

textualisierung, werden hier, in Teil 1, „Medienphilosophische Grundlagen“ vorgestellt: „Kierkegaard on the Internet: Anonymity vs Commitment in the Present Age“ (von Hubert L. Dryfus) und „Theorizing Virtual Reality: Baudrillard and Derrida“ (von Mark Poster). Wolfgang Welsch erhellte demgegenüber problembewusster: „Virtual to Begin With?“: „From virtuality, through fictionality, to reality: this is the sequence of the constitution of what we call *real*.“ (S. 47; vgl. S. 57) Teil 2 thematisiert „Digitale Subjektivität“, Teil 3 „Virtuelle Öffentlichkeiten“. Trotz besonders beachtenswerter Beiträge von Sybille Krämer („Subjektivität und Neue Medien“) und Christina Schachtner („Netfeelings“) argumentierten fast alle Artikel und v. a. auch die kurze Einleitung von Mike Sandbothe und Winfried Marotzki ohne genaueren Bezug zu empirischen Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaft zur Produktion, Präsentation, Nutzung und gesellschaftlichen Bedeutung des Internets bzw. multimedialer Netze. Zwar kann man die Konzentration auf philosophische Perspektiven würdigen, aber es bleibt doch fragwürdig, ob damit kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme nicht zu sehr eingengt werden.

Wenn Sandbothe in seinem eigenen Beitrag „Pragmatische Medienphilosophie und das Internet“ zum Beispiel schreibt: „Wir gehen ... zunehmend dazu über, jedes Zeichen als einen potentiellen Link zu lesen“, wäre eine Diskussion der Gruppierungen, die das „Wir“ konstituieren (sollen) erkenntnisfördernd: Dass weniger als 50 Prozent der Bevölkerung selbst in den Mitgliedsländern der Europäischen Union regelmäßig das Internet nutzen, und der zeitliche Anteil an der Gesamtmediennutzung im Durchschnitt unter zehn Prozent bleibt, dürfte doch Überlegungen zu komplexeren Medienkombinationen erfordern. Oder soll das „zunehmend“ einen unausweichlichen Medientrend behaupten? Sind nicht vielmehr medienkulturspezifische Konkurrenzverhältnisse je älterer und je neuerer Medien zu verstehen und damit auch neue Konflikte und Mediennumberüche? Hier bieten die Überlegungen Schachtners zu den „wechselnden Bühnen und unübersehbaren Beziehungsmöglichkeiten“ der „Neuen Medien“ und ihrer Gefährdung der Erprobung von „Vertrauen, Loyalität und Intimität“ (S. 229) Anregungen, die leider in den anderen Artikeln nicht aufgegriffen wurden.

Marotzkis „Bildungstheoretische Perspektiven des Internet“ und Interpretation von Kultur als „das jeweils selbstgesponnene Bedeutungsgewebe, in dem Menschen sich selbst entwerfen, ihre Handlungen koordinieren und sich über Prozesse der Symbolisierung, Ritualisierung, Metaphorisierung und Allegorisierung konstituieren“ (S. 245) bleiben merkwürdig unberührt von neueren Forschungen zu Medienkulturen, etwa von Siegfried J. Schmidt oder Hans-Georg Soeffner. Auch die immer wieder neuen Ergebnisse des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs „Norm und Symbol“ in Konstanz und „Medien und kulturelle Kommunikation“ in Köln sind historisch und medienkulturspezifisch weiterführend.

Insgesamt liegt hier eine Sammlung nur teilweise innovativer Beiträge vor, die weder – mit Ausnahme des Beitrags von Elena Esposito („Rhetorik, das Netz und die Entleerung der Subjektivität“) – hinreichend sozialwissenschaftliche Forschungsergebnisse noch „virtuelle Welten“ über das Internet hinaus differenzierter berücksichtigen. Die zahlreichen Druckfehler (die mich an nicht überprüftes Scanning erinnerten, so in dem Beitrag von Dryfus) sind nicht gerade lesefreundlich und m.E. nicht typisch für den Herbert von Halem Verlag. Positiv hervorzuheben ist schließlich aber die Zusammenführung von Philosophen und KulturwissenschaftlerInnen aus den USA, Italien, der Bundesrepublik und Norwegen, deren Dialogchancen und Synergieeffekte jedoch nicht hinreichend genutzt wurden.

Peter Ludes

Thomas Eberle

Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher

Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality TV

Bad Heilbrunn: Klinckhardt, 2000. – 343 S.

ISBN 3-7815-1085-9

(zugl. München, Univ., Diss., 1999)

Auf den ersten Blick scheint die Frage, was denn Jugendliche zum Fernsehen motiviert, unnötig zu sein, da offensichtlich die Motive so vielfältig sind, wie die Programme, die Jugendliche letztlich in der gleichen Intensität wie Erwachsene goutieren. Die Arbeit von Eberle jedoch geht dieser Frage differenzierter nach. Sie

versucht herauszufinden, welche Motivationen nicht den Konsum von Fernsehen, sondern ausdrücklich das Fernsehverhalten bestimmen. Damit ist zugleich der entscheidende Kontext angegeben. Fernsehen wird hier nicht als eine Beschäftigung verstanden, die an sich oder für sich steht, sondern eine, die in einen Kontext eingebettet ist, sowohl in den Lebenskontext der Fernsehenden als auch in deren Erfahrungs- und Verarbeitungskontext. Fernsehen bringt etwas bei. Fernsehen verstärkt und ändert – zumindest auf längere Sicht – auch Einstellung. Fernsehen ist jedenfalls von sozialer Bedeutung für Denken, Fühlen und Handeln der Menschen. Die Frage, wie das Fernsehverhalten der Jugendlichen zu beurteilen ist, wird glücklicherweise nach längerer Pause in letzter Zeit wieder gestellt, nicht nur von dieser Arbeit. Es gibt Untersuchungen darüber, warum Jugendliche bestimmte Genres akzeptieren oder ablehnen – wie Daily Talks (Paus-Haase 1999) oder Informationssendungen (Schorb/Theunert 1999). Die Arbeit von Eberle ordnet sich also hier in die Reihe neuerer Untersuchungen ein, die sich speziell und differenziert mit der Medienaneignung Jugendlicher beschäftigen. Im Kern des Buches von Eberle steht die Frage nach den Motiven für die Zuwendung zu bestimmten Fernsehangeboten, hier Reality TV.

Dieser Fragestellung, nähert sich der Autor in einem weiten Bogen. Die erste Hälfte des Buches befasst sich mit Theorien und Befunden zur Nutzung bzw. Rezeption des Fernsehens. Eine ausführliche Darstellung ist auch dem nichtkommunikationswissenschaftlich bezogenen Bereich gewidmet, nämlich der Motivationspsychologie. Eberle gibt in den entsprechenden Kapiteln sehr ausführlich sowohl kommunikationswissenschaftliche Ansätze wieder, in einer Differenziertheit, die bis hin zum transaktionalen Ansatz von Früh reicht, als auch Nutzungsdaten, die allerdings schnell überholt sind, was auch für die hier aufgeführten gilt. Das wichtigste Kapitel des ersten Teils ist die Auseinandersetzung mit den Motivationstheorien. In den anderen qualitativen Untersuchungen zum Fernsehverhalten Jugendlicher wird zwar auch auf deren Motivation eingegangen, aber diese stehen meist nicht im Mittelpunkt. Fast gar nicht befasst man sich mit den Motiven Jugendlicher im Kontext des alltäglichen Lebens und Handelns. Eine differenzierte Auseinandersetzung mit der Motivati-

onstheorie kann also helfen, und dies zeigt Eberle auch in seinem empirischen Teil, das Fernsehverhalten von Menschen präziser zu erfassen und auch zu begründen. Eberle setzt sich ausführlich mit Motivationstheorien auseinander. Er gibt dabei eine Zusammenschau der wichtigsten Theorien. Er verwirft biologistische Motivationstheorien, die, wie etwa Freud und mehr noch Adler, Bedürfnisse zu Konstanten menschlichen Verhaltens erklären. Eberle setzt sich eingehend mit der Interessentheorie auseinander, wie sie v. a. Hans Schiefele entwickelt hat. Die Interessentheorie, die das Motiv nicht zu einer inneren Konstanten erklärt, sondern es in den Kontext des Handelns der Subjekte stellt, also Motive einerseits auf Handeln zurückbezieht und andererseits als Impetus für Handeln erklärt, kann eine gute Grundlage bilden für die Erarbeitung von Kategorien, mit denen sich das Fernsehverhalten unterschiedlicher Jugendlicher mit unterschiedlichem sozialen Hintergrund erfassen lässt. Interessen und so gefasst auch Motive sind aus der Geschichte und dem Umfeld der Jugendlichen zu klären und insbesondere Motive des Fernsehens, denn ferngesehen wird ja im sozialen Kontext eingebunden in den sozialen Diskurs.

Im zweiten Teil seiner Arbeit, stellt Eberle eigene explorative Studien vor. Dabei bedient er sich quantitativer Verfahren zur Erfassung der Nutzung und der Sendungsbewertungen. Die geringe Fallzahl der von Eberle untersuchten schränkt allerdings die Aussagekraft seiner daraus gewonnenen Ergebnisse ein, sie sind aber als Anregungen für weiterführende Untersuchungen nachvollziehbar. Dort, wo Eberle qualitativ arbeitet und sich auf den theoretischen Teil, insbesondere auf die Interessentheorie rückbezieht, gibt die Studie uns wichtige Hinweise auf den Umgang von Jugendlichen mit Reality TV und besonders auch darauf, wie dieses Genre von welchen Jugendlichen, unter welchen Voraussetzungen goutiert wird. Auch wenn es Reality TV in Reinform kaum mehr gibt, sind seine Ergebnisse allein deshalb weiter aktuell, weil die negativen Bestandteile dieses Genres in viele andere Programme übergegangen sind und dort herumspuken. Seine differenzierte Analyse der Aneignung dieser Sendeform durch die Jugendlichen weist die Probleme, die sich aus einem solchen Genre im sozialen Kontext ergeben, als ein Zusammenspiel von medialem Angebot und jugendlichem In-

teresse aus. Das nivelliert die Probleme keineswegs, sondern macht sie noch deutlicher, indem aufgezeigt wird, dass ein solches Genre keineswegs die Jugend generaliter trifft und beeinflusst, sondern mögliche Wirkungen dort entfaltet, wo bereits Belastungen vorliegen. Dieses Genre findet Zustimmung im Kontext des Alltagshandelns und der alltäglichen Erfahrung der Jugendlichen und ihren daraus entwickelten Interessen.

Wenn das Buch allein geschrieben worden wäre, um den Interessenbegriff in die kommunikationswissenschaftliche Erforschung der

Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen einzubringen, dann wäre es schon aus diesem Grunde ein wichtiges Buch. Das Buch von Eberle zeichnet sich aus durch eine präzise Darstellung der Bereiche, mit denen er sich auseinander setzt, im empirischen Teil durch Impulse, die er für weitere Forschung gibt und im Ansatz v. a. dadurch, dass es dem Autor gelingt, einen zentralen Begriff der pädagogischen Psychologie, das Interesse, für kommunikationswissenschaftliche Forschung Gewinn bringend zu machen.

Bernd Schorb