

Sven Thiermann

## Gerhard Vowe, Jens Wolling: Radioqualität. Was die Hörer wollen und was die Sender bieten

2005

<https://doi.org/10.17192/ep2005.2.1657>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Thiermann, Sven: Gerhard Vowe, Jens Wolling: Radioqualität. Was die Hörer wollen und was die Sender bieten. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 22 (2005), Nr. 2, S. 260–262. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2005.2.1657>.

### 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.

### **Gerhard Vowe, Jens Wolling: Radioqualität. Was die Hörer wollen und was die Sender bieten**

München: kopaed 2004 (TLM-Schriftenreihe, Bd. 17), 381 S., ISBN 3-938028-17-3, € 22,-

Die hier präsentierte Studie ist das Ergebnis einer umfangreichen und detaillierten Untersuchung, die im Herbst 2002 im Auftrag der Landesmedienanstalten Hessens, Sachsen-Anhalts und Thüringens unter der Leitung der beiden Autoren an der TU Ilmenau durchgeführt wurde. Die Kernfrage der Forscher lautete dabei, ob die (als vorhanden angenommenen) Qualitätsurteile der HörerInnen eine Rolle bei der Auswahl des Radiosenders spielen. Diese zunächst ausgesprochen trivial scheinende Fragestellung wurde dabei auf vier Ebenen untersucht: 1. Was ‚bieten‘ die Sender? 2. Was ‚wollen‘ die Hörer? 3. Wie nehmen sie die konkreten Sender wahr? Und 4. Wie und warum nutzen sie diese? Die ersten beiden Analyseschritte wurden durch ausführliche empirische Erhebungen realisiert: 17 publikumsorientierte öffentlich-rechtliche und private Radiosender der drei genannten Bundesländer wurden im Umfang eines kompletten Wochenprogramms nahezu vollständig inhaltsanalytisch erfasst und ausgewertet (bis hin zur Standardabweichung bei der Rhythmik der Musik), während ebenfalls in allen drei Bundesländern eine repräsentative computergestützte Telefonbefragung durchgeführt wurde. In Schritt 3 und 4 versuchten die Autoren, die Antwort auf die Forschungsfrage aus einem Komplex von statistischen Analysewegen zu entwickeln. Wenig überraschend ist, dass es Ihnen gelang, den vermuteten Zusammenhang zwischen unterstelltem Qualitätsurteil und erfragter Senderwahl grundsätzlich zu bestätigen. Interessant ist allerdings, dass sie in ihrem Konvolut von Daten und Variablen zahlreiche Hinweise auf eine ausgeprägte Differenzierungsfähigkeit der HörerInnen fanden, die jenen offenbar ein dezidiertes handlungsbezogenes Urteil ermöglicht: Feine Unterschiede in den grundsätzlich ähnlichen Programmen, die dem kursorischen Hörer möglicherweise nicht sichtbar sind.

Analytische Grundidee der Studie sind dabei die sogenannten ‚Spannungsbögen‘ (etwa zwischen Harmonie und Konflikt oder Regionalität und Globalität), die besagen, dass für die Positionierung des Senders und dessen

Wahrnehmung durch die HörerInnen nicht eine bestimmte, isolierte programmliche Eigenschaft entscheidend ist, sondern dessen genaue Verortung auf jedem der insgesamt acht entwickelten Spannungsbögen.

Einen gewissen *faible* für statistische Operationen mit sozialen Phänomenen muss man zunächst mitbringen, um die Studie in vollem Umfang würdigen zu können. Zwar bemühen sich die Autoren eingangs, ihre Arbeit in einen weiterreichenden, theoretischen Kontext zu stellen (in dem sie als Teil einer langfristigen „Entwicklung eines empirisch geprüften Erklärungsmodells für kommunikatives Handeln“ [S.39] eingeführt wird, ein Projekt, wofür man ihnen auf jeden Fall viel Glück wünschen mag), aber man erfährt abschließend nichts darüber, wie denn der so spezifizierbare Ertrag der Studie nach Meinung der Autoren aussieht. So bleibt diese Idee der Studie leider von rein äußerlichem Charakter.

Schaut man sich das von den Autoren als qualitatives Herzstück präsentierte Konzept von ‚Qualität‘ näher an, bleiben auch eher Fragen als Antworten übrig: Die von ihnen geltend gemachte theoriebezogene Originalität liegt darin, dass sie den Qualitätsbegriff nicht ‚normativ‘ verstehen, sondern ‚analytisch‘. Für die Studie hat dies zunächst methodische Konsequenzen: Sowohl den befragten Personen als auch den untersuchten Radioprogrammen sollten keine normativen Vorgaben hinsichtlich ihres Qualitätsurteils bzw. ihres qualitativen Gehalts gemacht werden, es sollte erfragt werden, ‚wie es ist‘. Decodierbar ist der so verstandene analytische Qualitätsbegriff aber eben auch als (warum eigentlich notwendige?) Rechtfertigung dafür, in die Niederungen eines Radioalltags abzutauchen, der, folgt man der Idee der Autoren, einem normativen Qualitätsurteil vermeintlicherweise nicht standhalten würde. Dass die Autoren eine bemerkenswert detaillierte, wenn auch sehr spezifische Analyse von Radio als Alltagsmedium geleistet haben, kann kaum ausreichend positiv hervorgehoben werden. Gleichwohl entsteht an den Stellen, wo die Autoren (durchaus vorsichtig) von einer möglichen ‚Optimierung‘ der Radioprogramme auf der Basis ihrer Ergebnisse sprechen (z.B. S.319), der Eindruck, dass der somit faktisch nach unten korrigierte Qualitätsbegriff als neuer Maßstab dienen soll.

Auch die an mehreren Stellen selbstdiagnostizierte Opposition zur bisherigen Radioforschung ist in der Praxis weniger radikal als in ihrer Rhetorik. Denn der zu Recht kritisierte Schwerpunkt auf publizistische Aspekte in den Medienwissenschaften (die im Falle von Radio eben meist entsprechende Auftragsforschung ist) wird hier ja nicht grundsätzlich zurückgewiesen, sondern vielmehr der Versuch unternommen, die publizistischen Kriterien zur Grundlage eines komplexen Selektionsmodell auf Seiten der Rezipienten zu machen. Es geht den Autoren also methodisch um eine Verfeinerung inhaltsanalytischer Ansätze und deren Kombination mit rezeptionsbezogenen Fragestellungen, sodass das praktisch recht simpel strukturierte Handlungsfeld (An/ Aus, Sender A/ Sender B) in seiner stellenweise unvermuteten Komplexität erklärt werden kann.

Der präsentierte Erklärungsansatz steht und fällt jedoch mit der Konstruktion des sogenannten ‚Idealradios‘: Um das Qualitätsurteil zu erfragen, wurde nicht nach dem ‚Gefallen‘ eines bestimmten Senders gefragt (was die Gefahr einer nachträglichen Rationalisierung einer bereits getroffenen Entscheidung enthält), sondern nach Idealradio-typischen Wünschen der HörerInnen, die dann dem inhaltsanalytisch ermittelten ‚Realradio‘ gegenüber gestellt wurden. Entscheidend ist hier, inwiefern dieses so von den Forschern konstruierte Idealradio nicht selbst nur ein methodisches Artefakt ist, also genau das, was sie eigentlich mit ihrem Ansatz vermeiden wollten.

Hinzu kommt, dass nur dann, wenn das als autonomes ‚Qualitätsurteil‘ der HörerInnen aufgefasste Idealradio einer Logik gehorchte, die mehr wäre als eben nur kumulierte Rezeptionserfahrung, sich damit etwas im Sinne der Autoren erklären ließe. Denn mit der vorgelegten Studie haben sie auch ausreichend Material für ein entgegengerichtetes Erklärungsmodell zur Verfügung gestellt: Wie nämlich Radioprogramme sich die HörerInnen durch Erziehung auswählen und diese die Entwicklung ihrer Urteilsfähigkeit als Selbstnormalisierungsprozess an sich selbst vollziehen. Dass etwaige Rückwirkungen des Programmangebotes in dieser Studie keine Beachtung finden, ist auch optisch ersichtlich: Die Pfeile in den zahlreichen Grafiken des Bandes gehen vorwiegend von links nach rechts.

Sven Thiermann (Potsdam)

### Hinweise

Bignell, Jonathan, Stephen Lacey (Eds.):  
Popular Television Drama. Critical perspectives. Manchester 2005, 240 S., ISBN  
0-7190-6933-5

Rolinson, Dave; Alan Clarke. The Television  
Series. Manchester 2005, 224 S., ISBN  
0-7190-6830-4

Fahle, Oliver, Lorenz Engell (Hg.): Philosophie des Fernsehens. München 2005, 250  
S., ISBN 3-7705-4154-5