

(medien-) psychophysiologisch zu betätigen. Jedoch erwarte ich in einem solchen Fall, dass er sich mit der gesamten Problematik auseinandersetzt und sich nicht nur die Rosinen herauspickt.

Sollte ich mit der vorliegenden Buchbesprechung tatsächlich auf ein Problem im Miteinander von Medienwissenschaft und Medienpsychologie gestoßen sein, dann wäre anzuraten, dass jede Disziplin ihre eigenen methodischen Standards definiert und interdisziplinär diskutiert. Erste Schritte in dieser Richtung scheinen mir mit der Gründung der Fachgruppe „Methoden der Publizistik und Kommunikationsforschung“ in der DGPK und der Fachgruppe „Medienpsychologie“ in der Deutschen Gesellschaft für Psychologie getan zu sein. Sollte ein solcher Kommunikationsprozess weiter in Gang kommen, dann hätte auch das Buch von Grimm seinen guten Zweck erfüllt.

Roland Mangold

Literatur:

- Fowles, D. C. (1980). The three arousal model: Implications of Gray's two-factor-learning theory for heart rate, electrodermal activity, and psychopathy. *Psychophysiology*, 17, 87 – 104.
- Gray, J. A. (1982). *The neuropsychology of anxiety: An inquiry into the functions of the septohippocampal system*. Oxford: Clarendon Press.
- Grimm, J. (1993). Der kultivierte Schrecken? Erlebnisweise von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments. *Publizistik*, 38, 206 – 216.
- Mangold, R., Winterhoff-Spurk, P., Hamann, G. & Stoll, M. (1998). Veränderungen des zerebralen Blutflusses bei der Rezeption emotionalisierender Filmausschnitte: Eine Pilotstudie. *Medienpsychologie*, 10, 51 – 72.
- Merten, K. (1999). *Gewalt durch Gewalt im Fernsehen?* Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Roth, E. (1993). *Sozialwissenschaftliche Methoden. Lehr- und Handbuch für Forschung und Praxis*. München: Oldenbourg.
- Rubin, A. M. (1994). Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 447 – 436). Hillsdale: Erlbaum.
- Tinchon, H.-J. (1999). Ein psychophysiologischer Meßplatz zur Unterstützung medienpsychologischer Fragestellungen. *Medienpsychologie*, 11, 94.
- Vitouch, P. (1997). Psychophysiological methods in media research. In P. Winterhoff-Spurk & T. H. A. van der Voort (Eds.), *New horizons in media psychology. Research cooperation and projects in Europe* (pp. 116 – 125). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Watt, J. H. (1994). Detection and modeling of time-sequenced processes. In A. Lang (Ed.), *Measuring psychological responses to media* (pp. 181 – 207). Hillsdale: Erlbaum.

Brit Großmann

Medienrezeption

Bestehende Ansätze und eine konstruktivistische Alternative

Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. – 262 S.

ISBN 3-531-13377-2

Die Klage über die fehlende theoretische Grundlegung der Medienforschung wurde und wird vielfach erhoben. Sie bildet auch den Anknüpfungspunkt für die Überlegungen, die im vorliegenden Band angestellt werden. Hier wird allerdings nicht lediglich ein Klagegeding angestimmt, um dann zur Tagesordnung überzugehen und die kritisierte Theorielosigkeit kommunikationswissenschaftlicher Forschungen weiter zu verwalten. Vielmehr sucht die Autorin einen Ausweg aus der Misere, und dies in einem Bereich, in dem ein besonderer Bedarf an einer aufarbeitenden Übersicht und Systematisierung besteht: im Bereich der Medienrezeptionsforschung. Nach einer knappen Einleitung im ersten Kapitel entwickelt Großmann in Kapitel 2 ein Evaluationsraster, mit dem relevante Forschungsansätze individueller Rezeption massenmedialer Kommunikationsangebote ausgewählt und bearbeitet werden. Ausgewählt werden Forschungen individueller Rezeptionsprozesse von Massenkommunikation, die umfassende theoretische Konzepte vorlegen und dabei individuelle und soziokulturelle Variablen sowie Merkmale der Massenkommunikation berücksichtigen und sich zugleich auf die Dynamik von Rezeptionsprozessen richten (16). In den Maschen des ausgelegten Netzes verfangen sich schließlich: das dynamisch-transaktionale Modell (Schönbach und

Früh), das Referenzmodell der Mediennutzung (Renckstorf) und das Struktur- und Prozessmodell des Medienrezeptionshandelns (Charlton und Neumann-Braun) im deutschsprachigen Raum sowie die Theorie zum Verstehen von Mediendiskursen (van Dijk), die Media System Dependency Theory (de Fleur und Ball-Rokeach), die Theorie des Making Sense of Television (Livingstone) sowie der soziokognitive Ansatz der Medienrezeption (Höjer) im englischsprachigen Raum.

Die Erörterung der Ansätze geht streng systematisch nach einem vorab festgelegten Raster in vier Schritten vor: Zunächst wird die jeweilige konkrete Konzeption dargelegt, um dann die Grundkonzepte herauszupräparieren, wobei besonders auf die Definitionen von Massenmedien und die Bestimmungen der Besonderheiten massenmedialer Kommunikation geachtet wird. Danach wird nach den allgemeinen theoretischen Annahmen gefragt, die explizit und implizit die jeweiligen Grundlagen der Rezeptionstheorie bilden: Hier stehen die Vorstellungen vom Individuum, von Bedeutungen und vom Verstehen massenmedialer Kommunikationen im Mittelpunkt des Interesses. Schließlich werden die wichtigsten offen stehenden Probleme dargelegt. Die informative und problembezogene Vorstellung der verschiedenen Medienrezeptionstheorien im weiteren Verlauf des zweiten Kapitels legt systematische, allgemein verbreitete Defizite dieser Forschungsrichtung offen: Insbesondere fehlen auf breiter Front explizite Begriffsdefinitionen sowie Bestimmungen der Besonderheiten massenmedial verbreteter Kommunikation. Weiterhin bleibt auch der Stand spezifizierter Begriffe der Rezeption unbefriedigend. Neben Unklarheiten im eigenen Binnenraum fehlen Medienrezeptionstheorien ausreichende Kontakte zu Theorien der Massenkommunikation. Stattdessen wird massenmedial verbreitete Kommunikation unter der Hand dem Rezeptionsprozess bzw. dem Medienhandeln einverleibt. Folgt man den in diesen Punkten plausiblen Analysen von Großmann, werden die Besonderheiten der Massenkommunikation in den Untersuchungen von Rezeptionshandlungen bestenfalls erwähnt, aber nicht differenziert eingebunden.

Die Vorteile dieser breiteren Darlegung von Medienrezeptionstheorien liegen in der klaren, expliziten Systematik: Als Leser weiß man schnell, was man erwarten kann, und ob das

veranschlagte Evaluationsverfahren interessant und relevant erscheint. Die Nachteile liegen darin, dass die Ansätze mit einem vorab festgelegten Kategorienraster kaum von innen aufgeschlüsselt werden können. Die Autorin hält sich streng an dieses Raster und wird den Ansätzen dementsprechend jeweils nur so weit gerecht, wie diese sich selbst dem Raster fügen: Stellenweise auftauchende Überzeichnungen und Verkürzungen können so auf der einen Seite nicht ganz vermieden werden. Andererseits deckt gerade eine derart von außen kommende Analyse allgemeine Defizite und Probleme der Rezeptionstheorien auf, weil sie eine Vergleichbarkeit der erörterten Theorien sicherstellt.

Im ersten Teil des dritten Kapitels werden offenen stehende Probleme und Defizite der behandelten Rezeptionstheorien resümiert, im zweiten Teil werden die Anforderungen an eine tragfähige Alternative zu den bestehenden Medienrezeptionstheorien formuliert. Im zentralen vierten Kapitel des Buches unternimmt die Autorin den Versuch, diesen Anforderungen gerecht zu werden, d. h. „eine mögliche alternative Konzeption der individuellen Rezeption massenmedialer Kommunikationsangebote zu entwickeln“ (111). Dieser Versuch steht auf zwei Säulen: Erstens hält er sich sehr eng an die von der Autorin so genannten „Siegere Überlegungen“ (112), die einst unter der (mittlerweile in aller Stille eingeholten) Flagge des „Radikalen Konstruktivismus“ auf der Linie von Maturana, von Foerster u. a. der breiten sozialwissenschaftlichen Öffentlichkeit bekannt wurden. Zweitens soll eine integrative Perspektive für die Medienrezeptionsforschung durch eine umfassende Konzeptualisierung des Verhältnisses von Kognition, Kommunikation und Kultur eröffnet werden. Die Vorgehensweise der Überlegungen folgt dem zuvor bei der Erörterung bestehender Ansätze benutzten Evaluations- und Beobachtungsraster, dreht es aber um: Zunächst werden die allgemeinen theoretischen Annahmen der „Siegere Überlegungen“ dargelegt, sodann die Grundkonzepte sowie schließlich die konkrete Konzeption der alternativen Medienrezeptionstheorie erläutert. Dabei werden Schritt für Schritt Anschlussmöglichkeiten an andere Theorien erörtert.

Die allgemeinen theoretischen Annahmen drehen sich um das Verhältnis von Kognition, Kommunikation und Kultur sowie die Begriffe von Individuum, Bedeutung und Verstehen.

Kognition wird als geschlossenes, selbstreferentiell operierendes System gefasst und bildet den Ausgangspunkt der Begriffsbildung. Kommunikation und Kultur stellen Bindeglieder zwischen kognitiven Systemen und gesellschaftlich geteiltem Wissen dar (125). Individuen fungieren als Komponenten und als Knotenpunkte sozialer Systeme, aus denen die Gesellschaft besteht. Bedeutungen entstehen in individuellen Konstruktionen, werden also strikt subjektabhängig begriffen. Dagegen kann im Falle des Verstehens zwischen psychischem und sozialem Verstehen differenziert werden (131). Anschlussmöglichkeiten werden im Hinblick auf den symbolischen Interaktionismus, den sozialen Konstruktivismus von Berger/Luckmann, die Diskursanalyse sowie die Cultural Studies skizziert, und zwar sowohl allgemein als auch spezifiziert nach Individuums-, Bedeutungs- und Verstehenskonzepten. Die Darlegungen der allgemeinen theoretischen Annahmen machen nochmals viele jener Probleme sichtbar, die in den Auseinandersetzungen mit dem Radikalen Konstruktivismus in den letzten Jahren diskutiert wurden. Die Suche nach Anschlüssen an andere Theorien erbringt kaum einen greifbaren Ertrag. Hier wie im Folgenden ist vieles, was die Autorin schreibt, dem selbst auferlegten Schema des Vorgehens geschuldet.

Daran anschließend werden die Grundkonzepte von Massenmedien und massenmedialer Kommunikation im Sinne der angestrebten konstruktivistischen Alternative entfaltet. Dies ist ein besonders wichtiger Abschnitt der Arbeit, da vor allem in diesem Bereich Defizite in den bestehenden Ansätzen der Medienrezeptionsforschung ausgemacht worden sind. Massenmedien ermöglichen durch technische Verfahren „die massenhafte Herstellung und Verbreitung“ (143) von Medienangeboten. Die Erörterung verschiedener Teilbereiche des Systems der Massenmedien greift v. a. auf Arbeiten zurück, die im Bereich und zum Teil in kritischer Auseinandersetzung mit der Systemtheorie Niklas Luhmanns entstanden sind. Die Besonderheiten der massenmedialen Kommunikation werden nach ihren allgemeinen kognitiven, kommunikativen und kulturellen sowie nach ihren spezifischen Aspekten (massenmedialen Kommunikationsangeboten, Rezipientenrollen und virtuellen Strukturen) beleuchtet. Vor allem die Darlegungen der allgemeinen Aspekte hätten deutlich gestrafft werden kön-

nen, weil nun vieles, was bereits in dem allgemeinen theoretischen Teil behandelt wurde, in mehrmaliger Wiederholung auftaucht. Auch dieser Untersuchungsschritt mündet in eine Skizze möglicher Anschlüsse an andere Rezeptionstheorien, wobei alle der im zweiten Kapitel behandelten Theorien zur Sprache kommen. Darüber hinaus werden Verbindungsmöglichkeiten zu weiteren kommunikationswissenschaftlichen Rezeptionsforschungen geprüft. Die abschließend formulierte Konzeption der vorgeschlagenen konstruktivistischen Rezeptionsforschung fällt überraschend knapp aus und erscheint eher als ein (nochmals wiederholendes) Fazit denn als der Versuch, den eigenen Ansatz zu konkretisieren. Auf allgemeiner Ebene wird insbesondere noch einmal der Zusammenhang zwischen Kognition, Kommunikation und Kultur dargestellt.

Leider fällt das vierte Kapitel gegenüber dem zweiten Kapitel, das bestehende Ansätze der Rezeptionsforschung evaluiert, stark ab. Dies liegt erstens an der sich wiederholenden und dabei mehr und mehr redundanten und leerlaufenden Erfüllung des Beobachtungsrasters, dessen Punkte Schritt für Schritt abgearbeitet werden. Zweitens, und hier liegt die zentrale Schwierigkeit, handelt sich Großmanns „konstruktivistische Alternative“ die Probleme der „Siegener Überlegungen“ ein, die nach Einholen der Flagge des „Radikalen Konstruktivismus“ nicht mehr angeben können, welche theoretische Richtung sie eigentlich verfolgen. Vor allem hinsichtlich der Ausdifferenzierung und Verbindung von psychischen (kognitiven) und sozialen (kommunikativen, kulturellen) Bereichen herrschen in Großmanns Erörterungen viele theoretische und begriffliche Unklarheiten. Mal kommt Subjektives als Komponente, Element bzw. Bestandteil von Sozialem (und umgekehrt), mal als Umwelt, mal als Produktionsinstanz sozialer Prozesse (und umgekehrt) ins Spiel. Auch wenn vielfältige Beziehungen zwischen individuellen, kommunikativen und kulturellen Prozessen angenommen werden, ist die Systematik dieser Beziehungen klarzustellen: Vielfalt bedeutet nicht Beliebigkeit. Das Problem, hier keine klaren Verhältnisse schaffen zu können, durchzieht Großmanns konstruktivistische Alternative. Wenn man mit den „Siegener Überlegungen“ die allgemeine Einsicht teilt, dass kommunikationswissenschaftliche Forschung systemtheoretische Grundlagen benötigt, wird man in

Kenntnis der Systemtheorie Luhmanns bei der Lektüre des vierten Kapitels gar nicht anders können, als immer wieder daran zu denken, wie viel klarer, stringenter und konsistenter dort die grundlegenden Unterscheidungen, Begriffe und Zusammenhänge konstruiert werden. Drittens versucht die Autorin kaum einmal, ihre theoretischen Überlegungen anhand konkreter Veranschaulichungen zu plausibilisieren: Dies geschieht nur cursorisch gegen Ende des Kapitels (198ff.). Der Kredit, den Großmanns konstruktivistische Alternative beansprucht, ist durch die – oft sehr oberflächlichen – Anbindungen an andere Theorie- und Forschungstraditionen nicht zu decken. So bleibt es beim oben festgehaltenen Ertrag des zweiten Kapitels. Ansonsten gewinnt man nicht den Eindruck, die theoretische Grundlegung der kommunikationswissenschaftlichen Forschung könnte in der von der Autorin vorgeschlagenen Richtung an Profil gewinnen.

Tilmann Sutter

Bettina Fromm

Privatgespräche vor Millionen

Fernsehauftitte aus psychologischer und soziologischer Perspektive

Konstanz: UVK Medien, 1999. – 426 S.

ISBN 3-89669-271-2

Ob Talkshows, Beziehungsshows oder Spielshows: intime Formate, also Sendungen, bei denen „persönliche Belange zum Zwecke der medialen Verbreitung inszeniert [werden], mit den Betroffenen selbst als Protagonisten ihrer authentischen Geschichte“ (S. 19), erleben derzeit eine Hochkonjunktur im deutschen Fernsehen. Eine Diskussion der Inhalte dieser Shows findet auf zwei Ebenen statt. Zum einen werden sie öffentlich diskutiert, zum anderen gibt es ein zunehmendes wissenschaftliches Interesse am Thema. Zur Debatte stehen dabei verstärkt auch die Motive der Protagonisten dieser Shows, nämlich die der Studiogäste. Was motiviert zu dem Auftritt in einer Fernsehshow und wieso haben unprominente Studiogäste Interesse, ihre privaten Belange im Fernsehen zu offenbaren? Diese Forschungsfrage stellt sich auch Bettina Fromm im Rahmen ihrer Untersuchung. Während eine Vielzahl von Studien zum Thema vor allem nicht empirisch, eher programmatisch und häufig unfundiert ist,

sticht die Arbeit Fromms durch eine gelungene Definition der Charakteristika intimer Formate und eine sorgsam angelegte empirische Untersuchung heraus.

Zu Beginn ihrer Untersuchung betrachtet Bettina Fromm den *Forschungsgegenstand* „intime Formate“. Zu intimen Formaten zählt sie Talkshows (z. B. „Hans Meiser“), Beziehungsshows (z. B. „Nur die Liebe zählt“), Spielshows (z. B. „Herzblatt“), Infotainment-Magazine (z. B. „Brisant“) und Suchsendungen (z. B. „Bitte melde Dich!“). Diese werden zunächst in ihrer Entwicklung beschrieben und dann definiert. Sowohl die Historie der einzelnen Formate als auch ihre Definition ist differenziert und anschaulich. Im darauf folgenden Abschnitt werden vier Charakteristika intimer Formate zusammengefasst: (1) Personalisierung (Darstellung ist auf das Einzelschicksal einer Person beschränkt), (2) private und intime Themen, (3) Live-Charakter der Sendungen (wird durch unvorhergesehene Situationen oder die mediale Unerfahrenheit der Teilnehmer betont), (4) alltagsnaher und persönlicher Kommunikationsstil. Diese Kategorien werden anhand der Sendungsinhalte *beschrieben* und anhand theoretischer Modelle *erklärt* (S. 29 ff.). So wird z. B. für die Kategorie der Personalisierung die Bedeutung der Moderatoren als Persona parasozialer Interaktion angesprochen. Insofern bietet diese Kategorisierung bereits den Ausgangspunkt für den theoretischen Hintergrund der Untersuchung.

Im *Theorieteil* des Buches betrachtet Fromm drei Beziehungen, nämlich die (1) zwischen Individuum und Gesellschaft, (2) zwischen Gesellschaft und Medien und (3) zwischen Medien und Individuum. In diesem Zusammenhang werden zunächst „die grundlagentheoretischen sozialpsychologischen und soziologischen Positionen erörtert“ (S. 39). Die Autorin führt aus, dass – im Sinne des symbolischen Interaktionismus – Menschen ein Bedürfnis haben, ihre Identität in der Kommunikation zu gestalten. Gemäß den Soziologen der Bamberger Schule macht der Verlust traditioneller Sinnsysteme und die Pluralisierung der Werte diese Suche nach Identität jedoch schwer. Die sog. Multioptionengesellschaft erfordert vom Einzelnen die Fähigkeit, zwischen verschiedenen Angeboten sinnvoll zu entscheiden. Für getroffene Entscheidungen braucht das Individuum darüber hinaus ständige Vergewisserung, so dass der „Aufwand der Konstruktion der persönlichen