

## Besprechungen

Andy Ruddock

**Understanding Audiences**

Theory and Method

London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage,  
2001. – 201 S.

ISBN 0 7619 6345 6

Angesichts der enormen Fülle von empirischen Einzeluntersuchungen in der Rezeptionsforschung, vor allem bei der Heterogenität ihrer Ansätze, kann man das Unterfangen, eine Einführung in die Rezeptionsforschung zu verfassen, schlicht waghalsig nennen. Andy Ruddock hat sich der Herausforderung trotzdem gestellt. Herausgekommen ist eine übersichtliche und ausgesprochen gut geschriebene Monographie, die in sechs umfassenden Kapiteln Theorie und Methode der Publikums-, Wirkungs- resp. Rezeptionsforschung von ihren Ursprüngen an bis heute skizziert.

Ruddock geht im Wesentlichen chronologisch vor. Nachdem Kapitel 1 sich um einen methodologischen Rahmen bemüht, behandelt das zweite Kapitel die Tradition der Wirkungsforschung, Kapitel 3 die Meinungsforschung, das vierte die Kultivierungstheorie. Das fünfte (und längste Kapitel) behandelt die schon klassischen Rezeptionsforschungen der Cultural Studies, gefolgt von einem ebenfalls umfassenden sechsten Kapitel, das „Audiences, Media and Consumption“ behandelt und neuere Entwicklungen in den Cultural Studies diskutiert. Jedes Kapitel wird mit „exercises“ abgeschlossen, in denen Übungsfragen gestellt werden. Der Schwerpunkt der Darstellung liegt mit den beiden letzten Kapiteln klar auf den Cultural Studies, was Ruddock seinen Lesern schon im ersten Satz klar macht: „This is a book about audiences and how to study them – from a cultural studies perspective.“ (S. 1)

Eine Darstellung der Publikumsforschung von Berelsons „What missing the newspaper means“ bis heute: Dies geht auf insgesamt knapp 200 Seiten natürlich nicht ohne inhaltliche Verluste und konzeptionelle Einbußen. Ruddock hat ja dankenswerterweise keine enzyklopädische Abhandlung geschrieben, in der er uns seine Kenntnis der „audience research“ allumfassend bis hin zum letzten bibliographischen Nachweis ausbreitet. Das Buch kommt ohne eine einzige Fußnote aus und ist deswe-

gen, und weil es viel mit Beispielen arbeitet, mehr als nur gut lesbar. Daher kann man Ruddock kaum vorrechnen, wen er alles nicht zitiert oder berücksichtigt hat. Mit wörtlichen Zitaten geht Ruddock ohnehin sparsam um, der Stil ist eher essayistisch. Im Großen und Ganzen ist Ruddock eine ansprechende und übersichtliche Darstellung gelungen. Dennoch ist seine notwendig selektive Darstellung in manchen Punkten *sehr* selektiv, etwa wenn im Kapitel zu den Cultural Studies ausgerechnet Marie Gillespies beeindruckende Untersuchung „Television, Ethnicity and Cultural Change“ fehlt. Zu kurz geraten nach meiner Wahrnehmung vor allem aber jene interpretativen Ansätze der Rezeptionsforschung, die selbst nicht den Cultural Studies zuzurechnen sind. Sie werden teils schlicht den Cultural Studies zugeschlagen (zum Beispiel die Arbeiten von James Lull), auch wenn sie da nicht wirklich hingehören, oder gar nicht erst erwähnt, etwa die einflussreichen ethnographischen Untersuchungen von Thomas Lindlof. Oder sie werden anderweitig eingelagert, etwa der Uses-and-Gratifications-Approach, der auf zwei Seiten zusammengestaucht wird und, man staunt nicht schlecht, den Wirkungsstudien (Kapitel 2) zugeordnet wird. In diesem Zusammenhang ist dann auch nicht ganz verständlich, warum ausgerechnet Gerbners Kultivierungstheorie im Gegenzug ein eigenständiges Kapitel erhält, und dies, obwohl er explizit (S. 103) dem Wirkungsansatz (also Kapitel 2) zuzuordnen ist. Hier sind – bei aller Eloquenz in Darstellung und Duktus – im Aufbau des Buches handfeste Fehler unterlaufen, was für einen Text, der einführenden Charakter beansprucht und mit Übungen vorgeht, nicht unbedenklich ist.

Generell geraten bei der Darstellung des Kultivierungsansatzes die Dinge etwas aus den Angeln. Während sonst in jedem Kapitel souverän zunächst der Ansatz in seinem Selbstanspruch und seinem Hintergrund dargestellt wird, anschließend exemplarisch methodische und inhaltliche Kritiken sachlich angeführt werden, um schließlich den jeweiligen Ansatz wiederum zu rehabilitieren, werden in Kapitel 4 die Kritiken eher pauschal angeführt und schließlich als „misplaced“ (S. 110) beschrieben. Den Kultivierungsansatz als kompatibel mit Kritischer Theorie und verwandt mit den Cultural Studies zu bezeichnen (S. 107, 109 u. 114), ehrt zwar Ruddocks Ansinnen, mehr Verbindendes als Trennendes zwischen dem alten

und dem neuen Paradigma zu finden, ist aber schon ein wenig überzogen. Warum ausgerechnet der in der Scientific Community so heftig umstrittene Kultivierungsansatz solch eine Adelung erfährt, erschließt sich nicht weiter. Denn (fast) alle anderen Kapitel sind ausgesprochen souverän in der Darstellung, ja elegant im Stil, und präsentieren die jeweiligen Ansätze auch wissenschaftshistorisch als Antworten auf die historischen Umstände und drängenden Fragen der Zeit. Glanzvoll in diesem Punkt ist zum Beispiel Kapitel 2 über die Wirkungsforschung, deren Entstehung in den frühen 40er Jahren Ruddock als Zwangsaushebung beschreibt: „This marriage of scholarship and nationalism did not end on VJ day [Victory over Japan; RA]. (...) And so, a decade after discription into the war effort, the emerging discipline of mass communication has yet to be demobbed.“ (S. 48)

Das Buch hat eine entscheidende inhaltliche Schwäche. Der im Untertitel angekündigte Tenor des Buches und im ersten Kapitel mittels der Überschrift „Questions of Theory and Method“ gespannte Rahmen wird nicht ausgefüllt. Zwar werden in den vorderen Kapiteln – und dies macht das Buch so anschaulich – jeweils einzelne empirische Untersuchungen exemplarisch genauer diskutiert und in ihrer Methode kritisch erläutert. Auf den Seiten 48–61, im Kapitel zur Wirkungsforschung, werden die Logik des quantitativen Procederes ausführlich erläutert, Probleme des Sampling beschrieben und speziell die in der Wirkungsforschung üblichen Experimente und Surveys als Einzelmethoden diskutiert. In Kapitel 5, das die Cultural Studies behandelt, wird auf den Seiten 128–141 als Gegenstück analog die qualitative Forschungsstrategie erläutert. Wenn man sich nur ein wenig in qualitativen Methoden auskennt, kann man diese Darstellung allenfalls als bescheiden bezeichnen, insbesondere wegen der Gleichsetzung von ethnographischen Methoden mit qualitativen Untersuchungen jeglicher methodischer Provenienz. In der entsprechenden Passage bei Ruddock werden insbesondere Interviews, Gruppendiskussionen und sogar schriftliche Befragungen mit ethnographischen Verfahren in eins gesetzt. In den Cultural Studies ist das üblich, und man kann sich mit diesem Sprachspiel notgedrungen abfinden, auch wenn man es für eine entbehrliche Verwässerung des Begriffs Ethnographie in der Tradition Malinowskis halten mag, der eine ganz ein-

deutige Ansicht vertrat über die „armchair ethnography“ seiner Zeit, zu der die Ethnologen, am Ende noch mit einem Whiskyglas bewaffnet, die „natives“ zum Interview auf die Veranda der Kolonialverwaltungen bestellten. Aber Ruddock bezeichnet ausgerechnet das Datenmaterial, das in Interviews und Gruppendiskussionen entsteht, als „naturally occurring data“ (S. 134). „Naturally occurring“, das klingt irgendwie nach Beobachtung von Rotwild in freier Wildbahn und als sei das Interview schon irgendwo dort draußen. Aber noch kein Interview ist bislang von selbst entstanden. Im Gegenteil ist es eine ausgesprochen artifizielle soziale Situation, die es ohne den Interviewer und seinen Leitfaden erst gar nicht gäbe, und es ist vor allem alles andere als eine „everyday practice“, auf deren Analyse die Cultural Studies, zumindest theoretisch, sonst so großen Wert legen. Es ist mehr mit der Methode des Survey verwandt als mit irgendeiner anderen qualitativen Methode. Die von Morley in „The Nationwide Audience“ eingesetzten Gruppendiskussionen haben zu Teilen selbst experimentelle Züge. Aber Ruddock gerät angesichts dieser Methoden und ihrer Daten fast ins Schwärmen ob ihrer Authentizität: „Such situations represent the closest thing that audience research can get to natural viewing situations.“ (S. 136) – als gäbe es keine Untersuchungen, die mit Aufzeichnungen und/oder (teilnehmender) Beobachtung von natürlichen Rezeptionssituationen, i.e. nicht vom Forscher evozierten Daten, arbeiten. Sie stammen, Ironie der Geschichte, neben den explizit ethnographischen Arbeiten von Lindlof und Lull, mit den Studien z. B. von Gillespie und Jenkins auch aus den Cultural Studies. In diesem Punkt gibt das Buch echte Rätsel auf, weil es sowohl die qualitativen Methoden wie auch die empirischen Untersuchungen aus den Cultural Studies unter Wert präsentiert. Ansonsten ist die Lektüre ein Genuss, vor allem auch, weil Ruddock die mitunter in den Cultural Studies üblichen binären Polarisierungen (the power block, the people) meidet und sehr differenziert argumentiert.

Ruth Ayaß