

METHODEN UND FORSCHUNGSLOGIK
DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Wiebke Loosen / Armin Scholl (Hrsg.)

**Methodenkombinationen in der
Kommunikationswissenschaft**
Methodologische Herausforderungen und
empirische Praxis

Herbert von Halem Verlag

HELENA BILANDZIC

Wie Selektion und Interpretation zusammenhängen: Kombination von Lautem Denken und Beobachtung

1. Problemstellung

Die Erklärung von Medienselektionen hat längst einen festen Platz in den klassischen Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft (z. B. BILANDZIC 2009; RUBIN 2009; ZILLMANN/BRYANT 1985). Methodisch gesehen ist das Feld der Selektionsforschung alles andere als einfach strukturiert. Zum einen geht es um Medienhandlungen, die am präzisesten in einer Beobachtung erhoben werden können. Zum anderen aber liegen die Erklärungen der Medienhandlung außerhalb der Reichweite einer Beobachtung und müssen in der Regel durch andere Methoden erschlossen werden – am häufigsten mit dem Selbstbericht, der Bedürfnisse, Ziele und Strategien der Mediennutzung sichtbar machen kann. Methodenkombinationen bieten sich daher im Bereich der Selektionsforschung in besonderem Maße an.

Die Erklärung der Medienselektion ist umso schwieriger, je genauer und kleinteiliger die Einheit der Mediennutzung ist. Will man etwa die Nutzung von Medientypen, Medienprodukten oder Genres erklären, so spielen stabile Vorlieben und Routinen eine wichtige Rolle, die in einer einfachen Befragung erhoben werden können. Will man jedoch kleinteilige Einzelselektionen erklären, treten die Potenziale und Anforderungen der Rezeptionssituation in den Vordergrund. In diesem Beitrag sollen methodische Fragen der Selektionserklärung am Beispiel von Fernsehzuschauern diskutiert werden, die sich Programme am laufenden Fernseher

aussuchen – also die Fernbedienung nutzen, um verfügbare Programme zu sichten und eine passende Option zu finden (vgl. BILANDZIC 2004; HEETER/GREENBERG 1988; WALKER/BELLAMY 1991). Insbesondere wird eine Möglichkeit näher beleuchtet, wie solche kleinteiligen Entscheidungsprozesse untersucht werden können: mit einer Kombination von Beobachtung und Lautem Denken, die jeweils Selektion bzw. Interpretationen erheben – und zwar aufeinander bezogen. Anhand der Programmauswahl am laufenden Fernseher werden Potenziale und Probleme dieser Methodenkombination besprochen und reflektiert.

2. Prozessbezogene Sichtweise auf Fernsehselektion und Fernsehinterpretation

Die Programmauswahl nach einer Phase des Umschaltens (Scanning) zu erklären, ist methodisch anspruchsvoll. Dies hängt in erster Linie mit den Eigenarten dieses spezifischen Selektionstyps zusammen. Zunächst einmal handelt es sich um einen Selektionsprozess, bei dem sich der audiovisuelle Medienstimulus kontinuierlich ändert. Die Interpretation des Medienstimulus ist naturgemäß ebenfalls dynamisch, da die Interpretationsgrundlage im Fluss ist. Im Zuge dieser Informationsverarbeitung ändert sich folglich auch die Grundlage der Selektionsentscheidung: Die aktuelle Rezeptionsentscheidung wird ständig hinterfragt und nicht selten revidiert (vgl. BILANDZIC 1999). Entscheidungen am laufenden Fernseher sind zudem meist routinisiert, repetitiv und alltäglich-nebensächlich (vgl. BILANDZIC 2004). Hunderte solcher Entscheidungen können an einem ganz normalen Fernsehabend getroffen werden. Die Vielzahl der Entscheidungen bewirkt, dass die Zuschauer sich nur schlecht an einzelne Instanzen erinnern können und vielmehr bei einer Erklärung der eigenen Selektion (etwa in einer Befragung) genötigt sind, über viele Entscheidungen hinweg zu abstrahieren und zu generalisieren. Die konkrete Situation mit ihrer spezifischen Konstellation an Stimulusmerkmalen, den eigenen Befindlichkeiten und situativen Vorlieben geht rasch verloren, nachdem die Rezeption beendet ist. Im Nachhinein können Zuschauer den Auswahlprozess nicht mehr im Einzelnen erinnern, sondern assimilieren viele ähnliche Prozesse zu einem generalisierten, möglicherweise auch nach sozialer Erwünschtheit idealisierten und verzerrten Bild, das sie von ihrem eigenen Selektionsverhalten haben. Zudem ist die Fernsehentscheidung eine

Niedrigkostensituation: Die Entscheidungsoptionen verursachen keine (monetären) Kosten und minimieren damit das Risiko einer falschen Entscheidung (vgl. JÄCKEL 1992). In solchen Situationen kann man ohne Gefahr Optionen antesten und spielerisch die Fernsehwelt erkunden. Damit gehen in die Entscheidung auch idiosynkratische Aspekte ein, die nicht mit generellen Auswahlregeln zu erfassen sind, sondern durch höchst individuelle Prozesse aus dem Moment heraus, aus einer spezifischen Konstellation von Fernsehhalt und eigener Interpretation entstehen.

3. Methoden: Beobachtung und Lautes Denken

3.1 *Methodenkombinationen zur Erhebung von Selektionsprozessen*

Vor einer Entscheidung für bestimmte Methoden zur Untersuchung von Fernsehselektionen müssen wir einige theoretische Überlegungen zum Phänomen der Selektion und ihrer Erklärung anstellen.

Medienselektionen können als Handlungen begriffen werden, die mit einer bestimmten Intention und bestimmten Zielen ausgeführt werden. Dies ist in einem Axiom der Uses-and-Gratifications-Forschung reflektiert: Das Publikum wird als aktiv und zielgerichtet handelnd gesehen; Nutzenerwartungen und spezifische Rezeptionsziele prägen die Mediennutzung als zielorientierte Zuwendung (vgl. KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1974). Rezipienten wägen ab, welches Medium oder Medienprodukt das richtige für welche Bedürfnislage ist, und stellen solche Verbindungen aus ihrer subjektiven Sichtweise heraus her (vgl. PALMGREEN/RAYBURN 1985). Darauf bezogen ist ein weiteres Axiom, das die programmatische Entwicklung der Gratifikationsforschung befördert hat: Rezipienten sind sich ihrer Interessen und Motive prinzipiell bewusst und können diese kommunizieren (vgl. KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1974). Diese Fähigkeit zur Reflexion und Kommunikation hat die methodische Konsequenz und Konvenienz, dass man Selektionserklärungen in einer Rezipientenbefragung erheben kann. Sie darf aber keineswegs zu einem rein methodischen Aspekt trivialisiert werden, reflektiert sie doch ein theoretisches Verständnis von Selektion als Handlung (im Gegensatz zu Verhalten), die mit einem subjektiven Sinn verbunden ist (vgl. WEBER 1921/1984). Als subjektiver Gehalt kann der Handlungsgrund naturgemäß nur vom Handelnden selbst benannt werden (vgl. KOSCHEL/BILANDZIC 2004).

Es steht andererseits außer Frage, dass Medienselektionen nicht ausschließlich intentional, unter Rückgriff auf Interpretationen des Rezipienten erklärt werden können (vgl. BILANDZIC 2011). Nicht intentionale Gründe wirken ohne Bewusstsein der Akteure und setzen den Rahmen für Handlungen z. B. als verfügbare Ressourcen, soziale oder ökonomische Zwänge – unabhängig davon, ob Handelnde sie als relevant erkennen oder nicht (vgl. KELLE 1997). Berücksichtigt man diese Beschränkung bei der Anlage einer Untersuchung, die auf Selbstberichten fußt, bei der Theorie und den Schlussfolgerungen, ist es legitim, sich auf die intentionale Seite zu fokussieren – vor allem mit dem Ziel, diese tiefgehend zu explorieren.

Um also Intentionen, Motive, Ziele, Strategien, Bewertungen und Erwartungen zu erheben, muss ein spezifisches Verfahren des Selbstberichtes zum Tragen kommen. Wie bereits dargelegt, geht es hier um die kleinteiligen Entscheidungsprozesse während der Rezeption. Daher muss auch die Methode des Selbstberichtes in der konkreten Rezeptionssituation angesiedelt sein. Das Laute Denken ist eine solche prozessbegleitende Methode, bei der Probanden während einer Primäraufgabe (hier: Fernsehen) ihre Gedanken äußern können (vgl. ERICSSON/SIMON 1993). Die Fernsehselektionen selbst müssen parallel dazu erhoben werden. Die Methode der Wahl ist die Beobachtung, die dazu dient, die Fernsehnutzung in ihrer Kleinteiligkeit für die Erklärung zu konservieren, aber auch als Grundlage für das Laute Denken fungiert.

Beide Methoden, Lautes Denken und Beobachtung, sind prozessbegleitend und situativ. Die Kombination kann folgendermaßen methodisch umgesetzt werden: Die Probanden werden aufgefordert, für eine festgelegte Zeit fernzusehen. Die Fernsehnutzung wird so aufgezeichnet, dass die Umschaltungen festgehalten werden. Das kann mit einer Videokamera, die auf den Bildschirm gerichtet ist, geschehen oder aber mit einem Aufzeichnungsgerät, das nur die Ausgabe auf dem Bildschirm festhält. Diese Aufzeichnung wird später nach festgelegten Kriterien kategorisiert. Die Beobachtung des Fernsehverhaltens dient als Grundlage für das Laute Denken und wird den Probanden als Gedächtnisstütze nach der Rezeption vorgeführt. Die Probanden haben dann die Aufgabe, die Gedanken, die sie während der Rezeption hatten, zu reproduzieren. Dieses Design hat sich sowohl in Situationen bewährt, in denen die Probanden sich der Aufzeichnung bewusst waren (vgl. BILANDZIC 2002), als auch in Situationen, in denen die Beobachtung verdeckt erfolgt ist (vgl. BILANDZIC 1999).

Eine Beschreibung der beiden Methoden sowie die Anwendung auf die Programmauswahl am laufenden Fernseher erfolgt im nächsten Abschnitt.

3.2 *Erhebung der Selektionen: Beobachtung*

Die Beobachtung dient der Erhebung der Selektionen und als Basis für das Laute Denken. Oft wird Umschaltverhalten auch in einem Selbstbericht der Rezipienten erfasst (vgl. HEETER 1988; NIEMEYER/CZYCHOLL 1994). Vorteil ist dabei sicherlich, dass die Methode wenig aufwendig ist und sowohl die Selektion als auch die Erklärung mit ein und derselben Methode erhoben werden können. Nachteil ist, dass Befragungen in der Regel von der konkreten Rezeptionssituation abgekoppelt sind und die zahlreichen Einzelhandlungen und situativen Momente verloren gehen. Erklärungen des Umschaltverhaltens bleiben damit zwangsläufig oberflächlich, weil die Probanden generalisieren müssen und es dann zu globalen Erklärungen kommt wie etwa ›Programmsuche‹ oder ›Parallelsehen von Sendungen‹ (vgl. HEETER 1988), die jedoch nicht über den konkreten Entscheidungsprozess Auskunft geben. Verhaltensweisen im pauschalen Selbstbericht zu erheben, ist grundsätzlich problematisch; noch schwieriger wird es allerdings, wenn man Umschaltverhalten erheben will, das schnell und automatisiert abläuft und niemals vollständig im Selbstbericht reproduziert werden kann. Abgesehen davon, dass die Erinnerung an einzelne Umschaltvorgänge kaum möglich ist, sind auch systematische Verzerrungen zu befürchten, etwa wegen sozialer Erwünschtheit oder eines stärkeren Gewichtes markanter, häufiger und kürzlicher Auswahlprozesse.

Will man also Programmauswahl am laufenden Fernseher untersuchen, ist eine Beobachtung unverzichtbar. Zunächst soll, wie oben dargelegt, eine Aufzeichnung die gesehenen Fernsehsegmente festhalten (nicht notwendigerweise auch den Probanden). Diese Aufzeichnung kann dann anschließend transkribiert werden, wobei Fernsehsender, Sendung, Genre und Verweildauer bei einem Programm protokolliert werden. Aber auch eine weitergehende Klassifikation des Verhaltens ist denkbar. Das Fernsehverhalten lässt sich nach drei Typen kategorisieren: Sehen einer Sendung, bruchstückhafte Rezeption von Sendungen und Scanningphase (vgl. BILANDZIC 2002). Eine solche Weiterverarbeitung des Beobachtungstranskriptes kommt einer klassischen sozialwissenschaftlichen Beobachtung bereits näher (vgl. GEHRAU 2002).

3.3 *Erhebung der Selektionserklärung: Lautes Denken*

Mentale Prozesse, die beim Rezipienten während der Rezeption ablaufen, werden mit der Methode des Lauten Denkens erhoben (vgl. ERICSSON/SIMON 1993). Die Gedanken können Aufschluss über die subjektiven Beweggründe der Handlungen geben, enthalten aber durchaus auch darüber hinausgehende Verbalisierungen von Wahrnehmungen, Gefühlen und Kommentaren zum Handeln (vgl. WEIDLE/WAGNER 1994).

Die Stärke der Methode ist, dass Probanden mit der Zeit in einen automatischen Modus verfallen (weshalb eine Zeit der Eingewöhnung immer geboten ist) und ohne Nachdenken und Zensur ihre Gedanken wiedergeben. Dabei unterscheiden Ericsson und Simon (1993) zwei Fälle: (1) Gedanken, die bereits in verbaler Form vorliegen, werden nur noch vokalisiert (>talk aloud<); (2) Gedanken, die in nonverbaler Form vorliegen (Gefühle, Wahrnehmungen) und erst noch in Sprache umcodiert werden müssen (eigentliches >think aloud<). In diesen beiden Fällen werden kognitive Prozesse, wie sie >natürlich< beim Probanden vorkommen, der Reihe nach verbalisiert. Verlangt man hingegen von Probanden weiter gehende Verarbeitungen der Gedanken, etwa Abstraktion (z. B. mit der Frage »Ist das eine typische Fernsehauswahl für Sie?«), Filterprozesse (z. B. selektiver Bericht über Motive) oder Inferenzen (z. B. Frage, ob das Genre eine Rolle bei der Auswahl spielt), geht die Stärke des Lauten Denkens – eine authentische Innensicht zu erheben – verloren (vgl. ERICSSON/SIMON 1993). Entscheidend ist daher die Instruktion, die nondirektiv sein muss, z. B. »Bitte sagen Sie alles, was Ihnen durch den Kopf geht« oder »Woran denken Sie, wenn...«. Ergänzend kann eine Entlastungsfloskel eingesetzt werden, etwa: »Bitte sprechen Sie alles aus, was ihnen durch den Kopf geht, egal wie unwichtig Ihnen der Gedanke vorkommt« (ERICSSON/SIMON 1993: 80f.). Bei längeren Prozessen (wie in der Regel beim Fernsehen) werden zwei Probleme auftauchen: Erstens werden die Probanden Schwierigkeiten haben, sich an das kontinuierliche Verbalisieren zu gewöhnen. Daher muss man als Interviewer immer wieder die Instruktion sowie die Entlastungsfloskel wiederholen. Zweitens kann es passieren, dass Probanden mit der Zeit verbalisationsmüde werden oder (über einem interessanten Inhalt) schlichtweg vergessen, dass sie verbalisieren sollen. Dafür müssen Interviewer offene Kurzformeln bereithalten, die den Redefluss anregen, etwa »reden Sie weiter« oder »und jetzt?« (ERICSSON/SIMON 1993: 83).

Oft entsteht der Eindruck, dass die Daten reichhaltiger ausfallen und präziser zum Forschungsinteresse beitragen würden, wenn man zielgerichtete Fragen stellen würde (etwa: »Warum haben Sie umgeschaltet?«). Wie bereits dargestellt, führt dies bei den Probanden allerdings zu weitergehenden Verarbeitungsprozessen und verzerrt so das Protokoll des Lauten Denkens. Daher ist es günstig, strikt zwischen Lautem Denken und weitergehenden Befragungen zu trennen: In der Instruktion des Lauten Denkens sollte man vermeiden, nach mehr oder spezielleren Informationen zu fragen, als vom Probanden freiwillig mit einer nondirektiven Instruktion geäußert wird (vgl. CRUTCHER 1994). Umgekehrt spricht nichts dagegen, nach der Phase des Lauten Denkens eine weitergehende Befragung anzuschließen. Denkbar ist auch, dass zunächst eine erste Auswertung des Lauten Denkens erfolgt und sich dann ein Interview auf Basis der Ergebnisse im Sinne einer kommunikativen Validierung ausschließt (vgl. KVALE 1995).

Schließlich ist es wichtig, die Interviewsituation so zu gestalten, dass die Probanden sich nicht genötigt fühlen, sozial motivierte Äußerungen wie Erklärungen und Rechtfertigungen abzugeben – vielmehr sollten Bedingungen geschaffen werden, die klarmachen, dass soziale Interaktion nicht intendiert ist; beispielsweise kann der Interviewer hinter dem Probanden sitzen, und bei der Instruktion kann vermieden werden, sprachlich auf die Präsenz des Interviewers hinzuweisen, also nicht: »Sagen Sie mir, was Sie denken«, sondern: »Was denken Sie?« (ERICSSON/SIMON 1993).

In vielen Fällen, in denen das Laute Denken einen erwartbaren Einfluss auf die Primäraufgabe nimmt (wie im Fall der Fernsehselektionen), kann nachträgliches Lautes Denken zur Anwendung kommen. In diesem Fall muss man eine Aufzeichnung des Fernsehverhaltens als Gedächtnisstütze verwenden. Diese wird gemeinsam mit dem Probanden angesehen, und der Proband wird dann erst aufgefordert, seine Gedanken zu äußern. Auf diese Weise bleibt der Primärprozess, das Fernsehen, unbehelligt.

Es ist notwendig, das Transkript der Beobachtung und des Lauten Denkens zu fusionieren, sodass die Datensets parallelisiert sind und eine gemeinsame Auswertung erfolgen kann. Bei der Fusion ist darauf zu achten, dass die Verbalisationen den darauf bezogenen Abschnitten im Beobachtungsprotokoll zugeordnet werden. Es empfiehlt sich, bereits bei der Aufzeichnung an diese Synchronisierung zu denken und das Laute Denken als Tonspur auf das Videomaterial aufzuzeichnen oder aber mit einer Videokamera sowohl Fernsehbild und -ton als auch das Laute Denken aufzuzeichnen. In der Auswertung kann eine Codierung erfolgen, in die sowohl die Beobachtung als

auch das Laute Denken einfließen (beispielsweise mit einer Kategorienbildung: BILANDZIC 1999; mit einer quantitativen Inhaltsanalyse: BILANDZIC 2002). Der Vorteil der Methodenkombination liegt auf der Hand: Mithilfe des Lauten Denkens kann ein und dasselbe Verhalten in verschiedene Handlungen mit unterschiedlicher Intention differenziert werden; beispielsweise können schnelle Umschaltungen einmal als Sendersuche und einmal als unspezifische Programmexploration interpretiert werden.

4. Potenziale und Grenzen der Methodenkombination aus Lautem Denken und Beobachtung

4.1 *Zielrichtung der Methodenkombination*

Eine Kombination von Lautem Denken und Beobachtung hat den großen Vorteil, dass eine dynamische, prozessbezogene Betrachtung sowohl auf der Ebene der Selektivität (also der Fernsehauswahl) als auch auf der Ebene von deren subjektiver Interpretation durch den Rezipienten erfolgen kann. Die Beobachtung hat dabei einen instrumentellen Nutzen für die andere Methode, weil die Aufzeichnung des Fernsehverhaltens als individueller Fernsehstrom zugleich als Basis für das nachträgliche Laute Denken dient.

Die vorgestellte Art der Methodenkombination folgt keiner triangulativen Anlage, mit der die Ergebnisse der einen Methode durch diejenigen der anderen Methode validiert werden (vgl. BILANDZIC 2008; FLICK 2004). Vielmehr ergänzen sich die Methoden in ihrem Erkenntnisinteresse – es liegt eine Arbeitsteilung vor: Die Beobachtung erhebt das Fernsehverhalten, das Laute Denken die Innensicht auf das Verhalten. Beides zusammen ergibt eine Erklärung der Fernsehselektionen aus individueller Sicht. Solche arbeitsteiligen Methodenkombinationen finden wir für die Kombination qualitativer und quantitativer Verfahren unter dem Label ›Komplementaritätsmodell‹ (vgl. PREIN/KELLE/KLUGE 1993), das auch für die hier vorgestellte Methodenkombination gut passt.

4.2 *Validität und Reaktivität*

Eine der zentralen Fragen bei der hier vorgestellten Methodenkombination ist, ob daraus gute, gültige Erklärungen des Fernsehverhaltens resul-

tieren. Das ist zunächst ein konzeptuelles Problem: Wenn man den pauschalen Selbstbericht als Methode verwendet, ist klar, dass nur diejenigen Begründungen erhoben werden, die dem Rezipienten bewusst sind. Dies gilt für das Laute Denken ganz besonders: Es kann nur verbalisiert werden, was im Kurzzeitgedächtnis vorgehalten wird (vgl. ERICSSON/SIMON 1993). Wenn im Primärprozess Entscheidungsheuristiken angewandt werden (vgl. SHAPIRO 1994), eine unbewusste Verarbeitung stattfindet (wie z. B. Priming oder intuitive Prozesse, vgl. WILSON 1994) oder automatische, assoziative Mechanismen am Werk sind (vgl. TRABASSO 1996), kann das Laute Denken keine guten Erklärungen für Handeln liefern. Aufgaben, die oft geübt und wenig interessant sind, routiniert und mit wenig Aufmerksamkeit ablaufen, sind dem Bewusstsein und damit dem Lauten Denken weniger zugänglich (vgl. SMITH/MILLER 1978). Es wäre allerdings falsch, Fernsehen als Ganzes einem automatisierten, unbewussten Geschehen zuzuordnen. *Vielmehr ist es sinnvoll, von einer gemischten Aktivität zu reden:* Teile der Fernsehselektionen funktionieren nach intentionalen, subjektiv-rationalen Prinzipien, die vom Fernsehzuschauer auch gut benannt werden können; andere Teile sind heuristisch geleitet, unbewusst, strukturell bedingt (etwa das Gesamtangebot, das Freizeitbudget) oder unterliegen habituellen, automatisierten Mustern (vgl. BILANDZIC 2004). *Dieser Teil wird im Lauten Denken natürlich nicht rekonstruiert werden. Daher muss man den Geltungsbereich des Lauten Denkens genau abstecken:* Es wird der intentionale Anteil der Fernsehselektion erklärt; Verhaltensweisen, die einer solchen Erklärung nicht zugänglich sind, müssen mit Methoden erklärt werden, die nicht vom Selbstbericht abhängen (vgl. BILANDZIC 2011). Wenn man diese Reichweite theoretisch in empirischen Studien einkalkuliert und bei der Interpretation die Grenzen der Aussagekraft einhält, ist die Methode des Lauten Denkens ein Instrument, das reichhaltige Erkenntnisse über den Entscheidungsprozess liefert.

Ein großes Problem des Lauten Denkens kristallisiert sich in der Frage nach der Reaktivität. In mehrfacher Hinsicht können Veränderungen an ›natürlich‹ ablaufenden Prozessen erfolgen. Das Laute Denken kann mentale Prozesse in ihrer Struktur, Reihenfolge oder Geschwindigkeit ändern – je nach Aufgabe und Instruktion (vgl. RUSSO/JOHNSON/STEPHENS 1989). Hier ist es wichtig, die Grenzen der Methode zu kennen und sie entsprechend den Empfehlungen anzuwenden. Auf die Methodenkombination bezogen bedeutet Reaktivität auch, dass das Laute Denken einen Einfluss auf das zu beobachtende Verhalten haben kann. Bei gleichzeitigem Lau-

ten Denken wäre es möglich, dass das Verhaltensrepertoire auf Aktivitäten reduziert wird, die verbalisiert werden können. Auch kann die Konzentration auf das Laute Denken so intensiv sein, dass Probanden langsamer oder gar nicht mehr umschalten. Um diese Form der Reaktivität zu vermeiden, sollte bei Medienhandlungen stets das nachträgliche Laute Denken zur Anwendung kommen. Reduziert man mit dem nachträglichen Lauten Denken die Reaktivität, so entfernt es sich doch von den Gedanken der ersten, unbefangenen Rezeption und bringt wieder spezifische Probleme mit sich, etwa eine stärkere Selektion oder ein Verblässen der spontanen Gedanken oder eine Rationalisierung. Insofern ist die nachträgliche Verbalisation auch nicht ohne Fehler. Wenn die Erhaltung des Primärprozesses allerdings oberste Priorität haben soll (vgl. RUSSO/JOHNSON/STEPHENS 1989), stellt die retrospektive Variante mit all ihren Nachteilen immer noch einen guten Kompromiss dar.

Die umgekehrte Richtung, dass nämlich die Beobachtung einen Einfluss auf das Laute Denken hat, ist ebenso denkbar und wahrscheinlich, insbesondere beim nachträglichen Lauten Denken. Wenn der Strom der Fernsehhandlung schnell ist (etwa bei einer jungen Zielgruppe), kann das Verbalisieren nicht mehr mithalten. Es werden dann Gedanken ausgewählt oder zusammengefasst. Dieses Problem wird durch den audiovisuellen, in einem eigenen Tempo fortschreitenden Stimulus noch verschärft. Wenn Probanden sich im Nachhinein das eigene Fernsehverhalten noch einmal ansehen, dann läuft es am Bildschirm in genau dem Tempo ab, in dem die ursprüngliche Rezeption stattgefunden hat. Das heißt, dass die Zeit für die Verbalisierung vorgegeben ist. Die Option, die Aufzeichnung anzuhalten, wird in der Regel von Probanden nicht genutzt. Stattdessen ist anzunehmen, dass das Laute Denken gestrafft wird. Hier ist also ein variabler Fehler zu befürchten – bei schnellerer Selektivität steigt der Fehler der Methodenkombination.

4.3 *Reliabilität*

Wie bei allen offenen Erhebungsverfahren werden auch beim Lauten Denken die Probanden in die Lage versetzt, ohne Einschränkung innerhalb des eigenen Relevanzrahmens zu verbalisieren, und zwar in der Menge und Tiefe, die sie für richtig halten. Vor allem die Koppelung an die Beobachtung birgt Probleme: Es ist nicht sicher, dass eine Verbalisierung in der

Form auch immer wieder an der gleichen Stelle in der Fernsehnutzung geäußert wird. Noch schwieriger wird es bei einer negativen Schlussfolgerung: Wenn eine Verbalisierung nicht vorliegt, können wir nicht daraus schließen, dass der Prozess, der dadurch normalerweise indiziert wird, tatsächlich nicht stattgefunden hat. Das laute Denken folgt hier einer asymmetrischen Logik (die vermutlich typisch ist für viele qualitative Verfahren): Wenn ein Gedanke geäußert wird, können wir mit den Einschränkungen, die wir oben bei der Validität diskutiert haben, diesen als Indikator für einen mentalen Prozess nehmen. Wenn der Gedanke nicht geäußert wird, heißt es nicht, dass der Prozess nicht stattgefunden hat. Dieses grundsätzliche Problem wird virulent durch die Kombination mit der Beobachtung, die problemlos reliabel zu gestalten ist. Dadurch gerät man als Forscher leicht in die Versuchung, das Laute Denken zu quantifizieren und in einen regelhaften Bezug zum Verhalten zu setzen. Eine solche offene Methode kann jedoch schwerlich in ein strenges erklärendes Design überführt werden, eben weil die Reliabilität beim Lauten Denken hinter der Beobachtung zurückbleibt. Das heißt nicht, dass die Methode für eine Kombination mit Verhaltensdaten nicht brauchbar ist; es heißt nur, dass nicht jede Verhaltensweise regelhaft auf die Äußerungen im Lauten Denken zurückzuführen ist. Vielmehr muss man das Laute Denken und die Beobachtung nutzen, um Muster und typische Konstellationen zu identifizieren – über mehrere Probanden hinweg. Man wird dann zwar nicht alle Aktivitäten einer Einzelperson erklären können, wohl aber typische Erklärungsmuster in typischen Selektivitätskonstellationen. Ericsson und Simon (1993: 182) bezeichnen diese Vorgehensweise als »gegenseitige Validierung« durch ähnliche Äußerungen über mehrere Probanden hinweg: Wenn verschiedene Probanden immer wieder die gleichen Gedanken äußern, können die relevanten Ergebnisse auf immer wieder auftauchende Phänomene gestützt werden.

5. Fazit

Beachtet man einige theoretische und methodische Grundsätze, ist die Kombination des Lauten Denkens und der Beobachtung gerade in der Kommunikationswissenschaft eine vielversprechende Forschungsstrategie. Die Bestimmung der theoretischen Reichweite ist dabei von ganz zentraler Bedeutung: Das Laute Denken liefert nur Erklärungen für den

intentionalen Teil einer Fernsehhandlung. Nicht intentionale Faktoren wie Gewohnheiten oder Vorlieben können auf diese Weise nicht erhoben werden. Kombinationen mit nachgeschalteten fokussierten Interviews können die Ergebnisse um solche Faktoren erweitern. Auch Kombinationen mit standardisierten Befragungen sind in dieser Hinsicht wertvoll (vgl. BILANDZIC 1999).

Ein anderes Bündel nicht intentionaler Faktoren stellen formale Merkmale wie schnelle Schnitte, Kameraperspektive, Spezialeffekte oder Musik dar: Solche Merkmale können unwillkürliche Aufmerksamkeit und ein Verweilen auslösen. Unwillkürliche Aufmerksamkeit ist Zuschauern nicht bewusst und daher einem Selbstbericht nicht zugänglich. Eine weitergehende Kombination mit einer Inhaltsanalyse des Fernsehprogramms kann hier Klarheit schaffen über aufmerksamkeitsbezogene Erklärungsfaktoren (vgl. BILANDZIC 2004); auch Kombinationen mit Blickregistrierungsmessungen wurden bereits eingesetzt (vgl. DEFFNER 1984).

Das Laute Denken ist eine Methode, die in der Kommunikationsforschung fast immer sinnvoll mit anderen Methoden kombiniert werden kann und, richtig eingesetzt, reichhaltige Daten produziert. Eine Kombination mit der Beobachtung ist gerade bei der Erforschung von Medienrezeptionsprozessen ausgesprochen informativ, aber auch aufwendig. Eine Variante ist daher, statt vollständiger Gedankenprotokolle Gedankenauflistungen zu verwenden. Befragte werden dabei aufgefordert, eine gegebene Anzahl von Gedanken zu einem bestimmten Aspekt niederzuschreiben (vgl. SHAPIRO 1994). Der Vorteil ist, dass die Menge an zu verarbeitendem Material reduziert wird, man punktuell Gedanken erheben kann und die Gedanken durch die Befragten selbst strukturiert werden. Auf diese Weise lässt sich der Aufwand skalieren und dennoch die primäre Methode (Beobachtung, standardisierte Befragung) auf einfache Weise bereichern.

Literatur

- BILANDZIC, H.: Psychische Prozesse bei der selektiven Fernsehnutzung.
In: HASEBRINK, U.; P. RÖSSLER (Hrsg.): *Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration*. München [R. Fischer] 1999, S. 89-110
- BILANDZIC, H.: Situative Frames in der Dynamik der Fernsehrezeption.
Eine Inhaltsanalyse von Gedankenprotokollen zur selektiven Fern-

- sehnutzung. In: RÖSSLER, P.; S. KUBISCH; V. GEHRAU (Hrsg.): *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. München [R. Fischer] 2002, S. 75-95
- BILANDZIC, H.: *Synchrone Programmauswahl. Der Einfluss formaler und inhaltlicher Merkmale der Fernsehbotschaft auf die Fernsehnutzung*. München [R. Fischer] 2004
- BILANDZIC, H.: Triangulation. In: W. DONSBACH (Hrsg.): *The International Encyclopedia of Communication*. Oxford, UK, Malden, MA [Wiley-Blackwell] 2008, S. 5178-5180
- BILANDZIC, H.: Media choice on a micro level: On-line selective strategies in watching television. In: T. HARTMANN (Hrsg.): *Evolving perspectives on media choice: A theoretical and empirical overview* [Routledge] 2009, S. 203-220
- BILANDZIC, H.: Zur Komplementarität qualitativer und quantitativer Methoden bei der Konstruktion einer Theorie mittlerer Reichweite in der Kommunikationswissenschaft. In: A. FAHR (Hrsg.): *Zählen oder Verstehen? Zur aktuellen Diskussion um die Verwendung quantitativer und qualitativer Methoden in der empirischen Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] 2011, S. 144-159
- CRUTCHER, R.: Telling what we know: The use of verbal report methodologies in psychological research. In: *Psychological Science*, 5, 1994, S. 241-244
- DEFNER, G.: *Lautes Denken – Untersuchung zur Qualität eines Datenerhebungsverfahrens*. Frankfurt/M. [Peter Lang] 1984
- ERICSSON, K. A.; H. A. SIMON: *Protocol analysis: verbal reports as data*. 3. Aufl. Cambridge, London [The MIT Press] 1993
- FLICK, U.: *Triangulation. Eine Einführung*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2004
- GEHRAU, V.: *Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz [UVK bei UTB] 2002
- HEETER, C.: The choice process model. In: HEETER, C.; B. S. GREENBERG (Hrsg.): *Cableviewing*. Norwood [Ablex] 1988, S. 11-32
- HEETER, C.; B. S. GREENBERG: Profiling the zappers. In: HEETER, C.; B. S. GREENBERG (Hrsg.): *Cableviewing*. Norwood [Ablex] 1988, S. 67-73
- JÄCKEL, M.: Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. In: *Medienpsychologie*, 4, 1992, S. 246-266

- KATZ, E.; J. G. BLUMLER; M. GUREVITCH: Utilization of mass communication by the individual. In: BLUMLER, J. G. ; E. KATZ (Hrsg.): *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA [Sage] 1974, S. 19 - 32
- KELLE, U.: *Empirisch begründete Theoriebildung. Zur Logik und Methodologie interpretativer Sozialforschung*. 2. Aufl. Weinheim [Deutscher Studienverlag] 1997
- KOSCHEL, F.; H. BILANDZIC: Erklärt oder verstanden? Zur Kausalität der Handlungserklärung in der empirischen Kommunikationsforschung. In: WIRTH, W.; E. LAUF; A. FAHR (Hrsg.): *Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Band 1: Einführung, Problematisierungen und Aspekte der Methodenlogik aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive*. Köln [Herbert von Halem] 2004, S. 39 - 59
- KVALE, S.: The social construction of validity. In: *Qualitative Inquiry*, 1, 1995, S. 19 - 40
- NIEMEYER, H.-G.; J. M. CZYCHOLL: *Zapper, Sticker und andere Medientypen. Eine marktpsychologische Studie zum selektiven TV-Verhalten*. Stuttgart [Schäffer-Poeschel] 1994
- PALMGREEN, P.; J. D. RAYBURN: An expectancy-value approach to media gratifications. In: ROSENGREN, K.-E.; L. A. WENNER; P. PALMGREEN (Hrsg.): *Media gratifications research. Current perspectives*. Beverly Hills [Sage] 1985, S. 61 - 72
- PREIN, G.; U. KELLE; S. KLUGE: *Strategien zur Integration quantitativer und qualitativer Auswertungsverfahren*. Arbeitspapier Nr. 19. Bremen: Vorstand des Sfb 186 1993
- RUBIN, A. M.: Uses and Gratifications: An evolving perspective of media effects. In: NABI, R. L.; M. B. OLIVER (Hrsg.): *The SAGE handbook of media processes and effects*. Thousand Oaks [Sage] 2009, S. 147 - 159
- RUSSO, J. E.; E. J. JOHNSON; D. L. STEPHENS: The validity of verbal protocols. In: *Memory & Cognition*, 17, 1989, S. 759 - 769
- SHAPIRO, M. A.: Think-aloud and thought-list procedures in investigating mental processes. In: LANG, A. (Hrsg.): *Measuring psychological responses to media messages*. Hillsdale, NJ [Lawrence Erlbaum] 1994, S. 1 - 14
- SMITH, E.; F. MILLER: Limits on perception of cognitive processes: A reply to Nisbett and Wilson. In: *Psychological Review*, 76, 1978, S. 211 - 224
- TRABASSO, T.; J. P. MAGLIANO: Conscious understanding during comprehension. In: *Discourse Processes*, 21, 1996, S. 255 - 287

- WALKER, J. R.; R. V. BELLAMY: Gratifications of grazing: an exploratory study of remote control use. In: *Journalism Quarterly*, 68, 3, 1991, S. 422 - 431
- WEBER, M.: *Soziologische Grundbegriffe*. Tübingen [UTB] 1921/1984
- WEIDLE, R.; A. C. WAGNER: Die Methode des Lauten Denkens. In: HUBER, G.; H. MANDL (Hrsg.): *Verbale Daten. Eine Einführung in die Grundlagen und Methoden der Erhebung und Auswertung*. 2. Auflage. München, Weinheim [Psychologie Verlags Union] 1994, S. 81-103
- WILSON, T.: The proper protocol: Validity and completeness of verbal reports. In: *Psychological Science*, 5, 1994, S. 249 - 252
- ZILLMANN, D.; J. BRYANT (Hrsg.): *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, NJ [Erlbaum] 1985