

chung überhaupt stattfand. Ein Satz im Vorwort legt die Vermutung nahe, dass die Daten bereits 1996 erhoben wurden.

Nach einer zumeist redundanten Methodendiskussion (z. B. S. 62: „Prozentwerte geben an, wie groß der Anteil der Befragten (bezogen auf 100) ist,...“) präsentiert Bodin die hypothesenrelevanten Ergebnisse systematisch und übersichtlich. Zwar leidet jede/r fünfte Journalist/in an Burnout, vor allem Jüngere, eher Frauen und insbesondere Agenturjournalist/innen. Doch im Vergleich zu anderen Sozialberufen ist das Ausgebranntsein im Journalismus eher unterdurchschnittlich verbreitet. JournalistInnen mit hohen Burnout-Werten erleben zumeist beruflich-private Rollenkonflikte. Sie können signifikant häufiger als ihre KollegInnen die Anforderungen an ihren Beruf nicht mit ihrem Privatleben (Familie, Partnerschaft, Freundschaft) vereinbaren. Eine idealistische (pädagogisch motivierte) Berufsauffassung selbst ist offenbar kein Grund für Ausgebranntsein. Obwohl wenig Recherchezeit und Zeitdruck Stress erzeugen, haben die journalistischen Ansprüche nur einen geringen Einfluss auf den Burnout. Ausgebrannte erhalten zwar für ihre Arbeit wenig Feed-back, vor allem von den Publikum, doch sind die Korrelationen zwischen Burnout und Rückmeldung zu schwach, um klare Aussagen treffen zu können.

Bodins Ergebnisse vermitteln zwar zahlreiche Denk- und damit Forschungsanstöße, aber generell ist zu bemängeln, dass die sozialisatorischen, inner- und außermediären sowie die gesellschaftlichen Einflussfaktoren auf das Stress- und/oder Burnout-Erleben von JournalistInnen zu wenig systematisiert wurden. So wäre es hilfreich gewesen, wenn Michael Bodin seinen Hypothesen z. B. das Zwiebelmodell von Weischenberg (vgl. z. B. Scholl & Weischenberg, 1998) oder das von Shoemaker & Reese (1991) zugrunde gelegt hätte.

Lobenswert ist, dass sich Bodin nicht auf die empirische Darstellung beschränkt, sondern auch aufzeigt, wie man den Burnout im Journalismus in den Griff bekommen kann, etwa durch langfristige Planung, Dienst- und Urlaubspläne, flexible Arbeitszeiten, Sabbatjahr, Job-Rotation, mehr Feedback von Vorgesetzten, einen veränderten Führungsstil („primus inter pares“), Reflexion, Supervision (in Seminaren) sowie individuelle Gegenstrategien (z. B. „in Bezug auf die Verlockungen des Aktualitäten-Konsums“).

Die Literaturliste von Bodin ist nachlässig: falsche Namenswiedergabe, Buchdopplungen, fehlende Zeitschriftenseiten und uneinheitliche Auflistung der Publikationen. Trotz aller inhaltlicher und formaler Kritik sollte man Bodins Buch dennoch nicht ignorieren, denn es bietet nicht nur einen Überblick über die vorhandenen theoretischen Ansätze zu Stress und Burnout, sondern auch relativ aktuelle, empirische Daten, die den Stellenwert des Burnout im Journalismus verdeutlichen.

Karin Böhme-Dürr

Literatur:

- Scholl, A.; Weischenberg, S. (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Opladen.
Shoemaker, P. J.; Reese, St. D. (1991): Mediating the message. Theories of influences on mass media content. New York.

Jostein Gripsrud (Ed.)

Television and Common Knowledge

London/New York: Routledge, 1999. – 209 S.
ISBN 0-415-18929-2

Das Buch ist – bis auf drei Beiträge – das Ergebnis eines 1995 durchgeführten Colloquiums des Projekts „Rhetoric, Knowledge, Mediation“ an der norwegischen Universität Bergen. Der Band liefert einen Überblick über mögliche Theorieansätze und Konzepte, mit denen Fernsehen auf einer allgemeinen Ebene sozialwissenschaftlich untersucht werden kann. Vom Allgemeinen zum Besonderen voranschreitend umkreist der Reader allerdings eher die eingangs umrissene Problemstellung, als dass er sie wirklich ausführlich erörtert. Was unter „Common Knowledge“ wirklich gemeint ist und wie dieser ja etwas schillernde Begriff zu fassen ist, bleibt letztlich unklar.

Im ersten Abschnitt werden Konzepte der Öffentlichkeit(en) (public sphere[s]) skizziert. Graham Murdock (Bergen) folgt einem an Habermas orientierten Modell und sieht die umfassenden Funktionen der Öffentlichkeit mit ihren festgeschriebenen bürgerlichen Rechten durch eine „Politische Ökonomie des Populismus“ unterminiert. Eine Gegenposition bezieht Daniel Dayan (Oslo), indem er in der von ihm konstatierten Partikularisierung der Öffentlichkeit, der Entstehung zahlreicher Teilöffentlichkeiten, eine Chance für soziale, kultu-

relle und ethnische Minderheiten sieht, eine Identität zu erhalten. Vor allem die versprengt lebenden Mitgliedern einer Gemeinschaft erhalten durch die Medien die Chance, weiterhin (zumindest medial vermittelt) in der Gemeinschaft zu leben. Jostein Gripsrud (Bergen) untersucht mit Blick auf Bourdieu die „Felder“, die sich für Akademiker und Journalisten kulturell als Öffentlichkeit herausbilden, wie der unterschiedliche Habitus der beiden Gruppen mit der Struktur der Fernsehhöflichkeit kollidiert. Dass sich die Wissenschaften im Fernsehen unterschiedlich präsentieren und diese Differenz sich wiederum auf die gesellschaftliche Bewertung der Wissenschaft auswirkt, ist eine weitere These Gripsruds, die jedoch breiter ist als durch einige plakative Beispiele nachgewiesen werden müsste. Dass umgekehrt für die Vermittlung von Wissenschaft im Fernsehen heute besondere Qualifikationen benötigt werden, die nicht zum akademischen Habitus gehören, liegt nahe, ist als Einsicht nicht besonders neu.

Der zweite Abschnitt beschäftigt sich mit den soziokulturellen Funktionen der Medien. John Ellis (Bergen) sieht im Fernsehen eine Institution, die in einem „offenen Prozess“ die gesellschaftlichen Themen, Probleme etc. „durcharbeitet“, sie „in Formen“ bringt, zu „Stories“ verarbeitet, ohne jeweils Lösungen anzubieten. Ellis diskutiert diese These anhand verschiedener Genres (Soaps, Dokumentationen, Sport, Fiction etc.) und arbeitet verschiedenen Strategien und Formen heraus. So spannend Ellis' Ansatz ist, analytisch bleibt das Problem, dass dieser „Verarbeitungsprozess“ letztlich nur theoretisch gefasst wird, weil dem analytischen Beobachter das „Rohmaterial“ für diese mediale Verarbeitung selbst immer nur in medialer Form präsentiert wird. Ein klassisch hermeneutisches Problem also. Roger Silverstone (London) stellt Zugänge zur Produktionsanalyse vor, die von allgemeinen Kulturtionen über die Rhetorik, Spiel- und Performance-Theorien bis zu Narrationstheorien reichen, in der Fülle der Ansätze aber auch einen gewissen Grad von Beliebigkeit aufweisen. Als Beispielmaterial, auf das aber nicht weiter eingegangen wird, bedient er sich dabei seiner Produktionsanalysen von Wissenschaftsdokumentationen, die er in den achtziger Jahren publiziert hat. Sonya Livingstone (London) beschäftigt sich explizit mit der Wissensvermittlung und -erzeugung durch das Fernsehen und unterscheidet Wiedererkennen und Entdecken als

zentrale Aktivitäten, die sie in einen größeren Rahmen der Kontextualisierung mit unterschiedlichen Aneignungsformen einordnet. Peter Larsen (Bergen) orientiert sich in seinem Ansatz, Fernsehen, Technik und Bewusstsein in einem Zusammenhang zu sehen, an Michel de Certeau und betrachtet Fernsehen unter dem Gesichtspunkt der Herstellung kultureller Räume, wobei die Reisemetaorphorik, die Kartensymbolik, „Travel Stories“ etc. vielleicht auch einmal problematisiert werden könnte. Heuristisch ist ein solcher Ansatz interessant, aber die Reisetopik setzt ja wiederum ein bestimmtes Bild von Bewusstseinsorganisation voraus.

Der dritte Abschnitt betrachtet das Thema des Bandes stärker von den Produkten aus, sieht Genre-Konstruktion (bzw. Formatproblematik) und Wissenserzeugung in einem engen Zusammenhang. Klaus Bruhn Jensen (Kopenhagen) und David Morley (London) beschäftigen sich mit den Nachrichten, Morley vor allem mit der Herstellung eines Verständnisses von Welt durch die Nachrichten. Anders Johansen geht mit Hilfe von Versuchsreihen, die den mimisch-gestischen Ausdruck einer Person im Fernsehen dokumentieren. Überraschenderweise gibt es hier keinen Verweis auf die Physiognomik. John Corner (Liverpool) untersucht Dokumentationen und Suzanne de Cheveigné analysiert französische Wissenschaftssendungen. Corners Auseinandersetzung mit den Dokumentarismusdiskursen und den verschiedenen Stilen des Dokumentarismus mit Blick auf die BBC-Produktionen der neunziger Jahre führt immerhin dahin, dass er verschiedene Konzepte kurz skizziert und vier Trends im BBC-Fernsehdokumentarismus ausmachen kann. Hier wird eine sonst im Buch seltene Konkretion erreicht.

Die Zugangsweisen, die hier von den verschiedenen Autoren zum Verhältnis von Fernsehen und Alltagswissen vorgestellt werden, liefern einen explizit sozialwissenschaftlichen Einstieg. Dies erklärt sich nicht zuletzt auch aus der wissenschaftlichen Herkunft der Referenten. Die eher aus den Text- und Kulturwissenschaften kommenden Ansätze, die sich auf Textanalyse, Dramaturgie, auf die Traditionen der Genre- und Formanalyse beziehen, sind weitgehend ausgeblendet oder kommen nur sehr am Rande in den Blick. Das ist bedauerlich, und der Mangel zeigt sich besonders an der nur peripheren Beschäftigung mit dem großen

Bereich der Fernsehfiktion, den im Grunde nur Ellis anspricht.

Ebenso nachteilig, aber bei einem solchen Konferenzband wohl nicht anders möglich, ist der Verzicht auf die Anwendung der Konzepte auf Beispiele. Dadurch bleibt vieles im Ungefähren. Diese Vorgehensweise stärkt damit die mögliche Suggestion deutschsprachiger Leser, man könne die hier angesprochenen Konzepte problemlos auch auf deutsche Fernsehverhältnisse anwenden. Dass gelegentlich mit bestimmten Kategorien Anderes gemeint ist als im deutschsprachigen Bereich, bleibt damit vielen deutschsprachigen Lesern eher unsichtbar. Trotzdem ein lesenswerter Überblick.

Knut Hickethier

Claudia Mast

Programmpolitik zwischen Markt und Moral

Entscheidungsprozesse über Gewalt im Deutschen Fernsehen – eine explorative Studie
(unter Mitarbeit von Karen Exner, Claus Hoffmann, Marc Liesching, Esther Lorenz, Anette Scharf)

Opladen/ Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. – 392 S.

ISBN 3-531-13346-2

Über wenige Themen ist seit der Ausbreitung des Fernsehens, vor allem seit der Entstehung privater Programme so heftig gestritten, so ideologiebelastet spekuliert, so kühl analysiert, aber auch so folgenlos gewarnt worden wie über Gewalt im Fernsehen und deren Wirkungen auf das Publikum. Lassen sich dieser Frage heute noch neue, interessante, weiterführende Aspekte abgewinnen? Die von Claudia Mast vorgelegte Studie rechtfertigt ihr Erscheinen durch drei gewichtige Vorteile: Zum einen durch die überzeugende Gliederung der Beschreibung von Entscheidungsprozessen über Gewaltdarstellungen in fünf ausgewählten Verantwortungsbereichen: Markt, Medienrecht, Medienpublikum, Rundfunkunternehmen und Journalismus, ergänzt um ein Kapitel zu den drei Einflussfaktoren Kontrollinstanzen, Werbung und Image. Zum Zweiten durch die vorurteilsfreie, aber keineswegs voraussetzungslöse Herangehensweise der einzelnen Autorinnen und Autoren, die ihre sehr lesenswerten explorativen Studien präzise an Personen, Sachen und Zusammenhängen orientiert haben. Und

zum Dritten durch den sowohl medientheoretischen als auch medienpraktischen – zugleich damit auch medienkritischen – Gehalt der Arbeit, die sie als geeignete Grundlage vor allem für Erwachsenenbildung und Schulunterricht empfiehlt, was sich nicht von allen Publikationen zum Thema Mediengewalt sagen lässt.

„Die vorliegenden Forschungsarbeiten sind zwar thematisch vielfältig, aber auch disparat“ zitiert die Herausgeberin eine Feststellung der DFG-Kommission Medienforschung; dadurch entstehe insgesamt der Eindruck von bruchstückhaften, zerstückelten Befunden, zwischen denen kein Zusammenhang bestehe, die einander sogar widersprüchen. Dem setzt Claudia Mast einen Ansatz entgegen, der einerseits die Interdependenz verschiedener Teilsysteme des Mediums Fernsehen in den Blick nimmt und genauer untersucht, andererseits Medienmanager, Produzenten und Kommunikatoren als Handelnde in einem medienspezifischen Interaktionsprozess begreift, durch deren Entscheidungsverhalten Gewaltdarstellungen entweder ermöglicht oder verhindert werden können. Wie sich diese Entscheidungsträger im Spannungsfeld zwischen Markt und Moral bewegen, wurde für die Studie durch Gespräche mit 55 im Anhang namentlich genannten Experten ermittelt, darunter Jugendschutzbeauftragte, Programmplaner, Medienforscher, Programmekäufer, Drehbuchautoren, Produzenten, leitende Redakteure sowie Vertreter von Aufsichts- und Kontrollgremien, und zwar sowohl bei ARD und ZDF als auch bei sieben Privatsendern. Überzeugend begründet wird dieses Forschungsinteresse „hinter den Kulissen“ damit, dass es Einflussfaktoren benannt, „die mit realistischer Aussicht auf Erfolg Entscheidungsprozesse wenn schon nicht modifizieren, so doch zumindest offenlegen können“.

Dabei kommen zuweilen unerwartete Erkenntnisse zu Tage. So beispielsweise, dass die Werbewirtschaft als wichtige Finanzierungsquelle vor allem für die privaten Fernsehanbieter gegenüber Gewaltdarstellungen eher negativ eingestellt ist, weil sie – ungeachtet hoher Reichweiten – nachteilige Auswirkungen auf ihre Produkte befürchtet, wenn diese in einem gewaltbesetzten Programmfeld erscheinen: „Werbung wirkt sich eher regulierend in Richtung familienfreundliche Programme aus“. Bei knapper werdenden Werbegeldern und einem dadurch schärfender werdenden Wettbewerb um Werbeaufträge ist es also keineswegs zwingend,