

**Desmond Mark (Hg.): Paul Lazarsfelds Wiener RAVAG-Studie 1932.
Der Beginn der modernen Rundfunkforschung**

Wien, Mülheim a. d. Ruhr: Guthmann-Peterson 1996 (Musik und Gesellschaft, Band 24), 120 S., ISBN 3-900782-29-6, DM 23,–

In der Medientforschung – zumindest der österreichischen, aber wohl auch darüber hinaus – galt die „RAVAG-Studie“ von Paul Lazarsfeld als Mythos. Immer wieder wurde darauf verwiesen, dass diese Forschungsarbeit eine Pionierleistung der modernen Kommunikationsforschung darstelle bzw. dass in Österreich die erste groß-angelegte Publikumsbefragung zur Radiorezeption durchgeführt worden sei. Paul Lazarsfeld habe somit nicht nur als Koautor der ebenso legendären Studie über die „Arbeitslosen von Marienthal“ eine methodische Avantgarde-Leistung vollbracht, sondern hier in Österreich gleichsam den Grundstein für die moderne Kommunikationswissenschaft US-amerikanischer Spielart gelegt, an deren Entwicklung ab den dreißiger Jahren er dann ja auch kräftig mitgewirkt hatte.

Bloß: Die RAVAG-Studie selbst hatte nie jemand gelesen oder gesehen, sie galt als verschollen. Vor kurzem ist das Manuskript von 52 Seiten aber doch noch aufgetaucht und liegt nunmehr in publizierter Form vor. Das gibt Gelegenheit zu überprüfen, wieweit der Mythos der Realität standhält und – um es vorwegzunehmen – das Ergebnis ist beeindruckend. Gerne werden solche Klassiker nämlich ihrer gleichsam archäologischen Bedeutung wegen gewürdigt, nicht aber deswegen, was sie uns vom formal methodologischen und erst recht nicht vom inhaltlichen Gesichtspunkt heute noch zu sagen haben. Anders bei der RAVAG-Studie: Sie ist natürlich von hohem „archäologischem“ Wert, aber sie ist darüber hinaus auch heute noch formal wie inhaltlich inspirierend und aktuell.

Ehe ich nachzeichne, warum ich das so sehe, einige Worte zu den Rahmenbedingungen der Untersuchung: 1931 erteilte die RAVAG (Radio-Verkehrs-AG, Vorläufer des ORF-Österreichischer Rundfunk) der Wirtschaftspsychologischen Forschungsstelle, einer von Lazarsfeld gegründeten und geleiteten Einrichtung am Institut für Psychologie der Universität Wien (mit dem Vorstand Karl Bühler), den Auftrag, eine umfassende Erhebung über die Hörerwünsche der Österreicherinnen durchzuführen. Der Fragebogen, er war übertitelt mit „Was wollen Sie hören?“, wurde in allen Tabaktrafiken (öster. für: Verkaufsstellen von Tabakwaren, Stempelmarken etc.) des Landes aufgelegt und rund 36.000 ausgefüllte Fragebögen wurden retourniert.

Womit schon eine Bemerkung zur „Archäologie“ angebracht scheint: Kaum mehr vorstellbar ist der enorme Aufwand an „empirischer Handarbeit“, der notwendig war, die Antworten von gut 110.000 Personen (jeder Fragebogen war von durchschnittlich drei Personen ausgefüllt worden) zu verkoden und auszuwerten. „6000 Rechnungen muß der Statistiker durchführen“, schrieb Lazarsfeld (S.27) in der Einleitung, ehe er zur Berichtfassung schreiten kann.

Und zu berichten gab es eine ganze Menge: Denn im vierseitigen Fragebogen waren neben Fragen zu den Hörgewohnheiten (Tageszeit, Wochentag) und zu soziodemographischen Variablen auch noch rund sechzig Sendungskategorien aufgelistet, die es zu bewerten galt. Womit wir zu den methodischen Aspekten der Arbeit kommen. Denn die Art und Weise, wie diese Bewertung erfolgen sollte, war so simpel wie eindeutig: „+“ hieß „mehr“ von Sendungen dieser Art, „0“ hieß gleich viel und „-“ hieß weniger. Auf der Basis dieser Daten wurde dann ein „Koeffizient“ zur Beschreibung der Beliebtheit von Sendungskategorien konstruiert, der so einfach wie aussagekräftig ist (nämlich die Differenz zwischen den Plus-Anteilen und den Minus-Anteilen) und der auch heute noch (wie übrigens auch vieles aus der „Marienthal“-Studie) als Anregung bzw. als Ermutigung zur methodischen Kreativität dienen kann.

Als die bedeutendste methodologische Innovation der RAVAG-Studie anzusehen ist aber vor allem die differenzierte Auswertung nach Alter, Geschlecht, Beruf und regionaler Herkunft – heute selbstverständliches Gemeingut empirischer Medienforschung. Eingehende Recherchen lassen den Herausgeber zum Schluss

kommen, dass es sich bei der RAVAG-Studie vermutlich „um die erste Hörerbefragung dieser Art“ (S.90) handelt. Lazarsfeld selbst, der wenige Jahre nach Fertigstellung der RAVAG-Studie in den USA zum Leiter des Princeton Radio Projects bestellt wurde, schreibt dazu, dass für dieses Projekt in methodologischer Hinsicht „gewissermaßen die österreichische Entwicklung von 1932 zur Basis wurde.“ (S.25)

Zu guter Letzt noch eine Bemerkung zur inhaltlichen Relevanz der RAVAG-Studie. Natürlich haben die meisten Detailergebnisse wenn überhaupt, dann sozialhistorischen Wert, doch der kultur- und medienpolitische Kontext aus dem die Ergebnisse überhaupt erst Bedeutungen bekommen, ist von bemerkenswerter Nähe zur heutigen Situation gekennzeichnet. Das zentrale Motiv der RAVAG, die Studie in Auftrag zu geben, war Verunsicherung: Die Programmgestaltung, die hohen bildungspolitischen Ansprüchen folgte, war zunehmender Kritik ausgesetzt, an den Wünschen des Publikums vorbeizugehen. (Und die Ergebnisse der Studie belegen dies, gewünscht wird mehr „Leichtes“.) Das heißt, dass auch die RAVAG-Studie schon in genau diesem Spannungsfeld zwischen wertorientierter Kulturpolitik und reichweitenorientierter Medienpolitik angesiedelt war, das die einschlägige Rundfunkforschung bis heute kennzeichnet. Die politische Entwicklung Österreichs nach der Fertigstellung der Studie hat eine eventuelle „Evaluation“ der Forschungsergebnisse (z. B. eine Änderung der Programmpolitik) allerdings verunmöglicht.

Der Herausgeber hat sich um eine sehr sorgfältige Edition bemüht. Der eigentliche Text der RAVAG-Studie wurde zwar neu gesetzt, das äußere Erscheinungsbild wurde aber offensichtlich weitgehend beibehalten. Einen kleinen Wermutstropfen stellt die äußerst ungeschickte, weil eigenständige Paginierung des Lazarsfeld-Manuskripts im Kontext der Paginierung des gesamten Buches dar, die Zitierschwierigkeiten mit sich bringen wird. Beiträge von Paul Neurath (einem langjährigen Mitarbeiter Lazarsfelds, dem Gründer und Leiter des Lazarsfeld Archivs und „Wiederentdecker“ des Manuskripts) und vom Herausgeber selbst bieten kompetente Informationen zur Entstehung, wissenschaftshistorischen Einbettung und Wiederauffindung der RAVAG-Studie, aber auch zur Person und zum Wissenschaftler Lazarsfeld. In einem umfangreichen Anhang finden sich zahlreiche Faksimiles und ein ausgewähltes Schriftenverzeichnis von Paul Lazarsfeld. Es handelt sich hier also um einen Klassiker der Kommunikationsforschung, den alle mit der Thematik befassten nicht nur kennen, sondern auch gelesen haben sollten.

Alfred Smudits (Wien)