

Werner Holly, Ulrich Püschel (Hg.): Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung

Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1993, 221 S., DM 39,80

Daß die überlaufenen und perspektivenarmen Geistes- und Sozialwissenschaften immer stärker in den Wachstumsmarkt Kommunikation drängen, ist hinreichend bekannt und muß bei der Stagnation empirischer Kommunikationsforschung auch nicht unbedingt problematisch sein. Auch daß dabei qualitative Methoden eingebracht werden, die etwa von der Publizistik ziemlich vernachlässigt werden, könnte als Fortschritt zu werten sein. Nicht besonders innovativ gestalten sich diese Versuche jedoch, wenn sie der Faszination der Medienorientierung unterliegen. Auch im vorliegenden Band findet der Perspektivenwechsel vom Bindungspaar Medium-Rezipient zum Menschen als Teilnehmer an medial beeinflussten Kommunikationsprozessen nicht oder nur am Rande statt. Was in diesem Band stattfindet: daß anläßlich des Versuches von Sprachwissenschaftlern sich neue Bereiche zu erschließen, eine Reihe von Rezeptionsstudien - insbesondere zum Fernsehen - diskutiert werden, deren methodischer Ansatz das Sprechen über den Fernsehgebrauch (z.T. während desselben) und dessen pragmatische Analyse darstellt. Grob lassen sich als Ergebnisse festhalten: Qualitative sprachwissenschaftliche Untersuchungen sind methodisch einwandfrei möglich und werden beliebter; sie tendieren allerdings unter diesen Bedingungen dazu, ebenso trivial und unergiebig zu werden wie die Myriaden quantitativer Untersuchungen. Der Verdacht liegt nahe, daß dies entweder an der engen Medieninterpretation liegt oder an der Tatsache, daß die Mehrzahl der Autoren sich doch in einem nicht besonders vertrauten Bereich bewegen.

Michael Charlton berichtet aus einem Projekt, in dem deutlich wird, daß Fernsehaneignung für Kinder ein komplexes soziales Geschehen darstellt. Ruth Ayaß erarbeitet sich einen Überblick über Medienwirkungsforschung und stellt fest, daß die Medienrezeption soziales Handeln sein kann. Ben Bachmair befaßt sich mit filmischen Bilderwelten, die die Selbstdarstellung der Zuschauer bestätigen. Hans Borchers indiziert, daß amerikanische Hausfrauen soap operas in ihre Alltagswelt einbauen. Rainer Winter findet

Fans von Horrorfilmen produktiv. Bernd Ulmer und Jörg Bergmann analysieren fernsehbezogene Tischgespräche, die sich von anderen rekonstruktiven Bereichen nicht sonderlich unterscheiden. Angela Keppler schließt aus ähnlichen Gesprächen, daß diese für die Aneignung von wesentlicher Bedeutung sind. Ulrich Püschel setzt diese Beobachtungen unter dem Aspekt des para-sozialen Handelns fort. Werner Holly findet in ähnlichen Situationen, daß die Gruppe Verstehens- und Deutungsprozesse unterstützt. Karl Matthias Mingot weist darauf hin, daß die Leute die *Lindenstraße* nicht als ästhetisches Gebilde, sondern naiv identifikatorisch auffassen. Helga Kotthoff sprach mit Redakteuren von *Club II* über die Sendungen als Beispiel für Kontextanalysen. Klaus Neumann-Braun und Silvia Schneider mis-demonstrieren die biographische Dimension der Massenmedien an einem Kafka-Leser. Fletcher Dubois schließt den Kreis mit einer autobiographischen Skizze, in der seine Beziehung zu Annie Oakley eine allerdings nicht verallgemeinerte Rolle spielt.

Wer sich für sprachwissenschaftliche Analysen von Gesprächen über Fernsehen interessiert oder Belege für Einsichten aus der eigenen Fernsehpraxis sucht, mag den Sammelband mit Gewinn benutzen. Über die vielen in ihm steckenden Details läßt sich mit einiger Mühe rekonstruieren, daß Fernsehen auch anders interpretiert und gedeutet werden kann, als dies die quantitative Medienwirkungsforschung bisher überwiegend versucht hat. Das ist auch schon verdienstvoll.

Gernot Wersig (Berlin)