

MEDIEN(WIRKUNGS)FORSCHUNG OHNE WIRKUNG?

Warum reagieren Medienexperten auf Fragen nach den Auswirkungen des Fernsehens auf Konsumverhalten, Wahlverhalten oder Schulerfolg, als ob man die Falschen gefragt hätte?

In ihren Anfängen vor dem Zweiten Weltkrieg suchte die Massenkommunikationsforschung nach „direkten“ und verallgemeinerbaren Wirkungen massenmedialer Propaganda- und Werbemaßnahmen. Seither hat sich der einschlägige Begriff von „Masse“ gewandelt und – nicht nur in den „weichen“ Sozialwissenschaften – auch der Begriff der „Wirkung“: Komplexe und (für historische Änderungen) „offene“ Systeme lassen es nicht zu, eine Erscheinung als direkte Wirkung einer anderen, vorgängigen Erscheinung zu erklären.

Was hat diese Einsicht „bewirkt“? Medien(wirkungs)forschung wird weiterhin mit dem Ziel verallgemeinerbarer Ergebnisse betrieben. Aber oft unter anderem Namen und jedenfalls stärker „rezipienten- und kontextorientiert“. Denn wie ein aktuelles Medienangebot wirkt, hängt vor allem von den jeweiligen Rezipienten ab, die ihren Vorkenntnissen und Erwartungshaltungen entsprechend auswählen, analysieren, bewerten ... – jeweils mit „Rückwirkung“ auf ihre Vorkenntnisse und Erwartungshaltungen. Beißt sich da die Katze in den Schwanz?

1 Wirkungsforschung – eine wissenschaftliche Sackgasse?

Wer endlich eine klare Auskunft darüber haben möchte,

- wie sich das viele Fernsehen auf den Schulerfolg oder auf die sprachliche Entwicklung von Kindern *auswirkt*,
- ob (bestimmte) TV-Krimis ein Ansteigen von (bestimmten) Gewaltverbrechen *bewirken* oder
- welche *Wirkung* die dauernde TV-Werbung auf die Konsumorientierung der Menschen hat,

der wird mit seiner Frage wie an eine Gummiwand stoßen. Hierzu gebe es widersprüchliche beziehungsweise (noch) keine gesicherten Ergebnisse, wird er von den Medienexperten zu hören bekommen. Genaugenommen sei die Frage in dieser Form überhaupt unbeantwortbar. Warum eigentlich? Wäre es nicht ureigentliche Aufgabe dieser Wissenschaftler, Antworten auf solche Fragen zu suchen und zu finden? (Auch wenn es einfacher fallen mag, dieses Unterfangen für aussichtslos zu erklären und sich in unergiebigem Disputen von der Wirkungsforschung zu distanzieren!)

1.1 Bedeutungsvarianten, Entwicklungslinien und „typische“ Befunde

Tatsächlich ist auch die Stoßrichtung der fachinternen Kritik an der Wirkungsforschung gar nicht so leicht auszumachen, denn „Medienwirkungsforschung“ begegnet uns in verschiedenen Bedeutungsvarianten. Manchmal sogar innerhalb eines Satzes: „In der ersten Stufe der Medienwirkungsforschung in den zwanziger und dreißiger Jahren unseres Jahrhunderts – der sogenannten Wirkungs- oder Kampagnenforschung – wurde den Medien eine starke und direkte (auf Auge und Ohr), unmittelbare (störungsfreie) und kollektiv-massenhafte Wirkung zugeschrieben“ (WINTERHOFF-SPURK 1986, S. 34).

Bedeutungsvariante 1: Die „klassische“ Wirkungsforschung, welche den Beginn der empirischen Massenkommunikationsforschung markierte und die Wirkung der über Massenmedien verbreiteten Werbe- und Propagandabotschaften kalkulierbar machen wollte.

Bedeutungsvariante 2: „Wirkungsforschung“ als Synonym zu empirischer Massenkommunikationsforschung, welche versucht, Ereignisse und Merkmale des Mediengeschehens als „relevante Bedingun-

gen" für menschliches Handeln und Verhalten zu fassen – in einer Weise zu fassen, die sich über die jeweils untersuchte (historische) Situation hinaus als tragfähig erweisen könnte. (Die *klassische* Wirkungsforschung ist nur die „erste Stufe“ dieser Wissenschaft.)

Die dritte Bedeutungsvariante wird deutlich, wenn man die Betrachtungsweise von WINTERHOFF-SPURK mit jener von BURKART (1983) vergleicht, der die Entwicklungslinien der Medienwirkungsforschung (und ihr Verhältnis zur „Nutzenforschung“, siehe unten) etwas anders darstellt (vgl. Abb. 1).

BURKART diagnostiziert an der Wirkungsforschung im Prinzip dieselben – und aus heutiger Sicht sehr undifferenzierten – Vorstellungen über die Wirkung der Massenmedien, die WINTERHOFF-SPURK der klassischen Wirkungsforschung zuschreibt. Aber er siedelt den entscheidenden Aufschwung der („psychologisch orientierten“) Wirkungsforschung in den vierziger Jahren an – obwohl (oder weil?) sozialpsychologische Arbeiten dieses Jahrzehnts bereits zeigten, daß man (angesichts räumlich getrennter Rezipienten) eben nicht von jenen gleichgeschalteten Massenreaktionen ausgehen kann, die spätestens seit LE BON (1895) durch die Literatur geistern.

Zwei richtungsweisende Studien sollen dies belegen:

Die eine stammt aus der experimentell arbeitenden Gruppe um HOVLAND und ist laut BURKART (1983) der „psychologisch orientierten Wirkungsforschung“ zuzurechnen. Ihr Ergebnis: Wenig gebildete Rezipienten lassen sich von einem politischen Standpunkt eher durch „einseitige“ Argumentation überzeugen, gebildete hingegen eher von einer „zweiseitigen“, auch die Gegenposition aufgreifenden Argumentation.

Die andere Studie rechnet BURKART der „soziologisch orientierten Wirkungsforschung“ zu. LAZARUS-FELD und sein Team untersuchten den amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf von 1940. Sie interpretierten ihre Daten dahingehend,

- daß der „Mann auf der Straße“ in seinen Einstellungen und seinem (Wahl-)Verhalten nicht direkt von der Wahlpropaganda beeinflusst wird, son-

dern auf dem Umweg über „opinion leaders“. Diese Interpretation hatte eine – bis heute anhaltende – „Wirkung“ auf die Konzepte und die Praxis der Werbe- und Marketingstrategen. Innerhalb der Medienwissenschaft leitete sie die „Diffusionsforschung“ ein, also die Analyse jener komplizierten Umwege, über die sich die mediale Botschaft (sicher nicht störungsfrei) in sozialen Systemen gleichsam ausbreitet;

- „daß überzeugte Anhänger einer Partei oder eines Kandidaten sich bevorzugt deren beziehungsweise dessen Sendungen anhörten“ (WINTERHOFF-SPURK 1986, S. 36).

Dieses zweite Ergebnis, aber auch das oben erwähnte der HOVLAND-Gruppe, lenkte das Interesse der („konsistenztheoretischen“) Medienforschung auf die Eingangsvoraussetzungen, die der Rezipient in eine aktuelle Rezeptionssituation mitbringt: Sein Vorwissen und seine Erwartungshaltung, die (von ihm antizipierte) Konsistenz oder Inkonsistenz (Dissonanz) der medialen Aussage mit eigenen Kenntnissen und Einstellungen, das alles bestimmt mit, wie eine aktuelle Botschaft „wirkt“ (siehe HOVLAND) und welchen Botschaften er sich überhaupt aussetzt (siehe LAZARUS-FELD).

Der zuletzt genannte Aspekt der „Selektivität“ ist in besonderem Maße „konsistent“ mit einem bestimmten Menschenbild: Ihm zufolge verhalten wir uns nicht in Abhängigkeit von bestimmten Bedingungen, sondern gestalten selbst jene Bedingungen, innerhalb derer wir absichtsvoll handeln. Und bezogen auf die Medien: Wir sind ihnen und ihrer „Wirkung“ – selbst in der Rolle des *Rezipienten* massenmedialer Botschaften – nicht passiv ausgeliefert, sondern treffen eine Auswahl: Wir machen von den Medien in Erwartung eines bestimmten Nutzens Gebrauch.

Griffig und fast wortgleich charakterisieren die Chronisten die Wende (?) von der Wirkungs- zur Nutzenforschung. Der Nutzenansatz habe den Spieß umgedreht und die Frage „Was machen die Medien mit den Menschen?“ in die Gegenfrage verkehrt: „Was machen die Menschen mit den Medien?“

DEGEN (1987, S. 48) schildert in diesem Zusam-

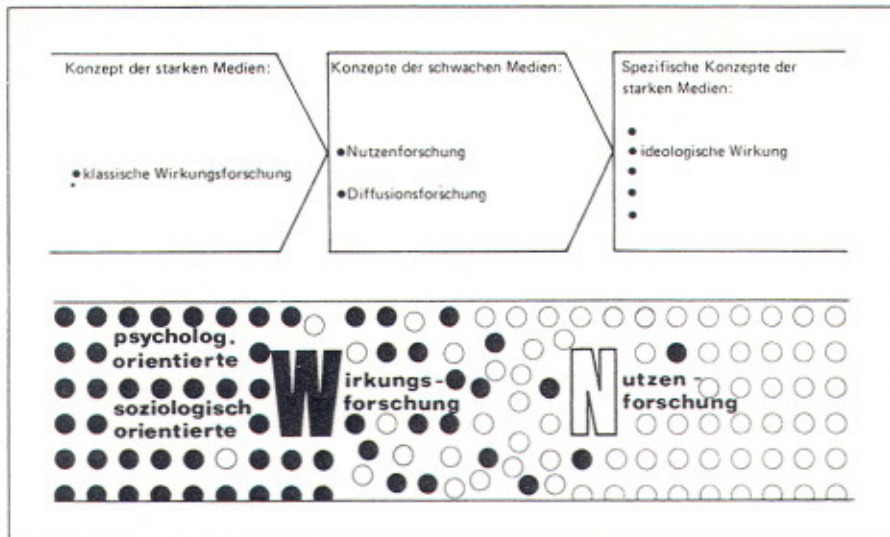


Abb. 1: Die Geschichte der Wirkungsforschung. Das obere Schema entspricht der Auffassung von WINTERHOFF-SPURK, das untere jener von BURKART.

menhang ein Experiment, welches ZILLMANN 1985 veröffentlichte: „Darin lullte er seine Versuchspersonen einmal systematisch ein, indem er ihnen nervtötend monotone Aufgaben stellte, und er versetzte sie ein andermal durch aufwühlende Streß-Aufgaben in Wallungen. In einer ‚Pause‘ konnten sie sich sodann mit einem Videofilm-Angebot die Wartezeit vertreiben, das sich aus drei aufregenden und drei eher besinnlichen Streifen zusammensetzte. Fazit des Forschers, der heimlich die ‚Einschaltquoten‘ maß: die gelangweilten Probanden suchten sich durchgehend die Film-Stimulantien heraus, wohingegen sich die aufgedrehte Gegengruppe ebenso systematisch die geruhsamen Videos zu Gemüte führte.“

Aber haben wir es da wirklich – in der Substanz – mit einer Wende zu tun? Ist die Nutzenforschung, wie BURKARTS Ausführungen nahelegen, drauf und dran und auch geeignet, die Medienforschung aus der „Sackgasse“ des Wirkungsansatzes herauszuführen? Diese Auffassung betrifft „Wirkungsforschung“ in der

Bedeutungsvariante 3: nämlich als ein dem natur-

wissenschaftlichen Weltbild und Menschenbild verhaftetes Paradigma der Massenkommunikationsforschung.

Ob dieses Paradigma allerdings im Begriffe ist, vom Paradigma der Nutzenforschung abgelöst zu werden, darf in Frage gestellt werden. Das Schema von WINTERHOFF-SPURK (Abb. 1) vermittelt eine ganz andere Sicht der Dinge: Die Nutzenforschung, die gemeinsam mit der Diffusionsforschung die Vorstellung von den übermächtigen Medien ins Wanken brachte, ist ihrerseits passé, abgelöst von der heutigen Phase „spezifischer Konzepte der mächtigen Medien“. (Wohl auch eine einseitige Sicht, wie das durchaus zeitgenössische „Nutzenforschung“-experiment von ZILLMANN beweist.) Eines dieser spezifischen Konzepte betrifft die „ideologischen Wirkungen“ des Fernsehens beziehungsweise den bestimmenden Einfluß der Medien auf die öffentliche Meinung.

Als Beispiel hierzu erwähnt WINTERHOFF-SPURK einen „Mechanismus“, den NOELLE-NEUMANN (1980) zur Interpretation konkreter Meinungsforschungs- und Wahlergebnisse vorschlägt: Durch die Neigung

zum Reden auf Seiten derer, die sich in Übereinstimmung mit der öffentlichen Meinung wähnen, und durch die Neigung zum Schweigen auf Seiten derer, die sich mit ihrer Gegenmeinung mehr und mehr im Abseits der öffentlichen beziehungsweise veröffentlichten Meinung sehen („Schweigespirale“), müßte es zu einer endgültigen Zementierung der Mehrheitsmeinung kommen – wenn nicht die Massenmedien wären, an denen wir uns heute in der Einschätzung des Meinungsklimas vor allem orientieren. Die Sichtweise und das Wunschenken der Journalisten färbt auf ihre Produktionen ab und erreicht eine große Öffentlichkeit – auch dann, wenn die Journalistenmeinung nicht der gegebenen Mehrheitsmeinung entspricht. Auf diese Weise können die Medienmacher zu Vorreitern eines Umschwunges der öffentlichen Meinung werden.

Daß bei einem derartigen Meinungsumschwung vor der deutschen Bundestagswahl 1976 primär die eifrigen TV-Benutzer, nicht aber die eifrigen Zeitungsleser mitzogen, muß man allerdings nicht unbedingt den TV-Kameraleuten anlasten. Mag schon sein, daß diese dem Image des von ihnen weniger geliebten Kandidaten schaden können, wenn sie ihn relativ oft aus der Vogelperspektive oder aus der Froschperspektive zeigen und wenn ihre Kamera relativ häufig negative Publikumsreaktionen einfängt. Zusätzlich oder in erster Linie wäre aber meines Erachtens an eine einfachere Erklärungsmöglichkeit zu denken: Bei den Zeitungen könnte der Medienkonsument aus einem breiten Spektrum der weltanschaulichen Ausrichtungen jenes Blatt auswählen, mit dem er und das mit ihm konform ging; beim Fernsehen hingegen fehlte eine derart aufgefächerte Auswahlmöglichkeit.

1.2 Ziele der Kritik

Der eben skizzierte Überblick läßt schon erkennen, daß die Kritik an der „Wirkungsforschung“ verschiedenes mehr oder weniger deutlich im Visier hat:

- a) Zum einen zielt die Kritik auf die „klassische“ Wirkungsforschung (vgl. Bedeutungsvariante 1),

auf jene an ihr diagnostizierte Überzeugung von der ungefilterten Massenwirkung der Massenmedien, welche man zumindest rückblickend als naiv einstufen muß. Aber indem der Vorwurf nur auf eine frühe Phase eines Forschungsgebietes zielt, attestiert er diesem Forschungsgebiet, daß er inzwischen Fortschritte gemacht hat.

- b) Die Wirkungsforschung in Bedeutungsvariante 2 als Sackgasse zu erklären hieße, jeder empirischen Massenkommunikationsforschung die Daseinsberechtigung abzuspochen (worum sich diese zur Zeit eher expandierende Disziplin – vgl. ROBERTS/BACHEN 1981 – im übrigen auch gar nicht kümmern würde).

Aktueller und ernster zu nehmen sind zwei weitere Kritikpunkte. Beide betreffen Bedeutungsvariante 3:

- c) Jene Spielart oder jenes Paradigma der empirischen Massenkommunikationsforschung, welches auf die Formulierung und Prüfung von „kontextunabhängigen“ (auf andere Situationen übertragbaren, verallgemeinerbaren, Regularitäten betreffenden) Aussagen ausgerichtet ist, habe ihr Ziel nicht erreicht. Praktisch jedem veröffentlichten Ergebnis könne man andere entgegenstellen, die es relativieren oder ihm sogar widersprechen. Diese Diagnose beschäftigt uns – unter Punkt 2 – nur insofern, als sie die Unfähigkeit des Paradigmas „als solches“ betrifft und nicht die methodische Unzulänglichkeit vieler einschlägiger Arbeiten. Häufig widersprechen sich nämlich nicht die „Ergebnisse“, sondern die aufgrund der Daten und deren Zustandekommen unzulässigen Interpretationen.
- d) Dieses „nomothetisch“ orientierte Paradigma könne sein Ziel deswegen nicht erreichen, weil es eben auf falschen Voraussetzungen basiere. Der Grundtenor: Die Wirkungsforschung wende „naturwissenschaftliche“ Methoden (insbesondere das Experiment) sowie „(mono)kausale“ Erklärungen und quantitative Beschreibungen auf einen inadäquaten Gegenstand an – nämlich auf den sich selbst und sein Handeln (frei?) bestimmenden Menschen. (Zur Kritik dieser Kritik vergleiche Punkt 3!)

2 Warum sind „relevante Faktoren“ so schwer zu fassen?

Ein fiktives Ergebnis und tatsächliche Probleme seiner Interpretation

Nehmen wir folgendes an:

- Jemand befragt Kinder nach ihrem täglichen TV-Konsum und setzt diese Befragungsdaten in Beziehung zur Anzahl „schlechter“ Noten (schlechter als Note 3) in den Schulzeugnissen eben dieser Kinder.
- Er findet einen statistischen Zusammenhang zwischen ausgiebigem TV-Konsum und geringem Schulerfolg – sei es nun in Form einer Korrelation oder in Form von Mittelwertsunterschieden: Die Schüler mit überdurchschnittlich hohem TV-Konsum haben, verglichen mit den Wenig-Sehern, im Mittel weniger Erfolg beziehungsweise mehr schlechte Noten in der Schule.
- Dieses Resultat sei „signifikant“ – wir dürfen praktisch die Möglichkeit vernachlässigen, daß es sich um ein Zufallsergebnis handelt. (Bei gegebenem Korrelationskoeffizienten entscheidet einzig und allein die Größe der Stichprobe, wie groß die verbleibende Irrtumswahrscheinlichkeit ist. In unserem Fall entspricht die Stichprobengröße der Anzahl der Kinder, bei einer Einzelfalluntersuchung entspräche sie der Anzahl der Zeitabschnitte, für welche TV-Konsum und Schulerfolg erhoben wurden.)
- Die Kinder hätten ihren täglichen TV-Konsum erstens zutreffend geschätzt und zweitens diese Schätzung auch ehrlich preisgegeben.

Dürfen wir unter diesen Annahmen und bezogen auf „ähnlich“ zusammengesetzte Stichproben (um hier wenigstens das Problem der Repräsentativität von Stichproben auszuklammern) den Schluß ziehen, daß ein Mehr an TV-Konsum ein Mehr an schlechten Noten „bewirkt“? Keineswegs! Und zwar aus mehreren Gründen nicht:

2.1 Das (im Prinzip lösbare) Problem der reduzierten Daten

Eine wesentliche Aufgabe der Statistik besteht darin, die Fülle der (meist nicht publizierten) Daten überschaubar zu machen, sie auf einige wenige Kennwerte zu reduzieren. Diese globalen Kennwerte (z. B. Korrelationskoeffizienten, Mittelwertsunterschiede) lassen aber nicht erkennen, ob nicht schon die zugrundeliegende Datenkonfiguration gegen den obigen Schluß spricht. Ein Streuungsdiagramm, wie es rechts oben in Abbildung 2 zu sehen ist, könnte zwar im Prinzip zu denselben Kennwerten führen wie das links oben dargestellte. Es erfordert aber eine andere Interpretation, nämlich: Die Extrem-Vielseher fallen – trotz ihrer relativ geringen Anzahl – wegen ihres extrem schlechten Zeugnisses global gesehen stark ins Gewicht; aber bis zu einem Ausmaß von zwei bis drei Stunden geht ein Mehr an TV-Konsum Hand in Hand mit einem *besseren* Schulerfolg.

Diesem Problem läßt sich im Prinzip beikommen, indem man das Streuungsdiagramm auf (homogenere) Untergruppen hin untersucht und für sie je eigene Berechnungen anstellt. Noch drastischer wird diese Notwendigkeit zur Einsicht in die Rohdaten im Diagramm links unten illustriert: Die globale Korrelation um Null würde zur Annahme verleiten, daß es keine („Null-Hypothese“) oder nur schwache Zusammenhänge zwischen TV-Konsum und Schulerfolg *gibt*; obwohl sich vielleicht nur zwei gegenläufige Tendenzen in der Globalberechnung neutralisiert haben. Aus forschungslogischen Gründen ist ein Schluß auf die Null-Hypothese übrigens generell unzulässig – auch dann, wenn die Korrelation Null ergibt und keine homogenen Subgruppen zu sehen sind (vgl. Abb. 2, rechts unten). Zulässig ist in diesem Fall nur die Behauptung, daß mit Hilfe ganz bestimmter Methoden kein (oder ein nur schwacher) Zusammenhang *gefunden* werden konnte.

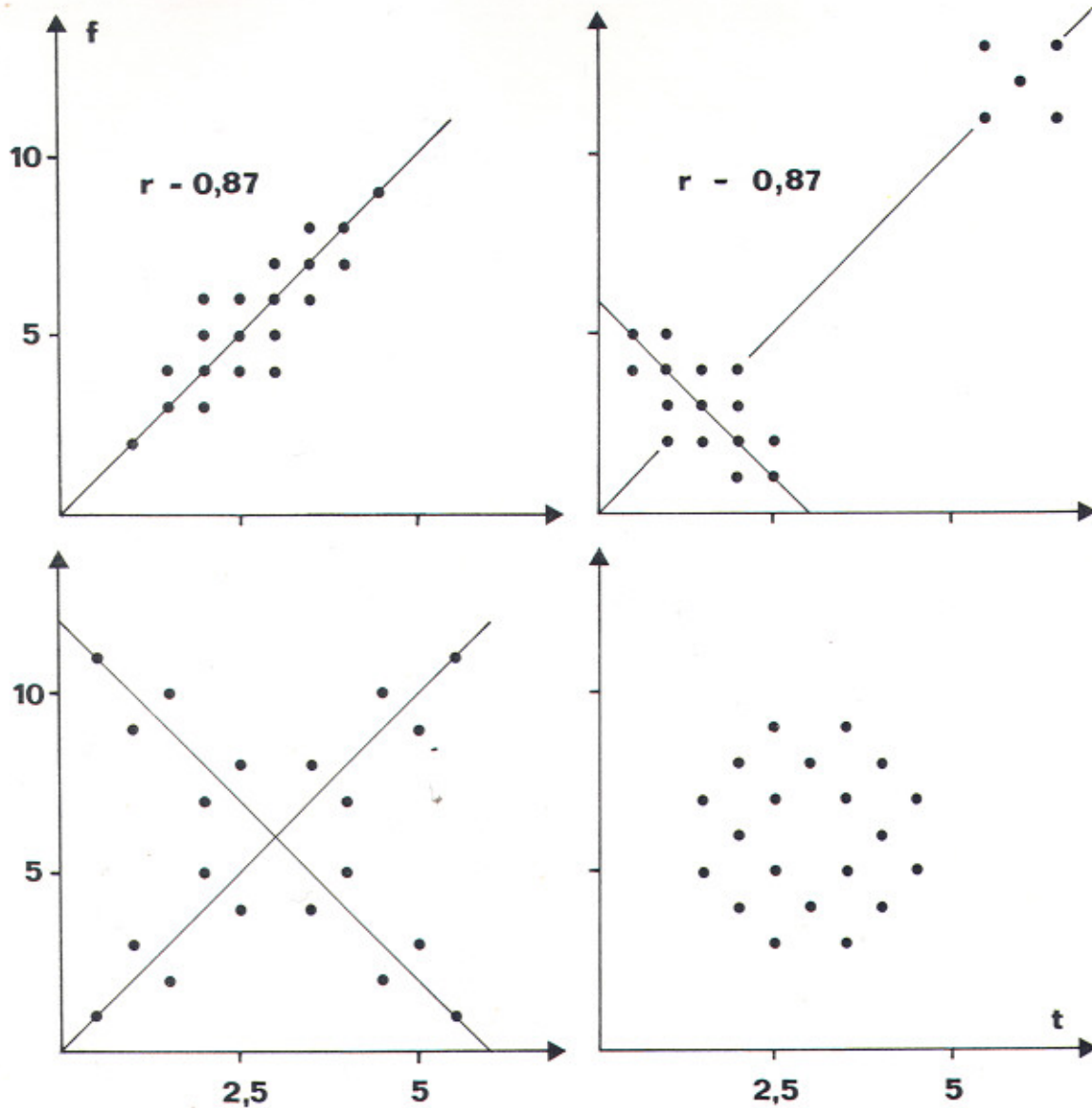


Abb. 2: Die globale Korrelation zwischen täglicher Fernsehdauer in Stunden (x-Achse) und der Anzahl schlechter Schulnoten (y-Achse) liegt in den beiden oberen Diagrammen bei + 0,87 und in den beiden unteren bei Null. (Jeder Punkt steht für einen Schüler.)

2.2 Das (im Prinzip lösbare) Problem mit den Störvariablen

Uns interessiert der „Einfluß“ der Quantität des TV-Konsums (a) auf den Schulerfolg (b). Aber weitere Faktoren (c), (d)..., die sowohl mit (a) als auch mit (b) systematisch zusammenhängen (= „Störvariablen“), könnten mit im Spiel gewesen sein (vgl. Abb. 3).

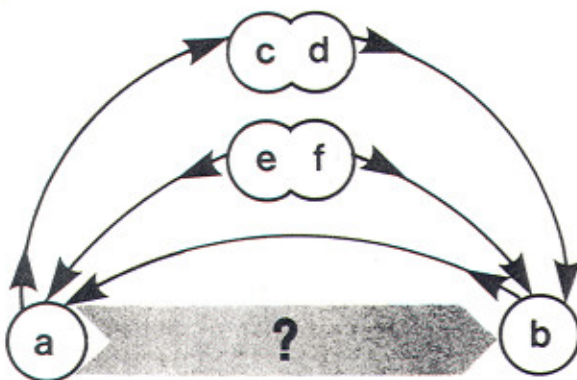


Abb. 3: Faktoren, die für eine Korrelation zwischen TV-Konsum (a) und Schulerfolg (b) verantwortlich sein könnten (siehe Text!).

Das Vielsehen könnte – speziell bei den Extrem-Vielsehern (vgl. Abb. 2, rechts oben) – unter anderem auf Kosten jener Zeit gehen, die sonst für die Erledigung schulischer Hausaufgaben (c) und/oder für den notwendigen Schlaf (d) zur Verfügung steht. Der TV-Konsum hat in diesem Fall „Auswirkungen“ auf den Schulerfolg, aber nur sehr indirekt, nämlich auf dem Umweg über den relevanteren Faktor des gekürzten Zeitbudgets für Hausaufgaben und Schlaf (oder auch für Bewegung in der frischen Luft etc.).

Eine zweite Kategorie anzunehmender Störvariablen begünstigt einen statistischen Zusammenhang zwischen (a) und (b), obwohl dabei dem TV-Konsum (a) überhaupt keine Wirkung – auch keine indirekte – auf den Schulerfolg (b) zugeschrieben wird.

Zum Beispiel könnten bestimmte Schüler aufgrund einer „habituell“ passivischen Haltung (e) einerseits besonders gern und viel fernsehen und andererseits besonders leicht schlechte Beurteilungen in der Schule einheimen. Ähnliche statistische „Auswirkungen“ hätte auch eine familiäre Atmosphäre (f), in der sich alles um das Fernsehen dreht und die Schule kein oder ein negativ besetztes Thema ist.

Was als Störvariable der ersten Kategorie in Verdacht gerät, läßt sich (im Experiment von vornherein und im Falle unserer Erhebung wenigstens) im nachhinein rechnerisch eliminieren, sofern eben Daten über (c), (d) ... miterhoben wurden: Man kann nun die Vergleiche zwischen Kindern anstellen, die sich in (c), (d)... nicht wesentlich unterscheiden, oder aber den von den Korrelationen zwischen (a) und (c), (c) und (b)... bereinigten Nettozusammenhang zwischen a und b berechnen.

Die zweite Kategorie von Störvariablen hätte man allerdings nur durch eine *Veränderungsmessung* loswerden können. (Deren Prinzip zeigt Tab. 1.) Diese empfiehlt sich ohnehin, und zwar auch im Hinblick auf die Dynamik der interessierenden Phänomene: So könnten etwa Mißerfolge in der Schule und die damit verbundenen Ängste und Spannungen die Ablenkung durch das Fernsehen noch attraktiver machen, die Mißerfolge und die Neigung zur Flucht aus den sorgenvollen Gedanken werden noch größer und so fort.

Tab. 1: Anordnung von Daten zur Prüfung der Frage, ob eine **Veränderung** des TV-Konsums mit einer **Veränderung** des Schulerfolgs zusammenhängt (Prüfung der Korrelation zwischen x und y). t(1) und t(2): Verschiedene Zeitpunkte oder Zeitabschnitte.

	tgl. TV-Konsum in Stunden			Anzahl schlechter Noten		
	X			Y		
Schüler	t(1)	t(2)	t(1) – t(2)	t(1)	t(2)	t(1) – t(2)
A	6	2	4	3	1	2
B	2	4	-2	2	3	-1
.
.
.
N	1	5	-4	1	3	-2

Der hier angenommene „Aufschaukelungs“-mechanismus unterstellt im übrigen einen „Einfluß“ nicht nur von (a) auf (b), sondern auch in umgekehrter Richtung: Mehr schlechte Schulnoten – mehr Fernsehkonsum. Diese Frage nach dem „bedingenden“ und dem „bedingten“ Phänomen ist zwar im Prinzip beantwortbar, wenn Kenntnisse über die zeitlichen Verhältnisse vorliegen: Das später auftretende Phänomen (z. B. die Zunahme schlechter Noten) scheidet an sich als bedingendes Phänomen (als eine der „Ursachen“) aus.

Angesichts eines vorausschauenden, antizipierenden Forschungsobjektes (Schüler) ist es aber nicht leicht, das Problem in den Griff zu kriegen: Schon die bloße Angst vor schlechten Noten könnte das verstärkte Ausweichen in die Medienwelt „bewirkt“ haben – die vom Schüler mit Recht erwarteten schlechten Noten kommen später, und der „naive“ Forscher würde sie als Folge des verstärkten TV-Konsums interpretieren. Eine Methode zur Zerlegung derartiger „Wechselwirkungen“ und „Aufschaukelungen“ in ihre Einzelkomponenten – Antizipation einerseits als bedingtes, andererseits als bedingendes Phänomen – wurde in einem anderen Zusammenhang vorgeschlagen (FENK 1978), kann aber hier aus Platzgründen nicht dargestellt werden.

2.3 Das (prinzipiell unlösbare?) Problem des engen Fokus

Daß sich Untersuchungen auch im Ergebnis unterscheiden werden, wenn sie (zusätzlich) andere Störvariablen berücksichtigen und wenn sie zur Erfassung der Variablen (Schulerfolg, Quantität des TV-Konsums, Störvariablen) andere Kriterien wählen, das liegt auf der Hand. Aber auch bei einer völlig gleichgelagerten Untersuchung, die später und/oder in einer anderen Region durchgeführt wird, müssen wir mit anderen Ergebnissen rechnen – selbst dann, wenn wir überzeugt sein sollten, daß alles Geschehen auf dieser Welt durch Gesetze bestimmt oder „determiniert“ ist. Was ist der Grund hierfür? Für jede Wissenschaftsdisziplin und für jede Fragestellung gilt, daß sie selektiv ist, also vie-

les „ausblendet“. Das ist zwar unvermeidlich, „rächt“ sich aber trotzdem.

Indem wir als „Wirkung im ... weitesten Sinn“ (BURKART 1983, S. 158) jene „beim Menschen zu beobachtenden Verhaltens- und Erlebnisprozesse“ analysieren, „die darauf zurückzuführen sind, daß der Mensch Rezipient im Felde der Massenkommunikation ist“ (MALETZKE 1963, S. 189)“, haben wir Massenkommunikation als eines von jenen (unendlich vielen) Phänomenen benannt, die menschliches Erleben und Verhalten mitbestimmen. Und indem wir den Menschen nur in der Rolle des Rezipienten untersuchen, blenden wir aus, daß Menschen im Zusammenhang mit Medien auch eine andere Rolle als die des Rezipienten spielen. Und da „Wirkung“ per definitionem zeitlich nicht vor ihrer „Ursache“ liegen kann, ist es nur folgerichtig, daß Forschung innerhalb eines so gesteckten Rahmens auf die *Folgen* beschreibbarer Aspekte der Medienrezeption fokussiert – auf die Folgen für beschreibbare Aspekte des Verhaltens außerhalb beziehungsweise nach der Rezeption, die Folgen für die künftige Auswahl von Medienangeboten (vgl. letzten Absatz von 3.2!) und, um auf unser Beispiel zurückzukommen, auf die Folgen für den Schulerfolg.

Aus dem Universum möglicher Fragen haben wir eine herausgepickt: nämlich ob und wie ein ganz spezieller Aspekt der Rezeption (durchschnittliche tägliche Dauer) des Angebotes eines bestimmten Massenmediums (TV) einen ganz bestimmten Aspekt (Erfolg) in einem ganz bestimmten Lebensbereich (Schule) mitbestimmt. Andere und möglicherweise damit zusammenhängende Bedingungen („Kontext“) blieben außerhalb unseres Fokus. Und wenn sich an diesen weitgehend ausgeblendeten Kontextbedingungen etwas ändert, dann ändert sich auch das Ergebnis zur im Brennpunkt der Untersuchung liegenden Fragestellung. Diese Änderung kann dann der Anlaß dafür sein, Annahmen über einen verantwortlichen Faktor – im Sinne einer neuen Regularität, die im Hinblick auf die ursprünglich angenommene Regularität als einschränkende Bedingung anzusehen ist – zu formulieren und zu prüfen.

In unserem Beispiel käme u. a. die Qualität der konsumierten TV-Sendungen in Betracht, um Widersprüche zwischen Untersuchungen oder uneinheitliche Ergebnisse innerhalb einer Untersuchung aufzuklären. Anhand des Ergebnisses (in Abbildung 2 rechts oben) könnten wir etwa zur Überlegung gelangen, daß die Wenigseher – z. B. unter dem Druck der Eltern – eben nicht nur insgesamt weniger Sendungen konsumiert hatten, sondern auch relativ mehr „informativ“, schulrelevantes Wissen mitvermittelnde Sendungen.

Dieser Faktor kommt auch in Betracht, wenn eine neue Untersuchung – trotz ähnlicher Verteilung der TV-Dauer-Daten – einer alten Untersuchung widerspricht, die einen Zusammenhang zwischen (hohem) TV-Konsum und (niedrigem) Schulerfolg nachgewiesen hat. Dabei können die geänderten Verhältnisse auf verschiedenen Ebenen angesiedelt sein:

- Die *Rezipienten* verhalten sich „selektiver“ im obigen Sinn.
- Die *TV-Anstalt* bietet relativ mehr „informativ“ Sendungen.
- In der *Schule* wird das Mediengeschehen stärker in den Unterricht einbezogen.

3 Sind „naturwissenschaftliche Methoden“ fehl am Platz?

Eigentlich kommt heute der Grenzziehung zwischen Naturwissenschaft und Geisteswissenschaft nur mehr historisches Interesse zu (vgl. HELLER 1984). Aus dieser Perspektive einer ohnehin unteilbaren Einheit der Wissenschaft (und angesichts einer im Prinzip unveränderten und vielleicht unveränderbaren Strategie erfahrungswissenschaftlicher Forschung) kann man recht gelassen jene Hektik beobachten, mit der immer noch „neuere“ Ansätze der Massenkommunikationsforschung einander ablösen.

Mehr Berechtigung hat eine andere Grenzziehung, die allerdings quer durch die meisten Sozialwissenschaften läuft: nämlich jene zwischen der nomothetischen Zielsetzung (systematische Prüfung von

Gesetzhypothesen, um ein definierbares Geschehen besser rekonstruierbar und antizipierbar zu machen) und der idiographischen Zielsetzung beziehungsweise der historischen Rekonstruktion, die zwar auch auf Gesetzhypothesen – solche des Alltagswissens oder anderswo geprüfte – angewiesen ist, sich aber nicht primär deren Prüfung zur Aufgabe stellt. Die Wirkungsforschung entspricht der nomothetischen Orientierung. Aber was hat diese Orientierung zu tun mit dem Ursache-Wirkungs-Prinzip, aus dem die Wirkungsforschung ihren Namen bezogen hat?

3.1 Das „verwässerte“ Ursache-Wirkungs-Prinzip

- Nomothetische Forschung muß immer, auch in der „härtesten“ Physik, damit rechnen, daß sie es mit bloß *statistischen* Gesetzen zu tun hat – also mit Regularitäten, die Ausnahmen zulassen. (Die Ausnahmen können extrem selten sein oder aber auch so häufig, daß diese „schwache“ Regularität nur mit statistischen Methoden „nachweisbar, gegen den Zufall absicherbar“ ist.) Das Fortschreiten nomothetischer Forschung besteht im Vordringen zu – für ein Phänomen – zunehmend relevanten Faktoren (SALMON 1971), also zu „stärkeren“ Regularitäten beziehungsweise zu Ordnungsprinzipien, die zu immer kohärenteren Strukturen (z. B. homogeneren Gruppen; vgl. 2) führen.
- Nomothetische Forschung hat es – ob sie sich nun mit Kosmologie, mit der Evolution des Tierreiches oder mit der Sozialisation der Menschen beschäftigt – mit „offenen“ Systemen zu tun, d. h. mit Systemen, „deren Struktur und Eigenschaften im Rahmen eines historischen Prozesses zur Disposition stehen“ (KORNWACHS 1986, S. 43). Die deterministische Position würde diese „Historizität“ gleichsetzen mit unserer Unzulänglichkeit, irgendein System vollständig zu beschreiben, beziehungsweise mit dem Umstand, daß – wie GADENNE (1984, S. 58) es ausdrückt – jede Theorie vereinfachte oder idealisierte Sachverhalte beschreibt. Wie auch immer: Wir müssen prinzipiell gewärtig sein, daß eine

gesetzesartige Aussage im nächsten Augenblick nicht mehr paßt – was uns insbesondere bei „schwachen“ Regularitäten noch dazu kaum auffallen wird. Obwohl also eine Verallgemeinerung, Übertragung oder Extrapolation einer Regel auf noch nicht untersuchte Instanzen, wie wir seit HUME wissen, nicht logisch begründbar ist, ist sie doch Voraussetzung für rationales Handeln: Ein Roulettespieler, der registriert, daß die Kugel „überzufällig“ oft in einem bestimmten Sektor zum Stehen gekommen ist, muß vernünftigerweise auf diesen Sektor setzen – so er gewinnen will und so er über keine zusätzlich relevanten Informationen verfügt.

- „Sinnvoll“ kann auch etwas anderes bedeuten als „zweckmäßig“ (im technologischen Sinn) oder „bedeutungstragend“ (im zeichentheoretischen Sinn). Zum Beispiel erhält etwas dadurch Sinn, daß es in eine allgemeinere Struktur eingegliedert werden kann. „Der Zwang zur Konstruktion von Sinn bezüglich der Mengen von sinnlichen Erfahrungen führt zur Entstehung der Kategorie von Kausalität“ (KORNWACHS 1986, S. 42).

Hier stellt sich Kausalität als kognitives Prinzip dar: Ihm folgend, interpretiert der Mensch ein Ereignis (Z), wenn es bisher – und damit trotz wechselnden Umfeldes – mit einer gewissen Regelmäßigkeit auf bestimmte andere Ereignisse (X,Y) folgte, nicht als deren bloßes Korrelat. Vielmehr interpretiert er es als äußeres Anzeichen eines dahinterstehenden Allgesetzes, kraft dessen Z ausnahmslos auf X,Y folgen müßte, wären nicht noch andere Allgesetze (eventuell höherer Ordnung) mit im Spiel und verantwortlich für die Ausnahmen (beziehungsweise dafür, daß ein Gesetz plötzlich nicht mehr zu passen scheint). Folgerichtig experimentiert der Mensch, um (schon vor der statistischen Reduktion) eine Reduktion dieser zusätzlichen Faktoren zu erreichen, die bei der Darstellung des im Fokus liegenden Gesetzes stören könnten. Die aus dem Kausalitätsdenken gewachsenen Forschungsstrategien sind nicht logisch, aber vielleicht pragmatisch zu rechtfertigen. Denn sind angesichts unserer beschränkten kognitiven Ressourcen, die uns zum

Fokussieren, Reduzieren und Idealisieren zwingen, überhaupt Alternativen denkbar? Und wie ließe sich denn die Preisgabe der Maxime rechtfertigen, nach immer noch „stärkeren“ Regularitäten zu suchen?

3.2 Die Selbstbestimmung des Menschen – Handicap für die Wirkungsforschung, Argument für Handlungsforschung und Qualitative Forschung?

Abschließend wollen wir die unter 1.2 d angedeutete und bisher nicht ausgeräumte Kritik an der Wirkungsforschung etwas genauer unter die Lupe nehmen. Zuerst in drei allgemeinen Punkten, dann am Beispiel der Nutzenforschung.

Zum Vorwurf des (mono)kausalen Denkens: Wenn man die Suche nach immer relevanteren Faktoren beziehungsweise immer „stärkeren“ Regularitäten als vom kausalen Denken geleitet ansieht, dann „denkt“ auch Wirkungsforschung kausal. (Erst auf einer Metaebene können wir uns von diesem Prinzip des Explorierens distanzieren. Und wen nur der Terminus „Wirkung“ stört, weil dieser auch anders verstanden werden könnte, der müßte zuallererst die „Massen-“ aus den „Massenmedien“ und der „Massenkommunikation“ streichen ... und schließlich auch die vieldeutigen Wörter „-medien“ und „-kommunikation“.) „Monokausal“ hingegen denkt die Wirkungsforschung nicht. Im Gegenteil: Ihr Vorgehen ist von der Vorstellung geprägt, daß jedes Phänomen durch ein Universum mehr oder weniger relevanter Faktoren bestimmt wird. Überhaupt ergäbe der Begriff der „monokausalen Erklärung“ meines Erachtens einen Sinn nur bei Unterstellung eines völlig determinierten Systems, aus dem wir eine Bedingung herausnehmen und dessen Rest wir als das zu erklärende Phänomen ansehen.

Zum Vorwurf der Quantifizierungswut: Hinter der Forderung nach mehr Qualitativen Methoden stehen zwei Intentionen. Erstens die meiner Meinung nach berechtigte Kritik an einer Forschungspraxis, die zu wenig offen und flexibel in der Hypothesenbildung ist und sich immer wieder an jene Theorie anhängt, die bereits den „Niederungen“ des Alltags-

wissens entstiegen ist, und vornehmlich in jenen (vielleicht gar nicht so relevanten) Aspekten, die sich problemlos quantifizieren lassen. (So wie wir es in unserem Beispiel „TV-Konsum – Schulerfolg“ getan haben.) Die zweite Intention richtet sich gegen das Quantifizieren als solches; damit ist sie auch antinomothetisch, weil das Feststellen von Regularitäten ein (intuitives) Verrechnen von Häufigkeiten voraussetzt. In der Wissenschaft auf das Metrisieren, Quantifizieren und Herausfiltern von Redundanzen beziehungsweise Regularitäten zu verzichten hieße, auf die systematische Fortführung dessen zu verzichten, was bereits unsere Wahrnehmungsmechanismen kennzeichnet. Auch unsere Begriffe fußen auf den von unseren kognitiven Mechanismen erfaßten Regularitäten und Abstrakta (vgl. FENK 1986) – das „historisch Einzigartige“, das die Qualitative Forschung im Auge hat, kann erst über das in diesen Begriffen enthaltene Allgemeine bestimmt werden. Der Vorwurf der Naivität ist also hier eher auf die Kritik an der Wirkungsforschung zurückzuführen, und in diesem Sinne ist es auch zu würdigen, wenn heute so manche(r) eine gewisse Affinität der Qualitativen Methoden zum Weiblichen entdeckt. („Männliche Wissenschaft“ ist zu sehr analytisch-zergliedernd, zu wenig ganzheitlich – weshalb „weibliche Wissenschaft“ die Wissenschaft in eine männliche und eine weibliche Wissenschaft zergliedert. Wasser auf die Mühlen derer, die den Frauen schon immer eine relativ eigenständige Logik zugestanden haben?)

Zum Vorwurf, den sich selbst bestimmenden Menschen zu „übersehen“: Eine selbstreferentielle Analyse unseres Wissens muß die uns eigenen Prinzipien, Erfahrung zu erzeugen und zu artikulieren, mitdenken. Bezogen auf unsere Sprache, stößt diese Analyse auf zwei unterscheidbare Funktionen. Einmal gebrauchen wir Sprache zur Verständigung *miteinander*; hier teile ich mein Selbstbewußtsein – als absichtsvoll Handelnder – mit einem anderen. (In dieser „Sprache“ kann ich mich z. B. mit jemandem für einen bestimmten Termin verabreden.) Die andere Funktion entspricht der des (aus der Distanz) Beobachtenden; wir gebrauchen diese Spra-

che, um uns *über etwas* zu verständigen. (Ich kann augenblicklich auch diese Position einnehmen und mir selbst – oder einem Dritten – sagen: „Dreimal war ich bisher mit ihm verabredet, und dreimal ist er nicht gekommen.“) Wo Wissenschaft auf das Vordringen zu immer plausibleren Hypothesen *über etwas* ausgerichtet ist, wird sie sich auf die Sprache des (Verhaltens-)Beobachters beschränken. Die Idee der Willensfreiheit ist aus der Beobachterposition überflüssig oder sogar hinderlich in der Suche nach relevanten Bedingungen, solange der freie Wille nicht oder nicht positiv bestimmt wird, sondern nur negativ – als weitgehendes Fehlen von Determiniertheit oder dieses Fehlen voraussetzend.

In den Einzelfallrekonstruktionen der handlungstheoretisch orientierten Forschung sollen „das Allgemeine (universelle Regelstruktur) und das Besondere einer Handlung (historisch einzigartige Situation) gemeinsam“ analysiert werden (CHARLTON 1987, S. 14), und auch in der „Qualitativen Forschung“ soll die Modifikation eines noch wenig bestimmten (= offenen) theoretischen Vorverständnisses wie im offenen Interview *laufend* erfolgen, also „innerhalb ein und desselben Forschungsprozesses“ (STOTZ 1984, S. 577). Einige Ansätze laufen darauf hinaus, daß man sich (zwischen) *mit* dem anderen darüber verständigt, ob diverse Hypothesen *über* ihn als Objekt der Beobachtung mit seinem Selbstbewußtsein vereinbar sind. (In unserem Beispiel mit der Verabredung entspräche dies einem mit folgender Frage eingeleiteten Dialog: „Muß ich nicht davon ausgehen, daß zumindest deine bisherigen Verabredungen mit mir nicht sehr ernst gemeint waren?“)

Versuchen wir, wenigstens das wissenschaftliche Ziel derartiger Konzeptionen außer Frage zu stellen: In „historisch einzigartigen Situationen“ die „Analyse von durchgängigen Interaktionsfiguren in mehreren Situationen“ zu betreiben (CHARLTON 1987, S. 14) bedeutet eben – wenn nicht Widersprüchliches –, konkrete Situationen ihrer historischen Einzigartigkeit weitgehend zu berauben.

Am Beispiel der Nutzenforschung: Der Nutzenansatz steht an sich der handlungstheoretischen Posi-

tion nahe. Aber braucht man eigentlich den Handlungsbegriff, um antizipatives Verhalten rekonstruierbar und antizipierbar zu machen? Bezeichnenderweise macht auch die Nutzenforschung von experimentellen Methoden Gebrauch (vgl. das unter 1 erwähnte Experiment von ZILLMANN!), sobald sie daran geht, die Auswahlentscheidungen und Präferenzen des Rezipienten (in der „präkommunikativen“ Phase) ihrerseits auf *bestimmte* Regularitäten oder „relevante Faktoren“ zurückzuführen. Solche Faktoren können auch *innerhalb* des Medienkonsums gesucht werden: Zum Beispiel könnte man der Frage nachgehen, ob Rezipienten im Anschluß an eine sie „aufwühlende“ Sendung eine Präferenz für Sendungen zeigen, von der sie sich eine beruhigende Wirkung erwarten (und vice versa). Oder man könnte untersuchen, welche Ingredienzien der ersten Folgen von TV-Serien deren künftige „Nutzung“ „bewirken“. In derartigen Untersuchungen wird die Unterscheidung zwischen „Nutzenforschung“ und „Wirkungsforschung“ ebenso hinfällig wie jene zwischen „prä-“ und „postkommunikativer Phase“. Aber auch dort, wo die Nutzenforschung in ihrem Fokus nicht mit dem der Wirkungsforschung (in einem engeren Sinn: „Wirkung“ auf das Verhalten außerhalb des Medienkonsums) zusammenfällt und wo sie darüber hinaus emanzipatorische Zielsetzungen verfolgt beziehungsweise einen mündigen Medienkonsumenten vor Augen hat, macht sie die Wirkungsforschung nicht überflüssig. Denn: Setzt nicht gerade ein mündiger und „bewußter“ Umgang mit Medien – oder mit Drogen, angeblichen (Fernsehen) wie echten (Alkohol, Pharmaka) – ein begründetes „Wissen“ um die möglichen Folgen oder (Neben-)Wirkungen der Nutzung voraus? Das muß auch derjenige bejahen, der davon ausgeht, daß (bei „unechten“ Drogen) die tatsächlichen Folgen vom Bewußtsein möglicher Folgen mitbestimmt werden.

Literatur

- BURKART, R.: Kommunikationswissenschaft. Wien 1983
- CHARLTON, M.: Möglichkeiten eines sozialwissenschaftlichen Handlungsbegriffs für die psychologische Forschung. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 1987, H. 18, S. 2–18
- DEGEN, R.: Die Programmwahl. In: Psychologie Heute, 1987, Bd. 14, H. 5, S. 46–51
- FENK, A.: Kognitive und motivationale Komponenten des Anspruchsniveaus bei sportlicher Leistung. In: Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie, 1978, Bd. 25, H. 4, S. 564–574
- FENK, A.: Zum Verhältnis von „Darstellung“ und „Aussage“. Am Beispiel der „didaktischen Visualisierung“. In: KAUSCHITSCH, H./METZLER, W. (Hg.): Schriftenreihe Didaktik der Mathematik, Bd. 15. Wien/Stuttgart 1987, S. 9–42
- GADENNE, V.: Theorie und Erfahrung in der psychologischen Forschung. Tübingen 1984
- HELLER, O.: Die Evolution der Vernunft – aus der Sicht des Wahrnehmungspsychologen. In: LINDAUER, M./SCHÖPF, A. (Hg.): Wie erkennt der Mensch die Welt? Stuttgart 1984, S. 113–142
- KORNWACHS, K.: Kausalität und Systembeschreibung. In: Philosophia Naturalis, 1986, Bd. 23, H. 1, S. 19–48
- NOELLE-NEUMANN, E.: Die Schweigespirale. München 1980
- ROBERTS, D. F./BACHEN, CH. M.: Mass communication effects. In: Ann. Rev. Psychol., 1981, Bd. 32, S. 307–356
- SALMON, W. C.: Statistical explanation and statistical relevance. University of Pittsburgh Press. Pittsburgh 1971
- STOTZ, G.: Verlangt „Qualitative“ Forschung eine eigene („Qualitative“) Methodologie? In: Zeitschrift für Hochschuldidaktik, 1984, Bd. 8, H. 4, S. 575–592
- WINTERHOFF-SPURK, P.: Fernsehen. Psychologische Befunde zur Medienwirkung. Bern 1986