

rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Manuel Thomä: Der Zerfall des Publikums

Redaktion · Samstag den 19. Juli 2014

Rezensiert von Katja Mehlis



Manuel Thomä legt mit dem Buch *Der Zerfall des Publikums – Nachrichtennutzung zwischen Zeitung und Internet* ein Werk vor, das sich im Schnittpunkt zwischen Rezeptions- und Journalismusforschung bewegt. Der Fokus der 275 Seiten starken Arbeit liegt entsprechend ihres Titels freilich auf dem Publikum und der Fragmentierungsthese.

Die veränderten Nutzungsgewohnheiten junger Erwachsener und sogenannter **Digital Natives** beschäftigen nicht nur die Fachwissenschaft, sondern sind auch für die Medienschaffenden im Blick auf die Bindung der Leserschaft und Heranführung neuer Zielgruppen von Belang. Was von Medienwissenschaftlern seit Jahren als Medienwandel beschrieben und analysiert wird, spüren Verlage inzwischen in Form von einbrechenden Leserzahlen am eigenen Leib und beginnen zu reagieren.

Der Herausgeber des Bandes, der emeritierte Professor für Allgemeine und Spezielle Journalistik an der Universität Leipzig **Michael Haller**, spricht in diesem Zusammenhang von einem Perspektivwechsel der Redaktionen: weg von einem linearen Verständnis der Mediennutzung hin zu einem dialogischen Kommunikationsprozess. Letzterer setze jedoch voraus, dass im Sinne eines *Audience Understanding* das Publikum und dessen Umgang mit Medien vermehrt Beachtung fänden.

So widmet sich vorliegende Untersuchung der Kernfrage, wie journalistische Informationsangebote in Print- und Online-Medien genutzt werden. Theoretisch führt Thomä hierzu mit einer Beschreibung der Veränderungen im Nachrichtensystem zwischen Zeitung und

Internet ein und zeigt Folgen für die Medienrezeption des Publikums auf, indem diverse kommunikationswissenschaftliche Ansätze vorgestellt werden. Eine eigene Untersuchung, die im Rahmen eines langjährigen Forschungsprojekts des Instituts für Praktische Journalismusforschung in Leipzig stattfand, nähert sich der Forschungsfrage nach Bedingungen und Determinanten des Medienumgangs schließlich aus empirischer Sicht. Um die spezifische Nutzung von Online- und Print-Angeboten ausgewählter Regionalzeitungen zu analysieren, wurden neben problemzentrierten Befragungen auch standardisierte Telefon- und Online-Interviews geführt. Mit der Forschungsstrategie der Triangulation, d. h. dem Einsatz mehrerer Methoden, sollen eine Situationsgebundenheit der Medienrezeption empirisch belegt sowie theoretische Konsequenzen und praxisorientierte Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

Indem der Rezipient und dessen situative Sicht auf die Medien in den Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses gerückt werden, möchte der Autor die eigene Zielsetzung des *Audience Understanding* einlösen. Hierfür stellt Thomä zunächst verschiedene Modelle der Publikumsforschung wie den **Uses-and-Gratifications-Approach**, die **Mood-Management-Theorie** oder **Sinus-Milieus** kurz vor, versäumt es aber leider, deren Bezug zur eigenen Arbeit darzulegen, wodurch sich die Frage nach dem Mehrwert z. B. gegenüber Überblickwerken wie dem Handbuch *Theorien der Mediennutzung* von Schweiger (2007) stellt. Allein die zusammenfassende Schlussfolgerung, dass herkömmliche Konzepte nicht geeignet sind, die spezifische Nutzung von Nachrichtenangeboten zu beschreiben, wird als Grund angeführt, diese phänomenologisch neu zu betrachten und an keinem etablierten Modell anzusetzen. Vielmehr sollen über ein Bottom-up-Verfahren Kategorien für eine strukturierende Analyse entwickelt und Wirkungszusammenhänge zu Thesen und Theoremen auf Grundlage der **Grounded Theory** formuliert werden, wie der Herausgeber im Vorwort erklärt.

Als Konsequenz wird ein Modell vorgeschlagen, das die Nutzung journalistischer Angebote als 'situationsgebunden' und damit jede Rezeptionssituation als einzigartig auffasst. Anhand der Ergebnisse systematisiert Thomä in der Folge drei Determinanten der situativen Nutzung: 1. der Leser (sein Interesse und seine mentale Situation), 2. das Nachrichtenangebot (Merkmale der Medien und Art der Präsentation) und 3. der Zeitpunkt (Nachrichtenlage und Zugang). Vielversprechend ist, dass der Autor damit an bestehenden Kritikpunkten traditioneller Mediennutzungsmodelle ansetzt, indem er explizit auf das Zusammenspiel von Publikum *und* Medienangebot verweist.

Wäre anschließend anhand der Befunde ein theoretischer Rückbezug geschehen, hätten möglicherweise einige der bisher trennenden Aspekte zwischen Rezeptions- und Journalismusforschung überwunden werden können. Thomä widmet sich indes praxisrelevanteren Aspekten wie der Formulierung von Handlungsempfehlungen für Redaktionen und der Identifizierung von Nutzertypen. Bei letzteren bleibt jedoch im Dunkeln, wie anhand des Datenmaterials die genannte Typenbildung erfolgte. Der Bezug zum Titel und Beleg der These einer zerteilten Leserschaft können deshalb nicht ganz überzeugen. Auch wenn es nicht Anspruch der Arbeit war, komplexe statistische Analyseverfahren anzuwenden, hätten die standardisierten Telefon- und Online-Befragungen hypothesenprüfende Vorgehen zugelassen, die über eine reine Deskription von Nutzungsweisen und Themeninteressen hinaus gegangen wären.

Empfohlen sei das Buch speziell für jene, die sich einen Überblick über die Entwicklung der Zeitung vor dem Hintergrund des sogenannten Medienwandels verschaffen wollen. Sehr ausführlich widmet sich der Autor der Strukturkrise der Tageszeitung und unterlegt diese mit aufschlussreichen Kennziffern und Befunden. Die detaillierte Beschreibung der Ergebnisse der

äußerst umfangreichen eigenen Leserbefragung gibt dem Leser schließlich ein Verständnis für gegenwärtige Entwicklungen. Dass eine solche Arbeit nur eine Momentaufnahme sein kann, ist verständlich. Ein positives Signal sendet insbesondere die Bilanz, dass das Interesse an Nachrichten in der digitalen Welt keineswegs geringer geworden ist. So haben sich laut Thomä lediglich die Leseinteressen verschoben und die Gewohnheiten der Menschen geändert. Welche Strategien die Zeitungsverlage in diesem Zusammenhang verfolgen sollten, liefert der Autor gleich mit und gibt praxisnahe Hinweise für eine zielführende Verzahnung von Online- und Offline-Angeboten.

Literatur:

- Wolfgang Schweiger: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden [Springer VS] 2007.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Katja Mehlis an der Universität Erfurt](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Samstag den 19. Juli 2014 um 11:30
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).
Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.