

Hans Jürgen Wulff

Graham Mytton (ed.): Global Audiences. Research for Worldwide Broadcasting 1993

1994

<https://doi.org/10.17192/ep1994.3.4811>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wulff, Hans Jürgen: Graham Mytton (ed.): Global Audiences. Research for Worldwide Broadcasting 1993. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 11 (1994), Nr. 3, S. 354–355. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1994.3.4811>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Graham Mytton (ed.): Global Audiences. Research for Worldwide Broadcasting 1993

London, Paris, Rom: John Libbey 1993 (BBC World Service / BBC International Broadcasting Audience Research Series), 233 S., £ 24,-

Die zunehmende Bedeutung der Satellitenübertragung verändert auch das Profil der international orientierten Programme, zu denen neben BBC World Service auch Voice of America oder die Deutsche Welle gehören. Vorliegende Studie ist ein erster Versuch, im internationalen Maßstab die Nutzung, Programmpräferenzen, Images des Senders und dergleichen mehr

zu dokumentieren. Die Erhebung der Daten erfolgt im Idealfall mit den üblichen Methoden der Telemetrie, die Koordination der internationalen Erhebung erfolgt durch die Forschungsabteilung des BBC World Service (International Broadcasting Audience Research [IBAR]). Einige der Daten des Bandes entstammen der Zuschauerforschung der US-Stationen Radio Liberty und Radio Free Europe. In vielen Ländern ist Zuschauerforschung noch gänzlich unbekannt (so ist der Bericht über Senegal der erste seiner Art überhaupt). Die Daten sind zumeist gestützt auf einen Fragebogen des IBAR, in dem die Zugänglichkeit von Radio und Fernsehen, die Tageszeiten des Medienkonsums, die Benutzung fremdsprachiger Sender und von Satellitenfernsehen, Programmpräferenzen sowie die Einschätzungen von Sendern erhoben wurden.

BBC World Service hat insgesamt ca. 37 Millionen Zuhörer. Der vorliegende Report berichtet über die Mediennutzung sehr unterschiedlicher Referenzsamples: Länderüberblicke werden gegeben über Ghana, Senegal, Zambia und die indische Provinz Madhyah Pradesh; einige Berichte beziehen sich auf städtische Publika (Moskau, St. Petersburg und Kiew; Sofia; Maputo in Mozambique; Luanda in Angola; zentrale russische Städte); andere Berichte verfolgen Spezialprobleme: z.B. zur Rolle des Radios als einer Nachrichtenquelle während des Golfkriegs in Arabien und Ägypten; Images und Funktionen der BBC im Informationsverhalten von tschechischen Bürgern nach der "velvet revolution"; zur Akzeptanz der Wissenschaftsprogramme der BBC.

Der Band ist zweifelsohne interessant für jeden, der sich für Mediennutzung außerhalb der westlichen Industrienationen interessiert. So aufschlußreich viele der Daten aber sind, machen sie doch schmerzlich deutlich, wie wenig bis heute über die Mediensysteme insbesondere der Dritten Welt bekannt ist: In welchem Ensemble von Informations- und Unterhaltungsangeboten die spezifische Rezeption der internationalen Programme steht, bleibt der blinde Fleck der Untersuchung.

Hans J. Wulff (Westerkappeln)