

William Uricchio

Vom Wohnzimmer zum Desktop

Eine medienwissenschaftliche Perspektive

In einer Fußnote zu "Where the Global Meets the Local: Aufzeichnungen aus dem Wohnzimmer" verweist David Morley auf den theoretischen Hintergrund seiner Auseinandersetzung: die Arbeiten von Fernand Braudel. Morley bezieht sich hier insbesondere auf *Civilization and Capitalism: The Perspective of the World* und den darin hergestellten Konnex von "Ereignis", "Umständen" und "Struktur". Für Morley bietet Braudels Ansatz eine Möglichkeit, "die Beziehung zwischen Analysen von Mikro- und Makro-Prozessen" (in diesem Heft, 30) neu zu konzeptualisieren, eine Überlegung, die dazu beitragen würde, die Dichotomie zwischen dem 'Ideographischen' (der empirischen Perspektive narrativer Geschichtswissenschaft und klassischer Anthropologie) und dem 'Nomothetischen' (den Gesetzmäßigkeiten, nach denen die Sozialwissenschaftler suchen) zu versöhnen. Wie die meisten Dichotomien so evoziert auch diese ein breites Spektrum von Applikationen. Morley zufolge sind die Kopplungen von Mikro- und Makroanalysen und von lokalen und globalen Interessensgebieten von zentraler Bedeutung angesichts der üblichen, die Fernsehwissenschaft schon lange polarisierenden Aufspaltung in geistes- und sozialwissenschaftlichen Perspektiven. Sein Projekt verspricht eine Umgehung dieser gemeinhin praktizierten Trennung und eröffnet damit zugleich grundlegende neue Möglichkeiten, Medien zu konzeptualisieren und zu erforschen.

Morleys Aufsatz hat einen defensiven Gestus; er ist als Antwort auf einschlägige Rezensionen und auf Forschungsgemeinschaften zu begreifen, die seine Arbeit und die ähnlich denkender Wissenschaftler falsch dargestellt und angegriffen haben. Zumindest in der anglo-amerikanischen akademischen Szene muß diese Tendenz zur Polemisierung vor dem Hintergrund der Fernsehwissenschaft insgesamt betrachtet werden, einem Feld, das zum einen innerhalb der Geisteswissenschaften institutionalisiert wurde (wo die Fernsehwissenschaft aus der Filmwissenschaft hervorgegangen ist), zum anderen in den Sozialwissenschaften (in denen die Fernsehwissenschaft eine längere Tradition als Teil der Massenkommunikationsforschung und der Soziologie hat). In den vergangenen zwei Jahrzehnten ist es zu einer Reihe wichtiger Auseinandersetzungen zwischen diesen beiden wissen-

schaftlichen Richtungen gekommen, zu Debatten über theoretische Grundannahmen, Forschungsmethoden und über institutionelle Bedingungen von Fernsehforschung. So ist etwa der langandauernde Kampf zwischen Vertretern eines quantitativ-positivistischen Ansatzes und den Verfechtern qualitativ-interpretativer Verfahren zu einem gewissen Grad durch eine Zusammenarbeit auf einer Meta-Ebene, wie sie sich in der Entwicklung zu Cultural Studies zeigt, abgelöst worden. Morley verarbeitet diese Verlagerung aus der Perspektive der Sozialwissenschaften (Soziologie), indem er die Implikationen dieser Entwicklung aufzeigt und zugleich ein intelligentes und leidenschaftliches Plädoyer für die Bedeutung der Cultural Studies in der Zuschauerforschung hält.

Morleys Aufsatz situiert sich zwischen Michel de Certeaus Auffassung vom "freiheitlichen Leser", die von zentraler Bedeutung für die Theorie vom "aktiven Zuschauer" in den ausgehenden 80er Jahren (etwa bei Fiske oder Chambers) war, und der fortdauernden Beschäftigung mit ideologischer Macht und den strukturierenden Instanzen, die im Zentrum der von Althusser (und von Politischer Ökonomie) geprägten Forschungsansätze der 70er Jahre standen. Selbstverständlich haben auch Fiske (und andere) inzwischen Positionen eingenommen, die ebenfalls sowohl die Untersuchung der kreativen Aktivitäten des Zuschauers als auch den Nachweis der bestimmenden Instanzen des Produktionssystems ermöglichen. Aber Morleys Interesse auf diesem Gebiet richtet sich stärker auf die Verfahren, mit deren Hilfe die Umgangsweisen mit dem Medium und im besonderen der im gesellschaftlichen Kontext situierte, aktive Zuschauer empirisch untersucht werden können. Daher plädiert Morley nachhaltig für eine soziologisch nuancierte Betrachtungsweise, die Unterscheidungen berücksichtigt zwischen spezifischen Zuschauererfahrungen und den Umgangsweisen, mit denen ihnen konkrete Funktionen in der jeweiligen Fernsehsituation, aber auch darüber hinausweisende soziale Funktionen im Rahmen von Alltagspraxis zugewiesen werden.

Morleys Untersuchungen richten sich auf unser kulturelles Umfeld, in dem die Fragen von Lokalisierung und Globalisierung zugleich von unmittelbarer Bedeutung für die Fernsehzuschauer sind. Folgerichtig fragt er nach der Rolle von ethnographischer Forschung und von Mikro-Analysen für das Verständnis übergreifender gesellschaftlicher Prozesse (der "Makro-Ebene"). Die Stärke der Herangehensweise von Morley ist dabei ihre Dynamik und Vielschichtigkeit:

Letztlich geht es nicht darum, lediglich die ideologische (oder repräsentierende) Rolle des Fernsehens zu verstehen oder bloß seine rituelle (oder sozial-organi-

satorische) Funktion oder den Prozeß seines häuslichen (und im weiteren Sinn sozialen) Konsums. Vielmehr stellt sich die Frage, wie all diese Problematiken (oder Dimensionen) in Relation zueinander verstanden werden können (in diesem Heft, 14).

Morley geht davon aus, daß das Fernsehen als kulturelle Praxis all diese Ebenen integriert, so wie es von der Erfahrung der häuslichen auf die der nationalen und internationalen Sphäre ausgreift. Auf der Seite der Forschungsmethoden bieten seine Arbeiten eine Möglichkeit, dieser Komplexität Rechnung zu tragen, ohne dafür eine kritische Position aufzugeben – eine Möglichkeit, die all jenen entgeht, die aus einer ausdrücklich positivistischen oder interpretativen Perspektive argumentieren. Um nur ein Beispiel zu nennen, das veranschaulicht, wie eine konkrete Methode unterschiedliche Ebenen der Analyse umgreifen kann: Morley argumentiert dahingehend, daß die Untersuchung des häuslichen Publikums *in situ* eine Möglichkeit darstellt zu untersuchen, wie komplexe Identitäten je unterschiedlich ausgebildet und ausgehandelt werden und wie darüber spezifische Zuschauergruppen konstruiert werden. In seiner Konzeption von Identitäten (seien sie individuell, ethnisch, von lokaler Gemeinschaft geprägt oder national) geht Morley durchgehend von einem medial vermittelten, anstelle eines geographischen (d.h. physisch unmittelbaren) Konzepts von Nähe aus und erlaubt so die Untersuchung der Aktivierung des häuslichen Fernsehpublikums innerhalb eines weitgefaßten Rahmens gesellschaftlicher und kulturell geprägter Identitätsangebote. Letztendlich beruht Morleys Zielvorstellung, die gleichzeitig ablaufenden Prozesse von Homogenisierung und Fragmentierung, von Globalisierung und Lokalisierung in der zeitgenössischen Kultur theoretisch zu integrieren, eben so sehr auf der Anlehnung an die Erkenntnisse Braudels wie auf seiner dynamischen und relativierenden Auffassung vom Fernsehmedium und dessen Publikum.

Neue Medien

Morley ist sensibel für die sich wandelnden Formen der Medialität des Fernsehens in Folge der neuen Entwicklungen im Bereich digitaler und interaktiver Technologien. Er betrachtet die utopistischen Beschwörungen der technologischen Deterministen mit kritischem Blick und interessiert sich gleichzeitig für die sozialen und kulturellen Bedingungen, die die Erfahrung von Zeit, Ort, Gemeinschaft und Identität (neu) bestimmen. Für diejenigen, die sich für Computernetzwerke und insbesondere für das Internet interessieren, hat Morleys Aufsatz einiges zu bieten: Wie beim Fernsehen so entsteht auch im Internet eine Gemeinschaft, in der Medienerfah-

zung physischen Kontakt ersetzt und in der gleichfalls das Globale dahingehend verarbeitet wird, daß es als Lokales rezipiert werden kann. Am wichtigsten erscheint mir jedoch die Tatsache, daß Morleys These, wonach die simultan ablaufenden Prozessen der Fragmentierung und Homogenisierung am besten auf der Mikro-Ebene der Analyse beobachtet werden können, aus denselben Gründen auch auf das Internet angewendet werden kann. In diesem Fall scheinen Braudels Begriffe von "Ereignis", "Umständen" und "Struktur", die von Morley in einem dynamischen Verständnis verwendet werden, genauso vielversprechend auf die Analyse eines 'Schreibtischpublikums' wie auf die eines 'Wohnzimmerpublikums' anwendbar zu sein.

Obwohl die Konzeption eines 'häuslichen' Bereichs innerhalb des ethnographischen Projekts, wie es von Morley vorgeschlagen wird, einen interessanten Ansatzpunkt für die Analyse des Internets als kultureller und sozialer Form darstellt, so sind doch zugleich die essentiellen Unterschiede zur traditionellen Fernsehanalyse augenfällig, ein Beispiel: Trotz zunehmender Senderzahl und Programm-Vervielfachung und des durch den Videorekorder ermöglichten zeitversetzten Sehens fördert das Fernsehen immer noch einen höheren Grad an gemeinsamer Erfahrung als die isolierten Zugänge zum Internet - mit allen geographischen Implikationen. Für die neuen interaktiven Technologien betont Morley,

[...] daß "Lokalität" nicht einfach in einer nationalen oder globalen Sphäre aufgeht; vielmehr wird sie zunehmend in beide Richtungen umgeleitet – die Erfahrung wird gleichermaßen über die Lokalitäten hinaus vereinheitlicht und in ihnen fragmentiert (in diesem Heft, 19).

Dieser Kritik kann jedoch mit dem Hinweis auf die seit 120 Jahren andauernde Herrschaft des Telephons begegnet werden, war dieses interaktive Medium doch einer ähnlich lautenden Kritik unterworfen. Dennoch zielt Morleys Überlegung auf eine der drängenden Herausforderungen für die Medienwissenschaft, eine Herausforderung, die sich beim Internet abzeichnet und zukünftig auch für das Fernsehen von Belang sein dürfte: das stetige Zusammenwachsen der Technologien.

Neue organisatorische Prototypen

Im Rahmen seiner Überlegungen zur Produktion kultureller Identitäten zitiert Morley den Coca Cola-Slogan "Wir sind nicht multi-national, wir sind multi-lokal" (eine Anschauung, die übrigens auch von Honda geteilt wird, für deren Firmenpolitik das Wort "Übersee" ohne Bedeutung ist). Ein so eindeutig formuliertes Selbstverständnis verweist die Wissenschaft auf

die Notwendigkeit, einen analytischen Zugang zu entwickeln, der die Kommunikation sowohl auf den individuell-häuslichen als auch auf den lokalen, nationalen und internationalen Ebenen adäquat zu erfassen vermag. Zugleich zeigt sich an diesem Beispiel, wie wichtig es ist, die Organisation der Produktionssphäre genauer unter die Lupe zu nehmen. So könnten wir etwa die textuellen Vernetzungen untersuchen, die von Medien-Giganten wie Time-Warner produziert werden, indem diese dieselben (Merchandising-)Figuren durch Film, Fernsehen, Video, CD, CD-ROM, Computerspiele, Printmedien, Kleidung usw. zirkulieren lassen, ein Phänomen, das auch von Vertretern Politischer Ökonomie wie Eileen Meehan, Janet Wasco oder Vincent Mosko diskutiert wird. Diese Intertextualität resp. Intermedialität, die für die Medienwissenschaft einen noch relativ neuen Untersuchungsgegenstand darstellt, ist für die Firmen seit Jahrzehnten selbstverständliche Geschäftspraxis. Das Problem ist, daß die intertextuellen Vernetzungen von der systematischen wissenschaftlichen Analyse nahezu ausgeschlossen sind. Unsere Vorstellungen einer wissenschaftlichen Disziplin ist dahingehend auszuweiten, daß eine solcherart multifaktorielle Analyse all diese unterschiedlichen textuellen Formen und Erscheinungsweisen einzuschließen vermag.

Morleys Projekt enthält implizit eine Kritik der geistigen Selbstbeschränkung, die mit dem wissenschaftlichen Schubladen-Denken oft einhergeht: der erstarrte Umgang mit Kategorien, die einem lebendigen Prozeß oftmals übergestülpt werden, den es doch eigentlich zu studieren gilt, und die zuweilen mehr vernebeln, als daß sie zur wissenschaftlichen Erhellung beitragen. So sollten etwa die Medienkonzerne mit ihren Geschäftspraktiken nicht so sehr als 'Vorreiter' betrachtet werden, denn als eine Parallel-Entwicklung zu kulturellen Praxen, die sie auf spezifische Weise widerspiegeln, aber auch beeinflussen. Wir müssen sensibel für dieses komplexe Beziehungsgefüge sein – fraglich ist jedoch, ob uns das mit unseren bisherigen Modellen gelingen kann.

Am Ende leistet Morleys anregende Bezugnahme auf Braudel weit mehr als die bloße Formulierung einer dynamisch konzipierten Vorstellung des kommunikativen Prozesses. Sie bietet mehr als den Bruch mit den bekannten Dichotomien, die die vorherrschenden Ansätze zur Medienanalyse prägen. Morleys vielschichtiges Konzept ethnographischer Studien in einer lokal-globalen Dynamik gibt uns ein Verfahren an die Hand, unsere langgehegten disziplinären Vorurteile zu überdenken, um zukünftig eine kritische und empirisch abgesicherte Vorstellung unseres Forschungsfeldes zu gewinnen.

Aus dem Amerikanischen von Robin Curtis und Britta Hartmann