

dagegen nicht. Es bleibt damit auch noch etwas offen.

Am Ende: Rund 200 Seiten zu Trends und Entwicklungen in der Fernsehforschung – unterschiedlich perspektiviert. Aus Sicht einer Media-Agentur (*Monika Baldauf und Steffen Müller*), aus Sicht des privaten (*Hedwig Zehetner*) und öffentlich-rechtlichen (*Klingler*) Rundfunks sowie der ARD-Werbung (*Karl-Heinz Hofsummer*) und den Landesmedienanstalten (*Norbert Schneider*). *Volker Lilienthal* beschreibt die Fernsehforschung als Leitwährung unter Druck, und *Dieter Prokop* erklärt, warum Einschaltquoten und Hitlisten kein demokratisches Bild der Publikumswünsche ergeben.

Das Fazit zum Buch finden sie am Beginn dieser Rezension. Zum Schluss nur noch dies: Walter Klingler, Gunnar Roters und Oliver Zöllner haben nicht nur ein äußerst instruktives und sehr lesenswertes Buch herausgegeben; es ist auch kaufenswert.

GERNOT GEHRKE, Recklinghausen

Graham Mytton: *Handbook on Radio and Television Audience Research*. 2. Auflage. – London: BBC World Service Training Trust/Paris: UNESCO/New York: UNICEF 1999, 191 Seiten, £ 12,95.

Dass es zu wenig brauchbare Einführungen in deutscher Sprache zum Thema Methodik gibt, wurde erst unlängst in einer Rezension in dieser Zeitschrift beklagt. Dieser Eindruck festigt sich mit Graham Myttons nun in erweiterter, zweiter Auflage publiziertem Handbuch zur Hörfunk- und Fernsehforschung, das in englischer Sprache vorgelegt wird. Bereits die erste Auflage hatte sich seit ihrem Erscheinen 1993 zum viel zitierten Standardwerk entwickelt und wurde sogar ins Chinesische, Laotische, Russische und Vietnamesische übersetzt. Die neue Edition des Bandes ist ebenso viel versprechend; eine französische Version ist bereits angekündigt worden.

Mytton, der ehemalige Leiter der Publikumsforschungsabteilung des »BBC World Service«, legt eine praxisorientierte, komprimierte, verständlich geschriebene Basiseinführung in die Themen, Methoden und Anwendungen von Medienforschung vor. Ein gewisser Schwerpunkt liegt dabei vom Umfang der Seiten her auf quantitativer Forschung, doch wird das vielfältige

Spektrum der qualitativen Forschung ebenfalls gebührend und fassettenreich dargelegt. Es handelt sich um ein Lehrbuch, ein »textbook« im A-4-Format, das sich vor allem an Studenten ohne Vorkenntnisse wendet. Eingestreute Übungen leiten zur selbstständigen Lernkontrolle und Vertiefung des Stoffes an. Auf Grund dieser didaktischen Aufbereitung eignet sich das Buch auch zum Heimstudium. Die Sprache ist präzise und unpräntiös, die Darstellung anschaulich und lebendig. Ein Anhang mit einem Glossar der gängigsten Fachausdrücke und einer Reihe von Originalfragebögen und exemplarischen Präsentations-Charts runden den Band sinnvoll ab.

Dank Myttons beruflichem Hintergrund beim Auslandsrundfunk, seiner langjährigen Lehrerfahrung an Universitäten weltweit und des bemerkenswerten Verlagstrios (neben der Ausbildungstiftung des »BBC World Service« zwei große Organisationen der Vereinten Nationen) durchzieht das Buch eine interkulturelle Perspektive: Immer wieder macht Mytton deutlich, dass Befragungen – Forschungsprojekte generell – stets der Kultur angepasst werden müssen, in der sie durchgeführt werden. Der Autor führt das Beispiel afghanischer Männer in einem Flüchtlingslager Mitte der Achtzigerjahre an, die ihre Ehefrauen nicht allein Radio hören ließen, damit sie in ihrer Abwesenheit nicht von »fremden Männern angedredet« werden. Ohne dieses Wissen im Hinterkopf wäre die seinerzeit ermittelte deutlich niedrigere Hörfunk-Zuwendungsrate der weiblichen Population für westliche Forscher kaum nachvollziehbar gewesen. Nebenbei verdeutlicht dieses Beispiel die Notwendigkeit einer qualitativen Perspektive, die quantitative Forschungsergebnisse mitunter erst verständlich macht.

Mytton beginnt sein Lehrbuch mit einer knappen Einführung in das Wesen der Massenmedien und der ganz unterschiedlichen Organisationsformen und Nutzungsmöglichkeiten des Rundfunks in verschiedenen Teilen der Welt. Während etwa in westlichen Industrieländern die Zahl der Radiogeräte die Einwohnerstärke übertrifft, teilen sich in anderen Ländern zehn Menschen einen Empfänger (und jede Ersatzbatterie kostet ein Vermögen) – eine wichtige Determinante für Hörfunkforschungsprojekte etwa in Burkina Faso oder Bangladesch.

Nach Erläuterungen der Verwendungszusammenhänge von Medienforschung – vor allem Erfolgskontrolle, Programm- und Zielgruppen-

optimierung, Unternehmensstrategie, Werbezeitenabsatz – und einem Abriss der Geschichte dieses Zweiges der Sozial- und Marktforschung geht der Autor auf quantitative Techniken des »audience measurement« ein – wiewohl der Rekurs auf die von den Naturwissenschaften übernommene Messanalogie begrifflich problematisch ist. Stichprobenziehung, Fragebogenkonstruktion, Pilottest und Feldphase widmet er angemessenen Raum. Das Kapitel zur Datenanalyse findet sich nach den zwischengeschobenen Abschnitten zu qualitativen Forschungsmethoden wie Gruppendiskussionen, Mapping-Studien, Tiefeninterviews oder teilnehmender Beobachtung und einigen Exkursionen zu Schreibtischrecherche und der Auswertung von Hörer- und Zuschauerpost. Kürzere Passagen behandeln auch Fragen der Werbeträger- und Leserschaftsforschung, bevor Mytton abschließend nochmals und detaillierter auf Anwendungen von Forschungsergebnissen eingeht. Dieser Aufbau ist alles in allem stringent, mag Neueinsteigern in die Materie freilich streckenweise als Mosaik erscheinen. Der Autor schafft es aber, die verschiedenen Stränge zu einem Zopf zusammenzubinden. Keine leichte Aufgabe angesichts der Bandbreite an höchst spezialisierten Methoden, die sich in der Branche etabliert haben.

Freilich muss man sich der Beschränkungen des Bandes bewusst sein. Mytton bietet eine Einführung – auf tiefere Darstellungen

wird in der kommentierten Lektüreliste verwiesen. Oberflächlich ist das Buch dennoch nicht: Gerade die methodenkritischen Passagen, etwa zur Frage von Reliabilität und Validität in der qualitativen Forschung oder zu Forschungsartefakten, schärfen das Bewusstsein für die zahlreich lauernden Fallen der Medienforschung, für deren tiefe Löcher Mytton zumindest eine Grubenlampe bereithält: auf dass man sie sehe – oder zumindest ahne, wo sie verborgen sein könnten.

Mytton stellt seinen pragmatischen Realitäts-sinn unter Beweis, wenn er klar macht, dass Forschung an sich die Programme weder verbessert noch verändert. Sinn macht letztlich erst die intelligente Anwendung der Forschungsergebnisse – im Verbund mit anderen relevanten Informationen und der Kreativität der Programmierer; die Daten selbst geben nur Hinweise. Doch die Interpretation und Umsetzung der Ergebnisse bereitet in Redaktionen am häufigsten Schwierigkeiten und kann manches Missverständnis hervorrufen, weil die Hintergründe des Zustandekommens der Forschungsdaten nicht bekannt sind. Insofern lohnt die Lektüre des Handbuchs auch für Journalisten und Medienmanager, denn es macht Medienforschung verständlich. Dieser Wissenstransfer, diese Aufklärungsarbeit ist nicht das geringste Verdienst von Myttons Publikation.

OLIVER ZÖLLNER, Köln

## JOURNALISMUSFORSCHUNG

Armin Scholl/Siegfried Weischenberg: *Journalismus in der Gesellschaft*. Theorie, Methodologie und Empirie. – Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, 388 Seiten, DM 59,-.

Der Titel des Buchs »Journalismus in der Gesellschaft« ist Reminiszenz sowohl an ein geschriebenes als auch an ein ungeschriebenes Werk: Das geschriebene ist der systemtheoretische Klassiker der Journalismusforschung, »Journalismus und Gesellschaft« von Manfred Rühl – das ungeschriebene jenes Buch, das Niklas Luhmann vielleicht verfasst hätte, wenn er dem Journalismus den Status eines eigenständigen Funktionssystems zuerkannt hätte (»Der Journalismus der Gesellschaft«). Deutlich gemacht

sind damit die Ambitionen der Autoren, die nicht nur eine Gesamtschau der Ergebnisse ihrer repräsentativen Befragung deutscher Journalistinnen und Journalisten von 1993 geben wollen. Ihr Ziel ist zugleich, »eine in erheblichem Maße empiriegesättigte *Journalismus-Theorie* vorzulegen« (S. 19) und den Nachweis zu führen, dass die Systemtheorie empiriefähig ist – nicht nur auf der Organisationsebene (wie die Redaktionsforschung bereits gezeigt hat), sondern auch auf der Ebene des Funktionssystems. Dafür haben sie den Ansatz einer konstruktivistischen Systemtheorie gewählt. Den Journalismus betrachten sie als soziales, beobachterabhängig definiertes System, das operativ geschlossen ist und über eine spezifische Funktion verfügt.