

Abschiede von der Wirklichkeit

Aktuelle Frontlinien der medien- bzw. kommunikationswissenschaftlichen Fernsehforschung seit 2005 – eine Sammelrezension

Joan Kristin Bleicher

Lange Zeit galt das Fernsehen aufgrund seines schlechten Images eher als ungeliebter Forschungsgegenstand unterschiedlicher wissenschaftlicher Teildisziplinen. Triviale Erzählweisen und Manipulations-Möglichkeiten waren nur einige der Kritikpunkte in den Publikationen. Erst langsam gelangten seit den siebziger Jahren auch die Potenziale des Mediums in den Blick der Forschung: Dass das Fernsehen als Spiegel der Gesellschaft fungiert, haben bereits diverse amerikanische und deutsche Publikationen herausgearbeitet. Doch ein Blick in aktuelle Neuerscheinungen signalisiert, dass sich auch in den Publikationen zur Fernsehforschung allgemeine Veränderungen des Wissenschaftsbetriebs niederschlagen. In den in diesem Beitrag vorgestellten fernsehbezogenen Neuerscheinungen seit 2005 treten die aktuellen Konflikte und Grabenkämpfe zwischen geisteswissenschaftlicher Medienforschung und sozialwissenschaftlicher Kommunikationsforschung hinsichtlich des gemeinsamen Themenkomplexes Fernsehforschung deutlich zutage.

Folgende Titel werden im Weiteren besprochen:

- Uta Corsa (2005): *Unterhaltung schlägt Information. Die ersten digitalen Fernsehprogramme von 1996 bis 2003*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, ISBN 3-89669-530-4, 405 S.
- Oliver Fahle/Lorenz Engell (Hrsg.) (2006): *Philosophie des Fernsehens*. München: Fink, ISBN 3-7705-4154-5, 203 S.
- Angela Keppler (2006): *Mediale Gegenwart. Eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Darstellung von Gewalt*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, ISBN 3-5182-9390-7, 340 S.
- Dominik Koch-Gombert (2005): *Fernsehformate und Formatfernsehen. TV-Angebotsentwicklung in Deutschland zwischen Programmgeschichte und Marketingstrategie*. München: Martin Meidenbauer Verlag, ISBN 3-8997-5499-9, 545 S.
- Markus Stauß (2005): *Das Neue Fernsehen. Machtanalyse, Gouvernementalität und Digitale Medien*. Münster, Hamburg: Lit Verlag, ISBN 3-8258-7802-3, 303 S.
- Matthias Thiele (2005): *Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft ISBN 3-8966-9497-9, 321 S.

Die Beziehung zwischen medien- und kommunikationswissenschaftlicher Fernsehforschung in Deutschland

Mit den seit einigen Jahren in Deutschland zu beobachtenden tiefer werdenden Gräben an den Forschungs-Frontlinien scheint der Blickkontakt zwischen den wissenschaftlichen „Kriegsgegnern“ der Geistes- und Sozialwissenschaften zunehmend verloren zu gehen. Obwohl die Themenschwerpunkte beider Disziplinen, etwa im Bereich der Entwicklungen des digitalen Fernsehens, der Genres und der Sendungsformate, vielfach vergleichbar sind, ist auffällig, wie wenig Berücksichtigung die Forschungsergebnisse der Gegenseite in der jeweils eigenen Argumentation finden. Darunter leidet die Qualität der fernsehwissenschaftlichen Forschung in Deutschland insgesamt erheblich, was sich auch in ihrer fehlenden internationalen Akzeptanz niederschlägt. Denn aus inter-

nationaler Perspektive sind die in Deutschland alltäglichen Grabenkämpfe zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft eher eine Ausnahmesituation.

In den hier ausgewählten Neuerscheinungen der Jahre 2005 und 2006 zeichnen sich Entwicklungstendenzen innerhalb der wissenschaftlichen Teildisziplinen ab. So weist die aktuelle Fernsehforschung auf der medienwissenschaftlichen Seite einen deutlichen Anstieg der theoretischen Abstraktion auf, während auf der kommunikationswissenschaftlichen Seite neben die traditionelle Wirkungs- und Nutzungsforschung bisherige Schwerpunkte der medienwissenschaftlichen Forschung treten, wie etwa die Beschäftigung mit Mediengeschichte und der Analyse von Programmstrukturen und Genres. Doch bleibt bei diesem Zugriff auf medienwissenschaftliche Themen die sozialwissenschaftliche Empirie als traditionelles Verfahren des Tatsachenbeweises erhalten. Mittels Empirie werden beispielsweise Entwicklungen des digitalen Fernsehens eher deskriptiv beschrieben als in ihrer besonderen inhaltlichen und erlebnisorientierten Ausrichtung interpretiert.

Strategie Innovationsversprechen

Eine in der Hochschullandschaft seit vielen Jahrzehnten bekannte und immer wieder verwendete Strategie bei wissenschaftlichen Grabenkämpfen ist das Innovationsversprechen. Das bisher in der Forschung Erreichte wird pauschal für veraltet erklärt, die eigene Forschung ohne Berücksichtigung der Vergangenheit als neu und in die richtige Richtung weisend verkauft. Der Bochumer Medienwissenschaftler Markus Stauff nutzt diese Strategie in seiner Dissertation und spricht verheißungsvoll vom „Neuen Fernsehen“. Das Zentrum der Untersuchung bildet eine Reflexion der Digitalisierung des Fernsehens aus medientheoretischer Perspektive. Ausgehend von William Boddys Diagnose vom *Television in Transit* (Artikel in der Zeitschrift *Screen* aus dem Jahr 2000) beschreibt Stauff die Entwicklung des neuen Fernsehens, das aus seiner Sicht nicht nur durch verschiedene Formen der Interaktivität, sondern vor allem durch die Verschmelzung mit anderen Medien gekennzeichnet ist. (Stauff 2005, 8) Die Pauschalverurteilung des Alten führt dazu, dass man dies gar nicht zu berücksichtigen braucht, und so setzt sich Stauff erst gar nicht mit den bisherigen Ansätzen und Ergebnissen der Wirkungsforschung auseinander. In einer Art kritischem Rundumschlag gegenüber bisherigen Forschungsschwerpunkten kritisiert Stauff die sozialwissenschaftlich ausgerichtete kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung, ohne offensichtlich die entsprechenden Untersuchungen zur Kenntnis genommen zu haben.

Eine vergleichbare Strategie des Innovationsversprechens findet sich auf der anderen Seite des Grabens in kommunikationswissenschaftlichen Forschungsarbeiten. Dominik Koch-Gomberts in Zürich entstandene medienökonomische Untersuchung zur Formatentwicklung nimmt bisherige Ergebnisse der medienwissenschaftlichen Genreforschung nur rudimentär zur Kenntnis. Koch-Gombert bewertet seine Arbeit in dem kurzen Vorwort dementsprechend vollmundig und wohl in Zielrichtung auf die medienwissenschaftliche Forschung (etwa von Gerd Hallenberger u. a.) als „erste und umfassende Studie hinsichtlich der Formate und des Formatfernsehens in Deutschland“.

Auch die Mannheimer Soziologin Angela Keppler verzichtet in der Publikation „Mediale Gegenwart“ (2006) bei ihrem Vorschlag eines eigenen Analyseansatzes auf das etablierte medienwissenschaftliche Methodenspektrum, das sie nur ansatzweise (vor allem das Analyseverfahren von Thomas Kuchenbuch) zur Kenntnis genommen hat. Sie fragt aus sozialwissenschaftlicher Perspektive nach den „Kriterien, Mechanismen und Konventionen, die die Konstruktion von Realität in den jeweiligen Medien bestimmen.

(...) Dieses Wie der ‚medialen Konstruktion von Wirklichkeit‘ im Detail zu beschreiben und dabei Methoden einzusetzen, die der Vielschichtigkeit der dabei ablaufenden akustischen und piktoralen Prozesse gerecht werden, – dies ist das Ziel der hier vorgeschlagenen Methode der Fernsehanalyse“. (Keppler 2006, 94) Beeindruckend ist dabei die von ihr beschriebene Traditionslinie quantitativer Medienforschung, die den Eindruck erweckt, als habe sie bis auf wenige Ausnahmen ausschließlich in den Sozialwissenschaften stattgefunden. (Keppler 2006, 96ff.)

Strategien der Loslösung oder Auseinandersetzung mit der Fernsehwirklichkeit

Eine aktuelle Strategie der geisteswissenschaftlich ausgerichteten Medienforschung liegt in der Steigerung des Abstraktionsniveaus durch die Abkehr von bisherigen Analysen zu Form, Inhalt und Dramaturgie von Fernsehangeboten hin zu abstrakt theoretischen Reflexionen. So richtet sich die Aufmerksamkeit des von Lorenz Engell und Oliver Fahle herausgegebenen Bandes „Philosophie des Fernsehens“ nicht primär auf bereits erfolgte Reflexionen über das Medium durch etablierte Philosophen wie etwa Heidegger oder Derrida. Zentral ist vielmehr die „Reflexivität des Mediums im Spiegel seiner beobachtbaren Formen“ (Fahle/Engell 2006, 158), wobei die Rückbindung der Reflexionen auf die konkrete Programmpraxis eher vernachlässigt wird. Fahle und Engell setzen im „Science Ranking“ gleich ganz oben an: Sie konzipieren ihre Medienphilosophie als eine Art Meta-Wissenschaft, eine Wissenschaftstheorie der Medienwissenschaft. (Fahle/Engell 2006, 8)

Die in den theoretisch ausgerichteten Publikationen von Fahle/Engell und Stauff kaum noch anzutreffende traditionelle medienwissenschaftliche Rückbindung an die Programmpraxis und Sendungsanalyse findet sich hingegen in kommunikationswissenschaftlichen Publikationen zur Fernsehforschung. Angela Keppler entwickelt in ihrer „Medialen Gegenwart“ ein produktanalytisches Verfahren, das aus ihrer Sicht „in der Lage ist, den Gehalt der audiovisuellen Formate des Fernsehens unverkürzt auszulegen. Es stellt damit zugleich das Handwerkszeug für entsprechende Untersuchungen in Film und Fernsehen bereit“. (Keppler 2006, 11) Diese methodische Neuerfindung seitens der Kommunikationswissenschaft überrascht angesichts der Vielzahl vorliegender medienwissenschaftlicher Forschungsarbeiten zur Genreentwicklung und diverser Methoden von Film- und Fernsehanalysen. Auch das von Keppler vorgeschlagene Protokollverfahren für die Sendungsanalyse geht nicht über den Stand bisheriger Protokollmethoden hinaus (siehe dazu u. a. Kuchenbuch, Mikos, Hickethier, Wulff, Pabst, Borstnar).

Eine eigene fernsehtheoretische Argumentationslinie entwickelt Angela Keppler anhand ihrer Auswertung von Gewaltdarstellungen in Talkshows (Formen der verbalen Gewalt), Spielfilmen, Nachrichten, Magazinsendungen, Reality Formaten und Dokumentationen. Aus ihrer Sicht ist es vor allem die Bildersprache, „die den Betrachter einerseits in ein virtuelles Geschehen involviert und ihm andererseits einen erweiterten gesellschaftlichen Horizont verschafft.“ (Keppler 2006, 318) Sie kommt durch die Auswertung der jeweils vorherrschenden Präsentationsformen zu dem allgemeinen Schluss: „Das Fernsehen arbeitet niemals nur mit Illusionen, sondern stets mit Differenzierungen von Illusionen und Nicht-Illusion – aber es kann dies auf eine eher illusionär oder eher nichtillusionäre Weise tun.“ (Keppler 2006, 324)

Ebenfalls angesichts des medienwissenschaftlichen Stands der Forschung irritierend ist die am Beginn von Ute Corsas „Geschichte des digitalen Fernsehens“ (2005) stehende Diagnose: „Eine medienwissenschaftliche Diskussion zum digitalen Fernsehkommunikationsprozess gibt es nicht und kann deshalb auch nicht betrachtet werden.“ (Corsa

2005, 17) Ganze Sammelbände etwa des Siegener Sonderforschungsbereichs haben sich mit dem digitalen Fernsehen auseinander gesetzt. Medienwissenschaftliche Publikationen zum digitalen Fernsehen entstanden auch im Bereich der englischen und amerikanischen Fernsehwissenschaft.

Die Hinwendung zu Diskurstheorien

Die Entwicklungen der Fernsehforschung stehen im engen Kontext zu Veränderungen der theoretischen Reflexion. Nachdem der u. a. von Thomas W. J. Mitchell ausgerufene *Pictorial Turn* der Medienwissenschaft sein Exil mittlerweile in den diversen Bildtheorien der Kunst- und Kommunikationswissenschaft gefunden hat, erlebt die Diskurstheorie Foucaults in den verschiedenen Richtungen der medienwissenschaftlichen Dispositivtheorie ihre Auferstehung. Das theoretische medienwissenschaftliche Pendel scheint sich zwischen Bild, Sprache und Text hin und her zu bewegen. Nachdem die Bildwissenschaft sich in die Grenzbereiche von Kunst- und Kommunikationsforschung hineinbewegt, erfolgt gleichzeitig die Rückkehr zu verschiedenen Formen textorientierter Theorien, die sich im Grenzbereich zur Sozialwissenschaft ansiedeln; dem derzeit aktuellen diskurstheoretischen Turn der Medienwissenschaft (Schmidt, Winkler) entsprechend entwickeln Engell/Fahle einen diskurstheoretischen Ansatz. Sie gehen davon aus, „dass das Fernsehen – und wohl auch andere Medien (...) – von einem Diskurs oder einer Vielzahl von Diskursen produziert wird“. (Engell/Fahle 2006, 9) In dieser Annahme erlebt, ohne dass dieser Zusammenhang Erwähnung fände, die Sichtweise der Angebotsforschung, dass das Programm, also die Pluralität der Inhalte, das Angebot des Fernsehens ausmachen, seine Renaissance.

Veränderungen des Medienbegriffs

Im Bereich der medienwissenschaftlichen Theoriebildung erfolgt mit der Hinwendung zur Diskurstheorie ein Abschied von alten Medienbegriffen, der auch die Fernsehwissenschaft beeinflusst. Markus Stauff befasst sich im Hauptteil seiner eigentlich dem neuen Fernsehen gewidmeten Arbeit mit einer kritischen Rekonstruktion exemplarischer medienwissenschaftlicher Paradigmen. (Stauff 2005, 10) Insbesondere die Abkehr von linearen Kausalmodellen der Medienkommunikation signalisiert die wachsende Bedeutung der Diskurstheorie Foucaultscher Ausrichtung, die von variablen Beziehungen zwischen gesellschaftlichen und kulturellen Teilelementen bzw. Erscheinungsformen ausgeht. Derzeit wird immer häufiger ein offener disparater Medienbegriff gefordert. (Karpenstein-Eßbach, Nohr, Stauff). Dem Gesamtgestus der weitgehend von praktischen Entwicklungen losgelösten abstrakten Theoriebildung folgend gilt Stauffs Plädoyer der Auflösung des festen Medienbegriffs zugunsten offener Bedeutungszuweisungen, die Raum für neue Reflexionen lassen.

Sowohl bei Stauff als auch bei dem Braunschweiger Medienwissenschaftler Rolf Nohr (ehemaliger Bochumer) geht dieser Abschied von traditionellen Medienbegriffen mit der Diagnose fehlender Bedeutungsdimensionen der Fernsehvermittlung einher. Derartige Thesen werden mit Zitaten von Praxisvertretern unterstützt. Der ehemalige Programmdirektor von SAT.1, Fred Kogel, erkennt einen allgemeinen Wandel des Fernsehens hin zum „absoluten Begleitmedium“: „Fernsehen läuft immer. Es ist reiner Konsum. Wichtig ist dann nur, dass irgendetwas möglichst Entspannendes läuft. Im Gegensatz zur fiktionalen Reizüberflutung, wo du jeden Arzt, jeden Kommissar dieser Welt schon gesehen hat, hat man hier das Einfache.“ (Kogel zitiert nach Huber/Hu-

ber 2000, 327) Angela Keppler hingegen diagnostizierte bereits in der ersten Hälfte der 1990er Jahre eine Veränderung des alltäglichen sozialen Lebens der Akteure durch das Fernsehen (Keppler 1994, 9) und erweitert diese Diagnose in ihrer aktuellen Publikation auf gesellschaftliche Entwicklungen.

Grenzgänge zwischen medien- und kommunikationswissenschaftlicher Fernsehforschung

Dass sich mit Diskurstheorien nicht nur eine abstrakte Metatheorie, sondern auch eine sinnvolle Analyse von Fernsehsendungen konzipieren und realisieren lässt, beweist Matthias Thiele in seiner 2005 bei UVK erschienenen Dissertation „Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen“. Thiele untersucht darin die „Diskursivierung und Visualisierung von ‚Flucht‘ und ‚Asyl‘ im deutschen Fernsehen. Das soziale und kulturelle Wissen, das das Fernsehen in Bild und Ton zu diesen Formen der Migration in den 1990er Jahren aufgreift, bearbeitet, produziert und bereitstellt, soll beschrieben und auf seine Regelmäßigkeiten hin untersucht werden.“ (Thiele 2005, 7) Die Zielsetzung der Arbeit geht über klassische medienwissenschaftliche Ansätze hinaus. Thiele versteht „die Analyse (...) als eine Form der ‚Intervention‘ (Hartley 1992) und ‚Resistenz‘ (Link 1993b, Parr 1992), die nicht nur darauf zielt, das durch das Fernsehen produzierte sowie von den ZuschauerInnen auf die eine oder andere Weise subjektiv applizierte sozio-kulturelle Wissen zu beschreiben und zu erklären, sondern auch in Frage zu stellen und zu verändern.“ (Thiele 2005, 12)

In seiner den Brückenschlag zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft suchenden Dissertation berücksichtigt Thiele auch die Ergebnisse von sozialwissenschaftlichen Studien (u. a. Brosius/Esler 1995, Ruhrmann 1996, Weiß 1995) zur Presseberichterstattung, die auf „das Negative, Konflikthafte, Krisenhafte, Katastrophische und Sensationelle“ der Darstellung von Flüchtlingen und Asylsuchenden hinwiesen. Thiele kritisiert, dass diese sozialwissenschaftlichen Studien mehr oder weniger unhinterfragt „sowohl die sprachlichen Benennungen als auch die Problemdefinitionen des Fernsehens“ (Thiele 2005, 11) übernehmen. Aus Sicht von Thiele blieben jedoch die sprachlichen und elektronischen Bilder so gut wie unberücksichtigt (Thiele 2005, 11). Mit seiner dem diskurstheoretischen Ansatz des Sprachwissenschaftlers Jürgen Link und den strukturalistischen Symboltheorien folgenden Studie schließt Thiele diese Forschungslücke. Er zeigt in seinen Analysen anschaulich, auf welche Weise in Bild und Text geläufige Kollektivsymbole, Stereotypen und Bedrohungsszenarien bei den jeweils aktuellen Themenschwerpunkten der Berichterstattung über Asyl „appliziert, rekombiniert und narrativ weiter gestrickt werden.“ (Thiele 2005, 12) Thiele verdeutlicht, „dass das Fernsehen zugleich mit verschiedenen medialen Symbolisierungsweisen operiert.“ (Thiele 2005, 28) Er legt mit seinen vielfältigen Sendungs-, Bild- und Moderationsanalysen die Konstruktionsmuster und -verfahren offen, mit denen sich das Fernsehen als Diskursmacht in gesellschaftlichen Auseinandersetzungen positioniert.

Angela Keppler konstatiert eine Konkurrenz zwischen verschiedenen wissenschaftlichen Teildisziplinen um die Fernsehanalyse und gelangt zu dem Fazit: „Eine wissenschaftliche Untersuchung des Fernsehens, die sich auf die Komplexität ihres Gegenstandes einlässt, kann nur interdisziplinär verfahren, von welcher Disziplin sie auch ausgehen mag.“ (Keppler 2006, 87) Keppler verknüpft kommunikations- und medienwissenschaftliche Erklärungsmuster auf ihre Weise. So betont sie eher aus medienwissenschaftlicher Perspektive argumentierend: „Die Bedeutung des Fernsehens für den sozialen Prozess ist von der ästhetischen Realität seiner Bildprozesse nicht zu trennen.“

(Keppler 2006, 8) Was unter einer ästhetischen Realität zu fassen ist und warum sie Bilder als Prozess begreift, bleibt an dieser Stelle ungeklärt. An anderer Stelle ihres Buches geht Keppler ausführlicher auf die Instrumentalisierung medienwissenschaftlicher Analyseansätze für sozialwissenschaftliche Fragestellungen ein: „Eine sozialwissenschaftlich fundierte Medien- und Kommunikationswissenschaft stellt die Frage, wie in den und durch die Medien soziale Realität konstruiert und konturiert wird. Mittels welcher sprachlichen, filmischen, dramaturgischen Mittel werden Ereignisse, Sachverhalte dargestellt und aufbereitet, fiktional und experimentell imaginiert? (...) Kurzum: Welche Rolle spielen die Massenmedien im Alltag der Menschen? Wie tragen sie zur Bildung und Umbildung der Relevanzen bei, die für die soziale Wirklichkeit in einer globalisierten Welt leitend sind?“ (Keppler 2006, 93)

Angela Keppler untersucht in ihrer „Medialen Gegenwart“ „die mediale Wirklichkeit des Fernsehens in der Absicht, seine Stellung in der sozialen Wirklichkeit heutiger Gesellschaften zu begreifen“. (Keppler 2006, 7) Das Fernsehen soll als ein Teil der Realität verstanden werden, die es selbst durch die besondere Machart seiner Programme prägt. (Keppler 2006, 8) „Teil der sozialen Wirklichkeit ist das Fernsehen dadurch, dass es seine Benutzer fortwährend mit Variationen unterschiedlicher Gattungen der audiovisuellen Kommunikation unterhält.“ (Keppler 2006, 8) Unklar bleibt Kepplers Verständnis der Beziehung von Programm, Gattung, Genre (der Begriff wird häufig synonym mit Gattung verwendet) und Kommunikation. Erst am Ende beschreibt sie die Gattungen des Fernsehens als „veränderliche Regelmäßigkeiten der Darbietung, die sich miteinander verändern. Das Spektrum der Gattungen des Fernsehens bildet ein Bezugssystem, in dem jede einzelne unter ihnen ihre Kontur gewinnt. Dieses Bezugssystem ist ebenso sehr ein ästhetisches wie ein ideologisches.“ (Keppler 2006, 312)

Die einzelnen Abschnitte von „Mediale Gegenwart“ folgen unterschiedlichen Zielrichtungen und Ansätzen. Zunächst soll ein eigener fernsehtheoretischer Entwurf klären, „wie das Fernsehen in der Vielfalt seiner Programme die historische, soziale und kulturelle Gegenwart konturiert.“ (Keppler 2006, 7) Es folgen Kapitel, die sich mit jeweils eigenen Analyseansätzen mit verschiedenen Fernsehgattungen und -genres (die Abgrenzung beider Begriffe bleibt, wie gesagt, unklar) und Motiven der Berichterstattung auseinandersetzen. Im Zentrum steht die Darstellung von Gewalt in Live-Übertragungen, Nachrichten und fiktionalen Sendeformen. Gewalt ist aus Sicht Kepplers ein Thema, „dem für die Selbstverständigung heutiger Gesellschaften ein zentraler Stellenwert zukommt.“ (Keppler 2006, 7) Gleichzeitig lassen sich aus ihrer Sicht Differenzen zwischen Fiktion und Dokumentation am Beispiel der Darstellung von Gewalt besonders gut verdeutlichen.

Themenschwerpunkte der aktuellen Fernsehforschung: Programm- und Navigationsmodelle

Einen aktuellen Forschungsschwerpunkt bilden weiterhin die Versuche, Ordnungsmodelle für die vorhandene Komplexität der Sendungsangebote zu finden. Dabei kommt es in den aktuellen fernsehwissenschaftlichen Publikationen auf unterschiedliche Weise zu einer Fortsetzung der Programmforschung, etwa von Knut Hickethier. Matthias Thiele bleibt zwar in seiner auf gegenwärtige Entwicklung ausgerichteten Dissertation dem in den 1970er Jahren entstandenen Flowmodell von Raymond Williams verhaftet, weist aber auch darauf hin, dass sich „bedingt durch Kommerzialisierung, Senderkonkurrenz und aufgrund der Aufmerksamkeit zerstreuen Rezeptionsbedingungen des häuslichen Fernsehens“ das Programm als Flow organisieren, „in dem sich die Einheiten der Sendun-

gen ineinander schieben, vermischen und sich tendenziell von ihren Rändern her auflösen.“ (Thiele 2005, 14) Diese Verschiebungen setzen sich aus Sicht Thieles auch innerhalb der Sendungsgrenzen fort, „so dass Fernsehsendungen und Fernsehen insgesamt als einfache Kumulation von mehr oder weniger heterogenen Segmenten beschrieben werden können, die mit Hilfe von Verbindungsstücken, Anschlüssen und Redundanzen verknüpft, gruppiert und angeordnet werden.“ (Thiele 2005, 15) Eine Berücksichtigung von Ergebnissen der Paratextforschung in der Medienwissenschaft bleibt in diesem Zusammenhang leider aus.

Uta Corsa befasst sich in ihrer an der Universität Leipzig entstandenen Dissertation „Unterhaltung schlägt Information“ mit der jüngsten Fernsehgeschichte, nämlich der bisherigen Entwicklung des digitalen Fernsehens unter besonderer Berücksichtigung seiner gesellschaftlichen, rechtlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen und der Entwicklung seiner Programmstrukturen und -profile. Corsa überprüft die medienwissenschaftliche Diagnose einer Ablösung des Programmbegriffs durch das „Speichersystem“ und den Zugriff (vgl. Hickethier 1999, 67), den „Container“ (vgl. Paech 1999, 9) und das Bouquet (vgl. Engel 2001, 480). Corsa konkretisiert die bisher häufig abstrakt bleibende Metaphorik vom Programmbouquet oder Library Television (Newcomb) durch eine genaue Analyse der Programmstrukturen digitaler Anbieter wie etwa Premiere. Dabei prognostiziert sie: „das Programm im digitalen Zeitalter kann sich zum Puzzle oder Domino entwickeln.“ (Corsa 2005, 21) Ob bisherige medienwissenschaftliche Prognosen für die Anfangsjahre des digitalen Fernsehens zutrafen und wie sich die digitalen Fernsehprogramme und ihre Strukturen entwickelt haben, erfasst Uta Corsa mit einer ausführlichen Programmstrukturanalyse aller digitalen Fernsehprogramme im Zeitraum zwischen 1996 bis 2002. Sie analysiert die Bouquet- und Programmstrukturprofile, ihre Konzeptionen sowie ihre Programmvietel und Programmqualität. Auf Basis dieser Analysen schreibt sie die nach ihren Angaben erste digitale Programmgeschichte (Corsa 2005, 13) und versucht auf dieser Grundlage, das Modell des analogen Fernsehkommunikationsprozesses zu überprüfen. (Corsa 2005, 15) Dabei werden die Programmanteile einzelner Sender der Programmbouquets empirisch erhoben, was jedoch für eine Analyse der besonderen Profilbildung nicht ausreicht. In der empirischen Erhebung bleiben die jeweiligen Genrebeurteilungen unklar, die Produktionsjahre der gezeigten Filme des Bouquets fehlen, was den analytischen Blick auf die jeweiligen Programmschwerpunkte der untersuchten Sender erschwert. Beispielsweise sind die historischen Zuordnungen des im Programm *Starkino* gesendeten Filmmaterials nicht immer nachvollziehbar. (Corsa 2005, 91) Auch bleibt zu fragen, ob nicht bereits der Titel *Starkino* eine Konzentration auf bestimmte Filmstars nahe legt. Dieser Aspekt der Personenbindung des digitalen Programms bleibt in der Untersuchung von Uta Corsa unberücksichtigt. Die Legenden der Säulendiagramme, die die Sendenteile illustrieren sollen, sind in der Buchfassung des UVK-Verlages häufig nicht lesbar. Schließlich hätte ein stärkerer Rückbezug der erzielten Forschungsergebnisse auf die in der Einleitung angekündigten Vergleiche mit Entwicklungen im Bereich des analogen Fernsehens den Erkenntniswert der Studie von Uta Corsa deutlich erhöht.

Markus Stauffs Ausführungen zur medienwissenschaftlich ausgerichteten Navigationsforschung befassen sich mit dem Einfluss medientechnischer Innovationen auf Ordnungsmodelle des Programms und allgemeinen Zusammenhängen von Ordnungsmodellen und Nutzungsverhalten. Zu den neuen technikbasierten Ordnungsmodellen zählen neben den elektronischen Programmführern auch die Menüs von Videorekordern, Settop Boxen und Fernbedienungen, aber auch im Bereich des Internets die Suchmaschinen. Sie fungieren als interaktive Orientierungsangebote, die auf die individuelle Nutzung des

einzelnen Rezipienten ausgerichtet sind. (Loosen, Stauff, Winkler) Gleichzeitig kommt es zur engen Verknüpfung von Navigationsmodellen und Programmstruktur innerhalb der digitalen Programmbouquets. „Die Menüs vermitteln keineswegs nur zwischen dem Programmangebot und dem „einfachen Knopfdruck“; sie stellen eine eigenständige Strukturierungsebene dar und dringen – wie beispielsweise an Spartensendern deutlich wird – in die Programmstruktur ein. Diese nimmt – ohne dass der flow damit gänzlich aufgehoben würde – selbst die Form eines Menüs an.“ (Stauff 2005, 230)

Staufts zweiter Forschungsschwerpunkt besteht in der Analyse von Ordnungsstrukturen der Navigationen von digitalen Programmangeboten und den unterschiedlichen Programmführer-Verfahren des digitalen Fernsehens. Dabei erscheint auffällig, dass die für den Zuschauer bereitgestellten Kategorien der Sendungsauswahl den bisherigen thematischen Schwerpunkten der Programmplanung entsprechen. „Nahezu alle Elektronischen Programmführer bieten eine Basisunterscheidung nach dem Schema ‚Information, Film, Unterhaltung, Sport‘. Zusätzlich bilden (in ihrer Relevanz eher zu- als abnehmend) Stars und Medienereignisse (seien es Sportübertragungen, Katastrophen oder politische Auseinandersetzungen) zentrale Ordnungskategorien.“ (Stauff 2005, 231) Darüber hinaus fungieren, wie etwa im Bereich des Kinospießfilms, auch Stars als zentrale Elemente der Programmwerbung: Bei *ARD Digital* kann der Zuschauer seine Sendungsauswahl anhand der Mitwirkenden treffen. (Stauff 2005, 232) Generell stellt Stauff fest: „Das Programm lässt sich in den meisten Programmführern nach zeitlichen Kriterien (jetzt – später), nach Senderklassifikationen (Bouquets, Einzelsendern, Free-TV vs. Pay-TV) oder nach thematischen Aspekten (Genre, Themen, Stars) strukturieren.“ (Stauff 2005, 232) Dieses Kategoriensystem entspricht genau den bisherigen Ankündigungsformen der Fernsehprogrammzeitschriften. Aus Sicht von Stauff kennzeichnet die elektronischen Programmführer ein „Prozess der (fortlaufenden Neu-)Hierarchisierung von Kategorien, die in einem strategischen Verhältnis zu Elementen des Programms stehen.“ (Stauff 2005, 233) Ein anschauliches Beispiel für diesen Prozess findet sich in seiner Untersuchung leider nicht.

Theorien zum Verhältnis Fernsehen und Gesellschaft

Die Diagnose, dass das Fernsehen innerhalb der Gesellschaft eine zentrale Rolle spielt, findet sich nicht nur bei Vertretern der medienwissenschaftlichen Diskurstheorien, sondern auch bei der Mannheimer Kommunikationswissenschaftlerin Angela Keppler. Sie setzt die gesellschaftliche Bedeutung des Fernsehens in einen engen Bezug zu seiner individuellen Wirkung. „Das Fernsehen als ein spezifisches System der Gewinnung orientierender Erfahrungen und der Erzeugung gesellschaftlichen Wissens und gesellschaftlicher Orientierung leistet einen integralen Beitrag zur Verfassung heutiger Lebenswelten.“ (Keppler 2006, 90) Hier zeigt sich jedoch, dass Kommunikations- und Medienwissenschaftler das Fernsehen in je unterschiedlich gewertete ökonomische und gesellschaftliche Kontexte einfügen. Angela Keppler betont, dass das Fernsehen nicht nur aus der Folge seiner Sendungen bestehe, sondern „zugleich aus den vielfältigen Praktiken seiner Produktion und Rezeption und ihrer Verfestigung. (...) In diesem Kreislauf von Institutionen und Praktiken erhalten die Sendungen und Programme überhaupt erst ihren Status als kommunikative Produkte.“ (Keppler 2006, 9)

Gingen Vertreter der filmwissenschaftlichen Dispositivtheorie bislang vor allem von der Bedeutung der apparativen Anordnung für die Filmwirkung aus (Paech, Hickethier), so orientiert sich die von Stauff vertretene Version der Dispositivtheorie hingegen am ursprünglichen Konzept Foucaults, der betont, dass sich in den jeweils zu einer be-

stimmten historischen Epoche vorhandenen Dispositiven gesellschaftliche Machtverhältnisse niederschlagen. So seien Medien systematisch an der Produktion von Macht- und Wissensformen beteiligt; was darunter konkret zu verstehen ist, wird jedoch nicht erläutert. (Stauff 2006, 121) Stauff konstituiert vielmehr eine Art Machtausübung ohne Machthaber, wenn er schreibt, das Dispositiv sei eine „Verfügungsstruktur von Institutionen, Praktiken und Diskursen“ (Laugstien 1995, 57), die Wissensformen, Machtrelationen und Subjektivitäten konstituiert und reguliert. Die Mechanismen des Dispositivs (die ‚Institutionen, Praktiken und Diskurse‘) gliedern und klassifizieren Räume und Bewegungen, Bedeutungen und Objekte; dabei erstellen sie Machtbeziehungen zwischen den Elementen, d.h. Beziehungen potenzieller Einwirkungen“. (Stauff 2005, 116) Stauff weist den Medien die Rolle eines „Mechanismus innerhalb von Gesamtdispositiven (die selbst etwas ganz anderes sind als Medien)“ zu (Stauff 2005, 118), doch auch darüber, worin diese Gesamtdispositive genau bestehen, erfährt der Leser nichts.

Innerhalb dieser reflexiven Rückkehr zu Foucaults Dispositivmodell kommt es auch zu einer unerwarteten Renaissance von Kernthesen der Frankfurter Schule, etwa wenn Markus Stauff schreibt: „Die Medien sind somit nur ein Teilelement einer umfassenden ‚kulturindustrielle(n) Modellierung und Unterwerfung der Subjekte“. (Stauff 2005, 121) Stauff fragt innerhalb dieser kulturindustriellen Modellierung insbesondere nach den „gesellschaftlichen Funktionen und Machteffekten“ (Stauff 2005, 9) der aktuellen Realisierungsformen des Fernsehens. Sowohl neue Medientechniken (DVD Player, Set-Top-Boxen und Festplattenrekorder) als auch Veränderungen der Sender- und Programmstrukturen verändern das Verhältnis der Zuschauer „zu Apparat und Programm des Fernsehens“. (Stauff 2005, 9) Darüber hinaus diagnostiziert Stauff eine Veränderung der „medialen Konstellation (Dispositiv), die mit Macht- und Subjekteffekten verbunden ist.“ (Stauff 2005, 9)

Diskussion des interaktiven Zuschauerverhaltens

Die von Stauff als zentraler Faktor des Neuen Fernsehens beschriebene Interaktivität wird von dem Züricher Medienökonom Koch-Gombert weit zurückhaltender bewertet. Er erklärt den Misserfolg des Formats „Mission Germany“ (Pro Sieben), in dem die Zuschauer mit Hinweisen aus Fernsehsendungen und dem Onlineauftritt der Sendung Kandidaten durch Deutschland jagten, u.a. mit einer Überforderung der Zuschauer durch zu viele Interaktivitätsangebote. Aus seiner Sicht war die Interaktivitätsanforderung für ein „TV-Format nicht angebracht“ (Koch-Gombert 2005, 346). Doch gerade „Mission Germany“ markiert wie „Big Brother“ die neue Angebotsverteilung zwischen Fernsehen und dem Internet, den neuen „multimedialen Mix aus Fernsehsendungen und Internetauftritt“. (Mikos 2000, 172) Diese Grenzverwischungen unterschiedlicher Medienangebote auf digitaler Basis ist bereits von verschiedener Seite prognostiziert worden. Bereits zu Beginn der 1990er Jahre formulierte der Medienwissenschaftler Siegfried Zielinski seine Vision einer Medienfusion visueller Massenmedien. Axel Zerdick sprach aus medienökonomischer Perspektive vom „evolutionären Prozess des Zusammenwachsens der ursprünglich weitgehend unabhängig operierenden Industrien Medien, Telekommunikation und Informationstechnologie“. (Zerdick 2001, 140)

Frontlinien Medienwissenschaft und Medienökonomie

Die Bedeutung von Fernsehsendungen als Kulturgut bzw. ökonomische Warenform birgt traditionell ein Konfliktpotenzial an einer weiteren wissenschaftlichen Frontlinie, der zwischen Medienwissenschaft und Medienökonomie. Aus ökonomischer Perspektive befasst sich Dominik Koch-Gombert in seiner Dissertation mit Fernsehformaten und dem Formatfernsehen. Sie basiert fast zur Hälfte ihres Umfangs auf bisherigen medienwissenschaftlichen Forschungsarbeiten zur Fernsehgeschichte, deren Ergebnisse in Abschnitten zur Geschichte verschiedener Sendungsformate zusammengefasst werden. Gleichzeitig bleiben auch in dieser Untersuchung die Grenzen zwischen dem Genre- und dem Formatbegriff unscharf. Koch-Gomberts Dissertation reiht sich ein in vielfältige und bislang dennoch vergebliche Versuche, den wirtschaftlichen Erfolg von Fernsehsendungen erklärbar zu machen. Es zeigt sich, dass der Verzicht auf Ergebnisse medienwissenschaftlicher Studien hinsichtlich des wirkungsorientierten Sendungsaufbaus dazu führt, erfolgreiche Sendungen nur anhand von Einschaltquoten identifizieren zu können und in einem weiteren Abschnitt in einer chronologischen Abfolge die Nachfolgeformate aufzulisten. Die Frage, was nun die besondere Dramaturgie des erfolgreichen Ursprungs ausmacht, welche Spannungsbögen und Emotionalisierungsstrategien Anwendung finden, wo die formalen Besonderheiten liegen und wie die jeweiligen Figurenkonstellationen Identifikationsangebote aufbauen, bleibt zumindest in dieser Dissertation unbeantwortet. Gerade eine detailgenaue vergleichende Analyse von Dramaturgien und Gestaltungsprinzipien könnte über die Differenzen zwischen erfolgreichen Formaten und den erfolglosen Me-Too-Adaptionen Auskunft geben. Bei Koch-Gomberts Vergleich der Daily Soaps macht sich die fehlende Berücksichtigung unterschiedlicher Themen, Figurenkonstellationen und Erzählweisen besonders schmerzlich bemerkbar.

Dass Prominente auch erfolglosen Sendungen zumindest phasenweise einen Lichtstreifen am Quotenhimmel verschafften, wie es Koch-Gombert mehrfach etwa am Beispiel von Quizsendungen oder Gameshows herausarbeitet, wussten wir bereits aus bisherigen Studien zur Aufmerksamkeitsökonomie. Interessanter hingegen sind die vielen, von Koch-Gombert in die Format-Untersuchung eingestreuten Wirkungshypothesen von Wissenschaftlern und Programmverantwortlichen, die sich zu Trenddiagnosen erweitern lassen. So erklärt Ursula März den Übergang von Talkshows zu den Psycho-Talks und zum Court TV damit, „dass der Wunsch nach Krawall und Enttönnung abgelöst wird vom Wunsch nach Anleitung und Führung“. (März 2002, 21) Koch-Gombert verweist auch darauf, wie Programmtrends entstehen, wenn er Tom Sänger, den Bereichsleiter Unterhaltung Show & Daytime von RTL, mit der Äußerung zitiert: „Wir haben Subgenres gebildet und damit einen eigenen Trend gesetzt“. (Koch-Gombert 2005, 336)

Aus ökonomischer Perspektive interessant sind die von Koch-Gombert an vielen Stellen integrierten Angaben zu den Produktionskosten und die detaillierten Angaben zu den intendierten und jeweils mit einem Format tatsächlich erreichten Zielgruppen (etwa bei den verschiedenen Daily Soap-Formaten) und zum Angebotsspektrum an Merchandising-Produkten (etwa von GZSZ; Koch-Gombert 2005, 350) oder den besonderen Einnahmeformen von Call-In-Sendungen. (Koch-Gombert 2005, 347) Nur vergleichsweise kurz angesprochen wird der interessante Aspekt der Konvergenz etwa zwischen dem Musikfernsehen und den Handy Angeboten (Screenserver, Klingeltöne; Koch-Gombert 2005, 348) oder der sendungsspezifischen Bildung von Online Communities u. a. bei GZSZ (Koch-Gombert 2005, 343), die auch zur Vermarktung von Online-Varianten von Fernsehsendungen genutzt werden. (Koch-Gombert 2005, 342)

Die Komplexität, in der Sendungen von Koch-Gombert in seiner aktuellen Marktbewertung der Genres vorgestellt werden, variiert. Mal werden die genauen Daten des Sendungsbeginns genannt, mal nur in etwa die Monate der Erstausstrahlung. Auch in der Auswertung von Formaten etwa im Bereich des Reality TV finden sich Ungenauigkeiten: So werden z. B. nicht in allen Programmen des Reality TV die Kandidaten „für einen festgelegten Zeitraum 24 Stunden täglich von Kameras überwacht“. (Koch-Gombert 2005, 360) Bei dem Format „Der Frisör“ zählten auch nicht, wie behauptet (Koch-Gombert 2005, 322), nur Prominente zu den Kunden, ein besonderer Reiz der Sendung bestand ja gerade in der Möglichkeit, am Tag Kunde des Salons zu sein und abends seinen eigenen Frisörbesuch am Fernsehbildschirm verfolgen zu können, also Zeuge der eigenen Medienpräsenz zu werden. Eine Reihe von Reality-Formaten, wie etwa die Mischformen aus Reality und Flirtshow – die Reihe „Bachelor/Bachelorette“, „EL Der Millionär“, „Mein unmöglicher Verlobter“ oder das Umerziehungslager für beziehungsunfähige Männer „Kampf um deine Frau“ – finden keine Berücksichtigung.

Trotz fehlender Produktionskenntnis im Einzelfall arbeitet Koch-Gombert die Bedeutung des Faktors Authentizität für den Erfolg von Reality-Formaten heraus. So betont er bei den fiktionalen Fällen der Reality Soaps des Court TV immer wieder, dass die gezeigten Fälle „so auch im wirklichen Leben stattfinden könnten“. (Koch-Gombert 2005, 335) Dennoch wird auch deutlich, dass sich die „echten“ Fälle etwa im ersten Jahr der Ausstrahlung von Barbara Salesch als wenig fernsehtauglich erwiesen. Erst die Fiktionalisierung und Dramaturgisierung erzeugte paradoxerweise die Authentizität, die für den Erfolg der Sendung maßgeblich war. (Koch-Gombert 2005, 332 ff.)

Auch in Koch-Gomberts Dissertation werden historische Abschnitte integriert, die den erst seit der Jahrtausendwende gebräuchlichen Begriff des Formatfernsehens in die Vergangenheit ausdehnen. Dabei wäre eine Berücksichtigung der jeweiligen historischen Senderstrategien innerhalb des jeweils vorhandenen Mediensystems eine wichtige Grundlage für mögliche Analogiebildungen zur heutigen Situation gewesen. Die Formatzuordnungen von Koch-Gombert bleiben an einigen Stellen ebenso unklar wie seine Wortneuschöpfungen etwa in Form seiner Ausführungen zur Platzierung von „Fernsehspielerien“ in den fünfziger Jahren. (Koch-Gombert 2005, 111)

Fazit

Ist das Fernsehen tot, wie es jüngst der Spiegel behauptete? Die vorliegenden Untersuchungen zeigen eher ein Medium im Wandel, wobei auch Konstanten etwa im Bereich der Inhalte erkennbar bleiben. Es finden sich Einschätzungen, daß das analoge und das digitale Fernsehen immer stärker mit dem Internet und dem Handyfernsehen zusammen wachsen. Schon jetzt gibt es vielfältige Angebote an Sportübertragungen, aber auch Fernsehserien und Comedyreihen für den Handyempfang. Trotz der technischen Veränderungen und der inhaltlichen Fusionierungen im Bereich der Crossmedialisierung scheint das Medium Fernsehen auf seine Faszination, die immer gleichen Geschichten in immer neuen Gewändern erzählen zu können, auch künftig nicht verzichten zu wollen.

Für die weitere Entwicklung der Fernsehforschung wünschenswert, ist eine stärkere wechselseitige Anbindung der angebotsorientierten Analysen mit den unterschiedlichen Teilbereichen der Wirkungs- und Nutzungsforschung. Dafür gilt es jedoch auf beiden Seiten, bisherige Grabenkämpfe zugunsten intensiverer Lektüre von Forschungsergebnissen der „Anderen“, weiterführenden Dialogen und Forschungskooperationen zu beenden.

Weitere zitierte Literatur

- Blümle, Claudia (2006): Blue Box. In: Fahle, Oliver / Engell, Lorenz (Hrsg.): Philosophie des Fernsehens. München, S. 41–54.
- Boddy, William (2000): Television in transit – Millennial debates. In: SCREEN, 41(1), S. 67–72.
- Borstnar, Nils/Pabst, Eckart/Wulff, Hans-Jürgen (2002): Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft. Konstanz.
- Brosius, Hans-Bernd/Esler, Frank (1995): Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt. Opladen.
- Darnbeck, Holger (2006): Fernsehen ist tot. In: www.spiegel.de [31.8.2006].
- Dienst, Richard (2006): Seinsgefahren in einer televisuellen Welt. Heidegger und die onto-technologische Frage. In: Fahle, Oliver / Engell, Lorenz (Hrsg.): Philosophie des Fernsehens. München, S. 23–40.
- Engell, Lorenz (2001): Mediale Historiographien. Weimar.
- Foucault, Michel (1997): Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main. Erw. Ausg.
- Hallenberger, Gerd (Hrsg.) (1995): Neue Sendeformen im Fernsehen: ästhetische, juristische und ökonomische Aspekte. Siegen.
- Hartley, John (1992): Tele-ology. Studies in television. London u. a.
- Hickethier, Knut (1993): Einführung in Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart.
- Hickethier, Knut (1999): Die Ordnung der Speicher. In: Paech, Joachim / Schreitmüller, Andreas / Ziemer, Albrecht (Hrsg.) (1999): Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia. Konstanz, S. 67–84.
- Hickethier, Knut (2002): Das Medien-Dispositiv oder eine Theorie des Mediensubjekts. Eine Erwiderung auf Jan Hans. In: Tiefenschärfe SoSe/2002. Hamburg, S. 28–30.
- Huber, Joachim / Huber, Markus: (2000): „Big Brother“. Fernsehen als Puppenstube. In: www.tagesspiegel.de [28.7.2001].
- Karpenstein-Eßbach, Christa (2004): Einführung in die Kulturwissenschaft der Medien. Paderborn.
- Kuchenbuch, Thomas (1992): Bild und Erzählung. Geschichten in Bildern: vom frühen Comic Strip bis zum Fernsehfeature. Münster.
- Laugstien, Thomas (1995): Dispositiv. In: Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus, Bd. 2. Hamburg: Argument 1995), S. 757–765.
- Link, Jürgen (1993): Literaturwissenschaftliche Grundbegriffe: eine programmierte Einführung auf strukturalistischer Basis. München. 6. Aufl.
- Loosen, Wiebke (1999): Suchmaschinen. „Informations- und Wissensverwalter“ im World Wide Web. In: Medien Journal 3/1999, S. 42–48.
- März, Ursula (2002): Königin Salomon. In: Frankfurter Rundschau vom 5.4.2002, S. 21.
- Mikos, Lothar (2005): Qualitative Medienforschung: Ein Handbuch. Konstanz.
- Mikos, Lothar (2000): Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Berlin.
- Mitchell, W. J. Thomas (1997): Der Pictorial Turn. In: Kravagna, Christian (Hrsg.): Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur. Berlin, S. 15–40.
- Newcomb, Horace (2004): Encyclopedia of television. New York u. a.
- Nohr, Rolf (2002): Karten im Fernsehen: Die Produktion von Positionierung. Münster.
- Paech, Joachim (1999): Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia. Konstanz.
- Parr, Rolf (1992): Literaturwissenschaft praktisch werden lassen. Projektvorstellung der ‚Diskurswerkstatt‘ und der Zeitschrift für angewandte diskurstheorie kultuRRevolution. In: Zeitschrift für Germanistik. Neue Folge H.1. O. S.
- Raymond Williams (1974): Television: technology and cultural form. London.
- Ruhrmann, Georg (1996): Öffentlichkeit, Medien und Wissenschaft: was leistet Risikokommunikation? Bonn.
- Schmidt, Siegfried J. (2003): Geschichten & Diskurse: Abschied vom Konstruktivismus. Reinbek bei Hamburg.

- Weiß, Hans-Jürgen (1995): Gewalt von Rechts – (k)ein Fernsehthema? Zur Fernsehberichterstattung über Rechtsextremismus, Ausländer und Asyl in Deutschland. Opladen.
- Winkler, Hartmut (1992): Das Ende der Bilder? Das Leitmedium Fernsehen zeigt deutliche Symptome der Ermüdung. In: Hickethier, Knut / Schneider, Irmela (Hrsg.): Fernsehtheorien. Dokumentation der GFF-Tagung 1990. Berlin 1992, S. 228–235.
- Winkler, Hartmut (1997): Docuverse: Zur Medientheorie der Computer. München.
- Zerdyck, Axel (2001): Die Internet-Ökonomie: Strategien für die digitale Wirtschaft. Berlin u. a.