

"Lesen bildet". Schreiben ermöglicht aber weitergehende Partizipation: Konzeptionen des (aktiven) Publikums.

Prof. Dr. Friedrich Krotz, Universität Bremen

Die Kategorie des Publikums ist, wie vor allem Ien Ang herausgearbeitet hat, eine Kategorie, an deren Etablierung und Gebrauch die Massenmedien und ihre Institutionen interessiert waren und sind. Sie haben die Audience Studies als "administrative research" wesentlich mit geprägt, die sich insbesondere in Deutschland vor allem auf Nutzungs- und Wirkungsstudien konzentriert haben. Das Konzept des aktiven Publikums, verbunden mit dem Konzept der Publikumsaktivität, entstand hingegen aus anderen, eher akademisch/partizipatorisch orientierten Kontexten, von denen mindestens drei eine Rolle gespielt haben.

"Publikumsaktivität" richtete sich erstens in den fünfziger und sechziger Jahren gegen die Dominanz einer Medien- und Kommunikationsforschung, die den Medien primär Gestaltungsmacht zusprechen wollte, und damit gegen eine Kommunikations- und Medienwissenschaft, die sich hauptsächlich mit Journalismus- und Wirkungsforschung beschäftigte. Das obstinate Publikum von Bauer und die Fundamentalkritik von Klapper an der kausal verstandenen Wirkungsforschung in den sechziger Jahren waren wichtige Zwischenschritte auf diesem Weg: Das Publikum wurde in der Folge als aktiv, selektiv, bewertend und entscheidend angesehen, wobei hier ein immer psychologischer werdender Uses-and-Gratifications-Ansatz führend wurde, der Kommunikation funktional verstand.

"Publikumsaktivität" wies zweitens in anderen Positionen jedoch auch schon damals weit darüber hinaus, insofern damit ein anderes Menschenbild skizziert wurde, von dem aus mediale Kommunikation als soziale Kommunikation verstanden wurde: Nicht die in weiten Teilen verhaltenstheoretisch basierte Kommunikationswissenschaft Lazarsfeldscher Prägung war hier die Grundlage und Vorbild, sondern die an George Herbert Mead, Erving Goffman und Alfred Schütz anknüpfende Sichtweise des Menschen als aktiver und kreativer Methodologe, der seine Welt ebenso wie Medieninhalte auf der Basis seiner Wahrnehmungen und seines Erlebens aktiv konstruiert. Ein solches Menschenbild geht in einem Konzept eines passiven Publikums ebenso wenig auf wie das Menschenbild der Cultural Studies, das ja schon von Anfang an von der Prämisse ausging, dass es die Leser sind, die Texte machen.

"Publikumsaktivität" hatte schließlich drittens immer auch eine normative Ebene – in Anknüpfung an die von Brecht vorgeschlagene Erweiterung des Radioapparats, der nicht mehr einseitig senden sollte. Daran knüpften Folgerungen an, die man aus der Kritik der Frankfurter Schule an der Aufklärung als Massenbetrug oder aus Habermas' impliziter Rekonstruktion einer entstehenden Zivilgesellschaft im 19. Jahrhundert als Kern und Legitimation von Demokratie ziehen konnte. Darauf bezog sich dann auch die nie zur Ruhe kommende Kritik am Fernsehen, etwa durch Enzensberger und andere.

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

Diese kritisch-normative Position ist auch deswegen eine wichtige Grundlage einer Diskussion, die an Publikumsaktivität anknüpft, weil sie zumindest in der Forschung über das Schreiben und Lesen eine empirische Stütze und eine konzeptionelle Verbreiterung erfahren hat, die an der Kommunikationswissenschaft und ihrer Nutzungsforschung vorbeigegangen ist: Die Schriftforschung hat, woran Peter Stein in seiner Geschichte des Schreibens und Lesens erinnert, mit hinreichender Deutlichkeit herausgearbeitet, dass in der gesellschaftlichen Wertschätzung des Lesens als Basisfähigkeit in der (Post-)Industriegesellschaft nie mitgedacht war, dass auch alle das Schreiben in einer umfassenden und weiten Form erlernen sollten: Schreiben lernen wurde und wird faktisch bis heute als etwas gelehrt, das dem Lesen dienen soll, das darin besteht, Buchstaben, Wörter und Sätze möglichst in Schönschrift zu Papier bringen zu können. Dass Schreiben weit darüber hinaus eine allgemeine Praktik in einer Schriftkultur ist, zu der mehr gehört als das Abschreiben und die Einübung von Buchstaben, nämlich die aktive Beherrschung der verschiedenen Genres und das Adressieren von Gedanken an andere, das Begründen von Meinungen, das Abwägen von Gegensätzen etc., das wurde und wird in der Schule bis heute nicht gelehrt. Der riesige und dann letztlich doch nie ausreichende Aufwand, den moderne Gesellschaften für die Bildung betreiben, sollte offensichtlich in dieser Richtung eine bestimmte Schwelle nicht wirklich überschreiten. Es gibt wenig Gründe, warum das bei anderen Medien anders sein sollte – das Publikum soll aktiv verstehen und aus den Angeboten wählen, aber nicht aktiv gestalten. Das Internet stellt heute endlich Möglichkeiten des Ausdrucks für alle zur Verfügung, aber Technik alleine hilft auch nicht, um diesen historischen Rückstand aufzulösen und die mit dem Schreiben und Lesen verbundenen Versprechungen einzulösen. Das Argument, dass es irgendwie ungemütlich wird, wenn zu viele zu Wort kommen, taugt jedenfalls nicht als Rechtfertigung, sie nicht zu Wort kommen zu lassen.

Der Vortrag will diese Überlegungen genauer entfalten. Es ist leicht, die Ausdifferenzierungen von Publikum und Rezipienten im Hinblick auf die Dichotomie aktiv-passiv zu beschreiben: Die Nutzer von Massenmedien bis hin zum Internet sind heute in vielfältiger Weise aktiv, insofern sie selektieren, konstruieren, insofern sie interaktiv operieren und die Medien auch zur Gestaltung benutzen. Mediennutzung kann – im Gegensatz zur Grundannahme von uses-and-grantifications aber auch passiv im Sinne von erzwungen sein, wenn man an unbeabsichtigte Nutzungsformen denkt, etwa an Fahrstuhlmusik, oder ungewollt und unbemerkt und damit jenseits der Dichotomie aktiv-passiv stattfinden, wenn man etwa den Aufnahmebereich einer Überwachungskamera durchquert.

Jenseits einer derartigen Typologie, die nicht nur historisch interessant ist, sondern wohl auch die Nutzungsforschung bereichern kann, bleibt allerdings die grundsätzliche Frage auch für die digitalen Medien, welche Rolle den Publika hier zugeordnet ist. Interaktivität ist graduell sicher unterschiedlich, wenn man etwa die Handlungsmöglichkeiten in hierarchisch strukturierten Computerspielen mit den Handlungsmöglichkeiten in sogenannten virtuellen Welten wie SECOND LIFE vergleicht, erst recht, wenn man noch Spiele mit einbezieht, die den User zum aktiven Gestalten auch des Spielrahmens motivieren wollen. Auch Social Software kann man danach unterscheiden, was ein User tun darf und was nicht – jedes Programm definiert letztlich einen Handlungsrahmen, der nicht überschritten werden kann. Die These wäre, dass mit einer zunehmenden Kommerzialisierung des Internet

The People formerly known as the Audience

Beiträge zum Verständnis und Wandel der Publikumsforschung

und der digitalen Medien wieder eine entscheidende Schwelle stark gemacht wird, bis zu der der User aktiv sein darf, wobei sich diese Schwelle letztlich nach den Interessen der Softwarebesitzer richtet. Dies wäre allerdings empirisch genauer zu prüfen, auch unter Einbezug alternativer Gestaltungsmodelle, etwa aus der Community- und Hackerbewegung.

Letztlich handelt es sich dabei um eine gesellschaftspolitische Frage: Dient das Ensemble der digitalen Medien dafür, dass die Menschen nur "lesen" und gelegentlich per Schönschrift vorgegebene Leerräume ausfüllen dürfen, ist die Kreativität der Menschen auf ein Malen nach Zahlen beschränkt, oder gelingt es, um es noch einmal in Anlehnung an Schriftkultur auszudrücken, den Gebrauch der Schrift nicht aufs Lesen zu beschränken, sondern ihn in seinen vollen Potenzialen zu integrieren?