4 Der Ansatz der Medien- und Informationsrepertoires

In diesem Kapitel wird der methodische Ansatz der Arbeit erläutert und begründet. Das analytische Konzept der Medienrepertoires[16] erscheint für das Vorhaben, die Teilhabe von Menschen mit Beeinträchtigungen an öffentlicher Kommunikation in Deutschland mit dem Fokus auf mediale Information zu untersuchen, vielversprechend und zielführend (Hasebrink, 2004; Hasebrink & Domeyer, 2010; Hasebrink, 2013, 2014).

4.1 Medienrepertoires als analytisches Konzept

Der Ansatz der Medienrepertoires ist ein analytisches Konzept, Mediennutzung in tiefgreifend mediatisierten Gesellschaften zu untersuchen. Wie Konvergenzphänomene auf unterschiedlichen Ebenen den Medienwandel prägen, wurde in Kap. 2.2.2 (S. 24) beschrieben. Während die Medienrezeptionsforschung überwiegend Publika einzelner Mediengattungen beforscht (Hasebrink & Hölig, 2017, S. 114), erfasst der repertoire-orientierte Ansatz, welche Medien eine Person nutzt. Ganzheitlichkeit und Relationalität zeichnen den Ansatz aus: Er betrachtet die Gesamtheit an Medien, die Individuen nutzen, und es ist von besonderem Interesse, welche Funktion die einzelnen Medien innerhalb des Repertoires erfüllen, weil sie die innere Struktur des Repertoires bestimmen. Dahinter steht die Annahme, dass das Repertoire nicht nur die Summe einer Anzahl von genutzten Medien ist, sondern ein bedeutungsvoll konstruiertes Menü (Hasebrink & Hölig, 2017, S. 117). Dass Menschen Medien crossmedial, das heißt aus unterschiedlichen Gattungen, auswählen, ist keine neue Erscheinung. Heute sind crossmediale Mediennutzungsmuster aber viel hybrider und komplexer, Medienformate verschwimmen und Gattungsgrenzen werden unscharf (Bjur et al., 2014, S. 15). Von der Geräte-Ebene lässt sich nicht mehr auf das Medienformat schließen (z.B. Fernsehen, Radiohören, Zeitunglesen), heute lassen sich zudem mehr Informationsbedürfnisse medi-

16 Medienrepertoires beziehen sich auf die Mediennutzung allgemein, Informationsrepertoires auf das Medienensemble, das Menschen nutzen, um sich über die für sie relevanten Umweltbedingungen zu orientieren. Zunächst wird das allgemeine Konzept der Medienrepertoires beschrieben.

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

envermittelt befriedigen als früher. In der heutigen „high-choice media landscape“ (Peters & Schrøder, 2018) werden Medienrepertoires zunehmend individualisierter.

Das Konzept der Medienrepertoires hat vor allem instrumentellen Charakter: „Es soll relevante Phänomene der Mediennutzung und ihres Wandels für die empirische Forschung und die theoretische Analyse besser zugänglich machen“ (Hasebrink, 2014, S. 17). Für die Untersuchung der Teilhabe bietet es eine Anschlussstelle, weil Medienrepertoires von Personen ausgehen und nicht von Publika. So wird es möglich, individuelle Teilhabekonstellationen zu erfassen, die auf überindividueller Ebene in Form von typischen Repertoires beschrieben werden können. Die Zusammensetzung der Repertoires kann auch darüber Auskunft geben, welche Medien für die Personen überhaupt zugänglich und nutzbar sind, also auf Barrieren bei Umweltfaktoren hinweisen. Deshalb kann der Ansatz zusammen mit der ICF für Analyse der Teilhabesituation in Bezug auf gesundheitliche Funktionsfähigkeit fruchtbar sein.

4.2 *Theoretischer Hintergrund: Handlungstheoretische Perspektive auf Mediennutzung*

Der Ansatz der Medienrepertoires fußt auf handlungstheoretischen Ansätzen der Mediennutzungsforschung, die Rezeption und Aneignung von Medien als aktives Handeln begreifen, das sich durch „Sinnhaftigkeit, Gerichtetheit, kognitive und soziale Steuerung, Komplexität sowie Situations- und Interpretationsabhängigkeit“ auszeichnet (Sommer, 2014, S. 58). Nicht alle Handlungen der Medienrezeption werden gleichermaßen bewusst durchgeführt. Rezeptions- und Aneignungshandeln ist vielmehr hierarchisch strukturiert und kann in über- und untergeordnete Handlungen aufgespalten werden, die durch unterschiedliche Grade von Bewusstheit und Gerichtetheit gekennzeichnet sind und mehr oder weniger habitualisiert oder reflektiert ablaufen (ebd.). Routinierte Handlungen wie Gerätebedienung oder die Suche nach einem TV-Kanal laufen ohne größere Reflexion ab. Die Auswahl aus einem Angebot von Informationen in einem Newsfeed erfordern mehr Planungsfähigkeit, Reflektion und Bewusstheit. Das aufmerksame Verfolgen des ausgewählten Beitrags sowie die anschließende Verarbeitung und Bewertung „erfordern noch weitreichendere Kapazitäten, die oftmals gar nicht vollständig, sondern heuristisch verknappt und mit begrenzter Rationalität eingesetzt werden (Jäckel, 1992; 1996)“ (Sommer, 2014, S. 48). Informationsnutzung, die

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

im Mittelpunkt dieser Arbeit steht, kann nach Vorderer als „instrumentell-angebotsspezifische Mediennutzung“ betrachtet werden, eine gezielte Zuwendung zu Medien, um Information, Orientierung oder Bildung zu erhalten und/oder soziale Funktionen wie „mitreden können“ zu erfüllen (ebd., S. 50/51).

Die Medienrepertoire-Forschung stützt sich auf den „Use & Gratification Approach“ (U&G) als prominentesten Ansatz, um selektive Mediennutzung zu erklären (Hasebrink, 2014). Er befasst sich mit der ersten Stufe des Medienhandelns, der Auswahl von Medienangeboten. Der Ansatz geht von einem aktiven Publikum aus. Grundannahme ist, dass Selektion und Nutzung von Medien motiviert und in Hinblick auf die Erfüllung bestimmter Bedürfnisse geschieht. Die Motive und Bedürfnisse wie das gesamte Medienhandeln werden von sozialen und psychischen Faktoren beeinflusst. Medien stehen in Konkurrenz zu anderen Medien und anderen Freizeitangeboten, ausgewählt wird das Angebot, das am besten die gesuchten Gratifikationen zu erfüllen verspricht. In der Phase nach der Medienzuwendung findet eine Bewertung statt, inwieweit die erwarteten Gratifikationen auch erfüllt wurden. Die Bewertung fließt in künftige Auswahlentscheidungen ein (Dohle, 2014; Sommer, 2014).

Die Bedürfnisse, die Medienangebote für die Rezipient*innen erfüllen können, lassen sich in vier Gruppen unterteilen:

- kognitive (Information und Orientierung),
- affektive (Entspannung, Unterhaltung, Ablenkung),
- soziale (Anschlusskommunikation, Einsamkeit, parasoziale Beziehungen)
- Identitätsbedürfnisse (Identifikation, soziale Vergleiche, Selbstfindung) (Schweiger, 2007, S. 80–81).

In der klassischen Mediennutzungsforschung werden die Gratifikationen mit Items abgefragt wie

- „weil ich mich informieren möchte“,
- „damit ich mitreden kann“,
- „weil ich Denkanstöße bekomme“,
- „weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind“,
- „damit ich mich nicht alleine fühle“

(Auswahl aus: Krupp, 2016, S. 351).

Die Nutzung eines Informationsangebots kann für die Rezipient*innen auch andere Funktionen erfüllen als nur die der Information und Orientierung, wie Gewohnheit, Spaß oder Ablenkung.

Der Ansatz der Informationsrepertoires stützt sich auch auf die Informations-Seeking-Forschung, bei der es um die Erfüllung von Informationsbe-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dürfnissen in konkreten Problemlösungssituationen geht. Während der U&G-Ansatz Gratifikationen bei Mediennutzungssituationen erklärt, steht hier der instrumentelle Nutzen im Vordergrund. Bei dieser Art von Mediennutzung geht es weniger um die Bedürfnisbefriedigung während der Mediennutzung, sondern um ein späteres Ziel, das nach der Mediennutzung erreicht werden soll. Es wird unterschieden zwischen drei verschiedenen Arten von Wissen:

- Überblickswissen (Überblick über relevante Sachverhalte),
- Orientierungswissen (Meinung und Bewertung zu konkreten Sachfragen),
- Aktionswissen (konkrete Problemlösungssituation)
  (Schweiger, 2007, S. 94–95).

Je nach Informationsbedürfnissen und personenbezogenen Faktoren der Nutzer*innen werden andere Suchstrategien und Medien gewählt (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 53; Schweiger, 2007, S. 187).

Hasebrink und Hepp beschreiben Medienrepertoires als verhältnismäßig stabile medienübergreifende Muster der Medienpraxis (Hepp & Hasebrink, 2017). Nach Peters und Schrøder bestehen Medienrepertoires aus den Medienquellen, die Menschen routinemäßig und habitualisiert in ihrem Alltag nutzen: Menschen stellen ihre Repertoires schrittweise zusammen, indem sie auf Quellen aufmerksam werden, sie prüfen und dann entweder in ihr Repertoire aufnehmen oder die Quellen wieder in „the sea of non-relevant media" verschwinden (Peters & Schrøder, 2018, S. 1082). Grundlage bildet logischerweise die zu einem Zeitpunkt verfügbare Medienumgebung. Medienrepertoires ändern sich immer wieder, aber sie tendieren dazu, mit der Zeit automatisiert und habitualisiert zu werden (Peters & Schrøder, 2018, S. 1083).

> „Cross-media use [...] must be conceptualized, to a large extent, as a process based first on awareness, then deliberate choice, and finally on influences that reinforce the practice, all situated in broader institutional and cultural contexts that prefigure these choices" (Peters & Schrøder, 2018, S. 1082).

Medienhandeln ist eingebunden in die alltägliche Lebensführung und trägt dazu bei, den Alltag zu konstituieren. Umgekehrt prägt die alltägliche Lebensführung auch die Auswahl und den Gebrauch der Medien (Weiß, 2014, S. 99). Als Teil des routinierten Alltagshandelns erfüllen Medienrepertoires einen subjektiven Sinn im alltagsweltlichen Kontext. Medienrepertoires können nach Hasebrink als „integraler Bestandteil von Mustern des Alltagshandelns" und „als Ausdruck eines bestimmten Ha-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

bitus“ angesehen werden (Hasebrink, 2014, S. 20). Dies schließt an die Domestizierungsforschung an, die den subjektiven Sinn des Medienhandelns innerhalb des Alltags untersucht (Kap. 2.2.4) und verweist auf den sozialen Kontext. Medienrepertoires sind durch den situativen wie den sozial-strukturellen Kontext geprägt und somit nicht rein individuell und subjektiv erklärbar (Sommer, 2014, S. 58). Gesundheitliche Funktionseinschränkungen beeinflussen das Medienrepertoire auch auf dieser Ebene des Eingebundenseins in die alltägliche Lebensführung.

4.3 Das Informationsrepertoire

Das Informationsrepertoire ist Teil des allgemeinen Medienrepertoires eines Menschen und bezieht sich auf die Medienquellen, die ein Mensch nutzt, um sich über die für ihn relevanten Umweltbedingungen zu orientieren. Information ist zu einer wesentlichen Ressource in der Gesellschaft und eine wesentliche Grundlage für wirtschaftliche Wertschöpfung geworden. Sie gehört zu den Grundfunktionen von Medien (Beck, 2013, S. 124; Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 49). Insbesondere für die in Kap. 2.2.1 skizzierte konstituierende Bedeutung von Meinungs- und Informationsvielfalt für demokratisch verfasste Gesellschaften ist es von Bedeutung, zu untersuchen, inwieweit Menschen sich ein vielfältiges Informationsangebot zusammenstellen und welches Gewicht verschiedene Mediengattungen, Formate und Angebote haben. Der in Kap. 2.2.2 beschriebene Medienwandel hat die Bedingungen einschneidend verändert, unter denen Individuen sich heute informieren.

Hasebrink et al. (2010) grenzen bei ihrem Ansatz der Informationsrepertoires ihr Verständnis von Information vom medialen Informationsbegriff als Ordnungskategorie ab, mit der eine bestimmte Art von Medienangeboten bezeichnet wird wie zum Beispiel Nachrichten oder Informationsprogramme im Radio. Hasebrink und Domeyer beziehen sich auf einen „sozialen Informationsbegriff“. Demnach umfasst das Informationsrepertoire „die Gesamtheit der medialen Angebote, die die Menschen dazu nutzen, sich über die für sie relevanten Umweltbedingungen zu orientieren und eine eigene Position zur Welt und in der Gesellschaft zu entwickeln“ (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 52). Nach diesem Verständnis besitzt eine Nachricht keinen objektiven Informationsgehalt, sie wird vielmehr von Rezipient*innen unterschiedlich wahrgenommen.

> „Ein derartiges Verständnis legt den Schwerpunkt damit auf Größen wie Sinn, Bedeutung, Interpretation und Relevanz, die einer Informa-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

tion von ihrem Empfänger subjektiv zugewiesen wird“ (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 52)

Die direkt als Informationsangebote bezeichneten Medienangebote spielen im Informationsrepertoire eine besondere Rolle, „da sie, den Prinzipien des Journalismus folgend, einen direkten Bezug zu den gesellschaftlichen Realitätskonstruktionen aufweisen“ (ebd, S. 52). Grundsätzlich können aber alle Mediengattungen Informationsfunktionen erfüllen, auch unterhaltende Formate.

Hasebrink und Domeyer schlagen die Unterscheidung von vier Ebenen von Informationsbedürfnissen vor (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 54–55; Hasebrink, 2016). Sie bilden ein Konstruktionsprinzip, nach denen Menschen ihre Informationsrepertoires zusammenstellen.

- **Ungerichtete Informationsbedürfnisse/allgemeine Weltbeobachtung** betreffen die allgemeine Umweltbeobachtung und dienen „der laufenden Kontrolle der Umwelt im Hinblick darauf, ob es Entwicklungen gibt, die für das Individuum relevant sein könnten, weil sie mit potenziellen Chancen und Risiken verbunden sind“ (Hasebrink 2016, 12). Gesucht wird nicht gezielt, sondern ungerichtet. Mediennutzer*innen verfolgen, was „Medien für interessant und relevant oder für ästhetisch ansprechend halten, und entscheiden dann, ob das auch für sie persönlich gilt“ (ebd 12). Qualitätskriterium für die Auswahl und Zuwendung zu Medieninhalten ist allgemeine, öffentliche Relevanz.
- **Thematische Interessen** sind spezifisch und betreffen bestimmte Gegenstandsbereiche, die die Nutzer*innen aus unterschiedlichen Gründen besonders interessieren. Die Vorlieben und Interessen können sich auf Fußball, Musik, Games, Gesundheit, Umweltpolitik, auf mit dem Beruf zusammenhängende Themen beziehen oder auch auf Darstellungsformen und Genres wie Comedy, einen Serientypus, Musikstile oder bestimmte Personen wie Prominente. Qualitätskriterien sind Themenrelevanz und Informationstiefe.
- **Gruppenbezogene Informationsbedürfnisse** beziehen sich auf Bezugsgruppen, die für die Mediennutzer*innen relevant sind. Jeder Mensch orientiert sich in seinem Alltag an Bezugsgruppen, seien es Familie, Freundeskreis, Fangruppen, das berufliche Umfeld oder anderen Gemeinsamkeiten wie Erfahrungen und Überzeugungen. Der Austausch über gemeinsame Themen und Interessen ist für die Identitätsbildung und die eigene Positionierung in der Gesellschaft wichtig. Qualitätskriterium ist die gruppenbezogene Relevanz.
- **Konkrete Problemlösungsbedürfnisse** sind sehr individuell und situativ. Jeder Mensch begegnet in seinem Alltag Herausforderungen, für

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

> die konkrete Lösungen und Informationen nötig sind. Die Informationsbedürfnisse können sich aus der beruflichen Position oder aus der Rolle als Verbraucher*in, Patient*in, Eltern, Mieter*in usw. ergeben. Die Suche nach passenden Informationsangeboten „gestaltet sich punktuell, gezielt und fallorientiert", Qualitätskriterium ist die Nützlichkeit in der konkreten Situation (Hasebrink 2016, 14).

Diese Ebenen bilden die „Grundelemente" von Informationsrepertoires. Informationen aus den vier Ebenen nehmen mehr oder weniger große Anteile in den individuellen Informationsrepertoires ein, grundsätzlich spielen aber alle Ebenen für jeden Menschen eine Rolle. Je nach Lebensphase, Lebensthemen und Lebenslage verändert sich das Gewicht, das Menschen den Informationsbedürfnissen zuweisen (Weiß, 2014, S. 103). Die relativen Anteile können als Indikatoren angesehen werden, welche Bedürfnisebenen für die jeweilige Person bei ihrer Alltagsbewältigung im Vordergrund stehen (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 57).

Hasebrink und Domeyer gehen davon aus, dass es primäre Medientypen gibt, mit denen sich diese Informationsbedürfnisse befriedigen lassen, zum Beispiel journalistische Medien für ungerichtete Informationsbedürfnisse oder soziale Medien für gruppenbezogene. Heute, neun Jahre nach der Veröffentlichung des Aufsatzes, dürfte es schwieriger geworden sein, vom Medientyp auf die Ebene des Informationsbedürfnisses zu schließen. Diese Systematik dient vor allem der analytischen Unterscheidung und als Instrument, Veränderungen sowohl aus Angebots- als auch aus Nutzer*innensicht zu beschreiben. Konkrete Informationsnutzungsepisoden werden nicht immer eindeutig nur einer Kategorie zugeordnet werden können.

Die Bedeutung, die die jeweiligen Ebenen für die Nutzer*innen haben, verändert sich im Laufe des Lebens, aber auch durch gesellschaftliche Entwicklungen und durch die Medienentwicklung selbst (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 58). Je nach Lebensphase sind andere Entwicklungsaufgaben zu bewältigen, die auch das individuelle Informationsverhalten prägen. Wenn sich im Jugendalter soziale Beziehungen von der Familie hin zu Peers verlagern, werden gruppenbezogene Bedürfnisse für die Entwicklung der eigenen Identität besonders wichtig. In der Phase des Studiums und der Berufsausbildung gewinnen thematische Interessen an Bedeutung. Wenn sich im mittleren Erwachsenenalter die berufliche und familiäre Position etabliert hat, verlieren gruppen- und themenbezogene Bedürfnisse an Bedeutung und ungerichtete Informationsbedürfnisse werden wichtiger, um „in einem breiteren Sinne als Mitglied der Gesellschaft aufzutreten" (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 62). Beim Übergang vom Berufsleben in die Rente können Hobby oder ehrenamtliche Tätigkeiten

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

an Bedeutung gewinnen (Röser, 2017a). Die in Kap. 2.2.4 geschilderten Studien zur Mediennutzung im Alter legen nahe, dass themen- und gruppenbezogene Bedürfnisse wieder wichtiger werden. Zu den Entwicklungsaufgaben im hohen Alter gehört es nach Heusinger, die verschiedenen Lebenserfahrungen in Einklang zu bringen und die Begrenztheit des Lebens anzuerkennen (Heusinger, 2016, S. 27). Möglicherweise verlieren dann ungerichtete Informationsbedürfnisse an Bedeutung. Durch Beeinträchtigungen und Behinderung können sich Lebensverläufe ändern und damit auch Informationsbedürfnisse, etwa dadurch, dass mehr Menschen mit Beeinträchtigungen im erwerbsfähigen Alter nicht erwerbstätig sind (BMAS, 2016a, 171f).

Die Informationsbedürfnisse können sich auch mit der „Lebenslage und den Themen und Perspektiven, die diese Lage aufgibt," verschieben (Weiß, 2014, S. 104). Das „Exklusionsrisiko Behinderung" (Wansing, 2006, S. 78–79) kann Informationsbedürfnisse beeinflussen. Wenn Lebenswege durch „Exklusionskarrieren" wie das Lernen, Arbeiten und Leben in Sonderinstitutionen vorgezeichnet und individuelle Entscheidungen vom System abgenommen werden (Wansing, 2006, S. 99–101), nimmt die subjektive Bedeutung von Informationsbedürfnissen möglicherweise ab.

Auch gesellschaftlicher und medialer Wandel trägt dazu bei, dass sich Informationsbedürfnisse verändern, zum Beispiel durch die Individualisierung, einem ähnlichen Metaprozess wie der Mediatisierung. Mit der Auflösung fester Strukturen wächst die Menge an individuellen Entscheidungen und individueller Verantwortung. Durch die Umstrukturierung sozialer Sicherungssysteme wird vermehrt eigenverantwortliches Handeln verlangt, was mit erhöhtem Informationsbedarf einhergeht. So ist auch zu vermuten, dass eine fortschreitende Inklusion neue Informationsbedürfnisse schafft, als Beispiele seien die Wahl der geeigneten Schule oder das persönliche Budget genannt. Im Zuge der Ambulantisierung von Unterstützungssystemen wachsen Informationsbedarfe, wenn mehr Entscheidungen eigenverantwortlich getroffen werden können und müssen. Konkrete Problemlösungsbedürfnisse ergeben sich unter anderem aus Barrieren im Zugang zu Umwelt und Dienstleistungen.

Auch der Medienwandel selbst beeinflusst Informationsbedürfnisse. Die uneingeschränkte Verfügbarkeit von Informationen und das Aufkommen von sozialen Medien verstärkt Bedürfnisse oder schafft neue. Gruppenbezogene Informationsbedürfnisse lassen sich durch soziale Medien heute ganz anders bedienen. Diese neuen Medienangebote können neue Informations- und Orientierungsquellen für gruppenbezogene oder individuelle Informationsbedürfnisse darstellen. Dies kann auch in der Auseinan-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dersetzung mit eigenen Behinderungserfahrungen eine Rolle spielen. Es gibt mittlerweile eine Vielzahl von Blogs, Facebook-Gruppen, Twitter-Accounts oder YouTube-Kanälen, in denen Menschen mit Beeinträchtigungen über Themen, die mit Behinderungserfahrungen zu tun haben, berichten und/oder sich austauschen. In Kap. 2.2.3 wurde im Abschnitt „Digital Disability Divide" bereits auf diese Aktivitäten eingegangen (S. 42). Sie ermöglichen neue Formen des Austausches, der Selbsthilfe und Artikulation von Missständen, die es vorher über Medien in dieser Form nicht gab.

Über das Internet und Social Media entstehen zudem neue Möglichkeiten, Informationen für konkrete Problemlösungsbedürfnisse zu erhalten. Zum Beispiel sind Informationen über die Barrierefreiheit von Gebäuden und Verkehrsmitteln heute durch das Internet deutlich besser zugänglich als früher, dazu tragen auch Crowd-Initiativen wie wheelmaps.de u.Ä. bei.

Diese Entwicklungen haben dazu geführt, dass Informationsrepertoires heute ausdifferenzierter und individueller geworden sind (Hasebrink & Domeyer, 2010, S. 60).

4.4 Methoden der repertoire-orientierten Mediennutzungsforschung

Das Konzept der Medienrepertoires ist grundsätzlich offen für standardisierte und qualitative Ansätze der Mediennutzungsforschung und deren Triangulation. Mit quantitativen Methoden lassen sich vor allem die Repertoires anhand von konkreten Merkmalen beschreiben, die Beziehungen zwischen den Bestandteilen analysieren und übergreifende Muster der Mediennutzung identifizieren. Qualitative Ansätze erforschen die Perspektive der Nutzer*innen auf ihr Medienrepertoire im Sinne sinnvoller medienbezogener Praktiken (Hasebrink, 2014).

Qualitative Ansätze sind u.a. in Bezug auf demokratietheoretische Fragen angewandt worden, um sich der Frage zu nähern, welchen individuellen Wert einzelne Medienangebote für die Nutzer*innen haben und welche Funktion publizistische Medien oder algorithmisch personalisierende Intermediäre haben (Hasebrink, Schmidt & Mertens, 2016; Peters & Schrøder, 2018; Schrøder, 2019). Wie Medienkonvergenz und damit u.a. Intermediäre zum Strukturwandel von Öffentlichkeit beitragen, wurde bereits in Kap. 2.2.1 ausgeführt.

Die relevanten Komponenten von Informationsrepertoires können Gattungen, Genres, Geräte, thematische Angebote, konkrete Medienanbieter und Angebotsmarken sein. Als empirische Indikatoren für die Zusammensetzung des Repertoires können Nutzungshäufigkeit und die Nutzungs-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

dauer dienen, aber auch Bindung, Einstellungen und Präferenzen. Die Beziehungen der Komponenten im Repertoire kann durch die Anteile der verschiedenen Komponenten am Gesamtrepertoire oder durch Korrelationen analysiert werden: Welche Medien schließen sich eher aus, welche ergänzen sich und bei welchen Medien zeigen sich keine Zusammenhänge? Allgemeine Konstruktionsprinzipien können über Fragen nach der subjektiven Bedeutung von Informationsbedürfnissen, Themeninteressen und zur Bewertung der Medienangebote erhoben werden. Der subjektive Sinn des Repertoires und seiner Bestandteile lässt sich über die Funktionen der Bestandteile und durch die Untersuchung der Alltagskontexte der Mediennutzung rekonstruieren (Hasebrink, 2014).

Hasebrink et al. entwickelten aus dem Ansatz ein Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative standardisierte Befragung, um die Vielfalt der Informationsquellen aus Nutzer*innensicht zu erheben und das relative Gewicht von Mediengattungen, Angebotsgenres, Angebotsmarken und Anbietern zu ermitteln (Hasebrink & Schmidt, 2012, S. 6–9).

Für die Studie hat das Hans-Bredow-Institut 1007 Personen telefonisch zu ihrem Informationsrepertoire befragt. Die Befragung stand im Zusammenhang eines Vorhabens des Bundesbeauftragten für Kultur und Medien, wie Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland erfasst werden kann. Die Leitfrage der Untersuchung lautete, „wie vielfältig die von der Bevölkerung bzw. von verschiedenen Teilgruppen der Bevölkerung genutzten Informationsquellen sind“ (Hasebrink et al. 2012, S. 5). Die medienübergreifende Erhebung sollte ermöglichen, den relativen Beitrag verschiedener Mediengattungen zur Meinungsbildung zu erfassen. Ausgehend von konkreten Funktionen der Information und Meinungsbildung wurde erhoben, welcher Medien sich die Befragten zur Erfüllung der Funktionen bedienen.

In der Auswertung der Studie wurden mit einer Clusteranalyse Nutzungstypen gebildet, die sich in ihrem Informationsrepertoire unterscheiden. Grundlage für die Clusterbildung war die Nutzungshäufigkeit einer Liste von 24 Informationsquellen. Die Analyse bestätigte u.a. einen „enge[n] Zusammenhang zwischen Nutzungsmustern und sozialer Position: Die allein anhand der Häufigkeit der Nutzung verschiedener Informationsquellen gebildeten Typen unterscheiden sich markant im Hinblick auf Alter, Geschlecht und formaler Bildung“ (ebd. S. 25). Die Typenbildung war bei der Pilotstudie zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch weitgehend explorativ.

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

4.5 Zwischenfazit

Der Ansatz der Informationsrepertoires ist wegen seiner drei Prinzipien Nutzer*innenorientierung, Ganzheitlichkeit und Relationalität ein hilfreiches Instrument, um die Informationsnutzung unter dem Gesichtspunkt der Teilhabe zu untersuchen. Er erlaubt es, statt üblicherweise Publika von Mediengattungen zu betrachten, Individuen in den Mittelpunkt zu stellen, wie sie Informationsquellen zu einem für sie sinnvollen und nützlichen Repertoire kombinieren. Erst die Gesamtheit der genutzten Quellen zeigt, wie vielfältig sich die Menschen informieren. Das relative Gewicht von Mediengattungen in den Repertoires gibt Auskunft über Vorlieben und im Falle von Menschen mit Beeinträchtigungen auch über Förderfaktoren von bestimmten Mediengattungen. So kann durch die Zusammensetzung der Repertoires deutlich werden, welche Mediengattungen besonders gut den Bedarfen von Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen entsprechen. Auf der anderen Seite werden Barrieren sichtbar, wenn diese zusätzlich erhoben werden, denn Nutzer*innen können sich aus unterschiedlichen Gründen gegen Mediengattungen entscheiden. Förderfaktoren oder Barrieren können auch auf der Ebene von einzelnen Angeboten und Genres zu finden sein, etwa wenn nicht alle Genres und Angebote gleichermaßen barrierefrei zugänglich sind.

Die beschriebene Systematisierung von Informationsbedürfnissen erlaubt es, individuelle und aggregierte Informationsrepertoires auf ihre grundlegende Orientierung hin zu beschreiben. Die zugewiesene Bedeutung von Bedürfnissen kann in Lebenslagen, Lebensthemen und Lebensphasen begründet sein. Beides kann durch Beeinträchtigungen und Behinderungen beeinflusst sein.

Die ICF ist die konzeptionelle Anschlussstelle, um das Informationsrepertoire unter den Bedingungen von Gesundheitsproblemen zu untersuchen. Das Verständnis der ICF, Behinderung nicht an Personen festzumachen, sondern an Aktivitäten und dem Einbezogensein in Lebensbereiche, passt zum Herangehen der Repertoire-Perspektive, nicht Publika von Mediengattungen oder -angeboten zu betrachten und zwischen Nutzung einzelner Mediengattungen, Genres oder Angeboten (=ICF-Aktivitäten) und dem Repertoire (=ICF-Teilhabe) analytisch zu unterscheiden. Die Teilhabe an öffentlicher Kommunikation lässt sich erst beurteilen, wenn man die Gesamtheit der genutzten Medien zusammen betrachtet und auf der übergeordneten Ebene von typischen Informationsrepertoires vergleicht. Wenn die Repertoiretypen nach Kontextfaktoren verglichen werden, las-

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

sen sich Konstellationen beobachten, bei denen Förderfaktoren und Barrieren für die Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation werden.

https://doi.org/10.5771/9783748921363-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND