

raum: 1976–1996), in der sie der Frage nachgeht, wie Frauen in der Berichterstattung aufscheinen, wie über sie berichtet wird und welche Unterschiede sich im Vergleich zur Männerberichterstattung finden. Den Ergebnissen zufolge sind Frauen nach wie vor in der Berichterstattung unterrepräsentiert. Zugleich zeigt sich im Vergleich zu den Männern, dass die Frauen weniger ernst genommen werden und die Berichterstattung häufig auf die äußere Erscheinung sowie Privates fokussiert ist: „Vielmehr haben innerhalb der stattfindenden Frauenberichterstattung Themen von hohem Unterhaltungswert absolute Priorität: dies sind sowohl seriöse kulturelle Berichte wie auch heiter-banale und kriminalistische Darstellungen. Frauen erweisen sich somit für ernste Nachrichtenthemen als überflüssig“ (S. 201).

Etwas aus dem Rahmen fällt schließlich der Beitrag von Karl Lenz und Kornelia Sammet, die sich am Beispiel des Spielfilms „Endstation Liebe“ aus den 50er Jahren mit der Entstehung von Paarbeziehungen befassen. Bei der vorgestellten Analyse handelt es sich um einen Bestandteil eines umfangreicher Projekts zu „Institutionalisierungsprozessen in Zweierbeziehungen“. Um diese empirisch zu untersuchen, wählen die Autoren die Filmanalyse, da aus ihrer Sicht die Verwendung von Interviews an Grenzen stößt. Der Einbezug von Filmmaterial eröffnet hingegen aus ihrer Sicht die Möglichkeit, den Beziehungsverlauf von Beginn an zu analysieren sowie nonverbale Elemente mit zu berücksichtigen. Die sehr ausführliche Analyse ist durchaus interessant zu lesen, der Bezug zum Thema Mediенsozialisation erschließt sich bei der Lektüre allerdings nicht.

Ein abschließendes Fazit fällt angesichts der Verschiedenartigkeit der Beiträge nicht leicht. Wer eine systematische Auseinandersetzung mit dem Thema Mediенsozialisation erwartet, wird möglicherweise enttäuscht sein. Die Zusammenstellung der Beiträge zeigt einmal mehr die Schwierigkeit, Mediенsozialisation in Gänze fassen zu wollen. Insgesamt hätte man sich eine etwas klarere Strukturierung des Bandes gewünscht. So bleiben die einzelnen Beiträge unverbunden nebeneinander stehen, obgleich sich an verschiedenen Stellen hervorragende Anknüpfungspunkte geboten hätten. Lohnend sind die Beiträge in jedem Fall, insbesondere diejenigen zu speziellen Themenfeldern wie etwa zur politischen Sozialisation durch Medien oder zur literalen Sozialisation. Überdies

gibt das Buch interessante und wertvolle Anregungen für die Konzeptionierung und Realisierung von medienpädagogischen Praxisprojekten zu verschiedensten Themen.

Claudia Lampert

Jörg-Uwe Nieland / Klaus Kamps (Hsg.)
Politikdarstellung und Unterhaltungskultur
Zum Wandel der politischen Kommunikation
Köln: von Halem, 2003. – 270 S.
(Fiktion und Fiktionalisierung; 8)
ISBN 3-931-606-68-6

Die Gardine ist zugezogen. Die Bodenplatten sind verschmutzt mit Vogeldreck, alten Blättern und Moos. Chromfarbene Stangen ragen in eine Holzkiste – vermutlich ein abgedeckter Swimmingpool. Ist das Schwimmvergnügen vorbei? Muss mal wieder richtig sauber gemacht werden? Hat sich hier der Muff der Bonner Republik gehalten? Das Coverfoto zum Band 8 der Reihe Fiktion und Fiktionalisierung gibt Fragen auf. „Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation“, so haben Jörg-Uwe Nieland und Klaus Kamps den von ihnen herausgegebenen Band betitelt und darin 13 Beiträge versammelt, die in ihrer disperaten Vielfalt Licht auf zahlreiche Einzelaspekte des Komplexes werfen. Sie tun sich aber schwer damit, dem Thema als Ganzes analytisch näher zu kommen.

Zwei Dinge fallen frühzeitig unangenehm auf: So anschaulich aktuelle Bezüge in Vorträgen oder Zeitungs-/Zeitschriftenbeiträgen sind, so unpassend wirken sie immer wieder in Buchveröffentlichungen, wenn die Aktualität längst verflogen ist. So erinnern wir uns heute nur noch mühsam an die Details des Bundesrats-Abstimmungstheaters zum Zuwanderungsgesetz (längst ist es kassiert). Der „Krönungs-Parteitag“ der SPD 1998 ist zur abgegriffenen Chiffre für Formen der symbolischen Politik geworden. Und der Verweis auf Guido Westerwelle und seinen Auftritt im Big-Brother-Container mutet heute allenfalls noch frisch abgestaubt an. Vier, fünf oder sechs Jahre nach einem Ereignis muss eine wissenschaftliche Veröffentlichung mehr leisten, als eben dieses zu zitieren. Die zweite Kritik: Wie ein Mantra taucht in nahezu jedem Beitrag die Rede von der „Politikverdrossenheit“, von der

„Politik im Container“ und – einmal mehr – vom „Krönungsparteitag“ auf. Hier wäre energischere redaktionelle Arbeit wünschenswert gewesen, denn gerade in der Wiederholung irgendwie ähnlicher Auffassungen liegt das Ermüdende des Bandes. Die Präzisierung des „irgendwie“ hätte, so meine These, zu mehr Vielfalt, weil sichtbarer Unterschiedlichkeit geführt. Zumindest eine systematische und kritische Einführung zu den einzelnen Beiträgen wäre hilfreich gewesen.

So vereint der Band friedlich nebeneinander traditionell kulturkritische Beiträge im Geiste Adornos und Horkheimers sowie Cultural Studies-Ansätze, die der Populäركultur emanzipatives Potenzial zusprechen. Da fordert Marcus S. Kleinert ein Medienkompetenztraining für Medienprofis (Politiker wie Showprofis), damit „echte Haltung“ medial transportiert wird. Uta Schnell berichtet über ein Projekt der Bundeszentrale für politische Bildung, „Die Hype-Maschine“, bei dem Jugendlichen in einem Unterhaltungsformat vermittelt wird, wie Politik in Unterhaltungsformaten funktioniert. Etwas verloren findet sich die recht traditionell angelegte Studie von Sigrid Koch-Baumgarten und Ulrike Berendt, bei der sie Duisburger Studierende zu ihren Wahlmotiven und -absichten befragen. Neben der unvermeidlichen Sonntagsfrage erkundigen sie sich auch nach den politischen Interessen der Studierenden und stellen beruhigt fest, dass auch die „postmaterielle Freizeit- und Mediengeneration“ sich selbst als „politisch interessiert und informiert“ bezeichnet (S. 136). Ein enger Zusammenhang zum Thema des Bandes lässt sich nicht sogleich entdecken.

Näher am Kern kommunikations- und politikwissenschaftlicher Auseinandersetzungen um das Verhältnis von Politik, Medien und Unterhaltung sind Beiträge zum Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen (Eggert/Lauber) oder zur Funktion von Talkshows im ‚Politainment‘ (Dörner/Vogt). Die Beiträge liefern kompakte Einblicke in ein Forschungsprojekt einerseits, in ein theoretisches Konzept andererseits. Bei beiden Aufsätzen handelt es sich um ein Recycling früherer Veröffentlichungen, doch das tut dem Wert in diesem Band keinen Abbruch. Sie stehen zugleich für die explizite oder unterschwellige normative Positionierung zu Phänomenen der „Entertainisierung“, „Talkshowisierung“, „Boulevardisierung“; der Begriffe, die im Verlaufe des Buches auftauchen

und nur selten präzis abgegrenzt werden, sind viele. Andreas Dörner und Ludgera Vogt verstehen ‚Politainment‘ als „eine bestimmte Form der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation, in der politische Themen, Prozesse, Deutungsmuster, Identitäten und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung zu einer neuen Realität des Politischen montiert werden“ (Dörner 2001: 31). Diese Vermengung von Politik und Unterhaltung, die sich als unterhaltsame Politik oder als politische Unterhaltung präsentiert, beklagen sie nicht – im Gegenteil: „Politainment ist eine ausgesprochen inklusive Veranstaltung“ (S. 42). Demokratietheoretisch betrachtet erbringen Formen des Politainment damit Integrationsleistungen, die traditionelle Formen der elitenzentrierten Politik vermissen lassen. Dieser Überlegung gehen sie in der Betrachtung politischer Talkshows und Personality-Talkshows mit Politikern nach.

Susanne Eggert und Achim Lauber greifen demgegenüber bei ihrer Analyse des medialen Informationsverhaltens Jugendlicher wieder auf die Dichotomisierung von „guter Information“ und „verdummender Unterhaltung“ zurück. In leitfadengestützten Interviews erheben sie (im Rahmen einer Studie des Münchener JFF und der Medienpädagogik an der Uni Leipzig, vgl. Schorb/Theunert 2000) das Nutzungsverhalten von „informativen bzw. von Jugendlichen als informativ erachteten Fernsehangeboten“ (S. 142). Neben Nachrichten und klassischen Politikmagazinen (die kaum ein Jugendlicher sieht) tauchen dabei Boulevardmagazine und Daily Talks auf. Analytisch erkennen die AutorInnen eine „Informationskluft“, die „Weitsichtige“ und „Nahsichtige“ voneinander trennt. Als „nahsichtig“ bezeichnen sie dabei jene Jugendlichen, die „nur wenig Bezug haben zu Fernsehinformationen – so lange es sich dabei um klassische Angebote wie Nachrichten oder politische Magazine handelt“ (S. 159). Sie gelten als „Egozentrierte“, „denen es (noch) nicht gelingt, die Welt außerhalb ihrer eigenen wahrzunehmen“. Hier geht es deutlich nicht um Inklusion, sondern um die scharfe Grenzziehung zwischen Zugehörigkeit und Nicht-Zugehörigkeit.

Entlang dieser zwei Positionen, denen sich eine Vielzahl kommunikations- und politikwissenschaftlicher Ansätze und Studien zuordnen lassen, hätte sich eine Bestandsaufnahme „zum Wandel der politischen Kommunikati-

on“ strukturieren lassen. In der vorliegenden Form wirkt die Sammlung eher beliebig und wenig strukturiert. Dabei stößt man durchaus auf interessante Einzelfunde. So der Beitrag von Jürgen Mittag und Georg Ismar über das Verhältnis von Politik, Fußball und Medien, in dem die Autoren fragen, „ob sich Fußball grundsätzlich für eine persönlichkeitsorientierte Politikvermittlung eignet“ (S. 169). Leider führt ihre Diskussion interessanter Einzelphänomene, wie dem Urteil über Transfersummen für Fußballer, dem Streit um Übertragungsrechte oder den Politikertypen Berlusconi und Tapie, nicht zur Beantwortung der eingangs formulierten Frage. Mit dem Begriff der „Fußballisierung“ der Politik ist jedoch ein neuer Begriff in die Verhandlung des Verhältnisses von Unterhaltung, Politik und Medien geworfen.

Bleibt das Rätsel des Titelfotos: Sieht so das Ende der Spaßgesellschaft aus? Oder ist der Pool, in dem Rudolf Scharping baden ging, jetzt endgültig geschlossen? Der Vorhang ist längst gefallen und viele Fragen bleiben offen.

Margreth Lünenborg

Literatur

- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a. M.
- Schorb, Bernd; Theunert, Helga (Hrsg.) (2000): „Ein bisschen wählen gehen dürfen ...“ Jugend – Politik – Fernsehinformation. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformationen durch 12- bis 17-Jährige. München.

Nathalie Ivanyi / Jo Reichertz

Liebe (wie) im Fernsehen

Eine wissenssoziologische Analyse

Opladen: Leske + Budrich, 2002. – 308 S.

(Reihe Erlebniswelten; 5)

ISBN 3-8100-3594-7

In ihrem Band „Liebe (wie) im Fernsehen“ legen die Essener Soziologen Ivanyi und Reichertz eine Reihe von wissenssoziologischen Analysen der performativen Beziehungsshows *Traumhochzeit* und *Nur die Liebe zählt* vor. Diese Analysen, die Ergebnisse des DFG geförderten Forschungsprojekts „Mediale (Re)Präsentation von Liebe“ (1998-2001) vor-

stellen, untersuchten im Kern die Frage der Medialisierung des Alltagshandelns. Liebe als „inneres“ Gefühl, so lautet die Ausgangshypothese des Projekts, bedarf prinzipiell der Darstellung, wenn sie im Alltag oder anlässlich von sozialen Ritualen bezeugt werden soll. Ohne die Einkleidung durch eine sozial kodifizierte Darstellung kann ein solches Gefühl nicht gezeigt und wahrgenommen und also auch nicht kommuniziert werden. Die im vorliegenden Band versammelten Essays konzentrieren sich deshalb auf die Fragen, (1.) wie „Liebe“ in den zwei Fernsehshows dargestellt, dramatisiert und theatricalisiert wird und (2.) ob „Austauschprozesse“ zwischen Formen der medialen Repräsentation von Liebe und alltäglicher Lebenspraxis festzustellen sind. Obgleich die zweite Frage sicherlich die in mediensoziologischer Perspektive spannendere ist, richten sich vor allem die Beiträge von Ivanyi in diesem Band auf die erste – gleichsam als Voraussetzung für die Beantwortung der zweiten. Die versammelten Studien stützen sich dabei auf je zwölf Folgen der beiden Sendungen *Traumhochzeit* und *Nur die Liebe zählt*, die im Zeitraum von 1992 bis 2000 aufgezeichnet worden sind und hinsichtlich der Handlungen vor der Kamera (verbal und nonverbal) wie hinsichtlich der „Kamerahandlung“ transkribiert worden sind. Nicht überzeugen kann dabei die Wahl des analytischen Begriffs „Kamerahandlung“, der alle Handlungen der Inszenierung durch beteiligte Laien und den professionellen Inszenierungsapparat bezeichnet. Erstens ist dieser Begriff durch medienwissenschaftliche Formanalysen der filmischen Inszenierung zu eindeutig belegt; zweitens hat Wulff in seinen Überlegungen zur „Situationalität“ ein Konzept zur Showanalyse bereitgestellt, das ebenfalls von handlungstheoretischen Prämissen ausgeht, zugleich aber einen weiterreichenden Fluchtpunkt setzt als die Maxime der hermeneutischen Wissenssoziologie, wie Ivanyi und Reichertz diese für ihre Studien formulieren: „Das Handeln von Akteuren gilt erst dann als verstanden, wenn der Interpret in der Lage ist, dieses Handeln in Bezug zu den vorgegebenen und für den jeweiligen Handlungstypus relevanten Bezugsrahmen zu setzen und es in dieser Weise für diese Situation als eine (für die Akteure) sinn-machende (also nicht unbedingt gültige!) ‚Lösung‘ eines Handlungsproblems nachzuzeichnen.“ (S. 15, Herv. im Orig.). In der medienwissenschaftlichen Diskursanalyse