tik lässt darüber hinaus den Stellenwert der Verwertungs- wie der Wirkungs-Diskussion deutlich werten, ein Aspekt, der auch stark in die Methodendarstellung der Rezeptions- und Wirkungsanalyse (M. Schreier) hineinspielt. Jeweils den Abschluss der Kapitel bilden dann stärker systematisch orientierte Beiträge: Während G. Rusch für eine medienwissenschaftliche Systemanalyse plädiert – und damit ebenfalls die „Brücke schlägt" zum Beitrag über Mediensysteme (M. Meckel & A. Scholl) – setzen sich R. Klauser & R. Leschke mit dem brisanten Feld einer möglichen „Vereinnahmung" der Medienwissenschaft unter dem „Deckmantel" einer Praxisorientierung resp. einer pragmatischen Anwendungsorientierung auseinander. Von hier aus ergeben sich interessante Rückbezüge zum Beitrag von K. Kreimeier, der sich ja kritisch mit der Verfasstheit der Medien und ihrem nicht unproblematischen Bezug zur „Realität" auseinander setzt.

Gerade weil der Band nicht in „epischer Breite" (z. T. in anderen [älteren] Disziplinen entwickelte und damit mehr oder minder) bekannte Verfahren und Positionen für den ‚Novizen' ausbreitet, stellt er eine wertvolle und anregende Einführung in die Problematik eines sich etablierenden Faches dar. Die verschiedenen perspektivisierten Beiträge zu zentralen Bereichen dieses Forschungs- und Lehrfeldes regen auch die in diesem Feld Tätigen zur Reflexion über das eigene Tun und über mögliche inter- und transdisziplinäre Kooperationen an. Der Neuling wird damit aber keineswegs ausgeschlossen, er wird vielmehr von vornherein eingebunden in die Selbstreflexion und Positionsbestimmung einer jungen und lebendigen Wissenschaft.

Manfred Kammer

Patrick Rössler/Susanne Kubisch/ Volker Gehrau (Hrsg.)

Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung

München: Reinhard Fischer, 2002. – 216 S.

(Reihe Angewandte Medienforschung; 23)

ISBN 3-88927-303-3

Der Titel des Buches und die Herausgeber versprechen eine Leistungsschau – Teil zwei der „Standortbestimmung", die sich die DGPuK-Fachgruppe Rezeptionsforschung „am Beginn des Jahrtausends" selbst verordnet hat. Nach den theoretischen (P. Rössler, U. Hasebrink & M. Jäckel: Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung, München 2001) nun also die „empirischen Perspektiven", eine Dokumentation fast aller Beiträge, die auf der Jahrestagung der Fachgruppe im Januar 2001 unter dem Titel „Der Prozess der Rezeption" gehalten worden sind. Damit ist die Grenze dieses „forschungsorientierten Überblicks" (S. 7) schon benannt. All das, was von Verlagen oder Rundfunkveranstaltern selbst gemacht oder bei kommerziellen Markt- und Meinungsforschungsinstituten in Auftrag gegeben wird, um den Mediennutzern auf die Spur zu kommen, wird lediglich in der „Skizze der Rezeptionsforschung in Deutschland" von Volker Gehrau gestreift, die den acht Forschungsberichten voran gestellt worden ist und die offenbar helfen soll, den großen Überblick nicht zu verlieren. Gehrau stützt sich auf die deutschsprachigen Fachzeitschriften und die kommunikationswissenschaftliche Literatur der letzten Jahre („neuere Überblicke", „diverse" Sammelbände, Tagungsbände, „einschlägige Monographien"; S. 9). Dass die Ergebnisse redaktioneller Forschung normalerweise unter Verschluss bleiben und von der „akademischen Rezeptionsforschung" kaum wahrgenommen werden, erklärt vielleicht, warum er die „angewandte Publikumsforschung" nur am Rande erwähnt und „die gesamte Media- und die reine Mediennutzungsforschung" auf „demoskopische Abbilder bestimmter Merkmale der Gesellschaft" reduziert. Die Langzeitstudie Massenkommunikation gehört für Gehrau zum „akademischen Bereich" (S. 18) – möglicherweise, weil die Ergebnisberichte so aussehen wie andere Bücher aus dem Fach. Brauchbar ist in jedem Fall seine Literaturliste: sechs Seiten mit den wichtigsten Veröffentlichungen aus den Jahren 1990 bis 2000.

Wohin geht die empirische Rezeptionsforschung an deutschen Universitäten? Auf der Habenseite stehen, das ist jedenfalls die Botschaft dieses Buches, ambitionierte theoretische Überlegungen, großer Einfallsreichtum im Bereich Methoden und die Beherrschung computergestützter Auswertungsprogramme. Die andere Seite der Medaille: die Umsetzung in oft ungeeigneten Stichproben (in der Regel interessierte junge Leute) und in künstlichen Situationen sowie der Verzicht auf jede Makroperspektive. Die Herausgeber schreiben in ihrer Ein-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-4-581 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

führung, dass die „acht Originalbeiträge“ auf die „analytische Mikroebene“ abzielen und folglich eine „psychologische Sichtweise dominiert“: „Was passiert eigentlich genau, wenn Menschen Medien rezipieren?“ Wie und warum sie dies im Alltag überhaupt tun, wird bei einer solchen Fragestellung ebenso aus dem Blick verloren wie der Stellenwert, den die Nutzer den Medien in ihrem Leben zubilligen.

Wer Ideen für die methodische Umsetzung sucht, dem sei das Buch dennoch uneingeschränkt empfohlen. Helmut Scherer und Daniela Schlütz (Hannover) haben beispielsweise die „Experience Sampling Method“ (ESM) aus der Glücksforschung adaptiert. Bei der ESM signalisiert ein Pieper den Versuchspersonen, dass es Zeit ist, einen Fragebogen auszufüllen oder etwas in ein Notizheft zu schreiben. Auf diese Weise lassen sich die unterschiedlichsten Momente im täglichen Leben darstellen. Scherer und Schlütz haben den Einsatz dieser Methode damit begründet, dass herkömmliche Befragungen im Rahmen der Uses-and-Gratifications-Forschung sowohl die Medieninhalte als auch die konkrete Situation des Nutzers vernachlässigten und deshalb eher Gratifikationserwartungen abbilden würden, Vorstellungen der Rezipienten über mögliche Eigenschaften der Medien. Die ESM solle nicht nur helfen, den Kontext zu erfassen, sondern auch die Abhängigkeit vom Gedächtnis der Befragten zu verringern. Die Untersuchung wurde als Panelstudie angelegt. Zunächst gab es eine klassische Face-to-face-Befragung, und dann bekamen die Teilnehmer per Pager eine Woche lang täglich drei bis vier Aufforderungen, einen kurzen Fragebogen auszufüllen. Obwohl 61 Prozent der ausgefüllten Bögen nicht auf Mediennutzung entfielen, sondern auf andere Beschäftigungen („Zwar ist auch das ein Ergebnis, aber ein teuer bezahltes“), empfehlen die Autoren den Einsatz dieser Methode.

In Sachen Aufwand das genaue Gegenstück ist die Studie von Peter Vorderer, Christoph Klimmt und Dörte Liebetruth (Hannover) zum Thema Hörspielkassetten und Vorschulkinder. Insgesamt 40 Kindergartenkindern im Alter von drei bis vier Jahren wurde ein Text in zwei unterschiedlichen Varianten vorgespielt, einmal als langweilige Buchfassung mit Märchenonkel und ohne Klangeffekte und einmal mit Musikstück, mehreren Stimmen und einem Schluss-Chor. Um das Unterhaltungserleben der Kinder messen zu können, wurden sie zum einen mit einem ganz einfachen Kodiersystem beobachtet (Gesichtsausdruck und Bewegung) und mussten zum anderen hinterher zwei einfache Fragen beantworten. Beide Methoden brachten eindeutige Ergebnisse (die unterhaltsame Version bereitete den Kleinen mehr Vergnügen), wobei die Kinder die Frage, ob ihnen das Ganze Spaß gemacht habe, bei beiden Varianten eher bejaht haben, sich dann aber klar entscheiden konnten, als es darum ging, ob sie die Kassette beim nächsten Mal wieder hören wollen oder lieber ein Buch ansehen.

Helena Bilandzic (früher München, jetzt Erfurt) hat mit der Methode des lauten Denkens gearbeitet. Ihre Frage: Wie kommen kurzfristige Handlungsorientierungen während der Rezeption zustande und warum führen langfristige Vorlieben nicht immer zum gleichen Handlungsresultat? Bilandzic hat dazu das Fernsehverhalten von 20 Jugendlichen jeweils ungefähr eine Stunde lang mitgeschnitten, sich das Band hinterher gemeinsam mit den Teilnehmern angesehen und sie gebeten, die Gedanken zu äußern, die sie bei der Rezeption hatten. Nach der Inhaltsanalyse der Protokolle sieht die Autorin zwar das Ziel Prognose in weite Ferne gerückt, ist aber immerhin zu dem Ergebnis gekommen, dass auch situative Ziele ganz stark vom Fernsehprogramm abhängen und es keine völlige „Anarchie“ des Zuschauers gibt.

Um eine Prognose ging es auch Wolfgang Schweiger (München). Er wollte herausfinden, wie die Selektionsentscheidungen der Rezipienten fallen, hat dazu ein „Ablaufmodell der Mediennutzung“ entwickelt (ein Nacheinander von Phasen der Auswahl und der Aufnahme) und dieses Modell am Beispiel „informationsorientierte Hypermedien“ getestet. Das Internet bot sich für die Untersuchung vor allem deshalb an, weil Schweiger in seinem Experiment Befragungen und Logfileanalysen kombinieren konnte. Carsten Wünsch (Leipzig) hat die Ergebnisse einer Tagebuchuntersuchung reanalysiert, um die Mood-Management-Theorie überprüfen zu können, Dagmar Unz, Frank Schwab und Peter Winterhoff-Spurk (alle Saarbrücken) haben die Mimik und die Befindlichkeit von Schülern gemessen, denen gewalthaltige TV-Nachrichten vorgespielt wurden, und Monika Suckfüll (Berlin), Jörg Matthes und Doreen Markert (beide Jena) haben zunächst problemzentrierte Interviews geführt, um individuelle Strategien bei der Rezeption von Spielfilmen ermitteln zu kön-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-4-581 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nen, daraus einen entsprechenden Itempool abgeleitet und diesen bei einer schriftlichen Befragung getestet. Während es in diesem Beitrag keine Angabe darüber gibt, wie die Stichprobe rekrutiert wurde, haben sich Christoph Klimmt und Peter Vorderer (beide Hannover) selbstkritisch mit ihrem Erhebungsinstrumentarium auseinander gesetzt. Klimmt und Vorderer wollten die Intensität der parasozialen Interaktion zu Computer- und Fernsehfiguren miteinander vergleichen und haben ihre Erhebung in einer größere schriftliche Befragung integriert, die von der Firma veranstaltet wurde, die Lara Croft erschaffen hat.

Man mag einerseits die Flut von Tagungsbänden bedauern und darauf hinweisen, dass das wirklich Wichtige irgendwann als Monographie erscheint oder schon erschienen ist. Andererseits bietet der vorliegende Band dem Nachwuchs eine Publikationsmöglichkeit, gelungenen Abschlussarbeiten ein Forum und zudem einen Einstieg in ein weites Forschungsfeld. Höher sollte man die Messlatte nicht legen.

Michael Meyen

Eike Hebecker

Die Netzgeneration

Jugend in der Informationsgesellschaft

Frankfurt: Campus, 2001. – 212 S.

ISBN 3-593-36838-2

Bei dieser Arbeit handelt es sich um die Veröffentlichung einer Dissertation (Universität Gießen). Es ist eine theoretische Auseinandersetzung mit den gängigen Interpretationen und Bewertungen der „Medien". Diese „Diskursanalyse" wird in einem umfangreichen theoretischen Teil ausgearbeitet, in dem der Forschungsstand zum Thema Jugend und Medien ebenso berücksichtigt ist wie methodische und begriffliche Überlegungen zum Diskursbegriff. Die folgenden Kapitel zu den *Typen der Jugenddiskurse* schließen erfreulicherweise die Auseinandersetzung mit der Geschichte der Jugendbilder und Jugenddebatten mit ein. Mit einem Kapitel zum Konzept der Generationen wird dieser umfangreiche theoretische Teil beendet, der mehr als die Hälfte der Untersuchung umfasst. Schließlich werden in den beiden Schlusskapiteln die Ergebnisse präsentiert. Eingangs grenzt sich der Autor in seiner Untersuchung von der Erwartung ab, dass er Belege für einen „anstehenden Generationswechsels" oder empirische Beweise für die Existenz einer „Netzgeneration" vorlegt (z. B. an Hand demographischer Daten, Nutzungsstudien oder jugendkultureller Artikulationen). Es geht ihm in dieser Arbeit um eine theoretische Auseinandersetzung mit der Art und Weise, wie sich die „gesellschaftliche Thematisierung aktueller Jugendgenerationen" mit der Debatte über die Medien verbinden: „Der Fokus richtet sich … auf die Verwendung des Diskurs- und Deutungsmusters ‚Generation' im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Thematisierung digitaler und interaktiver Medien und des damit verbundenen Wandels hin zu einer Informationsgesellschaft" (S. 9).

Im theoretischen Teil werden Begriffe wie Mediengeneration, Netzgeneration oder Generation@ u. a. (S. 13) im Hinblick auf die gesellschaftliche Konstruktion von Jugend und Generationsgestalten analysiert. Dieser Anspruch ist insofern spannend, weil der Autor mit seinem Titel „Die Netzgeneration" sich selbst auf diesen Diskurs bezieht und damit ein Teil desselben wird. Ist sich der Autor dieser gewollten oder ungewollten Beteiligung an der Debatte über Generation und Jugend bewusst?

Zunächst charakterisiert der Autor die Beiträge der anderen Beteiligten an diesem Diskurs. Kritisch beschreibt er die dazugehörigen „Metaphernfelder", „Motivationslagen", „Begriffsfetische" und das „Leitbildpotenzial", die allesamt in ihren verschiedenen Formen dem „Überzeugungsdiskurs" zur Ausformung und Diffusion bestehender und zukünftiger Technologien zu Grunde liegen und ihn beeinflussen. Hier zeige sich eine Fixierung zuerst auf das „Nutzungsverhalten der Anwender", während die „Materialität" der Medien weniger Aufmerksamkeit bekäme. Hebecker setzt sich inhaltsanalytisch mit der Rhetorik und den Mustern sowohl von wichtigen Printmedien (Wochenmagazine u. a) als auch von anderen „Meinungsführern" auseinander. Deutlich wird, das fast gleichzeitig eine Reihe von Diskurstypen und -stilen nebeneinander existieren – populärwissenschaftliche, mediale, Szenereportagen, Generationsreportagen, „Selbstdeutungen einer Medienkohorte", 64-er Generation. Diese Diskurse, so der Autor, sind Teil einer „Risikokommunikation" in der das Konzept der Generationen dazu dient, das Eigene

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-4-581 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY