

Literaturbesprechung

Jo Reichertz und Thomas Unterberg (Hg.):

Tele-Kulturen – Fernsehen und Gesellschaft.

Berlin: edition triad, 1998.

Erste Auflage.

36,00 DM, 255 Seiten.



Der Traum vom Sehen

Die Verschiebung der Arbeits-segmente vom Berg- und Stahlbau hin zur medienökonomischen Konzentration ist dem Ruhrgebiet geglückt. Davon zeugte auch die Oberhausener Ausstellung „Der Traum vom Sehen. Zeitalter der Televisio-nen“ im Sommer 1997. Hierzu wurde nun von den Kommunika-tionswissenschaftlern Prof. Dr. Jo Reichertz und Dr. Thomas Unterberg ein Buch herausge-gben, das unter dem Titel „Tele-Kulturen. Fernsehen und Gesell-schaft“ die begleitenden Vorträ-ge und Diskussionen dokumen-tiert.

Die Aufsatzsammlung wurde inhaltlich in fünf Bereiche ge-gliedert: „Gesellschaftliche Kul-tur und Fernsehen“, „Kidz ‘n Crime“, „Der beobachtete Zu-schauer“, „Interaktives Fern-sehen“ und schließlich „Zukunft der Medien – Medien der Zu-kunft“. Protokolle der Diskussion zwischen Publikum und Autoren schließen die jeweiligen Kapitel ab – fast ein demokratisches Forum also.

Bei einer Teilnahme von rund 23 Autoren ist es verständlich, keine einheitliche Sicht in Qua-lität und Quantität ausmachen zu können. Dies ist auch nicht Anliegen der Publikation, viel-

mehr sollte eine durchaus oppositionelle Haltung als diskursive Praktik betrachtet werden, was bei solchen Gegenständen wie öffentlich-rechtlichem versus privatem Fernsehen unvermeidlich zu sein scheint.

Thomas Unterberg stellt in seinem erstem Beitrag sehr unterschiedliche Wirkungsmöglichkeiten von Massenmedien dar, die sich aus der historischen Weiterentwicklung erklären lassen: vom Stimulus-Response-Modell (S. 17), zu Beginn dieses Jahrhunderts entwickelt, bis hin zum prozeß-orientierten Nutzen-Ansatz der Medien gegenüber ihrem Publikum (vgl. Fritz/Schönbach 1982). Nach Unterberg kann man es als Fazit ansehen, daß sich Thesen über Wirkungen von Medien und Mediengesellschaften ständig prozeßhaft verändern und einander in ihrer Innovation bedingen. Durch Dietrich Leders Rückblick auf den Beginn der Fernsehgeschichte erfahren wir, daß man Ende der 20er Jahre die Technik des bereits 1884 von Paul Nipkow erfundenen Apparates so weit entwickelt hatte, daß es tatsächlich möglich war, „Bilder eines bestimmten Gegenstands vom Ort A zum Ort B zu transportieren“ (S. 33). Der Autor sieht darin den „Wunsch nach Ubiquität – also nach Ortsungebundenheit oder weltweiter gottgleicher Präsenz“ (ebd.). In den 50er Jahren kam der Fernsehapparat als Möbel in die Privathaushalte. Damit richteten sich auch die Menschenblicke vermehrt auf das TV. Die bis heute altbekannte Kulturkritik, daß das Fernsehen keine Aufklärungsfunktion habe, möchte der Autor nicht bedienen. Ebenso wenig vertritt er die These, daß Aufklärung in und durch das Fernsehen gelänge. Die Wahrheit liegt laut Leder dazwischen.

Eine erweiterte Position eröffnet Norbert Bolz: „Erst das Fernsehen hat Angstbereitschaft habitualisiert; seither beginnt jeder Tag mit einer Katastrophe...“

Der neue Volkssport Media Bashing verkennt die große Kulturleistung gerade des Fernsehens, nämlich Angstbereitschaft und Irritabilität der Gesellschaft zu trainieren. Im Klartext: Fernsehen macht modernitätssüchtig. Doch hinter dieser Moderne steht kein philosophisches Projekt mehr, sondern der Selbstvollzug des Medienverbundes...“ (S. 48). Eine weitergehende Begründung dieser zynischen Behauptung bleibt er schuldig. Der Selbstvollzug des Medienverbundes kann nur so gut oder schlecht sein, wie beispielsweise Gesetzesrichtlinien normative und ethische Listen einer Demokratie berücksichtigen.

Für Inge von Bönninghausen erfüllt der Journalismus wie das Fernsehen durch seine Informationsvermittlung einen Warencharakter. An- und Verkauf der Information werden größtenteils durch Sicherung von Marktanteilen und Einschaltquoten bestimmt. Sie wünscht sich, etwas allgemein formuliert, eine bessere Kommunikation zwischen Programmanbietern und Konsumenten.

In der das Kapitel abschließenden Diskussion werden die einzelnen Positionen nochmals verhandelt, wobei das Publikum zu einer weit pragmatischeren Sicht der Medienwirksamkeit in der Historie bis heute kommt als die Autoren: „Wir haben Erwartungshaltungen in der Diskussion... Und wir haben die Möglichkeit, uns zu identifizieren oder Abstand davon zu nehmen. Und das ist vielleicht Medienwirksamkeit...“ (S. 61).

Den zweiten Schwerpunkt „Kidz 'n Crime“ leitet Thomas Unterberg mit bekannten Annahmen zur Wirkung von Gewalt im Fernsehen ein: die Thesen von Katharsis, Stimulation, Inhibition, Habitualisierung und Imitation (S. 66).

Dieter Czaja bearbeitet in seinem Beitrag die Zusammenhänge medialer Gewalt und wirklicher Gewalt aus Sicht des Jugendschutzes. Einleitend erläutert er, warum auf die Stimulationsthese beim Thema Jugendgewalt zurückgegriffen wird.

Er nennt sie kognitiv attraktiv mit einer nach außen gerichteten Schuldzuweisung: „Es ist befriedigender, ‚den Medien‘ Schuld zu geben, als ‚gesellschaftlichen Strukturen‘, ‚die Familie‘, ‚Erziehung‘ oder gar ‚Politik‘ verantwortlich zu machen... Mit dieser Einschätzung will ich unser Medium keinesfalls aus seiner gesellschaftlichen Verantwortung entlassen... Wirkungen von Fernsehprogrammen sind nur vor dem Hintergrund familiärer und gesellschaftlicher Verhältnisse und Veränderungen zu begreifen“ (S. 69). Wichtig sind ihm die verschiedenen Wirkungskomponenten von Gewaltdarstellungen im Fernsehen und altersbedingte Rezeptionsunterschiede: „Eine pauschale Ablehnung von Gewaltdarstellungen – zumindest aus Sicht des Jugendschutzes – macht keinen Sinn“ (S. 74).

Im Kinderfernsehen, wie es Margrit Lenssen schildert, suchen die Kleinen Identifikationsfiguren und dabei am liebsten Helden, die in der Erzählstruktur nach Alter und Geschlecht divergieren. Mädchen bevorzugen lebensnahe Geschichten mit Beziehungsinhalten und Jungen eher actionbezogene Handlungen. Beiden ist der Wunsch nach Orientierung und

Wissensbefriedigung gemeinsam: „Daß die Wünsche der Kinder durch existierende Angebote zum Teil kommerziell geprägt und vorgeformt sind, muß dabei mitgedacht werden. ProgrammacherInnen sollten den Mut haben, an den Anliegen der Kinder orientierte Gegenangebote zu machen“ (S. 79).

An dieser Stelle schließt sich die „Serielle Rettung der Welt: die Power Rangers“ in der Betrachtung von Jo Reichertz an. Als „sinnvolles Errettungsmärchen für Kinder der 90er“ (S. 94) mit Helden ihresgleichen ist es für den Autor maßgeblich, in welcher Relation und mit welchen Bezugspunkten die dargestellte Gewalt gezeigt wird. Hierüber entscheidet dann auch ihr Wirkungspotential.

Kurt-Henning Schober erläutert in seinem Beitrag „Jugendschutz im digitalen Fernsehen“ die existierenden gesetzlichen Bestimmungen, wobei er besonders auf die neuen Herausforderungen hinweist. Und in der folgenden Publikumsdiskussion zu „Kidz 'n Crime“ resümiert Thomas Unterberg recht dürftig: „Gewisse mediale Gewaltdarstellungen können auf gewisse Kinder und Jugendliche in gewissen Situationen gewisse Wirkungen haben...“ (S. 110).

Unter dem Titel „Der beobachtete Zuschauer“ untersucht dann Thomas Windgasse Einflußmethoden der Medienforschung bei einem öffentlich-rechtlichen Rundfunksender. In acht Punkten thematisiert er u. a. die Einflüsse von Quoten und Marktanteilen auf die Programmgestaltung und die Nutzlosigkeit von Reichweitenmessung als Qualitätsgarant für Sendungen.

Auch Birgit Guth kritisiert die Quote als wirtschaftliche Macht, als interne Macht, als Werbe-

industrieträger und natürlich als politische Macht. „Die Frage am Montag ist nicht, wie war ich, sondern wieviele waren's (Frank Elstner)“ (S. 121). Nicht Qualität, sondern Quantität sind hiernach relevant.

Demgegenüber setzt Christian Seifert mit seinem Text „Was ihr wollt – Oder: das Wechselspiel zwischen Menschen und Medien“ wieder auf eine ökonomische Auffassung: „Ein Privatsender kann gar nicht anders, als seine Zuschauer und deren Präferenzen ernst zu nehmen. Jeder Sender ist ein Unterhaltungs- und Informationsdienstleister des Kunden. Wer das vergißt, hat im zukünftigen Wettbewerb keine Überlebenschance“ (S. 134).

Ulrich Spies formuliert in seinem fundierten Beitrag die Frage: „Qualitätsfernsehen oder Trash TV?“ Er bezeichnet das Fernsehen zu Recht als das Leitmedium des 20. Jahrhunderts, „verbringt doch ein Durchschnittszuschauer täglich 200 Minuten vor der Glotze... Überdurchschnittlicher Fernsehkonsum führt bei Jüngeren zu sekundärem Analphabetismus (vgl. Agenda 29, Juli/August 1997)“ (S. 135) und zu Sprachentwicklungsstörungen. Hinzu verstärken veränderte Familienverhältnisse und zu früh einsetzende „Mediengewohnheiten“ diese Entwicklung. Der Autor sieht den Weg einer Zweiklassengesellschaft im Mediengebrauch vorgezeichnet: Kompetenz versus Vielseherei. Anhand der Fernsehgestaltung der 50er Jahre bis heute zieht Spies folgende Schlußfolgerung: „Die einst der Aufklärung verpflichtete Trias aus Informationen, Bildung und Unterhaltung ist zur Daueroffensive von Infotainment, Edutainment und Entertainment mutiert“ (S. 137). Die

Qualität des Fernsehprogramms habe sich seit Mitte der 80er Jahre durch die Einführung der dualen Rundfunkordnung stetig reduziert. Spies fordert daher wieder größere Vielfalt statt Einfalt, sonst würde das Fernsehen in ein paar Jahren ähnlich negativ bewertet werden wie es heute in den USA schon der Fall ist. Im Abschnitt über das interaktive Fernsehen (kurz iTV) werden wir aus unterschiedlichen Perspektiven über die neuen technischen Nutzungsmöglichkeiten, Chancen und Gefahren informiert. An dieser Stelle sei den Lesern Erich Glaesers Beitrag „Silicon Graphics – Das Intranet als Firmenphilosophie“ empfohlen, der sich mit dem Thema Globalisierung hinsichtlich der weltweiten Unternehmenverquickung befaßt. Leider eröffnen die weiteren Beiträge von Franz Stollenwerk, Josef Schäfer und Gisela Losseff-Tillmanns eine vorwiegend ökonomische Sicht auf das interaktive Fernsehen, ohne die kulturellen, soziologischen und familiären Aspekte in gleicher Weise zu berücksichtigen. Auch die anschließende Diskussion vertieft diese Richtung nicht. Die „Zukunft der Medien“ eröffnet uns schließlich Wolfgang Clement, zu dem Zeitpunkt noch Wirtschaftsminister Nordrhein-Westfalens: „Die deutsche Fernsehlandschaft wird im nächsten Jahrzehnt eine duale sein; und das in vierfacher Hinsicht. Neben öffentlich-rechtlichen und privaten wird es sich weitergehend in analogen und digitalen Programmen strukturieren, in Free- und Pay-TV, als Massenmedium und als Medium der Individualkommunikation.“ In seiner Betrachtung werden wiederum rein ökonomische Gesichtspunkte vorgestellt, die also nur über einen Teilaspekt

aussagen, was gerade bei den Zukunftsperspektiven des Mediums ein Manko darstellt. Aber auch Norbert Schneider (Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen) und Helmut Thoma (RTL) folgen in ihren Beiträgen derartigen Überlegungen zur Neugestaltung unserer Fernsehlandschaft. In den vorgestellten Artikeln und Diskussions-Statements können manche Qualitätsunterschiede festgestellt werden. Bei einer Sammlung von Beiträgen ist dies nicht verwunderlich, zumal divergierende Fachrichtungen der Medienforschung beteiligt sind. Eine soziologische Betrachtung der Problemstellungen ist weitaus farbiger zu formulieren, als Statistiken über Einschaltquoten zu verfassen. Das Buch bietet inhaltliche Auseinandersetzung und Information zum Thema Fernsehen und Gesellschaft. Hierin wendet es sich an ein Publikum, das sich allgemein informieren möchte. Als einen hochwissenschaftlichen Beitrag zur Medienentwicklung ist diese Arbeit nicht zu definieren.

Tanja Schmidt

Gewalt als Unterhaltung

Mögliche Wirkungen von Gewalt in medialen Darstellungen sind in der letzten Zeit vor allem im Zusammenhang mit dem Fernsehen untersucht worden. Während die Fernsehrezeption ein recht gut untersuchtes Feld ist, sind empirische Studien, die sich mit der Rezeption von Filmen auseinandersetzen, rar. Die britische Gewalt- und Medienforscherin Annette Hill hat nun eine qualitative Studie zum Umgang von Zuschauern mit Gewaltfilmen vorgelegt. Bei ihrer Untersuchung verließ sie sich nicht auf Fragebögen, sondern führte Gruppendiskussionen mit sogenannten Fokusgruppen durch. Das ist eine Methode, bei der Gesprächsgruppen nach einem bestimmten Thema zusammengestellt werden – in diesem Fall mußten die Teilnehmer an den Gruppendiskussionen mindestens drei der acht Filme, um die es ging, gesehen haben, sie mußten älter als 18 Jahre sein, und sie durften nicht selbst über Medien oder Gewalt forschen. So konnten für die Diskussionen insgesamt 36 Personen (20 Männer, 16 Frauen) im Alter von 18 bis 50 Jahren gewonnen werden, wobei 26 Personen unter 30 Jahre alt waren und von denen zehn unter 20 Jahre alt. Das entspricht in etwa auch der Altersverteilung der Zuschauerschaft der ausgewählten Filme in den britischen Kinos. Die ausgewählten Filme für die Studie waren: *Reservoir Dogs* (Quentin Tarantino, USA 1992), *Pulp Fiction* (Quentin Tarantino, USA 1994), *True Romance* (Tony Scott, USA 1993), *Natural Born Killers* (Oliver Stone, USA 1994), *Man Bites Dog* (Remy Belvaux, André Bonzel, Benoit Poelvoorde, Belgien 1992), *Henry, Portrait of a Serial*

Killer (John McNaughton, USA 1990), *Bad Lieutenant* (Abel Ferrara, USA 1992) und *Killing Zoe* (Roger Avary, USA 1994).

Zugleich problematisiert Hill den Begriff „Gewaltfilm“ (violent movies). Zwar wurden die Filme ausgewählt, weil sie mit diesem Charakteristikum in der öffentlichen Diskussion waren, aber der Begriff wurde den Diskussionsgruppen nicht aufgedrungen. Begriffe wie „Gewaltfilm“ und „Desensibilisierung“ wurden in den Gruppendiskussionen erst gebraucht, wenn sie von den Teilnehmern selbst ins Spiel gebracht wurden. Auf diese Weise ist in der Untersuchung von Hill sehr vorsichtig mit der Kennzeichnung „Gewaltfilm“ umgegangen worden. Bereits hier wird deutlich, daß sich diese Studie in exzellenter Weise an den Kriterien qualitativer Sozialforschung orientiert. Denn da stehen nicht die Vorannahmen der Wissenschaftler über den Untersuchungsgegenstand im Mittelpunkt, sondern das Wissen und das Erleben der Rezipienten.

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt in fünf Kapiteln, die sich mit den Kriterien der Auswahl eines Gewaltfilmes befassen, der Aktivität des Anschauens von Gewaltfilmen, dem Aufbau von Beziehungen zu den Charakteren, den Hemmschwellen und der Selbstzensur der Zuschauer sowie der Frage nach der Unterhaltung bei Gewaltfilmen. Hinzu kommt ein Kapitel, in dem ausführlich die Ergebnisse einer Fallstudie zur Rezeption von *Reservoir Dogs* dargestellt werden. Ein abschließendes Kapitel enthält in zehn Thesen die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse. Hier soll nicht ausführlich auf alle Ergebnisse eingegangen werden. Drei meines Erachtens bemerkenswerte



Annette Hill:
Shocking Entertainment.
Viewer Response to Violent Movies. London: University of Luton Press (published by John Libbey Media), 1997. 57,00 DM, 131 Seiten.