

**Ulrike Six, Gunnar Roters, Roland Gimmler: Hörmedien.  
Eine Analyse zur Hörkultur Jugendlicher**

Landau: Knecht Verlag 1995 (Landauer Universitätschriften, Bd. 1 der Forschungsberichte aus dem Institut für Kommunikationspsychologie / Medienpädagogik), 109 S., ISBN 3-930927-04-7, DM 32,-

Diese Analyse beschäftigt sich mit den die nachwachsende Generation stark beeinflussenden unspektakulären „einfachen“ Hörmedien, die schon von der Zugänglichkeit und vom Zugriff her, anders als die vielzitierten „Multimedia“, kaum jemandem Probleme bereiten und in Diskussionen und Theorie nur am Rande vorkommen. In den achtziger Jahren haben sich zwanzigmal mehr Untersuchungen (im Bereich 'Kinder und Medien') auf das Fernsehen als auf Tonfunksendungen bezogen (S.10); auch zu Tonkassetten gibt es kaum Literatur, am ehesten noch auf Kinder bezogene Untersuchungen vom Deutschen Jugendinstitut München.

Ulrike Six und ihre Mitarbeiter haben nicht die Hörkultur Jugendlicher direkt untersucht, vielmehr Untersuchungen anderer Forscher zum Hörmedienangebot für und zur Hörmediennutzung durch Jugendliche analysiert. In den zentralen Kapiteln 4 und 5 schreiben sie über die „Qualitativen Nutzungsaspekte und Funktionen der Hörmediennutzung“ und über „Verarbeitung und Wirkungen von Hörmedien/Medienhören bei Jugendlichen“. Dabei wird besonders auf die „nicht-intendierten Wirkungen“ und die Frage des „Nebenbei-Hörens“ geachtet. Fast immer lautet die abschließende Feststellung, daß es „kaum gesicherte Aussagen“ (z. B. S.70) gibt, bzw. auch aus den verschiedenen abgeschlossenen

Untersuchungen letztlich nichts generell Gültiges abgeleitet werden kann. Wenn etwa von Untersuchungen zur Musik am Arbeitsplatz oder beim Autofahren Parallelen zu den Wirkungen von Musik bei „Schul-Hausaufgaben“ gezogen werden sollen, geben die Autoren ehrlich zu, daß „nahezu nur Vermutungen an Stelle von Untersuchungsergebnissen vorliegen“ (z. B. S.75).

Durch den gesamten Band zieht sich die vielfach variierte, im Einzelfall aber nicht belegte Behauptung, zu anderen, insbesondere den audiovisuellen und den gedruckten Medien, lägen gesichertere Erkenntnisse vor als zu den Hörmedien. Die zahlreich angeführten Forschungslücken und die Hinweise auf fehlende empirische Untersuchungen zu den Hörmedien bieten zwar Diplomanden und Doktoranden eine Fundgrube für Fragestellungen zu eigenen Arbeiten, Medienforscher allerdings finden in dem Band nur weithin Bekanntes.

Bei der heutigen Medienvielfalt und unübersehbaren Einzeluntersuchungsflut ist es sicher schwierig, eine klare Linie durchzuhalten. Auf einige Ungereimtheiten in diesem Band sei aber doch hingewiesen: Mokieren kann man sich über die fehlende Konzentration auf die Altersstufe der Jugendlichen (14 bis 19 Jahre) sowie über den weitgehenden Verzicht auf deutschsprachige Literatur. Fast durchgehend wird amerikanische Literatur zitiert, trotz der einführenden Erklärung, die dortige Szene unterscheide sich sehr von der hiesigen; auch werden immer wieder Berichte zu Jüngeren, beispielsweise zu Zehnjährigen, und auch zu Erwachsenen herangezogen.

Täuschend für gebietsfremde Leser ist die zweiseitige „Tabelle“ auf S.14f.: Die über 40 kommerziell betriebenen Lokalsender in Nordrhein-Westfalen, die alle täglich 15% ihrer Sendezeit dem „Bürgerfunk“ offenhalten, zu dem natürlich auch engagierte Jugendliche als ‚Rundfunkmacher‘ Zugang haben, um im Rahmen einer vollen Stunde Ton und Musik senden zu können, werden hier komplett ignoriert, stattdessen wird lediglich „Radio NRW“ genannt, das außerhalb des Bürgerfunks allen Sendern den Musikeppich liefert, im Unterschied zu den Lokalsendern für Jugendliche aber keine Identifikationsangebote bereithält. Außerdem differenziert diese Tabelle nur sehr grob, in unserem Fall auf die jüngsten Hörer, die 14-29 (!) Jahre alt sein können.

Wenn andererseits zwar altersmäßig passende Untersuchungen aus der deutschsprachigen Schweiz zitiert werden, aber mit keiner Silbe auf die gerade in dieser Region in bezug auf Lokalsprache und Dialektgebrauch besonders anregend wirkenden Lokalrundfunkstationen und entsprechende Tonaufnahmen hingewiesen, ja diese Besonderheit nicht einmal erwähnt wird, obwohl in diesem Fall tatsächlich einmal Medien einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsbildung der Jugendlichen leisten, wirkt dies zumindest oberflächlich.

Zwar zutreffende, aber auch der Allgemeinheit bekannte Trendmeldungen à la „Die Vinyl-Langspielplatte wird auf Dauer durch die CD vollständig ersetzt werden“ (S.22) sind in einer „Analyse zur Hörkultur“ entbehrlich. Diese wiederum, im abschließenden sechsten Kapitel ausdrücklich auf „Jugendliche“ be-

zogen, wird sehr hoch angesetzt: „Hörkultur“ ist unter Betonung der kognitiven Komponente bestmöglich formuliert. Nach Six und Mitarbeitern umfaßt sie u. a. „die bewußte Zuwendung zu Kommunikationsinhalten“ ebenso wie „die funktional zielgerichtete und kompetente Auswahl innerhalb des vorhandenen Angebotes an Kommunikationsinhalten“ (ab S.83) – ein ehrgeiziger Anspruch, der an die Lernzielformulierungen in den Richtlinien der siebziger Jahre erinnert.

Man muß wohl „lateral“ denken, um zu erkennen, was etwa ein Radio-Freundeskreis, der „verbilligte Eintrittskarten zu Rockkonzerten vermittelt“ (S.18), zur angeführten „Hörkultur“ beitragen kann.

Grundsätzlich bleibt ein Untersuchungsdesign zur Hörmedienwirkung problematisch, solange einerseits auch der Unterhaltung dienende Musik mit einbezogen wird, vor allem aber, solange zu den Hörmedien auch Videoclips gerechnet werden – mit der Begründung, Videoclips würden von Heranwachsenden eher als auditive Medien wahrgenommen. Dies ist aber bei Six und Mitarbeitern lediglich eine unüberprüfte Vermutung.

Ottmar Hertkorn (Paderborn)