

Reinhold Viehoff

Orians, Wolfgang: Hörerbeteiligung im Radio

1992

<https://doi.org/10.17192/ep1992.1.5181>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Viehoff, Reinhold: Orians, Wolfgang: Hörerbeteiligung im Radio. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 9 (1992), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1992.1.5181>.

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.

Wolfgang Orians: Hörerbeteiligung im Radio.

Eine Fallstudie zu Motivation, Erwartung und Zufriedenheit von Anrufern. München: R. Fischer 1991 (= Medienskripten. Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft. Hrsg. von Michael Schenk, Bd.10), 140 S., DM 35,-

Im Vorwort zu dieser (Magister?-)Arbeit deutet der Reihenherausgeber Michael Schenk den Verwertungszusammenhang der Studie an: Als "Anregung wie auch als Diskussionsgrundlage für Medienwissenschaftler [sic!] und Medienpraktiker" könne sie dienen, und in einem Nachwort erklärt eine der erforschten Redakteurinnen des WDR, Ute Remus, daß Orians Arbeit für die Medienpraktiker tatsächlich "anregend" gewesen sei. So habe durch diese wissenschaftliche Arbeit das Team der Sendung *Alltagskonflikte* (WDR) erfahren, daß die HörerInnen anders seien, als sich die RedakteurInnen das bisher vorgestellt hätten: HörerInnen sind nämlich - so eines der Ergebnisse bei Orians - inzwischen als Beteiligte "semiprofessionell" (vgl. auch S.105).

Zwischen Vor- und Nachwort liefert Orians auf 100 (drucktechnisch recht großzügig gestalteten) Seiten nun den medienwissenschaftlichen Diskussionsstoff. In dem ersten Abschnitt "Die Grundlagen" (S.11-27) beschäftigt er sich mit dem "Feedback als Variable in verschiedenen Kommunikationsmodellen". Da der Verfasser gleich auf S.13 aber den Leser darüber informiert, daß er keine "vollständige und detaillierte Analyse des kommunikationswissenschaftlichen Feedback-Begriffes" erwarten könne / solle, ersparen wir uns ebenfalls hier eine Kritik, weisen aber zumindest auf die wegweisende Erkenntnis des Verfassers am Ende seiner "Feedback"-Ausführungen hin: Ein Höreranruf bei einer Beteiligungssendung im Radio sei "eine besondere Interaktionsform an der Nahtstelle von Massen- und interpersonaler Kommunikation" (S.27). Da

bei jeder "Interaktionsform", also wohl auch bei einer besonderen, immer zwei "Partner" miteinander etwas aus Gründen tun, beschreibt der Verfasser nun (S.28-61), welche bestimmenden Handlungsmotive er bei denjenigen vermutet, die das Radioprogramm mit dem Ziel einer Hörerbeteiligung (per Telefon) machen. Dazu beschreibt er einmal eher allgemein die "Sicht der Praktiker" (diese sei bestimmt durch "hohe Ziele", schließe aber die Annahme ein, daß es "eher niedrige Beweggründe bei den Hörern" gebe, sich tatsächlich zu beteiligen; vgl. S.48). Zum anderen bietet er einen Überblick zur Sendung *Alltagskonflikte* (Montags, WDR 2, 9.20-12.00 Uhr), d.h. er beschreibt Sendeplatz, Sendeablauf, Sendeumfeld, Sendekonzept usw., wobei er sich im wesentlichen auf (z.T. unpublizierte) Planungsdokumente des WDR stützt. Im an- und abschließenden Hauptteil (S.62-109) stellt der Verfasser dann seine "Fallstudie" vor. Da er als sein Ziel beschrieben hatte, herausfinden zu wollen, "welche Sicht die beteiligten Hörer haben" (S.48), befragt er nun Hörer der Sendung, die sich 1987 schon einmal 'beteiligt' hatten und die der Redaktion deshalb bekannt waren (84 schriftlich, 20 mündlich). Oriens wertet sodann seine gesammelten Daten (Sozialprofil, Radionutzung, Beteiligung, Kommunikationssituation, Gratifikation, usw.) rein deskriptiv (vgl. die Tabellen S.121-128) oder (implizit) interpretativ aus. Beispiel: Aus der Interviewaussage "Die Hörerbeteiligung ist ein Maß für die Sendung" schließt Oriens, daß hier "Hörer eine reine Wirkungskontrolle hinter der Hörerbeteiligung" vermuten. Er kommt zu einem Schluß in zwölf Thesen (vgl. S.105-107), von denen zwecks Anschauung die zwölfte wörtlich zitiert sei: "Die Hörerinnen und Hörer vermuten als Grund dafür, daß sie von den Machern am Programm beteiligt werden, in etwa die selbe [sic!] Bandbreite, wie sie die Macher für sich selbst definieren. Allerdings ist die Schwerpunktsetzung eine andere".

Als 'Schwerpunktsetzung' für Verfasser, Lektor und/oder Verlag schlage ich - neben anderem hier Ungesagtem - ein intensives Studium vor... und zwar des *Duden*, besonders aller Kapitel über Kommasetzung, über den Gebrauch des Dativs und des Genitivs, über Infinitivsätze, über die Regeln bei der Verwendung von s, ss und ß, und auch darüber, wie man Wörter trennt. Schaden könnte auch nicht ein Blick in einschlägige 'Einführungen in die schriftliche Form wissenschaftlicher Arbeiten'. Der Rezensent war z.B. bisher so naiv, immer noch davon auszugehen, daß ein mit Anführungszeichen begonnenes Zitat auch irgendwann mit einem Abführungszeichen enden werde, das scheint aber aus der Mode gekommen zu sein. Das Buch kostet nach Prospekt 35,- DM. Wegen des "interessanten" (ein Lieblingswort des Verfassers) Themas mag die 'Motivation' zum Kauf der Buches hoch sein, zumal die 'Erwartung' bei 35,- DM auf einen ordentlichen Gegenwert berechtigt

erscheint. Aber die Prognose sei gewagt, daß der Leser nur ein geringes Maß an 'Zufriedenheit' erreichen wird, weil seine aktive 'Beteiligung' an der sprachlichen und gedanklichen Herstellung des Textes das übliche Maß weit überschreitet.

Reinhold Viehoff (Siegen)