

Perspektiven

Hans-Ulrich Wagner, Jörg-Uwe Fischer, Gerlinde Frey-Vor,
Jörg Hagenah, Christoph Hilgert und Erik Koenen

Historische Rezipient_innenforschung

Ein zentraler Aspekt im Prozess der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation wird in geschichtlicher Perspektive nur unzureichend betrachtet – die Mediennutzung. Die Klagen, historisch ausgerichtete Forschungen zur Mediennutzung und -rezeption seien ein Stiefkind der Medien- und Kommunikationsgeschichte, kehren speziell seit Ende der 1980er Jahre immer wieder. Leitmotivisch werden dabei die Notwendigkeit einer *research on historical media audiences* aufgezeigt, Desiderate beklagt, entsprechende Forderungen erhoben und bisweilen auch methodische Gründe für die bisherige Vernachlässigung erörtert (vgl. u.a. Jensen 1993; Livingstone/Allen/Reiner 2001; Meyen 2001, S.10ff.; Meyen 2008, S.383). Historische Nutzungs- und Nutzer_innenforschung sollte in der Tat zu den vielfach besser bestellten Feldern der Organisations-, Institutions-, Programm- und Produktgeschichte hinzutreten und sich zu den wichtigen Fragen nach ästhetischen Qualitäten, ökonomischen und politischen Grundlagen der Medienkommunikation gesellen.

In jüngster Zeit wendet sich zwar auch die deutschsprachige, aber mehr noch die europäische und internationale Forschung dem Thema zu. Speziell Stefanie Averbek-Lietz' (2014) Aufriss

von Mediennutzung als kultureller Praxis und sozialem Handeln mit und über Medien sowie ihre Forderung nach einer historischen Mediennutzungsgeschichte als Sozialgeschichte sind hervorzuheben. In der internationalen Forschungsdiskussion fällt auf, dass überzeugende Ergebnisse immer dann vorliegen, wenn sehr kreativ eine „triangulation in historical audience research“ erprobt und die Forderung nach einer „historical film audience research from a multidisciplinary and -methodological perspective“ (Biltreyst/Lotze/Meers 2012, S.691f.) umgesetzt wird. Überraschend sind die Erkenntnisse immer auch dann, wenn mediale Praktiken in einen größeren Zusammenhang gestellt werden (wie bspw. den der Öffentlichkeiten und Nationalitäten bei Kate Lacey [2013]) oder diskursanalytische Ansätze, die „meanings of audiences“ (zul. Butsch/Livingstone 2014) erforschen. Eines der aktuellen Forschungsziele gilt einem „more synthetic and explanatory account of differences and similarities between audience histories globally“ (Mihelj/Bourdon 2015, S.4).

Vor diesem Hintergrund zeigt der Beitrag verschiedene Perspektiven der Erforschung von historischen Rezipient_innen auf. Dazu werden von Gerlinde Frey-Vor die Möglich-

keiten diskutiert, die ein Anschluss an Ansätze, Modelle und Begrifflichkeiten der gegenwartsbezogenen Rezipient_innenforschung mit sich bringt. Christoph Hilgert betrachtet sodann die vielfältigen Konstruktionsleistungen, die Wissenschaftler_innen unternehmen, um die zurückliegenden historischen Größen ‚Publikum‘ und ‚Nutzer_innen‘ zu fassen. Mit einer Schlüsselsituation des Medienrezeptionswandels und medialer Vergesellschaftung beschäftigt sich Erik Koenen, indem er auf die sozialemprirische Forschung zu publizistischen Medien um 1900 näher eingeht und Perspektiven für die Erforschung des medialen Handelns im Zusammenhang von medialem und sozialem Wandel entwirft. Jörg Hagenah zeigt auf, welche Erkenntnisse speziell aus aggregierten Nutzungsdaten von sogenannten Langzeitstudien gewonnen werden können und welche Maßnahmen notwendig sind, um dauerhaft eine angemessene Forschungsinfrastruktur für diese Studien und ihre Daten sicherzustellen. Ein weiterer Abschnitt, verfasst von Jörg-Uwe Fischer, ist dem Blick auf die Hörer- und Zuschauer_innenforschung in der DDR und den möglichen Forschungsperspektiven aus den überlieferten Beständen gewidmet. Alle Beiträge spannen einen weiten zeitlichen Bogen der Rezipient_innenforschung, der Beispiele vom Ende des 19. Jahrhunderts bis zum Ende des 20. Jahrhunderts anführt und diskutiert.

Der vorliegende Beitrag basiert auf dem wissenschaftlichen Austausch in der Fachgruppe „Historische Rezipientenforschung“ des Studienkreises Rundfunk und Geschichte. Die an die-

sem Artikel beteiligten Autor_innen arbeiten wissenschaftlich auf verschiedenen Feldern der Medienforschung, wobei ihnen die Fachgruppe als Forum für den Austausch über Desiderate und Perspektiven einer historischen Rezipient_innenforschung dient. Dieser Prozess ist mit den nachfolgenden Ausführungen nicht abgeschlossen – im Gegenteil: Er lädt Interessierte ein, sich an der weiteren Konturierung und praktischen Ausführung zu beteiligen.

Denn neben der wissenschaftspolitischen Agenda, mehr Aufmerksamkeit auf die Publika und deren Nutzungspraktiken bei der Erforschung von kommunikativen Prozessen in der Vergangenheit zu legen, liefern Forschungen über historische Rezipient_innen überdies ein kritisches Korrektiv zu den Annahmen, Mutmaßungen und Rückschlüssen, die aus der Beschäftigung mit dem aktuellen Medienumgang erwachsen. Geschichtliche Forschung folgt immer auch der Prämisse ‚to make the familiar strange‘ und hilft, Zusammenhänge nicht vorschnell als eindeutig zu konstatieren und als zwangsläufig darzustellen.

Ansätze, Modelle und Begrifflichkeiten einer historischen Forschung über Leser_innen, Hörer_innen, Zuschauer_innen und Nutzer_innen

Historische Rezipient_innenforschung sollte anschlussfähig an die gegenwartsbezogene Rezipient_innenforschung sein. Denn dort finden die Debatten über Systematik, Begrifflichkeiten,

Ansätze und Methoden statt, von denen auch die historische Forschung profitieren kann. Dies wird bereits im Falle der Systematik des Untersuchungsfeldes evident, die im Folgenden vorgestellt wird. Am überzeugendsten ist die Dreiteilung von Rezipient_innenforschung, die Helena Bilandžić, Friederike Koschel, Nora Springer und Heinz Pürer vorschlagen, indem sie Mediaforschung (Reichweiten- bzw. Nutzungsforschung), Rezeptionsforschung und Medienwirkungsforschung unterscheiden (vgl. 2014, S.324). Denn jeder dieser Teilbereiche hat eigene methodische Entwicklungsstränge und ist von jeweils unterschiedlichen Debatten bestimmt.

Das Teilforschungsgebiet Media-/Reichweitenforschung ermittelt das quantitative Ausmaß der Nutzung eines oder mehrerer Medien. In der Regel werden die diesbezüglichen Nutzungs- und Reichweitenstudien außeruniversitär von Medienorganisationen und *Joint Industry Committees* (kurz JIC, also Vereinigungen wie z.B. ag.ma oder AGF) initiiert und zusammen mit Marktforschungsinstituten durchgeführt. Wenn sich die Medien weiterentwickeln beziehungsweise das Mediensystem weiterentwickelt, kommt es auch zu Anpassungen in der Nutzungsmessung (vgl. u.a. Frey-Vor/Siegert/Stiehler 2008). Für die historische Rezipient_innenforschung können aus der Mediaforschung Zeitreihen gewonnen werden, die bezüglich sich verändernder Reichweiten und Nutzungsvolumina der unterschiedlichen Medien sowie sich verändernder Medienrepertoires ausgewertet werden können (vgl. Hasebrink 2012; Hölzig/

Domeyer/Hasebrink 2011). Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Quellsituation für die Nutzungsforschung nur für die Zeit nach 1945 produktiv ist.

Das Teilforschungsgebiet Rezeptionsforschung richtet sich auf die Untersuchung von Motiven und Erwartungen, Gewohnheiten und Modi sowie von Ausmaß und Intensität der Mediennutzung. Es untergliedert sich in folgende Unterbereiche: a) Selektionsforschung: Wie wählen Menschen Medienbotschaften aus?; b) Selektionserklärung: Warum wählen Menschen bestimmte Medieninhalte und -angebote aus?; c) Rezeptionsqualität: Wie erleben Menschen die Rezeption in der kommunikativen Phase?; d) soziale Bedeutung der Medienrezeption: Wie ist Medienrezeption in soziale Strukturen und den Alltag eingebettet? Wie eignen sich Menschen neue Medien an?; e) Verarbeitung von Medieninformationen: Wie werden Medienbotschaften verarbeitet?

Diese fünf Unterbereiche sind von einer Reihe theoretischer Modelle und Ansätze wie dem *uses-and-gratifications-approach* sowie der *mood-management-Annahme* bestimmt. Für den Bereich der sozialen Bedeutung der Medienrezeption spielen die wesentlich in Großbritannien geprägten Cultural Studies eine wichtige Rolle. Ansätze und Theorien in diesem Bereich sind eher auf kurz- bis mittelfristige Untersuchungsziele ausgerichtet. So untersuchen Arbeiten der Cultural Studies beispielsweise, welche unmittelbaren emotionalen Reaktionen bei der Nutzung einer bestimmten Sendung entstehen, oder es werden die Gründe

erforscht, warum zu einem spezifischen Zeitpunkt beziehungsweise in einem spezifischen Zeitraum eine bestimmte Fernsehsendung angeschaut wird und welche Bedeutungen in der Folge generiert werden. Die Vergleiche von verschiedenen Studien – auch mit dem gleichen Ansatz – und zeitübergreifende Schlussfolgerungen sind daher nur eingeschränkt möglich. Längsschnittliche Designs sind selten zu finden.

Das Teilforschungsgebiet der Wirkungsforschung befasst sich schließlich mit den unterschiedlichen und vielfältigen individuellen und sozialen Folgen von medienvermittelter Kommunikation. Dabei wird zwischen der Mikro- beziehungsweise Mesebene der Wirkung auf das Individuum oder kleine Gruppen von Rezipient_innen und der Makroebene der Wirkungen auf die Gesellschaft und ihre Prozesse unterschieden. Im Fokus stehen dabei vor allem „Wirkungen im Bereich der Kenntnisse und des Wissens, der Einstellungen und Meinungen, der Gefühle bzw. Emotionen sowie der Handlungen und Verhaltensweisen“ (Bilandžić/Koschel/Springer/Pürer 2014, S.448). Untersucht wird auch, ob es sich um kurzzeitige oder um längerfristige Wirkungen handelt (vgl. Jäckel 2012, S.153-155). Für die historische Rezipient_innenforschung bieten insbesondere Medienwirkungstheorien wie die Kultivierungsanalyse (vgl. u.a. Gerbner/Gross/Morgan/Signorelli 1986), die Wissensklufthypothese (vgl. u.a. Tichenor/Donohue/Olien 1970) und der Agenda-Setting-Ansatz (vgl. u.a. McCombs/Shaw 1972) passende theoretische Grundlagen, da sie langfri-

stige Effekte modellieren und somit die empirische Analyse historisch bedeutender Umbrüche steuern können.

Der kommunikations- und medienhistorische Umgang mit Studien der gegenwartsbezogenen Rezipient_innenforschung bedarf einerseits eines fundierten Wissens über die ihr zugrundeliegenden Theorien, Erhebungsmethoden sowie Analyseregeln – also der empirischen Sozialforschung – andererseits aber auch besonderer historischer Forschungsperspektiven. Michael Meyen hat eine solche Perspektive unter dem Begriff „historische Datenanalyse“ (Meyen 2001, S.18; Meyen 2000) entwickelt. Gemäß diesem Konzept sind die Studien aus allen drei Bereichen der Rezipient_innenforschung in einen kommunikations- und mediengeschichtlichen Rahmen einzuordnen. Prinzipiell bieten sich zwei unterschiedliche Umgangsweisen mit den Studien an: Entweder werden die Ergebnisse und Daten als fixe Quelle betrachtet, oder sie werden in Sekundäranalysen re-analysiert und gegebenenfalls mit ergänzenden rekonstruierenden Erhebungen verknüpft, wodurch eine neue Art von Quelle generiert wird.

Dabei sind immer die Regeln der Quellenkritik zu beachten. Das bedeutet, dass die Studien nicht nur in den historischen Kontext ihrer Erhebung eingeordnet werden, sondern auch die Intentionen und Ziele ihrer Entstehung und der zugrunde liegenden theoretischen Perspektive und methodischen Operationalisierung bei der Interpretation zu berücksichtigen sind. Daneben ist es auch wichtig, die Vali-

dität der empirischen Ergebnisse selbst zu prüfen und jeweils zu hinterfragen.

Rekonstruktionen von Medienpublika und Mediennutzung

Das Publikum wird gemeinhin als die ‚große Unbekannte‘ der Medien- und Kommunikationsgeschichte bezeichnet (vgl. Meyen 2001, S.10). Symptomatisch dafür ist, dass die meisten Studien den Begriff auch eher in einem abstrakten Sinn als Adressat bestimmter medialer Sinnstiftungsangebote verwenden. Fragmentierte beziehungsweise sozial, politisch, ökonomisch und kulturell verschiedene, raumzeitlich verstreute und sich Medieninhalte individuell aneignende Publika sind insbesondere in historischer Perspektive analytisch schwer zu fassen. Elisabeth Klaus brachte das Dilemma folgendermaßen auf den Punkt: „Die Massenmedien brauchen ein Publikum, aber es gibt keine soziale Gruppe ‚Publikum‘“ (1997, S.460). Alle empirischen Beobachtungen sind demnach methodisch hochgradig voraussetzungsvolle Annäherungen, welche ein spezifisches Publikum beziehungsweise spezifische Zielgruppen-Publika für die jeweilige Analyse erst definieren und somit konstruieren.

Sollen Aussagen über einzelne Mediennutzer_innen oder im Forschungsgang aggregierte Gruppen von Nutzer_innen, über Quantitäten und Qualitäten ihres Medienhandelns (Auswahl sowie Rezeption) und möglicherweise gar über die Effekte eines medial vermittelten Kommunikationsprozesses in der Vergangenheit getrof-

fen werden, wird rasch deutlich, dass die für wissenschaftlich plausible Aussagen nötigen Daten nur eingeschränkt zur Verfügung stehen. Vermeintlich verlässliche Grundannahmen über gängige Nutzungsformen sind, wenn sie auf gegenwärtigen Erfahrungen basieren, in diesem Zusammenhang mindestens trügerisch. Entsprechend muss der jeweilige (medien)historische Kontext in die Analyse vergangener Mediennutzung(en) zwingend einbezogen werden, um die Möglichkeiten, Grenzen, Interdependenzen und Entwicklungstrends des Medienhandelns retrospektiv zu erfassen. Der Kommunikationswissenschaftler Ulrich Saxer (1998) hat in diesem Sinne dafür plädiert, Rezeptionsgeschichte ‚ganzheitlich‘ anzugehen und alle Facetten von Medienkommunikation in den Blick zu nehmen.

Darüber, ob und wie sich eine solche Forderung forschungspraktisch umsetzen lässt, gibt es zwischen der Medien-, Kommunikations- oder Geschichtswissenschaft unterschiedliche Auffassungen. Während Historiker_innen allzu oft noch „in Unkenntnis der wichtigsten medienwissenschaftlichen Debatten“ und der besonderen methodischen Anforderungen der Medien- und Kommunikationswissenschaft auf solche Phänomene blicken, lassen medien- und vor allem kommunikationswissenschaftliche Arbeiten häufig eine „tiefer gehende Einbettung in historische Zusammenhänge“ (von Hodenberg 2012, S.27) vermissen. Die Historikerin Christina von Hodenberg plädiert hier für

mehr Pragmatismus. Das etablierte geschichtswissenschaftliche Instrumentarium der Hermeneutik und der systematischen Quellenkritik solle mit den Methoden der kulturwissenschaftlichen Medienwissenschaft sowie der sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft verknüpft werden. Schließlich sei ein auf dieser Grundlage geführter Indizienbeweis „grundsätzlich der Resignation vor der ‚black box‘ Rezeption vorzuziehen“ (S.43).

In historischer Perspektive können bestimmte überlieferte Formen des expliziten oder impliziten (öffentlichen) Sprechens und Schreibens über zeitgenössische Mediennutzungen und einzelne Phasen des Kommunikationsprozesses (Auswahl, Rezeption, Aneignung, ggf. Wirkung) untersucht werden. Dies schließt Überlieferungen von Anschlusskommunikation über Medieninhalte ein. Aspekte, die keinen Niederschlag in historischen Quellen gefunden haben, bleiben notgedrungen im Dunkeln (oder unterliegen der mehr oder weniger plausiblen Spekulation).

Wissenschaftlich analysierbare Hinweise auf historisches Mediennutzungsverhalten finden sich demnach vor allem in schriftlichen, auditiven oder audiovisuellen Hinterlassenschaften der jeweils betrachteten Zeit sowie – eingeschränkt – in nachholend die zurückliegende Mediennutzung erfragenden *Zeitzeug_inneninterviews* oder – methodisch noch problematischer – in bis in die Gegenwart fortwirkenden Nutzungstraditionen (z.B. Kernsendezeiten des Fernsehens am Abend).

Für die Analyse stehen prinzipiell vor allem folgende Überlieferungsformen zur Verfügung: 1.) Egodokumente von Mediennutzer- und Medienarbeiter_innen (private Briefe, Tagebuchaufzeichnungen, nicht-öffentliche Erfahrungsberichte, Memoiren etc.); 2.) öffentliche Selbstbekundungen (Leserbriefe, Hörer-/Zuschauerpost, Artikel und andere mediale Formen der Anschlusskommunikation über Erfahrungen und Effekte der Medienrezeption); 3.) zeitgenössische Beobachtungen und Erörterungen Dritter (Medienberichterstattung, öffentliche Debatten, statistisches Material, Berichte, Analysen und Handreichungen der empirischen Sozialforschung, der Marktforschung und Mediaforschung); 4.) zeitgenössische Verwaltungs- und Regulierungsakte (offizielle staatliche Überlieferungen im weitesten Sinne, ggf. einschließlich polizeilicher/geheimdienstlicher Aufklärung und gerichtlicher Gutachten); 5.) zeitgenössisches ökonomisches Handeln von Medienunternehmen (Reflexion der Marktbedingungen, nutzerorientierte Angebotsgestaltung, Gebrauchsanweisungen, Werbung). Hier stellt sich die Frage, welche dieser Überlieferungstypen der Forschung jeweils tatsächlich zur Verfügung stehen oder wie systematisch diese Bestände auf Hinweise zu Mediennutzungen ausgewertet werden können. Neue Potenziale ergeben sich aus der Zusammenarbeit interdisziplinärer, vielleicht auch international vernetzter Forschergruppen und den Möglichkeiten der digitalen Analyse großer Datensammlungen im Rahmen der Digital Humanities.

Erkenntnisse zur historischen Rezipient_innenforschung können, wie bereits erwähnt, auch nachträglich durch quellenkritisch geführte Zeitzeug_inneninterviews und medienbiografische Gruppendiskussionen gewonnen werden. Die Schwierigkeiten beider Methoden liegen vor allem in der Überbrückung der Distanz zwischen damaligen und gegenwärtigen Empfindungen, die sich auf die Erinnerungsfähigkeit auswirkt. Einzelne Pionierstudien, welche die Erinnerung etwa durch (medien)historische Artefakte anzuregen suchten, haben interessante Ergebnisse zu alltäglichen Mediennutzungsformen – sowohl in der Familie als auch individuell – hervorgebracht, die sonst kaum Niederschlag in Quellen finden (vgl. z.B. Lühje/Pater 2008; Falkenberg 2005). Einzelnen Zeitzeug_innen erschloss sich die frühere Bedeutung bestimmter Medien für das eigene Leben dabei erst (wieder) in der Gruppendiskussion. Zugleich stellen sich methodische Fragen zur Zuverlässigkeit der so gewonnenen Daten (vgl. Meyen 2001, S.16). Das gilt auch für medienarchäologische Zugriffe, welche die praktische Handhabung von Medientechnologie experimentell betrachten (vgl. dazu Fickers 2015).

Üblicherweise kann das Nutzungsverhalten einzelner Nutzer_innen oder -gruppen nur partiell quantifiziert und qualifiziert werden, zumeist in Hinblick auf die Medienauswahl. Vor allem neuere Konzepte der Mediennutzungsforschung, die etwa individuelle Medienrepertoires oder gar situative Kommunikationsmodi erfassen,

stellen eine enorme methodische Herausforderung dar. Die emotionale und kognitive Rezeption (als Prozess der aktiven, sinnstiftenden Aneignung im Sinne Stuart Halls) oder gar Medienwirkungen bleiben, sofern diese in den untersuchten Quellen nicht explizit oder implizit thematisiert werden, weitgehend unerfasst. Eine Perspektive ist nicht zuletzt, zusätzliches Quellenmaterial zu erschließen, das bislang noch nicht systematisch auf Mediennutzungsverhalten untersucht wurde. Dies gilt beispielsweise für Tagebücher, wie sie etwa im Deutschen Tagebucharchiv in Emmendingen gesammelt werden.

Bedenkenswert ist der Umstand, dass Mediennutzungsverhalten in einer Umbruchssituation – etwa bei Einführung oder Etablierung neuer Medien – stärkeren Niederschlag in überlieferten Quellen findet als der gewöhnliche Medienalltag. Das führt unter Umständen zu Fehlinterpretationen im Hinblick auf die jeweilige historische Relevanz bestimmter Medien (und damit auch ihrer Inhalte) für die öffentliche Kommunikation. So hat der Historiker Karl Christian Führer (1996; 2007) aufgezeigt, dass der regionalen Tagespresse in Deutschland in den 1920er bis 1940er Jahren eine viel größere Bedeutung im Medienalltag der deutschen Bevölkerung zukam, als dieser angesichts des Aufstiegs der damals ‚neuen‘ Medien Kino und Rundfunk – auch zeitgenössisch – gerne unterstellt wurde. Skepsis ist auch gegenüber generalisierenden Konzepten wie dem der sogenannten Mediengenerationen angebracht (vgl. die Kritik von Schwarzenegger/Naab 2016). Es lohnt

sich also, manch etabliertes Narrativ zur Bedeutung eines Einzelmediums oder seiner Inhalte sowie zum Stand der medialen Durchdringung des individuellen Alltags oder gar einer Gesellschaft kritisch auf mögliche Mythenbildung hin zu überprüfen.

Die Kernherausforderung der historischen Rezipient_innenforschung bleibt, dass viele der heutzutage für Mediennutzungsstudien verfügbaren und für plausible Aussagen unerlässlichen Daten rückwirkend nicht mehr erhoben werden können und sich wohl auch in mühsamer Detektivarbeit nicht mehr aus den diversen zur Verfügung stehenden Quellen herausfiltern lassen.

Schlüsselsituationen des Medienrezeptionswandels: Entfesselung der Medienrezeption um 1900

Die sich in den Jahrzehnten um 1900 durchsetzende mediale Vergesellschaftung – wie sie Jürgen Wilke treffend als „Entfesselung der Massenkommunikation“ (2000, S.155) beschrieben hat – war zugleich eine Schlüsselsituation des Medienrezeptionswandels. Dessen Charakteristikum war die „Durchsättigung der Gesellschaft mit Zeitungskommunikation“ (ebd., S.275). Als Selbstläufer kann der Durchsättigungsprozess mit publizistischen Medien nicht gelten. Eine der wesentlichen Leitthesen heutiger empirischer Medienrezeptionsforschung ist, dass die Rezeption von Medien immer im Zusammenhang mit dem Alltag und der sozialen Lage der Menschen gesehen werden muss – und entsprechend

müssen auch aus historischer Sicht die sozialen Umstände und Spielräume in den Blick genommen werden, unter denen die Menschen um 1900 begannen, der Rezeption von Heftchen, Groschenromanen, Illustrierten, Zeitschriften und Zeitungen einen festen Platz in ihrer Lebenswelt und in ihren sozialen Gewohnheiten einzuräumen.

Vor dem Hintergrund eines engen Wechselwirkungszusammenhangs von medialem und sozialem Wandel um 1900 hat sich schon die in den Jahrzehnten zwischen 1870 und 1920 herausbildende frühe empirische Sozialforschung mit den sozialen Bedingungen und Kontexten der Medienrezeption der Menschen vor allem in den unteren Schichten der Gesellschaft befasst. In der historischen Rezeptionsforschung ist das Potenzial des reichen Studienfundus, den die frühe Sozialforschung für historisch-empirische Sekundäranalysen zur Medienrezeption hinterlassen hat, allerdings kaum bekannt. Zum einen sind hier die zahlreich überlieferten Ausleihstatistiken zu erwähnen, auf deren Grundlage sich wichtige Erkenntnisse zum Medienzugang der Arbeiterschaft gewinnen lassen (vgl. Langewiesche/Schönhoven 1976; Kutsch 2008). Sie verweisen unter anderem darauf, dass Bibliotheken und Büchereien für die Arbeiterschaft eine zentrale Zugangsmöglichkeit zu tagesaktueller Publizistik darstellten, und sie geben Aufschluss darüber, welche publizistischen Angebote mehr und welche weniger beliebt waren. Zum anderen liefern zeitgenössische sozialempirische Untersuchungen relevante Einblicke in

die soziale Determination der Medienrezeption. So fand August Pfannkuche in seiner 1900 durchgeführten Enquete *Was liest der deutsche Arbeiter?* zur Frage, „welche Gruppen der Arbeiterschaft das größte Lese- und Bildungsinteresse haben“ (1900, S.65), heraus: „Diejenigen, welche den höchsten Lohn, die kürzeste Arbeitszeit und die beste Organisation haben“ (ebd.). Gut zwanzig Jahre später interessierte sich Ludwig Kantorowicz explizit für die sozialen „Begrenzungen“ des „Bedürfnisses der Arbeiter nach Zeitungen“ (Kantorowicz 1922, S.56ff.) und unterschied zwischen einer physiologischen (Aufnahmefähigkeit, Arbeits- vs. Freizeit) und einer finanziellen (Bezugspreise vs. Lohnverhältnisse) Grenze – ein früher Hinweis auf die mit Aufmerksamkeit, Geld und Zeit mehrdimensional determinierte mikroökonomische Kosten- und Ressourcenstruktur von Medienrezeption (vgl. Schweiger 2007, S.168ff.).

Die Studien von Pfannkuche und Kantorowicz sind nur zwei Beispiele für die Fülle der überlieferten Versuche der frühen empirischen Sozialforschung, Erkenntnisse über die Medienrezeption der Menschen zu gewinnen. Erschlossen wurde dieses Quellenkorpus von Seiten der historischen Kommunikations- respektive Rezeptionsforschung bislang nur in Teilen – über den deutschsprachigen Raum hinaus sogar noch gar nicht (vgl. Kutsch 1998; Schulz 2005; Koenen 2012). Ihren hohen rezeptionshistorischen Quellenwert verdanken Enqueten und soziale Milieustudien als wichtigste Repräsentanten der frühen Sozialforschung dem Modus der ‚dich-

ten Beschreibung‘ (vgl. Geertz 1987), mit dem sie den durch die gesellschaftlich tiefgreifenden Modernisierungsprozesse des ausgehenden 19. Jahrhunderts verursachten sozialen Wandel beobachteten und einfingen. In diesem Zusammenhang spielte die Medienrezeption für die damalige Sozialforschung deshalb eine hervorgehobene Rolle, weil sie sich als besonders markanter und valider Indikator für die Modernisierung von Alltag und Lebensstilen identifizieren lässt. Just in der Zeitungsrezeption der Menschen bündelte sich beispielsweise für Max Weber wie in einem Brennspeigel der rasante Wandel der Lebenswelt um 1900: für jeden Zeitgenossen tagtäglich spürbar in den „unzweifelhaft gewaltigen Verschiebungen, die die Presse da in den Lebensgewohnheiten vornimmt, [...] der Prägung, der ganzen Art, wie der moderne Mensch von außen her rezipiert“ (Weber 1988, S.440f.).

Als Perspektive historischer Rezipient_innenforschung verspricht die gezielte Erschließung und Rekonstruktion der von der frühen sozialempirischen Forschung dicht überlieferten ‚Spuren‘ von Medienrezeption reichhaltige historische Einsichten in die ‚Entfesselung‘ moderner Medienrezeption um 1900 als einer Schlüsselsituation medialer Vergesellschaftung sowie systematische Resultate zur ‚präkommunikativen Phase‘ von Medienrezeption, also zu den Bedingungen, Kontexten, Motiven und Ressourcen der keineswegs selbstverständlichen Zuwendung der Menschen zu neuen Medien.

Studie	Auftraggeber	Mediennutzung (Einzelsender-/Titel?)	Besonderheiten	Beginn (akt. Turnus)	Aktuelle Fallzahl
MA	ag.ma	alle Massenmedien (Einzelsender-/Titel)	Tagesablauf, Besitz von Mediengeräten	1954 (halbjährlich) <i>Frei verfügbar: 1954-2009</i>	PM: 40.000 EM: 65.000 (2014)
Studie MK	ARD/ZDF	Pauschale Mediennutzung (keine Einzelsender-/Titel)	Konstante Abfrage, Medienbewertungen/Motive	1964 (fünfjährlich) <i>Frei verfügbar: 1990 + 1995</i>	4.500 (2010)
AWA	<u>Allensbach</u>	alle Massenmedien (Einzelsender-/Titel)	Einstellungen, Konsum	1959 (jährlich)	25.000 (2014)
<u>VuMA</u>	ARD/ZDF/RMS	elektronische Mediennutzung (Einzelsender)	Einstellungen, Konsum	1995 (jährlich)	23.000 (2014)
b4p (früher <u>TdW</u>)	GfK	alle Massenmedien (Einzelsender-/Titel)	Einstellungen, Kultur, Konsum- und Kommunikationsverhalten	1974 (jährlich)	30.000 (2013)
AGF/GfK	AGF	Fernsehnutzung (Einzelsender)	Kontinuierliche elektronische Messung	1963/1985/1995* (kontinuierlich)	10.500 (2014)
JIM	<u>mpfs</u>	Pauschale Mediennutzung (keine Einzelsender-/Titel)	Medienkompetenz bei Jugendlichen/Kindern	1998 (jährlich)	1.000
KIM				1999 (zweijährlich)	1000

Tabelle 1: Langzeitstudien zur Mediennutzung

Möglichkeiten historischer Rezipient_innenforschung im Längsschnitt

Untersuchungen des medialen Wandels von Angeboten aus kommunikatorzentrierter Perspektive überwiegen gegenüber rezeptionsorientierten Studien zu den langfristigen sozialen Folgen. Sogenannte Medialisierungsschübe und damit verbundene Mediatisierungs- und Fragmentierungsprozesse werden zwar häufig thematisiert, aber hauptsächlich über Querschnittsstudien oder kurze Längsschnitte untersucht (vgl. Karnowski 2013; Stark 2013; Jandura/Friedrich 2015).

Als Grundlage für die historische Rezipient_innenforschung im Längsschnitt kommen empirische Studien in Betracht, die über einen langen Zeitraum regelmäßig mit gleichen methodischen Standards durchgeführt werden. Derartige Erhebungen bietet vor allem die Mediaforschung,

die seit den 1950er Jahren regelmäßig repräsentative Trendstudien durchführt. Eine Synopse zeigt in Tabelle 1 überblicksartig einen Ausschnitt zur bestehenden Quellenlage (vgl. Meulemann/Hagenah 2010).¹ Aufgeführt sind die wichtigsten Langzeitstudien der Mediaforschung und ausgewählte zielgruppenspezifische Erhebungen. Dazu zählen die Media-

1 Vgl. Meulemann/Hagenah 2010; vgl. Eimeren/Ridder 2011; agma-mmcc.de; ifd-allensbach.de/awa; vuma.de; b4p.de; agf.de; mpfs.de. Legende: ag.ma = Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse, PM = Pressemedien, EM = Elektronische Medien (Radio), Allensbach = Institut für Demoskopie Allensbach, GfK = Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (Hubert Burda Media/Axel Springer/Bauer Media/Gruner+Jahr), GfK = Gesellschaft für Konsumforschung, AGF = Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, mpfs = Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest; *1963: pro Minute, 1985: GfK/pro 30 Sekunden, 1995: sekundengenau, frei verfügbar = nutzbare Rohdatensätze.

Analysen (MA), die Allensbacher Markt- und Werbeträger Analyse (AWA), die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA), best for planning (b4p), das AGF/GfK-Fernsehpanel und die Studien Jugend/Kinder, Information (Multi)Media (JIM/KIM). Im Studienvergleich bieten MA (seit 1954), AWA (1959) und die Langzeitstudie Massenkommunikation (Studie MK) (1964) die längste Untersuchungsdauer über mehrere Jahrzehnte. Allerdings wird die Studie MK nur alle fünf Jahre durchgeführt, während (nahezu) alle anderen Erhebungen jährliche Daten vorweisen können. Die größte Medienbreite haben MA, AWA und b4p, bei denen die gesamte Medienpalette auch auf der Ebene von Einzelsendern und -titeln abgefragt wird. Aufgrund ihrer Stichprobengröße bieten die MA (40.000 bzw. 65.000) und mit kleineren Einschränkungen b4p (30.000), AWA (25.000) und VuMA (23.000) auch die Möglichkeit, die Analysen nach kleineren Subgruppen zu differenzieren. AWA, VuMA und b4p bieten mit ausführlich erhobenen Konsum- und Einstellungsdaten, die Studie MK mit Informationen zur gattungsspezifischen Funktion, das AGF/GfK-Fernsehpanel mit elektronisch gemessenen Daten und JIM/KIM mit besonderen Zielgruppen (Kinder/Jugendliche) jeweils spezifische Vorteile.

Nicht nur aus Sicht der historischen Rezipient_innenforschung ist im Vergleich zu anderen Disziplinen trotzdem eine defizitäre Dateninfrastruktur in der Medien- und Kommunikationswissenschaft festzustellen. In

den für Sekundäranalysen verfügbaren Datenbeständen der beim Rat für Sozial- und Wirtschaftsdaten zertifizierten Forschungsdatenzentren und im Datenbestandskatalog der GESIS (Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften) sind kaum Rohdatensätze mit einem originär kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund zu finden. Ausnahmen bilden zwei MK-Datensätze und die vom Medienwissenschaftlichen Lehr- und Forschungszentrum aufbereiteten MAs von 1954 bis 2009. Dabei liegen mit den genannten Markt-Media-Studien umfangreiche Erhebungen vor, die für eine Dokumentation der Mediennutzung seit den 1950er Jahren eine hervorragende Quellenlage bieten.

Zukünftig ließen sich die Daten vor allem durch Verbesserungen in der Forschungsdateninfrastruktur intensiver auch für Fragen der historischen Rezipient_innenforschung nutzen. Dafür bedarf es auch einer stärkeren Kooperation zwischen der universitären *scientific community* und den für die Datenerhebung und -archivierung verantwortlichen Akteuren. Denn der Umgang mit jeder der Studien erfordert jeweils ein hohes Maß an Spezialwissen, weil über die langen Erhebungszeiträume – trotz angestrebter Konstanz der Instrumente – dennoch Veränderungen in Stichproben, Erhebungszeiträumen, Befragungsarten notwendig waren.

Um die aufwändige längsschnittliche Erschließung für die universitäre Forschung sicherzustellen, gibt es mehrere Wege: Denkbar wären Servicestellen der für die Studien Verantwortlichen,

ein von der *scientific community* neu einrichtendes Forschungsdatenzentrum oder ein Kooperationsprojekt zwischen universitären Akteuren und den für die Datenerhebung zuständigen Akteuren. Nach einer Datenaufbereitung ist es möglich, die Daten gezielt auf der Basis von geeigneten statistischen Verfahren (z.B. Zeitreihenanalysen, hierarchische Regressionsanalysen) oder Methodenkombinationen nach eigenen Kriterien im Kontext historischer Veränderungen auszuwerten. Beispielsweise sollten längsschnittliche Mediatisierungs-, Fragmentierungs- und Diffusionsanalysen den sozialen Wandel der Mediennutzung dokumentieren. Außerdem können mit kombinierten Daten – zumindest auf der Ebene von Wahrscheinlichkeiten – historische Medienwirkungsanalysen vorgenommen werden, die zum Teil deutlichere Indikatoren liefern als die bislang vorliegenden Untersuchungen.

Hörer- und Zuschauer_innenforschung in der DDR

In der DDR waren die Ergebnisse empirischer Forschungen immer dann willkommen, wenn diese die Leitungsentscheidungen der Staats- und Parteiführung legitimieren konnten oder zumindest nicht im offenen Widerspruch zu deren Beschlüssen standen. In den 1980er Jahren waren die Analysen der Hörer- und Zuschauer_innenforschung der DDR als ‚Geheime Verschlussache‘ eingestuft, ihre Arbeit zudem über die Jahrzehnte durch eine Vielzahl von Festlegungen und Anord-

nungen erschwert und eingeengt. Sieht man von einigen wenigen Zahlen zur Sehbeteiligung ab, die 1989 in der Programmzeitschrift FF dabei veröffentlicht wurden, waren die Ergebnisse einer breiten Öffentlichkeit nicht zugänglich (vgl. Kotsch 1989).

Die Erforschung des Rezeptionsverhaltens in der DDR ist für Forschende von besonderem Interesse vor allem mit Blick auf das unterschiedliche Hör- und Sehverhalten sowie im Vergleich mit den angewandten bundesdeutschen Methoden und Standards. Mängel und Defizite lassen sich aufdecken, die ‚Bestätigungssoziologie‘ festmachen sowie die angewandte Praxis in einem System mit Zensur und einer Wissensreglementierung nach unten analysieren.

Nach 1990 ist eine Vielzahl von Arbeiten zum Thema publiziert worden. Insbesondere sind die einschlägigen Veröffentlichungen von ehemaligen Mitarbeiter_innen der Hörer- und Zuschauer_innenforschung der DDR zu nennen – von Christa Braumann (1994) zur Rezeption des DDR-Fernsehens, die 1977 bis 1990 Leiterin der ‚Abteilung Analyse und Information‘ des DDR-Fernsehens war, sowie von Lieselotte Mühlberg (1994) über Aufgaben, Anliegen, Konzepte und Forschungsergebnisse der Hörer_innenforschung des DDR-Rundfunks, ihres Zeichens Leiterin der Abteilung Hörer_innenforschung beim Staatlichen Komitee für Rundfunk von 1973 bis Ende 1989. An aktuellen Veröffentlichungen, die sich insbesondere auch mit den überlieferten Quellen auseinandersetzen, sind die grundlegenden Arbeiten von Michael

Meyen (2003a; 2003b) hervorzuheben, in denen alle wesentlichen Aspekte der Rezeptionsforschung zum Fernsehen in der DDR beleuchtet werden. Als Einstieg in das Thema Rezeptionsforschung allgemein empfiehlt sich Meyens knapp gehaltene Abhandlung (2014) über *Probleme und Chancen historischer Forschung zur Nutzung und Wirkung von Hörfunk und Fernsehen*, in der Forschungsgegenstand, Forschungsstand und Quellen – auch bezogen auf die DDR – beleuchtet werden. Mit Blick auf die Auswertung vorliegender Quellen, der Fokussierung auf Zuschauer_innen, Hörer_innen und Leser_innen von Westmedien und Betrachtung des Medienalltags im Mikrokosmos einer dörflichen Gemeinschaft sind des Weiteren beispielhaft die Analyse von Thomas Lietz (2005) zur Fernsehnutzung im Zusammenhang mit den Arbeits- und Alltagsbedingungen der DDR-Bürger_innen, die Studie zur Nutzung der Westmedien in der DDR von Franziska Kuschel (2016) und die Detailstudie von Christoph Gehrman und Katharina Müller (2006) über den kommunikativen Alltag und die Rolle von Hörfunk und Fernsehen in einem Dorf in Thüringen hervorzuheben. Hinzuweisen ist auch auf die Arbeit von Konrad Düssel (1998) über Rezeptionsforschung in Ostdeutschland zwischen 1945 und 1965 sowie auf den Beitrag von Brigitte Hausstein (2008) über die verloren geglaubten Originaldaten der Hörer- und Zuschauer_innenforschung in der DDR. Zugang zu diesen Daten bieten neben dem Deutschen Rundfunkarchiv (DRA) in Potsdam-Babelsberg, die

digitalen GESIS-Datensammlungen *Fernsehen in der DDR* und *Radiohören in der DDR*, der Rias Berlin, das Berliner Bundesarchiv, hier insbesondere die Überlieferung der Staatlichen Komitees für Rundfunk und Fernsehen der DDR, sowie die Archive der Behörde des Bundesbeauftragten für die Stasi-Unterlagen (BStU) mit den Ausarbeitungen des Ministeriums für Staatssicherheit.

Forschende, die sich vorwiegend mit programmlichen Themen (Einzelsendungen, Sendereihen) befassen, nutzen die überlieferten Materialien der Hörer- und Zuschauer_innenforschung in erster Linie mit Blick auf die Hör- und Sehbeteiligung sowie auf die Bewertung einzelner Sendebeträge durch die Rezipient_innen, wobei allerdings Daten zum Ausstattungsgrad und -bestand der DDR-Haushalte mit Rundfunk- und Fernsehempfängern in der Regel ebenso unbeachtet bleiben wie die durchschnittliche tägliche Zeitverwendung und die Anzahl der wöchentlichen und genrebezogenen Sendestunden des Hörfunks und Fernsehens der DDR. Bei der Arbeit mit diesen Unterlagen begegnen Forschenden eine ganze Reihe von spezifischen Begrifflichkeiten und Methoden der Hörer- und Zuschauer_innenforschung, die es vorab zu bewerten und einzuordnen gilt. Perspektivisch gesehen liegen eine ganze Reihe von Forschungsfeldern mehr oder weniger brach, deren Bearbeitung aus Perspektive der historischen Rezipient_innenforschung angezeigt ist: die Einflussmöglichkeiten der Hör- und Seh wünsche im Alltag, die Untersuchung der Arbeitsweisen und damit

verbunden eine Befragung ehemaliger Mitarbeiter_innen der Hörer- und Zuschauer_innenforschung, die Mediennutzung von ‚Randgruppen‘ (Vertragsarbeiter in der DDR, Nationale Volksarmee), Rolle und Einflussmöglichkeiten von Volkskorrespondenten, Hörer_innenversammlungen und Abhörergemeinschaften in den Anfangsjahren, außerdem die Beforschung des Medienkonsums im politischen Umbruchprozess 1989/90 und in der Auflösungsphase 1991 sowie Zweck und Absichten der Medienforschung westdeutscher Sendeanstalten mit Schwerpunkt DDR.

Ausblick

Die Einsicht, dass Publika, ihre Praktiken mit den Medieninhalten und ihr Umgang mit den Medientechnologien nicht nur ein, sondern sogar der zentrale Bestandteil von kommunikativen Prozessen sind, dürfte unbestritten sein – auch wenn es um historische Fragestellungen geht, also um historische Rezipient_innen im Mittelpunkt von kommunikativen Prozessen in der Vergangenheit. Doch hier sind die Forschungslücken besonders groß. Die Autor_innen dieses Beitrags haben bewusst sehr unterschiedliche Perspektiven aufgezeigt, diese Akteur_innen nicht länger als ‚Leerstellen‘ zu erachten: Welche Bedeutung hat die Übernahme von Ansätzen, Modellen und Begrifflichkeiten aus der aktuellen Forschung? Welche Rekonstruktionen und Konstruktionen sind damit in der historischen Forschung verbunden?

Wie steht kommunikatives Handeln in Zusammenhang mit medialem und gesellschaftlichem Wandel? Wie können aggregierte Nutzungsdaten von Langzeitstudien genutzt werden? Welche Erkenntnisse können aus Forschungen zu Rezipient_innen in Systemen mit Zensur und einer Wissensreglementierung gewonnen werden?

Das übergreifende Ziel ist es, auf der Basis dieser kritischen Sichtungen, neue Forschungsimpulse zu geben. Es geht also um die Fragen, womit sich eine historische Rezipient_innenforschung beschäftigen kann und soll. Sie sollte die komplexen interdependenten Zusammenhänge angehen, die dadurch entstehen, dass Rezipierende als Akteure zum Ausgangspunkt der Fragen nach den Medien und den von ihnen mitgetragenen kommunikativen Prozessen genommen werden. Im Zentrum stehen dann soziale Praktiken im Umgang mit Medien, also das vielfältige mediale Handeln (vgl. Göttlich 2006). Dass solche historische Rezipient_innenforschungen demzufolge breit aufgestellte Forschungsansätze benötigen, wurde aufgezeigt. Auch interdisziplinäre Dialoge über methodische Fragen und konkrete Forschungsk Kooperationen sind nötig, finden aber – allen entsprechenden Appellen zum Trotz – leider noch selten statt. Dass historische Publika, ihr Medienhandeln und möglicherweise gar daraus erwachsende Medienwirkungen in einem solchen Forschungsprozess weniger ‚rekonstruiert‘ als auf Basis der Analyse ausgewählter Quellen ‚konstruiert‘ werden, sollte jedes Mal selbstbewusst reflektiert werden.

Literatur

Averbeck-Lietz, Stefanie: „Epoche.“ In: Wunsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandžić, Helena (Hg.): *Handbuch Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos, 2014, S.411-423.

Bilandžić, Helena/Koschel, Friederike/Springer, Nora/Pürer, Heinz: „Rezipientenforschung.“ In: Pürer, Heinz (Hg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Ein Handbuch*. Konstanz: UVK, 2014, S.323-407.

Biltreyest, Daniël/Lotze, Kathleen/Meers, Philippe: „Triangulation in Historical Audience Research: Reflections and Experiences from a Multi-methodological Research Project on Cinema Audiences in Flanders.“ In: *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* 9 (2), 2012, S.690-715.

Braumann, Christa: „Fernsehforschung zwischen Parteilichkeit und Objektivität: Zur Zuschauerforschung in der ehemaligen DDR.“ In: *Rundfunk und Fernsehen* 42 (4), 1994, S.524-541.

Butsch, Richard/Livingstone, Sonia (Hg.): *Meanings of Audiences: Comparative Discourses*. London/New York: Routledge, 2014.

Dussel, Konrad: „Der DDR-Rundfunk und seine Hörer.“ In: *Rundfunk und Geschichte* 24 (2/3), 1998, S.122-136.

Eimeren, Birgit van/Ridder, Christa-Maria: „Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010: Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.“ In: *Media Perspektiven* (1), 2011, S.2-15.

Falkenberg, Karin: *Radiobören: Zu einer Bewußtseinsgeschichte 1933 bis 1950*. Haßfurt/Nürnberg: Institut für Alltagskultur, 2005.

Fickers, Andreas: „Hands on! Plädoyer für eine experimentelle Medienarchäologie.“ In: *Technikgeschichte* 82, 2015, S.67-86.

Frey-Vor, Gerlinde/Siegert, Gabriele/Stiehler, Hans-Jörg (Hg.): *Mediaforschung*. Konstanz: UVK, 2008.

Führer, Karl Christian: „Auf dem Weg zur ‚Massenkultur‘? Kino und Rundfunk in der Weimarer Republik.“ In: *Historische Zeitschrift* 262, 1996, S.739-781.

Führer, Karl Christian: „Die Tageszeitung als wichtigstes Massenmedium der nationalsozialistischen Gesellschaft.“ In: *Zeitschrift für Geschichtswissenschaft* 55, 2007, S.411-434.

Geertz, Clifford: *Dichte Beschreibung: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt: Suhrkamp, 1987.

Gehrmann, Christoph/Müller, Katharina: *(Nah)Sprechen – (Fern)Sehen: Kommunikativer Alltag in der DDR. Wandel dörflicher Gemeinschaften unter dem Einfluss technischer und gesellschaftlicher Veränderungen: Eine Studie zur Umgestaltung des kommunikativen Alltags am Beispiel eines Dorfes in Thüringen*. Berlin: Frank & Timme, 2006.

Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorelli, Nancy: „Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process.“ In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.): *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Erlbaum, 1986, S.17-40.

Göttlich, Udo: *Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Zur handlungstheoretischen Kritik der Wirkungs- und Rezeptionsforschung*. Konstanz: UVK, 2006.

Hasebrink, Uwe: *Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung: Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut, 2012.

Hausstein, Brigitte: „Die soziologische Hörer- und Zuschauerforschung in der DDR: Die verloren geglaubten Originaldaten.“ In: *info* 7 (1), 2008, S.67-73.

Hodenberg, Christina von: „Expeditionen in den Methodendschungel: Herausforderungen der Zeitgeschichtsforschung im Fernsehzeitalter.“ In: *Journal of Modern European History* 10 (1), 2012, S.24-48.

Hölig, Sascha/Domeyer, Hanna/Hasebrink, Uwe: „Souveräne Bindungen: Zeitliche Bezüge in Medienrepertoires und Kommunikationsmodi.“ In: Suckfüll, Monika/Schramm, Holger/Wünsch, Carsten (Hg.): *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive*. Baden-Baden: Nomos, 2011, S.71-88.

Jäckel, Michael: *Medienwirkungen kompakt: Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld*. Wiesbaden: Springer VS, 2012.

Jandura, Olaf/Friedrich, Katja: „Abkehr von politischen Informationsangeboten.“ In: Jandura, Olaf/Petersen, Thomas/Mothes, Cornelia/Schielicke, Anna-Maria (Hg.): *Publizistik und gesellschaftliche Verantwortung. Festschrift für Wolfgang Donsbach*. Wiesbaden: Springer VS, 2015, S.69-82.

Jensen, Klaus Bruhn: „The Past in the Future: Problems and Potentials of Historical Reception Studies.“ In: *Journal of Communication* 43 (4), 1993, S.20-28.

Kantorowicz, Ludwig: *Die sozialdemokratische Presse Deutschlands: Eine soziologische Untersuchung*. Tübingen: J.C.B. Mohr, 1922.

Karnowski, Veronika: „Diffusionstheorie.“ In: Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, 2013, S.513-528.

Klaus, Elisabeth: „Konstruktionen der Zuschauerschaft: Vom Publikum in der Einzahl zu den Publika in der Vielzahl.“ In: *Rundfunk und Fernsehen* 45 (4), 1997, S.456-474.

Koenen, Erik: „Wie und nach welcher Richtung entwickelte sich das Lesebedürfnis der Arbeiterschaft? Eine historisch-empirische Fallstudie zur ‚Entfesselung‘ der Mediennutzung im 19. Jahrhundert.“ In: *Publizistik* 57 (1), 2012, S.27-54.

- Kotsch, Ralph: „Die Sehbeteiligung ist nicht der alleinige Maßstab für Qualität: Gespräch mit Rolf Stockheim.“ In: *Neues Deutschland* 290, 1989, S.4.
- Kuschel, Franziska: *Schwarzhörner, Schwarzseher und heimliche Leser: Die DDR und die Westmedien*. Göttingen: Wallstein, 2016.
- Kutsch, Arnulf: *Leseinteresse und Lektüre: Die Anfänge der empirischen Lese(r)forschung in Deutschland und den USA am Beginn des 20. Jahrhunderts*. Bremen: Edition Lumière, 2008.
- Kutsch, Arnulf: „Zur Zeitungslektüre der Landarbeiter am Ende des 19. Jahrhunderts: Eine Quellenerkundung.“ In: Duchkowitsch, Wolfgang/Hausjell, Fritz/Hömberg, Walter/Kutsch, Arnulf/Nevera, Irene (Hg.): *Journalismus als Kultur: Analysen und Essays*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998, S.25-35.
- Lacey, Kate: *Listening Publics: The Politics and Experience of Listening in the Media Age*. Cambridge: Polity, 2013.
- Langewiesche, Dieter/Schönhoven, Klaus: „Arbeiterbibliotheken und Arbeiterlektüre im Wilhelminischen Deutschland.“ In: *Archiv für Sozialgeschichte* 16, 1976, S.135-204.
- Lietz, Thomas: „Fernsehnutzung in der DDR als kommunikationshistorisches Problem: Methodologie und Quellen.“ In: *Medien & Zeit* 20 (2), 2005, S.30-43.
- Livingstone, Sonia/Allen, Jessica/Reiner, Robert: „Audiences for Crime Media 1946-91: A Historical Approach to Reception Studies.“ In: *The Communication Review* 4 (2), 2001, S.165-192.
- Lüthje, Corinna/Pater, Monika: „Das Gruppendiskussionsverfahren in der dokumentarischen Methode: Chancen für die historische Rezeptionsforschung am Beispiel der Domestizierung des Radios in den 1950er Jahren.“ In: *Rundfunk und Geschichte* 34 (3-4), 2008, S.5-15.
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L.: „The Agenda-setting Function of Mass Media.“ In: *Public Opinion Quarterly* 36 (2), 1972, S.176-187.
- Meulemann, Heiner/Hagenah, Jörg: „Mass Media Research.“ In: German Data Forum (RatSWD) (Hg.): *Building on Progress: Expanding the Research Infrastructure for the Social, Economic and Behavioral Sciences, Vol.2*. Opladen/Farmington Hills: Budrich UniPress, 2010, S.1173-1196.
- Meyen, Michael: „Die Quelle Meinungsforschung: Historische Datenanalyse als Weg zu einer Geschichte der Mediennutzung.“ In: *ZA-Information/Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung* 46, 2000, S.39-57.
- Meyen, Michael: *Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster*. Konstanz: UVK, 2001.
- Meyen, Michael: *Denver Clan und Neues Deutschland: Mediennutzung in der DDR*. Berlin: Ch. Links Verlag, 2003a.

Meyen, Michael: *Einschalten, Umschalten, Ausschalten? Das Fernsehen im DDR-Alltag*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2003b.

Meyen, Michael: „Methoden historischer Mediennutzungsforschung.“ In: Arnold, Klaus/Behmer, Markus/Semrad, Bernd (Hg.): *Kommunikationsgeschichte: Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Hand- und Lehrbuch*. Berlin/Münster: LIT, 2008, S.383-400.

Meyen, Michael: „Rundfunknutzung. Überblick: Probleme und Chancen historischer Forschung zur Nutzung und Wirkung von Hörfunk und Fernsehen.“ In: Behmer, Markus/Bernard, Birgit/Hasselbring, Bettina (Hg.): *Das Gedächtnis des Rundfunks: Die Archive der öffentlich-rechtlichen Sender und ihre Bedeutung für die Forschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2014, S.231-235.

Meyen, Michael: „Methoden historischer Mediennutzungsforschung.“ In: Arnold, Klaus/Behmer, Markus/Semrad, Bernd (Hg.): *Kommunikationsgeschichte: Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Hand- und Lehrbuch*. Berlin/Münster: LIT, 2008, S.383-400.

Mihelj, Sabina/Bourdon, Jérôme: „Doing Audience History: Questions, Sources, Methods.“ In: *European Journal of Communication* 30 (1), 2015, S.3-6.

Mühlberg, Lieselotte: „Hörerforschung des DDR-Rundfunks.“ In: Riedel, Heide (Hg.): *Mit uns zieht die neue Zeit: 40 Jahre DDR-Medien*. Berlin: VISTAS, 1994, S.173-181.

Pfannkuche, August H. Th.: *Was liest der deutsche Arbeiter? Auf Grund einer Enquete beantwortet*. Tübingen: J.C.B. Mohr, 1900.

Saxer, Ulrich: „Medien, Rezeption und Geschichte: Ein Überblick.“ In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Gerhards, Maria (Hg.): *Medienrezeption seit 1945: Forschungsbilanz und Forschungsperspektiven*. Baden-Baden: Nomos, 1998, S.25-33.

Schulz, Manuela: *Zur Zeitungslektüre der Landarbeiter: Eine kommunikationsgeschichtliche Studie zur Verbreitung des Zeitungslesens im 19. und 20. Jahrhundert*. Bremen: edition lumière, 2005.

Schwarzenegger, Christian/Naab, Thorsten: „Neue Vielfalt und Mediengenerationen: Ein Beitrag zur historischen Mediennutzungsforschung?“ In: Birkner, Thomas/Löblich, Maria/Tiewes, Alina Laura/Wagner, Hans-Ulrich (Hg.): *Neue Vielfalt: Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive*. Köln: Herbert von Halem, 2016, S.255-280.

Schweiger, Wolfgang: *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS, 2007.

Stark, Birgit: „Fragmentierung Revisited: Eine theoretische und methodische Evaluation im Internetzeitalter.“ In: Seufert, Wolfgang/Sattelberger, Felix (Hg.): *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen*. Baden-Baden: Nomos, 2013, S.199-218.

Tichenor, Philip/Donohue, George/Olien, Clarice: „Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge.“ In: *Public Opinion Quarterly* 34 (2), 1970, S.159-170.

Weber, Max: „Rede auf dem ersten Deutschen Soziologentage in Frankfurt 1910: Soziologie des Zeitungswesens.“ In: ders.: *Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik*. Tübingen: J.C.B. Mohr, 1988, S.434-441.

Wilke, Jürgen: *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte: Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert*. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, 2000.