

Rainer Kabel

## Lindlof, Thomas R. (Hrsg.): Natural Audiences. Qualitative Research of Media Uses and Effects

1988

<https://doi.org/10.17192/ep1988.4.6460>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kabel, Rainer: Lindlof, Thomas R. (Hrsg.): Natural Audiences. Qualitative Research of Media Uses and Effects. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 5 (1988), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1988.4.6460>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Thomas R. Lindlof (Hrsg.): Natural Audiences. Qualitative Research of Media Uses and Effects.-** Norwood, N.J.: Ablex Publishing Company 1987, 269 S., £ 34,-

Die Forschungsberichte und kritischen Stellungnahmen dieses Sammelbandes thematisieren die qualitative Forschung im Bereich medialer Kommunikation. Der Herausgeber Thomas R. Lindlof (University of Kentucky) hebt in seinem Vorwort wie auch in dem gemeinsamen Einführungsartikel mit Timothy P. Meyer (University of Wisconsin) hervor, daß die angewandten Methoden in anderen Wissenschaften wie Ethnographie, Ethnologie, Anthropologie, Kulturanthropologie durchaus üblich sind, bei den Kommunikationswissenschaften allerdings bisher nicht. Vermittelte Kommunikation, so führen Lindlof und Meyer aus,

ist wesentlich häusliche Aktivität. Medieninhalte werden von Menschen in privaten und vertrauten Umständen aufgenommen. Daher werden Auswahl und Gebrauch solcher Inhalte geformt durch die Bedingungen solcher Örtlichkeiten. Diesen komplexen Zusammenhängen widmen sich die einzelnen Untersuchungen aus den Bereichen Familie, Institutionen und Subkulturen. Die Methoden sind teilnehmende Beobachtung und Interviews mit unmittelbar und mittelbar Betroffenen.

Dafna Lemish (University of Haifa) und ihre Mitarbeiter besuchten fünfmal 16 Familien mit Babys, um herauszufinden, wie die Kleinsten zum Fernsehkonsum kamen und welche Kapazitäten bereits in frühestem Kindesalter für die Wahrnehmung und das Aufnehmen von Fernsehinhalten vorhanden sind. Erstaunliches Resultat: Viel früher als von Piaget und anderen behauptet, verfolgen Kleinstkinder über die motorischen und unmittelbaren Wahrnehmungen hinaus äußerliche Reize und identifizieren offenbar einzelne Fernsehangebote. Fernsehen ist für amerikanische Kleinstkinder schon ein Teil ihrer Realität. Michelle A. Wolf (San Francisco State University) und Mitarbeiter untersuchten mit Beobachtung und Interviews bei 107 Kindern zwischen 4 und 12 Jahren in 10 Monaten den Fernsehgang und die Bedeutung der aufgenommenen Inhalte bei den kleinen Zuschauern. Aus den Diskussionen der Kinder wird deutlich, in welchem Maße technische Beurteilungskriterien wie Licht, Schnitt, Kamerabewegung, Ton etc. eine Rolle spielen. Paul Messaris (Annenberg School of Communications) interviewte Mütter zu ihrem Verhalten gegenüber fernsehenden Kindern, entweder den Inhalt erläuternd, berichtend oder auch beschwichtigend. Offenbar spielt der Kommentar in der Familie für die Verarbeitung der Angebote eine große Rolle. Zu den Studien nimmt Ellen Wartella (University of Illinois) kritisch Stellung; vor allem bringt sie begründete Skepsis gegenüber der Aussagekraft der interviewten Personen vor.

Im Abschnitt 'Familie' stellt Jennifer W. Bryce (American University of Beirut) auf der Basis von Beobachtungen dreier Familien den Zusammenhang von familiärer Zeiteinteilung und Fernsehnutzung dar, vor allem die Unterschiede herausarbeitend. Paul J. Traudt (University of New Mexico) und Cynthia M. Lont (George Mason University) untersuchten den Zusammenhang von Familienleben und Fernsehlogik. Ihre Faktenbasis besteht aus 14 Besuchen während dreier Monate bei einer Familie mit fünf Mitgliedern. Sie fanden erstaunliche Entsprechungen des täglichen Familienlebens und der von den Versuchspersonen gesehenen Familiendarstellungen im Fernsehen. James A. Anderson (University of Utah) merkt in seinem kritischen Kommentar zu diesem Abschnitt an, daß die schmale Datenbasis durch die intensiven Interpretationen der Forscher überfordert wird. Im Abschnitt, der von Subkulturen und Institutionen handelt, beschäftigt sich Thomas R. Lindlof mit dem Fernsehen im Gefängnis. Seine Methode ist die teilnehmende Beobachtung. Dona B. Schwartz und Michael Griffin (University of Minnesota) beschäftigen sich mit den Aktivitäten des 'Miniature Camera Club of Philadelphia' und den Fotos der Mitglieder. James Lull versucht eine 'Ethnographie' der Punk-Subkultur von San Francisco. Muriel G. Cantor nimmt dazu Stellung und würdigt die

Methode der interpretierenden Beschreibung, die nunmehr auch in die Medienforschung Eingang nimmt.

Der Sammelband neuer qualitativer Ansätze der Medienforschung aus den USA ist höchst anregend, auch oder gerade, wenn die Ergebnisse der einzelnen Studien nicht 'repräsentativ' sind. Aber was bedeutet schon 'Repräsentativität'? Komplexität der Situation, Mehrdeutigkeit, Einzigartigkeit der Individuen erfordern nach Meinung der Beiträger andere Methoden als die der Statistik und der traditionellen Meinungsforschung. Mit Recht.

Rainer Kabel