Sammelrezension: Medien und Alltag

Jutta Röser, Tanja Thomas, Corina Peil (Hrsg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 317 S., ISBN 978-3-531-15916-4, € 34,90

Michael Simon, Thomas Hengartner, Timo Heimerdinger, Anne-Christin Lux (Hrsg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags

Münster: Waxmann 2009 (Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/ Volkskunde, hg. v. d. Gesellschaft für Volkskunde in Rheinland-Pfalz e.V. Bd. 3), 586 S., ISBN 978-3-8309-2179-0, € 39,90

Spätestens seit Henri Lefèbvre dreibändiger *Kritik des Alltagslebens* (franz. ab 1958; deutsch München ab 1974), Roland Barthes *Mythen des Alltags* (franz. 1957; deutsch Frankfurt/M. 1964) und Agnes Hellers *Alltagsleben* (Frankfurt/M. 1978) ist Alltag als soziologische Kategorie eingeführt. Volkskunde und Ethnologie beschäftigten sich schon früher mit ihm, freilich eher phänomenologisch oder auch verklärend, zumal unter anderen begrifflichen Vorzeichen. Die deutsche Soziologie widmete ihm eine umfassende Aufarbeitung im Sonderheft 20/1978 der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* (hg. von René König und Friedhelm Neidhardt). Und mit der Rezeption der *Cultural Studies* in den 1980er Jahren wurden Zusammenhänge zwischen Alltag und Lebensweise auf der einen und (rebellischem) Mediengebrauch bzw. dysfunktionaler Medienaneignung auf der anderen Seite rekonstruiert. Eine ihrer prominenten Vertreterinnen, Ien Ang („Radikaler Kontextualismus und Ethnographie in der Rezeptionsforschung“. In: Hepp, Andreas/Winter, Rainer [Hg.]: *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. [Opladen 1997], S. 95 – 102), hat diese Sichtweise als „radikalen Kontextualismus“ der Cultural-Studies-Rezeptionsforschung apostrophiert. (S.11) Methodisch erschließbar erschienen sie vor allem durch die Entwicklung und Erprobung qualitativer Verfahren wie der objektiven Hermeneutik Ulrich Oevermanns, von rekonstruktiven Vorgehensweisen, der Gesprächsanalyse (wie von Angela Keppler) und insgesamt von narrativen Interviews. Möglicherweise ist dieser Fundus ein wenig in Vergessenheit geraten, obwohl die beiden Handbücher zur qualitativen Medienforschung, das von Lothar Mikos und Claudia Wegener (*Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. [Konstanz 2005]) und das von Ruth Ayaß und Jörg Bermann (*Qualitative Methoden der Medienforschung*. [Reinbek bei Hamburg 2006]), solchen Tendenzen entgegenwirken wollen. Angesichts dieser beachtlichen Tradition verwundert es schon, wenn die Herausgeberinnen des Readers *Alltag in den Medien – Medien im Alltag* gleich in der Einleitung behaupten, „Alltagsbezüge [seien in der deutschsprachigen Kommunikations- und

Medienwissenschaft] lange Zeit marginalisiert [worden], nur selten standen sie im Zentrum der Betrachtung“ (S.9) und erst in jüngster Zeit seien sie anerkannt. Solche Einschätzung kann wohl nur zutreffen, wenn man diese Disziplin recht eng – etwa entlang der früher rigorosen Terrainbehauptung der DGPuK – auslegt oder wenn man sein eigenes Tun als besonders innovativ oder ungewöhnlich hervorheben will. Denn selbst Jutta Rösner hat ja vor drei Jahren (*MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. [Wiesbaden 2007]) bereits einen Sammelband zum ‚MedienAlltag‘ vorgelegt, allerdings mit der etwas schiefen Übersetzung von ‚domestication‘ im Untertitel (die sie auch hier als so genanntes Domestizierungs-Paradigma weiter vertritt). Auch die Beiträge im neuen Band verzeichnen noch etliche einschlägige Arbeiten in den Literarangaben und kündigen weitere an. Trotzdem vermag dieser Band keine systematische Übersicht über eine Soziologie des ‚Alltags‘ und seine vielfältigen, gerade auch medialen Bezüge anzubieten, wie die Herausgeberinnen selbst ebenfalls einleitend betonen. Vielmehr begnügen sie sich mit der Einsicht, dass Medienkommunikation kontextualisiert sei, in vielerlei Lebensbezügen der Menschen. Mal sind diese strukturell gedacht, als Routinen und Rituale des Alltagsvollzugs, mal eher symbolisch-kognitiv als so genanntes Alltagswissen, mal subjektiv-emotional als Alltagsgefühl, und oft genug bescheiden sich die Beiträge mit einer nur einleitenden Deklamation von Alltag oder verzichten sogar ganz darauf. Denn ein zweites Anliegen motivieren die meisten Beiträge nicht minder, obwohl es im einleitenden Beitrag nur gestreift, noch weniger expliziert wird: die Gender-Perspektive, also „Geschlecht und Alltag“, Denn „Medien, Geschlecht und Alltag interagieren sowohl auf der Ebene der Repräsentation wie der Rezeption“ (S. 11), heißt es nicht gerade präzise in der Einleitung. Umgehend wird Alltag unter probater Berufung auf Pierre Bourdieus Habitus-Konzept zur Austragung von „Machtverhältnissen“ (ebd.), wobei nicht geklärt wird, wer oder was Verursacher, Träger und Opfer ist: die Medien, die gesellschaftlichen Strukturen oder geschlechtsspezifische Akteure.

In zwei Dimensionen sind die 16 Beiträge, die ihren Ausgang auf einer Tagung an der Leuphana Universität Lüneburg genommen haben, eingeteilt: in solche, „die sich auf Konstruktionen von Alltag in Medienangeboten konzentrieren und dabei insbesondere die Kontexte und Prozesse dieser Konstruktion, teilweise auch Bewertungen des inszenierten Alltags untersuchen“ (S.12). Im zweiten Teil stehen Formen und Modalitäten von „Medienaneignungen in Alltagskontexten“ (S.15) im Fokus, vorwiegend mittels explorativer Fallstudien bei diversen Rezipientengruppen.

Im ersten Teil werden folgende mediale Repräsentationen des Alltags behandelt: Wissens- (eigentlich: Informations- und Beratungs-)angebote, die angeblich zur unmittelbaren Anschlusskommunikation und zum Alltagshandeln anregen; eine vergleichende Studie zur Wahrnehmung und Einschätzung von Castingshows bei österreichischen und irischen Jugendlichen und zur Frage, inwieweit solche Vorführungen jugendlicher Mochteganstarts zur Identitätsbildung anstiften;

Inszenierungen von Kriminalität in *Aktenzeichen XY ... ungelöst* und ihr möglicher Einfluss auf „Herstellungen gesellschaftlicher Hegemonie“ (S. 74); die „räumliche Dimension des weiblichen Alltags“ in der US-amerikanischen Fernsehserie *Desperate Housewives* und das „Konzept des Unheimlichen“ als „kritisch-dekonstruktive Lesart“ für die Serie (S.90); die Darstellung von Homosexualität bei Frauen, ihrer Lebensweise und ihrer Sexualität in der Serie *The L. Word*, die schon vielfach diskutierte Werbestrategien der Dove-Kosmetika mit Frauen mit Normalfiguren, die hier als „Rückkehr des Alltagskörpers in die idealisierte Körperwelt der Werbung“ (S.119) gefeiert wird; eine kritische Betrachtung der Realitätskonstruktionen des gängigen Journalismus, denen – anhand von zwei Beispielen – „Geschlechterblindheit“ und Alltagsferne vorgeworfen wird (S.151) und endlich ein Plädoyer für einen authentischen Journalismus von unten, der sich die Methoden der Ethnografie und der *oral history* (wieder) zu eigen machen soll – dies alles sind gewiss Facetten medialer Alltagsrepräsentationen, aber sind sie signifikant und aussagefähig genug, um den ambitionierten Titel zu rechtfertigen und zumindest annähernd einzulösen? Denn zweierlei fällt an den Beiträgen zudem auf: Fast alle lassen sich ungleich intensiver und umfassender über die vermeintliche objektive Realität aus, die über diesbezügliche Studien und Daten zumal aus geschlechtsspezifischer Sicht rekonstruiert werden; die mediale Spezifik hingegen, die eigentlich im analytischen Zentrum stehen sollte, wird ausschließlich explorativ und interpretativ, anhand ganz weniger Beispiele, aufgearbeitet – und ihre kursorische Durchsicht bestätigt weitgehend die schon eruierten, meist kritisch intonierten Befunde. Von einer eigenständigen Ideologiekritik (früheren Angedenkens) oder gar von einer medienanalytischen Durchdringung der Tendenzen, Topoi, Strategien und Techniken der Medienrealität lassen die Beiträge kaum etwas erkennen. So firmieren die Medien wie die monierte Wirklichkeit als weitgehend identisch.

Medienanalytisch und empirisch ergiebiger sind die acht Rezeptionsstudien, da sie sich die Medienalltage spezifisch und konkret vornehmen, ihre Fallstudien methodisch ausweisen und auf mindestens explorative Empirie stellen: nämlich den Gebrauch und den Nutzen von Frauenzeitschriften, genauer von „Brigitte“; Motive zur Nutzung von Lifestyle-Magazinen (*Men's Health*, *GQ*, *Matador*, *Playboy* und *FHM*) durch Männer; die Bedeutung von *BILD* für den Alltag ihres durchschnittlichen Publikums; räumliche Arrangements von PC (und Internet) in alltäglichen Wohnungen als Folgen ihrer jeweiligen Nutzungsformen; als exotische Besonderheit: Verniedlichungsmoden (*Hello Kitty*) und Handy-Nutzung bei japanischen Frauen; kommunikative Vernetzung von Jugendlichen mit Migrantenhintergrund (hier: russische Diaspora); Funktionen der Medien bei Frauen in (diversen, freilich nicht hinreichend analysierten) Führungspositionen; und endlich psychosoziale und geschlechtsspezifische Einflussfaktoren auf die Mediennutzung bei Arbeitslosen. Ungleich breit und heterogen ist das soziale Spektrum der Populationen; oftmals bleibt die Variable ‚Alltag‘ zugunsten anderer, mögli-

cherweise wichtiger Faktoren unscharf oder eben implizit. Für die Medienalltag zeigen sie erwartungsgemäß viele Übereinstimmungen (wie es die quantitative Nutzungsforschung regelmäßig konstatiert); die speziellen Abweichungen dürften allerdings vielerlei Faktoren und Konstellationen geschuldet sein. Doch da diese Fallstudien sich meist als Teile größerer Vorhaben erklären und ihre Defizite bzw. Beschränkungen diskutieren, lässt sich damit umgehen. Fast alle arbeiten zunächst den einschlägigen Forschungsstand auf, so dass über ihre fallspezifische Ergiebigkeit hinaus weiterer Nutzen aus ihnen gezogen werden kann. Wenn es nun noch gelänge, den sozialen Rahmen wie das Handlungsfeld ‚Alltag‘, bezogen auf die Medienrezeption, womöglich auch – aber weniger wichtig – auf die medialen Repräsentationen, systematisch und analytisch in den Griff zu bekommen, wäre viel gewonnen. Dazu sind weitere Bände bereits angekündigt, auch von Beiträgern dieses Readers.

Einen systematischen oder auch nur präzisen Begriff des Alltags erarbeitete der 36. Kongress der „Deutschen Gesellschaft für Volkskunde“ in Mainz im September 2007 nicht, obwohl die sich darunter versammelnden Disziplinen der Ethnografie, Kulturwissenschaften, Anthropologie etc. – wie oben ausgeführt – dafür prädestiniert sind. Erst recht fehlen übergreifende Konzepte oder auch nur Ideen dafür, wie Alltag mehr und mehr medialisiert wird. Insofern darf man den Untertitel als attraktives Verlegenheitslabel des umfänglichen Tagungsbandes werten – das ursprüngliche Call for Papers firmierte noch unter „Chancen und Risiken medialer Macht“ (S.50) –, um die Vielzahl ganz unterschiedlicher und thematisch weitreichender Tagungsbeiträge, die ohne Erklärung und ersichtliche Trennschärfe in Panels, Sektionen, Forschungs- und Projektberichte aufgeteilt sind, unter einem diffusen, unschädlichen Untertitel zu versammeln. Auch mit der Medienforschung im engeren Sinne haben die Beiträge nur geringe Berührungspunkte: Zwar sind Dimensionen des Digitalen auch in diesen oft als beharrend belächelten Disziplinen angekommen, was sich insbesondere in der medienorientierten Tagungsorganisation in Filmvorführungen, Websites, Blogs und einer dem Band beigelegten CD mit allen Diskussionen der Tagung niederschlägt. Doch gleich zur Eröffnung konzidiert der Tagungsleiter Thomas Hengartner, dass sich diese Disziplinen zuletzt vor 32 Jahren auf einer Jahrestagung mit *Direkter Kommunikation und Massenkommunikation* (Tübingen 1976) beschäftigt habe, seither nicht mehr. Von einer produktiven Tradition lässt sich da schwerlich reden, selbst wenn in den vergangenen 15 Jahren angeblich weit über hundert Abschlussarbeiten zu der Thematik in diesen Fächern geschrieben wurden.

Allein der Tübinger Kulturwissenschaftler Kaspar Maase schlägt den medien-theoretischen oder eigentlich -politischen Bogen in seinem prägnanten Eingangsreferat: Zunächst bewundert er die „selbstverständliche Positionierung“ und die „Entschiedenheit der Gesellschaftsanalyse“ (S.49), die die kulturwissenschaftliche Medienforschung 1975 beanspruchte, doch für das gegenwärtige Selbstverständnis und Forschungsprogramm rät er – gewissermaßen als neuen Aufbruch

– zurückhaltend nur zu Untersuchungen der „Praktiken und Diskurse populärer Medienkritik“ und zu einer „Ethnografie der Medienproduktion“ (S.54), um so herauszufinden, „welche Leistungen für die Realisierung von Demokratie und Gerechtigkeit unser Mediensystem erbringen könnte und sollte“ (Ebd.) und so die „Anschlussfähigkeit [an] bildungstheoretische Überlegungen“ (S.56) zu gewinnen. Besonders innovativ und speziell für kulturwissenschaftliche Forschung klingt das nicht, vielmehr verharret es im angestammten Repertoire der Publizistik- und Medienwissenschaft. Und die Universalität des Medialen, insbesondere hinsichtlich seiner Formierungs- und Organisationspotentiale des Alltags, lässt sich so wohl auch nicht analytisch einlösen. Dabei hatte schon eingangs Hengartner Medialität bzw. die zunehmende „Medialisierung der Kultur“ als „zentrale Bezugsgröße für volkscundlich-alltagskulturwissenschaftlichen Arbeiten“ apostrophiert (S.13), weshalb man nun just in Mainz daran (weiter)arbeiten wolle. Aber auch sie wird allenfalls implizit oder fallbezogen entwickelt, nicht umfassend und systematisch. Zumal gleich im ersten Plenarvortrag der Frankfurter Kulturanthropologe Manfred Faßler sämtliche Begrifflichkeiten durcheinanderwirbelt, mal so oder so – aber stets apodiktisch – definiert und wieder aufhebt, um zugleich eine „Kulturanthropologie des Medialen“ zu entwerfen, das „Lob des Künstlichen“ zu singen, den Alltag selbst als kunstfertig zu apostrophieren und das Mediale zum „Nichtalltäglichen“ zu erklären (S.15): Mal ist das Mediale „zwingende Dimension menschlicher Expression und Kommunikation“ (S.17), mal die „Abstraktions-, Regelungs-, Entwurfs-, und Virtualisierungsfähigkeit“ (S.20), weshalb es Kultur ohne „diese langfristige, informationsintensive Medialität“ nicht gäbe (S.16). Medialität und Medium sind allerdings zweierlei, ohne dass klar würde, was sie unterscheidet: Jedenfalls „mit Medien lokalisiert sich der Mensch in seinem Künstlichen“ (S.17), aber „in keinem Moment unseres Lebens kommen wir an den Medien vorbei“ (S.35), wie schon Niklas Luhmann behauptete. Daher ist „Alltag, zumal medialer Alltag“ [den es offenbar trotzdem gibt, HDK] nur scheinbar ein alter Bekannter“ (S.18) der Wissenschaften, mit dem sich aber prompt „die Frage nach Kulturrelativismus und Universalismus“ (S.17) stellt. Sogar eine „umfangreichere Forschung zu Alltag und Abstraktion“ wird gefordert (S.21) – aber nur einen Abschnitt lang, denn am Ende der verbalen Kaskaden wird klargestellt: „Alle die heutigen Wissenschaften und Leitökonomien betreffenden Erkenntnisse beruhen darauf, dass wir Menschen keinen sinnlich-direkten Bezug zu diesen haben“ (S.35). Daraus lassen sich wohl kaum forschungsleitende Strukturierungen, Fragestellungen und Strategien für eine alltagsorientierte, empirische Medienforschung gewinnen. Entsprechend beschäftigen sich die beiden weiteren Plenarvorträge unbeeindruckt mit den „DEFA-Spielfilmen als kulturhistorische Quelle“ (S.39ff), mit der „Situation des Museums im Medienwandel der Informationsgesellschaft“ (S.59ff) und endlich – ganz werkimmanent – mit der „kodifizierten Welt des Vilém Flusser“ (S.70ff). Konkreter und alltagsnäher, aber auch unübersichtlicher und heteronomer wurde es zumindest in einigen der Panels und Sektionen, anhand der gewählten Phänomene:

Ratgebertexte und die gelebte Alltagswirklichkeit rekonstruieren drei Beiträge des ersten Panels anhand eines historischen Naturheilkunde-Falls, der Säuglingsernährung und von Zeitmanagement-Tipps. Transformationen und Praktiken des Wissenstransfers beschäftigten das 2. Panel anhand so heterogener Themen wie der Reproduktionsmedizin, der Situation chronisch Kranker, des familiären Wissensmanagements und der europäischen Migrationspolitik. Der Repräsentation der ethnografischen Erkenntnisse (*writing culture*) und der Potentiale diverser Medien (wobei der Text immer noch dominiert) widmet sich das nächste Panel; es fokussiert damit nicht zuletzt das Selbst- und Forschungsverständnis der Vielfach-Disziplin. Mit belehrenden bzw. unterhaltenden Texten wiederum anhand von Ratgeberlektüre, aber auch des populären Sachbuchs befasst sich nochmals ein Panel, und man fragt sich, warum dieses fünfte nicht mit dem ersten verknüpft worden ist. Dann wird es wieder abstrakter, mindestens alltagsferner bei einer recht umfangreich vorgebrachten „Anthropologie der Medien“ (S.228ff), gemeint ist das gleichnamige Frankfurter Forschungsnetzwerk um Manfred Faßler, das sich eher formal medientheoretisch mit „Medien und Medialität“ und den damit zu verbindbaren Zukunftsentwürfen von Menschen beschäftigt. Danach folgen neun Sektionen über Medien, Öffentlichkeit, Bilder, Transfer, Methoden und Cultural Management. Ihre heterogenen Beiträge können nicht im Einzelnen gewürdigt werden. Gleiches gilt für die abschließende Forschungs- und Projektberichte. In beiden Untergliederungstypen werden zahllose Themen angesprochen, die in ihrer jeweiligen Spezifik ohne Frage interessant und auch von medienwissenschaftlicher Relevanz sind: etwa die Comic-Übersetzungen von Erika Fuchs, Fotos vom Zeppelin-Unglück 1937, Fremddarstellungen, TV-Serien, transnationale Klischees in Bollywood-Filmen, geschlechtsspezifische Praktiken des Bloggens u.v.a.m. Aber solche großenteils sorgfältig und anschaulich erarbeiteten Beiträge gehen in der Flut obligatorischer Tagungsbeiträge unter; es ist ihnen daher zu wünschen, dass sie attraktivere Publikationsforen finden.

Der gegenwärtigen Alltäglichkeit, gerade auch in ihren geschlechtsspezifischen, soziokulturellen und ethnischen Differenzierungen, wie sie sich nun einmal in (post)modernen Gesellschaften – seien sie Medien- und/oder Wissensgesellschaften – entfaltet und dort formiert wird, sowie den mutmaßlichen wachsenden Anteilen bzw. Einflusspotenzialen der Medien (oder auch des Medialen), der so genannten Medialisierung oder auch Mediatisierung von Kultur und Alltag lässt sich mit der Beliebigkeit und Divergenz einer Tagungsstruktur offensichtlich analytisch nicht beikommen; mindestens bedürfte es strafferer inhaltlicher Vorgaben. Bleibt zu hoffen, dass Volkskunde, Ethnografie, Kulturanthropologie und Kulturwissenschaften, die sich für die Erforschung des Alltags kompetent und zuständig halten, nicht erneut 32 Jahre brauchen, um sich der Thematik in ihrer jeweils zeitgenössischen, auch medialen Grundierung und Rahmung stringent anzunehmen.