

Anmerkungen zur Medienwirkungsforschung: der Mangel an aktivierender Sozialforschung und die ungenutzte Fundgrube der Belletristik

Doehlemann, Martin

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Doehlemann, M. (1987). Anmerkungen zur Medienwirkungsforschung: der Mangel an aktivierender Sozialforschung und die ungenutzte Fundgrube der Belletristik. In B. Lutz (Hrsg.), *Technik und sozialer Wandel: Verhandlungen des 23. Deutschen Soziologentages in Hamburg 1986* (S. 578-580). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-364523>

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 Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the 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 above-stated conditions of use.

Anmerkung zur Medienwirkungsforschung: Der Mangel an aktivierender Sozialforschung und die ungenutzte Fundgrube der Belletristik

Martin Doeblemann

Bei der Durchsicht des Überblicksreferates von Klaus Neumann und Michael Charlton fällt mir auf, daß die aktivierende Sozialforschung (Aktionsforschung) innerhalb der soziologischen Medienwirkungsforschung keine Rolle (mehr) zu spielen scheint. Abgesehen von der methodologischen Selbsteinengung, zu der die empirische Soziologie (wieder) neigt: Ein latenter Grund für das Fehlen von Aktionsforschung mag im „konstruktivistischen“ Menschenbild der Medienökologie enthalten sein, wonach „aktive und selbstverantwortliche Individuen“ ihre Alltagswelt gestalten. Solche Individuen brauchen natürlich keine aktivierende Forschung. Hier liegt die Gefahr einer soziologischen, neo-optimistischen Blauäugigkeit, die – wohl unbeabsichtigt – ganz im Trend des regierungsamtlichen und medienindustriellen Argumentationsganges zur Durchsetzung der kommerziellen Telematik liegt: Der Bürger sei mündig und entscheide frei.

Natürlich, im Menschen und in der Gesellschaft sind die Möglichkeiten aktiver Selbstverantwortung und einer Mündigkeit, die auf kritischem Urteilsvermögen aufbaut, angelegt. Sie sind aber beileibe nicht verwirklicht. So wäre es eine Aufgabe von Soziologie, die strukturellen und kognitiven Einschränkungen dieser Möglichkeiten aufzuzeigen und im Rahmen einer aktivierenden Forschung mit Betroffenen die Bedingungen einer aktiven, befreienden „Erfahrungsarbeit“ mit elektronischen Medien herauszuarbeiten. Viel Phantasie aller Beteiligten wird nötig sein, geeignete Forschungsdesigns zur Erhöhung von Medienkompetenz zu entwerfen. Ich denke, ohne hier ins einzelne gehen zu können, zum Beispiel an Fotografieren als Sozialanalyse und sozialen Eingriff, an Videofilmproduktionen zur Gestaltung medialer „Gegenwirklichkeiten“ und Herstellung von „Gegenöffent-

lichkeiten“, an eine soziodramatische Aneignung und Verfremdung von Krimi-Klischees, Entertainmentbetriebsamkeit oder Talk-Shows durch Rollenspiele, an Form- und Inhaltsanalysen von Werbespots oder trivialen Endlos-Serien á la Dallas und satirische und parodistische Verkehrungen – und nicht zuletzt an eine kreativitätsfördernde Einübung in fernsehfreie Zeiten.

In diesem Zusammenhang darf ich eine Fundgrube für Mediensoziologen erwähnen, die weithin ungenutzt ist. Ich meine belletristische Literatur. Sie ist Fundgrube in dreierlei Hinsicht: einmal für die Beflügelung der Phantasie, was Forschungshypothesen und -entwürfe angeht; dann für Diskursanreize im Rahmen aktivierender Sozialforschung; schließlich für Zeugnisse der Sozio- und Psychohistorie massenmedialer Rezeption. Zwei Beispiele, ein altes und ein neues: In Thomas Manns „Zauberberg“ (spielend zwischen 1907 und 1914, geschrieben zwischen 1912 und 1923) finden sich Eindrücke von einem Kinobesuch (Stummfilm) in Davos. Es war, na klar, eine „aufgeregte Liebes- und Mordgeschichte“ mit abschließender Nahaufnahme einer schönen Frau.

„(. . .) Man starrte verlegen in das Gesicht des reizvollen Schattens, der zu sehen schien und nicht sah, der von den Blicken gar nicht berührt wurde und dessen Lachen und Winken nicht die Gegenwart meinte, sondern im Dort und Damals zu Hause war, so daß es sinnlos gewesen wäre, es zu erwidern. Dies mischte (. . .) der Lust ein Gefühl der Ohnmacht bei. Dann verschwand das Phantom. Leere Helligkeit überzog die Tafel (. . .) Niemand war da, dem man durch Applaus hätte danken können (. . .) Das Schweigen der Menge nach der Illusion hatte etwas Nervloses und Widerwärtiges. Die Hände lagen ohnmächtig vor dem Nichts. Man (. . .) schämte sich der Helligkeit und verlangte zurück ins Dunkel (. . .).“

Die Verlegenheit vor den schönen Trugbildern, die Vergangenes beliebig wiederholbar als Gegenwart ausgeben und wirklicher wirken als die Wirklichkeit; die Scham der in der Dunkelheit zum Voyeurismus Ermunterten und von der Helligkeit Bloßgestellten, die dann dem Applaudierbedürfnis mangels leiblicher Anwesenheit der Helden nicht nachgeben dürfen: Solche Reaktionsweisen und Gefühle, deren Bezug ja die personaldialogische Kommunikation ist, dürften heutigen Fernsehern ziemlich fremd sein. Heutige begeben sich viel gleichgültiger in die halbwirkliche Bilderwelt.

In dem Roman „Cream train“ (Zürich 1985) des jungen Autors Andrea de Carlo ist eine Situation aufgeführt, die kommunikationstheoretisch und medienökologisch ziemlich verzwickelt ist: Ein junges Paar sieht fern, knabbert Cracker und nähert sich gleichzeitig zärtlich-erotisch einander an:

„Mir war nicht recht klar, ob wir einander gegenüber saßen oder nebeneinander vor dem Fernseher. Manchmal machten wir völlig horizontale Gesten und blickten dabei parallel geradeaus auf die Mattscheibe (. . .) Im nächsten Augenblick saßen wir einander zugewandt, die Profile parallel zur Rückenlehne des Sofas, und die Fernsehbilder erreichten uns von der Seite.“

Bei einer früheren Begegnung fragte der Mann sich, ob er ihr einen Kuß geben sollte. „Für einen Sekundenbruchteil stand mir die Szene vor Augen, aber sie überzeugte mich nicht.“ Dann aber wird es überzeugend: „Ich sah mich von außen: über Jill gebeugt auf dem Sofa.“

Die Frage lautet: Nähert sich der Mensch – im Rahmen der ihm eigenen „exzentrischen Positionalität“ (Plessner) – heute sich selbst sozusagen mit einer Gummilinse? Fahre ich mit einem inneren Zoom an mich heran und wieder weg? Ist das Bild, das sich der moderne Fernsehmensch von sich selbst macht, tendenziell ein Mattscheibenbild?

Kurzum, Medienforscher können reizvolles, anregendes Material bei Schriftstellern finden. Diese sehen oft mehr als methodentechnisch gefesselte Wissenschaftler.