

NEUE LITERATUR

Peter Hunziker: Medien, Kommunikation und Gesellschaft. Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1988 (= WB-Forum, Bd 18)

Um den Prozeß der Massenkommunikation als sozialen Vorgang zu beschreiben, versucht Peter Hunziker die zum Teil sehr allgemeinen und abstrakten theoretischen Konzepte durch Beispiele aus der empirischen Medienforschung zu veranschaulichen. Ausgangspunkt für die Darstellung ist eine breit gefächerte soziologische Perspektive, von der aus der Autor sich den Massenmedien und den damit verbundenen relevanten Aspekten zuwendet.

Der promovierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler Hunziker folgt – nach einer Einleitung zu den Grundbegriffen der Mediensozialisation – dem üblichen Schema der Massenkommunikation von der Produktion über die Inhalte bis zu den Medienwirkungen. Zwar stellt er immer wieder einen Bezug zum sozialen Handeln, zur alltäglichen Lebenswelt her, doch erst im vierten Kapitel thematisiert er die Auswirkungen der Medien auf das soziale Handeln, um im fünften Kapitel auf die Wechselwirkung zwischen Mediensystem und Gesellschaft zu sprechen zu kommen. Der sechste Abschnitt gibt schließlich noch einen Ausblick auf die (doch schon so reale) Zukunft der „Informationsgesellschaft“, wobei sich der Autor zwar einer expliziten Stellungnahme enthält, aber doch eher negative Auswirkungen andeutet. Relativ wenig wird auch zu den praktischen Konsequenzen für die mögliche Einordnung der Medien in „menschengemäßes“ und „menschenwürdiges“ Denken und Handeln gesagt. Hunziker kommt von der Frage der Ethik zur Medienerziehung und endet bei der Medienpolitik. Er relativiert sehr deutlich das hehre Ziel medienpädagogischen Bemühens aufgrund politisch kalkulierter Intentionen mit der mangelnden Kompetenz der Erzieher und fordert von ihnen die Entwicklung einer eigenen Medienkompetenz, um die Eltern auch beraten und unterstützen zu können. Letztendlich sind aber auch die Medienmacher selbst aufgerufen, aktiv zu werden. Neben der Verantwort-

lichkeit der Kommunikatoren und Rezipienten ist als Rahmen ein medienübergreifendes Gesamtkonzept von größter Bedeutung, um die Probleme der Informationsgesellschaft in den Griff zu bekommen.

„Medien, Kommunikation und Gesellschaft“ ist – wie es sich für eine Einführung gehört – gut lesbar und gibt einen raschen Überblick über viele Themen, die im Zusammenhang mit Medien immer wieder diskutiert werden. Die Schwächen des Buches sind vernachlässigbar. So mag man sich bei manchen Beispielen etwa fragen, ob diese x-te Wiederholung (besonders im Rahmen der Medienwirkungsforschung) wirklich sein muß oder ob eine verkürzte Darstellung (so werden z.B. die amerikanischen Fernsehgesellschaften keineswegs ausschließlich durch Werbung finanziert) Fehler rechtfertigt.

Im großen und ganzen freilich ist diese im Licht der Sozialwissenschaft entwickelte Interpretation der Welt der Medien ein empfehlenswertes Buch. Es ist nützlich für alle Erzieher als Hintergrund für ein besseres Verständnis der heutigen Medien- und Rezeptionssituation und Kommunikatoren, die sich, sofern sie die Botschaft befolgen, ihrer Verantwortlichkeit aufgrund bestimmter festgefahrener Strukturen und Gesetzmäßigkeiten deutlicher als bisher bewußt werden können. Am wenigsten interessant ist das Werk sicher für den Wissenschaftler: ihm ist der Standpunkt zu einseitig und sind die gewählten Beispiele zu selektiv.

Ingrid Geretschlaeger

Hermann Boverter: Pressefreiheit ist nicht grenzenlos. Einführung in die Medienethik. Bonn: Bouvier 1989.

Pressefreiheit ist in der Tat nicht grenzenlos, sie findet „ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze“. Das meint der Autor Boverter nicht, wie der Untertitel zu verstehen gibt. Seine allgemeinen Gesetze spielen auf das Gesetz in uns an, das offensichtlich in manchem von uns, darunter auch vielen Journalisten, nicht (mehr) zu wohnen scheint. Unter der Schutzformel „Pressefrei-

heit“ arbeiten Medienmenschen nicht selten skrupellos, Gefahr für sich selbst und leider auch Gefahr für ihre Mitmenschen mißachtend. Gäbe es die Ethik in jeder einzelnen Person in einer gefestigten, selbstverständlichen, unanfechtbaren Form, so bräuhete keine Global-Problematisierung unter dem Etikett „Medienethik“ stattzufinden. Die Medien als solche sind es ja nicht, die Spiel- wie Anstands- und leider oft genug Verantwortungsregeln verletzen, sondern die Menschen, die in und für die Medien arbeiten.

Boventer ist seit Jahren ein Missionar der journalistischen Ethik, – das wird hier mit Respekt und ohne Ironie gesagt. Seine Bücher „Ethik des Journalismus“ (1985 in zweiter Auflage) und „Medien und Moral“ (1988) weisen ihn als einen umfassenden Kenner der internationalen Literatur aus; Motor aber ist seine Überzeugung, sein „Anliegen“: Es kann so nicht weitergehen, es muß besser werden.

Wozu aber ein drittes Buch, das übrigens indirekt die Fülle von einschlägigen Vorträgen und Ausätzen Boventers dokumentiert: „Die Texte sind aus Lehrtätigkeit, Artikeln und Vorträgen hervorgegangen, sie wurden für ein Raster von fünfzehn Bausteinen zur Medienethik überarbeitet oder neu geschrieben.“ (S. 9) (Leider werden die Fundstellen der Erstpublikation nicht notiert.) Wozu also dieses Buch? Es möchte die Botschaft auf ganz klare und eindringliche Weise an ein breites Publikum heranbringen. Diesem Ziel soll die lerntypographische Gestaltung dienen: viele Zitate, teils als Motti den einzelnen Beiträgen vorangestellt, teils in Kästen zwischen den laufenden Text montiert, nicht alle gleich einleuchtend. Dienlich ist sicher auch die scholastische Gliederung. Drei Teile: (I) Die neue Umwelt. Leben in der Medienkultur, (II) Journalismus und Journalisten. Moral der Medien, (III) Das Publikum. Kritik der journalistischen Vernunft. (Wozu braucht jeder Teil einen Doppeltitel?) Die Binnengliederung hält sich an Fünfer-Reihen: Je Teil fünf „Bausteine“ (=A) und, anschließend, fünf „Aufsätze zur Medienethik“ (=B). Leider gibt es die ordnenden Gliederungselemente („Bausteine“ bzw. „Aufsätze“) nur im Inhaltsverzeichnis – der Leser wundert sich, daß er von „1“ bis „5“ liest und dann noch einmal von „1“ bis „5“.

Auf den Inhalt kommt es an. Trotz der strengen Gliederung will die rechte Stringenz nicht aufkommen. Die insgesamt 15 Bausteine lauten, und zwar in dieser Reihenfolge: Freiheit,

Verantwortung, Wirklichkeit, Macht, Kommunikation, Beruf, Wahrheit, Nachrichten, Sprache, Ethik, Wirkung, Fernsehen, Mythos, Bildung, Öffentlichkeit. Wie denn nicht? Wie denn anders? Vielleicht wäre weniger mehr. Wesentliche Themenkerne, wie Macht, Wirkung und Verantwortung sind vertreten; die gesellschaftlich relevanten Bezüge werden in den „Aufsätzen“ verdeutlicht. Trotzdem bleiben gewisse Rand-Unschärfen. Ein Beispielsatz, der mir dieses Unschärfe-Gefühl vermittelt, sei zitiert: „Eine normative Betrachtungsweise des Journalismus mit seinen vielfältigen Erscheinungsformen ist nicht gegenstandslos oder vergeblich, sondern eine journalistische Ethik läßt sich begründen, eine Medienethik ist möglich, das journalistisch Richtige und Gute haben eine Moral vorzuweisen, diskursiv und argumentativ.“ (S. 16)

Zum Baustein „Mythos“ im dritten Teil gibt es den Aufsatz „Die Bilderwelten haben mythenbildende Kraft. Religion und Massenmedien“. Boventer hängt der These an, daß das Fernsehen sich zur Ersatz-Religion entwickle, weil es Medien-Realität vermittele, und diese bereite mehr Vergnügen als die wirkliche Realität. Der Mythos schlüpfe in das Gewand von Kriminal- und Horrorgeschichten. Aber ist das schon Religion? Ist es metaphorisch, weil es metareal ist? Religion kommt eben nicht, wie Boventer auf S. 233 irrt, von „relegere“ (immer wieder sich hinwenden, eigentlich wiederlesen), sondern, wie mein guter alter Heiniken lehrt, von „religare“ (zurückbinden), und das ist etwas ganz anderes. Ansonsten bringt dieses Kapitel einige Informationen zur electronic church und – in den Anmerkungen – hilfreiche Verweise auf Literatur zur Sache.

Boventers Buch paßt in eine Entwicklung, die noch ein zartes Pflänzchen ist: Ethische Fragen finden wieder ernsthaftes Journalisten-Interesse. Die innere und äußere (durchaus gefällige) Stromlinienform könnte dieses Interesse ermuntern und stärken.

Michael Schmolke

Ottmar Fuchs: Kirche, Kabel, Kapital. Standpunkte einer christlichen Medienpolitik. Mit einem Vorwort von Peter Dusterfeld. Münster: Edition Liberación 1989.

„Wir leben in der Mediengesellschaft und können uns ihr gegenüber nicht abstinenter verhalten.“ unter dieser Prämisse versucht der Autor in einer essayistischen Darstellung dem Leser

Dokumentationsmaterial zu einer Auseinandersetzung mit der Medienproblematik im kirchlichen Bereich bereitzustellen. Gleichzeitig soll auch dem Praktiker im kirchlichen Berufsfeld – dem Pastoral- und Laientheologen – eine „Stoffsammlung“ geboten werden. Dies wird durch das erste Titelwort (Kirche) ausgedrückt, welches sowohl für die Amtskirche als auch für christliche Basisgruppen stehen soll.

„Kabel“ wiederum grenzt nach den Vorstellungen des Autors die technischen Verbreitungsmittel ab und steht in einer pars-pro-toto-Funktion für die sogenannten „neuen Medien“: Radio und Fernsehen, Kabelfernsehen und Satellitenfernsehen, überregionale und lokale Sendeangebote.

„Kapital“ meint schließlich die aufzubringenden finanziellen Mittel, wenn „Kirche“ mit dem „Kabel“ zusammenarbeitet und Geschäfte macht“ (S.20). Dieses Dreigestirn Kirche – Kabel – Kapital wird in einer Verhältnisbestimmung umschrieben und durch den Begriff der Öffentlichkeit verknüpft. Dem Öffentlichkeitsproblem der Kirche wird in dieser Darstellung ein breiter Raum gewidmet, es wird in jedem Kapitel des Buches im entsprechenden Kontext behandelt (I. Teil: Einführung; II. Teil: Praktisch-theologische Überlegungen; III. Teil: Konfliktfelder; IV. Teil: Zwischen Offenbarung und Öffentlichkeit; V. Teil: Perspektiven).

Unter dem Öffentlichkeitsproblem der Kirche versteht der Verfasser primär ein Problem der inhaltlichen Identität von Kirche, wie sie in der Begegnung der Christen und ihrer gemeinsamen Erinnerungen an die Offenbarung entsteht. Öffentlichkeit bilde die Ergebnisdefinition eines Prozesses, der Öffentlichkeit schafft, nämlich die Veröffentlichung. Kritisch schreibt der Autor in diesem Zusammenhang von einer Deformation der Öffentlichkeit bei „Fernsehreden“ von den Vertretern bestimmter Institutionen, Parteien und Verbänden. Sobald das Öffentlichkeitsmedium Fernsehen dabei sei, werde strategischer, effektorientierter und auch ängstlich-vorsichtiger gesprochen, um eine permanente Totalidentifikation mit der entsprechenden Institution zu suggerieren. Dieses Symptom sei nach Ansicht des Autors auch ein Problem der Institution Kirche. Ein Begriff, der erst im Schlußteil näher erläutert wird, ist jener der kontextuellen Medienkritik. Das Verhältnis von Kirche und elektronischen Informations- und Kommuni-

kationsmedien kann immer nur von verschiedenen Kontexten her als dynamischer Prozeß betrachtet werden. Als wichtigste Kontexte sieht der Autor folgende an: Geld (verstärkte Medienrepräsentanz einer reichen Kirche); eine laterale Gemeinwesenarbeit als Gegenpol zur Medienrepräsentanz; die unmittelbare Begegnung mit dem Individuum, die zu einer besseren Medienrezeption führen soll; verstärkte personale und strukturelle Partizipation in den Medien; Kontextualität von kommunikativer Diakonie in den Massenmedien und direkter Diakonie. Diese Kontexte können als Art Anforderungskatalog an eine kirchliche Öffentlichkeitsarbeit angesehen werden; sie sollen eine Verbindung zwischen individueller Ebene und Öffentlichkeit herstellen. Kritisch anzumerken ist, daß die Lektüre insofern erschwert wird, als essayistische und empirisch-wissenschaftliche Darstellung ineinander übergehen. Hervorzuheben ist der umfangreiche Anmerkungs- und Verweisenteil, der mit zahlreichen Verweisen auf bereits vorhandene Literatur versehen ist.

Gerlinde Neureiter

Wolfgang Hoffmann-Riem (Hrsg.): Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung? Baden-Baden, Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft 1988 (= Symposien des Hans-Bredow-Instituts 9)

Die Kommerzialisierung des Sports in den letzten Jahrzehnten beeinflusste nicht nur Verhalten und Lebenseinstellung der Sportler selbst, sondern veränderte auch Regeln und Abläufe von Sportarten und -veranstaltungen, um in den Medien eine gesteigerte Attraktivität erzeugen zu können. Ein gewandeltes Verhältnis der Medien zum Sport und des Sportes zu den Medien entstand.

Das Symposium '87 des Hans-Bredow-Instituts galt diesen neuen Strukturen. Vertreter der Medien- und Sportpraxis sowie der Wissenschaften waren zum Gedankenaustausch geladen. Die Referate der Praxis-Vertreter zeigten eine durch die Kommerzialisierung tiefer werdende Kluft zwischen den einzelnen Interessensgruppen auf. So wird der Erwerb der deutschen Fußballbundesliga-Übertragungsrechte durch die UFA Film- und Fernseh GmbH (einer 100%-Tochter des zweitgrößten Medienkonzerns der Welt, der Bertelsmann AG) gern als „Frontenkrieg“ zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen bezeichnet. Wohltuend hier Jo-

seph Hackforths Feststellung, daß ein Konkurrenzverhältnis noch lange kein (Fußball) Krieg sein kann.

Zementierte Metaphern von (Sport)Journalisten rücken Sachverhältnisse ins Abseits, die bei den Printmedien - und im Ausland (USA, Italien, Großbritannien) auch im Rundfunk - völlig normal sind. Es sei auch darauf verwiesen, daß in der BR Deutschland das Verfassungsgericht - anders als in Österreich - in allen fünf Entscheidungen zwischen 1961 und 1987 gegen den Zentralismus eingetreten ist.

In mehreren Referaten wurde die mangelnde Ausbildung und professionelle Kompetenz der Sportjournalisten und der niedrige Rang in der Ressort-Hierarchie aufgezeigt. Zusätzlich wandelte sich die Sportberichterstattung von der Informationsvermittlung zur (fast) ausschließlichen Unterhaltung. Nicht selten nimmt selbst bei Live-Übertragungen das Privatleben der Sportler einen größeren Raum ein als die Berichterstattung über das Ereignis selbst.

Seitens der Rezipientenforschung ist der Befund über die Polarisierung des Sportes interessant. Während 39 Prozent starkes Interesse für Sport zeigen, bedeutet dies lediglich einen Platz im Mittelfeld. Die 41 Prozent stark Desinteressierten allerdings bilden einen absoluten Spitzenplatz. Was das Fernsehen betrifft, ist somit ein Konflikt bei der Programmwahl vorausprogrammiert. Die bei den Sendern eingehenden (Telefon)Kritiken bestätigen dies. Die Referate machten deutlich, daß Sportberichterstattung fast ausschließlich mit Fernseh-Sportberichterstattung gleichgesetzt wird. Es scheint nicht mehr denkbar zu sein, daß Hintergrundinformation über das Sportgeschehen auch im Hörfunk und in den Printmedien möglich ist. Nur sehr zaghaft wurde auf das Bestehen von Sport-Fachzeitschriften hingewiesen. Es sei auch vermerkt, daß tägliche 20 Sportseiten in Zeitungen nicht zwangsweise „Bild“-Niveau haben müssen. Italien zeigt mit mehreren reinen Sport-Tageszeitungen, wie Informations-Berichterstattung auch anders möglich ist. Ein Konsens, was unter dem Begriff neue Medienstrukturen verstanden wird, konnte nicht erzielt werden. Vielmehr stellten die Referate Konzepte dar, wie neue Medienstrukturen aussehen können. Ein Zusammenhang zwischen „neuen Medienstrukturen“ und „neuer Sportberichterstattung“ ist nur am Rande zu erkennen.

Norbert P. Feldinger

Frauke Höbermann: Der Gerichtsbericht in der Lokalzeitung: Theorie und Alltag. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 1989 (= Schriftenreihe des Archivs für Urheber-, Film-, Funk- und Theaterrecht Bd 79).

In wenigen Stunden wird der Delinquent, ein Schwarzer, in der Gaskammer hingerichtet. Während der Verurteilte in seiner Zelle auf den nahenden Tod wartet, wird mit den draußen versammelten Journalisten ein Verlosungsspielchen abgehalten: das Losglück bestimmt, welche von ihnen das Hinrichtungs-Spektakel durch eine Plexiglasscheibe mitverfolgen und dabei den „besten Platz“ einnehmen dürfen. Sie berichten anschließend den wartenden Kollegen, wie oft der Sterbende noch gestöhnt hat und welche Worte er vielleicht noch geflüstert haben mag.

Das ist weder Utopie noch eine Szene aus einem Krimi, sondern die Filmszene aus einer ZDF-Dokumentation, die damit den Alltag der Gerichtsberichterstattung in den USA beschreibt. Weder in Österreich noch in der Bundesrepublik Deutschland gibt es glücklicherweise die Todesstrafe. Das Prinzip der Berichterstattung gilt aber auch hierzulande: ein Spektakel muß es sein. So lautet der Grundtenor der Autorin, die selber praktische Erfahrungen als Gerichtsberichterstatteerin gesammelt hat. Ihre Untersuchung - durchgeführt mit sieben Journalisten des Gerichtsressorts in drei Tageszeitungen einer westdeutschen Großstadt - ist zwar nicht repräsentativ, gewährt aber einen interessant-erschreckenden Einblick in den Arbeitsalltag. Die Analyse beschreibt die traurige Praxis des Sensationsjournalismus, die auch vor diesem Bereich der Lokalberichterstattung nicht halt gemacht hat und sich in den Schlagzeilen vieler Gazetten deutlich widerspiegelt. Die inhaltliche Bandbreite der Artikel - so die Verfasserin - schwankt zwischen „Sex and Crime“ und Variationen des „Heiteren Bezirksgerichts“. Die Ursache orte die Autorin in der grundsätzlichen Veränderung der Zeitungslandschaft: „Gerichtsberichterstattung hat sich, wie andere Berichterstattungsbereiche auch, aus den Gefilden der Literatur entfernt und sich vor allem im Tageszeitungsjournalismus dort angesiedelt, wo Information, Nachricht, Berichterstattung ein mehr und mehr standardisiertes und durchorganisiertes Geschäft geworden sind. ... Der Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg des Verlages wird zum entscheidenden Maßstab für die Beurteilung journalistischer

Leistungen. ... Sie Schreiben nicht mehr, um wachsen zu informieren und zu verändern, wo Änderung nottut, sondern um die Unterhaltungsbedürfnisse vieler Zeitungsleser zu befriedigen.“

Die Wissenschaftlerin behandelt das Thema umfassend und beleuchtet viele Aspekte, bleibt allerdings ob der Vielfalt in einigen Kapiteln oberflächlich. Der theoretische Teil ufert aus – was auf Kosten der Ergebnisse der praktischen Untersuchung geht und deshalb besonders schade ist. Denn das Buch demonstriert gerade dort seine Stärke, wo der Arbeitsalltag der Journalisten erschreckend eindrucksvoll geschildert wird.

Daniela Strasser

Patrick Roessler: Dallas und Schwarzwaldklinik. Eine Programmstudie über Seifenopern im deutschen Fernsehen. München: R.Fischer 1988 (=Medien-Skripten Bd 1)

Der erste Band der von Michael Schenk herausgegebenen Reihe Medien-Skripten verdient in mehrfacher Hinsicht die Beachtung der Fachöffentlichkeit:

Patrick Rössler gelang mit dieser Pilotstudie eine Wiederbelebung und Weiterentwicklung der – nachdem der Ansatz mit hohen Erwartungshaltungen als neue Perspektive in der Massenkommunikationsforschung in den deutschen Sprachraum eingeführt wurde – schon wieder etwas in den Hintergrund getretenen Gratifikationsforschung. Während die aktive Rolle des Publikums im Bereich der Nachrichtenverarbeitung empirisch schon des öfteren thematisiert wurde, hat die Beschäftigung des Rezipienten mit Unterhaltungsprogrammen Seltenheitswert. Bedauerlicherweise, denn – wie der Autor richtig vermerkt – die Fragestellung nach den Motiven der Zuwendung zu Serien gewinnt gerade in Anbetracht der aktuellen Programmentwicklung in der Bundesrepublik sowohl an gesellschaftstheoretischer Bedeutung als auch an praktischer Relevanz für die Programmacher.

Nach einem fundierten historischen Abriss über die Entwicklung der „soap operas“ in den USA grenzt Rössler die Seifenopern von anderen Serienformen ab und referiert die wichtigsten Forschungsergebnisse der Motiva-

tions- und Wirkungsforschung sowie inhaltsanalytische Studien zu diesem Genre. Ein kurzer Abschnitt thematisiert die Entwicklung der Serien in der Bundesrepublik sowie die definitorische Festlegung von „Dallas“ und „Schwarzwaldklinik“ als Serien mit starkem Seifenopern-Charakter. Im dritten Teil der theoretischen Ausführungen erläutert Rössler die Forschungsansätze zum Programmvergleich und die Entwicklung eines neuen Konzepts: Die Synthese aus Diskrepanz- und Attributenmodell – ergänzt durch die Erhebung der Interpretation subjektiv wahrgenommener Inhalte – ergibt das integrierte Modell zum Programmvergleich, das die theoretische Basis für die empirische Pilotstudie darstellt.

Der Autor erhebt fünf Variablenkomplexe: Das allgemeine Fernsehverhalten, die vom Zuschauer wahrgenommenen Inhalte, die Bewertung der Attribute zu jeder Serie, die Motive zum Konsum der Serie sowie soziodemographische Variablen.

Ziel der Untersuchung ist die Deskription der unterschiedlichen Wahrnehmung der Inhalte der beiden Serien, die Erarbeitung von differentiellen Programmprofilen anhand der zugeordneten Attribute, die Analyse der Gratifikationen sowie die Reduktion der Motivationen auf grundlegende Dimensionen von Motiven, sich Programmen dieser Art zuzuwenden. Die Ergebnisse der Studie bestätigen die Brauchbarkeit des integrierten Modells zum Programmvergleich. Obwohl die beiden Serien – wie von den objektiven Inhaltsstrukturen vorgegeben – unterschiedlich beurteilt werden, sind die Motive der Zuwendung weitgehend identisch: Die Unterhaltungsfunktion, die Machart der Sendung und der Beschäftigungsersatz bilden die wichtigsten Motivbündel zur Nutzung von Unterhaltungsserien, wobei Fans von bestimmten Programmen diese Gratifikationen aus „ihren“ Serien verstärkt gewinnen.

Als Kritikpunkt ist anzumerken, daß die Arbeit den Rezeptionsbegriff sehr eingrenzt. Wird das Konzept der Publikumsaktivität ernst genommen, müssen Interpretations- und Wahrnehmungsprozesse sowie die emotionale Beteiligung stärker in das Untersuchungsdesign einbezogen werden.

Beatrix Zauninger