

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 gewartet 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 Vorzüge: 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 voraussetzungslose 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, Programmeinkäufer, 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 benennt, „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 Programmumfeld erscheinen: „Werbung wirkt sich eher regulierend in Richtung familienfreundliche Programme aus“. Bei knapper werdenden Werbegeldern und einem dadurch schärfer werdenden Wettbewerb um Werbeaufträge ist es also keineswegs zwingend,

dass es zu der oft beschworenen Spirale der Gewalt in fiktionalen Sendungen, also Filmen und Unterhaltungssendungen, kommen muss.

Andererseits macht sich im journalistischen Bereich, bei den Gewaltdarstellungen in Nachrichtensendungen etwa, der Wettbewerb zwischen den Programmveranstaltern dadurch nachteilig bemerkbar, dass Redaktionen meinen, auf bestimmte Bilder nicht verzichten zu können, wenn diese in konkurrierenden Programmen gezeigt werden. „Sie können die öffentlich-rechtliche Messlatte der moralischen Werte nicht so anlegen, daß Sie Dinge gar nicht zeigen, die andere zeigen“ wird ein Redakteur einer öffentlich-rechtlichen Anstalt zitiert: „Dann wird Ihnen nämlich vorgeworfen, daß Sie die Wirklichkeit schönen. Das ist ein sehr schmaler Grat, auf dem Sie sich da bewegen“. Am Anfang hätten Privatsender, um sich von ARD und ZDF abheben zu wollen und um beim Publikum Aufmerksamkeit erregen zu können, häufiger auf Gewalt, Unfälle und ähnliche Themen gesetzt, doch habe man dort bald eingesehen, dass mit allzu sensationellen Darstellungen auf Dauer keine Kompetenz zu gewinnen sei. Doch Regelwerke helfen nicht viel weiter: „Jede Gewaltszene ist wieder neu und unterscheidet sich von der anderen. In diesem Bereich gibt es keine juristische Handhabe, sondern da gibt es nur diesen sensiblen Umgang mit täglich neuen und anderen Szenen.“ Gleichwohl verzichtet das Kapitel über den Verantwortungsbereich Medienrecht nicht auf eine umfangreiche Darstellung der juristischen Vorgaben und Kontrollinstanzen für das Programm. Sie umfasst den Jugendschutz, die straf- und die zivilrechtlichen Bestimmungen und die Grundsätze für die Programmverantwortung bei den öffentlich-rechtlichen wie bei den privaten Anbietern. Dargestellt werden auch die Aufgaben und Arbeitsweisen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen, wobei die durch die EG-Fernsehrichtlinie von 1989 und durch die Vereinbarung des Europarates von 1989 aufgeworfenen Fragen ebenfalls berücksichtigt werden.

Für medienwissenschaftlich und medienpraktisch Tätige mögen viele der in der Studie mitgeteilten Erkenntnisse und Einsichten nicht unbedingt neu oder überraschend sein. Dennoch überzeugt die Arbeit durch die Kohärenz, mit der die komplexen Sachverhalte gesehen

und dargestellt werden und vor allem durch das erkennbar starke, in der Sache begründete Engagement der Herausgeberin, ihrer Mitautorinnen und Mitautoren.

Manfred Jenke

Jo Reichertz

Die frohe Botschaft des Fernsehens

Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion

Konstanz: UVK, 2000. – 277 S.

(Reihe: Passagen & Transendenzen; 10)

ISBN 3-87940-744-4

Die Wechselwirkungen zwischen dem Fernsehen und kulturellen Kontexten können als ein besonders schwieriges Gebiet der Kommunikationsforschung angesehen werden, da sie sich der empirischen Überprüfung weitgehend entziehen. Mehr als andere Systeme ist Kultur im hohen Grade kohärent und erfordert daher den Vorgriff auf das Ganze; das belegbare Detailwissen muss ausgedeutet werden, damit es „Sinn macht“. Allerdings öffnet sich auf diese Weise auch der abschüssige Weg zur Spekulation, dem sowohl die geisteswissenschaftliche Hermeneutik als auch die (qualitative) Sozialforschung methodische Riegel vorzuschieben versuchen.

Die Gefahr allzu weit reichender Schlussfolgerungen ist umso größer, je weniger der Analyse ein theoretisches Konzept zugrunde liegt und je mehr sich wissenschaftliches Tun auf einzelne Plausibilitätsbefunde verlässt. Reichertz' Studie nimmt mit den Ausführungen zu funktionalen Äquivalenten und zur sozialen Differenzierung auf Denkfiguren des Strukturfunktionalismus Bezug. Der Verfasser geht davon aus, dass das Fernsehen Angebote bereithält, die in früheren Zeiten der Volksreligion vorbehalten waren. Fortschreitende soziale Differenzierung sorgt nach seiner Ansicht dafür, dass Institutionen in ein Konkurrenzverhältnis treten, Aufgaben neu verteilt werden und Spezialisierungen stattfinden. Das Fernsehen sei im Verlaufe dieser Entwicklung zu einer Art Gnadenanstalt geworden, die Transendenzenbedürfnisse erfülle.

Dieser Gedanke einer religiösen Sinnhaftigkeit der TV-Unterhaltung ist keineswegs neu. Besonders in den 50er Jahren – worauf Knut