



Anna Schnauber:
Medienselektion im Alltag. Die Rolle von Gewohnheiten im Selektionsprozess. Wiesbaden 2017: Springer VS. 387 Seiten, 49,99 Euro

Medienselektion im Alltag

Gewohnheiten bestimmen unseren Alltag und oft auch unser Medienverhalten. Die Rezeptionsforschung hat sich deshalb in den letzten Jahren verstärkt diesem wichtigen Thema zugewandt und untersucht, wie Mediengewohnheiten beschrieben werden können und wie habituell Menschen Medien und Medienangebote auswählen.

Das Werk, das Anna Schnauber 2016 als Dissertation an der Universität Mainz eingereicht hat, trägt einen wesentlichen Baustein zu diesem Forschungsfeld bei. Die Autorin legt eine äußerst präzise und umsichtige Begriffsexplikation vor. Dabei elaboriert sie u. a., wie habituelle Medienauswahl entsteht und verändert werden kann, welche Hinweisreize Mediengewohnheiten auslösen können und wie abhängig Mediengewohnheiten von stabilen Kontexten sind. Sie arbeitet die Zusammenhänge zwischen Gewohnheiten, Personencharakteristika und Antezedenzen für den Medienselektionsprozess heraus und thematisiert, dass wenig bewusste und wenig kontrollierte Auswahl von Medien (-angeboten) nicht mit einer unaufmerksamen Rezeption einhergehen muss. Durchweg wird dabei deutlich, dass der Blick auf die Besonderheiten von Mediennutzung im Vergleich zu anderen Alltags-tätigkeiten, die bislang in der Gewohnheitsforschung untersucht wurden, lohnt und wichtig ist, um die Gewohnheitsforschung insgesamt voranzubringen.

Im empirischen Teil der Arbeit präsentiert Anna Schnauber die Ergebnisse einer standardisierten Befragung in Kombination mit einer Tagebuchstudie. Über ein Online-Access-Panel nahmen knapp 350 Personen mit heterogenen soziodemografischen Hintergründen teil. Untersucht wurde gezielt die automatisierte Zuwendung zu Fernseher, Computer, Tablet und Smartphone. In der hochauflösenden Tagebuchstudie machten die Probandinnen und Probanden zwei Wochen lang in Halbstundenschritten Angaben zum situativen Rahmen ihrer Mediennutzung am Nachmittag und Abend. Sie gaben u. a. an, welche Mediengattungen sie jeweils genutzt und welchen kognitiven Aufwand sie bei der Selektion betrieben haben, also wie habituell sie ausgewählt haben. Des Weiteren gaben sie Auskunft darüber, wie ihre

situative Motivation, Gratifikationserwartungen, Befindlichkeit und externer Kontext der Nutzung waren. In der zusätzlichen Befragung erhebt Anna Schnauber u. a. die Einstellungen gegenüber den vier untersuchten Medien, subjektive Normen und Selbstkonzepte der Nutzung, Kompetenzerwartungen und generalisierte Gratifikationserwartungen der Mediennutzerinnen und -nutzer.

Ziel der Empirie ist weniger, konkrete Gewohnheiten von Individuen aufzudecken, mit dem Datenmaterial adressiert die Autorin vielmehr ein wesentliches Desiderat bisheriger Forschung: Gewohnheiten sind zwar mittelfristig stabile, auf Personenebene angesiedelte Wissensstrukturen. Dennoch muss habituelle Selektion nicht nur interindividuell variieren, sondern auch die gleiche Person kann sich in einigen Situationen mehr und in anderen Situationen weniger habituell Medien zuwenden. Anna Schnauber legt innovative empirische Befunde vor, mit denen sie dieses Zusammenspiel aus personenbezogenen und situationsbezogenen Determinanten der gewohnheitsmäßigen Medienwahl mehrbenenanalytisch nachvollzieht. Tatsächlich kann sie zeigen, dass die Ausbildung von Mediengattungsgewohnheiten in starkem Maße von situativen Faktoren abhängig ist und weniger von Personenmerkmalen bestimmt wird. Allerdings spielen externe Kontextfaktoren des Mediennutzungsumfeldes eine geringe Rolle für die Auslösung von Mediengattungsgewohnheiten. Dies gilt insbesondere für den habituellen Griff zum Smartphone, während externe Kontextfaktoren die Auslösung von Fernsehgewohnheiten im Vergleich zu anderen Mediengattungen stärker befördern. Damit verweist Anna Schnauber in ihrer Monografie auch auf die Spezifika in der Bildung von Gewohnheiten im Umgang mit mobilen Onlinemedien, die in multiplen Kontexten und mit sehr breitem Gratifikationspektrum eingesetzt werden können. Die vorliegenden Ergebnisse eröffnen ein wichtiges Feld für zukünftige Forschung über Habitualisierung in modernen Medienumgebungen.

Die Arbeit richtet sich vorrangig an ein wissenschaftliches Publikum und dürfte für viele Forscherinnen und Forscher im Bereich der Rezeptions- und Wirkungsforschung relevant sein, weil habituelle Medienwahl viele Medienprozesse mit beeinflusst. Gleichzeitig unterstützt ein tieferes Verständnis der Funktionsweise von Mediengewohnheiten auch die Medienpraxis, weil Medienanbieter ein hohes Interesse an der Ausbildung stabiler Nutzungsmuster beim Publikum haben.

Dr. Teresa Naab