiert wird und was subjektiv perzipiert und interpretiert wird, erschließt sich nur durch vielfältige Konstruktions- und Rekonstruktionsprozesse; die letztlich unabgeschlossen, unvollständig und approximativ bleiben.

Wie elementar Sprache und Zeichenhaftigkeit für die Wahrnehmung des Menschen sind, läßt sich daran erkennen, daß viele Disziplinen Perzeption und Kognition textorientiert konzipieren:

– Die Entwicklungspsychologie stellt sich seit R.C. Schank und R. P. Abelson (1977) die allmählich kognitive Strukturierung von Handlungen und Erfahrungen beim Kind so vor, daß es in den zufälligen Situationen und Interaktionen „scripts“, also relativ konstante Figurationen, entdeckt bzw. rekonstruiert, die durch ihre wiederholte Abfolge und ihre soziale Verbreitung auch für das Kind ontogenetische Bedeutung erlangen.

– J. Bruner (1983; dt. 1987) bezeichnet in seiner Sprecherwerbtheorie die standardisierten Interaktionsmuster, mit deren Hilfe das Kind die Regelmäßigkeit

von Sprache rekonstruiert, als Formate; und in einer Fallstudie arbeitet er das gemeinsame Lesen von Büchern durch Mutter und Kind als eines der effektivsten Spracheinführungs-Formate heraus.

– Schließlich haben die ethnologischen Jugendstudien des Birminighamer CCCS (Center for Contemporary Culture Studies) schon in den siebziger Jahren den Stil als kompakte, wenn auch zeitweilige Kreation jugendlicher Subkulturen entdeckt und beschrieben (Clarke u.a. 1979).

Nicht von ungefähr lassen all diese analytischen Kategorien ihre textlich-semiotische Provenienz erkennen; außerdem tauchen sie als alte oder neue Termini in der Medienproduktion und in ihrer analytischen Betrachtung auf: Script figuriert als Synonym für plot, Format ist das Zauberwort für das Marketing elektronischer Medien, besonders für die Zielgruppenorientierung und Musikfarbe geworden. Nur der Stil blieb der konventionellen Schreibe verhaftet.

Aus rezeptionsanalytischer Sicht könnten diese Kategorien willkommene analytische Brücken zwischen objektivierter (Medien-)Kultur und ihrer subjektiven Aneignung formulieren und so – zumindest tentativ – die erwähnten Lücken schließen. Zugleich indizieren sie, daß die Verzahnungen zwischen medialer Inszenierung und individueller Imagination bzw. Rekonstruktion immer enger werden und oft kaum mehr präzise zu unterscheiden sind. Daher finden sie sich auch immer häufiger als heuristische Vokabeln in der qualitativen Medienforschung, allerdings bedürfen sie noch der weiteren analytischen Differenzierung und empirischen Konkretion.

Für die medienwissenschaftliche Rezeptionsforschung erscheint es nicht nur naheliegend, sondern ausgesprochen reizvoll, die narrativen 'Texturen' die sich die Menschen bei der Perzeption von symbolischer Interaktion machen, im Erhebungsprozeß hervorzulocken. Dabei muß sie natürlich einkalkulieren, daß die artikulierten Rezeptionstexte möglicherweise nicht identisch sind mit denen, die im Kopf als Texturen ersten Grades entstanden sind und noch nicht die Rationalisierungen durch die sprachliche Artikulation durchlaufen haben.

Aber näher kommt wissenschaftliche Forschung kaum an die Perzeptionen heran. Auch bei nonverbalen, projektiven Methoden ist es ja nicht ausgemacht, daß deren objektivierte Resultate nicht ebenfalls – wenn auch andere – Rationalisierungen durchlaufen. Allein die von der behavioristischen Psychologie favorisierten physiologischen Messungen kommen ohne sie aus; doch ihre Attribuierungen leisten die verwendeten Apparate, die Laborsituation und vor allem die ebenfalls unvermeidlich dezisionistische Indexikalisierung der Meßwerte.

Mit Texten und bewährter textwissenschaftlicher Methodik kann die medienwissenschaftliche Rezeptionsforschung mithin operieren, wenn sie sich analytisch auf Rezeptionstexte orientiert; diese können unterschiedlicher Genese, Form und Qualität sein. Natürlich gerät sie mit der Auswertung in die inzwischen vielfach begründete und exemplizierte Vielfalt von Interpretationsmetho-

diken, die – grob polarisiert – vom naiven, impressionistischen Verstehen über linguistische Diskursanalysen bis zur artifiziellen objektiven Hermetik reichen. Aber allesamt entstammen sie der Tradition und Aufgabendefinition der Textwissenschaften.

4. Ausblick

In dem kürzlich erschienenen Sammelband *Kulturinszenierungen* (Müller-Doohm/Neumann-Braun, 1995) behauptet G. Schulze (1995, S. 370), die nun anbrechende Ära der „entgrenzten Medien“ könne man nicht mehr mit „altgedienten Begriffen wie Konsum und Rezeption“ erfassen – ohne allerdings hinreichend plausibel zu erläutern, was an deren Stelle treten soll. Denn auch Interaktion mit Multi-Media und Hypertextualität basieren ja auf menschlicher Wahrnehmung, Verarbeitung, Interpretation und textbezogener Artikulation.

Hier ist hingegen zu zeigen versucht worden, welche konstruktiven Optionen in der Erforschung von Medienrezeption stecken und welche Aufgaben noch auf sie warten. Denn für die Medienwissenschaft müßte vorrangiges Ziel sein, wie es H. Böhme auf dem Aachener Germanistentag 1991 postulierte, den „durch die Medientechnologien induzierten sozialen und kulturellen Wandel zu untersuchen“ (Böhme 1994, S. 22). Und ein zentraler analytischer Fokus ist sicherlich die Medienrezeption in der hier skizzierten sachlichen wie analytischen Vielfalt.

Literatur

- Althen, M. (1995): Und es ward Licht. Von Hasardeuren, Taschenspielern, Eigenbrötlern und anderen Erfinder: Einblicke in die Vor- und Frühgeschichte des Kinos. In: DIE ZEIT, Nr. 29. Dezember 1995, S. 37
- Bauer, K. W. u. Hengst, H. (1980): Wirklichkeit aus zweiter Hand. Kindheit in der Erfahrungswelt von Spielwaren und Medienproduktion. Reinbek bei Hamburg
- Benjamin, W. (1983): Das Passagen-Werk. Hrsg. v. R. Tiedemann. 2 Bde. Frankfurt/M.
- Böhme, H. (1994): Literaturwissenschaft in der technischen und ökologischen Welt. In: Jäger, L. u. Switalla, B. (Hrsg.): Germanistik in der Mediengesellschaft. München, S. 63 – 77
- Bolz, N. (1994): Das kontrollierte Chaos. Vom Humanismus zur Medienwirklichkeit. Düsseldorf u.a.
- Bruner, J. (1983; dt. 1987): Wie das Kind sprechen lernt. Bern u.a.
- Charlton, M. u. Bachmair, B. (1990): Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. München u.a. (Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Nr. 24)
- Clarke, J. u.a. (1979): Jugendkultur als Widerstand. Frankfurt/M.
- Engelsing, R. (1973): Analphabetentum und Lektüre. Zur Sozialgeschichte des Lesens in Deutschland zwischen feudaler und industrieller Gesellschaft. Stuttgart
- Faulstich, W. (1993): Das Fernsehen im Produktverbund mit anderen Medien. Untersuchungen zum Fernsehjahr 1988. Heidelberg
- Faulstich, W. (1994): Einführung: Zur Entwicklung der Medienwissenschaft. In: Ders. (Hrsg.):

- Grundwissen Medien. München, S. 9 – 15
- Frühwald, W. u.a. (1991): Geisteswissenschaften heute. Eine Denkschrift. Frankfurt/M.
- Giesecke, M. (1991): Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt/M.
- Giesenfeld, G. (1994): Endlose Geschichten. Serialität in den Medien. Hildesheim u.a.
- Glaser, H. A. (Hrsg.) (1980ff): Deutsche Literatur. Eine Sozialgeschichte. Reinbek bei Hamburg. 10 Bde
- Hurrelmann, B. (1994): Familie und Schule als Instanzen der Lesesozialisation. In: Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes, 41. Jg., H. 1, S. 27 – 40
- Iser, W. (1976): Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung. München
- Jauß, J.R. (1970): Literaturgeschichte als Provokation. Frankfurt/M.
- Katz, E. & Foulkes, D. (1962): On the Use of the Mass Media as „Escape“. Clarification of a Concept. In: Public Opinion Quarterly, 26, No. 3, p. 377 – 388
- Katz, E. u. Lazarsfeld (1955; dt. 1962): Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung. Wien
- Krotz, F. (1992): Handlungsrollen und Fernsehnutzung. Umriss eines theoretischen und empirischen Konzepts. In: Rundfunk und Fernsehen, 40 Jg., H. 2, S. 222 – 246
- Kübler, H.- D. (1983): Fernsehgenres und Nutzenansatz. in: H.-A. Herchen (Hrsg.): Aspekte der Medienforschung. Frankfurt/M., S. 9 – 34
- Kübler, H.- D. (1993): Unbeachtete Zeitungleser. Analytische Streifzüge zu einem weitgehend vernachlässigten Paradigma der Mediengeschichte und Rezeptionsforschung. In: Medien & Zeit. Forum für historische Kommunikationsforschung, 8. Jg., 1993, H. 4, S. 6 – 13
- Kübler, H.- D. (1994): Kommunikation und Massenkommunikation. Ein Studienbuch. Münster und Hamburg
- Langenbacher, W. R. (1975): Die Demokratisierung des Lesens in der Zweiten Leserevolution. In: H. G. Göpfert u.a. (Hrsg.): Lesen und Leben. Frankfurt/M. S. 12 – 35
- Müller-Dohm, S. u. Neumann-Braun, K. (Hrsg.) (1995): Kulturinszenierungen. Frankfurt/M.
- Rapp, U. (1973): Handeln und Zuschauen. Untersuchungen über den theatersoziologischen Aspekt in der menschlichen Interaktion. Darmstadt und Neuwied
- Riehm, U./Wingert, B. (1995): Multimedia. Mythen, Chancen und Herausforderungen. Mannheim
- Schank, R.C. & Abelson R. P. (1977): Scripts, plans, goals and understandig. Hillsdale
- Schanze, H. (1995): Neue Medien – Digitalmedien – Multimedia. Versuch einer Definition. In: Medienwissenschaft 4/1995, S. 395 – 401
- Schenda, R. (1977): Volk ohne Buch. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe 1770 – 1910. München
- Schivelbusch, W. (1979): Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert. Frankfurt/M, Berlin und Wien
- Schön, E. (1987): Der Verlust der Sinnlichkeit oder Die Verwandlungen des Lesers. Mentalitätswandel um 1800. Stuttgart
- Schulze, G. (1995): Das Medienspiel. In: Müller-Dohm/Neumann-Braun (Hrsg.).a.a. O., S. 363 – 378
- Weber, M. (1911;1986): Zu einer Soziologie des Zeitungswesens. In: W.R. Langenbacher (Hrsg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen. Wien, S. 18 – 24