

Ursula Egeri: Mediennutzungsverhalten als bewußtes Handeln. Eine empirische Analyse des Medienbewußtseins von Schülern der reformierten gymnasialen Oberstufe von Nordrhein-Westfalen.- Frankfurt: Haag + Herchen 1983, 393 S., DM 44,80

Die theoretische Anrufung des (inzwischen nicht mehr gar so "modernen") "uses and gratifications approach", ein Schuß Funktionalismus Münsteraner Prägung, die statistische Auswertung von 64 Interviews mit Oberstufenschülern - das sind die Ingredienzien, die Egeri zu einer 400-Seiten-Studie aufgemischt hat.

Aus der fundamentalen Beschränktheit des "uses and gratifications approach": daß er den Umgang von Menschen mit Medien nur insoweit für relevant erklärt, wie er ihnen selbst bewußt ist, macht Vf. sozusagen eine forschungspraktische Tugend; denn wenn es nur um die "Repräsentanz von Wissen" über das eigene Medienverhalten geht, wenn weiterhin "Wissen" und "Benennen" ineingesetzt werden (S. 10), dann ist einer Methodik der Weg geöffnet, die auf das Abhobeln der obersten, eben: sprachlichen, Schicht der Medienwirkungsrealität reduziert ist. Übrigens impliziert dieser Schachzug auch einen Rettungsversuch klassisch-aufklärerischer medienpädagogischer Konzepte, voll ungebrochenen Vertrauens in die den Schülern innewohnenden geistig-sprachlichen Potenzen bei der Bewältigung ihres Medienalltags.

Die Kernfrage, um die die kommunikationswissenschaftliche Debatte im Kontext von "Nutzen", "uses" und "gratifications" kreist: die Frage nach dem Vermittlungszusammenhang zwischen gesellschaftlichen Strukturen, Bedürfnislagen und subjektiven Interessen, ficht Vf. nicht weiter an. Vermutlich glaubt sie sich ihr mit der Kennzeichnung der eigenen wissenschaftstheoretischen Position ("empirisch-analytisch") entledigt zu haben bzw. mit ihrer (glaubhaften!) Versicherung,

"normative" Sichtweisen lägen jenseits ihres Forschungshorizonts (S. 12).

Was mich an dieser Arbeit anfänglich verblüffte, war die Offenheit, mit welcher die Autorin die Nichtbehandlung der wesentlichen Fragen deklariert (vgl. z.B. S. 12, Anm. 2). Meine Verblüffung legte sich, nachdem mir eine ältere Sentenz von F. Dröge in die Hände fiel: Von einer empirischen Kommunikationsforschung ist da die Rede, die hinsichtlich ihrer eigenen politischen Funktion "noch nicht einmal blind" ist, sondern sich ihrem Bedingungsrahmen gegenüber "offen opportunistisch" verhält...

Je gründlicher theoretisch Brisantes aus dem Untersuchungsgegenstand herausoperiert wurde, um so beflissener geht's ans empirische Tagwerk: Vf. liefert einen eindrucksvollen Beleg für das (immer noch gültige) klassische Verdikt über eine bestimmte Spezies empirischer Sozialforschung. Im empirischen Teil herrschen das Bemühen um Transparenz, die Akzeptanz aller möglichen Unwägbarkeiten, wohlausgewogenes Urteilen vor. Der Eindruck von Gediegenheit macht sich breit - auch wenn die Besetzung verschiedener Allgemeinplätze zuweilen etwas ungeschickt anmutet. Kostprobe: "Ebensowenig wie mit Hilfe beliebiger Methoden beliebige Fragestellungen bearbeitet und beantwortet werden können, sind beliebige Fragestellungen mit beliebigen Methoden zu bearbeiten" (S. 105).

Die Ergebnisse der Intensivinterviews (n = 64) sollen eine vorliegende Befragungsaktion (n = 1265) flankieren, was u.a. zu einer etwas fragwürdigen regionalen Differenzierung führt (die übrigens auch in der Auswertung nicht wieder aufgegriffen wird). Die formulierten Ergebnisse (S. 280) sind ihrem Innovationsgehalt nach nicht eben umwerfend (z.B.: "2. Der Grad des Medienbewußtseins der befragten Schüler hängt ... mit der Integration von Medieninhalten ... in die ... individuelle und soziale Lebenssituation des Rezipienten" zusammen). Die Detailbefunde leisten sicherlich einen Beitrag zur Verfeinerung der bekannten Mediennutzungs-Daten, indessen darf ihre reklamierte Relevanz für kommunikationswissenschaftliche wie medienpädagogische Konzepte (S. 282 ff) aus den eingangs vermerkten Gründen füglich bestritten werden.

Die Arbeit nährt also letztlich die bestehenden Vorurteile gegenüber einer empirischen Kommunikationsforschung, die sich als Vollstreckerin vorliegender Theoreme geriert. (Das ist Merkmal normativer Wissenschaft!) Wenn die Potenzen des "uses and gratifications approach" - als Ausformulierung eines "interpretativen" soziologischen Paradigmas - wirklich das Postulat von einer 'Umkehrung der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive' tragen sollen, dann müßten nicht zuletzt Methodenreflexion und Neubestimmung des Verhältnisses: Kommunikator - Forscher - Rezipient in Angriff genommen werden. Die sog. interpretativen Ansätze - vor allem die Ethnomethodologie - halten hinsichtlich einer reflexiven Orientierung dieser Zusammenhänge mehr an Anknüpfungspunkten bereit, als in der (noch immer schwer unter ihrem demoskopischen Erbe leidenden und unter ihrem eigenen Zahlenschutt fast erstickten) bundesdeutschen Massenkommunikationsforschung bislang wahrgenommen wurde.

Gerd Würzburg