

Heidelberger Club für Wirtschaft und Kultur e. V. (Hrsg.)

Herausforderung Informationsgesellschaft

Facetten einer Entwicklung

LIT Hamburg 1994

5. Ich habe keinen Zweifel, daß es Programmangebote geben wird, die sich in einer wettbewerblichen Ordnung nicht finanzieren lassen. Dieser Gedanke ist aber nicht weiter ungewöhnlich. Auch große Theateraufführungen, Ausstellungen, Musikfestivals würde es ohne öffentliche Subventionen nicht geben. *Hier*, meine ich, liegt die zukünftige Domäne eines – redefinierten und umstrukturierten – öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Ausgestattet mit einer Bestands- und Finanzierungsgarantie, sollte er sich auf seinen anspruchsvollen Programmauftrag zurückbesinnen und solche publizistischen Leistungen anbieten, die der Markt nicht bieten kann. Voraussetzung ist allerdings eine Abschaffung der Werbefinanzierung, weil diese den öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Zuschauerzahlen abhängig macht und ihn von seinen *eigentlichen Aufgaben* ablenkt. Öffentliche Rundfunkorganisation hätte so einen legitimen Platz innerhalb der spontanen Ordnung des Markts der elektronischen Medien: Ihr Verhältnis zu den privaten Medien wäre *komplementär* und nicht substitutiv.

V.

Was Sie von diesem Referat in Erinnerung behalten sollten, sind nun nicht die vielen technischen Details zum Rundfunk. Wichtig für das Verständnis von wettbewerblichen Ordnungen im allgemeinen ist die Unterscheidung von *spontanen Ordnungen* und *Organisationen* und der zugehörigen Rechtsregeln: Allgemeine Regeln einerseits, zweckgerichtete Befehle andererseits. Wenn Sie diese Unterscheidung in Erinnerung behalten, werden Sie niemals prinzipienlos nach staatlicher Intervention rufen, wo vielleicht die Veränderung von Technik und Umwelt lediglich eine Umstrukturierung der spontanen Ordnung erfordert.

Organisationsdenken war lange Zeit das Paradigma für die Ordnung der elektronischen Medien in Deutschland. Betrachtet man die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, so wird es auch noch etwas dauern, bis wir diese Kategorien ganz hinter uns gelassen haben werden.

Das Denken in spontanen Ordnungsmodellen ist der dynamischen Entwicklung gerade im Telekommunikationsbereich angemessener. Ich hoffe, ich habe gezeigt, daß das nichts mit „Laissez-faire“ zu tun hat.

Das Vertrauen auf die Selbststeuerungskräfte der Märkte birgt allerdings auch gewisse Risiken, die wir um des Erfolgs marktwirtschaftlicher Ordnungen willen im allgemeinen in Kauf nehmen. Hayek formuliert das so:

Freedom means that in some measure we entrust our fate to forces which we do not control; and this seems intolerable to those constructivists who believe that man can master his fate – as if civilization and reason were of his making.

Eine freie Kommunikationsordnung läßt sich mit anderen Worten ebensowenig wie eine freie Gesellschaft „organisieren“; wir sind als Gesellschaft in der Lage, einige Grundentscheidungen zu treffen und einige abstrakte, rechtliche Spielregeln zu statuieren. Über die Steuerungskraft staatlicher Anordnungen sollten wir uns darüberhinaus keine Illusionen machen, sondern vielmehr auf den Erfindungsgeist der Individuen vertrauen, aus denen *spontane Ordnung* entsteht.

Infotainment – Ausweg aus der Unterhaltungsgesellschaft? Oder: Wieviel Unterhaltung braucht der Mensch?

Jürgen Grimm

Ergebnisse der Reichweitenforschung Ende der 80 Jahre deuteten darauf hin, daß sich mit der Programmvermehrung im dualen Rundfunksystem die Fernsehnutzung in Richtung auf eine größere Zeitaufwendung für „Unterhaltungsprogramme“ verändert, während die durchschnittliche Sehdauer für „Informationsprogramme“ immer weiter abzunehmen schien (Mahle 1989: 15). Vor allem politische und kulturelle Magazinsendungen von ARD und ZDF verzeichneten gravierende Einbrüche bei den Einschaltquoten. Darkow (1989) diagnostiziert in diesem Zusammenhang einen „*Unterhaltungsslalom*“ der Fernsehzuschauer, die durch ausgiebigen Gebrauch der Fernbedienung in steigendem Umfang der anstrengenden TV-Information aus dem Weg gehen (vgl. Frank/Klingler 1987, Faul 1988, Büchner 1989). Dieser Auffassung zufolge greift das Publikum gierig nach jeder sich bietenden Gelegenheit zum Amüsement; Informationen sind eben nur dann interessant, wenn auf dem Konkurrenzkanal gerade keine Unterhaltung läuft. Fernsehzuschauer – ein Unterhaltungs-Moloch!

Sind wir demnach unterwegs in die totale Unterhaltungsgesellschaft? Autoren wie z.B. Neil Postman (1985) trauen der Medienunterhaltung eine unheilvolle Omnipotenz zu. Postmans Prognose lautet: Der Entertainment-Bedarf des Publikums und die Entertainment-Angebote der Medien bilden einen *circulus vitiosus*, der nach und nach die kommunikativen Traditionen des rationalen und informativen Diskurses zersetzt und damit auch die Grundlagen einer demokratischen Gesellschaft auf lange Sicht infragestellt.

Stillschweigend setzen sowohl die Unterhaltungsslalom-These also auch die Postmansche Entertaining-Theorie voraus, daß

1. Information und Unterhaltung Gegenspieler sind, die sich wechselseitig ausschließen,
2. daß das Unterhaltungsbedürfnis unerschöpflich, der Informationsbedarf jedoch begrenzt ist,
3. daß im Wettbewerb zwischen Information und Unterhaltung letztere die prinzipiell besseren Karten hat, weil
4. jede Vermehrung des Unterhaltungsangebots zu einer Steigerung des Unterhaltungskonsums führt, nicht aber umgekehrt.

1 Von der Entertaining zur Informatisierung des Fernsehens

Die Voraussagen dieses kulturpessimistischen Deutungsansatzes haben sich jedoch – man möchte sagen: Gott sei Dank – bislang nicht erfüllt. Im Gegenteil. Zur Zeit der Maueröffnung und des Golfkriegs erlebte die Fernsehinformation eine unerwar-

tete Renaissance. Plötzlich boomten Nachrichtensendungen und Dokumentationen. Viel interessanter als „Wetten, daß...“, „Tatort“ und „Tutti Frutti“ waren in dieser Zeit die „Tagesschau“, „Brennpunkt“ und das „heute journal“. Manch einer brachte sich wegen der Frage eines möglichen Giftgasangriffs auf Israel freiwillig um den verdienten Schlaf. Die Nacht zum Fernsehtag zu machen hatte zuletzt Mohammed Ali vermocht – vor mehr als zwanzig Jahren. Diejenigen Programmanbieter, die vornehmlich auf Fiction-Programme und Game Shows gesetzt hatten, wurden kalt erwischt. Der Golfkrieg wirkte wie eine Art *Sputnik-Schock der Information*. Die vormals informationsarmen und magazinfreien Kanäle rüsteten in der Folgezeit massiv nach: mit „Explosiv“, „Einspruch“, „stern tv“ und „Akut“. Reine Unterhaltungsprogramme waren offensichtlich keine sichere Erfolgsformel mehr. Auf die Entertainisierung folgte die *(Re-)Informatisierung des deutschen Fernsehens*, die unlängst in der Zulassung der beiden Informationskanäle n-tv und Vox gipfelte.

2 Tendenz zur Diskursmischung

Freilich sind viele der neuen und alten Informationssendungen nicht ganz und gar unterhaltungsabstinent. Die Zauberworte heißen „Infotainment“, „Confrontainment“ und „Reality TV“. In diesen Programmen wird das Entweder-Oder einer puristischen Kommunikation zugunsten diverser Verbindungen von Information und Unterhaltung aufgegeben. Die Frage, ob eine der beiden Grundfunktionen des Fernsehens dabei auf der Strecke bleibt, mag prophetisch gestimmte Geister umtreiben, analytisch gesehen ist die Frage falsch gestellt. Aus heutiger Sicht geht es darum, zu differenzieren, unter welchen Bedingungen Information und Unterhaltung harmonisieren und wann der unterhaltsame mit dem informativen Diskurs in Widerspruch gerät.

Das politische Magazin „ZAK“ vom Westdeutschen Rundfunk benutzt seit Jahren Videoclip-Ästhetik mit schnellen Schnitten und elektronischen Effekten, sei es, um kritischen Journalismus bildgerecht zu akzentuieren, sei es, um postmodernen Lifestyle zu simulieren. Befürworter sehen in „ZAK“ einen gelungenen Versuch, überholte Techniken der Informationsvermittlung per Diskursmischung zu modernisieren. Gegner sprechen von einem unkritischen Ästhetiktransfer aus dem Unterhaltungsbereich, der die Wissensvermittlung auf dem Altar optischer Spielereien opfert. Letztere berufen sich auf die geringe Erinnerungsleistung von „ZAK“-Zuschauern im Hinblick auf die gezeigten Inhalte – dieses Schicksal teilt „ZAK“ allerdings mit den traditionellen Nachrichtensendungen. Für die Fangemeinde ist „ZAK“ eine ästhetisch anspruchsvolle und zugleich kommunikativ leistungsfähige Form der Informationsgestaltung, der Normalkost der Nachrichten- und Magazinsendungen bei weitem überlegen.

3 Historische Vorläufer

Neu ist die Idee beileibe nicht. Belehrung und Vergnügen gehörten schon in der Antike zu den vornehmsten Aufgaben der Kunst: „*Aut prodesse volunt aut delectare poetae*“.

Um ihre Existenzberechtigung unter Beweis zu stellen, soll die Kunst nach Horaz nützliche Informationen oder angenehme Gefühle vermitteln. Im 18. Jahrhundert, während der Frühaufklärung, wird die horazsche disjunktive Dichtungs-

definition, die ein Entweder-Oder von Vergnügen und Nützlichkeit postuliert, in ein verbindliches Sowohl-Als-Auch verwandelt. 1740 schreibt Johann Jacob Breitinger über die „*Critische Dichtkunst*“:

„Demnach öffnen diejenigen, welche das Nützliche von dem Ergetzlichen sondern, zu dem schändlichsten Missbrauche der Künste Thür und Thor, und machen solche zu Werckzeugen der garstigsten Lüste.“

Nach Breitinger sind also gerade die Kommunikationspuristen auf dem Holzweg, weil informationslose Dichtung nur „garstige Lüste“ bedient und wenig ergötzliche Informationen gar nicht nützlich sein können. Denn, so Breitinger:

„Alleine da der grösste Haufen der Menschen zu den abgezogenen Untersuchungen des reinen Verstandes nicht aufgelegt, und derjenigen feinen Lust, welche die tiefe Einsicht der Wahrheit mit sich führet, nicht fähig ist, (...) so ist es nicht zu verwundern, dass heilsame Lehren bey den wenigsten Leuten den erforderlichen Eingang gefunden haben.“

Den „Weltweisen“, die die Wahrheit mit ihrer Vernunft erkennen können, rät er, sich so zu verhalten:

„... gleichwie nun ein kluger Arzt, der sich die Gesundheit seiner Krancken lässt angelegen seyn, die bitteren Pillen vergüllet oder verzuckert, und durch diesen heilsamen Betrug ihnen die Artzney beybringt und die Gesundheit wieder herstellt, indem er sich nach ihrem ecklen Geschmacke richtet.“

Um den Verstand der breiten Volksmassen zu erreichen, sei es nicht nur verzeihlich, sondern unbedingt notwendig, „... *sich der Hertzen durch einen neuen Weg mittelst einer unschuldigen List zu bemächtigen*.“ (Breitinger 1740: 6f; zitiert nach Böhler 1975: 129f).

Mißglückte Versuche der Diskursmischung belegen allerdings eindrücklich, daß rein additive Konzepte einer unterhaltsamen Verpackung von Information problematisch sind. So verloren im 18. Jahrhundert populäre Lesestoffe wie die Kalender nach der erfolgten aufklärerisch-pädagogischen Aufbereitung der Inhalte prompt an Anziehungskraft für das Publikum. Ein anderes Beispiel aus jüngerer Zeit war der Versuch, die beliebteste indische Soap Opera „Hum Log“ für die Propaganda in gesellschaftlich wichtigen Themenbereichen z. B. für Empfängnisverhütung zu funktionalisieren. Die Folge waren Einbußen bei den Einschaltquoten, die erst nach erneuten Korrekturen des Konzepts behoben werden konnten.

4 News Show contra Glaubwürdigkeit

Erste Versuche in Deutschland, Nachrichten als „News Show“ zu präsentieren, sind zunächst gescheitert. Mit seriöser Informationsvermittlung schien es kaum vereinbar, „harte“ Fakten mit Musik zu untermalen, Abläufe künstlich zu dramatisieren oder mit Hilfe „voyeuristischer“ Großaufnahmen Betroffenheit herzustellen. Wenn das ganze dann noch durch unverbindlichen Small Talk der Moderatoren eingerahmt wird, ist die Glaubwürdigkeit Köpckescher Prägung vollends dahin, so das Urteil der Infotainment-Kritiker. Das Nachrichtengewerbe war nach 30 Jahren *Tagesschau* hochgradig ritualisiert, die Akzeptanz des neuen News-Show-Stils entsprechend gering. Der Vorreiter RTL kehrte daher sehr schnell zu traditionelleren Formen der Berichterstattung zurück, ohne freilich den lockeren Präsentationsstil völlig aufzugeben.

5 Vom Paulus zum Saulus

Eine tote Frau auf einer Bahre wird vor laufender Kamera aus einer Halle gerollt.

Sprecher: „Zum Alltag in Jugoslawien gehören seit einigen Jahren sinnlose Leichen, z. B. die hübsche Sanella, 16 Jahre alt.“

Zoom auf das Gesicht des Mädchens.

Sprecher: „Heute Morgen gegen 11 Uhr wurde sie Opfer eines serbischen Heckenschützen.“

Kamera bleibt auf dem Gesicht der Frau.

Sprecher: „Was er sich dabei dachte, als er sie im Fadenkreuz seines Zielfernrohrs erfaßte – wir wissen es nicht.“

Schwenk auf den Totenschein am großen Zeh.

Sprecher: „Für das Uno-Engagement in Bosnien-Herzegowina konnte er sie nicht gut verantwortlich machen.“

Arzt zieht Laken von der Leiche weg, man sieht eine große und frische Narbe am Brustkorb der Frau und ein Einschußloch. Zoom auf das Einschußloch, bis das Loch den Bildschirm fast völlig ausfüllt.

Abgeschlossen wird dieser Bericht damit, daß die Kamera einer alten Frau folgt, die rennend die Straße überquert.

Sprecher: „Herzklopfen, schießt er wieder, wird sie es schaffen?“

Man könnte vermuten, daß dieser Film, der gut und gern aus dem Gruselkabinett einer Reality TV-Show stammen könnte, bei einem Privatsender zu sehen war. Weit gefehlt, er lief am 13. April 1993 in den Hauptnachrichten des Zweiten Deutschen Fernsehens um 19 Uhr.

Die Informationslandschaft hat sich in den 90er Jahren gründlich gewandelt. Einst „heilige“ Normen der Nachrichtenvermittlung bestehen nicht mehr. Mit den gestalterischen Freiheiten hat auch die Unsicherheit zugenommen, was ästhetisch und ethisch verantwortbar erscheint. Bezeichnend für den aktuellen Trend zur Diskursmischung ist es, daß auch öffentlich-rechtliche Sender, z. B. das ZDF und der deutsch-französische Kulturkanal Arte, mit Musikuntermalung Informationen attraktiver gestalten wollen und mit stark emotionalisierenden Bildberichten eine Gratwanderung zwischen Information und Gefühlscatching vollführen. Da kann es nun nicht mehr überraschen, daß der jüngste Privatsender RTL 2 seine Hauptnachrichten offenherzig „Action News“ nennt, Musik und andere Dramatisierungsmittel sind hier obligatorisch.

6 Drei Beispiele für Infotainment

Im folgenden möchte ich Ihnen drei Beispiele für Diskursmischung vorführen, die verschiedene Varianten einer ästhetisierenden Aufbereitung von Informationen darstellen und – wenn Sie so wollen – verschiedene Infotainment-Konzepte verwenden. Diese Filme haben wir im Rahmen des DFG-geförderten Forschungsprojekts „Medien: Simulation und Wirklichkeit“ insgesamt 80 Versuchspersonen vorgeführt. Parallel zur Filmvorführung wurde die Erregung der Probanden anhand des Hautwiderstands und der Pulsfrequenz gemessen. Im Anschluß daran hatten die Versuchspersonen umfangreiche Fragen zu den gesehenen Filmbeiträgen zu beantworten.

Der erste Beitrag ist ein Zusammenschnitt aus einer CNN-Dokumentation über den Golfkrieg. Er besteht aus vier Hauptteilen:

- A. High-Tech-Krieg mit Cruise Missiles und ferngesteuerten Bomben,
- B. eine Passage mit Human Interest-Elementen: Soldaten in der Wüste, die sich mit Sport und anderen Freizeitaktivitäten die Langeweile vertreiben und auf den Beginn des Bodenkriegs warten,
- C. Bilder mit Kriegsopfern aus dem Lager der Alliierten, der Israelis und der Iraker und schließlich
- D. Sieg im Bodenkrieg, glückliche Heimkehr der alliierten Soldaten.

Der zweite Film, ursprünglich von RTL als Beitrag des „Explosiv“-Magazins ausgestrahlt, befaßt sich mit Unfällen auf der Autobahn. Schlimme Opferszenen werden mit „Carmina Burana“ unterlegt.

Der dritte Beitrag ist ebenfalls im Magazin „Explosiv“ gesendet worden. Hier werden, begleitet von witziger Musik und ironisierenden Kommentaren, Schönheitsoperationen bei Männern gezeigt, die sich aus Gründen der sexuellen Anziehungskraft ihr Geschlechtsteil vergrößern lassen.

7 Informationsbeiträge mit unterhaltenden Elementen im Urteil von Fernsehzuschauern

7.1 Interesse ja, aber leicht durchschaubare Propagandaziele

Der CNN-Film über den Golfkrieg hat das meiste Interesse auf sich gezogen. Das lag weniger an den belehrenden Absichten als vielmehr am Thema des Films. Auf die Frage, welche Szene am besten in Erinnerung geblieben ist, nannten nur wenige Versuchsteilnehmer Teile aus der Golfkriegsdokumentation. Die beiden einzigen Äußerungen bezogen sich auf mitleiderregende Szenen.

- * „Die weinenden Leute aus der Golfkriegsdokumentation, die sehen, wie Opfer von Bombeneinschlägen aus Häusern getragen werden und unsicher sind, ob es eigene Angehörige sind.“
- * „Das kleine Küken im Ölsee.“

Am positivsten wurden die Human Touch-Szenen empfunden. Ein Proband bezieht sich explizit auf das Happy End, also das Ende des Kriegs. Ansonsten gibt es viele Bezugnahmen auf die Form der Berichterstattung:

- * „Wenig realistisch in gewissem Sinne, es waren zwar reale Bilder, die gab es, aber es war in dem Sinne unrealistisch, als es sehr stark arrangiert war bzw. mit Musik oder durch die Art der Zusammenstellung.“
- * „Diese Verherrlichung, diese Soldaten mit der untergehenden Sonne, ein bißchen kitschig, das ist so eine Propagandasache.“
- * „Der Propagandafilm war unter aller Sau, Amerikanismus pur, das muß nicht sein, war auch billig gemacht.“

* „Das ist keine Art, wie man Krieg überhaupt darstellen könnte, so aseptisch wie das war – Propagandafeldzug.“

* „Ich fand den Rahmen unmöglich, aus der Sicht der Amis, so mit den Soldaten gegen Sonnenuntergang, finde ich halt Kriegsverherrlichung.“

Es gab ausschließlich kritische Kommentierungen zur Machart des CNN-Films, meistens in Gestalt des Propagandavorwurfs, positive Bewertungen der Form kamen nicht vor. Hinter dem hohen Gestaltungsaufwand erkannten die Probanden interessengesteuerte Wirkungsabsichten. Der störende Intentionüberschuß im Kommunikat provozierte Widerstände der Rezipienten. Das Beispiel zeigt, daß offenkundige Überredungsversuche den Erfolg des Informationstransfers vereiteln können. Wird die Belehrung platt und durchsichtig angelegt, bleibt dem Rezipienten zu wenig Raum für eigene Aktivitäten. Beleidigt stellt er dann auf stur zu Lasten des Informations- und des möglichen Unterhaltungsgewinns.

7.2 Hohe lebensweltliche Betroffenheit – störende Gestaltung

Der Crashfilm wurde einerseits mit Abstand am negativsten, d.h. am unangenehmsten, am brutalsten, am tragischsten und am meisten angsterzeugend empfunden, erreichte aber andererseits die höchsten Spannungswerte. Horror und Unterhaltung schließen sich offenbar nicht aus, sondern scheinen sich sogar in gewissem Maße gegenseitig zu bedingen.

Der Realismus der Darstellung hat unter dem Einfluß der Carmina Burana nur wenig gelitten. Der Crashfilm erreicht auf dieser Dimension einen außerordentlich hohen Wert. Vermutlich hat die Nähe der Vorgänge zu Alltagsängsten, also die Möglichkeit, das Gesehene mit eigenen Unfallerfahrungen oder -befürchtungen in Verbindung zu bringen, Glaubwürdigkeitsverluste trotz der artifiziellen Art der Gestaltung verhindert. Im Vergleich zu den anderen Filmen des Experiments stellten sehr viele Versuchspersonen explizit Bezüge zu eigenen Erfahrungen her.

* „Ich habe selbst einen schweren Flugunfall gehabt, kann das also ein bißchen nachempfinden.“

* „Beim Auto, da denkt man schon mal nach, daß mir das passieren könnte, das ist so realistisch.“

* „Diese Autosache, weil mir in letzter Zeit öfter Unfälle auf der Autobahn begegnet sind.“

* „Eine Situation, in die man täglich geraten kann, wenn man Auto fährt.“

* „Ich bin Rettungssanitäter und habe schon viele schwere Dinge miterlebt.“

Die Form des Beitrags wurde überwiegend kritisch gesehen. Die Kritik bezieht sich vor allem auf die Musikuntermalung. Charakteristisch ist eine klare Trennung von Bild und Musik:

* „Erschreckend fand ich die Sache mit dem Crash auf der Autobahn; gut fand ich, die Bilder zu zeigen; schlecht fand ich, die Musik drunter zu legen, das fand ich geschmacklos.“

Ein Proband benutzte die Kritik an der formalen, seiner Ansicht nach fikionalisierenden Gestaltung dazu, sich selbst angesichts höchst beunruhigender Bilder eine Beruhigungsspielle zu verabreichen:

* „Besonders aufgefallen ist mir, daß die *Grenze zwischen Dokumentation und Fiktion eigentlich nicht mehr zu ziehen ist*, durch die Art der Gestaltung; allein schon die Musik, daß es auf mich unreal, szenisch überformt wirkte; es hat mich nicht so berührt, wie es mich wahrscheinlich berührt hätte, wenn für mich nicht ständig möglich gewesen wäre, zu sagen, es ist alles von einem cleveren Fernsehmann so gemacht, daß es besonders gut wirkt.“

In der Tat scheint die Musik eine Dämpfung der Angstreaktion zu bewirken. Jedoch ist auch die Möglichkeit in Betracht zu ziehen, daß gerade durch die verfremdende, fikionalisierende Gestaltung überhaupt erst die Möglichkeit entsteht, ein ansonsten tabuisiertes Thema aus der Verdrängungszone zu holen. Einen solchen Effekt konnte man z.B. im Zusammenhang des Holocaust-Films beobachten, der trotz der Vorwürfe einer falschen Fikionalisierung stärkere Bemühungen um Vergangenheitsbewältigung auslöste, als dies durch jahrzehntelange Maßnahmen herkömmlicher Bildungsarbeit der Fall gewesen war. In einem Fall wurde eine unterstützende Funktion der Musik gesehen:

* „Die Musik war passend, ist schon toll, unterstützt die Wirkung des Films noch mehr, ist ein Mittel, um alles noch zu unterstreichen, um noch was hervorzuheben. Die Bilder sind im Prinzip Schwachsinn, aber da sind sie halt eindrucksvoll.“

Interessanterweise gibt es keine Hinweise auf die Slowmotion. Eine Studentin meinte sogar, da sei zu schnell geschnitten worden. Die Musik ließ gar nicht erst den Eindruck von Verlangsamung entstehen, die das vorhandene Bildmaterial strecken sollte, aber auch die Dauer der Konfrontation mit dem Schrecklichen erhöhte.

7.3 Der „kleine Unterschied“

Die Meinungen zur Penisoperation gingen stark auseinander, mehr als bei jedem anderen Film.

* „Unangenehm war die Szene im OP, wo sich die Männer haben operieren lassen, wo der Penis gezeigt worden ist und so aufgebläht ist.“

* „Diese Penisgeschichte war auch nicht gerade ohne, diese eine Szene, wo er da in den Eingeweiden rumwühlt und das Stück noch 3 cm rausgezogen hat und das Blut und Fett und was weiß ich abgepumpt hat.“

* „Ich fand es überhaupt immer eklig, wie sie den Penis aufgeblasen haben mit dem Fett.“

Einigen gelang es jedoch, die medizinischen Eingriffe für sich unterhaltsam umzumünzen.

* „Die Operation fand ich lächerlich, irgendwie amüsant.“

* „War ja auch relativ grotesk.“

* „Die OP-Szene war zwar blutig, aber eher lustig, komisch, witzig.“

* „Witzig dargestellt, man kann sich amüsieren, wie wichtig es ist, mit dem groß sein, dick sein, lang sein.“

Die Erklärung für die unterschiedlichen Reaktionsmuster ist einfach: der „kleine Unterschied“ zwischen Männern und Frauen.

Einzelne Männer zeigten bei der Penisoperation ein deutlich empathetisch motiviertes Abwehrverhalten, indem sie das eine Bein über das andere schlugen; sie krümmten sich und hielten die Hände schützend zwischen die Beine. Vor allem die weiblichen Zuschauer verlegten sich derweil auf belustigte Schadenfreude, da ihnen – vermutlich aufgrund des Fehlens eines entsprechenden Körperteils – der Sinn für die „Tragik“ des Vorgangs fehlte. Ich muß gestehen, daß ich selbst das Anschauen des operativen Eingriffs kaum ertragen konnte und daher Befürchtungen hegte, ob ein solcher Film, wenn auch aus rein wissenschaftlichen Motiven, den Probanden überhaupt zugemutet werden darf. Umso überraschter war ich, als gerade dieser Film keine Panik, sondern zum Teil ungehemmte Lachsalven auslöste. Die eigene empathetische Empfindlichkeit ist jedenfalls kein untrügliches Zeichen für die Reaktionen anderer.

Der *theoretisch bedeutsame Schluß* in bezug auf unser Thema lautet: Informierende Dokumentationen unterhaltsam zu erleben ist abhängig vom Grad der lebensweltlichen Betroffenheit, die das Thema beim einzelnen Zuschauer auslöst. Fehlende Betroffenheit ist ebenso unterhaltungsfeindlich wie eine extrem starke Betroffenheit, die keine Distanzierungsmöglichkeiten bei der Rezeption des Beitrags offenläßt.

8 Informationen anderer Art

Die wahren Einschaltquotenhits sind momentan Verbrechensreportagen in der Tradition der True Crime-Stories und Liveberichte bzw. nachgestellte Dokumentationen von realen Rettungsaktionen – kurz: Reality TV. Den sensationellen Bildern werden hier häufig Tips und moralische Belehrungen beigemischt. Über die Relevanz der Informationen mag man im einzelnen streiten, daß Informationen vermittelt werden, steht hingegen nur für Ignoranten in Frage.

8.1 Was ist Reality TV?

So hitzig die Debatte um Reality TV derzeit geführt wird, so unklar bleibt, was Reality TV genau genommen ist. Ursprünglich wurde der Terminus in den USA ausschließlich für „reality based stories“ verwendet, d. h. für nachgestellte Geschichten, die auf einer wahren Begebenheit beruhen. Demnach wäre „Auf Leben und Tod“ Reality TV, nicht aber „Augenzeugenvideo“. Diese Definition ist insofern unbefriedigend, als sie den Unterschied von Dokumentation und Rekonstruktion ungeachtet häufiger Überschneidungen zu stark betont. So ist „Notruf“, obwohl überwiegend rekonstruktiv, hin und wieder auch dokumentarisch. Aufnahmen der leibhaftig beteiligten Opfer und Retter werden nicht nur im Interview nachgereicht, sondern *in action* vor laufender Kamera vorgeführt. Die Beschränkung auf nachgestellte Wirklichkeit ist zweifellos zu eng, die alternative Definition als dokumentierte Wirklichkeit hat auch ihre Tücken. Es erscheint wenig sinnvoll, jede Sendung, die Realität abbildet, als Reality TV zu bezeichnen. Von der

„Sportschau“ bis zur „Tagesschau“ wäre alles im Einheitsbrei Reality TV verrührt. Die Diskussion ist ohnehin von einem markanten Mangel an Unterscheidungsvermögen gekennzeichnet.

Wir schlagen deshalb vor, Reality TV zu definieren als eine Programmform, die mit dem Anspruch auftritt, Realitäten im Sinne der alltäglichen Lebenswelt anhand von Ereignissen darzustellen, die das Gewohnte der Alltagsroutine durchbrechen.

Die Lebenswelt eines Individuums umfaßt den Bereich der immer wiederkehrenden Erfahrungen in Familie und Beruf sowie kritische Lebensereignisse, z. B. Geburt, Heirat, Krankheit und Tod, die jeder nur einmal oder nur selten durchlebt. Im Zentrum eines Reality TV-Programms steht ein kritisches Lebensereignis, das mit der gewohnten Alltagsroutine kontrastiert. Reality TV ist daher Alltag im Ausnahmezustand, der zwar eine Teilwirklichkeit, keineswegs jedoch Wirklichkeit als Ganzes repräsentiert. Freilich ist im kritischen Lebensereignis der Horizont der alltäglichen Gewohnheiten immer präsent, da nur vor diesem Hintergrund das Ungewöhnliche eine Bedeutung erhält.

Der Lebensweltbegriff wird bestimmt von der Erfahrung des einzelnen und seiner Lebensgeschichte; die alltägliche Lebenswelt ist immer subjektabhängig. Sie ist das Urmodell von Realität, von der andere Realitätsmodelle abgeleitet werden. Dies erklärt das Wirklichkeitsgefühl der Zuschauer, das durch Reality TV im Zentrum des eigenen Seins stimuliert wird. Reality TV-Fans sind deshalb in hohem Maße resistent gegen laienhafte Schauspieler und billige Effekte.

Ausgeschlossen von der Reality TV-Definition sind politische Sendungen wie z. B. Nachrichten, die eine überindividuelle Weltsicht vertreten und in erster Linie Ereignisse von allgemeiner gesellschaftlicher Bedeutung behandeln. Teile von Nachrichtensendungen können durchaus Reality TV-Charakter haben, wenn sie statt hard news am Ende der Sendung soft news und das Wetter präsentieren, das für die persönliche Lebensgestaltung von großer Bedeutung sein mag, nicht jedoch in bezug auf große Politik. Gegen eine kategorische Entgegensetzung von System und Lebenswelt spricht auch, daß die kritischen Lebensereignisse in Reality-TV-Programmen fast immer mit Hilfe von Akteuren des systemisch-politischen Bereichs – Feuerwehr, Rettungsdienste, Polizei – gelöst werden. Das kritische Lebensereignis liefert dabei den Anlaß für eine Lösungsdemonstration, von der das Image staatlicher Institutionen profitieren kann. Im günstigsten Fall verwischen sich die Grenzen zwischen Sensation, Information und Lebensberatung, sodaß Reality TV in selbsttranszendierender Weiterentwicklung nicht nur die Schaulust, sondern auch den Orientierungsbedarf des Publikums bedient.

Dies ist sicherlich eine Wirkungsvermutung, die der empirischen Nachprüfung bedarf. Im Rahmen eigener Untersuchungen wollten wir wissen, ob der Trendsetter „Notruf“, wie von den Kritikern unterstellt, reine Sensationsmache betreibt oder ob etwa doch am selbstzelebrierten Anspruch etwas dran ist, lebensrettende Informationen zu verbreiten. Auch wenn ich den sozialpädagogischen Anspruch von RTL keineswegs überschätzen möchte – natürlich geht es um die Einschaltquote – ist aus medienwissenschaftlicher Sicht nicht von vornherein auszuschließen, daß ein Programm über die wahrhaftigen Ambitionen eines Senders hinweg unvermutet positive Wirkungen entfaltet.

8.2 Informationstransfer bei Reality TV

Im folgenden stelle ich *erste Ergebnisse* eines Rezeptionsexperiments dar, das wir am Beispiel der RTL-Sendung „Notruf“ mit insgesamt 105 Versuchspersonen durchgeführt haben. Nach Sichtung von 20 Programmstunden „Notruf“ wählten wir drei Beiträge für den Versuchsaufbau aus.

1. Flutgrabenfilm: Ein Kind wird beim Skateboardfahren in einem Flutgraben vom Wasser erfaßt und weggespült. Der Feuerwehrmann, der versucht, das Kind zu retten, fällt selbst in den Flutgraben. Mit Hilfe privater Retter und der Feuerwehr gelingt es schließlich, das Kind und den Feuerwehrmann zu retten. Im abschließenden Fazit wird der Feuerwehrmann geehrt, der sein Leben für das Kind riskierte.
2. Autounfallfilm: Zwei Soldaten in Feierabendstimmung auf der Heimreise verlieren die Kontrolle über ihren Wagen. Sie überschlagen sich und landen im Straßengraben. Aus eigenen Kräften können sie nicht mehr aus dem Auto gelangen. Zwei private Retter sind zur Stelle und befreien die beiden jungen Männer aus ihrer lebensbedrohenden Lage. Die Feuerwehr trifft erst ein, als die Rettung vollzogen ist. Trotz der Ignoranz durch die geretteten Opfer werden die privaten Retter von offizieller Seite geehrt.
3. Brandfilm: Unvorsichtige Kinder zündeln mit brandgefährlichen Stoffen, und prompt fängt das eine Kind Feuer. Das andere schreitet geistesgegenwärtig zur Tat, indem es den brennenden Jungen auf dem Boden wälzt. Als die Sanitäter eintreffen, hat das Brandopfer tiefgehende Verletzungen, die die Kamera in Großaufnahme zeigt. Ohne die schnelle Hilfe des gleichaltrigen Freundes hätte der verletzte Junge wohl kaum überlebt – so das beherrschende Fazit am Schluß.

Kernstück des Untersuchungsdesigns ist die *Wirkungsanalyse* in bezug auf emotionale und kognitive Veränderungen, die mit Hilfe eines *Post-Factum-Verfahrens* nach der Vorführung von Notrufbeiträgen ermittelt wurden. Diejenigen Fragen, die den vorab festgelegten Wirkungsdimensionen zugeordnet sind, wurden 48 Stunden vor und dann noch einmal unmittelbar nach der Filmvorführung gestellt. Signifikante Unterschiede zwischen den beiden Meßzeitpunkten sind als *Wirkung* zu interpretieren.

Zunahme der Hilfsbereitschaft ...

Hilfsbereitschaft ist derjenige Einstellungsbereich, in dem die stärksten Wirkungseffekte zu verzeichnen waren. Das Anschauen von zwei „Notruf“-Beiträgen führte dazu, daß die Testpersonen nach dem Filmerlebnis hochsignifikant, d. h. unter Ausschluß zufälliger Einflüsse, zu mehr Hilfsbereitschaft neigten.

Die Hilfsbereitschaft wurde am meisten in der Gruppe mit dem „Brandfilm“ erhöht. Die empathisch intensiven Verletzungsszenen mit dem Unfallopfer haben die prosoziale Neigung also nicht beeinträchtigt, sondern noch verstärkt.

... vor allem in thematisch naheliegenden Bereichen

Der Generalbefund läßt sich dahingehend differenzieren, daß die Hilfsbereitschaft insbesondere in solchen Aspekten anstieg, die mit dem gesehenen Inhalt der „Notruf“-Beiträge in einen sinnvollen Zusammenhang gebracht werden konnten.

Da ein Filmbeitrag einen Autounfall thematisierte, lag es für die Versuchspersonen nahe, Handlungskonzepte im Umfeld von Autofahren zu überprüfen. Dies führte zu einer partiellen Revision der Voreinstellungen, die sich mit Hilfsbereitschaft bei Autounfällen und Pannen befassen.

Die Zustimmung zur folgenden Einzelaussage wuchs am stärksten:

„Wenn ich auf der Autobahn ein Auto sehe, das mit einer Panne liegengeblieben ist, überlege ich sofort, ob ich helfen kann.“

Eine hochsignifikante Abnahme der Zustimmung war dahingehend zu verzeichnen, daß die Versuchspersonen sich in schwierigen Situationen nicht allein auf Fachleute verlassen wollten. Dies ist als Zunahme von Hilfsbereitschaft zu werten.

„Unfallhilfe überlasse ich in entsprechenden Situationen lieber den Fachleuten, falsche Hilfeleistungen können unter Umständen mehr Schaden anrichten als nützen.“

Ebenfalls eine Abnahme der Zustimmung im Sinne einer Steigerung von Hilfsbereitschaft signalisieren die Verschiebungen in bezug auf die Aussage:

„Auch bei Hilfesuchenden am Straßenrand sollte man genau darauf achten, um wen es sich handelt.“

Förderung von Spendenbereitschaft vor allem bei Reality TV-Sehern

Wirkungsunterschiede zeigen sich im Hinblick auf Spendenbereitschaft. Hier ist insgesamt nur eine leichte Zunahme zu verzeichnen. Allerdings wird die Spendenbereitschaft der Reality TV-Seher durch „Notruf“ stärker gefördert, als dies im gesamten Untersuchungssample der Fall war. Die Erhöhung der Spendenbereitschaft ist bei Befragungspersonen, die regelmäßig Reality TV-Shows anschauen, signifikant. Berücksichtigt man den Befund, daß die Reality TV-Seher über ein vergleichsweise geringes Ausgangsniveau der Spendenbereitschaft verfügen, so ist der gefundene Effekt im Sinne positiver Fernschwörungen besonders hoch zu bewerten.

Zwiespältige Wirkung auf die Akzeptanz von Rettungsinstitutionen

Die Akzeptanz von Rettungsinstitutionen wird durch „Notruf“ nur unwesentlich verändert. Dies ist insofern wenig überraschend, als im einen Beitrag Vertreter von Rettungsinstitutionen in einem günstigen Licht, im anderen Beitrag jedoch in einem weniger günstigen Licht erschienen. Die Akzeptanzwirkungen haben sich vermutlich wechselseitig aufgehoben.

Die Phantasiefähigkeit läßt nach ...

Zu konstatieren ist eine signifikante bis hochsignifikante Abnahme der Fähigkeit, sich mit verschiedenen Personen im Rahmen von Romanen und Spielfilmen zu identifizieren. Das Anschauen einer Reality TV-Sendung hatte zur Folge, daß die Beweglichkeit der Phantasie in der Selbstwahrnehmung der Versuchsteilnehmer nachließ. Was hat die Phantasiefähigkeit im Hinblick auf fiktionale Genres (Romane und Spielfilme) mit Reality TV zu tun? Eine mögliche Erklärung ist darin zu sehen, daß das Anschauen von „Notruf“ bei den Probanden eine Fokussierung der Empathie auf die Leiddarstellungen der Opfer auslöste. Die Konfrontation mit dem Negativen könnte die Freiheitsgrade der Phantasie dann eingeschränkt haben, wenn die Abwehrreaktion das Involvement der Opferempathie überwo.

... aber der Umgang mit Einfühlungsstreß in Krisensituationen wird verbessert

Die Versuchsteilnehmer schätzten ihre eigenen zu erwartenden Streßreaktionen z.B. Nervosität und Unruhe bei Unfällen nach dem Anschauen der „Notruf“-Sendung niedriger ein als zuvor. Umgekehrt formuliert bedeutet das: Die Fähigkeit, gelassen mit schlimmen Ereignissen und deren Folgen umzugehen, ist gewachsen. Bedenkt man, daß Ärzte ein Anti-Empathie-Training absolvieren müssen, um in der Lage zu sein, verletzten Unfallopfern effizient zu helfen, so scheint die Erwartung nicht ganz unbegründet, daß mit der Abnahme des Einfühlungsstressses eine Zunahme von Hilfsbereitschaft verbunden ist, wie wir nach unseren Befunden in der Tat feststellen konnten.

Die Welt erscheint weniger bedrohlich

Eine paranoid verzerrte Weltsicht mit starken Bedrohungsszenarien, wie sie der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Gerbner unter dem Stichwort „Scary World“ dem Fernsehen zuschreibt, wird durch Notruf nicht vermittelt. Im Gesamtsample gibt es eine signifikante *Abnahme der Scary-World-Perspektive*.

Die Ursachen für die Verringerung der Scary-World-Ansichten beim „Notruf“-Publikum gehen auf das wachsende Vertrauen in rettende Kräfte zurück, die den möglichen und vorstellbaren Schrecken dominieren.

Auch die momentane Ängstlichkeit wird durch „Notruf“ nur unwesentlich erhöht. Dies überrascht insofern, als wir bei unseren Untersuchungen zur Wirkung von Gewalt- und Horrorarstellungen (Zeigen von Schreckensbildern ohne happy end!) eine deutliche Zunahme von Ängstlichkeit verzeichneten. Mit diesen Erkenntnissen im Einklang steht der Befund, daß die Angstzunahme bei den Teilnehmern des „Notruf“-Experiments in hohem Maße auf das Konto der Gruppe geht, die die schrecklichen Brandwunden zu besichtigen hatte. Die Reaktionen in dieser Gruppe deuten auf Schockerlebnisse hin, die die angstvermindernden Faktoren des Beitrags überlagerten. An dieser Stelle ist in Erinnerung zu rufen, daß der prosoziale Informationstransfer gerade davon profitierte.

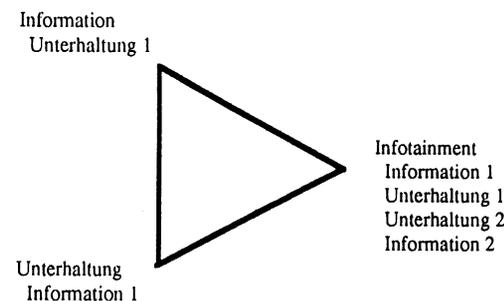
Die Ergebnisse sprechen insgesamt dafür, daß „Notruf“ eine wirkungsvolle Variante des Infotainment insofern praktiziert, als es Informationen für den lebensweltlichen mit Informationen für den systemischen Bereich z.B. Rettungsinstitutionen kombiniert und dabei zugleich emotionale und kognitive Bedürfnisse des Publikums befriedigt. Reality TV kann also Informationen transportieren, die zu weitergehenden kognitiven Verarbeitungsprozessen Anlaß geben. Das Experiment zeigt vom Endresultat der Informationsverarbeitung her, daß nicht nur eine isolierte Wissensvermittlung ohne weitergehende Konsequenzen stattgefunden hat, sondern eine meßbare Veränderung im Weltbildapparat der Rezipienten.

9 Modell der Diskursmischung

Im folgenden möchte ich ein Modell der Diskursmischung vorstellen, das die Aporien einer fundamentalistischen Entgegensetzung von Information und Unterhaltung vermeidet. Die Kernaussage des Modells besteht darin, daß Information und Unterhaltung keine getrennten Wesenheiten sind, die sich durch Addition beliebig verbinden ließen. Infotainment stellt vielmehr ein Problem der integrierten

Informationsvermittlung dar, wobei auch Unterhaltung von der informierenden Seite her gesehen werden muß. Das Modell setzt voraus, daß es keine Information ohne Unterhaltung und keine Unterhaltung ohne Informationen gibt. Bei jeder Information ist Unterhaltung im Sinne einer angenehmen Aktivierung oder unangenehmen Desaktivierung des Rezipienten beteiligt. Information wird „unterhaltsam“ oder aber „langweilig“ erlebt. Unterhaltung, die gewöhnlich als emotionale Qualität aufgefaßt wird, ist zumindest insofern informativ, als es zur Erzeugung der gewünschten Gefühlswirkungen notwendig ist.

Modell der Diskursmischung



In der graphischen Darstellung entspricht unter der Hauptkategorie *Information* die Subkategorie *Unterhaltung 1* der Grundstufe einer unterhaltsamen Gestaltung. *Unterhaltung 1* ist notwendig, um eine minimale Rezipientenaufmerksamkeit für die Informationsverarbeitung aufrechtzuerhalten. In der Regel bleibt *Unterhaltung 1* latent. Analog dazu bezeichnet *Information 1* im Diskurs der *Unterhaltung* basale Informationen, die den Unterhaltungswert konstituieren. *Information 1* bleibt ebenfalls häufig latent. Im Diskurstypus des *Infotainment* schließlich sind mehrere Ebenen der Information und Unterhaltung gegeben, die manifeste und latente Elemente umfassen. Aufgrund der höheren Komplexität stellen sich hier in größere Maße als in den anderen Diskurstypen Probleme einer integrierten Informations- und Unterhaltungsvermittlung.

10 Thesen zum Verhältnis von Information und Unterhaltung

Die Diskursmischung von Information und Unterhaltung im Fernsehen beschleunigt einen Strukturwandel von Öffentlichkeit in Richtung auf kurzfristig gebildete Publika, die ein Informationsangebot nicht nur nach Kriterien des informativen Gehalts, sondern zugleich nach Kriterien des momentanen Gefallens beurteilen. Traditionelle Konzepte einer überschneidungsfreien Differenz oder Entgegensetzung von Information und Unterhaltung werden diesem Sachverhalt nur unge-

nügend gerecht. Abschließend möchte ich Ihnen thesenartig Elemente einer Kommunikationstheorie vortragen, die überkommene antagonistische Vorstellungen vermeidet.

1. Information und Unterhaltung können nicht überschneidungsfrei voneinander abgegrenzt werden. Jede mediale Unterhaltungsvermittlung hat zwangsläufig informative Anteile, und jede Informationsvermittlung hat zugleich eine unterhaltende Dimension.

2. Information und Unterhaltung sind keine fixen Eigenschaften von Fernsehsendungen, sondern sie bezeichnen verschiedene Modi der Kommunikation, die sich innerhalb eines kommunikativen Vorgangs überlagern können.

3. Der Unterhaltungswert einer Sendung hängt nicht nur von Emotionen, sondern auch von Informationen ab, insofern diese die gewünschten emotionalen Qualitäten konstituieren.

4. Informativen Gehalt hat die Unterhaltung primär im lebensweltlichen Bezugsrahmen des Rezipienten. Informationen, die unmittelbar an der Unterhaltungsvermittlung beteiligt sind, sind deshalb auf einer anderen Ebene des Kommunikats angesiedelt als kommunikatorintendierte Informationen, die sich auf politische bzw. andere externe Sachverhalte beziehen.

5. Im Kern handelt es sich bei der Diskursmischung von Information und Unterhaltung um ein Integrationsproblem verschiedener Informationsebenen. Eine störungsfreie Kommunikation gelingt dann, wenn der Informationsgehalt für den lebensweltlichen Bezugsrahmen mit dem politischen Informationsgehalt sinnvoll verknüpft werden kann.

6. In der Diskursmischung des „Infotainment“ neigen die Produzenten dazu, die Unterhaltung der formalen Gestaltung und die Information dem Inhalt zuzuordnen. Unterhaltung zu einem Verpackungsproblem der Information zu verkürzen führt dazu, daß die Integration verschiedener Informationsebenen mißlingt.

Mit der Zunahme des Unterhaltungsangebots und der Tendenz zur Diskursmischung verlagern sich die Informationsleistungen des Fernsehens tendenziell von der Ebene des gesellschaftlichen und politischen Systems auf die Ebene der Lebenswelt. Wird damit auch eine Durchdringung von Lebenswelt und System gefördert? Die Medienrealität ist gekennzeichnet von Exzessen der Vermischung; die Gebraucher von Infotainment- und Reality TV-Programmen tendieren dagegen zu einer säuberlichen Scheidung von System und Lebenswelt. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, daß Reality TV-Seher stark auf die alltägliche Lebenswelt konzentriert sind und Politik als davon deutlich getrennt erleben. Zwischen den beiden Bereichen werden nur wenige Verbindungen gesehen. Offen ist daher, ob uns die zukünftige Entwicklung in Richtung auf eine Annäherung der Sphären im Sinne einer Verlebensweltlichung des Systems führt oder ob eine neue strukturelle Distanz entsteht, die die ohnehin bestehende Politikverdrossenheit noch verstärkt.

Literatur

Böhler, M. J. (1975): Soziale Rolle und Ästhetische Vermittlung. Studien zur Literatursoziologie von A.G. Baumgarten bis F. Schiller. Bern und Frankfurt a.M.: Herbert Lang.

Breitinger, J. J. (1740): Critische Dichtkunst, worinnen die Poetische Mählerey in Absicht auf die Erfindung im Grunde untersucht und mit Beispielen aus den berühmtesten Alten und Neuern erläutert wird. Zürich: Conrad Orell & Co.

Büchner, B. (1989): Der Kampf um die Zuschauer. Neue Modelle zur Fernsehprogrammwahl. München.

Darkow, M. (1989): Zur Entwicklung der Fernsehnutzung. In: W.A. Mahle (Hg.), Medienangebote und Mediennutzung. Entwicklungstendenzen im entstehenden dualen Rundfunksystem. Berlin: Spiess, S.69-88.

Faul, E. (1988): Die Fernsehprogramme im dualen Rundfunksystem. Berlin.

Frank, B., Klingler, W. (1987): Die veränderte Fernsehlandschaft. Zwei Jahre ARD/ZDF – Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten. Bd. 7 der Schriftenreihe Media Perspektiven, Frankfurt.

Grimm, J. (1986): Unterhaltung – zwischen Utopie und Alltag. Methode und praktische Anwendung der Inhaltsanalyse am Beispiel von Kriminalheftromanen. Frankfurt a.M., Bern, New York: Peter Lang.

Grimm, J., Weinfurther, K. (1988): Zur Nutzung und Wirkung politischer Magazinsendungen. Rezipientenprofile – Verarbeitungsweisen. In: H. Kreuzer, H. Schuhmacher (Hg.), Magazine audiovisuell. Politische und Kulturmagazine im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: Volker Spiess, S.193-218.

Grimm, J. (1992): Die Faszination des Schreckens – Warum Horrorfilme so attraktiv sind. In: Film & Fakten Nr. 18, September 1992, S. 2-5.

Grimm, J. (1992): Die Lust an der Angst – Grenzerfahrungen der Unterhaltung. In: Bertelsmann Briefe, H. 128, S. 58-62.

Grimm, J. (1993): Vom wahren Schrecken. Schockerlebnisse in der Mediengesellschaft. In: Medien praktisch, Heft 65, 17. Jg., März, S.22-27.

Grimm, J. (1993): Der kultivierte Schrecken. Erlebnisweisen von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments (Vortrag auf der internationalen Konferenz der deutschen und niederländischen Filmprüfstelle am 29.-30. Oktober in Den Haag). In: Publizistik 1993 (im Druck).

Huth, L., K. Sielker (1988): TV-Nachrichten im Wettbewerb. Der kontrollierte Einsatz von Unterhaltung als Marketing-Strategie, in: Rundfunk und Fernsehen, 1988/4, S.445-464

Mahle, W.A. (Hg.): Medienangebote und Mediennutzung. Entwicklungstendenzen im entstehenden dualen Rundfunksystem. Berlin: Spiess.

Postman, N. (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a.M..