media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Siegfried Kaltenecker

Ien Ang: Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World

1997

https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3805

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Kaltenecker, Siegfried: Ien Ang: Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 14 (1997), Nr. 1, S. 38–41. DOI: https://doi.org/10.17192/ep1997.1.3805.

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.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

II Medien / Kultur

Ien Ang: Living Room Wars.
Rethinking Media Audiences for a Postmodern World
London, New York: Routledge 1996, 208 S.,
ISBN 0-415-12801-3, $ 12.99

Living Room Wars nennt die australische Kulturwissenschaftlerin Ien Ang die Sammlung ihrer zwischen 1985 und 1994 entstandenen Medienreflexionen. Doch von welchen Kriegen ist die Rede? Wie erfüllen sie die multimedialisierten Wohnzimmer? Und inwiefern nimmt darin ein postmodernes Publikum Platz? Abseits klischeehafter Platitüden und falscher Generalisierungen versucht Ang die Postmoderne erst einmal als eine Welt der kulturellen Widersprüche zu begreifen: Widersprüche, die den komplexen Entwicklungen einer in vieler Hinsicht pluralisierten und internationalisierten Medienlandschaft entspringen; Widersprüche, die mit der Zerstreuung der Medienpublika zu tun haben; aber auch Widersprüche, die mit dem gesamten Chaos spätkapitalistischer Hegemonialisierungsprozesse verbunden sind. Dementsprechend habe die Postmoderne in wissenschaftlicher Hinsicht vor allem eine neue Aufmerksamkeit für politische Diskontinuitäten und epistemologische Brüche mit sich gebracht. Die homogenen und eindimensionalen Festschreibungen der Moderne weichen der zeitgenössischen Erfahrung eines Fragmentarischen und Instabilen, das immer nur vorläufig und partiell zu fixieren ist.

Es ist diese Unmöglichkeit eindeutiger Fixierungen, die einen der zentralen erkenntnistheoretischen Ausgangspunkte der hauptsächlich auf das Fernsehen konzentrierten Studien bildet. Unter Angs feministisch-poststrukturalistischer Perspektive sind die fernsehspezifischen Kommunikationsprozesse weder auf rigide Sender- und Empfängermodelle zusammenzuschnüren noch lassen sich die FernseherInnen selbst zu passiven Ideologie-KonsumentInnen verdinglichen. Wie die unterschiedlichsten Publikumsforschungen in der Tradition der Cultural Studies verdeutlicht haben, werden ideologische Positionen nämlich nicht mechanistisch und uniform übernommen, sondern in vielfältigen, den jeweiligen Lebensumständen entsprechenden Bedeutungsprozessen aktiv ausgehandelt. Geschlechtliche, klassenspezifische, ethnische oder nationale Identitäten sind – so Angs vor allem an Laclau/Mouffes Diskursanalysen anschließendes Credo – als partikuläre Konstruktionen innerhalb überdeterminierter, sich immer wieder verändernder Rahmenbedingungen zu betrachten.

Vor diesem Hintergrund machen gerade die postmodernen Differenzierungs- und Dezentralisierungsprozesse eine radikale Kontextualisierung des Fersehens unumgänglich. Die positivistischen und funktionalistischen Methoden der traditionellen Massenkommunikationsforschung sind dafür allerdings ebenso un-

geeignet wie die monolithischen Verblendungs- und Manipulationsthesen vieler 'kritischer' Medientheorien. Gegen deren Kontroll- und Normierungsparadigmen geht es darum, die heterogenen Aktivitäten des Publikums ins Auge zu fassen. Das bedeutet die Abkehr von ahistorischen Generalisierungen (von der 'allgemeinen' Analyse eines Medientextes über die 'grundlegenden' Unterhaltungs- und Informationsfunktionen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens bis hin zum 'durchschnittlichen' Zuschauer idealtypischer Publikumsvermessungen) und die Anerkennung jenes dialogischen Bedeutungsraumes, für dessen Erforschung die Begriffe der Veränderbarkeit, der Vielfalt und der Differenz entscheidend sind. „Methodological situationalism" nennt Ang jene interdisiziplinäre, selbstreflexive und transparente Form empirischer Publikumsforschung, die die durch und durch situativen, stets kontextabhängigen Weisen wahrnimmt, „in which people encounter, use, interpret, enjoy, think and talk about television and other media in everyday life. The understanding emerging from this kind of inquiry favours interpretive particularization over explanatory generalization, historical and local concreteness rather than formal abstraction, 'thick' description of details rather than extensive but 'thin' survey" (S.70f). Und erst ein solches Verständnis ermögliche jene „ethnography of viewing" (S.22), die das unterschiedliche Fernsehen der unterschiedlichsten FernseherInnen in differenzierter Weise zu umreißen erlaubt.

Wie Ang bereits in ihrer rezeptionsanalytischen Studie *Watching Dallas* verdeutlicht hatte, wird der vermeintlich simple Akt des Fernsehens stets von einer Vielzahl widersprüchlicher Praxen bestimmt: von den individuellen Taktiken der Programmauswahl, die den unterschiedlichsten Lüsten und Interessen folgen; vom alltäglichen Nebenbei des „Switching" und „Zapping", das mit verschiedenen Aufmerksamkeitsspannen verbunden ist; von den neuen Technologien des Kabel- und Satellitenfernsehens oder des Videorecorders, die das Angebot vervielfacht und den Medienkonsum diversifiziert haben; und nicht zuletzt von einem häuslichen Kontext, der diesen Medienkonsum immer schon in familien- bzw. geschlechterpolitische Machtverhältnisse einschreibt. Das macht das Fernsehen insgesamt zu einer überaus chaotischen Rezeptionspraxis, deren multiple Formen eben niemals eindeutig zu messen oder gar ein für allemal zu fixieren sind. „Watching TV is no more than a shorthand label for a wide variety of multidimensional behaviours and experiences implicated in the practice of television consumption." (S.68)

In *Living Room Wars* vertieft und erweitert Ang jedoch nicht nur das Verständnis jener alltagspraktischen „struggles over meaning" (S.10), die jeden Rezeptionsprozeß bestimmen; sie fokussiert auch die zahlreichen Schwierigkeiten und Gefahren, mit denen sich jeder Versuch seiner ethnographischen Erforschung zwangsläufig konfrontiert sieht. Im Zuge der zahlreichen Cultural Studies-Forschungen sei etwa der Begriff des „aktiven Publikums" selbst zu einer mythischen Diskursfigur geworden, die – z. B. bei John Fiske – unmittelbar mit

populärkultureller Demokratie verbunden wird. Die selbstbestimmte Auswahl von Fernsehprogrammen und Fernsehzeiten impliziert allerdings weder einen bewußten Widerstand gegen die Medienindustrie noch deren unbewußte Subversion. Gegen deren tendenzielle Romantisierung als machtvoll und autonom begreift Ang die „freie Wahl" vielmehr als neue Form einer kulturindustriellen Konsumideologie, die die räumliche und diskursive Ausdehnung der Medientechnologien legitimiert. „Seen this way, the figure of the 'active audience' has nothing to do with 'resistance', but everything to do with incorporation: the imperative of choice interpellates the audience as 'active'!" (S.12) Konsequenterweise zielt die von Ang programmierte Ethnographie auf eine dialektische Reflexion der mikropolitischen *Living Room Wars* und der Makropolitik spätkapitalistischer Kulturindustrien ab. Entgegen der tendenziellen Dichotomisierung von Populärem und Hegemonialem geht es ihr um das untrennbare Mit- und Ineinander von Widerstand und Unterordnung, Opposition und Komplizenschaft, Affirmation und Kritik, kurz: um die widersprüchlichen Machtstrukturen, die jeder Medienrezeption eingeschrieben sind: „The critical import of audience ethnography, placed within the larger theoretical project of critical cultural studies, should be seen in this context: it is to document how the bottom-top, micro-powers of audience activity are both complicit and resistive to the dominant, macro-forces within capitalist postmodernity." (S.171)

Dem Mangel an Systematik und Generalisierbarkeit, die die ethnographische Erforschung dieser Machtstrukturen oft bestimmt, sei jedoch keineswegs durch epistemologische Perfektion, also den letztendlich vollkommen paralysierenden Anspruch auf die vollständige Beschreibung der sich ständig verändernden Fernsehrealitäten zu begegnen. Allein die Vergegenwärtigung jener „uncertain trajectories of the politics of narrative and narration, of story and discourse" (S.74) könne der tatsächlichen Komplexität der Fernseh-Erfahrungen gerecht werden. Diese Form eines ethnographischen 'Geschichtenerzählens' betont die Relativität und Vorläufigkeit jeder Erkenntnis, die immer nur bestimmte Faktoren fokussieren und auf arbiträre Schließungen abzielen kann. „(D)oing ethnography", so Angs Schlußfolgerung, „is itself a political intervention in that it helps to construct the culture it seeks to describe and understand, rather than merely reflect it" (S.101).

Es sind diese Formen kritischer De-Konstruktion, die mir Angs Studien besonders wertvoll erscheinen lassen. Ob sie nun die Dilemmata der klassischen Massenkommunikationsforschung, die Aporien diverser audience ratings, die Dialektik von medialer Globalisierung und lokaler Aneignung oder die Gleichzeitigkeit affirmativ-komplizenhafter und widerständig-autonomer Rezeptionsformen fokussiert – stets sind ihre Auseinandersetzungen von ebenso vor- wie umsichtigen Reflexionsformen geprägt, die ihre Gegenstände genau differenzieren, ohne selbst auf 'objektive Wahrheiten' abzuzielen. Freilich macht die offene politische Positionierung ihre Texte zumindest ebenso streitbar wie ihr

poststrukturalisisches Plädoyer für die Relativierung ideologiekritischer Positionen. Inwiefern die Medientheorie tatsächlich die Ambivalenzen der Massenkultur in sich aufnehmen müsse, bleibt in dieser Hinsicht wohl ähnlich fragwürdig wie die von ihr veranschlagten fließenden Übergänge zwischen „populistischen" und „situationistischen" Forschungspositionen. Daß Ang diese Fragen jedoch nicht nur aufwirft, sondern ihrer Diskussion selbst einen umfassenden Kontext bereitstellt, unterstreicht die besondere Produktivität ihrer Auseinandersetzungen.

Siegfried Kaltenecker (Wien)