

# Besprechungen

Daniel Chmielewski

## Lokale Leser, lokale Nutzer

Informationsinteressen und Ortsbindung im Vergleich – eine crossmediale Fallstudie

Köln: Halem, 2011. – 216 S.

ISBN 978-3-86962-033-6

Die Krise der lokalen Tageszeitungen ist der Ausgangspunkt der Dortmunder Dissertation von Daniel Chmielewski. Er geht am Beispiel der „Ruhr Nachrichten“ und ihrer Webpräsenz (RuhrNachrichten.de) der Frage nach, wie sich das Interesse an lokalen Inhalten in der Tageszeitung erklären lässt und in welchem Verhältnis die Online- und die Printversion zueinander stehen.

Das Publikum der lokalen Tageszeitungen bezeichnet der Autor etwas vorschnell als „blinde[n] Fleck der deutschsprachigen Rezeptionsforschung“. Zwar ist generell die Forschung über lokale Kommunikation seit den neunziger Jahren vernachlässigt worden, dennoch hätten neben älteren Studien auch wichtigere neuere Arbeiten eine Würdigung verdient gehabt. Dies gilt etwa für die Publikumsbefragung von Ursina Mögerle (2009) zur Veränderung der Print- und Onlinenutzung von Tageszeitungen und deren Ursachen sowie jene von Klaus Arnold (2009) zu den Qualitätserwartungen und -bewertungen von Tageszeitungen unterschiedlicher Gattungen. In beiden Studien wird die Bedeutung des Lokalen deutlich herausgearbeitet. Auch lokale Kommunikationsräume waren schon in der Vergangenheit Gegenstand der Kommunikationswissenschaft. Bemerkenswert und innovativ sind die Überlegungen Chmielewskis zur Ortsbindung, wobei er hier auf einer Skala zwischen rationaler, sozialer, emotionaler Bindung sowie lokaler Identifikation unterscheidet. Etwas bemüht wirkt hingegen der Versuch, den dynamisch-transaktionalen Ansatz als Theoriegrundlage zu verwenden, der für die Anlage der empirischen Studie keine erkennbare Rolle spielt.

Die Forschungshypothesen betreffen das lokale Informationsinteresse, die Ortsbindung und die Nutzung lokaler Inhalte. Außerdem betrachtete der Autor das Verhältnis zwischen Print- und Online-Publikum im Hinblick auf Konkurrenz und Komplementarität. Printleser befragte er sowohl telefonisch als auch postalisch, wobei er, was selten geschieht, Zugriff auf die Abonentendatei hatte. Außerdem wurde er vom verlagseigenen Call-Center unterstützt.

Die Ergebnisse bergen nur an einigen Stellen Überraschendes. Ein großes lokales Informationsinteresse fand sich in fast allen Nutzergruppen. Die wichtigste Informationsquelle war die lokale Tageszeitung. Und dass zwischen der Ortsbindung und dem Interesse an lokalen Inhalten ein positiver Zusammenhang besteht, ist ebenfalls plausibel. Aufschlussreicher ist hier, dass die Korrelation besonders bei jungen Printlesern hoch ist. Diesen Befund erklärte der Autor mit der Habitualisierung: Ältere, für die das Lesen des Lokalblatts zur Gewohnheit geworden ist, ändern daran nichts, auch wenn sie umziehen. In jüngeren Altersgruppen ist ein solcher habitueller Umgang mit dem Medium noch wenig verbreitet. Hier greifen vor allem jene zum Lokalteil, die an einem Ort verankert sind. Darüber hinaus ist bei den Jüngeren eher von einem „disembedding“ auszugehen, also einer nachlassenden Ortsbindung. Eine höhere Ortsbindung schlägt sich u. a. in den Themenpräferenzen nieder: Bevorzugt werden lokale Politik, Bürgerinformation und Werbung.

Für den Vergleich zwischen den beiden Medien wurden Doppelnutzer aussortiert, d. h., es wurden Nur-Print- und Nur-Internet-Rezipienten der Marke „Ruhr Nachrichten“ betrachtet. Für ältere Befragte ergab sich eher eine komplementäre, für jüngere eine konkurrierende Nutzung. Immerhin rund zwei Fünftel der Internetnutzer konnten sich einen Verzicht auf die gedruckte Lokalzeitung vorstellen. Darunter waren vor allem jüngere und wenig ortsgebundene Befragte sowie Vielnutzer der Zeitungs-Website. Generell waren die Internetnutzer eher rational und damit schwächer ortsgebunden als Printleser, die eher eine emotionale Bindung besaßen.

Unter dem Gesichtspunkt der praktischen Verwertbarkeit hat die Konzentration der Studie auf die Ortsbindung den Nachteil, dass diese von den Verlagen vermutlich kaum beeinflusst werden kann. Dies schließt nicht aus, dass die Ortsbindung auch Ergebnis der Mediennutzung ist; die Erklärung ihres Zustandekommens war jedoch keine Untersuchungsfrage. Mehr Ertrag für eine (kurzfristige) Verbesserung der Angebote hätte sicherlich eine Erhebung der Qualitätsurteile über die Zeitung und ihre Website oder der Gratifikationen und Kosten für die Leser erbracht. Es ist aber gerade das wissenschaftliche Verdienst der Studie, die Aufmerksamkeit auf eine im Hintergrund liegende, gesellschaftlich bedingte Variable gelenkt zu haben.

Christoph Neuberger

## Literatur:

- Arnold, Klaus (2009): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK.  
Mögerle, Ursina (2009): Substitution oder Komplementarität? Die Nutzung von Online- und Print-Zeitungen im Wandel. Konstanz: UVK.

## Sebastian Doedens

### Flanieren im Internet

Surfstile und Surfstrategien junger Internetnutzer

Baden-Baden: Nomos, 2010 – 254 S.

(Reihe Angewandte Medienforschung; 49)

ISBN 978-3-8329-6004-9

Die Nutzung des Internets – besonders durch junge Nutzer – ist hinreichend erforscht worden. Sie bleibt aber unbekannt genug, um weitere Studien zu rechtfertigen. Wenn dies zudem mit der Spezifizierung auf einen bestimmten – bis dato wenig erforschten – Surfstil geschieht, hilft diese Zuspitzung, das Ganze aussagekräftig zu machen. Wenn diese Zuspitzung insgesamt stringent und klar verfolgt wird, müsste das dazu gehörige Werk (eine Dissertation) eigentlich ein gelungenes sein. Die Studie ist in der Tat gelungen. Trotz alledem aber lässt das Buch „Flanieren im Internet“ von Sebastian Doedens die Rezensentin mit eher ambivalenten Eindrücken zurück.

Doedens' Buch ist eine aktuelle und solide Arbeit aus der Rezeptionsforschung, welche sich der Frage der Surfstrategien (bzw. -stilen) widmet. Dabei werden u. a. die Motive der Nutzer näher beleuchtet und verschiedene Ausprägungen und Aspekte einer spezifischen Surfstrategie untersucht (wann und unter welchen Umständen surfen die Jugendlichen, auf welchen Webseiten oder anderen Internet-Bereichen sind sie zu finden, wie schätzen sie dieses Verhalten ein etc.). Doedens unterscheidet – und das ist eine Hauptaussage der Studie – zwischen prozessorientierter und inhaltsorientierter Internetnutzung. Mit Flanieren meint der Autor dabei eine eher prozessorientierte Nutzung, d. h. eine Nutzung, welche dem Zeitvertreib dient und nicht auf Spezifisches abzielt.

All dies untersucht Doedens in seiner Arbeit empirisch fundiert (auch wenn hier neben dem grundsätzlichen Ansatz am ehesten Einwände zu nennen wären – siehe unten). Das Buch ist in sich stimmig und sehr verständlich geschrieben. Man kann es gar als eine Einführung in bestimmte Bereiche der Rezeptionsforschung lesen bzw. empfehlen. Dass es sich um die überarbeitete Fassung einer Dissertation handelt,

merkt man dem Buch zwar an, aber das durchaus in einem positiven Sinne: Das Vorgehen wird ausführlich – und somit sehr gut nachvollziehbar – dargestellt. So werden generelle Ansätze aus der Rezeptionsforschung (zu den Motiven der Nutzer und zu Fragen der Selektion) zunächst auf die spezifische Internet-Rezeptionsform zugespielt (Kap. 3 & 4), um dann die „Begleiterscheinungen“ (wie Flow-Erlebnisse oder Prokrastination) ebenfalls herzuleiten und zuzuspitzen (Kap. 5). Angereichert mit Fragen der Soziodemografie und Persönlichkeit (Kap. 6) werden anschließend ein Modell entwickelt, Hypothesen und Forschungsfragen generiert (Kap. 7) und das Ganze empirisch überprüft. Die zweite Hälfte des Buches widmet sich der Methode, den Ergebnissen und dem Fazit (Kap. 8-10).

Die dazu gehörige Online-Befragung fand auf studiVZ, schülerVZ und myVZ statt und bestand aus rund 15.000 Fragebögen. Das ist umfassend. Die Arbeit ist stringent, in sich logisch, informativ, an den richtigen Stellen auch selbstkritisch. Allerdings hätte diese Selbstkritik bei der Auswahl der Studienteilnehmer (die durch die Auswahl der zu untersuchenden Netzwerke geschah) und der Frage ihrer Bildung und Vorbildung durchaus noch kritischer sein können.

Worin liegt nun der eingangs monierte Haken der Arbeit? Kurz gesagt: Hätte es die Flanerie nicht im Titel, wäre dies ein gutes Buch. Flanieren kann, wie von Doedens dargestellt, eine gute Bezeichnung bzw. Beschreibung einer spezifischen Form der Online-Nutzung sein (nicht anders habe auch ich argumentiert – vgl. Hartmann, 2004). Aufbauend darauf erklärt der Autor, dass es verschiedene Verständnisse des bzw. Anwendungen vom Flanerie-Begriff(s) im Rahmen der Internetforschung gäbe: Die Rede ist einerseits vom Abstrakten, welches sich literarisch-utopisch bewege, und andererseits vom Empirischen, welches pragmatisch-nüchtern herangehe. Nach der – zwar knappen, aber ebenfalls guten – Zusammenfassung beider Ansätze entscheidet sich der Autor für die zweite. Diese bildet daraufhin die Grundlage für seine empirische Studie. Von Flanerie im ursprünglichen Sinne bleibt dann aber nur die unspezifische Ziellosigkeit übrig. Und diese Reduktion ist das Problem – denn Flanerie ist ein vielfach diskutiertes Konzept mit durchaus anspruchsvollerem Inhalt. Der Ursprung für diese Reduktion ist jedoch nicht bei Doedens zu suchen: vielmehr entstammt sie einer frühen Studie von Bucher und Barth bzw. der späteren Online-Nutzer-Typologie der ARD/ZDF-Online-Studien von 2004 bis 2008, in der die „Junge(n)