

tivierungsanalysen von Vielsehern präsentiert hat“.

Wenn auch die Autoren – vorsichtig formulierend – darauf hinweisen, dass sie in ihrer Untersuchung lediglich Zusammenhänge von starkem Fernsehkonsum und der Übernahme von Einstellungen bzw. der Bildung von Weltansicht auf Basis der Fernsehwelt aufzeigen können, verleihen sie ihrer ansonsten intersubjektiv gut nachvollziehbaren Studie im Bezug auf Gerberns Untersuchungen zum Schluss einen Schatten von diskrepantem, unentschiedenem Interpretieren.

Sie verdunkeln das eingangs proklamierte Bild des aktiven Rezipienten besonders dann, wenn – eher unabsichtlich – klassische Methoden der Medienwirkungsforschung wie zum Beispiel experimentelle Vorgehensweisen als höherwertig dargestellt werden, wie dies Formulierungen der folgenden Art nahe legen: „Da Experimente im Rahmen dieser Untersuchung nicht realisiert werden konnten, sollten Nutzungsmuster, generelle Programmpräferenzen und Bewertungen im Mittelpunkt stehen“ (S. 53). Gerade dieses Anliegen umzusetzen, hätte jedoch ein aufwendiges und anspruchsvolles, quantitative und qualitative Methoden kombinierendes Verfahren notwendig gemacht. Tiefer Einblicke in lebensweltliche Zusammenhänge des Umgangs Jugendlicher mit Single-Shows und Fortsetzungsserien, die eher durch ein derartiges Vorgehen, aber kaum durch experimentelle Designs hätten erfasst werden können, bleiben dem Leser dieser Studie weitgehend verborgen. Ihm wird zudem – völlig zu Unrecht – das Gefühl vermittelt, die zentralen wichtigen Wirkungsweisen der untersuchten Formate ebenfalls nicht kennen gelernt, dafür jedoch – gewissermaßen als billigerer Ersatz – etwas über Nutzungsmuster und Bewertungen erfahren zu haben. Mit Äußerungen dieser Art stellen die Autoren ihr Licht unter den Scheffel. Sie haben einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung einer emotionalisierten Debatte geleistet und vor allem zu weiteren Forschungen herausfordert. Diese könnte darin bestehen, Jugendliche selbst stärker zu Wort kommen zu lassen als dies mit Hilfe geschlossener Fragebogeninterviews der Fall sein kann, selbst wenn ihnen zum Schluss, wie in der vorliegenden Untersuchung, in Form von „Gruppendiskussionen“ die Gelegenheit zum Nachfragen und Kommentieren gegeben wird.

Ingrid Paus-Haase

Stephan Brünjes / Ulrich Wenger

Radio-Report

Programme, Profile, Perspektiven

Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, und München: TR-Verlagsunion, 1998. – 254 S. ISBN 3-8058-3252-0

In diesem Buch kommen in gelungener Weise zusammen die Innenansicht auf den Radiobetrieb, der Zugriff auf gut geführte Archive zur Programmgeschichte des Hörfunks seit 1945 und ein gut lesbarer journalistischer Schreibstil. Kein Wunder, denn die beiden Autoren des hier zu besprechenden Buches schreiben diesen „Radio-Report“ nicht aus der distanzierten Sicht des Medienwissenschaftlers, sondern aus der des aktiven und erfahrenen Radiojournalisten.

Im Mittelpunkt ihrer Betrachtung steht das Radioprogramm, seine Sparten, Sendungen und Macher. Doch auch die Rundfunkpolitik, die Konkurrenz der Medien und die radiotechnischen Entwicklungen werden nicht völlig ausgeblendet.

Verschaffen wir uns zunächst einen Überblick: Kapitel 1 gibt, unter der Überschrift „Vom Monopol zum Wettbewerb“, eine kompakte Übersicht zur Hörfunkgeschichte seit 1945. Kapitel 2 breitet aus, was Markt- und Medienforschung über die Radionutzung zutage gefördert hat, und Kapitel 3 zeigt, was die Programmplaner daraus für Folgerungen ziehen, hier am Beispiel der Radio-Primetime, der Zeit morgens zwischen 6 und 9 Uhr. Ein kurzes Kapitel zur Digitalisierung der Radiotechnik, in erster Linie der Studiotechnik, schließt den einleitenden Teil des Buches ab.

Es folgen acht Kapitel, die jeweils einen Senderotyp zum Gegenstand haben: Service- und Popwellen (5), Lokalradios (6), Jugendlaptops (7), Heimat- und Schlagerwellen (8), Informationssender (9), Kulturprogramme (10), Spartenkanäle mit klassischer Musik (12) und Sender mit „Sendungsbewußtsein“ (11). Diese Kategorie ist etwas eigenartig geraten, wird hier doch die Deutsche Welle mit Kirchensendern, Universitäts- oder Campusprogrammen, Soldaten-, Ausländer- und Einkaufssendern in einen Topf geworfen. Mit diesen acht Kapiteln wird die These des Übergangs vom alten Kästchenradio zum Formatradios belegt. Kästchenradio, das waren die Sender der 50er und 60er Jahre, die für jeden Geschmack, jede Altersgruppe, jeden Hörertyp eigene Sendungen

boten. Im heutigen Formatradio sind die Bin-nendifferenzen des Programms innerhalb der Sender eingebettet; sie wurden „durchhörbar“ gemacht, wie es heißt. Dafür hat sich die Senderlandschaft insgesamt ausdifferenziert.

In dem umfangreichen 13. Kapitel wird der Blick auf die einzelnen Bausteine der Programme gelenkt, die so „durchformatiert“ dann doch wieder nicht erscheinen. Es geht um zwölf Programmelemente: Nachrichten, Musik, Moderation, Comedy, Jingles, Gewinnspiele und Radioaktionen, Werbespots, Hörspiel, Service und Ratgeber, Feature, Sportreportage, Kinderfunk. Kapitel 14 unternimmt eine „Zeitreise durch fünf Jahrzehnte Radiogeschichte“ und macht diese in erster Linie an Frauen und Männern fest, die durch ihre Sendungen in den unterschiedlichsten Genres Radiogeschichte geschrieben haben: Friedrich Luft mit der „Stimme der Kritik“ in Berlin seit 1946; Werner Höfer, Walter Erasmy, Gerd Ruge und Peter von Zahn mit dem „Echo des Tages“ seit 1946 aus Köln und Hamburg; Chris Howland, genannt Mister Heinrich Pumpernickel, als „Schallplatten-Jockey“ seit 1952 beim NWDR; Hans Rosenthal mit „Wer fragt gewinnt“ und „Allein gegen alle“; und Peter Frankenfeld, Sammy Drechsel, Fritz Hausmann, Hanns Verres, Hermann Hoffmann, Mal Sondock, Karl Heinz Wocker, Baldur Seifert, Gerd Kadelbach, Henning Venske, Frank Elstner, Jörg Wontorra, Frank Laufenberg, Elke Heidenreich, Heinz Siebeneicher, Carmen Thomas, Elmar Hörig, Thomas Gottschalk, Günther Jauch, Stefan Siller, Thomas Schmidt und viele mehr – eine eindrucksvolle Galerie. Auch über die Geschichte des DDR-Hörfunks erfährt man in diesem Kapitel das Wichtigste in geraffter Form.

Die folgenden zwei Kapitel sind der Zukunft zugewandt. Die neuen digitalen Übertragungsformate Real Audio (für das Internet) und DAB (terrestrisch) werden in Kapitel 15 vorgestellt und in Kapitel 16 wird berichtet, was 14 Radioexpertinnen und -experten zur Zukunft des Radios im Jahr 2010 eingefallen ist. Nicht alle, aber doch eine Mehrheit, vermutet, dass es den heutigen Radioapparat nicht mehr geben wird, da er in ein Multimedialiengerät mit Fernseher und Computer verschmolzen wurde. Nun gut, warten wir's ab.

Das letzte Kapitel beinhaltet unter der Überschrift „most wanted“ Daten der Media-Analyse 98/I. Für jedes Bundesland werden die

Sender nach ihrer Hörerreichweite, dem Durchschnittsalter ihrer Hörerinnen und Hörer, dem dominierenden Musikformat und dem verfolgten Programmkonzept aufgeführt. Ein Abkürzungsverzeichnis, ein Personenregister und ein knappes Literaturverzeichnis schließen den Band ab.

Es sollen drei Rezeptionsweisen dieses Buch, unter den vielen möglichen, hervorgehoben werden. Brünjes und Wengers „Radio-Report“ lässt sich als interessant und unterhaltsam geschriebene Übersicht zur aktuellen Entwicklung des Hörfunks lesen. Dabei werden die Trends, z. B. zur Formatisierung der Programme, zur Digitalisierung der Technik, zum Radioprogramm als Markenprodukt, kenntnisreich beschrieben, im einen oder anderen Fall Auswüchse kritisiert, nicht aber grundsätzlich hinterfragt. Was an Programmkritik im Einzelnen angeführt und zitiert wird, richtet sich am ehesten gegen das „Kulturradio“ alter Schule: Es sei (zu) brav, elitär und altbacken. Handbuchcharakter ist dem „Radio-Report“ jedoch nicht zuzuschreiben. Dazu gibt es zu wenig Systematik und Methodenreflexion und zu viele Lücken (z. B. wird der gesamte dritte Sektor des Hörfunks, die privaten, nichtkommerziellen Sender, ausgeblendet, oder die technische Entwicklung der digitalen Übertragungstechnik mit DSR, ADR und DVB wird nur unzureichend dargestellt). Diesen Anspruch verfolgen die Autoren allerdings auch nicht.

Man kann das Buch auch lesen als eine Fundgrube für mehr oder weniger überraschende und kuroise Geschichten aus der Radiowelt: Welche spätere Präsidentengattin war in der frühen Rundfunkwerbung der 30er Jahre wegweisend tätig (Elly Heuss-Knapp)? In welcher Stadt wurde wann das erste Uniradio gegründet (Ilmenau 1950)? Wie viele Hörspiele senden täglich die ARD-Rundfunkanstalten (8 täglich, 700 pro Jahr werden neu produziert, die Erstausstrahlung eines Hörspiels verfolgen im Schnitt 20.000 bis 60.000 Menschen)?

Ansatzweise kann der „Radioreport“ auch als ein Führer durch die höchst vielfältige Radiolandschaft der Bundesrepublik Deutschland gelesen werden. Welche Sender liefern welchen Musikstil für welche Altersgruppe, wo gibt es lokale und regionale Informationen und wo Radio-Comedy, bei welchem Sender kann man das meiste gewinnen und was sind die aktuellen Hörspieltrends und in welchem Programmen lassen sie sich verfolgen? Ein „Kursbuch“

durch die aktuellen Hörfunkprogramme für Radiofans ist Brünjes und Wengers Buch allerdings nicht. Dafür ist ihre Darstellung zu wenig aktuell, systematisch und umfassend. Ein solches „Kursbuch Radio“ müsste erst noch geschrieben werden.

Ulrich Riehm

**Werner Früh / Uwe Hasebrink /
Friedrich Krotz / Christoph Kuhlmann /
Hans-Jörg Stiehler**

Ostdeutschland im Fernsehen

München: KöPäd Verlag 1999. – 438 S.
(TLM Schriftenreihe; 5)
ISBN 3-929061-65-1

Der Deutsch-Deutsche Einigungsprozess ist in das erste „Nachwendejahrzehnt“ gegangen. Das vereinte Deutschland ist zur Realität unseres Alltags geworden. Ist es das wirklich? Alltagsbeobachtungen sowie wissenschaftliche Studien zeigen, dass dies nicht so ist. Obwohl bzw. weil das Fernsehen als Leitmedium in den ersten 10 Jahren die öffentliche Meinung zur Wiedervereinigung entscheidend geprägt hat, bestehen zwischen Ostdeutschland und Westdeutschland zwar nicht dramatische, aber doch zumindest deutlich erkennbare Unterschiede der Lebenswelten und politischen Kulturen. Und dieser Umstand wirkt sich auf die gegenseitige Selbst- und Fremdwahrnehmung der Deutschen in Ost und West aus. Und somit letztlich auch auf die Darstellung dieser Thematik im Fernsehen.

Von der Kommunikations- und Medienwissenschaft kann nicht zuletzt deshalb erwartet werden, für diesen historisch einmaligen Prozess ein valides Beschreibungs-, Erklärungs- und Orientierungswissen an die Hand zu geben. Die vorliegende Studie erfüllt diese Erwartung. Auf Initiative der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und des Landesrundfunkausschuss für Sachsen-Anhalt (LRA) hat das Autorenteam aus Ost- (Universität Leipzig) und Westdeutschland (Hans-Bredow-Institut, Hamburg) eine sowohl theoretisch als vor allem auch empirisch umfassende und gelungene Arbeit vorgelegt.

Die Studie zeigt erstmals, wie Informations- und Unterhaltungsangebote des Fernsehens, kulturelle Selbst- und Fremdwahrnehmungen beeinflussen. Präsentiert werden systematische Inhaltsanalysen, Vergleiche mit früheren Fern-

sehstrukturanalysen sowie interessante explorative Fallstudien.

Die Grundgesamtheit ergibt sich aus N = 176 Stunden des aufgezeichneten TV-Programms (21 Tage x 7 Programme x 8 Stunden). Die Stichprobe besteht aus n = 4417 Beiträgen, die insgesamt 256 Stunden dauern. Beiträge werden dabei als Einheiten definiert, die zu einer größeren, umfassenderen explizit thematisierten inhaltlichen Einheit gehören (S. 83). Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich über einen Zeitraum von 21 Wochen (12.12.97 bis 3.5.1998). Durch das Stichprobenverfahren der künstlichen Woche kamen 21 Tage in die Auswahl (jeder Wochentag kam dreimal vor. Berücksichtigt werden die Informations- und Infotainmentprogramme zwischen 16 Uhr und 24 Uhr auf ARD, ZDF, RTL, SAT.1, PRO7, N3 und MDR. Analysiert werden inhaltlich alle Ost-Beiträge der bundesweiten Programme, jeder zweiter Ostbeitrag von MDR und N3 sowie jeder zweiter Westbetrag.

Aus der Fülle der Ergebnisse kann exemplarisch hervorgehoben werden: Die privat-kommerziellen Programme SAT.1 und RTL zeigen kaum weniger Beiträge als die öffentlich-rechtlichen Anstalten ARD und ZDF. Man kann annehmen, dass dies durch einen größeren Infotainment-Anteil in diesen Programmen zustande kommt.

Ein weiterer Befund zeigt, dass Westdeutschland in der Gesamtberichterstattung deutlich mehr Beachtung findet als Ostdeutschland und zwar 3,7-mal so viel. Alle bundesweiten Programme und auch der MDR berichten über regionale Themen (West wie Ost) deutlich negativer als über bundesweite und andere nicht regional verortete Themen. Die Berichterstattung konzentriert sich bei fast allen bundesweiten Programmen stark auf Bayern, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Erst dann kommt als erstes neues Bundesland Sachsen, zusammen in einer Gruppe mit Berlin, Hamburg und Hessen. Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen liegen mit wenigen Beiträgen abgeschlagen auf hinteren Rangplätzen. Die Fallstudie zum 3. Oktober zeigt, dass das Fernsehen dieses Ereignis eher ritualisiert, oberflächlich und zumeist aus einer Westperspektive aufbereitet.

Die Autoren diskutieren abschließend ein interessantes Problem, das quasi den Kern des Entdeckungszusammenhang bildet und auch für Folgestudien interessant sein dürfte: West-