

Hans Jürgen Wulff

Sammelrezension: Zuschauerforschung

1993

<https://doi.org/10.17192/ep1993.4.5115>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wulff, Hans Jürgen: Sammelrezension: Zuschauerforschung. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 10 (1993), Nr. 4, S. 450–452. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1993.4.5115>.

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.

MEDIENFORSCHUNG IN GROSSBRITANNIEN

Eine Sammelrezension

Barrie Gunter, Mallory Wober: The Reactive Viewer. A Review of Research on Audience Reaction Measurement

London, Paris, Rom: John Libbey 1992 (Independent Television Commission Research Monographs Series), 119 S., Preis nicht mitgeteilt

Barrie Gunter, Carmel McLaughlin: Television: The Public's View

London, Paris, Rom: John Libbey 1992 (Independent Television Commission Research Monographs Series.), 76 S. Preis nicht mitgeteilt

Barrie Gunter, Paul Winstone: Television: The Public's View 1992

London, Paris, Rom: John Libbey 1993 (Independent Television Commission Research Monographs Series.), 98 S. Preis nicht mitgeteilt

Mediennutzungsdaten und Daten über die Bewertung von Sendern bzw. Programmen sind für Programmacher und Medienforscher von großer Bedeutung. Auf drei Bücher ist hier einzugehen, die in sehr anregender Weise zeigen, wie sich die klassische, an der Erhebung von Einschaltziffern, Nutzungsdauern und dergleichen mehr orientierte quantitative Medienforschung unter der Hand zu den qualitativen Verfahren hin öffnet. *The Public's View* ist ein jährlich in Großbritannien erscheinender Bericht, in dem nach einem gleichbleibenden Schema die öffentliche Meinung zum Fernsehen vorgestellt wird; so lassen sich über die Jahre hinweg auch Veränderungen in Medienbesitz, -nutzungen, -präferenzen usw. erfassen. Seit 1991 wird nicht nur nach den Präferenz- und Einschätzungsmustern von Zuschauern gefragt, sondern darüber hinaus erstmals das differenzierte Nachrichtenangebot und seine Rolle im Informationshandeln der Zuschauer sowie die Urteile über Kabel- und Satellitenfernsehen untersucht. Kabel- und Satellitenzuschauer wurden zu sogenannten "Booster Samples" zusammengefaßt, um die Veränderungen erfaßbar zu machen, die die Kabel- und Satellitendienste auf die normale Rundfunkausstattung und -nutzung haben oder haben können. Noch einmal sei betont (denn es macht einen eigenen Wert dieser Berichte aus), daß die Studien ihre Daten nicht nur im klassischen Design des Fragebogens (1185 bzw. 1239 Befragte) erheben, sondern zunehmend auch Techniken der qualitativen Sozialforschung einbeziehen - insbesondere Formen des kontrollierten Interviews und neuerdings sogar (offene) Gruppendiskussionen.

Die Ergebnisse der 1991er- und 1992er-Befragung belegen, daß die Medienausstattung der Haushalte kontinuierlich wächst. Eine Majorität der Befragten besitzt inzwischen zwei und mehr Fernsehgeräte, in über 70 Prozent der Haushalte steht ein Videorecorder zur Verfügung, und nennenswerte Gruppen verfügen über Zugang zu Teletext und besitzen PCs. Insbesondere der Zugang zu Satellitenprogrammen nimmt rapide zu, wogegen

sich Videospiele und Videokameras langsamer verbreiten. Auffallend ist, daß Familien mit Kindern technisch besser ausgestattet sind als der Durchschnitt - sie haben sogar zu 87% VCRs, mehr als die Hälfte (gegenüber knapp einem Drittel im Gesamtsample) verfügt über PCs usw. Die Zuwendung zum Fernsehen geschieht vor allem zum Zwecke des Vergnügens. Der Zuschauer geht ausgesprochen selektiv mit dem Angebot um. Spielfilme, nationale Nachrichtensendungen und Tier- und Natursendungen sind die beliebtesten Genres. Interessante Spezialergebnisse finden sich eher am Rande - so die Einschätzung, daß sich die Programme von ITV und BBC1 verschlechterten, daß lokale Nachrichten vermehrt durch das Fernsehen aufgenommen werden, daß vor allem "bad language" als störendes Programmelement empfunden wird (nicht so sehr dagegen Gewaltdarstellungen oder erotische Inhalte). Fast die Hälfte der Zuschauer ist der Ansicht, daß die staatliche Kontrolle über die Programme ausreichend sei; ein Siebtel glaubt allerdings, daß die BBC-Programme und ITV zu sehr reguliert würden; dagegen verlangt ein Viertel nach stärkerem Eingriff ins Programm; und annähernd 90 Prozent der Befragten sprachen sich für recht rigide elterliche Kontrolle über kindlichen Fernsehkonsum aus (welche Konzeption des Kindes, seiner Kompetenzen, seiner Beeinflussbarkeit und Verletzlichkeit sich in diesem Teil der Erhebung artikuliert, bedürfte eigenen Nachdenkens).

Eine Ergänzung zu den beiden *The Public's View*-Reporten bildet das dritte hier anzuzeigende Buch, in dem es insbesondere um die Motivationen der Mediennutzung geht - ausgehend von der These, daß es nicht mehr ausreiche, angesichts der sich verschärfenden Konkurrenz der Medienangebote und der sinkenden Loyalität der Zuschauer zu einzelnen Sendern ausschließlich quantitative Daten (wie vor allem die Einschaltquoten) zum Medienkonsum zu erheben. Der Akzent dieser Studie liegt auf der Methodendiskussion - es handelt sich um einen methodologisch orientierten Literaturbericht, in dem verschiedene Techniken der Programmbeurteilung, der Modalitäten der Zuwendung, Präferenzmuster usw. vorgestellt und diskutiert werden. Am Ende skizzieren die Autoren zukünftige Aufgaben, die angegangen werden müßten, wenn man die empirische Forschung zur Mediennutzung vorantreiben will - und dieser Ausblick zeigt, wie viel Arbeit in der Medienforschung noch zu leisten ist: Es sei nötig, neue und differenzierte Skalen zu entwickeln, die dazu geeignet seien, die sehr unterschiedlichen Programmsparten und die ihnen geltende Zuwendung zu differenzieren; es sei nötig, die verschiedenen motivationalen Arten des Interesses an Programmen sehr viel eingehender zu untersuchen, als das bis heute geschehen sei, gelte es doch zu berücksichtigen, daß schon ein einzelner Zuschauer über sehr unterschiedliche Motive verfüge, die sich zudem von Tag zu Tag ändern könnten; intensive Forschung sollte auch der Rezeptionssituation selbst zukommen, sei es, daß mittels videographischer

Techniken Publika beobachtet würden, sei es, daß die Programmwahl als Ergebnis eines sozialen Prozesses beschrieben würde, sei es, daß man die Machtverhältnisse und die innerfamilialen Verhaltens- und Interaktionsregeln untersucht, die auf Fernsehverhalten Einfluß haben; und schließlich solle auch der Programmkontext untersucht werden, seien es doch schließlich konkrete Angebote, auf die hin sich ein Zuschauer zu verhalten hat.

Hans J. Wulff (Westerkappeln)