

Holger Schramm

Mood Management durch Musik

Die alltägliche Nutzung von Musik zur Regulierung von Stimmungen

Köln: Herbert von Halem Verlag, 2005. – 272 S.

ISBN 3-931606-85-6

Die Rezeption von Musik ist ein alltägliches Phänomen, das bisher in der Medien- und Kommunikationswissenschaft nur unzureichend Berücksichtigung gefunden hat. Holger Schramm hat im Rahmen seiner Dissertation die vorliegenden Forschungsarbeiten systematisiert und berichtet über empirische Studien, die zur Prüfung der Mood-Management-Theorie für die Musikrezeption durchgeführt wurden. Im Kern besagt dieser Ansatz, dass die hedonistischen Rezipienten diejenigen Angebote auswählen, die ermöglichen, positive Stimmungen aufrechtzuerhalten und negative abzubauen.

Nach einleitenden Kapiteln, die u. a. Begriffsklärungen, der Darstellung der Mood-Management-Theorie und der vorliegenden (begrenzten) Daten zum Musikangebot gewidmet sind, werden die potentiellen Einflussvariablen auf die Musikrezeption anhand eines in der Tradition des „Uses-and-Gratifications“-Ansatzes entwickelten Feldschemas zusammengestellt.

Zur Systematisierung der vorliegenden Studien zur Musikrezeption orientiert sich Holger Schramm an der gängigen Unterscheidung zwischen einer präkommunikativen, einer kommunikativen und einer postkommunikativen Phase. Entsprechend der zentralen Aussagen der Mood-Management-Theorie liegt der Schwerpunkt weniger auf Fragen der Wirkung von Musik (postkommunikative Phase) als vielmehr auf der Frage nach den Motiven, Zielen und Funktionen von Musik insbesondere zur Stimmungsregulation (präkommunikative Phase). Außerdem findet ein Ansatz Berücksichtigung, in dem zwischen verschiedenen Hörstilen unterschieden wird (kommunikative Phase).

Im Folgenden werden die Ergebnisse dreier Studien vorgestellt. Zunächst erfolgten Leitfadeninterviews. Aufbauend auf den Ergebnissen wurde im zweiten Schritt eine Telefonbefragung durchgeführt. Beide Studien waren Teil eines von der DFG geförderten Projektes.

Schließlich wurde vom Autor im Rahmen einer Lehrveranstaltung eine experimentelle Studie entwickelt und durchgeführt. Zur experimentellen Variation sollten Stimmungen induziert werden. Der Manipulation Check zeigte jedoch, dass die Induktion nicht gelungen war, so dass eine Auswertung im streng experimentellen Sinne nicht möglich war.

Die Darstellung der vorwiegend deskriptiven Ergebnisse erfolgt äußerst detailgenau. Trotz der Vielzahl der Auswertungen bleibt die Darstellung übersichtlich. Zentrale Ergebnisse sind die Replikationen der Arbeiten zu so genannten Meta-Emotionen und zur Unterscheidung von Hörertypen. Einige Formulierungen, die der Autor bei der Darstellung der Ergebnisse wählt, hinterlassen allerdings eine gewisse Irritation: „Die Hypothese 1 kann also auf Basis dieser Ergebnisse mehr oder weniger als bestätigt angesehen werden (S. 221).“ „Studie 3 kann diese Zusammenhänge jedoch nur auf nicht-signifikantem Niveau bestätigen (S. 238).“ Ein „neuer, innovativer Weg der Datenverdichtung mit Implikationen für anschauliche Interpretationen der Ergebnisse“ (S. 243) sei besprochen worden. Die Diskussion der Ergebnisse erfolgt leider nicht konsequent im Rückgriff auf die theoretischen Ansätze.

Insgesamt legt Holger Schramm eine Systematisierung des Forschungsfeldes vor, die sich an kommunikationswissenschaftlichen und medienpsychologischen Standards orientiert. Bereits vorliegende, vergleichbare Arbeiten werden ergänzt, indem der Fokus auf die präkommunikative Phase gerichtet wird. Letztlich orientiert sich Schramm an den grundlegenden Aussagen der heute von vielen Seiten kritisierten „Ur-Theorie“ (S. 41) des Mood Management. Neuere Ansätze wie Mood Adjustment werden zwar erwähnt, jedoch für die Hypothesenformulierung nicht genutzt. Für zukünftige Arbeiten zur Musikrezeption scheint es ratsam, zunächst Theorienentwicklung zu betreiben und nicht an der (Ur-)Theorie des Mood Management bei fortschreitender Exhaustion festzuhalten. Das Phänomen der Stimmungsregulation muss grundsätzlich neu konzipiert werden. Auf dieser Basis können Experimente geplant werden, die die vielfach berichteten Probleme der Stimmungsinduktion kreativ lösen. Die Arbeiten zu den Hörertypologien erneut aufzugreifen und einen konfirmatorischen Test anzustreben, scheint ebenfalls viel versprechend.

Deutlich wird bei der Lektüre – wenn auch mehr am Rande –, dass es für die Medien- und Kommunikationswissenschaft wichtig ist, verlässliche Zahlen zur Musikrezeption zu erhalten. Insbesondere der (stark genutzte) Hörfunk und die Tatsache, dass Musikhören eine potentielle Paralleltätigkeit ist, sollten eine zentrale Rolle spielen. In diesem Zusammenhang sind dann auch die von Schramm kritisierten Tagesabläuferhebungen in Betracht zu ziehen.

Mit seinem Buch hat Holger Schramm eine leicht verständliche Einstiegslektüre vorgelegt, die die Konzeption weiterer Studien erleichtert. Letztlich ist jedoch noch offen, welche Variablen, in welcher Kombination inter- und intra-individuelle Unterschiedlichkeit bei der Musikrezeption bedingen und welche Persönlichkeitsmerkmale zu berücksichtigen sind (S. 241).

Monika Suckfüll

Friedrich Krotz

Neue Theorien entwickeln

Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung

Köln: Herbert von Halem Verlag, 2005. – 315 S.

ISBN 3-931606-64-3

Das Generieren von gegenstandsbezogenen Theorien ist eines der Hauptziele der qualitativ orientierten Sozialwissenschaften und dabei nicht nur für Forschungseinsteiger eine der größten Herausforderungen. Erleichtern unzählige theoretische und praktische Einführungen in konkrete Forschungsmethoden mehr oder weniger eloquent die konkrete wissenschaftliche Arbeit, halten sich die meisten Autoren dezent zurück, wenn es darum geht, wie genau und forschungspraktisch stringent und nachvollziehbar Theorien aus den untersuchten Daten abgeleitet werden. Genau in diese Lücke, ein Mangel an diesbezüglichen Ausführungen ist wirklich nicht zu leugnen, stößt Friedrich Krotz erfolgreich mit dem vorliegenden Titel.

Sein Anliegen ist es, wie er in der Einführung schreibt, „eine wissenschaftstheoretisch fundierte und anwendbare Einführung in die theoriegenerierende Forschung“ (S. 16) zu geben. Diese richtet sich an Forscher und Studierende

gleichermaßen, verbunden mit dem Ziel, zu erklären, wie sozialwissenschaftliche Theorien gebildet werden, um letztlich Forschungsfragen beantworten zu können. Dabei greift er auf die ausführliche und durch konkrete Forschungsbeispiele praxisnahe Herleitung und anwendungsbezogene Erläuterung dreier Verfahren zurück: der Grounded Theory, der heuristischen Sozialforschung sowie der Ethnographie.

Den umfangreichen Einstieg in dieses Vorhaben liefert im ersten Teil des Buches eine Grundlegung zur Logik theoriegenerierender Forschung. Diese setzt sich zusammen aus der Begründung der Notwendigkeit diesbezüglicher Verfahren, der Diskussion von Basisannahmen theoriegenerierender Forschung sowie der Konkretisierung der hierauf basierenden Forschungspraxis. Dabei kommt der Autor ohne die üblichen Rechtfertigungen dieser Forschungstradition, resultierend aus der Gegenüberstellung und Abgrenzung von qualitativer und quantitativer Forschung, aus. „Wie immer ich forsche, nach welchen Verfahren ich vorgehe und welche Methode der Datenerhebung ich anwende – alles hat einen Einfluss darauf, was ich von der „Wirklichkeit“ als relevant zulasse und was ich als Ergebnis akzeptiere – als Beschreibung oder Theorie“ (S. 37). Vielmehr versucht er, in gelungener und anschaulicher – ja spannender – Art und Weise, die Logik und Grundannahmen aus sich heraus zu bestimmen und immer wieder alltagsnah zu fundieren. Unterstützend kommt dabei der Lehrbuchcharakter des gesamten Buches hinzu, der den Leser immer wieder direkt und indirekt anspricht. „Machen Sie sich klar, wie theoriegenerierende Forschung funktioniert“ (S. 294). Zahlreiche und kursiv hervorgehobene Zusammenfassungen und Wiederholungen erleichtern die Nachvollziehbarkeit und das Verständnis erheblich.

Im zweiten Teil stellt Krotz die Grounded Theory, die heuristische Sozialforschung sowie die Ethnographie als theoriegenerierende Verfahren detailliert vor, wobei er stets von der Grundidee bzw. den Hintergründen ausgehend die Forschungslogik und das methodische Vorgehen beschreibt, um mit der Diskussion von Beispielen aus der konkreten Forschungspraxis, der Kommunikationsforschung zu schließen. Die Einzeldarstellungen der Verfahren sind nachvollziehbar und gewinnend beschrieben, auch hier bilden die zahlreichen Zusammenfassungen und Hinführungen nicht nur