

Jürgen Kaschube

Stuiber, Heinz-Werner: Das Informationsverhalten jugendlicher Zeitungsleser

1991

<https://doi.org/10.17192/ep1991.1.5357>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaschube, Jürgen: Stuiber, Heinz-Werner: Das Informationsverhalten jugendlicher Zeitungsleser. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 8 (1991), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1991.1.5357>.

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.

Heinz-Werner Stuibler: Das Informationsverhalten jugendlicher Zeitungsleser.-

Nürnberg: Verlag der kommunikationswissenschaftlichen Vereinigung Nürnberg 1989 (Kommunikationswissenschaftliche Studien, Bd. 5), 199 S., DM 28,-

Eine der wichtigsten Perspektiven innerhalb der Kommunikationsforschung ist die der Sozialisation durch und in Bezug auf die Medien. Durch die Umgestaltung unseres Mediensystems konzentriert sich ein Großteil der Forschung auf die besonders betroffenen Bereiche Funk und Fernsehen. Der stiefmütterlichen Behandlung der Presse tritt Heinz-Werner Stuibler entgegen, indem er sich speziell auf "Erwartungen und Verhaltensweisen von Jugendlichen gegenüber der Tageszeitung am Beispiel der regionalen Abonnementszeitung" (S.2) konzentriert. Der Autor - ein anfangs häufiger benutztes "wir" läßt auf eine leider nicht spezifi-

zierte Gruppe von Helfern schließen - will ein Bild der Zeitungsnutzung vor dem Einbruch der neuen Medien zeichnen und bemüht sich dabei besonders um eine differenzierte Darstellung des komplexen Phänomens 'Jugend'.

Jugendliche sind eine inhomogene Gruppe, die sich nicht nur nach Altersmerkmalen, sondern auch durch das Elternhaus, die jeweilige Ausbildung und den zeitlich gedehnten Einstieg ins Berufsleben klassifizieren lassen. Diesen Unterschieden versucht Stuißer in der Auswahl seiner Stichprobe gerecht zu werden: In ihr sind Schüler verschiedenster Schultypen ebenso wie Auszubildende und Studenten vertreten. Wer sich nun aus der Perspektive des Wissenschaftlers oder auch des Praktikers neue Gedanken und interessante Ergebnisse erwartet, wird auf ganzer Linie enttäuscht. Fehler und Nachlässigkeiten in der empirischen Arbeit und ihrer Aufbereitung im Buch fügen sich wie Mosaiksteine zum Bild einer verfehlten Gesamtkonzeption zusammen. Einige Beispiele sollen dieses krasse Urteil erläutern.

Ausladende theoretische Abhandlungen sind unangebracht, falls wissenschaftliche Erkenntnisse bisher nicht vorliegen oder als gedankliches Allgemeingut gelten können. Auf keines dieser Argumente kann sich aber Stuißer stützen, wenn er die bisherige Forschung zur Mediennutzung von Jugendlichen, zur Sozialisationsforschung (u.a. Wertewandel) und zur Definition dessen, was "Jugend" eigentlich sei, auf sechs Seiten zumeist als Fußnoten abhandelt. Das magere Literaturverzeichnis bestätigt eher den Verdacht mangelnder Sorgfalt und geringer Liebe zum Subject. Ihre nahtlose Fortsetzung findet die ungenügende Darstellung in der Beschreibung der Datenerhebung, die sich auf eine kurze und keineswegs befriedigende Erläuterung zur Auswahl der Stichprobe beschränkt. Jegliche Informationen zur Durchführung der Untersuchung fehlen: Weder im Text noch in einem Anhang wird der Leser mit Angaben zur Form des Interviews oder zur Herleitung und Operationalisierung der Fragen 'belästigt'. Taucht doch einmal ein Bruchstück der Originalfragen auf, so sorgt es nur für weitere Verwirrung: Warum nennt es der Autor "Lesebereitschaft", wenn er die Frage "Lesen Sie eine Tageszeitung?" (S.18f.) stellt? Gekrönt wird dieser Abschnitt durch eine sinnlose Anonymisierung des Erhebungsortes, die nur die Einordnung der Ergebnisse erschwert. Da man weder genau weiß, warum noch wie Stuißer nach Zeitungsnutzung und Interesse an Presseinhalten des redaktionellen und Anzeigenteils fragt, fehlt der Darstellung der Ergebnisse die Übersichtlichkeit. Daran können auch 143 Tabellen sowie mehrere Schaubilder und Auflistungen nichts ändern. Stattdessen verstärken sie den Eindruck, daß hier nur jede Variable mit jeder gekreuzt und nach dem Zufallsprinzip eine Auswahl für die Darstellung getroffen wurde. Die Unbedarftheit der Präsentation tut ein übriges: so zum Beispiel, wenn in

der Einleitung der berechnete Verzicht auf Signifikanzen in einer Pilotstudie erklärt wird, in der Ergebnisdarstellung aber weitgehend ohne erklärende Angaben (Prozentniveau und Test) auf signifikante Ergebnisse hingewiesen wird, wenn in den Tabellen auf der Basis auch kleinster Stichproben erbarmungslos mit Prozentwerten gearbeitet wird.

Vor dem Hintergrund mangelnder Information des Lesers und schwacher Präsentation wirken die Ergebnisse teilweise banal. Als magere Quintessenz vieler Fakten, denen es ohne zwingend vorgetragene Hypothesen an Gewicht mangelt, läßt sich nur folgendes zusammenfassen:

- Das Medienverhalten der Jugendlichen gibt es nicht.
- Jüngere besitzen noch keine feste Bindung an die Tageszeitung, sie nutzen sie eher zur Unterhaltung und wünschen sich eine farblich ansprechendere Gestaltung.
- Ältere üben dagegen weniger Kritik an formalen Kriterien, sondern eher an politischen Akzentuierungen der Zeitung.

Im Rückblick auf das gesamte Buch bleibt zuviel im Dunkeln, vor allem von welchem (Erkenntnis-)Interesse Studie und Veröffentlichung überhaupt getragen sind. Sollen Zeitungen zu einer jugendnäheren Gestaltung angeregt werden, um sich gegenüber den anderen 'alten' und 'neuen' Medien zu behaupten? Soll allgemein die Mediensozialisation Jugendlicher zu den Printmedien hin untersucht werden? Oder soll nur die Bedeutung der Zeitung als Werbeträger für Jugendliche durchleuchtet werden? Liegt der Hauptnutzen bei den Jugendlichen, den Zeitungen, der Wissenschaft oder der werbetreibenden Wirtschaft? Das Fazit muß lauten: Dieses Buch nützt niemandem etwas. Der Praktiker, der sich stärker für Ergebnisse interessiert, wird sich im Wirrwarr von Text und Graphik verirren und das Buch genervt beiseite legen. Der Wissenschaftler, der sich dem Zeitungsleseverhalten aus verschiedenster theoretischer Perspektive nähert, kann kaum zufrieden sein: Eine theorielose und auch empirisch unbegründete Ansammlung von Variablen wird kreuz und quer in Tabellen gefaßt, und nicht selten kommt der Autor bei der Erklärung seiner Befunde aufgrund der genannten Versäumnisse in arge Bedrängnis. Die Veröffentlichung eines derart unwissenschaftlichen Berichts in einer Reihe "Kommunikationswissenschaftliche Studien" leistet sowohl der Buchreihe als auch der Kommunikationswissenschaft einen Bärendienst. Mehr verlegerische Sorgfalt hätte diesen Mißgriff verhindern können, gerade auch, da der Autor des Buches Mit-herausgeber der Reihe ist.

Jürgen Kaschube (München)