

Peter Ludes (Hrsg.)

Informationskontexte für Massenmedien

Theorien und Trends

Westdeutscher Verlag 1996

Informationsleistungen von Medien in Krisenzeiten

Anomalien des Zuschauerverhaltens während des Golfkrieges

Jürgen Grimm

1. Verkehrte Welt

Als in der Nacht vom 16. auf den 17. Januar 1991 die heiße Phase des Golfkriegs mit Luftangriffen auf Bagdad eingeleitet wurde, verzichtete die diensthabende Tagesthemen-Moderatorin Sabine Christiansen auf den verdienten Schlaf, um die aktuelle Entwicklung verzögerungsfrei - sozusagen in Echtzeit - dem gespannten Publikum zu übermitteln: "Hallo Bagdad, können Sie mich hören?" Im Jargon von Saddam Hussein begann die *Mutter aller Schlachten*, die von alliierter Seite mit einem nie dagewesenen Aufwand an High-Tech-Kriegsgerät geführt wurde. Mindestens ebenso gigantisch war der Einsatz von Nachrichten-Technologie im Kampf um die schnellste Information. Wer ist schneller, der Stealth-Bomber oder der Bericht über die erfolgreiche Aktion? Der Golfkrieg veränderte über Nacht die Kommunikationslandschaft insofern, als journalistische Gepflogenheiten, wie zum Beispiel Ereignisse abzuwarten und nachträglich zu berichten, ebenso ins Wanken gerieten wie die vertrauten Tendenzen des Zuschauerverhaltens, die jährlich in *Media Perspektiven* nachzulesen sind.

Hatten nicht noch unlängst kulturpessimistische Geister davor gewarnt, daß wir uns zu Tode amüsieren (Postman 1985)? War nicht die Rede vom "Unterhaltungsslalom" der Fernsehzuschauer, die angeblich jeder schwierigen Fernsehinformation aus dem Weg gehen (Frank und Klingler 1987, Faul 1988, Büchner 1989, Darkow 1989)? Aus dieser Sicht hätte das Publikum das Informations-Bombardement während des Golfkriegs mit Boykott oder schlimmer: mit Blockade der Elektrizitätswerke beantworten müssen. Verkehrte Welt, viel interessanter als *Wetten, daß...*, *Tatort* und *Tutti Frutti* waren während des Golfkriegs *heute*, *Brennpunkt* und die *Tagesthemen*.

Die Nacht zum Fernsehtag zu machen hatte zuletzt Muhammed Ali vermocht - vor mehr als fünfundzwanzig Jahren. Ich erinnere mich sehr genau, der Wecker wurde gestellt und mein Vater - ansonsten keineswegs ein medienpädagogischer Libertinär - erteilte im Hinblick auf die zu erwartende große sportliche Aus-

einandersetzung die Sondererlaubnis zur frühmorgendlichen Fernsehsitzung um halb Vier. Der genaue Beginn des Kriegsdramas am Golf stand freilich nicht fest, so blieben viele vorsichtshalber länger auf, um den historischen Augenblick nicht zu verpassen. Wer nicht mit Frau Christiansen die ersten Stunden des Luftkriegs live am Bildschirm erleben konnte, wurde spätestens am frühen Morgen durch das Radio informiert. Man konnte es kaum glauben, aber die Aktualität realer Ereignisse hatte gegenüber der vorausseilenden Potentialität der Berichterstattung aufgeholt. Die öffentliche Meinung war im Vorfeld des Golfkriegs durch einen enormen Erwartungsdruck gekennzeichnet. Es herrschte eine spannungsgeladene Atmosphäre, in der - ähnlich dem Hitchcockschen *Suspense* - das Schreckliche längst antizipiert worden war, bevor es dann wirklich passierte.

2. TV-Kriegsberichte unter Erwartungsdruck - Ergebnisse einer Inhaltsanalyse

Auch während des Golfkriegs blieb die Antizipationsquote in den Publikationsmedien hoch: Die öffentlich-rechtlichen Sender boten in allen von uns erfaßten Fünfminuten-Einheiten der TV-Golfkriegsberichterstattung zu 68,7% Zukunftsüberlegungen an; bei den Privaten waren es sogar 73,5%.¹ Das heißt die Fernsehjournalisten beschränkten sich nicht darauf, ihre Informationspflicht gegenüber Ereignissen zu erfüllen, die bereits stattgefunden hatten. Sie mengten vielmehr dem gegenwartsbezogenen Report in großem Ausmaß Antizipationen, Spekulationen in konjunktivischer Rede bei, so daß in der Resultante eine Mixtur aus Faktenbericht und gedanklicher Fiktion entstand. Diesem Umstand war es zu verdanken, daß der Spannungsdrive im Verlauf des Kriegs selbst dann nicht unterbrochen wurde, wenn in ereignisarmen Abschnitten der Informations hunger des Publikums auf direktem Wege nicht befriedigt werden konnte.

2.1 Antizipationen und Spekulationen in der TV-Golfkriegsberichterstattung

Nach den Ergebnissen einer Inhaltsanalyse von insgesamt 13 Stunden TV-Kriegsberichten zeichnete sich insbesondere die mittlere Phase des Kriegs Anfang Februar 1991 durch ein *krasses Mißverhältnis von Berichtszeit und der Dichte der zu*

¹ Zum Zwecke einer inhaltsanalytischen Bearbeitung wurden zwischen dem 17.1.91 und dem 28.2.91 insgesamt 160 Fünfminuten-Einheiten (Analyseeinheit) aus der Golfkriegsberichterstattung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehanbieter verteilt auf drei Zeiträume (Auftakt-Mittelphase-Finale) erfaßt. In bezug auf die Auftaktphase (17.1.-19.1.1991) wurden 72 Analyseeinheiten (45,0%) untersucht; in bezug auf die Mittelphase (1.2.-6.2.1991) waren es 39 (24,4%) und bezüglich des Finales (24.2.-28.2.1991) 49 Fünfminuten-Einheiten (30,6%). 61,9% der Teilssegmente entstammten der Kriegsberichterstattung von ARD und ZDF; 22,5% entfielen auf die privaten Programme; die restlichen 15,6% waren der Berichterstattung von CNN entnommen. Jede Analyseeinheit wurde von geschulten Codierern aus dem Forschungsseminar "Simulation und Wirklichkeit" an der Universität Mannheim mit Hilfe eines komplexen Kategoriensystems auf das Vorkommen bzw. Nichtvorkommen bestimmter Merkmale geprüft. Der in Tabelle 1 ausgewiesene Prozentwert gibt an, wie hoch der Anteil von Fünfminuten-Einheiten war, in dem spekulative Zukunftsüberlegungen über alle Teilssegmente hinweg angestellt wurden.

berichtenden Ereignisse aus. Die untersuchten Kriegsberichte bestanden aus einem Zufallsample der Auftaktphase mit beginnendem alliierter Luftkrieg (17.1.-9.2.1991), der Mittelphase fortdauernder Luftangriffe (1.2.-6.2.1991) und aus einer Sendungsauswahl des Landkrieg-Finales (24.2.-28.2.1991)². Programme ohne Golfkriegsbezug wurden nicht berücksichtigt. Infolge des abnehmenden Neuigkeitswertes von immer gleichen Einzelmeldungen über den x-ten Treffer einer Cruise Missile oder einer ferngelenkten Videobombe, sank der prozentuale Anteil der Zeitsegmente, in denen kriegsbezogene Handlungen, wie militärische Aktionen, psychologische Kriegsführung und diplomatische Aktivitäten, thematisiert wurden, von 68% zu Beginn des Kriegs auf 20% in der Mittelphase. Während des Landkriegs stieg die Berichterstattung über Kriegshandlungen - entsprechend dem größeren Aktionsreichtum und der in Bewegung begriffenen Frontverläufen - wieder auf knapp 63% an. Komplementär dazu schnellten die nicht unmittelbar kriegsbezogenen Themen von 32% auf knapp 80% in der mittleren, ereignisarmen Kriegsperiode hoch. Am Ende pendelte sich diese Kategorie bei 37% ein.

Tabelle 1 schlüsselt die Zeitsegmente mit aktueller Berichterstattung zu Ereignisfakten und konjunktivischer Berichterstattung über Mögliches nach Kriegsphasen auf.

Tabelle 1: Zeitbezug der TV-Golfkriegsberichterstattung nach Kriegsphasen

N = 160 (Fünfminuten-Einheiten)	Auftakt	Mittelphase	Finale	GESAMT	
Zeitbezug Ereignis/Berichtszeit	17.1.-19.1.91	1.2.-6.2.91	24.2.-28.2.91		
Berichtetes Ereignis	Chi ²	%	%	%	
Vergangenheit	***	92,9	69,2	95,9	88,0
Gegenwart	***	72,9	46,2	26,5	51,9
Live	***	34,5	00,0	0,00	13,6
Potentiell/zukünftig	**	57,1	84,6	67,3	67,1

Basis (= 100%) sind für die Prozentangaben jeweils alle Fünfminuten-Einheiten der betreffenden Phase.
 ** = signifikanter Unterschied zwischen den Phasen. Chi² (p<.05); *** = hochsignifikantes Chi² (p<.01)

Tabelle 1 zeigt, daß in allen Kriegsphasen neben der puren Dokumentation aktueller Ereignisse, seien sie noch laufend oder soeben vergangen (vgl. die Kategorien *Vergangenheit*, *Gegenwart*, *Live* in Tabelle 1), die Spekulation über den vermutlichen Fortgang des Kriegs eine wichtige Rolle in den Fernsehberichten spielte. Insbesondere in der mittleren Periode wurde die Zukunftsspannung durch Andeutungen über Vermutliches, Wahrscheinliches, Potentielles in 84,6% der erfaßten Fünfminuten-Einheiten journalistisch forciert. Analog dazu nahm die

² Zum Verlaufsschema des Golfkriegs auf der Ebene der äußeren Ereignisse vergleiche die Übersicht bei Bögeholz (1991).

Berichterstattung über aktuelle, gegenwärtige oder gerade abgeschlossene Ereignisse von der Auftakt- bis zur Mittelphase drastisch ab. Die Anzahl der Live-Beiträge zu laufenden Kriegsaktionen sank - zensurbedingt - sogar auf Null. Während des Finales stieg der Umfang der ereignisbezogenen Berichte gemäß der Zunahme militärischer Handlungen wieder an. Dies betraf freilich nur die nachträgliche Berichterstattung, nicht jedoch den gegenwartsbezogenen Report, der aufgrund der Informationsreglementierung in der Endphase des Kriegs nicht mehr möglich war. Die Quote der konjunktivischen Berichterstattung sank während des Landkriegs um 17 Prozentpunkte, blieb jedoch rund 10 Prozent über dem Niveau des Kriegsbeginns. Zur Antizipation in bezug auf den weiteren Verlauf des Kriegsdramas trat die Unsicherheit: *Was hat sich im Verborgenen zugetragen? Ist die Armee von Saddam Hussein wirklich geschlagen, wurden ABC-Waffen eingesetzt?*

2.2 Selektionsaktivitäten der Fernsehjournalisten und Emotionalisierungsstrategien

Tabelle 2 und 3 schlüsseln die *Nachrichtenfaktoren* und das *emotionale Anregungspotential* der Kriegsberichte nach Zeitphasen auf. Die Codierer sollten in Anlehnung an das von Galtung und Ruge (1965) entwickelte und von Schulz (1976) modifizierte Klassifikationsschema jede Fünfminuten-Einheit danach beurteilen, welche Nachrichtenfaktoren die Berichtsgegenstände charakterisierten. Das emotionale Anregungspotential wurde nach einem neu konstruierten Kategorienschema verschlüsselt, das zwischen der Darstellung von Situationen/Handlungen mit einem starken Gefühlswert (Gefahr, Opferdarstellung, Erfolgshandlung) einerseits und direkter Gefühlsdarstellung an emotionalisierten Personen (Angst, Mitleid, Freude) andererseits unterschied. Darüber hinaus wurden formale Emotionalisierungstechniken (Personalisierung, Dramatisierung, Antizipation) berücksichtigt. Da Mehrfachnennungen zulässig waren, ergeben sich keine Summen von 100%. Die Werte in Tabelle 2 und 3 geben an, wie hoch der Anteil der Berichtsegmente mit dem jeweiligen Nachrichtenfaktor bzw. dem betreffenden emotionalen Anregungspotential gemessen an allen Berichtssegmenten in der Kriegsphase ausfiel.³

³ Das Kategorienschema von Galtung und Ruge bzw. von Schulz wurde für die vorliegende Inhaltsanalyse leicht verändert. Vergleiche dazu die Kategorien in Tabelle 2. Zur Erhöhung der Inter-coderreliabilität wurden zu jeder Kategorie Definitionen formuliert und eine Beispielliste zusammengestellt. Die Übereinstimmung zwischen mehreren Codierern an identischem Material lag bei den Nachrichtenfaktoren mit $R=0,71$ und beim emotionalen Anregungspotential mit $R=0,69$ im zufriedenstellenden Bereich. Zum Berechnungsmodus von R , vgl. Grimm (1989: 175).

Tabelle 2: Nachrichtenfaktoren der TV-Golfkriegsberichterstattung nach Kriegsphasen

Nachrichtenfaktor	Chi ²	N = 160 (Fünfminuten-Einheiten)			GESAMT
		Auftakt 17.1.-19.1.91	Mittelphase 1.2.-6.2.91	Finale 24.2.-28.2.91	
		%	%	%	%
Negativität	**	45,8	82,1	46,9	55,0
Positivität	n.s.	31,9	30,8	32,7	31,9
Kontinuität	n.s.	48,6	43,6	44,9	46,3
Politische Nähe	**	40,3	64,1	28,6	42,5
Kulturelle Nähe	*	02,8	17,9	10,2	08,8
Überraschung	n.s.	08,3	02,6	10,2	07,5
Komplexität	**	08,3	38,5	10,2	16,3
Intensität	**	09,7	20,5	38,8	21,3
Personalisierung	**	15,3	87,2	42,9	41,3
Ethnozentrismus	*	04,2	15,4	12,2	09,4

Basis (= 100%) sind für die Prozentangaben jeweils alle Fünfminuten-Einheiten der betreffenden Phase.
** = signifikanter Unterschied zwischen den Phasen, Chi² (p<.05); *** = hochsignifikantes Chi² (p<.01)

Tabelle 3: Emotionales Anregungspotential der TV-Golfkriegsberichterstattung nach Kriegsphasen

emotionaler Faktor	Chi ²	N = 160 (Fünfminuten-Einheiten)			GESAMT
		Auftakt 17.1.-19.1.91	Mittelphase 1.2.-6.2.91	Finale 24.2.-28.2.91	
		%	%	%	%
<i>Szenarien:</i>					
Gefahr	n.s.	34,7	30,8	22,9	30,2
Opfer	**	12,5	23,1	37,5	22,6
Erfolg	**	31,9	25,6	56,3	37,7
<i>Gefühle:</i>					
Angst	n.s.	09,7	15,4	18,8	13,8
Mitleid	**	02,8	17,9	25,0	13,2
Freude	n.s.	12,5	10,3	25,0	15,7
<i>Formale Gestaltung:</i>					
Personalisierung	**	15,3	43,6	35,4	28,3
Dramatisierung	*	06,9	15,4	27,1	15,1
Antizipation/Suspense	**	13,9	35,9	10,4	18,2

Basis (= 100%) sind für die Prozentangaben jeweils alle Fünfminuten-Einheiten der betreffenden Phase.
** = signifikanter Unterschied zwischen den Phasen, Chi² (p<.05); *** = hochsignifikantes Chi² (p<.01)

Nachrichtenfaktoren entfalteten vor allem nach dem Auftakt der Luftangriffe und vor Beginn des Landkriegs ihr Gewicht als journalistisches Selektionskriterium. So erreichten die Nachrichtenfaktoren *Negativität, politische Nähe, Komplexität* und *Personalisierung in der Mittelphase die höchsten Prozentwerte*. In der übrigen Zeit wurde die Berichterstattung stärker von der reinen Ereignishaftigkeit bestimmt, die eine selektive und (re-)konstruktive Bearbeitung des Informationsmaterials weitgehend erübrigte. Die prominente Stellung des Nachrichtenfaktors *Personalisierung* ist auf intensive analytische und didaktische Vermittlungsbemühungen der Journalisten zurückzuführen, die bei fehlenden "neuen" Fakten auf dem Gefechtsfeld in den Vordergrund der Berichterstattung rückten. *Negativität* war deshalb in der mittleren Kriegsperiode ein relevanter Nachrichtenfaktor, weil sich in der ereignisarmen Zeit die Lagebeurteilung zunehmend verschlechterte. Die Quote der *positiven Lagebeurteilungen* fiel gegenüber der Auftaktphase von 50,8% in der Mittelphase auf 20,0% der Fünfminuten-Einheiten. *Ambivalente Lagebeurteilung* stiegen in derselben Zeit von 9,2% auf 45,7%. Lediglich die dezidiert negativen Bewertungen der momentanen Kriegssituation verharrten in der Auftakt- und Mittelphase gleichermaßen hoch bei 38,5% bzw. 34,3%.

Abweichend vom Schwerpunkt der genannten Nachrichtenfaktoren in der Mittelphase belegt der Nachrichtenfaktor *Intensität* die relativ meisten Fünfminuten-Einheiten gegen Ende des Kriegs. Eine mögliche Erklärung für den Befund sehe ich darin, daß die Journalisten nach der langen "Durststrecke" der Mittelphase ein besonders starkes Verlangen nach intensiven Ereignissen entwickelten, die sie bei der Nachrichtenauswahl während des Landkriegs bevorzugt berücksichtigten. Darüber hinaus hatte die Kritik an der Zensur von Opferbildern bei vielen Journalisten die Bereitschaft gesteigert, Kriegsgreuel zu zeigen, so daß sie die sich bietenden Gelegenheiten zum Finale hin, so gut es eben ging, ausschöpften. Für eine *verstärkte Berücksichtigung von Greuelbildern in der Schlußphase* spricht auch, daß hier das emotionale Anregungspotential von Opferdarstellungen und formalen Dramatisierungstechniken am stärksten ausgeprägt war (vgl. Tabelle 3). Allerdings steht die TV-Berichterstattung über den Landkrieg primär unter dem *Vorzeichen des erfolgreichen Ausganges*, der mit 56% der Fünfminuten-Einheiten das emotionale Anregungspotential dominiert. In diesem Gefühlskontext waren die schlimmen Bilder sicherlich besser zu ertragen, als in der Zeit, als noch ambivalente und negative Lagebeurteilungen vorherrschten (siehe oben).

Die *Mittelphase* wird nicht nur durch selektionsintensive Nachrichtenauswahl und gezieltes Informationsmanagement bestimmt, sondern ebenso durch eine verstärkte *emotionale Aufbereitung* des Bildmaterials. Die Kriegsberichte sind in dieser Zeit durch *hochgradige Personalisierung und antizipatorische Spannungstechniken* gekennzeichnet. *Personalisierung als Emotionstechnik* geht über *Personalisierung als Nachrichtenfaktor* hinaus, die durch das Paradigmatische des Einzelfalls im Hinblick auf die Informationsabsicht definiert ist. Im Unterschied dazu setzt die emotionalisierende Personalisierung einen Gefühlswert der Darstellung zwingend voraus, der den reinen Informationswert übersteigt. Auf-

grund der geringeren Extension der Emotionskategorie sind die Prozentwerte numerisch geringer als bei der Personalisierung im Sinne des Nachrichtenfaktors. Die hohen Anteile von 44% emotionshaltiger Personalisierung bzw. von 36% spannungssteigernder Suspense-Techniken in den untersuchten Fünfminuten-Einheiten der ereignisärmeren Golfkriegsperiode sind ein weiterer Hinweis darauf, daß der Mangel an "echten" Berichtsgegenständen in Anbetracht der schier "unendlichen" Berichtszeit durch intensive journalistische und emotionalisierende Aufbereitung kompensiert werden sollte.

Meine erste These lautet:

Der dramaturgische Aufbau der TV-Golfkriegsberichterstattung erinnert an das Drehbuch eines Actionthrillers, der am Anfang und Ende die handlungsreichen Passagen konzentriert und in der Zwischenzeit das Involvement der Fernsehzuschauer durch kognitive Rätselspiele (*was kommt als nächstes, was ist geschehen?*) und emotionalisierende Darstellungstechniken aufrechterhält. Durch die Strukturanalogie von *Fiction* und *Faction* auf der Ebene der medialen Präsentation wurden Gestaltungsprinzipien aus dem fiktionalen Unterhaltungsbereich auf die Berichterstattung zu realen Ereignissen übertragen - und damit Information und Unterhaltung tendenziell entgrenzt.

Zwar hat das Fernsehen den Golfkrieg nicht de-realisiert - wie Baudrillard (1991) behauptet -, aber dennoch ein dramaturgisches Schema des Spielfilms auf Informationssendungen erfolgreich angewendet (vgl. Löffelholz 1993). Der Erwartungsdruck, der am 2. August 1990 mit der Besetzung von Kuwait begann, wurde durch einen langgezogenen Spannungsbogen bis zum Beginn des alliierten Luftkriegs gesteigert und schließlich mit dem Waffenstillstand vom 28. Februar in einen "befriedigenden" Endzustand überführt. Der Verlauf der TV-Kriegsberichterstattung entsprach einer überdimensionierten Fernsehserie mit langer Ankündigungsphase, einem dramatischen Showdown und einem glücklichen Ausgang. Über diese makrostrukturelle Attraktionsstruktur hinaus bezog der Golfkrieg einen Teil seines "Reizes" daraus, daß er ein Krieg mit "Finten, Listen und Tarnung" (Virilio 1993: 73) war. Darin herrschte eine "Strategie des Geheimnisses" (ibid.) vor, die dem Katz-und-Maus-Spiel von Verbrecher und Polizei in Krimiserialen auch insofern ähnelte, als die beteiligten journalistischen Ermittler im Dickicht unterschlagener Fakten und gezielter Lüge die Wahrheit mit professionellem Eifer zu rekonstruieren suchten. Millionen von Fernsehzuschauern quittierten den ästhetischen Cross-over mit einer bis dato unbekanntem Steigerung des Informationsinteresses und einem Nonfiction-TV-Dauerkonsum.

3. Das Publikum während des Golfkriegs - Ergebnisse einer Befragung

Das Medienverhalten des deutschen Publikums wies während des Golfkriegs gegenüber "Normalzeiten" charakteristische Veränderungen auf, die auf dem Hintergrund sonstiger Mediengewohnheiten als zeitweise Anomalien interpretiert werden können. Was sagen Anomalien über den "normalen" Rezipienten aus? Zunächst, daß er sich schneller ändern kann als manche festgezurte Vorstellung über ihn. Meine Hoffnung ist, daß durch die Analyse des Abweichenden auch ein neues Licht auf das Gewöhnliche fällt.

3.1 Samplebeschreibung

Im Rahmen einer schriftlichen Befragung von 763 Probanden in den alten und neuen Bundesländern, die zwischen Juli und September 1991 durchgeführt wurde, habe ich das Medienverhalten während des Golfkriegs untersucht.⁴ Ziel der Erhebungen war es, neben der Deskription der Mediennutzung auch den sozio-emotionalen und motivationalen Hintergrund der vermuteten Veränderungen im Publikumsverhalten während der Golfkriegszeit aufzuklären. Daher wurden nicht nur Mediennutzungsvariablen abgefragt, sondern gleichfalls psychosoziale Konstrukte wie *Sensation Seeking*, *internale/externale Kontrollerwartung* und *Zeiterleben* ermittelt, die auf ihre Erklärungskraft im Hinblick auf die abhängige Mediennutzung geprüft werden sollten. Um tiefere Einblicke in die Verarbeitung der Medienberichte zu erhalten, habe ich überdies offene Fragen zur Erinnerung an die Details der TV-Golfkriegsberichte sowie zu den Eigenschaften einer "idealen" Form von Kriegsberichterstattung gestellt.⁵ Schließlich hatten die Probanden Motive danach zu bewerten, ob sie zu einem wiederholten Anschauen von Golfkriegsberichten Anlaß geben könnten. Mit Hilfe eines Katalogs offener und

4 Die Erhebungen zum Mediennutzungsverhalten während des Golfkriegs fanden im Sommer 1991 im Anschluß an ein Forschungsseminar an der Universität Mannheim statt, das ich zusammen mit Andreas Ihm durchführte. Ermöglicht wurde die Studie vom Lehrstuhl für Politische Wissenschaft und international vergleichende Sozialforschung, Prof. Dr. Max Kaase, der mich in der Zeit meiner Anstellung als wissenschaftlicher Mitarbeiter zugunsten der Golfkriegsstudie von anderen Aufgaben entband und einen großen Teil der Druckkosten in bezug auf die Fragebögen aus seinem Sachmittelleat bestritt. Unterstützt wurde die Untersuchung außerdem von Prof. Dr. Klaus Schönbach (Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik und Theater, Hannover), der mich methodisch bei der Fragebogenentwicklung beriet und auch einen Teil der Sachkosten freundlicherweise übernahm. Im Hinblick auf die Erhebung in den neuen Bundesländern wurde ich durch mehrere Kollegen unterstützt, zuvorderst durch Prof. Dr. Dieter Wiedemann (Potsdam). Bei der Datenverarbeitung und statistischen Aufbereitung waren Mitarbeiter des DFG-Projekts "Medien: Simulation und Wirklichkeit" beteiligt. Die Codierung der offenen Fragen besorgten Uwe Steiner und Frank Dziarsk, die Verschriftung der Erinnerungsprotokolle leistete Petra Schwarzweiler. An dieser Stelle möchte ich mich für die erhaltene Hilfe, nicht zuletzt auch für die uneigennützig Unterstützung durch zahlreiche Interviewer bedanken, ohne die die vorliegende Studie nicht hätte durchgeführt werden können.

5 Die schriftlichen Äußerungen zur Erinnerung an das Golfkriegsgeschehen wurden inhaltsanalytisch verschlüsselt und zu Erinnerungsparametern und anderen Kennwerten zusammengefaßt. Auf die Ergebnisse dieses Teils der Untersuchung kann im vorliegenden Bericht allerdings nur am Rande eingegangen werden.

geschlossener Fragen sollte die Dynamik des Kommunikationsverhaltens von der Zuwendungsattraktivität, über die Verarbeitungsweise bis hin zur Wirkung so komplex wie möglich erfaßt werden. Aus forschungsökonomischen Zwängen heraus mußte ich mich dabei auf eine Querschnittsuntersuchung mit retrospektiver Ausrichtung beschränken.

Tabelle 4 gibt Auskunft über die wichtigsten demographischen Merkmale des Untersuchungssamples in Ost und West.

Tabelle 4: Soziodemographische Merkmale nach alten und neuen Bundesländern (Chi²)

N = 763, N _{alt.} = 550, N _{neu.} = 197, MD = 16	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer	Unterschied Sign.
CHI ²	%	%	
<i>Geschlecht:</i>			
männlich	50,5	45,2	n.s.
weiblich	49,5	54,8	n.s.
<i>Alter:</i>			
14-29 Jahre	44,3	41,8	n.s.
30-49 Jahre	37,2	34,2	n.s.
50 und älter	18,4	24,0	n.s.
<i>Bildung:</i>			
Hauptschule	15,0	19,9	n.s.
Realschule	20,4	18,1	n.s.
Abitur	57,3	54,4	n.s.
<i>Religion:</i>			
katholisch	30,8	05,3	***
evangelisch	47,4	18,5	***
konfessionslos	20,5	75,1	***
Sonstige	01,3	01,1	n.s.
n.s. = nicht signifikant, kein Gruppenunterschied nach Chi ²			
** = p<,05: signifikanter Gruppenunterschied			
*** = p<,01: hochsignifikanter Gruppenunterschied			

Auch wenn die regional geschichtete Zufallsstichprobe keinen Repräsentativitätsanspruch erheben kann⁶, so sind die demographischen Merkmale in den neuen und alten Bundesländern mit Ausnahme der Religionszugehörigkeit, die auch in der Grundgesamtheit deutlich differiert, hinreichend gleich verteilt, so daß Unter-

6 Um einen Repräsentativitätsanspruch erheben zu können, hätten schon die Fallzahlen erheblich größer gewählt werden müssen, was aus forschungsökonomischen Gründen jedoch nicht realisierbar war.

schiede des Medienverhaltens in Ost und West nicht auf verzerrende soziodemographische Einflüsse zurückgeführt werden müssen. Vom Repräsentativitätsanspruch unberührt bleiben außerdem solche Fragestellungen, die auf die intrapersonale Korrelation von Persönlichkeitsmerkmalen und Mediennutzung ausgerichtet sind.

3.2 Schnellstes Medium

Wenn die Golfkriegs-Ereignisse selbst schon so lange auf sich warten ließen, mußte die Zeit zwischen Ereignis und Information möglichst kurz gehalten werden. Von den tagesaktuellen Medien schien zunächst das Fernsehen am besten geeignet, mit Hilfe realitätsverbürgender Bilder die Kluft zwischen Erwartung und Ereignis glaubhaft zu überbrücken. Im Wettbewerb um das schnellste Medium allerdings hatte das Radio die Nase vorn.

Tabelle 5: Luftkriegsbeginn: Erstes Medium

N = 763		gewertete	
	Häufigkeit	Prozent	Prozent
<i>Vom Golfkrieg zuerst erfahren durch ...</i>			
Fernsehen	262	34,3	36,2
Radio	417	54,7	57,7
Zeitung	011	01,4	01,5
Gespräch	033	04,3	04,6
Nicht codierbar	040	05,2	Missing
GESAMT	763	100,0	100,0

58% der Befragungspersonen gaben an, zuerst durch das Radio vom Beginn des Luftkriegs erfahren zu haben. Etwa ein Drittel nannte das Fernsehen als erste Informationsquelle. Vom Hörensagen erfuhren es knapp 5%; die Tageszeitung rangiert abgeschlagen bei 1,5% (siehe Tabelle 5).

Das herausragende Medienereignis des 17. Januars 1991 veränderte den Tagesablauf vieler Mediennutzer in mehr oder weniger drastischer Weise. Nur eine Minderheit von 21% der Altbundesbürger und 32% der Neubundesbürger gaben an, daß ihr Alltagsleben durch den Golfkrieg überhaupt nicht beeinflusst wurde. Von starken bis sehr starken Veränderungen berichteten im Westen 53,6% und im Osten 40%. Zu den "Golfkriegsjunkies", die ihren Tagesablauf völlig auf die Kriegsberichterstattung ausrichteten, gehörten im Westen 7,2% und im Osten immerhin noch 5,4%.

3.3 Nutzungsintensitäten der Medien im Vergleich

Während des Golfkriegs ist zunächst eine deutliche *Intensivierung der Nutzung aller tagesaktuellen Medien und Wochenperiodika* zu verzeichnen. Die Steigerungsrate beträgt nach der retrospektiven Selbsteinschätzung unserer Befragungspersonen für die Medien Fernsehen, Radio, Tageszeitung, Zeitschrift/Illustrierte und Buch *insgesamt 24%*. D.h. der Umfang des Medienkonsums, ausgedrückt in geschätzten Wochenminuten, wurde in der Rückerinnerung um knapp ein Viertel höher veranschlagt, als dies im allgemeinen der Fall ist, wenn gerade keine krisenhaften Weltereignisse die Aufmerksamkeit des Publikums absorbieren. Bei der Interpretation der genannten Zahl sowie der nachfolgenden Angaben ist zu berücksichtigen, daß die retrospektive Selbsteinschätzung *subjektive Nutzungsintensitäten* erfaßt, die mit der von der GfK elektronisch gemessenen Einschalt- bzw. Sehdauer beim Fernsehen nicht direkt vergleichbar sind. Die Schätzmethode verringert sicherlich die Zuverlässigkeit der Antworten im Hinblick auf objektive Zeitmaße. Allerdings wird dadurch die Erhebungsreliabilität im Hinblick auf die Zielvariable nicht beeinträchtigt. Nutzungsintensität läßt sich in bloßen Stunden und Minuten ohnehin nicht angemessen ausdrücken. Neben der Dauer ist der Grad der Aufmerksamkeit von entscheidender Bedeutung. Eine überschätzte Steigerung des objektiven Zeitmaßes kann also durchaus zutreffend auf eine entsprechende Intensivierung der Mediennutzung während des Golfkriegs hinweisen, wenn diese mit hohen Aufmerksamkeitswerten verbunden ist.⁷

Tabelle 6 enthält die prozentualen Steigerungsraten der Nutzungsintensität nach Medien im Zeitraum zwischen dem Beginn des Luftkriegs am 17.1. und dem Waffenstillstand am 28.2.1991. Vergleichsmaßstab ist das Nutzungsniveau in "Normalzeiten" (= 100%). Der Prozentwert in der zweiten Spalte gibt an, welchen Anteil das Thema Golfkrieg an der zeitgleichen Mediennutzung nach der Erinnerung der Befragungspersonen einnahm.

⁷ Ein weiteres methodisches Problem resultiert aus der Tatsache, daß die korrespondierenden Nutzungsvariablen ("Normalzeit" versus "Kriegszeit") aus forschungsökonomischen Gründen zum gleichen Zeitpunkt erhoben werden mußten. Die Antwort auf die Frage nach der Mediennutzung in der "Kriegszeit" dürfte daher nicht vollständig unabhängig von der Antwort auf die Frage nach der Mediennutzung in "Normalzeiten" sein. Aufgrund des Konsonanzstrebens der Befragungspersonen ist davon auszugehen, daß Nutzungsunterschiede eher unterschätzt als überschätzt werden. Dies stellt im vorliegenden Untersuchungsdesign eine tolerierbare Komplikation dar, weil es intentionsgemäß gerade um die Erklärung der Unterschiede geht, die durch die Schätzfehlerdrift nicht erleichtert, sondern erschwert wird. Die Störvarianz geht also primär zu Lasten der Prüfungshypothese und zugunsten der Nullhypothese.

Tabelle 6: Nutzungsintensität der Medien während des Golfkriegs (17.1.-28.2.1991) im Vergleich zu "Normalzeiten" und relativer Anteil der Kriegsberichterstattung am Medienkonsum: Gesamtprobe

N = 763	<i>Golfkriegszeit</i>	<i>Golfkriegszeit</i>
	Niveau der Nutzungsintensität	Anteil der Kriegsberichte am Medienkonsum
	%	%
TV	137,7	54,1
Radio	109,0	40,6
Tageszeitung	137,1	51,3
Zeitschrift/Illustrierte	145,8	57,0
Buch	109,9	00,0
GESAMT	123,8	42,1
"Normalzeiten" = 100% Medienkonsum, Golfkrieg = 100%		

Die Golfkriegs-Informationen machen 42% des gesamten Medienkonsums aus. Damit zeigt sich eindrucksvoll, welche große subjektive Bedeutung dem Golfkrieg zugemessen wurde. Die Konsequenz waren massive Veränderungen des Medienverhaltens in quantitativer und qualitativer Hinsicht.

3.3.1 Renaissance des gedruckten Wortes

Der höchste Anstieg der Nutzungsintensität ist bei den *Zeitschriften* und *Illustrierten* zu verzeichnen. Den zweiten Platz belegt das Fernsehen, dicht gefolgt von der Tageszeitung. Die Steigerungsraten der Printmedien überraschen deshalb, weil Metaphern zum Golfkrieg immer wieder die visuelle Komponente der Berichterstattung betonten, sei es zur Kennzeichnung visueller Exzesse (Stichwort: "Videokrieg"), sei es als Lamento des Bildermangels aufgrund militärischer Zensur. Der Bildfixierung der Medienkritik entspricht keine analoge Bildfixierung des Publikums. Größere Teile der Fernsehzuschauer nahmen während des Golfkriegs Zuflucht zum gedruckten Wort. Dies zeigt sich zum Beispiel daran, daß die Auflagen der überregionalen Zeitungen im Einzelverkauf von Januar bis März im Vergleich zum ersten Quartal 1990 in fast allen Fällen anstieg - am meisten bei der *Bildzeitung* und der *Frankfurter Rundschau*, etwas weniger bei der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* und der *Süddeutschen Zeitung*. Die Ausnahme ist *Die Welt*, die während des Golfkriegs trendwidrig Auflagenverluste hinnehmen mußte.

Tabelle 7: Auflagensteigerung überregionaler Tageszeitungen während des Golfkriegs

Tageszeitungen	Auflagensteigerung %
<i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>	+05,4
<i>Die Welt</i>	-06,4
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	+02,0
<i>Frankfurter Rundschau</i>	+15,3
<i>Bild</i>	+13,3
<i>Quelle: IVW-Auflagenstatistik, zit. nach Imhof 1993</i>	

Woher kam die plötzliche Lesewut? Bot das Fernsehen nicht die umfassendere und authentischere Information? Es gibt Hinweise darauf, daß das traditionell glaubwürdigste Medium während des Golfkriegs - zeitweise - einem audiovisuellen Overkill zum Opfer fiel. Denn die Flut der "cleaned movies" beeinträchtigte die Glaubwürdigkeit, die Fernsehbilder gewöhnlich beanspruchen können. Dadurch wurde die Suche nach "wahren" Fernsehbildern immer aufs neue angetrieben und immer aufs neue enttäuscht. So erklären sich die hohen Zuwachsraten der TV-Nutzungsintensität, die vor allem den Nachrichtensendungen und Kriegssondersendungen zu Gute kamen.

3.3.2 Visueller Overkill?

Gegenüber dem 1. Quartal 1990 schnellten die Zuschauerzahlen der Hauptnachrichtensendungen zwischen dem 17.1. und dem 28.2.1991 in die Höhe.

Tabelle 8: Prozentuale Steigerung der Zuschauerzahlen von TV-Nachrichtensendungen während des Golfkriegs (17.1.-28.2.1991) im Vergleich zum 1. Quartal 1990

TV-Nachrichtensendungen	Steigerung der Zuschauerzahlen %
<i>heute</i>	+22%
<i>Tagesschau</i>	+17%
<i>heute-journal</i>	+18%
<i>Tagesthemen</i>	+32%
<i>RTL Aktuell</i>	+37%
<i>SAT.1 Nachrichten</i>	+20%
<i>Quelle: GfK-Fernsehforschung, zit. nach Imhof 1993</i>	

Ausgehend von einem geringen Grundniveau verzeichnete *RTL Aktuell* den größten Zuwachs. Dies spricht dafür, daß die Golfkriegsberichterstattung auch Zuschauer ansprach, die ansonsten nicht zum klassischen Nachrichten-Publikum gehören. Mit dem Informationsaufgebot der öffentlich-rechtlichen Sender konnten die privaten Programmveranstalter allerdings kaum mithalten. ARD und ZDF starteten eine Informationsoffensive von bis dahin unbekannter Dimension, durch die:

- Einrichtung eines Frühstücksfernsehens, durch ein
 - Nachtfilm-Programm zum Wachbleiben bis zur nächsten Informationsrunde und
 - insgesamt 34 Programmstunden Sondersendungen zum Golfkriegsgeschehen.
- Die Reichweite von *ARD-Brennpunkt* lag während des Golfkriegs bei 7,71 Millionen Zuschauern, die *ZDF-Spezial*-Sendungen hatten ein Zuschaueraufkommen von 6,84 Millionen. Zieht man die Vergleichszahlen von 1990 heran (für *ARD-Brennpunkt* im Durchschnitt 3,92 Millionen), so betrug die Steigerung fast 100% (Darschin und Frank 1991).

Mit der Ausdehnung der TV-Programmstunden zu einer voluminösen Kriegsberichterstattung rund um die Uhr und der noch stärkeren Ausweitung der informationsorientierten TV-Sehdauer vergrößerte sich zugleich die *Kluft zwischen visueller Quantität und mangelnder Aussagekraft*. Das aufbrechende Glaubwürdigkeitsdefizit der Fernsehbilder zeigt sich in den Erinnerungsprotokollen der Probanden an Gleichsetzungen mit fiktionalen Genres und der massiven Kritik an der militärischen Zensur. *"'Feuerwerk' über Bagdad, Abwerfen von Bomben wie in einem Videospiel"* ist die Haupterinnerung einer 27-jährigen Frau aus Westdeutschland. Ein 28-jähriger Mann nennt *"... Luftangriffe mit den Videospielen im Cockpit und die ständigen Zensurhinweise"*. Er würde als Kriegsberichtersteller mehr *"abschreckende Berichte zeigen, um zu verdeutlichen, daß es kein Spielfilm ist"*. Ähnlich äußerte sich ein 23-jähriger Mann aus Potsdam, der in seinem Erinnerungsprotokoll *"'Video-Spiele' der alliierten Zensur-Berichterstattung"* reproduziert. Einem 24-jährigen blieben die *"seltsam technischen Bilder von ferngesteuerten Raketen"* im Gedächtnis. Indirekte Kritik an der Fernsehberichterstattung übt eine Frau aus Hannover, indem sie betont, daß sie selbst als Kriegsberichterstellerin *"vor allen Dingen die Menschen darüber aufklären [würde], was wirklich passiert, und nicht die Sachlage vertuschen"*. Ein anderer Proband resümiert resigniert: *"Die Zensur hat die Berichte alle stark beeinflusst; jeder hat fast das Gleiche gezeigt."*

In einer Situation der inflationären Entwertung von Bildern, die statt zu beglaubigen sich noch selbst denunzierten, rückten Wort und Wahrheit einander näher. Normalerweise bedürfen Worte im Zeitalter der elektronischen Massenkommunikation der vermittelnden Stützung durch mediatisierte sinnliche Eindrücke. Wenn man den eigenen Augen jedoch nicht mehr glauben darf, wird die unmittelbare Sinnstiftung durch die 26 Buchstaben des Alphabets (Hörisch 1992)

wieder attraktiv. Die nach Klaus Schönbach ohnehin unterschätzten Medien der Gutenberg-Galaxis waren die eigentlichen Gewinner des als solchen apostrophierten "Medienkriegs".

3.3.3 Moderate Hörfunknutzung

Warum das gedruckte Wort in weit stärkerem Maße als das gesprochene Wort von der Bilderkrise profitierte, ist auf den ersten Blick nicht einsichtig. In der Tat, die Intensivierung der *Radionutzung* blieb während des Golfkriegs vergleichsweise gering. Dieses Ergebnis deckt sich mit den von Renate Ehlers (1991) referierten Befunden, wonach golfkriegsbedingt die Hördauer und Hörhäufigkeit regional unterschiedlich, aber insgesamt nur leicht angestiegen sind. In Hessen lag die subjektiv eingeschätzte Hördauer im Februar 1991 laut Telefonumfrage um 15 Minuten über den Werten des Vergleichsmonats 1990. Der hessische Befund ließ sich allerdings nicht für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz verifizieren. Die Ehlerschen 15 Minuten pro Tag entsprechen ziemlich genau der von uns retrospektiv festgestellten Intensivierungsrate der Hörfunknutzung.

Über die Gründe für den eher moderaten Anstieg läßt sich vorläufig nur spekulieren:

1. Die Reichweiten des Hörfunks und die Hördauer haben schon in "Normalzeiten" ein so großes Ausmaß erreicht, daß in "Krisenzeiten" keine weitere quantitative Steigerung erfolgen kann. Die verstärkte Informationsorientierung des Publikums während des Golfkriegs hat sich deshalb in einer qualitativen Verschiebung der Nutzungsinhalte ausgedrückt, die den informationsbetonten Kanälen zugute gekommen sein dürfte.⁸
2. Der Hörfunk wurde wie das Fernsehen vom Virus eines Live-Fetischismus befallen, der den Mangel an informativem Gehalt nur noch stärker empfinden ließ.
3. Radio ist in erster Linie Nebenbeimedia, das einem impulsiven stimmungsgeliteten Rezeptionsstil entgegenkommt. Eine gezielte Informationssuche im Hinblick auf eine längerfristige Ereigniskette wird vor allem in musikdominierten Mischprogrammen erschwert.
4. Gedruckte Informationen erwecken schon aufgrund ihrer Materialität den Eindruck von Beständigkeit, die zur wiederholten Rezeption verführt und daher eine zum Fernsehen alternative Glaubwürdigkeit induziert. Radioworte sind hingegen flüchtig und für ungeübte Ohren schwer verständlich. Das Radio konnte von den Glaubwürdigkeitsverlusten des Fernsehens schon deshalb weniger als die Printmedien profitieren, weil es im Vergleich zum Fern-

⁸ Dies läßt sich an Daten für Österreich sehr klar belegen. Nach Angaben von OPTIMA 1990 bzw. 1991 stieg die Nutzung von informationsorientierten Hörfunkprogrammen während des Golfkriegs deutlich an, während dies für unterhaltungsbetonte Musikprogramme nicht nachweisbar ist.

sehen keine zusätzlichen Glaubwürdigkeitsmerkmale besitzt. Radio ist Fernsehen ohne Bilder.

Die angeführten Beschränkungen sind keine ein für allemal feststehenden Grenzen der Informationsvermittlung durch Radio, aber doch im Medium angelegte Verwendungstendenzen, die es zu berücksichtigen gilt, wenn die kommunikative Leistungsfähigkeit voll ausgeschöpft werden soll.

3.4 Unterschiede zwischen Ost und West

In Abwandlung eines Wortes von Baudrillard könnte man sagen: Der Golfkrieg hat im Osten Deutschlands weniger stattgefunden, dafür im Westbewußtsein umso mehr. Dieser Unterschied der Golfkriegsrezeption korreliert - wie noch zu zeigen sein wird - mit psychosozialen und emotionalen Bedingungen. Die betreffenden Variablen sind in Tabelle 9 (folgende Seite) getrennt für neue und alte Bundesländer aufgeführt.

Die Unterschiede zwischen Ost und West sind bei den psychosozialen Merkmalen *Kontrollerwartung*, *Zeiterleben*, *Erlebnissuche* und *Lebensziel* eklatant. Sie stehen einerseits mit unterschiedlichen kulturellen Traditionen im Zusammenhang und andererseits mit den Problemen des Vereinigungsprozesses, die in den beiden Teilen Deutschlands verschieden wahrgenommen werden. Während die Erwartung, sein Leben im persönlichen Alltag selbst bestimmen zu können, im Erhebungszeitraum 1991 etwa gleich ausgeprägt war (vgl. die Variable *internale Kontrollerwartung: Alltag* in Tabelle 9), fühlten sich die Probanden aus den neuen Bundesländern politisch signifikant stärker fremdbestimmt als dies bei den befragten Altbundesbürgern der Fall gewesen ist (*internale Kontrollerwartung: Politik*). Die Veränderungsgeschwindigkeit wurde in ganz Deutschland gleichermaßen hoch eingestuft, die Bewertung fiel jedoch regional unterschiedlich aus. Die Befragten in den alten wünschten sich im Vergleich zu denjenigen aus den neuen Bundesländern eine signifikant geringere Veränderungsgeschwindigkeit. Ein Abbremsbedürfnis war 1991 im Westen stärker verbreitet als im östlichen Teil. Vermutlich hofften die Neubundesbürger im Strudel der Veränderungen auf eine Verbesserung ihrer persönlichen Lebenssituation, so daß die Angst vor einer unbekanntem Zukunft wenigstens teilweise relativiert erschien. Erlebnissuchetendenzen (*Thrill/Risiko*, *Erfahrungserweiterung*, *Enthemmung*, *Neigung zur Langeweile/Ungeduld*) sowie hedonistische Lebensziele (*Hedonismus vs. Aufgabenerfüllung*) sind in den alten Bundesländern viel stärker entwickelt. Möglicherweise behindern die noch bestehenden ökonomischen Nachteile der Neubundesbürger eine Entwicklung zur ungebremsten Lebensfreude. Ebenso plausibel ist die Annahme, daß im östlichen Landesteil eine Wertetradition der Pflichterfüllung fortbesteht, die bei den eher genußorientierten Westbürgern seit Jahrzehnten auf dem Rückmarsch ist.

Tabelle 9: Psychosoziale Merkmale nach alten und neuen Bundesländern

N = 763, N _{alt} = 550, N _{neu} = 197, MD = 16		Alte Bundes- länder	Neue Bundes- länder	
Mittel; T-Test		Mittel	Mittel	Sign.
Kontrollerwartung				
IEKP	<i>Internale Kontrollerwartung im politischen Bereich</i>	1,8	1,5	***
IEKZ	<i>Internale Kontrollerwartung im alltäglichen Lebensbereich</i>	2,5	2,6	n.s.
Zeiterleben				
ZEIERF	<i>Erfahrene Veränderungs- geschwindigkeit</i>	5,8	5,9	n.s.
ZEIWUN	<i>Gewünschte Veränderungs- geschwindigkeit</i>	4,0	4,5	***
ZEITDIFF	<i>Beschleunigung vs. Verlangsamung</i>	-1,8	-1,4	***
Erlebnissuche				
SST	<i>Thrill/Risiko</i>	1,1	0,9	**
SSE	<i>Erfahrungserweiterung</i>	0,8	0,7	n.s.
SSD	<i>Enthemmung</i>	0,6	0,4	***
SSB	<i>Neigung zur Langeweile</i>	0,9	0,9	n.s.
Lebensziel				
LEBEN	<i>Hedonismus vs. Aufgabenerfüllung</i>	3,8	3,1	***
IEKP, internale Kontrollerwartung: Alltag jeweils 4 Itempaare; Methode: forced choice; Testwert: Summe der zutreffenden Antwortalternativen.				
ZEIERF, ZEIWU: Skala: 1stillestehend-rasend schnell7; ZEITDIFF = ZEIWUN - ZEIERF.				
SST, SSE, SSD, Neigung zur Ungeduld: jeweils 2 Itempaare; Methode: forced choice; Testwert: Summe der zutreffenden.				
LEBEN; Skala: 1Leben als Aufgabe-Leben genießen7.				
n.s. = nicht signifikant, kein Mittelwertsunterschied nach T-Test für unabhängige Stichproben				
* = p<,10 (zweiseitige Fragestellung: Mittelwertsunterschied, Trenaussage)				
** = p<,05 (zweiseitige Fragestellung signifikanter Mittelwertsunterschied)				
*** = p<,01 (zweiseitige Fragestellung: hochsignifikanter Mittelwertsunterschied).				

Tabelle 10 enthält Angaben zu Nutzungsintensitäten der Medien und Gesprächsaktivitäten in den neuen und alten Bundesländern, wie sie außerhalb von Krisenzeiten nachweisbar sind. Die Angaben gelten als Nullmessung gegenüber Veränderungen des Kommunikationsverhaltens in bezug auf die Golfkriegszeit.

Vorsorglich weise ich nochmals darauf hin, daß die erhobene Nutzungsintensität mit den Einschaltquoten der GfK nicht verglichen werden kann (siehe oben).

Tabelle 10: Intensität des Medienkonsums und der Primärkommunikation nach neuen und alten Bundesländern (Retrospektive Selbsteinschätzung der Zuwendungszeit in "Normalzeiten")

N = 763		Alte Bundesländer	Neue Bundesländer	
Wochenminuten: T-Test		Nutzungsintensität	Nutzungsintensität	Sign.
Medienkonsum				
TVZ	<i>Fernsehen</i>	628	762	n.s.
RADZ	<i>Radio</i>	667	882	**
TAGZ	<i>Tageszeitung</i>	223	254	n.s.
ZEIZ	<i>Zeitschrift/ Illustrierte</i>	144	136	n.s.
BUZ	<i>Buch</i>	356	302	**
MEDIEN, GESAMT		<i>2018</i>	<i>2336</i>	***
Primärkommunikation				
GESPER	<i>Gespräche über persönliche Themen</i>	346	367	n.s.
GESALL	<i>Gespräche über allgemeine Themen</i>	350	388	n.s.
GESPRÄCHE, GESAMT		<i>696</i>	<i>755</i>	n.s.

n.s. = nicht sign., kein Mittelwertsunterschied nach T-Test für unabhängige Stichproben
 ** = p<.05 (zweiseitige Fragestellung: signifikanter Mittelwertsunterschied)
 *** = p<.01 (zweiseitige Fragestellung: hochsignifikanter Mittelwertsunterschied).

Die Nutzungsintensität der tagesaktuellen Medien und Wochenperiodika ist im Osten tendenziell höher als im Westen. Während die Unterschiede beim *Fernsehen* und bei der *Tageszeitung* das Signifikanzniveau von 5% Irrtumswahrscheinlichkeit verfehlen, ist der höhere Radiokonsum des Ostens gegen Zufallseinflüsse statistisch gesichert. Das *Buch* ist das einzige Medium, bei dem die Nutzungsintensität des Westens höher ausfällt. Dieser Befund überrascht deshalb, weil kulturvergleichende Studien zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR bis in die 80er Jahre hinein zum Ergebnis gelangten, daß im Osten mehr und länger gelesen wird als im Westen. Offensichtlich hat die "Wende" bei den Neubundesbürgern eine Umorientierung der Mediennutzung bewirkt, die zu Lasten des "klassischen Bildungsmediums" Buch gegangen ist. Die Dauer von

Gesprächen über Themen persönlicher bzw. allgemeiner Bedeutung waren nach Angaben der Befragungspersonen im Osten und Westen etwa gleich. An der Primärkommunikation kann es also nicht gelegen haben, wenn die Auswirkungen des Golfkriegs auf Mediennutzung und Gesprächsaktivitäten regional sehr unterschiedlich ausfielen.

Aus Tabelle 11 geht hervor, daß der *Golfkrieg in den alten Bundesländern einen größeren Stellenwert einnahm als im östlichen Landesteil*. Dies ist durch regional unterschiedliche Steigerungsraten bei der Nutzungsintensität elektronischer Medien und Druckmedien belegt.

Tabelle 11: Nutzungsintensität der Medien während des Golfkriegs (17.1.-28.2.1991) im Vergleich zu "Normalzeiten" und relativer Anteil der Kriegsberichterstattung am Medienkonsum: Alte und neue Bundesländer

N = 763	Golfkriegszeit		Golfkriegszeit	
	Niveau der Nutzungsintensität		Anteil der Kriegsberichte am Medienkonsum	
	ABU%	NBU%	ABU%	NBU%
TV	147,5	115,4	56,4	47,0
Radio	115,6	095,6	43,2	34,2
Tageszeitung	143,1	125,2	53,3	44,7
Zeitschrift/Illustrierte	142,4	155,9	60,0	47,6
Buch	109,6	108,9	0,00	0,00
GESAMT	<i>129,4</i>	<i>110,5</i>	<i>44,0</i>	<i>36,6</i>

ABU alte Bundesländer "Normalzeiten" = 100% Medienkonsum.
 NBU neue Bundesländer Golfkrieg = 100%

Die Nutzungsintensität über alle Medien hinweg wurde in den alten Bundesländern um fast 30% gesteigert, die Steigerungsrate in den neuen Bundesländern betrug 10%. Während der relative Anteil der Golfkriegsberichterstattung am Medienkonsum im Westen erstaunliche 44% erreicht, sind es im Osten 37%. Die Grundtendenz einer ausgeweiteten Mediennutzung ist also *der Richtung nach gleich, das Ausmaß der Veränderungen ist jedoch verschieden*. Dies kann angesichts der wirtschaftlichen Lage und der Schwierigkeiten des deutschen Vereinigungsprozesses nicht verwundern. Die neuen Bundesbürger waren und sind in größerem Maße als Westbürger gezwungen, sich um die Belange des täglichen Lebens zu kümmern. Weltpolitische Tragödien erscheinen in Zeiten privater Not - nach einer Art ausgleichender Katastrophenökonomie - weniger gewaltig, weniger bedeutsam zu sein.

An den Erinnerungsprotokollen läßt sich ablesen, daß die Reproduktion des Golfkriegsgeschehens von Befragungspersonen aus den alten Bundesländern deutlich "kohärenter" und "komplexer", aber weniger "abstrakt" ausfiel als von solchen aus den neuen Bundesländern. Ich betrachte dies als weiteren Hinweis auf die unterschiedliche rezeptive Distanz zum Golfkriegsgeschehen.⁹

Interessant sind einige graduelle Unterschiede zwischen Ost und West im Hinblick auf einzelne Medien. Während die TV-Mehrnutzung bei den Altbundesbürgern im Vordergrund steht, rangiert das Fernsehen in den neuen Bundesländern auf dem dritten Platz. Der Hörfunk wurde in den alten Bundesländern um 15% intensiver genutzt, in den neuen Bundesländern mußte der Hörfunk leichte Verluste hinnehmen. Die Dominanz der Printmedien während des Golfkriegs war im östlichen Landesteil besonders ausgeprägt. Die gestiegene Informationsorientierung des Publikums im Westen verschaffte den tagesaktuellen Medien relativ gleichmäßige Zugewinne, eine Ausnahme bildete lediglich das Radio. Im östlichen Teil kam es demgegenüber zu einer *stärker selektiven Mediennutzung*: Eindeutiger Favorit waren die Printmedien, und das Radio stand hier als Verlierer da.

3.5 Stimulierung der Primärkommunikation

Trotzdem das gesprochene Wort im Radio hinter seinen Möglichkeiten zurückblieb, haben die Rezipienten untereinander ausgiebig gesprochen, zugehört und diskutiert. Die Golfkriegsberichterstattung der Medien hat die Gesprächszeiten drastisch verlängert und die Gesprächsinhalte im Sinne von "agenda setting" beeinflusst, das heißt die Medien bestimmten, worüber geredet wurde. Die Gesprächsintensität in bezug auf Themen von allgemeiner Bedeutung liegt für das Gesamtsample 104% über dem Normalniveau. Dem steht eine Abnahme der Gesprächsintensität für persönliche Themen um ca. 14% gegenüber. Die Menschen haben insgesamt während des Golfkriegs wesentlich längere Gespräche geführt als üblich (+46%). Das Thema Golfkrieg machte 43% der Gesprächszeit aus; etwa ebenso groß ist der Anteil der Golfkriegsberichterstattung am Medienkonsum (42%). Die intensivierete Mediennutzung ging also nicht zu Lasten der Primärkommunikation, im Gegenteil, die Medieninformationen waren ein wirksames Stimulans für Gesprächsaktivitäten.

In Tabelle 12 sind Veränderungen der Primärkommunikation getrennt nach alten und neuen Bundesländern aufgeführt.

Tabelle 12: Primärkommunikation während des Golfkriegs (17.1.-28.2.1991) im Vergleich zu "Normalzeiten" und relativer Anteil des Kriegsthemas an der Primärkommunikation: Alte und neue Bundesländer

N = 763 Primärkommunikation	Golfkriegszeit Niveau der Gesprächsaktivitäten		Golfkriegszeit Anteil des Kriegsthemas an Gesprächsaktivitäten	
	ABU%	NBU%	ABU%	NBU%
Gespräche über persönliche Themen	083,0	094,2	00,0	00,0
Gespräche über allgemeine Themen	212,6	181,4	64,1	49,9
GESAMT	148,1	139,1	46,3	33,4
ABU alte Bundesländer NBU neue Bundesländer	"Normalzeiten" = 100%		Medienkonsum, Golfkrieg = 100%	

Die Unterschiede der Primärkommunikation zwischen Ost und West bewegen sich auf derselben Linie wie die oben angeführten Befunde zur Mediennutzung. Im Westen nahm das Thema Golfkrieg 46% der Gesprächsaktivitäten ein, im Osten waren es 33%. Die Werte entsprechen den jeweiligen Anteilen der Golfkriegsberichterstattung am Medienkonsum (vgl. oben). Wiederum zeigen sich graduelle Unterschiede in bezug auf die Relevanz des Themas Golfkrieg im westlichen und östlichen Landesteil. Die generellen Tendenzen des Kommunikationsverhaltens werden davon nicht berührt.

Im folgenden werde ich versuchen, die deskriptiven Befunde mit Hilfe latenter Motivbestimmungen zu erklären. Welche soziodemographischen und psychosozialen Eigenschaften waren den Veränderungen des medialen und personalen Kommunikationsverhaltens besonders zuträglich? Welche Funktionserwartungen wurden durch die Golfkriegsberichterstattung für einzelne Rezipientengruppen erfüllt?

4. Erklärende Faktoren der Mediennutzung in Krisenzeiten

In einer Serie von multiplen Regressionen mit einem gleichbleibenden Set von 18 unabhängigen Variablen sollten Faktoren identifiziert werden, die die Umbrüche des Kommunikationsverhaltens während des Golfkriegs erklären können. Getestet wurden die klassischen soziodemographischen Variablen Geschlecht, Alter, Bildung, regionale Herkunft (alte/neue Bundesländer). Außerdem war aufgrund eigener früherer Untersuchungen zu vermuten, daß bestimmte psychosoziale Korre-

⁹ Insgesamt wurden bei den Probanden aus den alten und neuen Bundesländern 3119 Erinnerungsstrings inhaltsanalytisch erfaßt. Jeder Erinnerungsstring wurde auf einer 7-stufigen Skala danach beurteilt, wie kohärent, komplex und abstrakt die betreffende molare Einheit strukturiert ist. Der mittlere Kohärenzgrad ergab in den alten 2,8; in den neuen Bundesländern 2,2 (p<.000). Die Mittelwerte betragen in den alten Bundesländern in bezug auf "Komplexität" 3,4; in bezug auf "Abstraktion" 2,6. Die Vergleichszahlen für die neuen Bundesländer sind: "Komplexität" = 2,6, "Abstraktion" = 3,2 (jeweils p<.000).

late des Medienkonsums auf die Veränderungen des Kommunikationsverhaltens Einfluß nehmen. In die Untersuchung einbezogen waren die Konstrukte:

- Internale versus externale Kontrollwartung ("Locus of Control" nach Rotter bzw. Rost-Schaude et al., ZUMA-Handbuch Sozialwissenschaftlicher Skalen),
- Erlebnissuche ("Sensation Seeking" nach Zuckerman, eigene deutsche Adaption),
- Mediennegativismus (Grimm),
- Zeiterleben (Noelle-Neumann, Demoskopisches Institut Allensbach).

Untersuchungen zur Zuwendungsattraktivität von Horrorfilmen und Reality TV¹⁰ hatten ergeben, daß vor allem externale Kontrollüberzeugungen die Wahrscheinlichkeit erhöhen, mit der eine Person zum Horrorfilm-Seher oder auch zum Reality TV-Seher wird. (Grimm 1992a, 1992b, 1993a, 1993b, 1993c, 1994a, 1994b, 1994c). Eine externale Kontrollwartung im lebensweltlichen (IEKZ) bzw. im politischen Bereich (IEKP) beinhaltet die Auffassung, von äußeren Mächten wie Schicksal, Natur, System, Gesellschaft bestimmt zu sein - von Mächten also, die man selbst kaum oder gar nicht beeinflussen kann. Bestimmte Aspekte von Erlebnissuche sind zumindest für Horrorfans ebenfalls obligatorisch, die auf diesem Weg emotionale Befindlichkeiten im Sinne eines Gefühlsmanagements steuern. Ihre vergleichsweise hohe Ausgangsängstlichkeit wird durch den Horrorfilmkonsum längerfristig gedämpft. Reality TV-Seher sind demgegenüber stärker an den kognitiven Aspekten von Katastrophenszenarien interessiert. Hier geht es um die Moderation eines prekären Weltbildes, in dem die Gegenwärtigkeit realer und möglicher Katastrophen keine aktive Reizsuche zuläßt. Reality TV-Seher legen besonders starken Wert auf den glücklichen Ausgang, der die kognitive Bestätigung von Sicherheitsstandards gewährt. Meine Untersuchung zu Videoclips hat überdies gezeigt, daß ein Zusammenhang zwischen der Präferenzierung von Mediengeschwindigkeit und Zeiterleben besteht (Grimm 1989a, 1991).

Es stellt sich die Frage, inwieweit der Golfkrieg als beschleunigtes Großereignis mit Horror, Katastrophe und Happy-End ganz ähnliche Funktionserwartungen angesprochen hat wie die genannten Programmsegmente des Normalfernsehens.

Meine zweite These lautet:

Die Golfkriegsberichterstattung der Medien hat deshalb revolutionierend auf das Kommunikationsverhalten gewirkt, weil sie über die Leistungen der außenpolitischen Informationsvermittlung hinaus zugleich Funktionserwartungen der Rezipienten im Hinblick auf Gefühlsmanagement erfüllte, die normalerweise von Unterhaltungsprogrammen bedient werden.

Zunächst können wir feststellen, daß während des Golfkriegs das *Interesse an TV-Unterhaltungssendungen* signifikant gesunken ist. Die Befragungspersonen gaben

¹⁰ Die Untersuchungen wurden im Rahmen des DFG-geförderten Forschungsprojekts Medien: Simulation und Wirklichkeit an der Universität Mannheim 1992-1994 durchgeführt.

für "Normalzeiten" auf einer 7er-Skala (1 nicht interessiert - sehr interessiert 7) ein mittleres TV-Unterhaltungsinteresse von 3,6 an. Im Golfkrieg fiel dieser Wert in den alten Bundesländer auf 3,1; in den neuen auf 3,3. Zugleich stieg, wie wir wissen, die Nutzung von Informationsangeboten massiv an.

Die Ergebnisse zweier multipler Regressionen mit den abhängigen Variablen *Medienkonsum während des Golfkriegs* (MEDKRIEZ) bzw. *Nutzung der Kriegsberichte* (KRIEKRIEZ) sind in Tabelle 13 zusammengefaßt. Der *Mediengesamtkonsum in Normalzeiten* (MEDNORMZ)¹¹ fungiert als Kontrollvariable; alle weiteren Variablen, die nach der Backward-Methode in der Regressionsgleichung das Signifikanzkriterium von $p < .10$ erfüllen, können die zusätzliche Steigerung des Medienkonsums im Golfkrieg bzw. die Nutzung der spezialisierten Golfkriegsberichterstattung erklären.¹²

¹¹ Die Variablen MEDNORMZ bzw. MEDKRIEZ wurden über Summenindices aus den Variablen der Nutzungsintensität in bezug auf Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Zeitschriften/Illustrierte gebildet. Der Buchkonsum blieb hier unberücksichtigt. Nach der erfolgten Addition wurden die resultierenden Variablen MEDNORM und MEDKRIEZ auf Individuumbasis z-transformiert, das heißt einer Normalisierung unterworfen, um Verzerrungen aufgrund systematischer Erinnerungsfehler zu kompensieren.

¹² In die Regressionsgleichung gingen zunächst 18 unabhängige Variablen ein: 1. MEDNORMZ Nutzung von Medien insgesamt in "Normalzeiten" (Kontrollvariable); 2. NEUBUW Bundesland-Wohnort: Ost/West; 3. MNNEG negative Nachrichten realistisch; 4. MNKAT Interesse an Katastrophennachrichten; 5. INTGOLF Interesse an Golfkriegsberichten; 6. SST Erlebnissuche: Thrill/Risiko; 7. SSE Erlebnissuche: Erfahrung; 8. SSD Erlebnissuche: Enthemmung; 9. SSB Neigung zur Langeweile und Ungeduld; 10. ZEITDIFF Zeiterleben: Wunsch-Realität; 11. IEK internale/externale Kontrollwartung; 12. ABITUR Abitur: ja/nein; 13. MATER Materialist; 14. POSTM Postmaterialist; 15. LEBEN Hedonismus/Aufgabenerfüllung; 16. INTPOL Interessen an Politik; 17. SEX Geschlecht: männlich/weiblich; 18. ALT Alter.

Bei diesem Regressionsmodell ist zu berücksichtigen, daß die Kontrollvariable MEDNORMZ die Regressionsgleichungen so sehr dominiert, daß die Beta-Werte der anderen Variablen quantitativ nicht sehr hoch ausfallen können, gleichwohl sie einen signifikanten Erklärungszuwachs bedeuten. Für die Hypothesenprüfung ist ausschließlich der Erklärungszuwachs relevant, da nur er sich auf die Veränderungen des Medienverhaltens im Golfkrieg bezieht. Parallelrechnungen mit einer abhängigen Differenzvariable (MEDKRIEZ minus MEDNORMZ) lassen die Beta-Werte der erklärenden Variablen ansteigen. Da bei diesem Verfahren aufgrund von Varianzkofundierung das Ausgangsniveau des Mediennutzungsverhaltens in "Normalzeiten" nicht einbezogen werden kann, haben wir uns für das oben dargestellte Regressionsmodell entschieden, das im Sinne der Hypothesenprüfung eine höhere Testhürde darstellt, mithin die gebotene konservative Interpretation der Daten besser als das Differenzverfahren realisiert.

Tabelle 13: Erklärende Faktoren der Mediennutzung insgesamt während des Golfkriegs und in bezug auf die Kriegsberichterstattung (Multiple Regression nach Normalisierung der Mediennutzungsvariablen)

N = 763 Backward		AV: MEDKRIEZ <i>Nutzung von Medien insgesamt zur Zeit des Golfkriegs</i>	
Signifikante Erklärungsvariablen		Beta	Sign.
MEDNORMZ	<i>Nutzung von Medien insgesamt in "Normalzeiten"</i>	+0,70	0,000
INTGOLF	<i>Interesse an Golfkriegsberichten</i>	+0,14	0,000
MNKAT	<i>Interesse an Katastrophenmeldungen</i>	-0,09	0,011
SSB	<i>Neigung zur Langeweile</i>	+0,06	0,081
18 UVs: MR = 0,74; MR ² = 0,54		MR = 0,73; MR ² = 0,53	

N = 763 Backward		AV: KRIEKRIEZ <i>Nutzung der Kriegsberichte insgesamt</i>	
Signifikante Erklärungsvariablen		Beta	Sign.
MEDNORMZ	<i>Nutzung von Medien insgesamt in "Normalzeiten"</i>	+0,43	0,000
INTGOLF	<i>Interesse an Golfkriegsberichten</i>	+0,25	0,000
NEUBUW	<i>Bundesland-Wohnort: Ost/West</i>	-0,13	0,011
SEX	<i>Geschlecht: Männlich</i>	+0,12	0,026
SSB	<i>Neigung zur Langeweile/Ungeduld</i>	+0,11	0,031
ZEITDIFF	<i>Zeiterleben: Wunsch-Realität</i>	-0,11	0,051
18 UVs: MR = 0,57; MR ² = 0,32		MR = 0,55; MR ² = 0,30	

4.1 Kriegsberichte zum Zeitvertreib und Unterhaltungspositivismus

Es überrascht wenig, daß neben dem Ausgangsniveau der *Mediennutzung in "Normalzeiten"* das Interesse an der Golfkriegsberichterstattung den gestiegenen Medienkonsum am besten erklärt. Wenn einer kaum Interesse am Golfkrieg aufbrachte, hatte er selbstverständlich keinen triftigen Grund, sein Medienverhalten zu ändern. Auch der Einfluß der regionalen Herkunft steht im Einklang mit unseren bisherigen Befunden. Wer in den alten Bundesländern wohnte, wurde von den Medienberichten besonders stark vereinnahmt. Das gilt für die allgemeinen Nutzungsparameter ebenso wie für die Rezeption der spezialisierten Kriegsberichterstattung. Da Golfkriegsinteresse und politisches Interesse mit $r = 0,20$ signifi-

kant korreliert sind, scheinen politische Überlegungen zumindest für einen Teil des Publikums ein interessensteigernder Motivfaktor gewesen zu sein. Allerdings deutet schon die geringe numerische Ausprägung des Korrelationskoeffizienten (nur 4% gemeinsam erklärte Varianz) darauf hin, daß politisches Interesse keineswegs eine erschöpfende motivationale Hintergrundsbestimmung des abweichenden Medienkonsums zur Golfkriegszeit darstellt.

Interessant an der vorliegenden Regressionsgleichung ist vor allem die Erklärungsvariable *Neigung zur Langeweile*, die zur Erhöhung des Medienkonsums während der Golfkriegszeit beitrug. Darin sehe ich einen Hinweis darauf, daß Kriegsberichte unter Umständen als *Funktionsäquivalent der Unterhaltung* dienen. Die Erklärungskraft der *Langeweile* wird noch größer, wenn wir ausschließlich die Kriegsberichte betrachten (vgl. den höheren Beta-Wert im unteren Teil von Tabelle 13). Mit diesem Befund wird die Unterhaltungskomponente bei der Medienrezeption zum Thema Golfkrieg bestätigt. Die Kriegsberichte informieren nicht nur über ein äußeres Geschehen, sondern sie spielten zugleich eine Rolle im Gefühlshaushalt der Rezipienten. Etwa 10% der befragten Probanden gaben an, die TV-Golfkriegsberichte erneut anzuschauen, "*weil es um ein aufregendes Geschehen geht*". Dieses Motiv gehört von 15 abgefragten Motiven zu den sechs häufigsten (vgl. Tabelle 14).

Tabelle 14: Sechs häufigste Zuwendungsgründe für ein wiederholtes Anschauen von TV-Golfkriegsberichten

0/1 Grund zutreffend in Prozent; CHI ²	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer	Sign.
	%	%	
<i>Ich würde die Kriegsberichte nochmals anschauen ...</i>			
<i>weil es zum Nachdenken reizt</i>	47,8	48,7	n.s.
<i>weil es um ein aufregendes Geschehen geht</i>	10,9	08,1	n.s.
<i>weil man alles besser mitbekommt</i>	34,6	29,9	n.s.
<i>weil ich mich genauer informieren will</i>	43,9	35,0	**
<i>weil man sich auch schrecklichen Dingen stellen muß</i>	27,7	26,9	n.s.
<i>weil es um ein bedeutendes Ereignis geht</i>	42,6	37,1	n.s.

Zuwendungsgründe 0/1 nicht zutreffend-zutreffend, Mehrfachnennungen möglich
n.s. = nicht sign., kein Gruppenunterschied nach Chi²
* = $p < ,10$ (zweiseitige Fragestellung: Unterschied, Trendaussage)
** = $p < ,05$ (zweiseitige Fragestellung: signifikanter Unterschied)
*** = $p < ,01$ (zweiseitige Fragestellung: hochsignifikanter Unterschied).

Wie in Tabelle 14 nachzulesen ist, reizt das "aufregende Geschehen" vor allem die Westbürger zum erneuten Anschauen der TV-Golfkriegsberichte. Allerdings

ist auch das Informationsbedürfnis hier stärker entfaltet als bei den Probanden aus den neuen Bundesländern. Neben politischen ("*bedeutendes Ereignis*") und kognitiven Motiven ("*Nachdenken*", "*genauer informieren*" und "*besser mitbekommen*") gehörte ein weiterer sozioemotionaler Faktor zu den Motivgrundlagen der TV-Golfkriegsrezeption. 28% bzw. 27% der Probanden in Ost und West würden sich die Kriegsberichte nochmals ansehen, "*weil man sich auch schrecklichen Dingen stellen muß*". Dieser Zuwendungsgrund verweist auf ein *Bewährungsmotiv*, wie wir es aus dem Bereich von Horrorfilmen kennen.

Nicht ohne weiteres vorauszusehen war überdies die in Tabelle 13 ausgewiesene signifikante Erklärungsvariable MNKAT. Ein ausgeprägtes *Desinteresse an Katastrophenmeldungen* förderte die Ausdehnung des Medienkonsums während der Kriegshandlungen. Dieses Ergebnis ist nicht mit der Auffassung vereinbar, wonach die Golfkriegsberichterstattung den selbstzweckhaften Katastrophenvoyeurismus eines Gafferpublikums befriedigte. Offenbar war die Attraktivität der Kriegsberichte viel mehr als gemeinhin angenommen der Hoffnung auf ein gutes Ende zu verdanken, das mit dem Sieg der alliierten Bodentruppen auch tatsächlich eingetreten ist. Diejenigen, die die Medienberichterstattung während des Golfkriegs am meisten nutzten, hatten die vergleichsweise größte Abneigung gegen Katastrophe pur. Darin verschafft sich ein *unterhaltungsfördernder Positivismus* Geltung, der zugleich dem Sicherheitsbedürfnis des erschreckten Publikums entgegenkommt. Dieses Ergebnis entspricht auch dem sozioemotionalen Hintergrund von Reality TV-Sehern, die ebenfalls kein besonderes Interesse für ungeschminkte Katastrophenmeldungen aufbringen, sondern statt dessen auf sicherheitsverbürgende Aspekte eines dramatischen Geschehens ausgerichtet sind (Grimm und Hörisch 1995).

In den *Erinnerungsleistungen* der befragten Golfkriegsrezipienten nahmen denn auch die *Erfolgsmeldungen* einen prominenten Platz ein. Eine Inhaltsanalyse der Erinnerungsprotokolle erbrachte insgesamt 146 Thematisierungen von Handlungskonsequenzen, die mit den Absichten der Akteure im Einklang standen oder nicht. Davon sind 19,9% mit Mißerfolgen, 27,4% mit ambivalentem Ausgang und 45,2% mit Handlungserfolgen befaßt. Berücksichtigt man, daß explizite Bewertungen der Handlungen in hohem Maße negativ ausfielen (*negativ* = 80,4%; *ambivalent* = 16,0%; *positiv* = 3,6%), so erscheint die Erfolgsorientierung der TV-Golfkriegsrezeption weniger in der Sache selbst als im subjektiven Wollen des Weltbildmanagements begründet. Zwar ist der Golfkrieg insgesamt als eine großangelegte Bad News zu klassifizieren, doch sind die Fernsehzuschauer zur Golfkriegszeit gerade in diesem "negativen" Kontext *auf die gute Nachricht disponiert*.

4.2 Vom Gefühls- zum Weltbildmanagement

Ein 'wahrer' *Geschwindigkeitsrausch* war nicht gerade das Ziel eines Menschen, der sich den Kriegsberichten besonders intensiv widmete (vgl. das negative Vorzeichen von Beta bei der Variable ZEITDIFF in Tabelle 13). Ähnliches haben wir

bei jugendlichen Videoclip-Sehern festgestellt, die ebenfalls häufig unter einer zu hohen Veränderungsgeschwindigkeit des Alltagslebens leiden; gerade deshalb setzen sie sich unter 'ungefährlichen' Medienbedingungen extremer Mediengeschwindigkeit aus. Offensichtlich wurde die Attraktivität der Kriegsberichte nicht nur durch vordergründige Gefühls motive bestimmt, sondern auch - in einer tieferen Schicht - durch problematische Aspekte des Alltagslebens und des Weltbildapparats. Dies scheint auf männliche Rezipienten stärker zuzutreffen als auf weibliche. Entsprechend der größeren Affinität zum Kriegshandwerk entwickelten Männer eine größere Neigung zum ausgiebigen Gebrauch der TV-Kriegsberichte. Die Vermutung liegt nahe, daß gerade das männliche Weltbild, von Entstrukturierung bedroht, die Flucht nach vorne angetreten hat. Die Golfkriegsberichterstattung bot eine gute Möglichkeit, via Konfrontation mit symbolischem Material die Bedingungen einer destabilisierten Weltordnung einzuüben. Wer die Veränderungsdrift besonders stark fürchtet, konnte via Medienberichterstattung vorsorglich seine Widerstandskräfte erproben.

Hieraus folgt meine dritte These:

Die Medien haben während des Golfkriegs kognitive Inhalte transportiert, die die Rezipienten zum Gefühls- und Weltbildmanagement benutzen konnten. Neben den äußerlichen Informationen zu einem politischen Krisenereignis gab es als kognitives Surplus *Informationen zweiter Ordnung*, die dem lebensweltlichen Wissenshorizont zugeordnet sind.

Gefühlsmanagement beim Fernsehen zielt auf die Steuerung emotionaler Zustände ab, die durch wohl dosierte Reizzufuhr in Richtung auf "Wohlfühlen" getuned werden. Mit Hilfe von TV-Gefühlsmanagement können auch längerfristige emotionale Verlaufsdispositionen verändert werden, wenn im wiederholten medialen Probehandeln dysfunktionale Affekte einer kognitiven Kontrolle unterworfen werden. In dem Maße, in dem standardisierte kognitive Konstrukte den unangepaßten Gefühlsbereichen ein stützendes Korsett verpassen, wird das Gefühlsmanagement zum *Weltbildmanagement*. Letztlich geht es darum, das Primat der Kognition über die Emotion durchzusetzen, um die Anpassung des Individuums an äußere Umweltgegebenheiten und innere organismische Reaktionspotentiale zu erleichtern. Die dazu benötigten "Informationen" erfüllen nur in sehr eingeschränktem Maße das Kriterium der "Neuigkeit". Vielmehr geht es um die moderierende Einstellung des Weltbildapparats auf die wechselnden Anforderungen des Alltagslebens. Nach einer schmerzlich empfundenen Scheidung ist *Weltbildmanagement* insofern gefragt, als daß die Existenz von Partneralternativen bestätigt werden muß, um ein Abgleiten in unangemessenen Defaitismus zu verhindern. Diese Art von Information wird benötigt ungeachtet dessen, ob ein dementsprechendes "Wissen" vielleicht schon vorher bestand. Wurde ein beruflicher Karrieretraum endgültig frustriert, kann durch das Aufsuchen geeigneter *Informationsmilieus* eine Umwertung der Lebensziele in Richtung auf Freizeit und

Familie eingeleitet werden - eine Möglichkeit, die der betreffenden Person schon vorher bekannt gewesen sein dürfte, aber zur fraglichen Zeit noch keine Handlungsrelevanz besaß. "Informationen" im lebensweltlichen Wissenshorizont können in Einzelfällen durchaus eine für das Individuum unerwartete Erfahrung vermitteln; vielfach geht es jedoch nicht um eine Erweiterung des Wissens im strengen Sinn, sondern um eine *Positionsveränderung vorhandener Wissensselemente innerhalb der Relevanzstruktur des Alltagsbewußtseins*.¹³

In herkömmlichen Kommunikationsmodellen werden *Informationen* mit den Wirkungsabsichten des "Senders" bzw. in erweiterten Konzepten mit dem innovativen kognitiven Input für den "Empfänger" identifiziert, den zu vermitteln der aufgeklärte Kommunikator trachtet. Eine solche senderzentrierte Auffassung von Information entspricht dem professionellen Verständnis von Journalisten, die möglichst viel Neues an ihr Publikum herantragen wollen. Informationen, die in ein intentionales Kommunikationsmodell von Sender und Empfänger integriert sind, sollen *Informationen erster Ordnung* heißen. Demgegenüber sind *Informationen, zweiter Ordnung* rezipientenseitig definiert. Sie sind (unabhängig von ihrem Neuigkeitswert) funktional eingebunden in das Weltbildmanagement der Mediennutzer, das einerseits die Orientierungsfähigkeit des Individuums im Vollzug des Alltagslebens und andererseits eine angenehme subjektive Befindlichkeit gewährleisten soll.

Vierte These:

Die Golfkriegsberichterstattung der Medien hat zunächst aufgrund ihrer enormen Fähigkeit zur Absorption von Aufmerksamkeit und Gefühlswerten "negative" Alltagsstimmungen unterbrochen und damit "Langeweile" effizient verdrängt. Darüber hinaus bot sie ein beeindruckendes *Informationsmilieu*, in dem die Machbarkeit und selbstbewußte Handlungsstärke gegen Anfeindungen von Ohnmacht, Hilflosigkeit und Depression betont wurden.

Die vierte These spezifiziert These drei, wobei emotionale und kognitive Faktoren getrennt aufgeführt und die kognitiven Leistungen der Golfkriegsberichterstattung im Hinblick auf das Alltagsleben genauer bestimmt werden. Die These wird erhärtet, wenn wir, statt der gesamten Mediennutzung, die Zuwendung zu Fernsehkriegsberichten betrachten.

¹³ Die Begriffe Lebenswelt, Alltagsbewußtsein, Relevanzstruktur und kognitive Schemata werden im Sinn von Alfred Schütz (Schütz und Luckmann 1979, 1984) gebraucht, der sein Lebenswelt-Konzept mit einem azentrischen Weltbegriff ausstattet und wissenssoziologisch fundiert.

Tabelle 15: Erklärende Faktoren der Zuwendung zu Fernsehkriegsberichten (Multiple Regression nach Normalisierung der Mediennutzungsvariablen)

N = 763 Backward		AV: TVKRIEZ Nutzung der Fernsehkriegsberichte	
Signifikante Erklärungsvariablen		Beta	Sign.
INTGOLF	<i>Interesse an Golfkriegsberichten</i>	+0,30	0,000
TVZZ	<i>Fernsehnutz. in "Normalzeiten"</i>	+0,26	0,000
NEUBUW	<i>Bundesland-Wohnort: Ost/West</i>	-0,13	0,004
INTPOL	<i>Politisches Interesse</i>	+0,09	0,018
IEK	<i>Internale Kontrollerwartung</i>	+0,07	0,070
18 UVs; MR = 0,49; MR ² = 0,24		MR = 0,48; MR ² = 0,23	

In erster Linie fungierten die Fernsehkriegsberichte als Instrument des politischen Interesses, das die spezialisierte Ausrichtung auf ein internationales Großereignis sinnlich faßbar machte. Darüber hinaus wurden Aspekte berührt, die dem Bereich der alltäglichen Lebenswelt angehören. Eine *internale Kontrollüberzeugung*, also die Meinung, sein Leben selbst gestalten zu können, erhöhte die Wahrscheinlichkeit zur TV-Golfkriegsrezeption. In allen früheren Untersuchungen, sei es zu Horrorfilmen, Reality TV oder zum Katastrophenfernsehen, war immer der umgekehrte Befund signifikant. Schicksalsgläubigkeit im Sinne einer externalen Kontrollerwartung erklärte den abweichenden Medienkonsum. Vorläufig können wir das Ergebnis dahingehend interpretieren, daß sich Selbstbestimmungs-Ansichten und die Vorliebe für aktionsbetonte Kriegsberichte nicht wechselseitig ausschließen. Jüngste Untersuchungen (Grimm 1995) bestätigen, daß die Präferenzierung von Actionfilmen, die die Ausführungsaspekte von Gewalthandlungen betonen, in der Tat mit internaler Kontrollerwartung in Verbindung steht. Der Persönlichkeitsfaktor *Angst/Fremdbestimmung*, der externalen Kontrollerwartungen prominent abbildet, trägt im Rahmen einer multiplen Regression (Untersuchungssample N=1042) signifikant mit negativem Vorzeichen zur Erklärung des Actionfilmkonsums bei (Grimm 1995). Diese Übereinstimmung der psychosozialen Disposition zwischen der Präferenzierung von TV-Kriegsberichten und einem artverwandten fiktionalen Genre ist ein weiteres Indiz für Entgrenzung von *Fiction* und *Faction*, von Unterhaltung und Information, die durch den Golfkrieg entscheidend beschleunigt wurde.

Internalität und Krieg scheinen besonders dann zu harmonieren, wenn in der Berichterstattung auf intensive Opferdarstellungen verzichtet wird. Umgekehrt formuliert bedeutet das, daß die Betonung der aktiven Kriegsführung und das zensurbedingte Ausblenden der kriegserleidenden Bevölkerung den Funktionserwartungen im Hinblick auf Weltbildbestätigung insofern entsprach, als es inter-

nale Kontrollerwartungen affirmierte: *Man kann etwas erreichen, wenn man entschlossen handelt!* Gewissensbisse wegen unerwünschter Handlungsfolgen hätten da nur gestört. Oder - ?

5. Verdrängte Opfer

Die Ausführung der aggressiven Akte in den Mittelpunkt der ästhetischen Darstellung zu rücken, wird von Adi Grewenig (1993) zu Recht kritisiert, da die Berücksichtigung der Opfer fehle. Als Kehrseite der Verdrängung florierten die Gerüchte: Waren es 100.000 irakische Opfer oder 'nur' 20.000? Wieviele Scud-Raketen wurden wirklich zerstört? Ist die Gefahr einer irakischen Atombombe gebannt oder nur aufgeschoben? Und in Überspitzung von alledem fragt ein Philosoph aus Paris: Hat der Golfkrieg wirklich stattgefunden oder nur als Simulation? (Baudrillard 1991).

Die Mehrzahl unserer Befragungspersonen war der Meinung, daß die Thematisierung der Opfer im Golfkrieg zu wünschen übrig ließ. Eine Antwort auf die Frage nach erinnerbaren Fernsehbildern lautete kurz und bündig: "Videoshow". Als Kriegsberichterstatter würde ein 35-jähriger Akademiker folgendes tun: "Grausame Szenen zeigen, um deutlich zu machen, daß Krieg unmenschlich ist." Stellvertretend für viele andere äußerte sich ein 27-jähriger Proband:

"Ich würde mich bemühen, vor allem die Opfer zu zeigen, zum Beispiel die halbverbrannten Kinder mit verstümmelten Extremitäten oder auch die toten 'Helden' inklusive der Armseligkeit ihres Ablebens und dabei durch zynische Kommentare versuchen, bei dem einen oder anderen das Nachdenken zu fördern."

Eine nichtberufstätige Mutter von zwei Kindern erinnert sich nach sieben Monaten vor allem an Opfer, und zwar an:

"... leidende Kinder, das schreiende Mädchen am Zaun, das seine Eltern verloren hat. Saddam Hussein geschützt in seinem Bunker. Israelis, die mit ihren Kindern in Häusern sitzen und Gasmasken tragen - kleiner, blonder Junge mit großen ängstlichen Augen. Babybettchen mit Gasfolie drumherum. Saddam Hussein inmitten seiner Soldaten, stolz lachend. Zerstörter Bunker in Bagdad."

Als Kriegsberichterstatterin würde diese Frau darauf achten,

"... die richtige Mischung zwischen sachlichen und rein emotionalen Berichten zu finden. Einerseits vermitteln rein sachliche Berichte die meisten Informationen, werden aber andererseits schnell langweilig und verlieren an Publikum. Die Sensationslust steckt nun einmal in fast jedem Menschen, und darum würde ich versuchen, von allem etwas in meinem Bericht zu bringen, gleichzeitig dem Wahrheitsgehalt die meiste Bedeutung beizumessen."

Sicherlich ist es vernünftig, mit emotionalen Abläufen bei der Informationsvermittlung zu rechnen und diese zum integralen Bestandteil des journalistischen Konzepts zu machen. Die Vereinbarkeit von emotionalen und kognitiven Quali-

täten ist der *crucial point* erfolgreicher Medienkommunikation. Inwieweit durch extensive Opferbilder diesem Anspruch besser entsprochen werden kann als dies in der Golfkriegsberichterstattung der Fall gewesen ist, wurde seinerzeit in Vietnam und wird derzeit in Bosnien geprüft. Die mediengerechte Darstellung von menschlichem Leid ist in der Tat die ungelöste Frage der aktuellen Mediengewalt- und Medienethikdebatte. Dient es dem Anspruch auf ungeschminkte Information, Opferbilder zu zeigen oder wird dadurch nur ein fragwürdiges emotionales Bedürfnis befriedigt? Ist es der Unterhaltung zuträglicher, Gewaltopfer detailgenau zu präsentieren oder ist es umgekehrt unterhaltungsfreundlich, auf eine potentiell beunruhigende Präsentation negativer Wirklichkeit zu verzichten? Ungeachtet des hohen Stellenwertes, den die Opferfrage in der Rückerinnerung an den Golfkrieg einnimmt, dürfte ein Teil des gestiegenen Medienkonsums während des Krisenereignisses auf die Minimierung der Leiddarstellungen zurückzuführen sein.

Unter Wirkungsgesichtspunkten ist umstritten, ob die Ansteckungsgefahr von Gewaltdarstellungen durch Opferbilder erhöht wird oder ob diese gerade als empathetische Aggressionsblocker fungieren. Eigene Untersuchungen legen nahe, daß Blutszenen in Spielfilmen die Aggressionsangst erhöhen und zu einer Hemmung aggressiver Neigungen führen. Bei Nachrichten sind die Verhältnisse komplizierter, da Opferbilder einerseits Aggressionen dämpfen und andererseits Aggressionen zweiter Ordnung stimulieren, die auf die Beseitigung einer unerträglich empfundenen Gewaltsituation abzielen. Aggressionsförderung im Sinne einer Protestattitüde gegen Krieg ist freilich nicht zwangsläufig als antisoziales, unerwünschtes Verhalten einzustufen. Aufgrund einer noch fehlenden empirischen Sicherheit kann ich mir zum Abschluß eine spekulative These leisten:

Fünfte These:

Wenn die Ästhetik der Gewalt die Jäger und Sammler fasziniert, so geht es nicht allein um die Einforderung der verdrängten Opfer, sondern um die allfällige Domestizierung der Gewalt selbst. Der Veitstanz ums Opfer, der die gegenwärtige Mediendiskussion prägt, ist selbst Ausdruck einer kulturellen Krise, die auf einen Mangel an Vergemeinschaftung und die Gefahr gewalttätiger Kettenreaktionen verweist.

Im Sinne von René Girard könnte man von einer "Opferkultkrise" sprechen, in der bekanntlich die Mythenbildung besonders üppig sprießt. Auf der Suche nach dem verlorengegangenen Sündenbock bieten sich die audiovisuellen Medien als Ersatzobjekte an. Girard schreibt in *Das Heilige und die Gewalt*:

"Wenn die Gewalt sichtbar wird, dann gibt es Menschen, die sich ihr freiwillig hingeben; es gibt andere, die sich ihrem Fortschreiten entgegenstellen; aber oft sind es letztere, die es ihr ermöglichen zu triumphieren." (Girard 1987: 50)

6. Schlußfolgerungen

Die Informationskontrolle während des Golfkriegs bewertet Virilio als Versuch des Pentagons, dem heraufscheinenden Ende der kommunikatorzentrierten Massenkommunikation, die durch "passive" Techniken der Interaktion und Konsumentensteuerung abgelöst werde, neutralisierend zu begegnen.

"Die Live-Berichterstattung mit ihrer gefährlichen Fähigkeit, die Öffentlichkeit durch die Verbreitung von mehr oder weniger authentischen Dokumenten unmittelbar zu erregen, entsprach schon nicht mehr der Passivität der neuen Medien. Da dem Pentagon durch die Glanzleistungen von Gorbatschow oder Saddam Hussein in diesem Bereich bereits eine Lehre erteilt worden war, entschloß man sich dort, diesen Fortschritt der Kommunikationstechniken zu neutralisieren." (Virilio 1993: 105)

Die militärische Zensur reduzierte jedoch keineswegs die Wahlfreiheit des Konsumentenkönigs, sondern setzte sie unter erschwerten Bedingungen weltweit durch. Virilio bleibt an dieser Stelle unter dem Niveau seiner eigenen Medienanalyse zurück. Insofern als daß Nichtkonsumierbares, wie zum Beispiel irritierende Opferbilder, von vornherein ausgemerzt wurde, kam die Golfkriegsberichterstattung der 'neuen' Psychologie der Fernsehzuschauer durchaus entgegen, die gewöhnt sind, nach individueller Bedürfnislage und momentaner Stimmung nach eigenem Gutdünken auszuwählen. Die Vorauswahl entsprach genau dem, was unter dem Unterhaltungsaspekt von den Rezipienten selbst vermieden worden wäre. Opferbilder wirken nur aus der Distanz faszinierend, nicht jedoch wenn sie einem zu Hause buchstäblich zu Leibe rücken. Durch die Zensur der Opferbilder wurde nicht die Wahlfreiheit im Sinne der passiven Konsumtionstechniken eingeschränkt, sondern die Auswahl-situation für den Fernsehzuschauer handhabbar gemacht. Aus einer potentiell irritierenden Kommunikation mit unabsehbaren Handlungskonsequenzen wurde ein Projektionstableau, das dem Fernsehzuschauer - ähnlich wie ein Spielfilm - mit Identifikationsangeboten und Leerstellen maximale Freiheitsgrade der Spekulation, der Bedeutungszuweisung und selbstreferentiellen Gefühlskontrolle zubilligte.

Im folgenden möchte ich die dargestellten Befunde thesenartig resümieren. Wenn es mir dabei gelingt, Diskussionen anzuregen, hätte ich eines meiner Ziele erreicht.

1. Im Vergleich zu "Normalzeiten" nutzten die Rezipienten während des Golfkriegs in weit größerem Umfang Medieninformationen und in geringerem Maße Medienunterhaltung. Dies kann nicht nur als Reflex auf eine veränderte Angebotssituation gewertet werden, da zum Beispiel Fernsehnachrichten, Journale und Sondersendungen über das Maß ihres Gewichts im TV-Gesamtangebot hinaus auch relative Zuschauerzuwächse verzeichneten. Das heißt, klassische Informationsprogramme wurden ungeachtet des vergrößerten Angebots durchschnittlich intensiver genutzt, als dies normalerweise der Fall zu sein pflegt. Diese Veränderungen des Publikumsverhaltens waren Ausdruck einer gesteigerten Informationsorientierung. Statt "Unterhaltungsslalom" prak-

tizierten viele Rezipienten während des Golfkriegs einen "Informationslalom", um die jeweils aktuellste und interessanteste Nachricht zu ergattern. Unterhaltungsprogramme dienten dabei primär als Warteschleife, die die Zeit bis zur nächsten Informationsrunde überbrückte.

2. Die meisten Mediennutzer erfuhren zuerst über das Radio vom Beginn des Golfkriegs. Das Radio wurde damit seinem Ruf als schnellstes Medium gerecht. Auch wenn es im weiteren Verlauf der Kriegereignisse nicht in gleichem Maße intensiver genutzt wurde wie das Fernsehen und die Printmedien, sind doch auch beim Radio qualitative Verschiebungen zwischen Information und Unterhaltung eingetreten. Das unterhaltende Medium, das auch informiert, wurde zu einem Medium, das in den Lücken zwischen den Informationen auch unterhält.
3. Die Informationssuche der Mediennutzer schließt nicht aus, daß der Golfkrieg latent auch Unterhaltung transferierte. Der Golfkrieg war gerade deshalb so erfolgreich beim Publikum, weil er Funktionserwartungen der Information und der Unterhaltung bündelte. Zugespitzt formuliert: *Der Golfkrieg war Infotainment par excellence*. Insofern entpuppen sich die Triebkräfte, die hinter dem "Informationslalom" in Krisenzeiten stehen, als Ausdruck gemischter Funktionserwartungen.
4. Der Golfkrieg wirkte zunächst wie ein *Sputnik-Schock* der Information. Die vormals informationsarmen und magazinfreien Kanäle rüsteten in der Folgezeit nach: mit *Explosiv*, *Einspruch*, *stern tv* und *Akut*. Reine Unterhaltungsprogramme waren offensichtlich keine sichere Erfolgsformel mehr. Auf die Entertainisierung folgte eine tendenzielle (*Re-*)*Informatisierung des deutschen Fernsehens*, die in der Zulassung von Informationskanälen wie *n-tv* und in der Gründungsphase auch *Vox* einen vorläufigen Höhepunkt erreichte. Andererseits machen gerade die zuletzt genannten Beispiele die Grenzen von reinen Informationskanälen deutlich, da eine ausreichende Zuschauerakzeptanz gegenwärtig fehlt. *Vox* ist bereits zu einem Mischprogramm der Information und Unterhaltung übergegangen. Die Quintessenz dieser Erfahrungen besteht darin, Kommunikationskonzepte zu entwickeln, in denen sich Information und Unterhaltung nicht wechselseitig behindern, sondern statt dessen eine synergetische Einheit bilden. Allerdings sind überzeugende Beispiele einer direkten Verbindung von Information und Unterhaltung in "Normalzeiten" rar. Das Kommunikationskonzept Infotainment wurde bislang nur ungenügend ausgeschöpft.
5. Ein Problem bei der Beurteilung von Infotainment ist die Unklarheit des Unterhaltungs- und des Informationsbegriffs. Was ist Unterhaltung? Zunächst ist zu konstatieren, daß eine Unterhaltungsdefinition ohne Informationen schon deshalb nicht auskommt, weil zur Herstellung emotionaler Qualitäten immer auch kognitiv informative Komponenten gehören. Ein Unterhaltungsbegriff, der auf strikter Abgrenzung zur Information besteht, ist unhaltbar. Umgekehrt

sind bei der Informationsvermittlung Dimensionen des Unterhaltenseins (vgl. Huth und Sielker 1988) im Spiel. So tragen Informationen mehr oder weniger zur *emotionalen Aktivierung* bei, die eine freiwillig leichte Zuwendung erlaubt; des weiteren können Informationen ebenso wie Unterhaltungsangebote eine Funktion im *Gefühls- und Weltbildmanagement* der Rezipienten übernehmen. Ein enger, werthafter Informationsbegriff, der nur gelten läßt, was als Gut gehobener Kultur und Bildung erscheint (von wem auch immer bestimmt), wird diesen Sachverhalten nicht gerecht. Analytisch leistungsfähiger ist ein weiter Informationsbegriff, der von der *Orientierungsfunktion* der Informationen ausgeht und mehrere Informationsebenen je nach Verwendungszusammenhang unterscheidet. In dieser Betrachtungsperspektive hat die Golfkriegsberichterstattung doppelt, in direkter und symbolischer Hinsicht, informiert: *Informationsebene 1* betraf die äußeren Abläufe des politischen Ereignisses; auf der *Informationsebene 2* wurde darüber berichtet, daß in einer Welt der globalen Destabilisierung und radikalen Entstrukturierung mit entschlossenem Handeln noch Aussicht auf ein Happy-End besteht - zumindest für zupackende Helden wie Norman Schwarzkopf und George Bush.

6. Der amerikanische Sozialpsychologe und Medienwissenschaftler Dolf Zillmann hat zusammen mit seinen Mitarbeitern unmittelbar vor dem Beginn des Golfkriegs die Auswirkungen untersucht (Schweitzer et al. 1993), die der Ausgang eines Football-Matches auf die Einschätzung der Erfolgsaussichten im Golfkrieg hatte. Die Gruppe um Zillmann fand einen deutlich pessimistischen Grundzug bei denjenigen heraus, die als Fan der Verlierermannschaft den vermutlichen Schaden bei amerikanischen Soldaten beurteilen sollten. Erfahrungen im Unterhaltungsbereich beeinflussen demnach den Erwartungshorizont politischer Ereignisse - und umgekehrt. Untersuchungsergebnisse belegen eine Tendenz zur Entgrenzung von Information und Unterhaltung, die durch den Golfkrieg zwar nicht initiiert, aber doch katalytisch verstärkt wurde. Man kann diese Entwicklung bedauern, rückgängig zu machen ist sie nicht.

Fazit:

Beispiele der Krisenkommunikation zeigen, daß Abgesänge auf die Medieninformation zumindest verfrüht erscheinen; Grund zum Kulturpessimismus Postman-scher Prägung besteht derzeit nicht. Statt uns zu Tode zu amüsieren, ist die Gefahr viel realistischer, daß wir uns bei vielen Angeboten der Medieninformation zu Tode langweilen. Während des Golfkriegs wurde die prinzipielle Vereinbarkeit von Information und Unterhaltung im großen Maßstab demonstriert. Diskursmischung geht also nicht zwangsläufig zu Lasten der Information. Einen sicherheitsverbürgenden Automatismus für gelungenes Infotainment in "Normalzeiten" besitzen wir freilich nicht. Die Golfkriegserfahrungen stellen eine provozierende Hinterlassenschaft dar, die man verspielen, deren kommunikationspolitische Herausforderungen man jedoch auch annehmen kann.

Literatur

- Baudrillard, J. (1991): Der Feind ist verschwunden. Spiegel-Interview, in: SPIEGEL, 6/91, 4.2.1991, S. 220f.
- Bögeholz, H. (1991): Der Krieg um Kuwait. Eine Chronologie mit allen UN-Resolutionen. Bielefeld: Hartwig Bögeholz Verlag und Büro für Publizistik.
- 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.
- Darschin, W., B. Frank (1991): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten 1990. In: Media Perspektiven 3/1991, S. 178-193.
- Ehlers, R. (1991): Fernseh- und Radionutzung während des Golfkriegs. In: Media Perspektiven 5/1991, S. 333-337.
- Faul, E. (1988): Die Fernsehprogramme im dualen Rundfunksystem. Berlin.
- Frank, B., W. Klingler (1987): Die veränderte Fernsehlandschaft. Zwei Jahre ARD/ZDF - Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten. Bd. 7 der Schriftenreihe Media Perspektiven. Frankfurt.
- Galtung, J., M. Ruge (1965): The Structure of foreign news. In: Journal of Peace Research 2, pp. 64-91.
- Girard, R. (1992, 1987, frz. 1972): Das Heilige und die Gewalt. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Grewenig, Adi (1993): Geschichte als Medienrealität - Der Jahrestag des Golfkriegs zwischen Infotainment und Erinnerungsarbeit. In: Adi Grewenig (Hg.), Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 231-268.
- Grimm, J. (1989a) (Hg.): Das attraktive Chaos und die Chance zur Reflexivität. Ein Gespräch über Videoclips zwischen Bazon Brock, Jürgen Grimm und Roland Schmitt, MuK-Heft Nr. 53. Siegen 1989.
- Grimm, J. (1989b): Inhaltsanalyse. In: J. Bellers, W. Woyke (Hg.), Methoden zur Erforschung der internationalen Beziehungen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Grimm, J. (1991): Fraktale Ästhetik für eine sinnorientierte Generation? Ergebnisse des Forschungsprojekts "Videoclips und Lebenswelt" (Vortrag auf dem Symposium "Videoclips und Populärkultur" an der FU Berlin 8.1.1991). Erweiterte Fassung in: Working Papers der "Forschungsstelle für gesellschaftliche Entwicklung". Universität Mannheim 1991.

- Grimm, J. (1992a): Die Faszination des Schreckens - Warum Horrorfilme so attraktiv sind (Vortrag auf den Münchner Medientagen, Oktober 1991). In: Film und Fakten Nr. 18, September 1992, S. 2-5.
- Grimm, J. (1992b): Die Lust an der Angst - Grenzerfahrungen der Unterhaltung. In: Bertelsmann Briefe, H. 128, S. 58-62.
- Grimm, J. (1993a): Vom wahren Schrecken. Schockerlebnisse in der Mediengesellschaft. In: Medien praktisch, Heft 65, 17. Jg., März, S. 22-27.
- Grimm, J. (1993b): Der kultivierte Schrecken. Erlebnisweisen von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments (Vortrag auf der internationalen Konferenz der deutschen und niederländischen Filmprüfstelle am 29.-30. Oktober 1992 in Den Haag). In: Publizistik, 38. Jg. 1993, H.2. S. 206-217.
- Grimm, J. (1993c): Reality TV zwischen Sensation und Information. Zuschauerreaktionen auf Notruf im Rahmen eines Rezeptionsexperiments. Auswertungsbericht. Universität Mannheim 16.3.1993.
- Grimm, J. (1994a): Infotainment - Ausweg aus der Unterhaltungsgesellschaft? In: Heidelberger Club für Wirtschaft und Kultur (Hg.), Herausforderung Informationsgesellschaft. Facetten einer Entwicklung. Hamburg: LIT 1994, S. 147-161.
- Grimm, J. (1994b): Techniken zur Entbrutalisierung von Medien. Verarbeitungsweise und Wirkung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen. Zwischenbericht. Hrsg. vom Verein zur Förderung der Medienforschung: Universität Mannheim 28.3.1994.
- Grimm, J. (1994c): Warum Horrorfilme so attraktiv sind. In: P. Lambertz (Hg.), Gewaltdarstellungen in Literatur, Film und Fernsehen. 38 Arbeitsblätter mit didaktisch-methodischen Kommentaren. Sekundarstufe II. Stuttgart, Dresden: Ernst Klett Verlag für Wissen und Bildung, S. 16-20.
- Grimm, J. (1996): Fernsehgewalt. Physiologische und soziale Effekte negativer Darstellungsinhalte. Opladen: Westdeutscher Verlag (im Druck).
- Grimm, J., J. Hörisch (1995): Wirklichkeitssplitter. Medienrezeption im Zeitalter der elektronischen Beliebigkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp (im Druck).
- Hörisch, J. (1992): Das Abendmahl, das Geld und die neuen Medien. In: Ders., Brot und Wein. Die Poesie des Abendmahls. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 7-28.
- 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.
- Imhof, Ch. (1993): Mediennutzung in politischen Krisenzeiten. Universität Mainz (unveröffentlichtes Ms.).
- Löffelholz, M. (1993): Beschleunigung, Fiktionalisierung, Entertainisierung. Krisen (in) der 'Informationsgesellschaft'. In: M. Löffelholz (Hg.), Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 49-64.

- Postman, N. (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt/M.
- Rost-Schaude, E., M. Kumpf, D. Frey (1978): Untersuchungen zu einer Deutschen Fassung der "Internal-External-Control"-Skala von Rotter. In: Bericht über den 29. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie. Göttingen, Toronto, Zürich: Hogrefe, S. 327-329.
- Rotter, J.B. (1966): Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. In: Psychological Monographs, Nr. 1 (insgesamt Nr. 609).
- Schönbach, K. (1983): Das unterschätzte Medium. Politische Wirkungen von Presse und Fernsehen im Vergleich. München, New York, London, Paris: Saur.
- Schulz, W. (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg, München: Alber.
- Schütz, A., Th. Luckmann (1979): Strukturen der Lebenswelt, Bd. 1. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Schütz, A., Th. Luckmann (1984): Strukturen der Lebenswelt, Bd. 2. Frankfurt/M: Suhrkamp
- Schweitzer, K., D. Zillmann, J.B. Weaver, E.S. Luttrell (1992): Perception of threatening events in the emotional aftermath of a televised college football game. In: Journal of Broadcasting und Electronic Media, pp. 75-82.
- Virilio, P. (1993): Krieg und Fernsehen. München: Hanser.
- Zuckerman, M. (1979): Sensation seeking. Beyond the optimal level of arousal. Hillsdale, New Jersey.
- ZUMA (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim) (Hg.) (1983ff): ZUMA-Handbuch Sozialwissenschaftlicher Skalen, Teil 1 bis 3.