

FORTSCHRITTE DER MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG

Eine Sammelrezension

Walter A. Mahle (Hrsg.): Fortschritte der Medienwirkungsforschung? - Neue theoretische und methodische Ansätze und Fortschritte der Medienwirkungsforschung.- Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 1985 (AKM-Studien 26), 113 S., DM 20,-

Herbert Selg (unter Mitarbeit von Mathilde Bauer): Pornographie. Psychologische Befunde zur Wirkungsforschung.- Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber 1986, 168 S., DM 37,-

Peter Winterhoff-Spurk: Fernsehen. Psychologische Befunde zur Medienwirkung.- Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber 1986, 200 S., DM 29,80

Michael Charlton, Klaus Neumann: Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen

Rezeptionsforschung - mit fünf Falldarstellungen.- München, Weinheim: Psychologie Verlags Union 1986, 213 S., DM 44,-

Kaum ein Gegenstandsbereich der Sozialwissenschaften ist in der öffentlichen Diskussion hierzulande stärker verankert als der der Massenkommunikation. Das erscheint auch gerechtfertigt: Die zunehmende Mediatisierung ist ein wesentliches Kennzeichen der bundesrepublikanischen Gesellschaft im Wandel, der durchschnittliche Bundesbürger verbringt schon jetzt täglich mehr als sechs Stunden im Umgang mit den Medien. Andererseits hat auch kaum eine andere sozialwissenschaftliche Disziplin so viele widersprüchliche Ergebnisse produziert wie die kommunikationswissenschaftlich orientierte Forschung. Besonders bei der Frage nach den Wirkungen der Massenmedien auf Individuen und Gesellschaft ist es ihr nicht gelungen, bündige Antworten zu formulieren.

Erkenntnisfortschritte auf diesem Gebiet dingfest zu machen, war daher ein Anliegen des Presse- und Informationsamtes (BPA) der Bundesregierung, das im Sommer 1985 renommierte Kommunikationswissenschaftler zu einem "Wissenschaftlichen Gespräch" mit Experten verschiedener Bundesministerien eingeladen hatte. Walter A. Mahle von der 'Arbeitsgruppe Kommunikationsforschung München' (AKM) hat im Auftrag des BPA die Referate und Diskussionen dieser Tagung dokumentiert. Band 26 der AKM-Schriftenreihe enthält neben dem Diskussionsprotokoll thesenartig zusammengefaßt die Kernaussagen der Vorträge u.a. von Herta Sturm (Landau), Elisabeth Noelle-Neumann (Mainz/Allensbach), Klaus Merten (Münster), Hansjörg Bessler (Stuttgart), Percy H. Tannenbaum (Berkeley). Nur letzterer allerdings lieferte harte Fakten über konkrete Einflußfaktoren der Massenmedien, indem er auf das "Stimulationspotential des Unterhaltungsfernsehens" einging, alle übrigen übten sich in der Erörterung grundsätzlicher theoretischer und methodischer Probleme der Wirkungsforschung. Einigkeit herrschte insofern, als die Vorstellung "allmächtiger Medien" für überwunden erklärt wurde. Übereinstimmend beriefen sich die Teilnehmer auf ein "Partnerschaftsmodell", in dem nicht mehr der 'entmündigte', sondern der 'aktive Rezipient' hervorgehoben wird und in dem, wie Klaus Schönbach (München) ausführte, "das gesamte Beziehungsgeflecht des Wirkungsprozesses Berücksichtigung findet".

Doch nicht nur darin bestand Einigkeit. Auch der Verzicht auf eine kritisch aufarbeitende Grundlagenforschung zugunsten empirisch unmittelbar überprüfbarer Wirkungsthesen war quasi Allgemeingut aller Teilnehmer. Das Bekenntnis zum Methodenpluralismus versteht sich mit dieser bescheidenen Einschränkung, waren doch tatsächlich "kritische" Medienforscher (Eurich, Hengst, Holzer - um nur einige zu nennen) gar nicht erst vom BPA eingeladen worden. Lediglich Bessler brachte einen moderat-kritischen Zungenschlag in die Diskussion: Deziert beklagte er, daß die bundesdeutsche Medienwirkungsforschung fixiert sei auf die Effekte der audiovisuellen Medien und die fortdauernde Bedeutung der klassischen Printmedien sträflich vernachlässige. Zudem führte er aus, daß sich gerade die Wirkungsforschung häufig zu willfährig gegenüber den Marketing-Interessen ihrer Auftraggeber gebärde und geneigt sei, sich von bestimmten politischen Positionen vereinnahmen zu lassen.

Auch von Selg wird letztlich der aktive Rezipient bemüht, (Medien-) Politiker sprechen da flugs vom "mündigen Bürger", - und das dürfte wohl seinem Auftraggeber gefallen haben: Herbert Selg hat in seinem Buch psychologische Befunde der Wirkungsforschung am Beispiel der Pornographie zusammengestellt. Dieser Band ging aus einem Gutachten hervor, das der Autor 1983 für den Züricher Penthouse-Verlag erarbeitet hat. Er erörtert zunächst Begriffsdefinitionen, bemüht dazu u.a. den Brockhaus und einschlägige Gesetzestexte aus der Bundesrepublik, um schließlich die "vorbelastete" Bezeichnung Pornographie überhaupt zu vermeiden und stattdessen, "wenn konkrete Materialien gemeint sind, das Wort Erotika zu benutzen". Auf vier Seiten werden einschlägige Methoden der Wirkungsforschung skizziert: Feld- und Einzelfallstudien sowie Experimente. Breiten Raum nimmt die Darstellung des 'Pornographie-Reports' der amerikanischen 'Commission on Obscenity and Pornography' ein, veröffentlicht 1970 und in der Fachöffentlichkeit vielfach noch immer "als der Weisheit letzter Schluß" angesehen. Selg ergänzt sein Referat jedoch durch sekundäranalytische Auswertungen einer Vielzahl neuerer Studien besonders zu jenen Punkten, die er am 'Pornographie-Report' bemängelt, in dem etwa der Zusammenhang von Gewalt und Sexualität gar nicht behandelt wurde.

Diese Aufarbeitung zahlreicher Einzelergebnisse ist zweifelsohne eine enorme Fleißarbeit. Es dominieren lern- und persönlichkeits-theoretische Ansätze, zitiert werden u.a. ausführlich Feshbach & Malamuth, Eysenck, Bandura. Indes: Die Auflistung offenbart auch das Dilemma, daß es der Wirkungsforschung trotz (oder wegen?) zahlreicher Einzelergebnisse an einem integrativen Theoriegebäude gebricht, das verallgemeinerbare Aussagen zuließe. - Auch Selgs Überlegungen aufgrund des Forschungsstandes münden schließlich ein in einen umfangreichen Katalog von Fragen und den moralischen Appell in Abwandlung des Kant'schen kategorischen Imperativs: "Man möge nur solches sexuelles Erleben und Verhalten uneingeschränkt von Modellen demonstrieren lassen, von dem man zugleich wollen oder bei dem man zumindest tolerieren kann, daß es allgemeine Verbreitung findet."

Einen sehr anschaulichen und informativen Überblick über psychologische Befunde zur Medienwirkung am Beispiel des Fernsehens hat Peter Winterhoff-Spurk vorgelegt. Äußerst aktuell, ist hier z.B. die ebenfalls erst 1986 erschienene Selg-Abhandlung bereits zitiert. Nach einer Skizze der Entwicklung der Massenkommunikationsforschung beschreibt der Autor die derzeitige Situation, die er durch fünf spezifische Wirkungsansätze gekennzeichnet sieht, denen er jeweils ein ausführliches Kapitel widmet:

Sozialisation: 'Kinder, Kinder. - Fernsehen als elektronischer Erzieher?' (S. 51 ff); Medium als Botschaft: 'Verändert Fernsehen das Denken?' (S. 89 ff); ideologische Wirkung: 'Der Bundeskanzler aus der Frosch-Perspektive - Entscheidet Fernsehen die Wahlen?' (S. 105 ff); Thematisierungsfunktion: 'Worüber wir sprechen - Bestimmt Fernsehen die Themen?' (S. 129 ff); Wissenskluft: 'Macht Fernsehen dumm?' (S. 149 ff).

Die Antworten auf die Titelfragen fallen z.T. überraschend aus. Fernsehen kann, resümiert Winterhoff-Spurk, durchaus mit positivem Effekt für die Kinder als Ergänzung elterlicher Erziehungstätigkeit

eingesetzt werden. Die Frage, inwieweit das Fernsehen Veränderungen des Denkens bewirkt, sieht der Autor nach seiner Auswertung der Forschung weiterhin als offen an. Wahlentscheidenden Einfluß hat das Fernsehen ebensowenig, wie es die Gesprächsthemen deutscher Zuschauer übermäßig besetzt. Und auch die Wissenskluft-Hypothese hält der Autor nach dem von ihm referierten Forschungsstand für nicht haltbar - das Fernsehen also entmythisiert? Bewußt wendet sich Winterhoff-Spurk gegen die populärwissenschaftliche "Fernsehschelte" der Winn, Mander, Postman, deren Art der Argumentation er souverän "als voreilig, töricht und politisch gefährlich" abtut, weil sie lediglich gängige Klischees aufgriffen und verbreiteten.

Allerdings: Dagegen ist auch er nicht gefeit: "Das Fernsehen hat einen ausgesprochen demokratischen Aspekt: Der Knopf zum Ein- und Ausschalten gehört allein dem Bürger. Was die negativen psychischen Wirkungen bei einzelnen Zuschauern angeht, so kann er sich diesen Wirkungen nach eigenem Belieben entziehen oder nicht". Da ist er also wieder, der Appell an das autonome Individuum als ultima ratio der Wirkungsforschung. Da Winterhoff-Spurk zudem allzu sehr abhebt auf den medialen Wirkungsaspekt, Nutzungszusammenhänge weitestgehend außen vor läßt und manche, in soziologischen Traditionen entwickelte Ansätze gar nicht berücksichtigt (die auf Bronfenbrenner fußende "Medienökologie" etwa, die Arbeiten von u.a. Lüscher, Kohli, Teichert, die biographischen Methoden, für die in der BRD z.B. Rogge wesentliche Studien vorgelegt hat), gerät die Darstellung insgesamt schief. Das ist schade, kann man das Buch doch sonst - auch wegen seiner Lesbarkeit - uneingeschränkt empfehlen.

Als dezidierte Gegenposition zur populären Medienkritik mit ihrer anthropologischen Prämisse des passiven Rezipienten, der den Wirkungen des Medienkonsums mehr oder minder hilflos ausgeliefert ist, versteht sich last not least eine weitere Publikation. Charlton und Neumann kommen mit der von ihnen entwickelten "strukturanalytischen Rezeptionsforschung" freilich zu anderen Ergebnissen als die zuvor genannten Autoren. In konkreten Einzelfallstudien, von denen fünf in ihrem Buch vorgestellt werden, gehen sie davon aus, daß vornehmlich Kinder und Jugendliche aufgrund ihrer alltäglichen Familien- und Entwicklungsprobleme das Fernsehen (be-)nutzen, indem sie solche Medienangebote auswählen, die zu ihrer Alltagsbewältigung beitragen. Methodisch setzen die Autoren an bei einer sozialpsychologisch fundierten Analyse der jeweiligen Familien- und Persönlichkeitsstrukturen und den daraus resultierenden Bedürfnissen und Mechanismen (Abwehr- und Bewältigungsstrategien). Aus dieser Sicht wird der Medienkonsum interpretiert als Versuch zu einer sehr spezifischen Weise der Lebensbewältigung. Besonders in der Fallschilderung einer Vielseher-Familie gelingt es Charlton und Neumann eindrücklich, die "Doppelgesichtigkeit der Medien" herauszuarbeiten. Zwar wird durch gemeinsames Fernsehen die Funktionalität der Familie scheinbar konstituiert und garantiert ihr Überleben; andererseits führt aber gerade dieses Aufrechterhalten der mit dem exzessiven Medienkonsum verbundenen Sprach- und Berührungslosigkeit zum Auseinanderbrechen der familialen Strukturen.

Das aufwendige empirische Instrumentarium der strukturanalytischen Rezeptionsforschung ist sicherlich kein leichter Weg, zeitigt aber Ergebnisse, die es gerechtfertigt erscheinen lassen, weitere Anstrengungen in diesen Weg der qualitativen Medienforschung zu investieren. Einer darauf fußenden Medienpädagogik könnten dann jene Argumente geliefert werden, die über die simple "Schafft das Fernsehen ab"-Forderung hinaus zu einem vernünftigen, d.h. eigenverantwortlichen Umgang mit dem Medium anleiten könnten. Hier sind die Voraussetzungen für aktives Rezipiententum und 'Partnerschaft' allererst zu schaffen!

Detlef Pieper