

Desperately seeking the Audience revisited

Prof. Dr. Udo Göttlich, Universität der Bundeswehr München

Heutzutage muß kein medien- und kommunikationswissenschaftlicher Ansatz in der Medienforschung oder der Theoriebildung mehr die Annahme einer Einheitlichkeit und Geschlossenheit des Fernseh- bzw. Medienpublikums dekonstruieren, wie es noch das Anliegen von Ien Ang in ihrer Studie „Desperately seeking the Audience“ (1991) vor genau 20 Jahren war.

Eine wie auch immer geartete Einheitlichkeit scheint seitdem in eine kaum mehr zu bändigende Fragmentierung übergegangen zu sein, die nicht zuletzt mit dem Siegeszug der neuen Medien laufend neue Anlässe dafür zu stiften scheint, über das Publikum nachzudenken.

Beobachtbar ist dabei, dass trotz des von allen Seiten angenommenen grundlegenden Wandels das Grundmuster der seitdem vorliegenden Publikumskonstruktionen in seiner spezifischen Dichotomie gleich geblieben zu sein scheint. Wir treffen auf ein TV- oder Medien-Publikum als diskursives Konstrukt, das als empirischer Abhub eines tatsächlichen Publikums in der sozialen Welt gilt. Aber damit nicht genug, vielfach ist es dieses Konstrukt, das in den Alltag zurückwirkt und dort auch als Blaupause für Publikumskonstruktionen auf der Zuschauer- oder Zuhörerseite genutzt wird. Jeder Einzelne kann sich offenbar nur unter Zuhilfenahme eines solchen diskursiven Konstrukts als Teil einer größeren Ordnung, hier des Publikums begreifen.

Das wiederum führt beispielsweise im Journalismus - etwa bei der Erklärung der „arabischen Revolution“ - mitunter zu (Fehl-)Deutungen, wenn sich Facebook-Mitglieder als Aktivisten einer Bewegung (Gruppe) adressiert sehen, ohne dass hier mehr vorgelegen hätte, als Nutzer oder Benutzer eines Profils gewesen zu sein; genauso wie sich umgekehrt die Vorstellung einer Facebook-Gemeinschaft auf der Fehldeutung aufbauen kann, man sei aufgrund gleicher Interessen zumindest aber aufgrund gleicher Unzufriedenheit bereits eine Gruppe. Für die Wirksamkeit dieser Konstruktionen mag das letztlich egal sein, was die Gründe sind, soziologisch aber ist es relevant zu Fragen, was für Publikumskonstrukte den jeweiligen Gruppenkonstruktionen vorausgehen und zu welcher Vorstellung von Öffentlichkeit sie beitragen.

Die seit Ang thematisierten Fragen zur Rolle von Publikumskonstruktionen für gesellschaftliche Gruppendeutungen ist also nicht ohne Konsequenzen für die Öffentlichkeit und die Institution des Publikums selber, worauf zuletzt Nick Couldry et al. (2007) mit ihrer Studie zur Frage öffentlicher Teilnahme (public connection) hingewiesen haben.

Der vorliegende Beitrag möchte auf der Suche danach, wie der Wandel des Publikumsbegriffs auch eine Änderung der Deutung des institutionellen Rahmens von Öffentlichkeit mitbewirkt, eine Bestandsaufnahme aktueller Publikumskonzepte und -begriffe liefern und deren Problemdeutungen vergleichend diskutieren und

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

vorstellen. Für den beabsichtigten Überblick zum aktuellen Stand der medien- und kultursoziologischen Publikumsforschung stützt sich die Diskussion u.a. auf aktuelle Arbeiten von Richard Butsch (2008), Stephen Coleman und Karen Ross (2010) sowie Nick Couldry et al. (2007).

Literatur

- Ang, Ien (1991): *Desperately seeking the Audience*, London, New York: Routledge.
- Butsch, Richard (2008): *The Citizen Audience. Crowds, Publics, and Individuals*, New York, London: Routledge.
- Coleman, Stephen; Ross, Karen (2010): *The Media and the Public. „Them“ and „Us“ in Media Discourse*, Malden, Oxford et al.: Wiley-Blackwell
- Couldry, Nick; Livingstone, Sonia; Markham, Tim (2007): *Media Consumption and Public Engagement. Beyond the Presumption of Attention*, Basingstoke, New York: Palgrave.