Alternative Ansaetze in der Publikumsforschung

Autor(en): **Teichert, Will**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales**

Band (Jahr): **- (1975)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790596

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ALTERNATIVE ANSAETZE IN DER PUBLIKUMSFORSCHUNG

Will Teichert

Es wurden drei unterschiedliche Forschungsstrategien vorgestellt, deren gemeinsamer Nenner ist, dass sie die mono-kausalen Fragestellungen der traditionellen Wirkungsforschung zu erweitern suchen. Zwei dieser Ansätze - die sämtlich in empirischen Erhebungen verwendet wurden - lassen sich unter dem Titel "Uses and Gratifications Approach" zusammenfassen. Dieser Forschungsansatz hat als zentrale Problemstellung die Ueberlegung, dass die Zuwendung zu den Medien als Bindeglied zwischen den individuellen Interessen und Zielvorstellungen des Einzelnen und den Gegebenheiten seiner Umwelt gesehen werden soll. Die Bedeutung der Massenmedien soll über die Möglichkeiten ermittelt werden, die diese den Individuen für eine befriedigendere Selbstinterpretation und Nutzung der Umwelt zur Verfügung stellen.

Eine deutlich psychologisch orientierte Variante des "Uses and Gratifications Approach" ist die "Israel-Studie" von Katz/Gurevitch/Haas (vgl. Aufsatz: On The Use Of The Mass Media For Important Things, in: American Sociological Review, Vol. 38, 1973), die im Rahmen einer Freizeituntersuchung in Israel durchgeführt wurde. Leitende Forschungsfrage war: Welche Bedürfnisse werden von den verschiedenen Menschen als für sie wichtig angesehen und in welcher Weise befriedigen die verschiedenen Medien diese Bedürfnisse? Wesentlichstes Ergebnis: Für sämtliche Bedürfnisse werden interpersonale Instanzen (z.B. Familie, Peergroups) als wesentlichere Gratifikations-Instanzen angesehen.

Eher soziologische Fragestellungen des "Uses and Gratifications Approach" verfolgen die Forschungsarbeiten der schwedischen Wissenschaftler Rosengren/Windahl (vgl. Rosengren/Windahl: Uses and Gratifications: A Paradigma Outlined; in: Annual Review of Communication Research, Vol. III). Mediennutzung wird - so die Ausgangshypothese für Erhebungen in vier schwedischen Städten - als funktionale Alternative zu direkter, aktueller Interaktion gesehen. In den Untersuchungen

wurde eine aussagefähige Korrelation zwischen Interaktionspotential des Einzelnen und seiner allgemeinen Medienzuwendung ermittelt. Kritische Anmerkung zum "Uses and Gratifications Approach": Untersuchungen dieses Ansatzes tendieren dazu, menschliche Bedürfnisse über kognitive Leistungen der Befragten zu ermitteln, was u.a. bedeutet, dass potentiellle und latente Bedürfnisse unberücksichtigt bleiben.

Der dritte Ansatz befasst sich unter dem Titel "Situations spezifische Aspekte der Mediennutzung" mit einer pronociert mikro-soziologischen Fragestellung (Vgl. W. Teichert: Fernsehen als soziales Handeln II; in: Rundfunk und Fernsehen, 1973/4, Hamburg). Im Zusammenhang mit einer Grundlagenuntersuchung im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission wurde ein Untersuchungs-Konzept erarbeitet und in einer empirischen Studie eingesetzt, das Regeln und Verhaltensabläufe der familiären "Fernsehsituation" ermitteln soll. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen werden voraussichtlich Ende 1975 veröffentlicht.