

Studium Generale der Universität Karlsruhe (TH)

in Zusammenarbeit mit dem

Interfakultativen Institut für angewandte Kulturwissenschaft

Gewalt in den Medien

Befunde der Medienwirkungsforschung

Inhalt

1 Gewalt als mediales Ereignis?	4
2 Gewalt in den Medien: Eine Forschungsmode?	8
3 Massenkommunikations- und Medienwirkungsforschung	11
3.1 Probleme	11
3.1.1 Der Begriff der Gewalt	11
3.1.2 Der Begriff der Gewaltdarstellung	14
3.1.3 Wirkungsvergleich und Auftraggeber	16
3.1.4 Standpunkte und Ideologien	18
3.2 Methoden und Theorien	18
3.2.1 Stimulus-orientierte Ansätze	21
3.2.1.1 Stimulus-Response-Ansatz	21
3.2.1.2 Theorie der kognitiven Dissonanz	23
3.2.1.3 Verstärkertheorie	24
3.2.2 Rezipienten-orientierte Ansätze	25
3.2.2.1 Theorie des Two-Step-Flow	26
3.2.2.2 Nutzenansatz	28
3.2.2.3 Dynamisch-transaktionaler Ansatz	30
3.2.2.4 Kultivierungshypothese	31
3.2.3 Medien-orientierte Ansätze	33
3.2.3.1 Theorie des Agenda-Setting	33
3.2.3.2 Wissenskluff-Hypothese	35
3.3 Ergebnisse	37
3.3.1 Nutzungsverhalten	42
3.3.1.1 Nutzung action- und gewaltorientierter Sendungen	44
3.3.2 Interpretation der Gewaltdarstellungen	49
3.3.2.1 Kinder und Gewalt	50
3.3.2.2 Erwachsene und Gewalt	54
3.3.3 Wirkungen der Gewaltdarstellungen	56
3.3.3.1 Sichtbarmachung und Sichtbarwerdung von Gewalt	57
3.3.3.2 Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler	59

Karsten Weber: Befunde der Medienwirkungsforschung	3
3.3.3.2.1 Ausländer als Opfer und Täter	59
3.3.3.2.2 Gewalt als wirkungsvolles Problemlösungsmittel	60
3.3.3.2.3 Was kann wem wo passieren?	61
3.3.3.2.4 Die Asymmetrie des Informationszugangs	62
3.3.3.2.5 Darstellung von Gewalt in den Medien	64
3.3.3.3 Legitimation eigener Gewalt	67
3.3.3.4 Einstellungs- und Verhaltensänderung	68
3.4 Die Selbstreferentialität der Gewaltdiskussion	68
3.4.1 Medien und Politik	70
3.4.2 Medien und Wirtschaft	71
3.4.3 Medien und Medien	74
3.5 Zusammenfassung	75
3.6 Übersicht über die Ergebnisse	77
3.7 Schlußfolgerungen	78
3.8 Hypothesen	80
3.9 Empfehlungen	80
4 Literaturverzeichnis	82

1 Gewalt als mediales Ereignis?

Diskussionen über die negativen Einflüsse der Medien gab es immer dann, wenn ein neues Medium auf breiter Front eingeführt wurde. Zeitung, Film, Rundfunk, Fernsehen und in neuerer Zeit Computer(-spiele) und das Internet sind Gegenstand dieser Diskussionen. Immer kreiste die Debatte auch um Gewaltdarstellungen in den Medien. Die Frage, ob entsprechende Inhalte der Medien auf das Gewaltpotential und -verhalten der Konsumenten Wirkung haben kann, war und ist ein zentrales Thema. Leider entwickelt sich die neuere Debatte um die Wirkungsfrage der Gewaltdarstellungen zu einer beinahe schon ideologisch zu nennenden Polemik, deren Inhalt kurz mit „Je weniger Gewalt in den Medien, desto weniger Gewalt in der Realität“ beschrieben werden kann. Gewalt wird dabei zu einem medialen Ereignis in dem Sinne, daß sie massenhaft in den Medien präsent ist, daß die Folgen dieser Präsenz wiederum in den Medien diskutiert wird und auch in dem Sinn, daß Gewalt als Erlebnis der Menschen scheinbar eher ein mediales als ein tatsächliches Ereignis ist.

Dabei wird einer massiven Fehlwahrnehmung der Realität Vorschub geleistet: Gewalt in den Medien scheint in der Mehrzahl der Fälle Gewalt von Fremden an Fremden zu sein. Dies zeigt sich schon daran, daß Nachrichten sehr häufig über Kriege oder kriegerische Auseinandersetzungen berichten, die in fernen Teilen dieser Welt geschehen. Ausschreitungen rechtsextremistischer Gruppen richten sich in den Nachrichten meist gegen Asylsuchende, die wiederum aus aller Herren Länder stammen. Es wird von Demonstrations- und Gewalttourismus gesprochen. U-Bahnen, Bahnhöfe, öffentliche Plätze und Parks werden als besonders gefährliche Orte beschrieben. Die Gewalt in Unterhaltungsbeiträgen wird meist von fremden Menschen ausgeübt, die oftmals schon fremdländisch aussehen. Tatsache ist jedoch, daß die Gefahr, Opfer eines (Gewalt-)Verbrechens zu werden, im sozialen Nahraum der engeren und weiteren Familie, in der Nachbarschaft oder am Arbeitsplatz ungleich größer ist; vor allem Frauen und Kinder sind Opfer meist sexueller Gewalt in der Familie.

Zudem wird in den Medien und in der öffentlich geführten Diskussion häufig von einem drastischen Anstieg der Gewaltdelikte gesprochen. Dies scheint jedoch so nicht haltbar. Jürgen Mansel schreibt dazu¹:

¹ MANSEL/PROBLEMVERHALTENSWEISEN: S. 18

„Von den speziell in der polizeilichen Kriminalstatistik ausgewiesenen steigenden Zahlen jugendlicher »Gewalttäter« auf eine Zunahme von Gewalthandlungen und Gewaltbereitschaft bei Jugendlichen zu schließen, erweist sich jedoch als ein voreiliger Trugschluß.“

Als Ursachen für diesen Trugschluß führt Mansel verschiedene Punkte an. Als wichtigstes Argument ist wohl zu werten, daß er darauf hinweist, daß Handlungen durch Definition in die Handlungsklassen »Gewalt« oder »Gewalttat« eingeordnet werden. Diese Definition ist abhängig von geltenden Normen und Werten. Wenn sich diese dahingehend ändern, daß bereits früher als bisher von einer Gewalttat gesprochen wird, dann hat dies beinahe unweigerlich zur Folge, daß sich die Zahl der zur Anzeige gebrachten Gewaltdelikte erhöht. Dies bezieht nicht nur auf kriminelles Verhalten, sondern auch auf die „veränderte Bewertung der sozial akzeptierten Formen der Auseinandersetzungen im Rahmen (zwischenmenschlicher) Interaktionen“². Hier gibt es wahrscheinlich Verschiebungen in beide Richtungen: Einerseits die veränderte Haltung zu interpersonalen Konfliktlösungsstrategien, andererseits die höchstrichterliche Entscheidung zur Nötigung, ausgelöst durch friedliche Blockaden vor Kernkraftwerken und Militäranlagen. Gerade hier scheint sich ein fulminanter Wandel ergeben zu haben. Der friedliche Widerstand gegen das atomare Zwischenlager Gorleben wird von einer breiten Unterstützung in der Bevölkerung – und zwar nicht nur vor Ort – getragen und nicht mehr als illegitim, weil eben nicht gewalttätig aufgefaßt. Auch der Rückgriff auf Statistiken der Versicherungen zur Feststellung der Gewaltzunahme macht für Mansel keinen Sinn³. Wenn bei gewalthaltigen Handlungen Gegenstände zerstört werden, so seine Argumentation, ist es kein Wunder, wenn im Vergleich zu früher die Schadenssummen deutlich höher liegen, da heute sehr häufig technisches Gerät, daß einen hohen Wiederbeschaffungswert besitzt oder nur zu hohen Kosten repariert werden kann, in Mitleidenschaft gezogen wird. Zusammenfassend kann also festgestellt werden, daß eine quantitative Aussage über das Niveau der Gewaltausübung und Gewaltbereitschaft nicht so einfach zu geben ist, wie dies durch Medienberichte oder Politikeräußerungen suggeriert wird.

² MANSEL/PROBLEMVERHALTENSWEISEN: S. 18

³ MANSEL/PROBLEMVERHALTENSWEISEN: S. 19

Mansel faßt die Wechselwirkungen zwischen subjektiver Bewertung, objektiver Realität und medialer Präsentation wie folgt zusammen⁴:

„In den Köpfen der Rezipienten wird der Eindruck erzeugt, als nehme die Gewalt zu. (...) Die Wahrnehmung einer solchen Gefahr bewirkt, daß Personen in Situationen, die auf entsprechendes hindeuten, sensibler werden. Unter diesem Eindruck erfährt nun die reale Situation eine veränderte Interpretation. Es steigt die Bereitschaft, auffälliges Verhalten als gewalthaltige Handlung zu interpretieren. Die Informationen über die Gewaltzunahme bewirken damit, daß Personen häufiger auffälliges Verhalten bewußt wahrnehmen und in einem zweiten Schritt dieses Verhalten als gewalthaltig interpretieren und bewerten. Die Medieninformationen über steigende Gewalt scheinen damit durch persönliche alltägliche Wahrnehmungen bestätigt zu werden. In diesem sich wechselseitig bedingenden Prozeß wird die Gewaltzunahme subjektiv zur Realität und damit auch als objektive Realität erlebt.“

Dieses etwas längere Zitat macht eine der diesem Bericht zugrundeliegenden Leithypothesen sehr deutlich. Wie jede Information, die Menschen aus der Umwelt aufnehmen, können auch Medieninformationen bewertet und interpretiert werden. Die Wirkung der medialen Information, sei sie nun als Nachricht oder als Unterhaltung verbreitet – in diesem Punkt gehen wir weiter als Mansel, der in erster Linie den Nachrichtencharakter betont – liegt darin, daß sie als eine Information über die Realität verstanden und auch entsprechend in das Wissensgefüge eingebaut werden kann. Medial verbreitete Information ist damit nur eine Art von Information unter vielen. Die Wahrnehmung und Interpretation der Realität geschieht aber immer unter dem Einfluß von Dispositionen, Meinungen, Einstellungen, Vorwissen, Vorurteilen, Ideologien. Eigene Erfahrung und deren Interpretation mittels Vorwissen aus Medieninformationen können sich zu einer systematischen Fehlwahrnehmung aufschaukeln. Ein subjektives Bedrohungsgefühl muß dabei nicht sofort zu gewalttätigem Handeln führen, aber es kann die Bereitschaft dazu erhöhen; ebenso auch die Möglichkeit, beispielsweise dadurch, daß sich mehr und mehr Menschen bewaffnen. Der Wunsch nach besserem Schutz kann Politiker dazu verleiten, härtere Maßnahmen gegen Gewalttäter zu fordern. Dies jedoch würde dann wohl meist durch Hinweis auf die hohen Gewaltraten gerechtfertigt und damit würde wiederum eine zunächst subjektiv empfundene Bedrohung zu einem objektiv gegebenen Sachverhalt gemacht.

⁴ MANSSEL/PROBLEMVERHALTENSWEISEN: S. 20

Dies ist bewußt alles im Konjunktiv geschrieben: Es sind Hypothesen. Im Kapitel »Massenkommunikations- und Medienwirkungsforschung« werden Theorien, Untersuchungen und Ergebnisse aufgezeigt, die unsere Leithypothesen stützen können. Ob es möglich sein wird, eine adäquate Antwort auf die Frage, die dem Kapitel den Namen gibt, zu finden, scheint fraglich. „Schlüssige und letztgültige Antworten und Erklärungen anzubieten, kann wohl niemand mehr für sich beanspruchen; deshalb können sie auch nur Denk- und Diskussionsanstöße sein.“⁵. Der Versuch, einen Anstoß zu geben, um verschiedene Forschungsdisziplinen in Kontakt zu bringen, so daß die unterschiedlichen Methoden kombiniert werden können, ist eine Motivation, die hinter diesem Bericht liegt.

⁵ KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 70

2 Gewalt in den Medien: Eine Forschungsmode?

Bevor auf die verschiedenen Massenkommunikations- und Medienwirkungstheorien eingegangen wird, soll zunächst eine kurze kritische Infragestellung der eigenen Arbeit geleistet werden.

Die Debatte in der Öffentlichkeit, welche (schädlichen) Wirkungen von Medien ausgehen (können), ist nicht besonders originell. In jedem Fall der breiten Einführung eines Mediums wurde sie heftig und in der Regel polemisch bis irrational geführt⁶. Es ist zu vermuten, daß diese Diskussionen an der wissenschaftlichen Erforschung massenmedialer Wirkungen nicht spurlos vorbeigegangen ist.

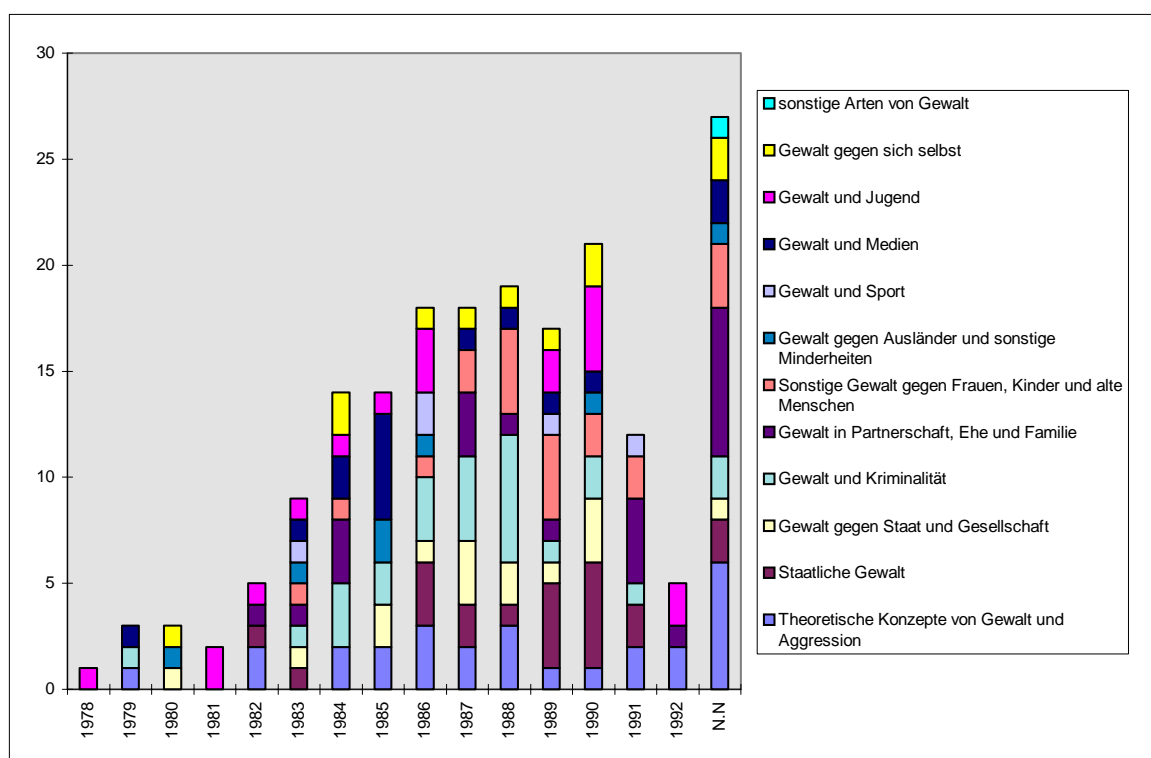


Abbildung 1: Forschungsprojekte im Zeitraum 1978-1992

Ohne zu behaupten, daß die wenigen Zahlen, die hier präsentiert werden, repräsentativ sind, kann trotzdem angenommen werden, daß auch die Wissenschaft Trends oder Moden unterliegt. Mit Hilfe des Buches „Gewalt in der Gesellschaft“ des Informationszentrums

⁶ Vgl. FISCHER ET AL./100 JAHRE.

Sozialwissenschaften⁷ wurden für einen Zeitraum von 1978 (Jahreszahlen sind bezogen auf den Beginn der Projekte) bis 1992 die Zahlen für Forschungsprojekte zum Thema Gewalt für die Bundesrepublik Deutschland ermittelt. Für Veröffentlichungen ist der Zeitraum 1985-1992. Die Rubriken, in welche die Projekte und Veröffentlichungen eingeteilt wurden, beruhen auf einer Einordnung aus „Gewalt in der Gesellschaft“.

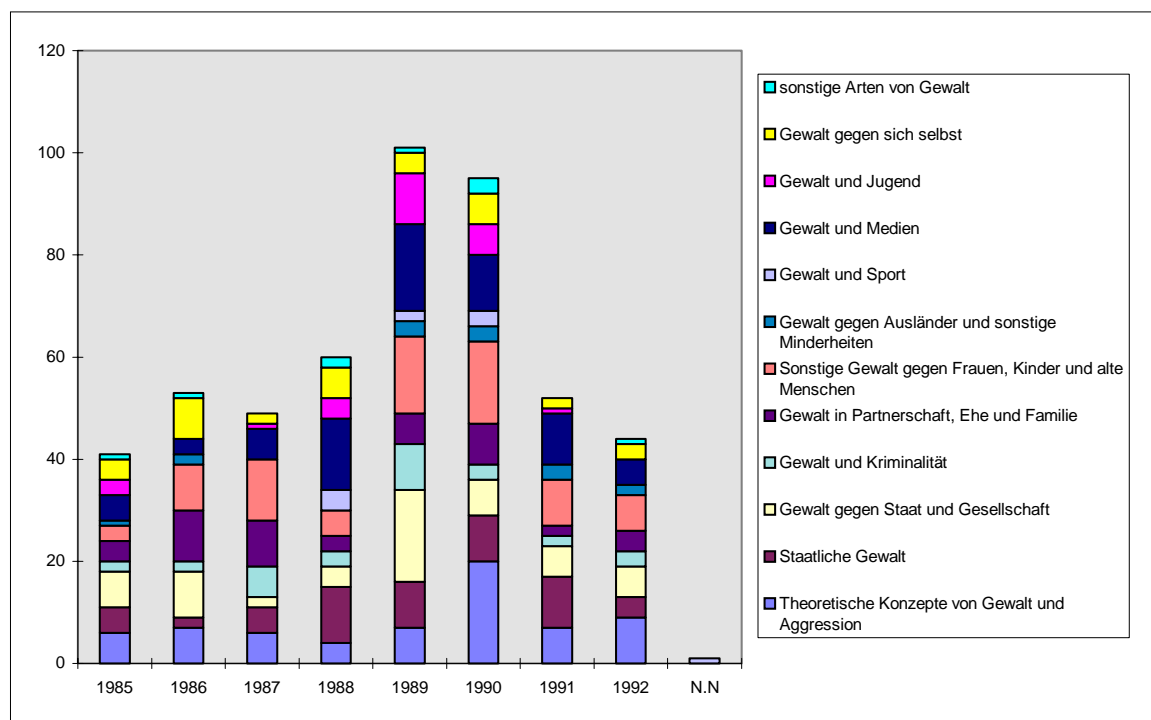


Abbildung 2: Veröffentlichungen im Zeitraum 1985-1992

Die Gesamtzahl der Forschungsprojekte betrug 187, die der Veröffentlichungen 496. Betrachtet man die beiden Abbildungen, dann ist leicht zu erkennen, daß die Zahlen der Forschungsprojekte und der Veröffentlichungen starken Schwankungen unterworfen sind, insbesondere fällt der starke Anstieg in den Jahren 1989 und 1990 ins Auge, ebenso das Sinken der Zahlen nach 1990. Es können hier nur Vermutungen über die Ursachen der Schwankungen angestellt werden⁸, aber die Zahlen zeigen doch recht eindrücklich, daß Forschungen »Moden« folgen. Wer die Art der Forschungsförderung in Deutschland kennt, wird sich darüber kaum wundern können. Schreibt man Anträge an die verschiedenen Institutionen, die Gelder vergeben, ist ja immer notwendig, auf andere Forschungen

⁷ Siehe SCHÖNFELD/GESELLSCHAFT.

⁸ Die zeitliche Parallele zum Mauerfall und der Wiedervereinigung drängt sich hier natürlich auf.

hinzuweisen und möglichst auch Projekte bzw. Personen anzugeben, mit denen zusammengearbeitet wird. Diese Praxis kann zu kumulativen Effekten führen. Dies ist aber nur ein forschungs- bzw. wissenschaftsinterner Grund; interessanter wäre zu fragen, welche Themen zu den jeweiligen Zeitpunkten stark in den Medien diskutiert und thematisiert wurden. Festgehalten werden kann, daß es fraglich ist, ob die Beschäftigung mit dem Thema »Gewalt« im allgemeinen und »Gewalt in den Medien« im speziellen im Rahmen wissenschaftlicher Forschung nur durch die jeweils drängende Aktualität des Themas bewirkt wird. Wenn aber bereits die akademische Forschung nicht frei von Trends und Moden ist, kann dies kaum mehr für Massenmedien wie Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften erwartet werden. Die Frage, in wie weit die Thematisierung von Gewalt, ob reale oder als Mediendarstellung, in den Medien selbst ein Medienphänomen bzw. eine Wirkung von medialer Kommunikation ist, wird in den Abschnitten »Die Selbstreferentialität der Gewaltdiskussion« und »Medien und Medien« besprochen.

3 Massenkommunikations- und Medienwirkungsforschung

3.1 Probleme

Es gibt verschiedene Versuche, die Methoden und vor allem die Ergebnisse der Medienwirkungsforschung zu systematisieren und zu ordnen. Dieses Unterfangen steht allerdings vor einigen Hürden, die sich sehr gut am Titel unseres Projekts, »Gewaltdarstellungen in den Medien«, klarmachen lassen. Drei dieser Hürden werden in den folgenden Abschnitten in aller Kürze aufgezeigt, denn sie scheinen elementar wichtig für das Verständnis der Art und Weise, wie die Diskussion um Medienwirkung im allgemeinen und Gewaltdarstellungen in den Medien im speziellen geführt wird.

3.1.1 Der Begriff der Gewalt

Zunächst muß, um eine Hypothese formulieren zu können, der darin zu benutzende Begriffskatalog geklärt werden. Dazu ist in unserem Zusammenhang am wichtigsten, den Begriff der »Gewalt« zu fassen, da ansonsten die Gefahr besteht, zu viele Handlungsweisen als gewalttätig, als Gewaltausübung, schlicht als Gewalt zu bezeichnen. Wolfram Schulz zählt in seinem Aufsatz zur politischen Gewalt in Europa⁹ einige Spielarten von Gewalt auf:

- Direkte Gewalt gegen Personen oder Sachen
- Physische Gewalt
- Psychische Gewalt als Androhung von physischer Gewalt
- Indirekte Gewalt als strukturelle Gewalt, beispielsweise Folgen sozialer Ungleichheit
- Innergesellschaftliche Gewalt
- Zwischenstaatliche Gewalt, also Krieg

Es steht wohl zu befürchten, daß diese Liste bei weitem unvollständig ist, da Menschen auch auf dem Gebiet der Gewalt sehr findig sind, aber vor allem deshalb, weil eben nicht klar ist, was in eine solche Liste alles aufgezählt werden soll. Schon in der obigen Aufzählung werden Gegensatzpaare sichtbar:

- Direkt – Indirekt

⁹ SCHULZ/POLITISCHE AUSEINANDERSETZUNG: S. 43

- Physisch – Psychisch
- Innerstaatlich – Außerstaatlich

Dieser Liste soll noch ein weiteres Gegensatzpaar hinzugefügt werden, daß im Zusammenhang mit Mediendarstellungen von Gewalt sehr wichtig erscheint, nämlich

- Akzeptierte oder »gute« Gewalt – Abgelehnte oder »schlechte« Gewalt

Es gäbe also viele verschiedene Möglichkeiten, über Gewalt nachzudenken oder Handlungen zu klassifizieren. Das Problem, welches dadurch entsteht, ist, daß in den verschiedenen, inzwischen sehr zahlreichen Studien über Gewaltdarstellungen in den Medien kein einheitlicher Begriff der Gewalt verwendet wird¹⁰. Daraus resultiert, daß die Ergebnisse der meisten Studien, sofern sie empirisch orientiert sind, nicht vergleichbar sind¹¹. Es ist oftmals nicht klar, was eigentlich mit Gewalt gemeint ist, das heißt, dieser Begriff wird überhaupt nicht in seiner genauen Bedeutung expliziert¹². Viele Studien benutzen, wenn explizit gemacht, einen sehr weiten Gewaltbegriff, der mindestens psychische und physische Gewalt einbezieht. Oft kommt dazu beispielsweise noch die Rede von struktureller Gewalt¹³. In praktisch allen Fällen jedoch stellt sich das Problem, die Ränder einigermaßen klar zu definieren. Dies wird oft jedoch nicht getan. Damit aber sind selbst quantitative empirische Studien mit Vorsicht zu genießen, da nicht klar ist, was überhaupt gemessen wurde. Eine Folge davon ist, daß inhaltsanalytische Studien oftmals auf das Zählen der Leichen und Verletzten, beziehungsweise, der Handlungen, die diese »produzieren«, beschränkt bleiben¹⁴. Kunczik bemerkt dazu¹⁵:

„Ein rein enumeratives Erfassen von Gewaltakten wird diesem Aspekt (der Wirkung, Karsten Weber) nicht gerecht. Die Quantität der Gewalt, z. B. die Anzahl der Schüsse pro Stunde, ist (...) für die zu erwartende Wirkung nicht entscheidend, denn zwischen

¹⁰ FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 405; FRIEDRICHSEN, JENZOWSKY/METHODEN: S. 309; GLEICH/ANGEBOT: S. 148ff.

¹¹ FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 405ff.; GLEICH/ANGEBOT: S. 147

¹² Dazu widersprechend: SCHABEDOTH/INHALT: S. 392ff.

¹³ GLEICH/ANGEBOT: S. 148ff.

¹⁴ FRIEDRICHSEN, JENZOWSKY/METHODEN: S. 307

¹⁵ KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 23; Zu den Problemen von Abgrenzung und Definition siehe auch GROEBEL, GLEICH/GEWALTPROFIL: S. 41ff.

der Quantität der Gewaltakte und dem von bestimmten Rezipienten wahrgenommenen
Violenzgrad (...) besteht kein konsistenter Zusammenhang“.

Rein theoretisch orientierte Arbeiten werden in der Literatur nur sehr selten besprochen, weil sich die Probleme eher noch verschärfen dürften, da sich nicht einmal die Möglichkeit quantitativer Vergleiche bietet. Außerdem scheint die Zahl solcher Arbeiten nicht sonderlich groß zu sein.

Bezogen auf unsere eigenen Fragestellungen ist zu bemerken, daß wir »Gewalt« als Begriff sehr eng fassen wollen. Gewalt soll – gerade im Rahmen unserer Schlußfolgerungen und eigenen Ansatzes mit physischer Gewalt identifiziert werden¹⁶. Gewalt ist für uns also die Beschädigung oder Zerstörung von Sachen auf der einen Seite und Verletzung oder Tötung von Lebewesen, insbesondere natürlich von Menschen, auf der anderen Seiten. Diese Definition scheint zunächst nur auf physische Gewalt abzuheben. Allerdings können Menschen gerade auch durch psychische Gewalt sowohl verletzt oder getötet werden, zumindest in den Tod getrieben werden. Deshalb ist psychische Gewalt in unserem Gewaltbegriff inbegriffen. Von Schneider¹⁷ wird eine ähnliche Definition gegeben: „Gewalt ist demnach eine zielgerichtete, sozial als illegal beurteilte körperliche Einwirkung auf einen Menschen, die zu einer physischen, psychischen oder sozialen Schädigung führt; Gewalt ist auch die Zerstörung einer Sache.“. Hier ist Gewalt sogar gänzlich auf physische Gewalt eingeschränkt, allerdings wird ausdrücklich betont, daß die Gewalthandlung zielgerichtet sein muß, um als Gewalt interpretiert zu werden. Die Einschränkung „sozial als illegal beurteilt“¹⁸ könnte für die Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien wichtig werden, da die Darstellungen alleine von vielen Rezipienten eben nicht als sozial illegal eingestuft wird.

Zwar ist unser Gewaltbegriff eng gehalten, dies aber bewußt und explizit. Damit soll verhindert werden, daß eigentlich jedes Handeln als eine Form von Gewalt, zum Beispiel struktureller Gewalt, betrachtet werden kann. Dies scheint uns aus verschiedenen Gründen keinen Sinn zu machen:

¹⁶ Für eine noch engere Fassung zur Diskussion rechtlicher Probleme siehe SCHULZ/KOMMUNIKATIONSGRUNDRECHTE. In diesem Zusammenhang interessant sind auch die „Thesen zur Gewalt“ in HACKER/AGGRESSION: S. 15ff., insbesondere These 3.

¹⁷ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15

¹⁸ Siehe dazu auch KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 18/19

1. Strukturelle Gewalt ist kontrafaktisch definiert. Es kann niemals entschieden werden, ob eine Handlung die Ausübung struktureller Gewalt war, da nicht festgestellt werden kann, ob die Betroffenen in ihrer geistigen oder somatischen Verfassung beeinträchtigt wurden, da die Vergleichsmöglichkeit fehlt¹⁹. Dies wird vermieden, wenn man einen viel engeren Begriff der Gewalt benutzt: Ob etwas beschädigt oder zerstört wurde, ob ein Lebewesen verletzt oder getötet wurde, dies läßt sich vergleichsweise leicht feststellen.
2. Obwohl wir selbst keine empirischen Untersuchungen durchführen, schlagen wir aus methodischen Gründen einen engen Gewaltbegriff vor. Wenn über Gewaltdarstellungen in den Medien diskutiert werden soll, dann muß dies auf breiter Basis geschehen. Dazu muß aber ein Gewaltbegriff gefunden werden, dem möglichst viele Beteiligte zustimmen können. Dies kann nur ein enger Gewaltbegriff sein.
3. Strukturelle Gewalt ist – unseres Erachtens – zu stark mit ideologischen Ballast befrachtet²⁰. Unter Zuhilfenahme dieses Begriffs werden bestimmte Gegebenheiten unserer Gesellschaft von einer Warte betrachtet und beurteilt, die höchstwahrscheinlich mit der Betrachtungsweise der Betroffenen oftmals wenig zu tun hat. Zwar kann diese nicht grundsätzlich der Maßstab sein, allerdings ist es unter der Zielsetzung einer Problemlösung notwendig, die Betrachtungsweise der Betroffenen mit einzubeziehen.

Aus den genannten Gründen soll also im folgenden Text mit dem engen Gewaltbegriff, wie er oben definiert wurde, gearbeitet werden. Selbstverständlich kann dies kritisiert werden, ein Einwand beispielsweise wäre, daß damit nicht alle beziehungsweise nicht einmal die Mehrzahl der Spielarten von Gewalt betrachtet werden. Das ist ohne Zweifel richtig; aber betrachtet man Gewalt im Rahmen unserer Definition als exemplarisch, im Sinne einer möglichen Handlungsoption, so scheint dies für eine Annäherung an die Probleme ausreichend zu sein und eine Übertragung auf andere Gewaltbereiche durchaus möglich.

3.1.2 Der Begriff der Gewaltdarstellung

Gleichermaßen problematisch ist der Begriff der Gewaltdarstellung. So ist beispielsweise nicht überzeugend geklärt, welchen Einfluß der Rahmen einer Darstellung von Gewalt auf die

¹⁹ Zu den methodischen Problemen siehe KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 17

²⁰ Vgl. SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15

Rezeption der Medieninhalte und der darin enthaltenen Gewalt nimmt²¹. Es wird immerhin vermutet – wobei sich dies auch mit Zahlen belegen läßt – daß der Grad der Realitätsnähe einer Darstellung von Gewalt sehr stark auf die Wirkung der Darstellung Einfluß nimmt. So scheinen sehr realitätsnahe Gewaltdarstellungen bei den Rezipienten eher zu Angst, Betroffenheit und Ablehnung der Gewalt zu führen²², wohingegen realitätsferne Gewaltdarstellungen wesentlich als Unterhaltung begriffen werden. Gerade bei Zeichentrickfilmen kann dies exemplarisch verstanden werden: Diese vor allem von Kindern konsumierten Gewaltdarstellungen²³ haben mit der Lebenswelt einfach deshalb nicht sehr viel zu tun, weil die Darstellung der Charaktere und der Welt nicht realistisch sind²⁴. Hingegen scheinen Nachrichtensendungen in ihrer Wirkung eher angsteinflößend zu sein, da hier ein Grad der Authentizität und Realitätsnähe geboten wird, der eine Identifikation mit den Gewaltopfern erlaubt. Auf diese Schwierigkeiten wird im Abschnitt »Interpretation der Gewalt« gesondert eingegangen. Dabei wird Rücksicht auf den Einfluß verschiedener soziodemographischer Variablen genommen, insbesondere das Alter. Auch schon in der Darstellung der wichtigsten Medienwirkungs- und Massenkommunikationstheorien wird darauf hingewiesen, daß soziodemographische Variablen einen deutlichen Einfluß auf die Rezeption von Gewalt haben, so beispielsweise bei der Kultivierungshypothese.

Es gibt allerdings auch Studien – beispielsweise von Gerbner – die praktisch alle Darstellungen, die in irgendeiner Weise als Gewalt, so auch als Natur-»gewalt«, zu bezeichnen wären, als solche zählen und damit natürlich zu ungeheuer hohen Gewaltraten in den untersuchten Medien kommen. Begründet wird dies gerade mit der Tatsache, daß im Rahmen von Unterhaltungssendungen jeglicher Inhalt inszeniert ist und damit absichtlich als Teil der Handlung benutzt wird²⁵. Dies läßt sich wohl nur so verstehen, daß dahinter die

²¹ FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 400, 404, 408; FRIEDRICHSEN, JENZOWSKY/METHODEN: S. 310

²² FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 398

²³ Nur angemerkt sei hier, daß an diesem Beispiel deutlich wird, wie problematisch die Rede von Gewalt und Gewaltdarstellung ist. Kann im Rahmen einer wissenschaftlichen Betrachtung überhaupt sinnvoll von Gewalt gesprochen werden, wenn die »Betroffenen« gar keine Gewalt wahrnehmen? Die Frage nach dem Bewertungsmaßstab von Gewalt wird hier deutlich.

²⁴ FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 408

²⁵ KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 22/23

Vermutung steht, daß mit der Inszenierung auch solcher Inhalte Gewalt ausgeübt wird. Damit würde die Rede von der Wirkung der Medien auf eine völlig andere Ebene gehoben.

Bei Inhaltsanalysen stellt sich weiterhin die Problematik der Abgrenzung gewalttätiger Akte, außerdem – neben der Frage nach dem Gewaltbegriff – die Auswahl der zu untersuchenden Sendungen. Die Zahl der Gewaltakte hängt beispielsweise davon ab, wie man Anfang und Ende einer Handlung festlegt. So kann man eine Schlägerei mit anschließender Schießerei als zusammenhängende Handlungsfolge und als einheitlichen Gewaltakt betrachten, man könnte jedoch auch zwei verschiedene Gewaltarten und damit zwei verschiedene Gewaltakte zählen; man könnte dies sicherlich noch weiter führen und die Handlungen jeder einzelnen Person als gesonderten Gewaltakt zählen. Wird diese Operationalisierung bei Inhaltsanalysen nicht ausreichend klar dargestellt, so sind verschiedene Untersuchungen im nachhinein kaum mehr zu vergleichen²⁶.

Auf den Punkt bringt Kübler die Problematik um Gewaltdarstellungen in den Medien, wenn er schreibt²⁷:

„1. Mediengewalt ist symbolische Gewalt.

In den landläufigen und heftigen Debatten um Mediengewalt wird häufig übersehen oder zu wenig berücksichtigt, daß die Medien symbolische oder zeichenhafte, also nicht physisch wirkliche Realitäten präsentieren. Mithin sind auch die von ihnen dargestellten Gewaltformen symbolische. So banal diese Unterscheidung ist, sie wird sowohl bei der Wahrnehmung wie bei den Wirkungsvermutungen unentwegt ignoriert.“

Berücksichtigt man diesen Sachverhalt, so wie es gefordert wird, dann werden Studien à la Gerbner sehr zweifelhaft, aber auch die gesamte Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien muß dann unter dem Aspekt neu bewertet werden, daß die Vermittlung symbolischer Gewalt nicht den Stellenwert einnehmen kann, wie er ihn in den einfachen und leider in der Öffentlichkeit oft postulierten Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen besitzt.

3.1.3 Wirkungsvergleich und Auftraggeber

Eine weitere offene Flanke der Medienwirkungsforschung zeigt sich in dem Sachverhalt, daß Forschungsschwerpunkt das Fernsehen ist. Es gibt kaum komparative Studien, die versuchen,

²⁶ Vgl. KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 23

²⁷ KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 81

die spezifischen Wirkungsmöglichkeiten und -wege verschiedener Medien zu vergleichen²⁸. So werden beispielsweise kaum Studien zur Gewaltdarstellung in den Printmedien erstellt. Betrachtet man die öffentliche Diskussion, dann spielen diese in der Frage nach der Ursache der vermeintlich zunehmenden Gewalt praktisch keine Rolle. Es lassen sich jedoch gute Gründe für diese Beschränkung anführen. So ist die Zeit, die vor dem Fernseher verbracht wird, wesentlich länger als jene, die der Lektüre von Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern gewidmet wird. Weiterhin sind die Darstellungsmöglichkeiten von Film, Fernsehen und Video (inzwischen auch der Computerspiele) so realitätsnah, daß hier die Grenzen zwischen Fiktion und Wirklichkeit für den Zuschauer nur noch schwer zu durchschauen sind und somit die Wirkungen wesentlich größer sein könnten. Zudem könnte man noch bemerken, daß der Konsum audiovisueller Medien – abgesehen vom »Zappen« beim Fernsehen²⁹ – deutlich passiver ist als der Konsum von Printmedien.

Ein weiterer Punkt ist zumindest bedenkenswert: Ein Gutteil der Studien über die Menge von Gewaltdarstellungen werden jeweils von jenen finanziert, die da begutachtet werden. In wie weit hier Interessenkonflikte entstehen, wäre also durchaus zu hinterfragen³⁰. Gerade während der Diskussion um die Einführung des Privatfernsehens wäre eine mögliche Einflußnahme sehr kritisch gewesen. Auch diese Fragen werden gesondert thematisiert, vor allem in dem Abschnitt »Die Selbstreferentialität der Gewaltdiskussion«.

Ein weiterer Punkt sollte beachtet werden, wenn über Gewaltdarstellungen in den Medien diskutiert wird, denn die Frage nach dem Nutzen entsprechender Inhalte könnte möglicherweise Hinweise auf die Gründe der Verbreitung der Inhalte liefern. Kunczik schreibt dazu³¹, daß „(...) die Strukturen des jeweiligen Mediensystems sowie die Funktionen der Medien innerhalb einer Gesellschaft (...) berücksichtigt werden (müssen)“. Eine von den „Geschäftsbedingungen der Massenmedien“³² losgelöste Kritik macht also keinen Sinn.

²⁸ BOCK/WIRKUNGSVERGLEICH: S. 7, GLEICH/ANGEBOT: S. 147

²⁹ Interessanterweise führt Schulz an, daß die Möglichkeit, durch Zappen unvermittelt und unbeabsichtigt mit gewalttätiger oder pornographischen Inhalten beim Fernsehen in Kontakt zu kommen, ein denkbarer Grund wäre, von Seiten des Gesetzgebers auf eben diese Inhalte in restriktiver Weise Einfluß zu nehmen (SCHULZ/KOMMUNIKATIONSGRUNDRECHTE).

³⁰ KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 99ff.

³¹ KUNCZIK/GEWALT UND MEDIEN: S. 144

³² SPINNER/GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

3.1.4 Standpunkte und Ideologien

Dies sind nur einige der Probleme, die im Rahmen der Medienwirkungsforschung zum Tragen kommen. Sie führen insgesamt dazu, daß gesicherte Ergebnisse vergleichsweise rar sind, beziehungsweise dazu, daß es auch heute noch möglich ist, daß Einzelne von großen Teilen der scientific community ad acta gelegte Theorien wieder ausgraben und benutzen. Diese Vorgänge sind nur zu verstehen, wenn man weiß, welche Brisanz in der Diskussion um die Medienwirkung, insbesondere bei der Frage der Wirkung von Gewaltdarstellungen in den Medien, liegt. Hier wird nicht nur sachlich argumentiert, sondern häufig polemisiert und die Debatte von interessierter Seite instrumentalisiert³³. Fatalerweise treffen hierbei Interessen politischer und kommerzieller Art zusammen. Diese Fragen werden besprochen, wenn es um die bisher einigermaßen gesicherten Ergebnisse der Wirkungsforschung gehen wird, in erster Linie im Abschnitt »Die Selbstreferentialität der Medien«. Dort wird auch thematisiert, daß eine entscheidende Wirkung der Medien jene auf die Medien selbst und die Diskussion um Medien in Politik und Gesellschaft ist. Zunächst aber möchten wir verschiedene Massenkommunikations- und Medienwirkungstheorien in einer kurzen Zusammenfassung darstellen, um die darin enthaltenen Hypothesen und Methoden zu identifizieren. Dadurch wird es später einfacher sein, die jeweiligen Kritikpunkte besser aufzeigen zu können.

3.2 Methoden und Theorien

Im Inhaltsverzeichnis des Buches „Massenkommunikationstheorien“ von Gerhard Maletzke³⁴ werden eine ganze Reihe von verschiedenen Wirkungshypothesen und Medien- bzw. Kommunikationstheorien aufgeführt:

1. Einseitig-linearer Prozeß: Reiz-Reaktion (oft auch als S-R-Ansatz bezeichnet, für Stimulus-Response)
2. Massengesellschaft
3. Intervenierende Variablen
4. Persönliche Kommunikation
5. Zweistufige Kommunikation und Meinungsführer
6. Verbreitung neuer Ideen und Praktiken (Diffusion)

³³ Vgl. hierzu die Beispiele in KÜBLER/MEDIENGEWALT und KUNCZIK/WIRKUNGEN

³⁴ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN

7. Kognitive Dissonanz (Gleichgewichtstheorien)
8. Nutzenansatz – Interaktion – Transaktion
9. Sozialökologie
10. Ganzheitlich-qualitative Ansätze
11. Biographieforschung
12. Gesellschaft – System
13. Kritische Gesellschaftstheorie

Ohne jetzt näher darauf einzugehen, möchten wir bemerken, daß in dieser Aufzählung – wahrscheinlich ist sie sogar unvollständig, da seit 1988 bereits einige Jahre vergangen sind – verschiedene Blickwinkel enthalten sind. So steht für die Biographieforschung der Einzelne explizit im Mittelpunkt des Interesses, wohingegen in vielen anderen Theorien wie jener der Massengesellschaft der Einzelne eher untergeht oder gar verschwindet. Eine andere Art des Blickwinkels ist der ideologische Grundton einer Theorie. So ist die Kritische Gesellschaftstheorie beziehungsweise die Kritische Theorie der Frankfurter Schule wohl eher marxistisch angehaucht und ihre Protagonisten betrachten Medien unter dem Blickwinkel von Macht, Herrschaft und Besitz. Andere Theorien mögen hier – zumindest vordergründig – ideologiefreier sein, was aus Sicht der Kritischen Theorie geradezu ein Vorwurf wäre, da dort ein Klassenstandpunkt explizit eingenommen werden soll und muß. Die einen Theorien sind eher rationalistisch-ökonomischer Art, die anderen eher soziologisch oder sozialpsychologisch gefärbt. Entscheidend scheint mir allerdings, daß eigentlich alle Theorien methodologisch in mindestens einem Punkt ähnlich sind: Sie gehen davon aus, daß der Konsum von Medieninhalten oder kürzer der Medienkonsum Wirkungen auf Meinungen, Einstellungen und das Verhalten des Rezipienten als Einzelnen hat und damit auch auf von allen Rezipienten in der Gesellschaft geteilten Werten, Normen oder gar Ideologien. Schärfer formuliert: Dies wird unterstellt! Aus den Ergebnissen von Beobachtungen im Feld – was immer dies auch im konkreten Fall ist, von Laborexperimenten, aus dem Studium von einzelnen Biographien oder aus Befragungen beispielsweise von Kinderpsychologen wird ex post facto geschlossen, daß Medien Wirkungen haben. Es liegt dann immer ein bestimmtes, meist nicht erwünschtes Verhalten vor oder eine bestimmte, nicht erwünschte Einstellung, beispielsweise eine wiederum unterstellte höhere Gewaltbereitschaft und Gewalttätigkeit, und aus dem gemessenen oder erfragten Medienkonsum und den beobachteten oder erfragten Konsum bestimmter Medieninhalte wird ein kausaler Zusammenhang, beispielsweise zwischen ausgeübter Gewalt und konsumierten Gewaltdarstellungen in den Medien, konstruiert.

Im Rahmen empirischer Studien ist es gar nicht möglich, auf eine andere Art und Weise seine Hypothesen zu überprüfen, um sie dann gegebenenfalls zu modifizieren oder ganz fallen zu lassen. Trotzdem sollte dieses methodologische Problem deutlich gemacht werden: Wenn empirische Studien gemacht werden, sind dabei immer leitende Hypothesen notwendig. Obwohl neuere Medienwirkungstheorien von monokausalen Wirkungszusammenhängen zwischen Gewaltdarstellungen in den Medien als Ursache und tatsächlicher Gewaltausübung in der Realität als Wirkung abgehen, steckt die Annahme dieser kausalen Relation weiterhin implizit in den Theorien. Dies ist unvermeidlich; ansonsten wäre es sinnlos, das Medienkonsumverhalten in Relation zu aggressiven oder gewalttätigen Handlungen zu setzen.

Hiermit wird etwas wenig Spektakuläres ausgesprochen: Die Ergebnisse beziehungsweise die Interpretationen empirischer Untersuchungen sind bereits als Voraussetzungen und leitende Hypothesen in das Design der Untersuchung eingeflossen. Damit sind aber in gewisser Hinsicht die Wege zu alternativen Ansätzen verlegt. Es soll hier nicht behauptet werden, daß unser Denkansatz eine wesentliche Ausnahme machen würde, jedoch wird darin von einer viel weniger unmittelbaren Ursache-Wirkungs-Relation ausgegangen.

Wenn hier Kritik geübt wird, dann kann dabei kaum in Anspruch genommen werden, daß diese besonders neu oder originell ist. Im Gegenteil, alle Kritikpunkte lassen sich sicher in der einschlägigen Literatur wiederfinden. Hier sollen sie zunächst nur stichwortartig aufgezählt werden:

- Nur wenige Langzeituntersuchungen
- Zu geringe Zahl der Probanden (Problem der Repräsentativität)
- Laborexperimente künstlich und kurzfristig
- Kaum vergleichende Studien für verschiedene Medien
- Inhaltsanalytische Studien haben Probleme mit Abgrenzungskriterien (z. B. bei Gewalt)
- Theorien oft kontextfrei (in welchem Kontext sind beispielsweise Gewaltdarstellungen »schlecht« im Sinne einer negativen Wirkung auf die Rezipienten oder »gut« im Sinne einer möglichen Aufklärungswirkung)
- Ideologiebefrachtete Theorien sind meist »auf einem Auge blind«

Nun aber zu der systematischen Übersicht der verschiedenen Massenkommunikations- und Medienwirkungstheorien. Wir möchten diese entsprechend der Einteilung, die Roland Burkart in „Wirkungen der Massenkommunikation“³⁵ gewählt hat, darstellen. Allerdings werden wir zumindest ein wenig von der Einordnung der Theorien und Ansätze Burkarts abweichen, da wir die Kultivierungshypothese unter die rezipienten-orientierten Ansätze subsumieren.

3.2.1 Stimulus-orientierte Ansätze

Alle Theorien oder Ansätze, die stimulus-orientiert angelegt sind, gehen im Prinzip davon aus, daß die Rezipienten den Medienbotschaften weitgehend ungeschützt ausgesetzt sind. Das bedeutet, daß der Konsum von Medien eine beinahe unfreiwillige Angelegenheit ist. Wenn man den Medienbegriff weit faßt, dann mag dies sogar stimmen, folgt man dem Bonmot, daß „man nicht ‘nicht kommunizieren’ kann“. Allerdings kann daraus – zumindest bei den elaborierten Ansätzen – nicht geschlossen werden, daß die Rezipienten der Medienbotschaften nicht in der Lage sind, diese selbst zu bewerten und in ihre Einstellungsgefüge einzuordnen. Nur der »nackte« S-R-Ansatz betrachtet den Medienkonsum unter dieser Perspektive. Der einfache Kausalzusammenhang, der dabei zugrunde gelegt wird, läßt sich allerdings, wie weiter unten auch dokumentiert wird, nicht feststellen. Dies ist auch der Grund, warum die stimulus-orientierten Ansätze weiterentwickelt wurden: In der Theorie der kognitiven Dissonanz und in der Verstärkertheorie steht der Empfänger von Medienbotschaften diesen nicht völlig wehrlos gegenüber, sondern filtert und bewertet diese. Damit ist eine qualitativ neue Stufe erreicht, die, wie zu sehen sein wird, beinahe unweigerlich zu den rezipienten-orientierten Ansätzen führte. Dazu aber erst später mehr.

3.2.1.1 Stimulus-Response-Ansatz

Im Rahmen dieses Ansatzes wird ein Kommunikationsmodell angewendet, daß von einfachen Grundannahmen ausgeht. Auf der einen Seite stehen der Kommunikator, in unserem Fall die Massenmedien, auf der anderen Seite der Rezipient, also die Leser, Zuhörer und vor allem die Zuschauer. Die Massenmedien verbreiten ihre Botschaften und Inhalte, die auf einen isolierten – von keinen anderen Faktoren beeinflussten Rezipienten – treffen und dort ihre vom Kommunikator intendierten Wirkungen entfalten³⁶. Es wird dabei angenommen, daß

³⁵ BURKART/WIRKUNG

³⁶ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 4/5; RENCKSTORF/TWO-STEP-FLOW: S. 41

- keine Störung der Kommunikation stattfindet, also die Botschaften zwischen Sender und Empfänger nicht verändert werden,
- genau zu bestimmen ist, welche Wirkungen der Kommunikator erzielen will, so daß die Botschaften genau in diesem Sinne gestaltet sind,
- der Rezipient keine Auswahl unter den von ihm zu konsumierenden Botschaften treffen kann,
- er die von ihm konsumierten Botschaften nur in der vom Kommunikator intendierten Bedeutung auffassen kann,
- der Rezipient keinen den Botschaften widersprüchlichen Einflüssen unterworfen ist.

Diese Annahmen scheinen aus distanzierter Sicht völlig unrealistisch. Allerdings muß man beachten, daß dieser Ansatz aus der behaviouristisch geprägten Psychologie entlehnt wurde. Deren methodisches Vorgehen besteht in erster Linie aus Laborexperimenten, die den oben angenommenen Bedingungen noch am nächsten kommen³⁷.

Ein weiterer Grund, der das Stimulus-Response-Modell so attraktiv erscheinen läßt ist, daß es angesichts weniger Annahmen einfach erscheint und eine »griffige« Erklärung von Medienwirkungen zuläßt. Dies ist wohl der wichtigste Faktor, der das S-R-Modell in der Öffentlichkeit und leider auch bei Politikern so beliebt macht. Es erlaubt nämlich, sehr einfach Abhilfen zu generieren, wenn die Annahme gemacht wird, daß es auch korrekt ist: Weniger Gewalt in den Medien führt nach dem Modell direkt zu weniger Gewalt in der Realität³⁸. Allerdings muß bemerkt werden, daß dieses einfache Kausalmodell heute in der ernst zu nehmenden Medienwirkungsforschung keine Rolle mehr spielt. Es wurde in vielfältiger Weise erweitert und modifiziert, vor allem durch das Konzept der intervenierenden Variablen. Dies sind beispielsweise soziodemographische Parameter, die als »Störgröße« in den Wirkungsprozeß einfließen und dabei die Kommunikation beeinflussen. Die nun folgenden Ansätze und Theorien basieren meist auf diesem Konzept.

³⁷ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 5

³⁸ Vgl. KÜBLER/MEDIENGEWALT: S.71/78ff.

3.2.1.2 Theorie der kognitiven Dissonanz

Die Theorie der kognitiven Dissonanz hat ihre Wurzeln wie so viele Medienwirkungstheorien in der Psychologie und geht unter anderen auf Leon Festinger zurück³⁹. Sie besagt im Prinzip folgendes: Menschen wählen die Informationen, die aus ihrer Umwelt auf sie einströmen so aus, daß in erster Linie jene wahrgenommen werden, die entweder⁴⁰

- im Einklang mit vorhandenen Einstellungen stehen und diese damit stützen und verstärken, oder die
- den vorhandenen Einstellungen am wenigsten widersprechen.

Ein Konsument, der ein bestimmtes Produkt gekauft hat, wird also in der Folge nur jene Werbung wahrnehmen, die seine Kaufentscheidung bestätigt. In Fällen, in denen keine konsonanten, sondern nur dissonante Informationen zur Verfügung stehen, wird der Rezipient der Informationen nur jene wahrnehmen, welche die geringste Dissonanz zu seinen aktuellen Einstellungen aufzeigt⁴¹.

Die Theorie hat allerdings auch deutliche Schwächen, vor allem bei der Erklärung des Zustandekommens neuer Einstellungen und Meinungen und bei der Erklärung der Tatsache, daß Menschen oftmals entgegen ihren Einstellungen und Meinungen dissonant handeln⁴²:

- Welche Botschaften soll der Rezipient auswählen, damit er sich zu einem Thema, zu dem er noch keine oder keine feststehende Meinung hat, die entsprechenden, für ihn passenden Informationen gewinnen kann?
- Wie kann ein Rezipient Botschaften auswählen, um Informationen zu gewinnen, ohne diese bereits wahrzunehmen und sich mit ihnen auseinanderzusetzen?

Trotz dieser Einwände hat die Theorie der kognitiven Dissonanz durchaus Erklärungskraft, denn eine Vorauswahl der Botschaften aus dem Medienangebot findet meist wirklich statt⁴³. Außerdem ist positiv zu bemerken, daß der Rezipient den Medien nicht mehr völlig passiv

³⁹ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 19

⁴⁰ Vgl. FESTINGER/KOGNITIVE DISSONANZ: S. 17; DONSBACH/SELEKTIVE ZUWENDUNG: S. 393

⁴¹ FESTINGER/KOGNITIVE DISSONANZ: S. 18

⁴² MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 21/22

⁴³ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 22

gegenübersteht. Als Teiltheorie ist die Theorie der kognitiven Dissonanz in andere Theorien eingeflossen, namentlich ist hier die Verstärkertheorie zu nennen.

3.2.1.3 Verstärkertheorie

Nach der kritischen Prüfung vieler empirischer Untersuchungen stellte Joseph T. Klapper fest, daß die Medienwirkungen nicht so sind, wie bis dato immer behauptet wurde. Veränderungen oder gar der Wechsel der Einstellungen konnten in den wenigsten Fällen gefunden werden, wenn überhaupt, dann nur leichte Änderungen der Einstellungen⁴⁴. Statt dessen konnte man bemerken, daß die wichtigste Wirkung der Medienbotschaften die Verstärkung bereits vorhandener Einstellungen mit sich brachte. Klapper faßte die Ergebnisse zusammen mit dem Satz⁴⁵

„Communications research strongly indicates that persuasive mass communication is in general more likely to reinforce the existing opinions of its audience than it is to change such opinions. Minor attitude change appears to be a more likely effect than conversion and a less likely effect than reinforcement.“

Das heißt, die möglichen Wirkungen von Massenkommunikation sind, in dieser Reihenfolge:

1. Verstärkung vorhandener Einstellungen
2. Kleine Änderungen vorhandener Einstellungen
3. Vollständiger Wechsel der Einstellungen

Im Rahmen der Verstärkertheorie sind fünf Grundannahmen über »vermittelnde Faktoren« von Wichtigkeit⁴⁶:

1. Die Medienkonsumenten besitzen Prädispositionen, die sie dazu tendieren lassen,
 - nur jene Medienbotschaften aus dem Angebot zu wählen, die mit ihren vorhandenen Meinungen und Einstellungen im Einklang sind,
 - diese Botschaften in ihrem Sinne zu interpretieren,
 - nur die mit ihren vorhandenen Einstellungen und Meinungen übereinstimmenden beziehungsweise die entsprechend interpretierten Inhalte zu erinnern.

⁴⁴ GEIBLER/WANDEL: S. 23

⁴⁵ Zitiert nach GEIBLER/WANDEL: S. 23

⁴⁶ Siehe dazu und zum folgenden GEIBLER/WANDEL: S. 24

2. Rezipienten sind in stabile Gruppen eingebunden, deren geteilte Normen, Werte und Einstellungen verhindern, daß die Gruppenmitglieder aus dem Gruppenverband ausscheren, da in die Gruppenkommunikation nur passende Inhalte einfließen.
3. Die direkte Kommunikation zwischen Gleichgesinnten führt eher zu Verstärkung geteilter Einstellungen.
4. Oftmals verläuft der Kommunikationsprozeß entsprechend dem Two-Step-Flow-Ansatz über Meinungsführer, die besonders gruppenkonform kommunizieren.
5. Die Medien sind darauf angewiesen, auf dem freien Markt erfolgreich zu sein. Deshalb werden sie in erster Linie Inhalte verbreiten, die mit den Einstellungen ihrer Konsumenten übereinstimmen.

Man kann allerdings bereits an einigen dieser Punkte Kritik äußern. So ist das Kommunikationsmodell des Two-Step-Flow (siehe auch weiter unten) problematisch. Weiter ist bei rein privatwirtschaftlich organisierten Massenmedien festzustellen, daß diese sich über Werbeeinnahmen finanzieren und im Prinzip jede Werbung verbreiten (müssen). Der Medienkonsument wird hier mit Sicherheit unterschiedlichsten Botschaften – bezogen auf Werbung – ausgesetzt. Außerdem wird oft kritisiert, daß von späteren Autoren der Ansatz zur Verstärkerdoktrin⁴⁷ verabsolutiert wurde, obwohl Klapper immer darauf hinwies, daß beispielsweise bei Themen, zu denen bei den Rezipienten noch keine feststehenden Meinungen und Einstellungen vorhanden sind, diese deutlich beeinflußt werden können.

3.2.2 Rezipienten-orientierte Ansätze

Wie schon in der Einleitung zu den stimulus-orientierten Ansätzen bemerkt wurde, führen bereits diese in den elaborierten Versionen den aktiven Rezipienten ein. Dieser steht damit den Medienbotschaften nicht mehr schutzlos beziehungsweise passiv gegenüber, sondern ist durchaus in der Lage, entsprechend seinen eigenen Dispositionen – den vorhandenen Meinungen und Einstellungen – nur Teile des Medienangebots aufzunehmen. In der Verstärkertheorie findet dies seinen Höhepunkt, da darin die interpersonale Kommunikation eine wichtige Rolle bei der Verbreitung, aber auch bei der Filterung der Medienbotschaften spielt. Insofern steht die Verstärkertheorie auf der Schwelle zu den rezipienten-orientierten Ansätzen (oft auch als »publikumszentriert« bezeichnet), schon deshalb, weil diese Trennung

⁴⁷ Dazu GEIBLER/WANDEL

vor allem auch eine analytische Aufteilung darstellt. Die Grenzen sind – wie so oft – nicht so scharf, wie dies vielleicht wünschenswert wäre.

3.2.2.1 Theorie des Two-Step-Flow

Als man Wirkungen von Medienkonsum untersuchte, stellte man fest, daß auch jene Personen, die gar keinen Kontakt mit der entsprechenden Medienbotschaft hatten, kurze Zeit von dieser wußten und oftmals auch entsprechend dem Inhalt ihr Verhalten änderten. Gleichzeitig mußte festgestellt werden – entgegen den Erwartungen aus dem S-R-Ansatz – daß sich die Massenkommunikation alleine kaum auf das Verhalten der Rezipienten auswirkte⁴⁸.

Beides ließ sehr gut mit dem Modell eines zweistufigen Informationsflusses erklären, eben dem Two-Step-Flow. Dabei wird davon ausgegangen, daß Medien nicht direkt auf das Gros der Rezipienten wirkt, sondern durch Vermittlung über einen sogenannten Meinungsführer⁴⁹. Dieser ist es, der zunächst die Medienbotschaft aufnimmt und dann an die Mitglieder der Gruppe, in der er Meinungsführer ist, weitergibt. Die Meinungsführer sind damit einerseits Vermittler im Kommunikationsprozeß, andererseits natürlich auch Rezipienten. Meinungsführer unterscheiden sich von den Rezipienten durch ihr medienbezogenes Verhalten, denn sie gelten als aktive Nutzer der Medien und sind in der Gruppe, deren Meinungsführer sie sind, besonders kommunikativ in Bezug auf die aufgenommenen Medienbotschaften. Zudem wird angenommen, daß der »Verarbeitungsgrad« der Informationen beim Meinungsführer hoch ist. Damit soll gesagt werden, daß dieser die Medieninhalte besonders intensiv zur Steigerung der eigenen Informiertheit nutzt⁵⁰.

Die Medienbotschaft wirkt jeweils entsprechend dem oben beschriebenen S-R-Modell. Deshalb sind selbstverständlich alle Kritikpunkte, die dort genannt wurden, auch hier relevant. Allerdings kommt noch hinzu, daß die Annahme getroffen werden muß, daß der Meinungsführer die Medienbotschaft völlig unverfälscht weitergibt. Dies erscheint – ausgehend auch von der Kritik am S-R-Modell – sehr unwahrscheinlich⁵¹. Weitere gewichtige

⁴⁸ RENCKSTORF/TWO-STEP-FLOW: S. 41

⁴⁹ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 13

⁵⁰ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 13/14

⁵¹ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 15

Kritikpunkte sind, daß der Zwei-Stufen-Fluß nie gemessen wurde, da nur die Abwesenheit einer direkten Vermittlung der Medienbotschaften, also die Abwesenheit eines Ein-Stufen-Flusses, festgestellt wurde⁵² und weiterhin, daß die Begriffe der Theorie nicht gut definiert sind. So ist bei »Meinungsführer« nicht klar, ob dieser nur passiv die Medienbotschaften vermittelt oder auch aktiv bei der Weitergabe beeinflusst. Es wird nicht zwischen Einfluß und Kommunikationsfluß unterschieden⁵³.

Die Neuerung des Two-Step-Flow-Modell ist, daß die Bedeutung der direkten zwischenmenschlichen Kommunikation mit in das Modell einbezogen wird. Insofern ist es ein Fortschritt gegenüber dem reinen S-R-Modell. Es ist jedoch zu beachten, daß die Bedingungen, unter denen es überhaupt sinnvoll zu betrachten ist, in den westlichen Industriestaaten nicht mehr gegeben sind. So ist die Vollversorgung mit Radio- und Fernsehempfängern in diesen Ländern meist erreicht. In Ländern hingegen, die diese Voraussetzung nicht erfüllen, kann es nützlich sein, die Distributionsfunktion von menschlichen Zwischengliedern mit in das Kalkül einzubeziehen. Trotzdem wären deutliche Änderungen notwendig, vor allem das S-R-Modell der Wirkung müßte ersetzt werden. Zwei der in die Theorie eingeflossenen Änderungen sollen hier genannt werden: Zum einen wurde die Zwei-Stufen-Kommunikation zu einer Mehr-Stufen-Kommunikation erweitert, das heißt, im erweiterten Modell wird davon ausgegangen, daß die Weitergabe von Informationen über viele Stationen stattfinden kann. Zum anderen ist diese Weitergabe nicht mehr unbedingt nur linear, sondern es kann angenommen werden, daß Informationen in der Gruppe der Rezipienten zirkulieren⁵⁴. Nimmt man nun noch an, daß die Informationen bei diesen Prozessen auch verändert werden (können), dann scheint das Modell wesentlich überzeugender zu sein⁵⁵. Allerdings ist damit auch der »reine« Medienwirkungsbereich verlassen, denn nun geht es in erster Linie um interpersonale oder Intergruppenkommunikation.

⁵² RENCKSTORF/TWO-STEP-FLOW: S. 42

⁵³ RENCKSTORF/TWO-STEP-FLOW: S. 42f.

⁵⁴ SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 42

⁵⁵ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 15

In eine ähnliche Richtung geht die Diffusionsforschung⁵⁶. Dort untersucht man, wie sich Informationen verbreiten und welche Rolle dabei die Massenmedien auf der einen und die interpersonale Kommunikation auf der anderen Seite spielen. Es wird dabei eine Typologie für die Einordnung der Rezipienten entworfen, mit der beschrieben wird, wie schnell diese auf neue Trends reagieren. Die Gefahr hierin liegt wohl jedoch in der immer problematischen Einordnung von Menschen in »Schubladen«. Nach Maletzke gibt es zudem noch weitere Einwände, die dazu führen, daß auch in der Diffusionsforschung diese einfachen Einteilungen nicht mehr akzeptiert werden.

3.2.2.2 Nutzenansatz

Die zentrale Fragestellung des Nutzenansatzes⁵⁷ ist, warum ein potentieller Medienrezipient zu einem tatsächlichen Medienrezipienten wird. Wie also entscheidet jemand, welche Medienbotschaften er wahrnehmen, interpretieren und im Gedächtnis behalten will? Die Theorien, die vor dem Nutzenansatz entwickelt wurden, konnten diesen Punkt nicht erklären, sobald vom einfachen S-R-Modell Abstand genommen wurde. Wie beispielsweise wählt ein Rezipient aus, um nur konsonante Informationen aufzunehmen, beziehungsweise, warum wendet er sich den Medien überhaupt zu? Die einfachste und intuitiv auch gut nachzuvollziehende Antwort ist, daß sich der jeweilige Medienkonsument vom Medienkonsum einen Nutzen verspricht.

Im Nutzenansatz wird nun davon ausgegangen, daß Mediennutzung für den Rezipienten Nutzen im Sinne einer Bedürfnisbefriedigung erbringt⁵⁸. Mediennutzung wird als soziales Handeln aufgefaßt, das sich prinzipiell nicht von anderen sozialen Handlungen unterscheidet. Die Ursache für die Handlungen des Rezipienten können sein⁵⁹:

⁵⁶ Vgl. zum folgenden MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 16ff

⁵⁷ Zu den Unterschieden zwischen Nutzenansatz und uses-and-gratification-theory siehe RENCKSTORF/NEUE PERSPEKTIVEN: S. 58/59. Die dort gemachten Bemerkungen lassen allerdings den Eindruck aufkommen, daß die Betonung dieser Unterschiede eher wissenschaftler-immanente Gründe hat, als wirklich wissenschaftsbeziehungsweise theorie-immanente Gründe (siehe auch MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 23).

⁵⁸ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 23

⁵⁹ RENCKSTORF/NEUE PERSPEKTIVEN: S. 66; RENCKSTORF/ERTRÄGE: S. 137

- Mit der Umwelt geteilte Normen und Werte entsprechend der soziologischen Handlungstheorie von Talcott Parsons,
- Dispositionen, entsprechend den psychologischen Handlungstheorien,
- Interpretationen des sozialen Kontexts im Rahmen symbolischer Interaktionen (George Herbert Mead).

Ungeachtet dessen, auf welche Handlungsgründe der Schwerpunkt gelegt wird, wird deutlich, daß der Nutzenansatz die Rezipienten als Individuen betrachtet und dadurch die Orientierung vom Stimulus auf den Rezipienten hin vollzieht. Seine Normen, Werte und Wünsche bewegen ihn dazu, Medien zu konsumieren. Dies geschieht dann auch nicht in einer passiven Form der bloßen Aufnahme der Medieninhalte, sondern der jeweilige Kontext, das Medium und die Botschaft selbst unterliegen einer Interpretation durch die Rezipienten⁶⁰. Sie müssen aktiv diesen Dingen Bedeutung geben, sie geradezu zu dem konstruieren, was sie dann erst für den jeweiligen Rezipienten darstellen. Damit kann aber auch nicht mehr von feststehenden Inhalten und deren möglicher Wirkung die Rede sein. Ob die vom Versender einer Botschaft intendierte Wirkung eintrifft, hängt davon ab, ob der Empfänger dies zuläßt⁶¹. Man könnte sogar einen Schritt weitergehen und sagen, daß von einer intendierten Wirkung nicht gesprochen werden kann. Denn erst in der symbolischen Interaktion zwischen Sender und Empfänger werden Bedeutungen und Inhalte konstruiert (im dynamisch-transaktionalen Ansatz wird dies für beide Seiten behauptet).

Wie nicht anders zu erwarten, kann auch am Nutzenansatz Kritik geäußert werden⁶². Zum einen kann man den Protagonisten dieses Ansatzes vorwerfen, daß sie nichts wirklich Neues sagen. Allerdings scheint mir selbst dies sehr kurz gegriffen, denn eine Synthese vorhandener Theorien kann sehr fruchtbar sein. Teilweise wurde aber von Vertretern des Nutzenansatzes die Meinung geäußert, daß der Wirkungsansatz völlig zu verwerfen sei. Dies scheint indes sehr gefährlich, insbesondere ließen sich dann wohl viele Phänomene wie beispielsweise die Aufmerksamkeitszuwendung zum Medium kaum mehr erklären. Außerdem würden sich dann auch jene Probleme zeigen, die sich im Radikalen Konstruktivismus ergeben. Das heißt, es ist weiterhin notwendig anzunehmen, daß die Außenwelt und Reize aus ihr eine wirkungsvolle Eigenexistenz haben. Eine weniger prinzipielle, nichtsdestotrotz aber wichtige Kritik wird an

⁶⁰ Vgl. RENCKSTORF/NEUE PERSPEKTIVEN: S. 66ff.; MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 25f.

⁶¹ Vgl. SCHÖNBACH/ERTRÄGE: S. 98

⁶² Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 28f.

der Behauptung innerhalb des Nutzenansatzes festgemacht, Menschen wären sich ihrer Bedürfnisse und über ihre Bedeutungszuweisungen in aller Klarheit bewußt. Diese Annahme scheint nicht haltbar. Eine andere Kritik unterstellt dem Nutzenansatz sogar einen Rückfall in das kausal-funktionale Paradigma, da die Bedürfnisse der Rezipienten unmittelbar zu Verhalten führen soll⁶³. Schon aus dieser Kritik heraus wurde der Nutzenansatz weiterentwickelt zum dynamisch-transaktionalen Ansatz.

3.2.2.3 Dynamisch-transaktionaler Ansatz

Im Rahmen des dynamisch-transaktionalen Ansatzes als Weiterentwicklung des Nutzenansatzes⁶⁴ wird versucht, die als richtig erkannten Teile des Wirkungsansatzes mit jenen des Nutzenansatzes in einer Synthese zu verbinden⁶⁵. Es wird sehr stark betont, daß im Wechselspiel von Sender und Empfänger einer Medienbotschaft alle drei Komponenten einer Wandlung unterliegen und nicht statisch betrachtet werden können. Nicht nur werden in der symbolischen Interaktion zwischen Sender und Empfänger die Bedeutungen und Inhalte einer Medienbotschaft konstruiert, sondern Sender und Empfänger selbst verändern sich im Laufe der Kommunikation⁶⁶. Auf der Seite des Medienrezipienten wird dies unmittelbar klar. Durch Aufnahme von Information und die Einordnung in das Gefüge von Vorwissen, Dispositionen, Normen und Werten durch Interpretation der symbolischen Interaktion können und werden sich Wissen, Dispositionen, Normen und Werten eben auch verändern. Gleichzeitig verändert sich aus der Sicht des Rezipienten das (Massen-)Medium. Wurde es beispielsweise zunächst nur als Hintergrundgeräusch wahrgenommen, kann es durch Aufmerksamkeitssteigerung und Interesse – geweckt durch am Rande wahrgenommene Inhalte – zum Lieferanten von Informationen werden⁶⁷. Dies allerdings ist nur eine Seite, jene des Rezipienten. Das Medium verändert sich nicht nur in der Sicht des Rezipienten, sondern tatsächlich. Das veränderte Nutzungsverhalten wird das Medium dazu zwingen, auf dieses neue Verhalten zu reagieren

⁶³ MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 30

⁶⁴ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 30/31

⁶⁵ FRÜH, SCHÖNBACH/TRANSAKTION: S. 89

⁶⁶ FRÜH, SCHÖNBACH/TRANSAKTION: S. 90

⁶⁷ Siehe dazu das Szenario von FRÜH, SCHÖNBACH/TRANSAKTION: S. 88ff.

und sich ihm anzupassen⁶⁸. Fernsehsender wären also beispielsweise gezwungen, den Inhalt der ausgestrahlten Sendungen an die Sehgewohnheiten der Zuschauer anzupassen.

Die Stärken des Ansatzes scheinen allerdings gleichzeitig auch seine Schwächen zu sein. Ähnlich wie beim Nutzenansatz kann die Totalität der Konstruktion von Wirklichkeit kritisiert werden, hier deshalb noch deutlicher aufgrund der unterstellten Rückwirkungen auf das Medium. Dabei wird die Asymmetrie zwischen (Massen-)Medium und Rezipienten verkannt. Medien sind heute – auch Rundfunk und Fernsehen, sogar die öffentlich-rechtlich verfaßten Sendeanstalten – Großunternehmen, die gezwungen sind, kommerziell erfolgreich zu sein⁶⁹. Aus diesem Grund können sie natürlich nicht gegen den Geschmack der Rezipienten ihre Inhalte gestalten, aber diese Anpassung ist auf den Mainstream ausgerichtet, der wiederum die Schnittmenge vieler verschiedener Interessen darstellt. Insofern scheint es fast vermessen, anzunehmen, die Rezeptionsgewohnheiten der Konsumenten hätten den postulierten Einfluß. Außerdem scheint der dynamisch-transaktionale Ansatz über das Ziel hinauszuschießen, da entgegen eigener Aussagen eine Rezipienten-Orientiertheit vorliegt. Die unzweifelhaft vorhandenen Intentionen und Ziele der Kommunikatoren werden außer acht gelassen. Medien aber sind Veranstaltungen, die einen Zweck haben. Dies sollte nie aus den Augen verloren werden.

3.2.2.4 Kultivierungshypothese

Neben der »wirklichen« Realität, die nicht durch (Massen-)Medien vermittelt ist, können eben diese (Massen-)Medien eine andere, konstruierte Realität anbieten und aufbauen. Im Rahmen der Kultivierungshypothese wird nun nach den möglichen Wirkungen der Rezeption jener sekundären Realität auf die Rezipienten gefragt⁷⁰.

Leitend ist dabei die Annahme, daß Medien in westlichen Industriegesellschaften zu unabweisbaren Bestandteilen der Umwelt geworden sind und somit die Menschen mit ihnen umgehen (müssen). Grundsätzlich wird davon ausgegangen, daß Medien Wirkungen zeigen ebenso wie andere Bestandteile der Umwelt. Ziel ist dann also, die Wirkungen beziehungsweise den Einfluß der Medien und ihrer Inhalte auf Meinungen, Einstellungen und

⁶⁸ Vgl. MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: S. 30; FRÜH, SCHÖNBACH/TRANSAKTION: S. 91

⁶⁹ Vgl. KRUSE/DIKTAT: S. 61

⁷⁰ SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 44; BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 154

Verhalten festzustellen. Diese Aufzählung macht bereits deutlich, daß innerhalb der Kultivierungshypothese kurzfristige Betrachtungen weniger Raum haben, sondern Schwerpunkt auf langfristige Wirkungen gelegt wird⁷¹.

Die Unterstellung von in erster Linie langfristigen Wirkungen führt natürlich zwangsläufig zu methodischen Problemen. Zum einen – vollkommen unabhängig, ob Medien lang- oder kurzfristige Wirkungen zeigen – stellt sich die Frage, wie ein Einfluß festgestellt werden soll, wenn es im Prinzip keine Kontrollgruppe mehr gibt, die keine Medien konsumiert – eine Frage übrigens, die in allen besprochenen Konzepten zu stellen ist⁷². Diese Schwierigkeit wird dadurch umgangen, daß man zwischen Wenig- und Vielsehern unterscheidet, allerdings muß dabei berücksichtigt werden, daß nicht bekannt ist, ob Medienkonsum an sich bereits Wirkung hat, jedoch kein kumulativer Effekt zum Tragen kommt⁷³. Wäre dem so, dann wäre die Unterscheidung notwendigerweise hinfällig. Speziell bei der Annahme langfristiger Wirkungen stellt sich die Notwendigkeit ein, ebenso langfristige Untersuchungen anzustellen. Laborexperimente verbieten sich hier beinahe voll selbst, aber auch einmalige Beobachtungen scheinen eher untauglich, solche Effekte festzustellen. Damit sind Längsschnittuntersuchungen gefordert.

Die Kritik, die natürlich auch an der Kultivierungshypothese festgemacht wird, bezieht sich in erster Linie auf die Interpretation der durchgeführten Untersuchungen. Hier wird darauf hingewiesen, daß Medienwirkungen allein nicht die gemessenen Einstellungs- und Verhaltensänderungen erklären können, sondern daß andere soziale Faktoren wesentlichen Einfluß haben⁷⁴.

Wie viele andere der hier vorgestellten Massenkommunikations- und Medienwirkungstheorien, -ansätze und -hypothesen ist die theoretische Fruchtbarkeit der Kultivierungshypothese vor allem in der Nutzbarmachung für andere Ansätze zu sehen.

⁷¹ BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 154

⁷² BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 155/156

⁷³ BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 156

⁷⁴ BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 155/167/168

3.2.3 Medien-orientierte Ansätze

Nachdem in den rezipienten-orientierten Ansätzen der Konsument der Medienbotschaften im Mittelpunkt des Interesses stand, scheint mit der Rückorientierung auf die Medien als Mittelpunkt der Betrachtung auch ein Rückfall in die Zeiten des S-R-Ansatzes einherzugehen. Nun wird wiederum angenommen, daß die Medien mit ihren Botschaften Einfluß auf das Verhalten, zumindest aber auf die Einstellungen der Rezipienten haben. Aufgegeben wird jedoch die Idee, daß dies in kurzfristigen Prozessen geschehen könne. Medien können nun »nur noch« langfristig wirken. Dies kann man in einem Bild verdeutlichen: Ebenso, wie Menschen gezwungen sind, sich langfristig an eine sich in zeitlich großen Maßstäben verändernde Landschaft anzupassen, wollen sie darin erfolgreich überleben, so müssen sich heute Menschen langfristig der vorhandenen und im Wandel befindlichen Medienlandschaft anpassen, um darin leben zu können. Wie im Nutzenansatz sind damit Medien eingebettet in die sozialen Handlungen der Menschen, sie nehmen eigentlich keine Sonderstellung mehr ein. Dies ist wohl auch richtig, denn Medien sind aus dem Leben der Menschen in den industrialisierten Ländern nicht mehr wegzudenken. Leben bedeutet dort immer auch mediatisiertes Leben.

3.2.3.1 Theorie des Agenda-Setting

Wenn die Medien mit ihren Botschaften nicht mehr kurzfristig Einstellungen oder gar Verhalten verändern können, welche Wirkungen haben sie dann eigentlich noch? Im Rahmen der Agenda-Setting-Forschung wird davon ausgegangen, daß (Massen-)Medien in erster Linie dazu in der Lage sind, die Meinung der Rezipienten bezüglich der Wichtigkeit von Themen zu beeinflussen⁷⁵. Ein Thema also, das in Zeitungen auf der ersten Seite steht, in Periodika als Titelstory behandelt wird oder im Fernsehen als erster Beitrag der Hauptnachrichten gesendet wird, sollte dann im Verständnis der Rezipienten einen wichtigen Platz einnehmen, wenn nicht sogar den wichtigsten. Entsprechend sollen sich die Gewichtungen der Medien in den Gewichtungen der Rezipienten niederschlagen. Es gibt allerdings mindestens drei Ausprägungen der Agenda-Setting-Theorie⁷⁶:

⁷⁵ EHLERS/THEMENSTRUKTURIERUNG: S. 106; SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 43; WEIß/STREITFRAGEN: S. 474

⁷⁶ Vgl. EHLERS/THEMENSTRUKTURIERUNG: S. 108

1. Das »awareness«-Modell wird herangezogen für die Erklärung des Prozesses, wie Rezipienten einerseits überhaupt auf bestimmte Themen aufmerksam gemacht werden, so daß sie ihnen als wichtig bewußt werden, andererseits, wie andere Themen als unwichtig markiert werden, so daß diese aus der Aufmerksamkeit der Rezipienten verschwinden. Dies wird als Thematisierungsfunktion der Medien bezeichnet.
2. Daneben gibt es zwei Modelle, das »priorities«- und das »salience«-Modell, welche die Themenstrukturierungsfunktion der Medien zum Gegenstand haben⁷⁷.
 - Im »priorities«-Modell wird davon ausgegangen, daß sich die Themenrangfolge der Medien direkt in jener der Rezipienten niederschlägt, das heißt, die Themenrangfolge der Rezipienten stimmt mit jener der Medien vollständig überein.
 - Im »salience«-Modell hingegen wird nur postuliert, daß die Rezipienten in den Medien behandelte Themen in wichtige und unwichtige einteilen, abhängig davon, ob diese Themen besonders betont oder nur erwähnt wurden oder gar nicht in den Medien aufgetaucht sind⁷⁸.

Aus methodischen Gründen ist jedoch nur sehr schwer zu entscheiden, ob der Kausalzusammenhang die Richtung Medien-zu-Rezipient oder Rezipient-zu-Medien hat. Es kann nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden, daß die vorhandene Agenda der Rezipienten von den Medien antizipiert und in die eigenen Angebote integriert wird⁷⁹. Schenk bemerkt dazu, daß eine Vielzahl von Randbedingungen das Agenda-Setting beeinflussen kann, auch soweit, daß eine Umkehrung der Themensetzung im obigen Sinne stattfindet⁸⁰.

Ein weiterer Kritikpunkt wird in der mangelnden begrifflichen Schärfe des Modells gesehen, da vor allem die Operationalisierung von »Thema« in vielen Untersuchungen sehr unscharf durchgeführt wurde. Hinzu kommt, daß die Feststellung eines Agenda-Setting-Effekts sehr stark von der Wahl des untersuchten Mediums, der Dauer der Beobachtung und der

⁷⁷ Für eine andere Einteilung siehe SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 45

⁷⁸ Im »salience«-Modell wird weiterhin unterschieden zwischen (SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 43)

- individuelle Themenwichtigkeit (»individuel issue salience«)
- in der Öffentlichkeit wahrgenommene Themenwichtigkeit (»perceived issue salience«)
- Themenwichtigkeit in der Gemeinschaft (»community issue salience«)

⁷⁹ EHLERS/THEMENSTRUKTURIERUNG: S. 109

⁸⁰ SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: S. 45/46

Festlegung der betrachteten Themen abhängt. Allein aber aus Kostengründen sind sowohl die Dauer als auch die Zahl der Medien eher klein. Als letzter Punkt wäre noch zu nennen, daß Agenda-Setting-Forschung auf Inhaltsanalysen der Medien beruhen⁸¹. Die dabei auftauchenden Schwierigkeiten haben wir schon weiter oben angemerkt.

3.2.3.2 Wissenskluft-Hypothese

Können (Massen-)Medien, zumal das Fernsehen mit seiner hohen Reichweite, dazu beitragen, daß soziale Unterschiede in der Gesellschaft verringert werden können? Die provokante Antwort darauf ist nicht nur ein klares „Nein“, sondern ein „Nein, sie vergrößern diese sogar!“. Dies wäre die Antwort der Erstfassung der »increasing knowledge gap«-Hypothese. Es wurde darin formuliert, daß die bereits vorhandenen sozialen Unterschiede im Zusammenspiel mit den Medien die Wissenslücken zwischen den sozialen Schichten ausweiten können. Begründet wurde dies damit, daß die bereits Gebildeten, die meist auch die in der sozialen Hierarchie höher stehenden Menschen sind, aufgrund ihres Vorwissens und der besseren Methoden schneller und vollständiger in der Lage sind, Wissen aus den Medien zu entnehmen, zu verarbeiten und für sich zu nutzen⁸².

Allerdings muß diese Aussage der Hypothese präzisiert werden. Die Wirkungen vorhandenen Wissens sind nicht immer gleich. So kann festgestellt werden, daß die (Nicht-)Entstehung von Wissenslücken stark von den untersuchten Themen abhängig ist. Denn es gibt Themen,

1. die nur von bestimmten Bevölkerungsschichten aufgrund sozialer Parameter wahrgenommen werden. Diese müssen bei der Prüfung der Wissenskluft-Hypothese gesondert betrachtet werden⁸³.
2. bei denen gar keine Vergrößerung der Wissenskluft möglich, so beispielsweise bei der Alphabetisierung. Als »Deckeneffekt« wird bezeichnet, wenn eine Steigerung des Wissens nach oben nicht mehr möglich ist⁸⁴.
3. die durch ihre Behandlung in verschiedenen Medien unterschiedlich wahrgenommen werden. Dabei muß differenziert werden:

⁸¹ EHLERS/THEMENSTRUKTURIERUNG: S. 111ff.

⁸² BONFADELLI/WISSENKLUFT-KONZEPTION: S. 66; SAXER/WISSENSKLUFT: S. 127

⁸³ SAXER/WISSENSKLUFT: S. 135; BONFADELLI/WISSENKLUFT-KONZEPTION: S. 71

⁸⁴ BONFADELLI/WISSENKLUFT-KONZEPTION: S. 70

- Printmedien scheinen die Wissenskluft zu vergrößern, wohl auch deshalb, weil sie die bevorzugten Medien der Gebildeteren sind und sich damit am Niveau ihrer typischen Konsumenten anpassen. Der Zugang weniger Gebildeter zu Printmedien ist so im allgemeinen erschwert⁸⁵.
- Das Fernsehen scheint eher geeignet, Wissenslücken zu füllen und somit zur Verringerung einer bestehenden Wissenskluft beizutragen⁸⁶.
- Medien eignen sich oftmals eher dazu, Themen als kontrovers zu definieren, als über sie aufzuklären⁸⁷.
- Lokale Medien, sowohl Fernsehen als auch Printmedien, sind aufgrund ihrer Themenwahl eher dazu geeignet, zur gleichmäßigen Wissensverbreitung beizutragen⁸⁸.

Daraus können folgende vier Schlußfolgerungen gezogen werden, die zur Modifikation der Erstfassung der Wissenskluft-Hypothese beitragen⁸⁹:

1. Ist das Thema von allgemeinem Interesse für eine Gemeinde, verteilt sich das Wissen wahrscheinlicher über die Grenzen der existierenden Bildungsniveaus hinweg⁹⁰.
2. Ist das Thema kontrovers, wird die Verteilung ebenfalls wahrscheinlicher.
3. Je heterogener die Gemeinde, dessen erschwerter ist der Ausgleich.
4. Läßt das öffentliche Interesse nach, können sich Wissenslücken schließen.

Schon an diesen Punkten wird ersichtlich, daß die Wissenskluft-Hypothese zumindest verbesserungsfähig ist. Gegenüber der Erstfassung verliert sie vor allem ihren sozialkritischen Anstrich⁹¹. Sie eignet sich jedoch gut dazu, in bestehende Konzepte integriert zu werden, so zum Beispiel in den Nutzenansatz beziehungsweise den »uses-and-gratifications-approach«⁹².

⁸⁵ SAXER/WISSENSKLUFT: S. 133; BONFADELLI/WISSENSKLUFT-KONZEPTION: S. 71

⁸⁶ SAXER/WISSENSKLUFT: S. 129

⁸⁷ SAXER/WISSENSKLUFT: S. 133/134

⁸⁸ SAXER/WISSENSKLUFT: S. 135

⁸⁹ Vgl. SAXER/WISSENSKLUFT: S. 136

⁹⁰ Vgl. DONSBACH/SELEKTIVE ZUWENDUNG: S. 395

⁹¹ Zur Bejahung der sozialkritischen Implikationen der Wissensklufthypothese siehe SCHULZ/POLITISCHE KOMPETENZ: S. 105ff.

⁹² SAXER/WISSENSKLUFT: S. 131/141

3.3 Ergebnisse

Bisher haben wir lediglich versucht, einige der existierender Massenkommunikations- und Medienwirkungstheorien, -ansätze und -hypothesen zu beschreiben. Hinzu kamen die möglichen Angriffspunkte, die sich dabei bieten. Es wird bereits aus dem Wenigen deutlich, daß monokausale Annahmen einer Direktwirkung eigentlich verworfen werden müssen als alleinige Erklärungsmuster der Medienwirkungen⁹³. Man würde jedoch auch über das Ziel hinausschießen, vollständig auf das S-R-Schema zu verzichten, denn andere Wirkungsansätze haben oftmals das Problem, die Zuwendung zum Medium zu erklären, wenn nicht eine Initialzündung entsprechend dem S-R-Ansatz angenommen wird. Ob Karsten Renckstorff wirklich recht hat, wenn er behauptet, daß die Massenkommunikations- und Medienwirkungsforschung über jenes Stadium hinaus ist, daß er selbst mit dem Zitat

„... some kinds of communication on some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people under some kinds of conditions have some kinds of effect ...“

kennzeichnet⁹⁴, steht noch in Frage. Versucht man im Überblick die gerade beschriebenen Massenkommunikations- und Medienwirkungsansätze zu betrachten, dann wird man eher verwirrt sein. Denn letztlich widersprechen sich die Ansätze in der Postulierung von Wirkungsmechanismen und die Vertreter eines bestimmten Ansatzes sind meist souverän genug, die jeweilige Kritik selbst mitzuliefern. So muß immer festgestellt werden, daß beinahe zu jeder Theorie sowohl Untersuchungen vorliegen, deren Ergebnisse jene stützt, aber genauso eben auch widerlegende Ergebnisse. Dies, so denken wir, wird an der obigen Aufstellung deutlich. Schönbach liefert eher unfreiwillig einen weiteren Grund zur skeptischen Einstellung gegenüber der Medienwirkungsforschung, wenn er schreibt⁹⁵:

„Daß es nämlich kaum wirklich bedeutsame Medienwirkungen gibt, darin waren sich die meisten Medienwissenschaftler ein Vierteljahrhundert lang (etwa von 1945 bis 1970) einig. In dieser Epoche hatte eine Phase heilsamer Bescheidenheit die

⁹³ Entsprechend dem weiter oben Gesagten bleibt die Annahme kausaler Zusammenhänge zwischen Medien und Rezipienten, wenn nun auch nicht mehr monokausal, weiterhin konstitutiv für die Medienwirkungsforschung. Unseres Erachtens machen dabei auch Nutzenansatz und »uses-and-gratification-approach« keinen Unterschied.

⁹⁴ Zitiert nach RENCKSTORFF/TWO-STEP-FLOW: S. 40

⁹⁵ SCHÖNBACH/ERTRÄGE: S. 98

Dramatisierung von Medieneffekten in den zwanziger und dreißiger Jahren abgelöst. Heute jedoch steht die Mehrheit der Kommunikationswissenschaftler auf dem Standpunkt, die meisten Medienwirkungen seien zwar in der Tat eher unspektakulär, deshalb aber nicht weniger bedeutsam, nicht weniger gefährlich.“

Angesichts dieser Perspektive und dem offensichtlich häufigen Wechsel⁹⁶ der Meinungen kann man versucht sein, es bei jenem fast schon fatalistischen Zitat zu belassen. Das jedoch würde dem Gegenstand nicht gerecht werden. Selbst wenn die Wirkungen der (Massen-)Medien bisher vielleicht überschätzt wurden – und auch dies ist nicht sicher – dann bleibt nach wie vor die Feststellung, daß in den westlichen Industrieländern der Konsum von Massenmedien zum wichtigen Bestandteil des Lebens beinahe aller Menschen geworden ist; Bonfadelli spricht beispielsweise von nur 5% der Schweizer Bevölkerung, die das Fernsehen nicht regelmäßig nutzt⁹⁷. Medien sind integraler, unabweisbarer Bestandteil unserer Umwelt geworden. Somit wäre es wirklich fatal, es bei obiger Feststellung zu belassen. Deshalb soll nun versucht werden, die divergenten Ergebnisse zu sichten und die wichtigsten Befunde aufzuzeigen – immer unter der Berücksichtigung der Unsicherheit der zugrunde liegenden Ansätze und Theorien.

Der einfache S-R-Ansatz kann – wie schon mehrfach bemerkt – nur in Situationen benutzt werden, wo es um Aufmerksamkeitserzeugung geht, also darum, die Bereitschaft der Rezipienten zu wecken, auf Medien und deren Inhalte zu reagieren. Die Notwendigkeit dazu scheint jedoch nur äußerst selten vorzuliegen, da Medien und ihre Botschaften integraler Bestandteil unserer Umwelt sind und wir sie in den meisten Lebensumständen so auch erleben. Es ist sicher richtig, daß die Zuwendung zum Medium der Befriedigung vorhandener Bedürfnisse entgegenkommt. Dabei muß allerdings deutlich darauf hingewiesen werden, daß nicht unterstellt werden darf, daß sich die Rezipienten immer oder auch nur in der Regel über

⁹⁶ Vielleicht hat der Wechsel der Meinungen auch nur etwas damit zu tun, daß der Gegenstand der Forschung von den Medienwissenschaftlern zu den Kommunikationswissenschaftlern gewechselt hat. Weniger ironisch kann jedoch die Einschätzung von Medienwirkungen als »gefährlich« gesehen werden. Denn um einer sachlichen Diskussion willen kann man vielleicht von »bedeutsamen« Medienwirkungen sprechen, aber nicht gleich von »gefährlichen«. Hiermit kommt eine Bewertung ins Spiel, die einen Standpunkt voraussetzt, der nur außerhalb der wissenschaftlichen Diskussion begründet werden kann. Nicht, daß dieser nicht notwendig wäre; trotzdem aber müßte er dann als solcher gekennzeichnet werden. (Gerechterweise muß bemerkt werden, daß Schönbach dies in der Folge auch tut).

⁹⁷ BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 155

ihre Motivationen für die Medienzuwendung bewußt sind und diese benennen (können). Der entscheidende theoretische Gewinn der neueren Forschung ist wohl gerade darin zu suchen, Medien nicht mehr als gesondertes Phänomen in unserer Umwelt zu betrachten. Sie sind Bestandteil unserer sozialen Systeme und Gegenstand sozialen Handelns. Die Aufhebung der Sonderstellung kann durchaus dazu führen, daß Medien weniger ideologiebefrachtet gesehen werden können. Dies täte der Diskussion nur gut.

Aber weiter im Text. Medienkonsumenten sind nicht nur passive Empfänger, sondern wählen aktiv aus dem vorhandenen Angebot aus. Dies tun sie anhand eigener Präferenzen, die ihnen nicht notwendigerweise bewußt sind. Somit stellt sich nun zunächst die Frage, woher jene Präferenzen, Bedürfnisse oder Wünsche kommen. Als Bestandteil unserer (sozialen) Umwelt betrachtet, können Medien und deren Inhalte wie andere Gegenstände durch und für die sozial Handelnden Bedeutung bekommen, Materialisierungen bestehender und akzeptierter Werte sein, Orientierung geben, Informationen liefern, Hilfe für die Problemlösung sein. Im Rahmen der Theorie der symbolischen Interaktion, die im Nutzen- und im dynamisch-transaktionalen Ansatz eine wichtige Rolle spielt, kann das Zustandekommen dieser Funktionen gut erklärt werden. Allerdings muß darauf hingewiesen werden, daß der Möglichkeit der Interpretation der Gegenstände unserer Umwelt Grenzen gesetzt sind. Sie lassen sich – und das gilt sicherlich auch für Medien und ihre Inhalte – nicht beliebig uminterpretieren. Geht man davon aus, daß ein Kommunikationsakt, sei er interpersonal oder massenkommunikativ, Intentionen auf Seiten der Beteiligten beinhaltet, ja voraussetzt, werden jene auf der Seite des Senders versuchen, die Grenzen der Interpretationsmöglichkeit ihrer Botschaften möglichst eng zu halten. Massenmedien mit ihren immensen Ressourcen, also Man-Power, Kapital, Technik und Know-How, setzen diese Ressourcen natürlich ein, um ihre Ziele zu erreichen. Da die Massenmedien, inzwischen bis zu einem gewissen Grad auch die öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunk- und Fernsehsender, ökonomischen Zwängen unterworfen sind, müssen sie dafür sorgen, daß die Kommunikation nicht abreißt. Direkter ausgedrückt: Die Veranstalter massenmedialer Kommunikation müssen ihr Produkt verkaufen⁹⁸. Entsprechend gibt es Rückkopplungseffekte in dem Sinne, daß Medienmacher die (vermuteten) Wünsche ihres Publikums aufnehmen⁹⁹. Allerdings sollte man dies nicht überbewerten. Auf mögliche

⁹⁸ Vgl. KÜNZLI/KÖNNEN: S. 280; SPINNER/GESCHÄFTSBEDINGUNGEN: S. 158ff.

⁹⁹ Für einige Beispiele siehe MEYN/MASSEN MEDIEN: S. 182/183

(indirekte) Wirkungen der Massenkommunikation auf die Medien selbst werden wir später noch eingehen.

Schon in den erweiterten Wirkungsansätzen wurde das Konzept der intervenierenden Variablen benutzt. Verbunden mit rezipienten-orientierten Ansätzen wie Nutzen- und dynamisch-transaktionalen Ansatz und Kultivierungshypothese scheint ein Konzept gefunden worden zu sein, mit dem retrospektiv Wirkungen massenmedialer Kommunikation beschrieben und möglicherweise auch für die Zukunft prognostiziert werden können. Bezüglich der häufig sehr emotional und beinahe schon hysterisch geführten Diskussion um Medienwirkungen – insbesondere um die möglichen Folgen der Gewaltdarstellungen in den Medien – sind die dabei gewonnenen Erkenntnisse eher beruhigend, für manche wahrscheinlich sogar ernüchternd¹⁰⁰. Die Ergebnisse der Studien, die auf solcherart kombinierte Theoriegebäude aufbauen, zeigen deutlich, daß Medien Wirkungen haben, diese jedoch zum einen Einstellungen und Verhalten der Rezipienten nur zu einem geringen Teil erklären können und zum anderen, daß Medienwirkungen nur überhaupt möglich sind, wenn die Randbedingungen entsprechend gegeben sind. Gerade für die Gewaltdiskussion muß bemerkt werden, daß der Konsum von Gewaltdarstellungen in den Medien nur dann signifikant mit Einstellungs- und Verhaltensänderungen korreliert, wenn das soziale Umfeld der untersuchten Rezipienten bestimmte Charakteristiken aufwies. So haben die klassischen soziodemographischen Variablen Alter¹⁰¹, Geschlecht¹⁰², Bildung¹⁰³ und Beruf¹⁰⁴ Einfluß,

¹⁰⁰ Es gibt aber auch Stimmen, die beinahe emphatisch von den gesicherten Erträgen der Medienwirkungsforschung sprechen (z. B. SCHÖNBACH/ERTRÄGE: S. 98/102).

¹⁰¹ 75% der Täter ausländischer Straftaten sind jünger als 18 Jahre, 90% jünger als 25 Jahre (Erhebungszeitraum Januar 1991 bis April 1992, Fallzahl 1.398, siehe dazu ausführlich, auch für die folgenden Anmerkungen, WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 105ff.).

¹⁰² Anteil an den 1.398 Straftaten: 3,7% Frauen; 96,3% Männer (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 112).

¹⁰³ Folgende Zahlen müssen mit Vorsicht betrachtet werden, da hohe Zahl von missing values (37% von 1.398 Fällen). Trotzdem deutet sich eine gewisse Tendenz dahin an, daß ein Gutteil der fremdenfeindlichen Gewalttaten von Jugendlichen mit geringem bis mittlerem formalem Bildungsniveau verübt werden (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 116):

- kein Abschluß: 12,2%
- Sonderschule: 4,0%
- Hauptschule: 62,3%
- Mittlere Reife: 20,1%

aber auch die unmittelbare Umwelt¹⁰⁵, beziehungsweise ihre Wahrnehmung. Benachteiligungen durch mangelnde Bildung, problematische Familienverhältnisse¹⁰⁶,

- Abitur: 1,4%
- Hochschule: 0,1%

Im Gegensatz dazu steht allerdings das Stimmungsbild von Heribert Prantl, der aus seiner Post zitiert und dabei feststellt, daß ein nicht unerheblicher Teil der diffamierenden Schreiben von gebildeten Menschen stammt (PRANTL/SCHNITTCHEN: S. 70).

¹⁰⁴ Auch hier liegt wieder ein hohe Zahl von missing values (53% von 1.398 Fällen) vor, schon deshalb, weil viele der jugendlichen Täter noch die Schule besuchten. Möglicherweise deuten die Zahlen aber an, daß die Gruppe der Ungelernten und Facharbeiter aufgrund ihrer vermeintlich oder tatsächlich stärkeren Konkurrenzsituation um Arbeitsplätze verstärkt zu fremdenfeindlichen Taten neigen (WILLEMS ET AL/FREMDENFEINDLICHE GEWALT: S. 122):

- ungelernete/r Arbeiter(in): 29,9%
- Facharbeiter(in): 63,7%
- Angestellter: 4,7%
- Beamte/Beamtin: 0,8%
- Selbstständige/r: 0,9%

¹⁰⁵ Erstaunlich ist, daß rechte und fremdenfeindliche Gewalt weniger ein Phänomen der Großstadt ist (WILLEMS ET AL/FREMDENFEINDLICHE GEWALT: S. 138):

- Großstadt (> 100.000 Einwohner): 22,3%
- Mittelstadt (50.000-100.000 E.): 18,0%
- Kleinstadt (10.000-50.000 E.): 39,2%
- Ländliche Gemeinde: 20,5%

Die Rede vom Extremismus-Tourismus ist nach den Zahlen von Willems et al nicht zu halten (WILLEMS ET AL/FREMDENFEINDLICHE GEWALT: S. 137). Die Herkunft der Tatverdächtigen – bezogen auf den Tatort ist wie folgt gegeben:

- unmittelbare Nachbarschaft: 11,5%
- gleicher Stadtteil: 11,4%
- gleiche Stadt: 47,3%
- Nachbargemeinde: 23,2%
- entfernte Stadt: 6,5%

¹⁰⁶ Dies ist allerdings ein Indikator, der wohl überschätzt wird: Nur 20% der Täter obiger Studie kommen aus geschiedenen Ehen, diese Zahl liegt nicht wesentlich höher als beim Bevölkerungsdurchschnitt. Gleichfalls gibt es keine eindeutigen Erkenntnisse darüber, daß die Mehrzahl der untersuchten Fälle auf anderweitig zerrüttete Familienverhältnisse zurückzuführen seien (WILLEM ET AL/FREMDENFEINDLICHE GEWALT: S. 124/162ff.).

materielle Schwierigkeiten, soziale Spannungen in der Umwelt, beispielsweise hohe reale Gewalttätigkeit¹⁰⁷ und Kriminalitätsraten, haben deutlich stärkeren Einfluß auf die Einstellungen und das Verhalten bezüglich Gewalt. Außerdem begünstigen sie Einstellungs- und Verhaltensänderungen im Zusammenwirken mit Medien. Interessant ist, daß auf der Seite der ideologisch linksgerichteten Szene postmaterialistische Grundhaltungen mit erhöhter Gewaltbereitschaft einher gehen kann¹⁰⁸. Die Diskussion um Massenkommunikation und Medienwirkungen ist also dann weitgehend verfehlt, wenn sie sich ausschließlich auf die Medien beschränkt und die übrigen sozialen Bedingungen nicht thematisiert.

3.3.1 Nutzungsverhalten

Versuchen wir nun eine etwas systematischere Zusammenfassung der in der Massenkommunikations- und Medienwirkungsforschung vorliegenden Ergebnisse. Dabei soll zunächst das Nutzungsverhalten der Rezipienten thematisiert werden. Die (analytische) Trennung zwischen Nutzung und möglicher Wirkung scheint notwendig, erstens weil die

¹⁰⁷ Hier wären mehrere Indikatoren aufzuzählen, die für eine erhöhte Tat- und Gewaltbereitschaft sprechen können. In den 1.398 Fällen konnten folgende Größen erhoben werden. Die Gruppenzugehörigkeit und die Gruppentäterschaft weist auffällige Parallelen zu den oben geschilderten Nutzungsgewohnheiten von Horror- und Gewaltvideos auf. Damit soll nicht ausgedrückt werden, daß Horrorfans fremdenfeindliche Gewalttäter werden, sondern daß möglicherweise ähnliche Motive vorliegen, nämlich der Wunsch nach Gruppenzugehörigkeit, Bestätigung, Zusammengehörigkeitsgefühl, Beweis des eigenen Mutes:

1. Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 125/126):
 - Rechtsextreme Gruppe: 25,2%
 - Skinheadgruppe: 37,9%
 - Fremdenfeindliche Gruppe: 19,1%
 - Sonstige Gruppe: 9,8%
2. Kriminelle Vorbelastung der Täter (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 131):
 - Bereits verurteilt: 30,1% (Politisch: 6,2%; Sonstige: 23,9%)
 - Vorerkenntnisse der Polizei: 65,2% (Politisch: 18,1%; Sonstige: 47,1%)
3. Gruppen- oder Einzeltäter (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 135):
 - Gruppentäter: 93,8%
 - Einzeltäter: 6,2%
4. Tat organisiert oder nicht (WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 136):
 - Nicht-organisiert: 93,9%
 - Organisiert: 6,1%

¹⁰⁸ WILLEM ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 74

meisten Studien einer der beiden Seiten zuzuordnen sind und zweitens, weil ansonsten die verschiedenen Ergebnisse überhaupt nicht mehr zu ordnen wären. Bei der Betrachtung des Nutzungsverhaltens wird besonders deutlich, daß die Rezipienten den Medien nicht hilflos ausgeliefert sind, wie dies noch im S-R-Ansatz gedacht wurde. Folgendes, etwas längere Zitat von Uwe Hasebrink macht dies sehr deutlich¹⁰⁹:

„Die Nutzung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen ist zunächst als selektives Zuwendungsverhalten anzusehen. Ob überhaupt und, wenn ja, wie oft, wie lange, zu welchen Zeiten und mit wem ferngesehen wird und welche Sendungen und Angebotstypen dabei ausgewählt werden, steht relativ weitgehend im Ermessen der Zuschauer, für die das Fernsehen ein Mittel ist, die für sie erfahrbaren Umweltreize nach ihren Interessen und Bedürfnissen zu gestalten.“

Zwar muß einschränkend bemerkt werden, daß sich Hasebrink hier nur mit dem Fernsehen als einem der Massenmedien beschäftigt, allerdings scheint diese Einschränkung insofern als legitim und für unsere Betrachtungen nicht hinderlich, weil die Diskussion um Gewaltdarstellungen-in-den-Medien vor allem bezüglich dem Fernsehen geführt wird. Aus obigem Zitat wird allerdings auch deutlich, daß es bei der Betrachtung der Nutzungsgewohnheiten der Rezipienten wichtig ist, den Kontext der Nutzung zu berücksichtigen. Renckstorf weist zurecht darauf hin, daß eine bloße Messung der Nutzungsdauer, vielleicht noch differenziert nach Genrearten, dem Phänomen des Medienkonsums nicht gerecht werden kann. Die ausschließlich verhaltensorientierte Medienwirkungsforschung verfehlt den Gegenstand ihrer Forschung, weil sie nicht berücksichtigen kann, daß Medienrezipienten Handelnde sind, mit eigenen Zielen und Zwecken¹¹⁰.

Zuschauer unterscheiden sich beziehungsweise können unterschieden werden hinsichtlich¹¹¹

- *Zuwendungsverhalten*: Häufigkeit und Dauer der Nutzung, Verteilung auf Wochentage und Tageszeit,
- *Soziale Konstellation beim Fernsehen*: Fernsehnutzung allein oder gemeinsam mit anderen Haushaltsmitgliedern oder Gästen,

¹⁰⁹ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 206

¹¹⁰ RENCKSTORF/ERTRÄGE: S. 132ff.

¹¹¹ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 207

- *Kanalnutzung*: Zahl der Kanäle, die genutzt werden, Häufigkeit des Umschaltens, Vorlieben für bestimmte Kanäle,
- *Genrenutzung*: Vorlieben für bestimmte Sendungsformen und Inhalte und schließlich
- die *Rezeption bzw. Interpretation* der ausgewählten Sendungen und Sendungsstücke.

Hasebrink betont selbst, daß eine gesonderte Betrachtung der einzelnen Punkte dem komplexen Verhalten »Mediennutzung« nicht gerecht wird. Weiterhin soll der letzte Punkt in der obigen Aufzählung hier keine Rolle spielen, weil damit die Bereich des Nutzungsverhaltens bereits verlassen wird¹¹². In den Abschnitten über die Interpretation von Gewaltdarstellungen werden wir auf diese Thematik zurückkommen.

3.3.1.1 Nutzung action- und gewaltorientierter Sendungen

Warum wird Gewalt in den Medien angeboten und warum nutzen die Rezipienten diese Angebote? Auf diese Frage könnte man vielfältige Antworten geben. Es scheint allerdings so zu sein, daß die verschiedenen möglichen Antworten eine unterschiedliche Plausibilität haben. Nach Hasebrink kann die pauschale Antwort auf den ersten Teil der obigen Frage nicht heißen, daß Gewalt ein sicheres Mittel zu Steigerung der Einschaltquoten ist¹¹³. Es gibt für diese Aussage in dieser Form keine empirischen Belege. Einerseits liegt dies darin begründet, daß nur sehr wenige Studien die Frage überhaupt untersuchen – angesichts der Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien sehr verwunderlich. Andererseits sind die wenigen dazu vorliegenden Studien nicht sehr aussagekräftig, sondern zeigen „vielmehr, wie schwierig es ist, die wirklich relevanten Forschungsfragen zu stellen und für diese ein angemessenes Untersuchungsdesign zu entwickeln.“¹¹⁴.

Eine weitere Teilfrage wäre nun, ob sich feststellen läßt, daß bestimmte Personen bestimmte Sendungen bevorzugen und über längere Zeiträume hinweg konsumieren. Hasebrink kommt hier zu positiven Ergebnissen, die weiter aufgeschlüsselt werden:

1. Zunächst kann festgestellt werden, daß soziodemographische Variablen einen gewissen Einfluß auf das Nutzungsverhalten haben. So zeigt sich, daß Jugendliche Gewalt- und Horrorvideos verstärkt konsumieren. Begründet wird dies mit dem Versuch der

¹¹² HASEBRINK/NUTZUNG: S. 208

¹¹³ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 196ff; VGL GROEBEL/ERLEBNISSE: S. 353.

¹¹⁴ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 196

Abgrenzung zur Erwachsenenwelt, speziell gegenüber den Eltern. Außerdem bietet der Konsum derartiger Medien in der Gruppe die Möglichkeit, sich in dieser als mutig zu erweisen¹¹⁵. Männliche Jugendliche zeigen hier höheren Konsum als gleichaltrige Mädchen. Dies wird mit den verschiedenen Rollendefinitionen für Jungen und Mädchen erklärt. Außerdem wird Gewalt von den Geschlechtern verschieden definiert und erlebt. Die Schwelle, ab der Handlungen als gewalttätig eingeschätzt wird, ist bei Männern höher¹¹⁶ (siehe auch unter »Interpretation der Gewaltdarstellungen«).

Die Nutzung entsprechender Inhalte scheint auch bei Erwachsenen unter Männern häufiger zu sein. Eine weitere soziodemographische Einflußgröße ist der Wohnort. Wenn die jeweilige Wohnumwelt bereits selbst durch ein erhöhtes Gewalt- und Kriminalitätsaufkommen belastet ist, so gibt es eine positive Korrelation zum erhöhten Konsum von Gewaltdarstellungen. Dies deckt sich mit den Ergebnissen Bonfadellis¹¹⁷.

Hasebrink weist allerdings ausdrücklich darauf hin, daß die Signifikanz des Einflusses soziodemographischer Variablen eher wenig eindeutig ist, da das übliche Raster aus Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen zu grob ist und die feinen Unterschiede verdeckt¹¹⁸.

2. Die soziodemographischen Größen haben zwar Einfluß auf das Medienverhalten, allerdings scheinen sie nicht alleine dieses erklären zu können. Aus diesem Grund richtet sich das Interesse auch auf Merkmale der einzelnen Individuen, also Persönlichkeitsmerkmale. Haben bestimmte Charaktereigenschaften Einfluß auf das Medienverhalten? So könnte man beispielsweise vermuten, daß Menschen mit aggressiven Verhaltensmustern auch verstärkt Gewaltdarstellungen in den Medien konsumieren. Es liegen tatsächlich entsprechende Ergebnisse vor¹¹⁹, allerdings muß bemerkt werden, daß auch der umgekehrte Fall gefunden werden kann, also Aggressivität nach dem Konsum gewalthaltiger Medieninhalte¹²⁰. Es stellt sich jedoch im letzteren Fall die Frage, inwieweit hier noch von dauerhaften Persönlichkeitsmerkmalen gesprochen werden kann.

¹¹⁵ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 198/199; MIKOS/FASZINATION: S. 180ff.

¹¹⁶ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 199

¹¹⁷ BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: S. 168

¹¹⁸ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 199

¹¹⁹ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 199; GROEBEL/ERLEBNISSE: S. 355

¹²⁰ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 200

Eine weitere Disposition, die zu einem bestimmten Medienverhalten führen kann, ist die Tendenz, nach starken Umweltreizen zu suchen, um sie dafür zu nutzen, eine Steigerung der eigenen Erregung herbeizuführen¹²¹. So kann der Konsum von Gewalt- und Horrorfilmen erklärt werden mit dem Wunsch, intensive Angstgefühle erleben zu wollen, die so in der Wirklichkeit nicht mehr zu erleben sind. Es zeigen sich in Bezug auf Medien- und realem Verhalten Korrelationen zwischen der Risikosuche im Medienkonsum und in der Realität.

3. Somit kann festgehalten werden, daß es zwar Einflüsse durch soziodemographische Variablen und Dispositionen der Rezipienten gibt, daß diese jedoch längst nicht die Größen erreichen, die es erlauben würden, damit das Medienverhalten erschöpfend zu erklären. Wenn es also nicht eher feststehende Gründe sind, die den Einzelnen dazu bewegen, bestimmte Inhalte der Medien zu konsumieren, dann kann immerhin noch gefragt werden, ob es in der jeweils gegebenen Situation Gründe für das Medienverhalten gibt, ob damit beispielsweise Bedürfnisse gestillt werden und damit ein Nutzen aus der Medienrezeption entspringt. Hier sind die Stichworte Nutzenansatz und »uses-and-gratification-approach«. Allerdings – dies wurde ja schon in der Beschreibung der Ansätze weiter oben bemerkt – ist es nicht einfach, den Nutzen zu messen¹²². Es läßt sich aber trotzdem zeigen, daß unterschiedliche Publikumsgruppen bestimmte Medieninhalte konsumieren und dabei ihren Nutzen finden¹²³. Damit ist immerhin festgestellt, daß es eine Wahl der Rezipienten gibt und daß diese auch erfolgt.
4. Die Frage nach gezielter Auswahl bestimmter Medieninhalte kann soweit vorangetrieben werden, daß man „den momentanen Stimmungen und Gefühlen und dem jeweiligen Erregungszustand einen wesentlichen Stellenwert bei der Auswahl von Fernsehangeboten“¹²⁴ zubilligt. Es läßt sich nämlich tatsächlich zeigen, „daß bei

¹²¹ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 200/201

¹²² HASEBRINK/NUTZUNG: S. 203

¹²³ Groebel zählt vier Dimensionen auf (GROEBEL/ERLEBNISSE: S. 355):

- Risiko, Gefahr und Abenteuer
- neuartige und ungewöhnliche Erlebnisse im sozialen Bereich
- Vermeidung von Langeweile
- Sinnlichkeit

¹²⁴ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 204

physiologischer Untererregung aktivierende, häufig aggressiv-actionbezogene Inhalte gesucht werden.“¹²⁵. Entsprechende Sendungen werden als aufregend, anregend empfunden.

5. Aus dem gerade Gesagten entsteht jedoch die Frage, warum Menschen beim Konsum von Medieninhalten in Kauf nehmen, ja geradezu bewußt herbeiführen, daß sie Angst haben, daß sie in starke Erregungszustände geraten¹²⁶. Denn im täglichen Leben vermeiden die meisten Menschen Risiko und meiden Situationen, die mit Angst verbunden sind. Für letzteren Fall ist dies leicht zu verstehen, denn solche Situationen sind durchaus auch mit der Gefahr verbunden, Schaden zu nehmen. Gleichzeitig jedoch führt solch ein Verhalten dazu, daß die Menschen kaum noch mit starken Empfindungen in Kontakt kommen und so eine Seite ihrer Gefühlswelt von ihrem Leben isoliert wird. Auf diese Weise entsteht zudem die Gefahr, daß auch positive Emotionen nicht mehr erlebt werden können. Medien und ihre Inhalte können dieses Defizit auffangen. Denn sie erlauben es, Angst ohne das üblicherweise dazugehörige Risiko intensiv erleben zu können. Dabei kann sich der jeweilige Rezipient voll auf seine Emotionen konzentrieren, da er sich in der Rolle eines nicht zur Handlung gezwungenen Zuschauers befindet. Der Kontext des Medienkonsums gibt ein Gefühl von Sicherheit¹²⁷. Fällt dieses Gefühl weg, kann die Angst nicht mehr in der beschriebenen Form erlebt werden und ist dann auch unangenehm¹²⁸.

¹²⁵ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 204; Vgl. dazu kritisch GROEBEL/ERLEBNISSE: S. 354

¹²⁶ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 204ff.

¹²⁷ Vgl. MIKOS/FASZINATION: S. 171ff.

¹²⁸ Dies läßt interessante Schlüsse in Bezug auf die Weiterentwicklung der Medien zu. Wenn »virtual reality« einmal einen so hohen Grad an Realität gewinnt, daß der Konsument nicht mehr das Gefühl hat, sich in einem sicheren Kontext zu befinden, dann könnte dies dazu führen, daß hier keine mit Angst belasteten Erlebnisse gesucht werden. Dies würde aber das Themen-Angebot der »virtual reality« deutlich einschränken und möglicherweise kommerziell wenig erfolgreich sein. So scheint es, daß der Realitätsgrad des Erlebniskontexts gar nicht besonders weit getrieben werden darf. Dies läßt sich auch schon daran ablesen, daß die psychische Belastung in Flugsimulatoren für die Pilotenausbildung sehr hoch ist und von den Benutzern nicht unbedingt als angenehm empfunden wird. Es ist kaum zu erwarten, daß sich Menschen in großer Zahl solchem Streß freiwillig und gegen Bezahlung aussetzen wollen. Die Fans von Risikosportarten oder anderer extrem risikoreicher Freizeitbeschäftigungen können hier nicht als Kronzeugen genannt werden, da diese nur eine kleine Zahl umfassen.

6. Einen scheinbar auf einer ganz anderen Ebene liegenden Aspekt hebt Mikos heraus. Generell, also losgelöst von der Gewaltfrage, bietet der Konsum von Medieninhalten die Gelegenheit, als Experte auftreten zu können. Vor allem für Jugendliche ist es wichtig, in der Gruppe über die Machart eines Films, über Hintergründe, über die verwendeten Techniken und ähnliches Bescheid zu wissen. Hinzu kommt eine Form der Kennerschaft, die darauf aus ist, in Filmen Zitate aus anderen Filmen oder Bezüge zu außerhalb des Films liegenden Ereignissen zu entdecken. Medienkonsum wird damit zunächst einmal zum Bestandteil eines Hobbys; es gibt dann auch hier Anfänger, Fortgeschrittene, Experten. Grundsätzlich, losgelöst von den Inhalten, kann also aus dem Medienkonsum Nutzen für den Konsumenten erwachsen. Damit wäre zumindest ein weiterer Grund für die Zuwendung zu Medien genannt.
7. Daran anknüpfend ist zu bemerken, daß es eigentlich nicht verwunderlich sein kann, daß gerade die visuellen Medien (vermeintlich) besonders gewalthaltig sind. Medienkonsum soll ja eben nicht die bloße Reproduktion des Alltags sein; kaum jemand würde solcher Art Inhalte sehen wollen; Außergewöhnliches, Außeralltägliches soll es sein. Durch das Medium kann der Rezipient Verhaltensmuster erleben, die in der Alltäglichkeit weder zu erleben sind, noch erlebt werden wollen. Einerseits ist der Medienkonsum – wie schon bemerkt – ein Ersatz für nicht selbst mehr erlebte Ereignisse und den davon induzierten Emotionen, andererseits können auf diesem Weg neue Verhaltensmuster kennengelernt und bewertet werden, die in der Realität mit Tabus oder Strafen belegt sind. Gleichzeitig können auf diesem Wege Deeskalationsstrategien erfahren werden, die nur durch die Überspitzung in der fiktiven Situation überhaupt Aufmerksamkeit gewinnen¹²⁹.

¹²⁹ Allerdings muß bemerkt werden, daß hier nur von »kann« die Rede ist. Einer verkappten Katharsistheorie möchte ich hier nicht das Wort reden. Jedoch ist nur natürlich, daß in die Medieninhalte die Werte, Normen, Einstellungen, Ideologien der Medienmacher auf die eine oder andere Weise einfließen. Ob dies bewußt betrieben wird, also explizit ein bestimmter Wertekanon vertreten wird, oder implizit, beispielsweise durch die Wahl der Stilmittel, scheint mir zunächst nicht so entscheidend. Wichtig ist, daß Medieninhalte nur »funktionieren«, wenn sie auf von Machern und Konsumenten zumindest partiell geteilten »Weltsichten« aufbauen.

Im übrigen scheint mir an diesem Punkt die Notwendigkeit der Unterscheidung von fiktionaler und faktionaler Gewaltdarstellung sehr wichtig. Gleichgültig, welche Strategien zur Lösung von Konflikten angeboten werden, bieten Filme diese immerhin an. Nachrichten und Informationssendungen leisten dies nur höchst selten, können es auch nicht leisten. Vielleicht liegt hierin ein Grund für das Gefühl von Ohnmacht

8. Zu Ende gedacht, ist die sehr weitgehende Interpretation von gerade action- und gewalthaltigen Filmen als »narrativen Rahmen«¹³⁰ für die realen Probleme und Schwierigkeiten Heranwachsender nur folgerichtig. Medieninhalte erlauben die Identifikation der eigenen Person mit allen gegebenen Problemen mit den Helden der Erzählung. Deren Handeln kann dann als Muster für eigene mögliche Handlungen interpretiert werden. In dieses Erklärungsmuster würden dann auch sehr gut die zahlreichen »soap operas« mit meist jugendlichen Protagonisten passen. Gerade in solchen Serien werden mögliche Wirklichkeiten von Jugendlichen aufgebaut, Probleme aufgezeigt und teilweise auch einer – oft auch, im engen Sinne, gewaltfreien – Lösung zugeführt. Sie bieten den Rezipienten damit die Gelegenheit zum »Probehandeln«¹³¹.

Es mag manchen enttäuschen, aber ein klares Muster bezüglich den Gründen beziehungsweise Motiven für die Nutzung von Medien im allgemeinen und von action- und gewalthaltigen Medieninhalten im speziellen läßt sich weder finden noch gar darstellen. Medien sind, als Untersuchungsgegenstand der Medienwirkungs- und Massenkommunikationsforschung, immer die Medien des westlichen Kulturkreises. Hier ist die Individualisierung der Gesellschaft jedoch schon so weit fortgeschritten, daß es schwer sein wird, soziologische Erklärungen für ein entscheidend auch individuelles Verhalten zu finden. Wenn die Ergebnisse oftmals auch nicht generalisierbar sind, so erlauben sie doch Rückschlüsse auf die Rezipienten der verschiedenen Medien und Medieninhalte. Gerade bezüglich der Interpretation der Medien, im Rahmen unserer Fragestellung der Gewaltdarstellungen in den Medien, gibt es Ergebnisse, die zur Kenntnis genommen werden müssen, sowohl von jenen, die Medienwirkungen unterstellen, als auch von jenen, die sie bestreiten.

3.3.2 Interpretation der Gewaltdarstellungen

Bevor überhaupt über die möglichen Wirkungen von Gewaltdarstellungen in den Medien gesprochen werden kann, muß darüber nachgedacht werden, wie diese überhaupt bei den Rezipienten ankommen. Es wäre zu einfach, entsprechend des S-R-Ansatzes behaupten zu

vieler Menschen gegenüber realen Problemen, vielleicht auch der Grund, warum die in den fiktionalen Medien angebotenen Gewalt-»lösungen« tatsächlich auch angewendet werden.

¹³⁰ MIKOS/FASZINATION: S. 176

¹³¹ MIKOS/FASZINATION: S. 177

wollen, der Konsum von Gewalt in den Medien führt unmittelbar zu Gewalthandlungen. Dies ist, wie schon weiter oben bemerkt, zwar sehr populär, trägt aber nichts zur Sache bei. Wir müssen davon ausgehen, daß die Darstellungen der Medien, genauso wie andere Erlebnisse, von Menschen entsprechend dem Kontext, in dem sie erlebt werden, aufgenommen, interpretiert, umgedeutet, mit vorhandenem Wissen abgeglichen und entsprechend vorhandener Meinungen, Einstellungen und Vorurteile aufgefaßt werden. Kurz gesagt: Was die Medien verbreiten, kommt vielfach gefiltert und verändert bei den Rezipienten an. Die Filterung und Veränderung findet einerseits während des Diffusionsprozesses statt, sofern dieser nicht direkt vom Sender zum eigentlichen Rezipienten verläuft, andererseits durch den Rezipienten selber während des Konsums und natürlich auch nachträglich durch eigene Reflektion und durch Kommunikation mit anderen über die rezipierten Medieninhalte. Der Verlauf dieser Prozesse ist nicht zuletzt von soziodemographischen Variablen abhängig, wie schon weiter oben bemerkt. Eine wichtige Variable ist das Alter: Kinder nehmen Gewalt anders wahr als Erwachsene. Aus diesem Grund wird in den beiden folgenden Abschnitten auch zwischen diesen Rezipientengruppen unterschieden. Ein weiterer Unterschied in der Aufnahme und Interpretation von Medieninhalten ist aufgrund der soziodemographischen Variablen des Geschlechts festzustellen. Wie schon weiter oben bemerkt, ordnen Frauen Handlungen viel eher in die Kategorie der Gewalt ein als dies Männer tun. Gleiches gilt auch für ältere Menschen. Hieran wird sehr deutlich, daß die einzelne Biographie stark in die Interpretation des Aufgenommenen einfließen kann. Für die Medienwirkungsforschung bringt dies natürlich Schwierigkeiten mit sich, da bei starkem Einfluß individueller Faktoren Aussagen über größere Gruppen schwerer zu treffen sind. Trotzdem soll in den beiden folgenden Abschnitten der Versuch unternommen werden, die vorliegenden Ergebnisse zusammenzufassen. Hierbei wird nur die Trennung zwischen Kindern beziehungsweise Jugendlichen und Erwachsenen getroffen. Dies scheint sich auch durch die Diskussion in der Öffentlichkeit rechtfertigen zu lassen, allerdings nicht als affirmative Bejahung vorhandener Klischees, sondern um zu untersuchen, ob eben jene Klischees überhaupt haltbar sind.

3.3.2.1 Kinder und Gewalt

Es wurde schon mehrfach darauf hingewiesen, daß es notwendig ist, bei der Beurteilung der Medienrezeption bezüglich verschiedener soziodemographischer Variablen zu differenzieren. Gerade das Alter ist hier ein entscheidender Einflußfaktor, allerdings auch das Geschlecht. Entsprechend werden wir nun versuchen, einen Überblick über die Faktoren, welche die

Interpretation von Medieninhalten beim Konsum durch Kinder und Jugendliche beeinflussen, zu geben.

1. Aufenanger¹³² betont, daß verschiedene Studien gezeigt haben, daß Kinder unterscheiden zwischen physischer und psychischer Gewalt, beziehungsweise, daß Kinder psychische Gewalt in Mediendarstellungen nicht wahrnehmen. Woran dies im Einzelnen liegt, kann hier nur spekuliert werden, allerdings liegt die Vermutung nahe, daß zur Erkennung psychischer Gewalt die spezifischen Verhaltensweisen, Zeichen, Symbole und Codes bekannt sein müssen. Dafür bedarf es einer gewissen Erfahrung, die Kinder in der Regel noch nicht haben (können). Entsprechend können sie psychische Gewalt als Inhalt von Medien (noch) nicht entschlüsseln. Physische Gewalt liegt offen, da die entsprechenden Handlungen eindeutig sind und bis zu einem bestimmten Grad bereits zum Erfahrungs- und Verhaltensrepertoire der Kinder gehören.
2. Mit steigendem Realitätsgehalt scheinen Gewaltdarstellungen in den Medien für Kinder und Jugendliche an Bedrohung zuzunehmen. So können Nachrichten und Informationssendungen, aber auch realitätsnahe Schilderungen von Familienstreitigkeiten Ängste und Bedrohungsgefühle auslösen¹³³. Dabei müssen die Darstellungen entsprechend unseres Gewaltbegriffs nicht einmal besonders gehaltvoll sein. Es reicht aus, daß die Darstellung mit der eigenen Situation identifiziert werden kann und im Rahmen dieser Identifikation die eigene Situation bedrohlich erscheinen läßt. Dafür sprechen auch die Ergebnisse, daß der Kontext des sicheren Zuschauers sehr wichtig für die Beurteilung und Akzeptanz von Gewaltdarstellungen ist.

Rein fiktionale Darstellungen und Gewaltdarstellungen bis zu einer bestimmten, jeweils individuellen Schwelle, werden als nicht gewalttätig aufgefaßt. Im Gegenteil wird dabei Gewalt als legitimes Stilmittel zur Erzeugung von Spannung akzeptiert, wenngleich die Beurteilung der Gewalt an sich negativ ausfällt. Kinder und Jugendliche scheinen hier zwischen der dargestellten Gewalt als Fiktion und damit als Unterhaltungsmöglichkeit und einer möglichen Gewalthandlung in der Realität in ihrer Bewertung deutlich zu

¹³² AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: S. 230ff.

¹³³ Z. B. HASEBRINK/NUTZUNG: S. 203; FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: S. 398

unterscheiden. Besonders negativ fällt die Bewertung von Gewalt aus, wenn die Betroffenen stark geschädigt werden¹³⁴.

3. Die Beurteilungen, ab wann Handlungen als gewalttätig oder nicht betrachtet werden, hängen vom Geschlecht der Rezipienten ab. Mädchen setzen die Schwelle für Gewalthandlungen niedriger als Jungen¹³⁵. Allerdings betont Aufenanger, daß die Möglichkeit der Identifikation mit bestimmten Handlungsträgern für Mädchen geringer ist, da die „Helden“ – dies umfaßt allerdings auch die „Bösen“ – der meisten Fernsehsendungen und Filme männlich sind. Im Gegenzug sind Mädchen und Frauen häufig passive Opfer. Dies muß bei der Beurteilung der Geschlechterrolle berücksichtigt werden. Einerseits könnte eine mögliche Identifikation zur höheren Akzeptanz von Gewalt bei Mädchen führen, andererseits wird mit dieser Konstellation von Geschlechterrollen ein bestimmtes Weltbild getragen¹³⁶.
4. Eine weitere Funktion des Medienkonsums, die auf die Interpretation der entsprechenden Inhalte wirken kann, sind die Orientierungsfunktion und die Möglichkeit der Identitätsfindung über die Medien¹³⁷. Damit soll gemeint sein, daß die Rezipienten die Möglichkeit haben, sich selbst an die Position der in der Darstellung Handelnden zu stellen. Dies setzt voraus, daß eine Möglichkeit zur Identifikation gegeben ist, daß also die Probleme, Schwierigkeiten und Konflikte der dargestellten Handelnden Ähnlichkeiten¹³⁸ mit den real gegebenen Situationen der Rezipienten haben. Dann allerdings können die Inhalte der Medien dazu genutzt werden, sich selbst in seiner Umwelt zu positionieren. Damit erfahren aber rein fiktionale Darstellungen eine Umdeutung, die sie zu Abbildungen von Realitätsausschnitten macht. Gerade aber bei Gewaltdarstellungen muß dies problematisch sein. Die Häufigkeit und Intensität der Mediengewalt überschreitet (zur Zeit zumindest) die der Realität für die meisten Menschen bei weitem¹³⁹. Wenn diese Mediengewalt im Zuge der angedeuteten Uminterpretation als Ausschnitt der Realität

¹³⁴ AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: S. 230ff.

¹³⁵ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 198/199

¹³⁶ AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: S. 232/233

¹³⁷ Vgl. MIKOS/FASZINATION: S. 171ff.

¹³⁸ Ähnlichkeit darf hier allerdings nicht als szenische Ähnlichkeit verstanden werden, sondern im Sinne von ähnlichen Problemkonstellationen.

¹³⁹ Vgl. SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15/16

betrachtet wird, dann kann daraus die Einstellung erwachsen, daß dieser Bedrohung nur durch eigene Gewaltbereitschaft beizukommen ist.

5. Eng damit verwandt ist die Möglichkeit des „virtuellen“ Probehandelns anhand der Darstellungen in den Medien¹⁴⁰. Medieninhalte machen es den Rezipienten möglich, sich in die Rolle der in der Darstellung Handelnden zu versetzen und deren Handlungen probeweise als eigene zu betrachten. Der Nutzen, der daraus entspringen kann, ist der zusätzliche Erfahrungsschatz von Handlungsoptionen, auch solcher, die in der Wirklichkeit kaum erlebt werden können (und auch nicht erlebt werden wollen). Diese Aneignung der Position des Handelnden kann allerdings dazu führen, daß die (Probe-)Handlung als tatsächliche Option zur Lösung von Problemen und Konflikten betrachtet wird und somit eine Uminterpretation zur geeigneten Problemlösungsstrategie erfährt.
6. Die Interpretation von Gewaltdarstellungen ist oftmals verknüpft mit dem Nutzungsverhalten in Gruppen. Action- und Horrovideos werden gerade von Jugendlichen sehr oft in Gruppen konsumiert. Verschiedene Aspekte werden hierbei wichtig:
 - Wissen: Die entsprechenden Medien werden nicht einfach passiv konsumiert, sondern es wird Wissen über die Filme und Sendungen gesammelt, beispielsweise über Schauspieler, Technik, Kosten, Bezüge zu anderen Filmen, etc.. Somit wird der Film oder die Sendung selbst zum Inhalt interpersonaler Kommunikation, wobei der ursprüngliche Inhalt, also auch die enthaltene Gewalt, in den Hintergrund rücken kann¹⁴¹.
 - Gruppenaktivität: Wie jede Gruppenaktivität kann das Konsumieren beispielsweise von Action- und Horrovideos beispielsweise um der Gruppenaktivität willen betrieben werden, auch dabei tritt der Inhalt in den Hintergrund.
 - Gruppenzugehörigkeit: Über den Umweg des Konsums entsprechender Medien und vielleicht auch noch der Kennerschaft der Interna kann Gruppenzugehörigkeit definiert sein. Somit wäre auch hier der Medienkonsum Mittel zum Zweck. So kann das

¹⁴⁰ Vgl. MIKOS/FASZINATION: S. 176/177

¹⁴¹ Vgl. MIKOS/FASZINATION: S. 178ff.

Anschauen von gewalttätigen Inhalten eine Mutprobe sein, bei der man beweist, daß man Herr seiner Ängste wird und die Darstellungen aushalten kann¹⁴².

- Erleben starker Emotionen: Wie schon weiter oben bemerkt, werden Medien genutzt, um starke Erregungszustände in einem sicheren Kontext erleben zu können.

Diese verschiedenen Gründe für die Nutzung bestimmter Medieninhalte verändern entscheidend die Interpretation des Dargestellten. Nicht mehr so wichtig ist dieses, sondern der Zweck, um dessen Willen die Nutzung stattfindet. Damit ist aber auch eine Problematik von Gewalt-in-den-Medien aufgezeigt: Es ist anzunehmen, daß der ursprüngliche Grund der Mediennutzung positiv betrachtet wird; die positive Bewertung kann dann auf diesem Umweg dazu führen, daß die Gewalt in den Darstellungen selbst positiv bewertet wird. Im Rahmen der Kultivierungshypothese oder der Theorie des sozialen Lernens könnte das dann zur prinzipiellen positiven Bewertung von Gewalt als Handlungsoption führen.

Wenn Medienkonsum die Möglichkeit der Orientierung, Identitätsfindung und des Probehandelns bieten soll und auch bietet, ist dies nur bei einer hinreichend starken Realitätsähnlichkeit möglich. Ähnlichkeit ist hier nicht als mehr oder minder genaue Abbildung gegebener Verhältnisse gemeint, sondern als „Möglichkeit, daß es sich so wie in der Darstellung verhalten könnte“. Wenn zugleich das Dargestellte den Anforderungen der spannenden Unterhaltung genügen soll und die Produzenten von Medien dazu in erster Linie action- und gewalthaltige Inhalte anbieten, ist die Gefahr offensichtlich, daß damit Meinungen über die Wirklichkeit induziert werden, die mit jener nur sehr wenig zu tun haben, so beispielsweise bei der Einschätzung der Kriminalitätsrate und -verteilung. Mehr dazu wird im Abschnitt »Sichtbarmachung und Sichtbarwerdung von Gewalt« und im Abschnitt »Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler« gesagt.

3.3.2.2 Erwachsene und Gewalt

Genauso, wie bei Kindern und Jugendlichen verschiedene Einflußfaktoren auf die Interpretation von Gewaltdarstellungen differenziert werden müssen, ist dies auch bei Erwachsenen notwendig. Gleichfalls wird hier die Wahrnehmung und Interpretation von Gewaltdarstellungen durch soziodemographische Variablen und Persönlichkeitsmerkmale beeinflusst.

¹⁴² Z. B. MIKOS/FASZINATION: S. 174; HASEBRINK/NUTZUNG: S. 198

1. Auch bei Erwachsenen wird Gewalt abhängig vom Geschlecht wahrgenommen und interpretiert. Männer nutzen stärker action- und gewalthaltige Inhalte, als dies Frauen tun. Gleichzeitig ist ihre Schwelle, ab der Handlungen als gewalttätig eingestuft werden, höher. Ihre Toleranz gegenüber bestimmten Handlungen ist damit höher¹⁴³.
2. Ebenso wie das Geschlecht spielt innerhalb der Gruppe der Erwachsenen noch einmal das Alter eine Rolle. Ältere Menschen beurteilen ebenso wie Frauen Handlungen früher als gewalttätig, als dies Männer und jüngere Menschen tun¹⁴⁴.

Der Einfluß von Geschlecht und Alter, auch bei Kindern, wird damit erklärt, daß das Wissen um die eigene soziale Stellung die Wahrnehmung und Interpretation von Handlungen als Gewalt beeinflusst. Frauen und ältere Menschen sehen sich stärker bedroht, weil sie zum einen (immer noch) eine schwächere Stellung in der Gesellschaft einnehmen, andererseits ihre tatsächliche Verletzbarkeit höher ist¹⁴⁵. Hinzu kommt, daß nach Aufenanger Gewalt in den Medien, wenn sie gegen Frauen gerichtet ist, oftmals weder eine Begründung bekommt, noch Gründe erkennbar sind und zudem vielfach für den Täter als folgenlos dargestellt wird¹⁴⁶. Dies kann dann zu der subjektiven Einschätzung höherer Bedrohtheit führen. Mehr dazu wird im Abschnitt »Sichtbarmachung und Sichtbarwerdung von Gewalt« und im Abschnitt »Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler« gesagt.

3. Ähnlich wie bei Kindern und Jugendlichen hat das Nutzungsverhalten action- und gewalthaltiger Inhalte Einfluß auf die Wahrnehmung und Interpretation. Hasebrink faßt hier verschiedene Ergebnisse wie folgt zusammen¹⁴⁷:

„Den Ergebnissen zufolge, ist dabei gleichgültig, ob die jeweils bevorzugten Reize im Medium oder in der Realität gesucht werden. Wer im Fernsehen Risiko sucht, tut dies auch in der Realität. Zwischen Bereichen (gemeint sind Risiko, Glamour und intellektuelle Tätigkeit; Karsten Weber) zeigen sich dagegen so gut wie keine Korrelationen, was auf ein durchgängiges, die Mediennutzung wie die sonstige

¹⁴³ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 199

¹⁴⁴ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 199

¹⁴⁵ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15/30

¹⁴⁶ AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: S. 232/233

¹⁴⁷ HASEBRINK/NUTZUNG: S. 201

Alltagsgestaltung umfassendes, selektives Zuwendungsverhalten im oben genannten Sinne hinweist.“

Es ist zu vermuten, daß diese Art der Zuwendung zu Medien und Alltagsgestaltung mit einer Gleichbewertung beider Bereiche einher geht¹⁴⁸.

3.3.3 Wirkungen der Gewaltdarstellungen

Wenn von Wirkungen bezüglich den Gewaltdarstellungen in den Medien die Rede ist, dann muß zunächst unterschieden werden zwischen jenen, die von den Kommunikatoren intendiert, und jenen, die eigentlich unerwünscht sind. Es ist sicherlich nicht falsch zu behaupten, daß

- Werbung das Ziel hat, den Konsum der beworbenen Produkte anzustoßen,
- politische Spots dies für die Wahl einer bestimmten Partei erreichen sollen,
- Nachrichten- und Informationssendungen die Informiertheit der Medienkonsumenten erhöhen sollen,
- im weitesten Sinne verstandene Unterhaltungssendungen eben unterhalten sollen,
- Medien, zumal private, ein gutes Geschäft sein sollen.

Sollte die Aufzählung unvollständig sein, kann der geneigte Leser sich für nicht genannte Medieninhalte die entsprechenden Ziele selbst ausdenken. Mir geht es darum, deutlich zu machen, daß mit Kommunikation, ob massenmedial oder interpersonal, immer auch Ziele verbunden ist. Daneben kann diese Kommunikation aber andere Folgen haben¹⁴⁹. Es gilt dies

¹⁴⁸ Dazu bestätigende Ergebnisse in GROEBEL/ERLEBNISSE: S. 359

¹⁴⁹ Das verweist auf das in der Ethikdiskussion vielbehandelte Problem der Folgen und Nebenfolgen des Handelns und die dabei entstehenden Schwierigkeiten der Verantwortungszuweisung. Schönbach (SCHÖNBACH/ERTRÄGE: S. 97) zählt drei Kriterien auf, die erfüllt sein müssen, um im Bereich der Medien über Folgen debattieren zu können:

- Die Massenmedien müssen *erstens* Publikumswirkungen von Belang ausüben.
- *Zweitens* müssen diese Wirkungen hinreichend verlässlich vorhersehbar sein.
- *Drittens* müssen die Massenmedien für vorhersehbare Wirkungen verantwortlich gemacht werden können.

Nach den bisherigen Erörterungen ist deutlich, daß über die ersten beiden Punkte trefflich gestritten werden kann, denn genau dies sind die Fragen, die nicht klar beantwortet werden können. Zum dritten Punkt schreibt er dann selbst: „Unstrittig ist keine dieser Voraussetzungen. Selbst die *dritte* (...) sieht nur auf den ersten Blick selbstverständlich aus (...).“ Ohne dies an dieser Stelle vertiefen zu wollen, ist genau das Kriterium ein

zu beachten, den wir sollten davon ausgehen, daß es den Medienmachern nicht darum geht, die vielfach unterstellten negativen Wirkungen ihrer Produkte mit zu erzeugen. Meine Behauptung scheint zunächst trivial, hilft aber trotzdem bei der Analyse. Beispielsweise kann der im Abschnitt »Legitimation eigener Gewalt« besprochene Sachverhalt, daß Medienkonsum nachträglich als Begründung nicht erwünschten Verhaltens zu Verhinderung einer Saktionierung vorgetragen wird, nur im weitesten Sinne als Medienwirkung verstanden werden. Eher muß dies unter dem Blickwinkel rationalen Handelns verstanden werden, den es werden hier bestimmte Mittel für einen bestimmten Zweck verwandt.

3.3.3.1 Sichtbarmachung und Sichtbarwerdung von Gewalt

Eine immer wieder gestellte Forderung sowohl aus der Politik als auch der Gesellschaft ist, die Zahl und Heftigkeit von Gewaltdarstellungen in den Medien deutlich zu senken. Als Begründung werden verständlicherweise die zu diesen Forderungen passenden Ergebnisse von Medienwirkungsstudien benutzt. Jene, die sich gegen solche Forderungen stellen, untermauern ihren Standpunkt mit den gegenläufigen Ergebnissen anderer Studien. Als Ergebnis dieser meist ideologisch vernebelten Debatte bleibt es meist beim status quo.

Daß es die Diskussion um Medienwirkungen kaum zu greifbaren Ergebnissen im Sinne von praktikablen und praktizierten Handlungsvorschlägen führt, liegt wohl auch darin begründet, daß grundsätzlich von negativen Folgen des – wie auch immer meist zu hoch angesehenen – Medienkonsums gesprochen wird; auffällig oft werden dabei gerade die aktuell als »neue« Medien bezeichneten Medienformen angegriffen¹⁵⁰. Es wäre jedoch wichtig, auch die positiven Wirkungen der Medien zu thematisieren, schon um eine Güterabwägung treffen zu können.

Streitpunkt auf allen Ebenen der Diskussion, vom Stammtisch bis in die hohe Politik. Allerdings wird hier über eines der konstituierenden Elemente unserer Demokratie – Presse- und Informationsfreiheit – häufig leider sehr leichtfertig gerichtet. Die Versachlichung der Diskussion – ein Ziel des vorliegenden Textes – täte hier not. Für Versuche in diese Richtung siehe z. B. KÜNZLI/KÖNNEN oder SPINNER/GESCHÄFTSBEDINGUNGEN. Zur sachlichen Auseinandersetzung mit den rechtlichen Aspekten einer Einschränkung der Verbreitung von Gewaltdarstellungen in den Medien siehe SCHULZ/KOMMUNIKATIONSGRUNDRECHTE.

¹⁵⁰ Zur Ideologielastigkeit der Mediendiskussion und der Problematik der »neuen« Medien siehe zum Beispiel HAUSMANNINGER/ARGUMENTE: S. 62ff.

Im Rahmen des hier Besprochenen sind Massenmedien – hier nehmen Rundfunk und Fernsehen eine wichtige Position ein – Werkzeuge der Informationsvermittlung. Gerade durch die in der Bundesrepublik, aber auch in vielen anderen Demokratien, geschaffenen nicht-kommerziellen, dabei aber weitestgehend unabhängigen Rundfunk- und Fernsehanstalten wird sichergestellt, daß die Informationsweitergabe nicht durch kommerzielle Interessen bestimmt wird. Dieser Aspekt ist nicht zuletzt bei der Diskussion um Gewaltdarstellungen in den Medien relevant.

Die Thematisierung von Gewalt kann Menschen für existierende Probleme sensibilisieren. So nennt Gerhard Fuchs mehrere Beispiele, bei denen durch Mediendarstellung politische Veränderungen – wie immer diese auch zu bewerten sein mag – hervorgerufen wurden. Einige seiner Beispiele sind allseits bekannt¹⁵¹:

- Vietnamkrieg
- 2. Golfkrieg
- UN-Einsatz in Somalia
- Bürgerkrieg in Jugoslawien

Aber nicht nur solche weltpolitischen Ereignisse und ihre Darstellung in den Medien können Menschen auf Probleme aufmerksam machen. Durch die Berichte über sexuellen Kindesmißbrauch in den vergangenen Monaten ist ein Thema in den öffentlichen Raum getragen worden, das bis dato häufig als Privatsache angesehen wurde. Allerdings darf nicht die Gefahr unterschätzt werden, daß hier durch überzogene Darstellungen in den Medien Fehlwahrnehmungen über die Bedeutung des Problems befördert werden.

Hinzu kommt der Effekt, daß die Problematisierung durch Medien zu einer Eskalation beitragen kann. Die häufig äußert brutalen und leider nicht selten tödlichen Angriffe gegen Ausländer, Asylsuchende oder behinderte Menschen haben oftmals gerade dann eine Steigerung erfahren, wenn über bereits begangene Taten in den Medien ausführlich und teilweise tendenziös berichtet wurde. Es scheint so, daß sich fremdenfeindliche und/oder rechtsextreme potentielle Täter durch die Darstellungen in den Medien in ihrer Haltung bestätigt und bestärkt fühlten und den Eindruck gewannen, daß Gewalttaten – im Gegensatz zu friedlicher politischer Betätigung – Aussicht auf Erfolg hat¹⁵².

¹⁵¹ FUCHS/BILDER: S. 49

¹⁵² WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 231ff.

3.3.3.2 Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler

Menschen können sich täuschen und sie können getäuscht werden. Im Rahmen des hier bearbeiteten Problembereichs ist sehr wichtig, daß sich Menschen systematisch täuschen können. Ein Ertrag der Medienwirkungsforschung, speziell auch aus der Theorie der kognitiven Dissonanz, ist, daß Individuen und wahrscheinlich sogar ganzen Institutionen Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler unterlaufen¹⁵³. Aus der gegebenen Menge der vorliegenden Informationen werden nämlich in erster Linie die bereits vorhandene Einstellungen, Meinungen oder gar Ideologien stützenden Informationen ausgewählt und beachtet. Gesetzt dem Fall, daß die Medien in der Lage und Willens wären, Informationen und Gegeninformationen¹⁵⁴ gleichermaßen zu verbreiten, so hätten die Medienkonsumenten zumindest die Chance, abzuwägen. Leider aber scheint es so zu sein, daß bereits bei der Sammlung und vor allem bei der Verbreitung von Informationen durch die maßgebenden Mediendistributoren so vielfältig und gleichzeitig einseitig gefiltert wird, daß die verbreiteten Informationen es sehr schwer machen, die durch die Medien vermittelte Welt unvoreingenommen (so weit die überhaupt möglich ist) zu betrachten und zu bewerten. Einige Beispiele, welche Folgen dies für die Thematik der Gewaltdarstellungen in den Medien haben kann, sollen nun erörtert werden.

3.3.3.2.1 Ausländer als Opfer und Täter

Zuwanderer und Asylbewerber sind in den Medien überproportional in Zusammenhängen negativer Art präsent. So fehlen Nachrichten über ganz normale Gegebenheiten, da diese keinen Nachrichtenwert besitzen. Dahingegen sind Nachrichten über Verbrechen von und an Ausländern sehr stark vertreten. Der Effekt aus diesem Ungleichgewicht ist eine negative Konnotation¹⁵⁵. Ausländer stehen für Unordnung, Chaos, Rechtsbruch. Gleiches gilt für die Berichterstattung aus den Herkunftsländern der bei uns lebenden Zuwanderer und Asylbewerber. Auch hier sind die Nachrichten allgemein durch Krieg, Katastrophen oder

¹⁵³ Vgl. SPINNER/GESCHÄFTSGRUNDLAGEN: S. 156; SPINNER/WISSENSORDNUNG: S. 180

¹⁵⁴ Zum Konzept von Information und Gegeninformation siehe SPINNER/WISSENSORDNUNG

¹⁵⁵ GROEBEL/FREMDENFINDLICHKEIT: S. 16

sonstigen negativ belasteten Ereignissen geprägt; auch hier wird einer Wahrnehmungsverzerrung Vorschub geleistet¹⁵⁶.

Außerdem gibt es die Tendenz, daß bei Straftaten ausländischer Bewohner unseres Landes deren Nationalität ganz besonders deutlich herausgestellt wird¹⁵⁷. Schneider postuliert zudem, daß¹⁵⁸

„Bandenaktivitäten von Jugendlichen rassistischer oder ethnischer Minderheiten (...) dramatisiert und plötzlich als eine Bedrohung der Gesellschaft dargestellt (werden), obgleich es sich um ein Dauerproblem handelt.“

Durch beide Aspekte wird unweigerlich eine negative Assoziation mit den Menschen jenes Landes hergestellt. Ausländer sind durch diese Art der Berichterstattung über Verbrechen überrepräsentiert. Dabei läßt sich dies anhand der polizeilichen Statistiken so nicht nachvollziehen. Der – möglicherweise fälschliche – Eindruck, daß ausländerfeindliche Gewalttaten auch durch die Gerichte nicht ausreichend negativ sanktioniert werden, gibt Gewalt einen weiteren Bonus¹⁵⁹.

3.3.3.2.2 Gewalt als wirkungsvolles Problemlösungsmittel

Als 22. These zur Gewalt schreibt Friedrich Hacker schon 1971¹⁶⁰

„Gewalt ist die geheime Botschaft der Massenmedien; in ihren Konfliktlösungsmodellen wird der gerechtfertigte, vorschnelle, sogar präventive Gebrauch von Gewalt ermutigt. Der Held ist nicht weniger, sondern erfolgreicher, oft auch rascher brutal.“

Und davor, als 11. These¹⁶¹

¹⁵⁶ TSAPANOS/AUSNAHME: S. 65

¹⁵⁷ GROEBEL/FREMDENFINDLICHKEIT: S. 16

¹⁵⁸ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 30

¹⁵⁹ MONHEIM/WAHRNEHMUNGEN: S. 57; Siehe dazu auch eine Auswahl von Urteilsbegründungen in WILLEMS/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 155ff.. Dort wird die These vertreten, daß zu häufig in den Urteilsbegründungen der fremdenfeindliche Hintergrund der Taten tabuisiert wird und dadurch der Bezug zwischen Tat und Motiv verloren geht.

¹⁶⁰ HACKER/AGGRESSION: S. 17

„Gewalt ist einfach, Alternativen zur Gewalt sind komplex.“

Sicherlich ist der Vorwurf, der in der 22. These an die Adresse der Massenmedien gerichtet wird, selbst zu einfach. Die Inhalte der Massenmedien – hier sind wohl in erster Linie die Fernsehsender gemeint – bestehen nicht nur aus gewalthaltigen Unterhaltungssendungen. In Nachrichten, Reports und Informationssendungen wird zwar über Gewalt berichtet, hier aber den Vorwurf zu erheben, dies diene gleichzeitig der – um es überspitzt zu sagen – Verherrlichung der Gewalt, ginge wohl doch zu weit. In der Regel werden gerade in diesen Beiträgen die Hintergründe und komplexen Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge, die zu Gewalthandlungen führen, thematisiert. Selbst in manchen Unterhaltungssendungen wird dies versucht. Jedoch muß bei den Rezipienten die Bereitschaft existieren, sich auf komplexe Erklärungen einzulassen. Hier liegt sicher ein Problem, den die Rezeptionsgewohnheiten der Medienkonsumenten gerade des Fernsehens ändern sich dahingehend, daß kurze, »leichtverdauliche« Beiträge gesucht werden. Lange und dadurch oft auch trockene Beiträge haben hier kaum Chancen, dem »Zappen« zu entkommen. Auch die Macher von Unterhaltungssendungen unterliegen dem Druck, Zuschauer zu gewinnen und zu halten. So ist es schon aus dramaturgischen Gründen einfacher, durch Action- und Gewaltszenen immer wieder einen Spannungshöhepunkt zu setzen. Wenn es aber in fiktionalen Beiträgen nicht möglich ist, die Gründe für Gewalttaten nicht einmal mehr ansatzweise darzustellen – sowohl auf Seiten der Opfer wie der Täter und nicht zuletzt auch auf der Seite der Helden – dann kann es passieren, daß die Rezipienten den Erfolg der (Gewalt-)Handlungen als Rechtfertigung auffassen. Auf diesem Wege wird Gewalt als mögliche Handlungsalternative dargestellt. Oftmals scheint sie die einzige durchführbare Problemlösung für die Akteure zu sein. Gleichzeitig ist sie meist auch erfolgreich und wird damit als akzeptabel dargestellt. Die exzessive Gewaltdarstellung in Unterhaltungsmedien könnte somit zu der Einstellung führen, daß Gewalt ein anerkanntes und probates Konfliktlösungsmittel darstellt.

3.3.3.2.3 Was kann wem wo passieren?

Die Zahl der Verbrechen, die in Unterhaltungs- und in Nachrichtensendungen der Fernsehsender dem Konsumenten angeboten werden, läßt den Schluß zu, daß die Gefahr, selbst zum Opfer einer Gewalttat zu werden, sehr hoch ist. Dazu Schneider¹⁶²:

¹⁶¹ HACKER/AGGRESSION: S. 16

¹⁶² SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15

„Die Massenmedien richten die öffentliche Aufmerksamkeit auf spektakuläre Gewalttaten, die in Wirklichkeit häufig nur Einzelfälle sind, so daß der falsche Eindruck entsteht, die physische Gewaltausübung sei eine von außen kommende Bedrohung. In der Realität ist die alltägliche Gewalt in der Familie, am Arbeitsplatz und im Freundes- und Bekanntenkreis weit verbreiteter und weit gefährlicher.“

Die von Schneider angegebenen Zahlen über den Anteil von Gewalttaten am Gesamtaufkommen der Straftaten in der Bundesrepublik Deutschland sind zwar schon einige Jahre alt¹⁶³, trotzdem geben sie ein gutes Bild der Proportionen: Weniger als drei Prozent aller in der Bundesrepublik bekanntgewordenen Straftaten waren Gewaltdelikte, unter die Schneider Tötungsdelikte, Vergewaltigung, Raub, Körperverletzung, erpresserischen Menschenraub und Geiselnahme zählt. Zu beachten ist jedoch, daß es eine hohe Dunkelziffer gibt. Nach Schneider wird die Hälfte aller Gewaltdelikte nicht zur Anzeige gebracht. Die nicht angezeigten Taten werden meist im »sozialen Nahraum«¹⁶⁴ verübt, Opfer sind hier sehr häufig Frauen und Kinder bei Sexualdelikten.

Zuletzt soll hier noch die Fehlwahrnehmung des Risikos, an bestimmten Orten Opfer einer Gewalttat zu werden, angerissen werden. Exemplarisch am Beispiel von öffentlichen Verkehrsmittel, konkret U-Bahnen, zeigt Schneider auf, daß die Einschätzung und auch Darstellung des Risikos mit den tatsächlichen Fallzahlen nicht im Einklang steht¹⁶⁵.

3.3.3.2.4 Die Asymmetrie des Informationszugangs

Ein überraschendes Ergebnis der globalen Ausbreitung der Massenmedien ist, daß ihre Verfügbarkeit nicht zu einem besseren Informationszugriff, sondern zu einer schlechteren Informiertheit des Einzelnen geführt hat. Dies liegt daran, daß ein Großteil der verfügbaren Informationsmenge keinerlei Nutzwert für das alltägliche Leben hat¹⁶⁶. Obwohl durch die größere Zahl beispielsweise von Fernsehsendern auch die Zahl der Nachrichtensendungen,

¹⁶³ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 15: Die Quellenangaben beziehen sich auf das Ende der achtziger Jahre.

¹⁶⁴ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 16

¹⁶⁵ SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: S. 30/31. Sicherlich muß man hier differenzieren. Die häufigen Terroranschläge in der Londoner U-Bahn oder der Giftgasanschlag in der Tokioter U-Bahn besitzen eine besondere Qualität schon aufgrund der meist großen Zahl der Betroffenen.

¹⁶⁶ Vgl. DONSBACH/SELEKTIVE ZUWENDUNG: S. 392

Magazine und Reports zugenommen hat, wird dadurch noch lange nicht Quantität und Qualität der Meldungen verbessert. Das ist leicht zu verstehen, da die Zulieferer der Sender, in erster Linie Nachrichtenagenturen und einzelne große Broadcasting-Unternehmen wie CNN nicht entscheidend zahlreicher und qualitativ besser geworden sind. Dies führt dazu, daß es zur Zeit – was den Informationsgehalt angeht – gleichgültig ist, welche Nachrichtensendung man konsumiert. Magazine und Reports hingegen leider unter dem Zwang, möglichst neue und spektakuläre Themen aufzugreifen, damit die Sender auf dem Meinungsmarkt bestehen können. Eine solche Situation ist verständlicherweise nicht der Qualität und Sorgfalt der Recherche förderlich. Die Skandale um gestellte Sensationsberichte sind dabei nur die extremen Auswüchse.

Zusätzlich entsteht das Problem, daß sich offenbar Unterhaltung wesentlich besser verkauft als Nachrichten¹⁶⁷. In der Flut der Unterhaltungssendungen gehen die Nachrichtensendungen eher unter. Außerdem versuchen gerade die privaten Sender, vor allem sensationelle Berichterstattungen in ihren Magazinen und Reports zu liefern. Die Themen sind dadurch aber nicht unbedingt informativer und ihr Wert für das Leben des »Otto-Normal-Verbrauchers« kann wohl als eher gering eingeschätzt werden. Für diesen ist es aber schwerer geworden, aus der Menge des Angebots für ihn wichtige Informationen zu extrahieren, das heißt, die Kosten der Informationsbeschaffung sind eher gestiegen, anstatt sie durch das größere Angebot gesunken sind.

Durch jene Situation entsteht eine Asymmetrie zwischen dem Einzelnen und den ihn umgebenden Institutionen und großen Akteuren, wie Konzerne, Parteien, Interessengruppierungen, Regierungen. Aufgrund des Apparates, den solche großen Akteure zur Informationsbeschaffung und -verbreitung benutzen können, sind sie dem Einzelnen gegenüber im Vorteil. Dies hat zum Beispiel deutlichen Einfluß auf die Möglichkeiten

¹⁶⁷ Daß CNN hier eine Ausnahme bildet, hat mehrere Gründe: Zum einen hat es CNN mehrfach geschafft, Monopolberichterstatteur zu sein, beispielsweise während des Golfkriegs, dort sogar durch staatlichen Eingriff. Es ist aber sehr lukrativ, andere Sender zu beliefern. Der andere Grund liegt meines Erachtens in der Spezialisierung des Senders. Nachrichten sind eine vergängliche Ware. Nur hochspezialisierte Unternehmen mit großem technischen und finanziellen Aufwand können hier reüssieren (vgl. VOLKMER/BILDERKRIEG: S. 33ff.; KATZ/JOURNALISMUS: S. 7); nicht alle Medienunternehmen können und wollen diesen Aufwand treiben.

Einzelner oder kleinerer Gruppen bei der politischen Partizipation¹⁶⁸. Die beschriebene Unterinformiertheit des Einzelnen kann beispielsweise die Folge nach sich ziehen, daß er sich den großen Akteuren mehr oder weniger hilflos ausgeliefert fühlt. Daraus entsteht beispielsweise die berühmt-berüchtigte Politikverdrossenheit.

Uninformiertheit muß aber nicht nur auf Wissen, sondern auch auf Fähigkeiten bezogen werden. Allerdings sind hier andere Ursachen wirksam. Das Zusammenbrechen privater sozialer Netzwerke, das »Single-Syndrom« – also die stetige Zunahme alleinlebender Erwachsener – hohe Scheidungsraten und die immer größer werdende Jugendarbeitslosigkeit führen dazu, daß junge Menschen in allen Phasen ihres Heranwachsens Defizite beim Erwerb sozialer Fähigkeiten haben. In erster Linie ist hier die Problematik zu sehen, daß durch die Individualisierung der Gesellschaft, einhergehend mit dem Zurückgehen der gesellschaftlichen Kompensation durch Vereine und Arbeitsplatzumgebung, die soziale Kompetenz für den Umgang mit anderen nicht mehr eingeübt werden kann und somit unterentwickelt bleibt. Es entsteht ein Defizit an deeskalierenden Konfliktlösungsstrategien¹⁶⁹.

3.3.3.2.5 Darstellung von Gewalt in den Medien

Leider sind die Gewaltdarstellungen in den Medien nicht auf den Unterhaltungssektor beschränkt. Gerade Nachrichtensendungen sind gefüllt mit Berichten über Kriege, gewalttätige Proteste und Demonstrationen, Zerstörungen von Sachen, Gewaltverbrechen

¹⁶⁸ Die Meinung, daß an die Stelle der großen Parteien die sich am Problem orientierende und gründende Bürgerbewegung tritt, scheint mir ein Mythos zu sein. Es mag sein, daß Parteien und Gewerkschaften Mitglieder verlieren und dadurch geschwächt werden. Aber gegen die Bürokratie von Regierung, Verwaltung und Konzernen mit ihren Informationsbeschaffungsmöglichkeiten hat eine kleine Bürgerinitiative kaum Chancen. Nicht umsonst sind Organisationen wie Greenpeace zum Wachstum verurteilt, wollen sie ihren Einfluß nicht verlieren.

¹⁶⁹ Ich will hier nicht in das Horn der Kommunitaristen stoßen, daß nur eine Neubesinnung der westlichen Gesellschaften auf Familie und soziale Kontrolle in Nachbarschaften und sozialen Netzwerken eine Verbesserung der gesellschaftlichen Bedingungen bewirken kann. Ich glaube im Gegenteil, daß hier versucht wird, einem Leichnam das Laufen beizubringen. Wenn Erziehung und Sozialisation nicht in der klassischen Kleinfamilie stattfinden kann, schon deshalb, weil sie zunehmend aus der Landschaft verschwindet, muß Ersatz gefunden werden. Dies könnte beispielsweise bedeuten, daß die Schule nicht nur ein Ort der Wissens- und Berufskompetenzvermittlung sein kann, sondern im besten Sinne Erziehungsanstalt werden muß.

oder staatliche Gewaltausübung. Dies kann zu der falschen Überlegung führen, daß die Geschehnisse der Welt entscheidend aus Gewalthandlungen bestehen und damit Gewaltausübung Normalität gewinnt. Zudem kann der Eindruck entstehen, daß Gewalt eine anderen gleichwertige Handlungsoption ist.

Dies setzt sich darin fort, daß Gewalt offensichtlich Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit produziert, Täter und Mitläufer kommen zu Wort. Erstens wird damit ein Forum geboten, zweitens das Selbstwertgefühl der Täter gehoben. Gewalttaten werden so regelrecht belohnt. Jugendliche, die ausländerfeindliche Gewalttaten ausführen, können sich vor laufender Kamera äußern. Ihnen wird dabei nicht widersprochen, da die Reporter sich zur Unparteilichkeit verpflichtet fühlen. Da aber gerade die Nachrichten, in der Bundesrepublik Deutschland vor allem die „Tagesschau“, hohes Vertrauen in Sachen Authentizität genießt, kann dies dazu führen, daß hier der Eindruck erweckt wird, daß die Gewalthandlungen gerechtfertigt wären.

Gleichzeitig ist die Perspektive der Berichterstattung die der Täter¹⁷⁰. Dies ist zwar verständlich, von einem Reporter oder Kameramann kann nicht erwartet werden, daß sie sich in ein brennendes Haus stürzen, aber diese Perspektive verharmlost die Gewalt. Denn wenn Opfer gezeigt werden, ist dies der Blick auf sie, nicht der Blick von ihnen. Sie stehen im Mittelpunkt, sie sind die Personen, an denen das Verbrechen erst sichtbar wird. Es ist wohl unvermeidlich, daß damit eine negative Assoziation einher geht. Verstärkt werden kann dies dadurch, daß die Sprache der Berichterstattung negativ ist und sich einer »Katastrophenterminologie« bedient¹⁷¹.

Ein weiteres Problem nicht nur der Mediendarstellung sehen wir darin, daß in unserer Gesellschaft ein ambivalentes Verhältnis zum Tod herrscht. Einerseits wird er als beherrschbar dargestellt, da die Fortschritte der Medizin vermeintlich so groß ist. Andererseits wird das private Sterben ausgegrenzt, in Krankenhäuser abgeschoben. Zuletzt wird dagegen in den Medien der Tod und das Sterben zum Massenphänomen gemacht. All dies verhindert meines Erachtens eine vernünftige Reflektion über den Tod und damit auch über die Gewalt, die zu Verletzung und Tod führen kann.

¹⁷⁰ Vgl. GROEBEL/FREMDENFELDICHKEIT: S. 19/21

¹⁷¹ Vgl. GERHARD/SPRACHBILDER: S. 51ff.

Ein ganz anders gelagertes Phänomen der »Geschwindigkeit« unseres Lebens kommt aus dem Unterhaltungssektor. Sowohl was das Filme, Shows, Werbung, oder Video-Clips angeht, ist überall der Trend zu verzeichnen, daß die Dramaturgie der Darstellung auf Geschwindigkeit setzt¹⁷². Aktionsgeladene Handlung (sofern überhaupt noch von Handlung geredet werden kann), schnelle Schnitte, Hinführen auf Höhepunkte in schneller Folge, rasante Spezialeffekte, all dies macht heute den Unterhaltungssektor zum überwiegenden Teil aus. Es scheint so, als ob die Macher dieser Unterhaltung der Meinung sind, daß dem Konsumenten nicht zuzumuten ist, daß die Handlung langsam und stringent aufgebaut wird. Statt dessen bestehen Filme zunehmend aus Versatzstücken, die sehr stark von »special effects« geprägt sind. Sicherlich sind Filmemacher hier auch Getriebene; die technischen Standards, die in der Werbebranche gesetzt worden sind, müssen auch im übrigen Unterhaltungssektor erfüllt werden. Wir halten es für durchaus denkbar, daß gerade junge Menschen unter diesem Einfluß ihr eigenes Leben ähnlich organisieren, also kein kontinuierlich, sondern episodenhaft verlaufendes Leben führen. Möglicherweise verschwindet dadurch auch das Gefühl für die Verantwortung für die eigenen Handlungen¹⁷³.

Bedauerlicherweise sind die oben angeführten Darstellungsformen nicht mehr nur auf Unterhaltungssendungen beschränkt. Im Rahmen beispielsweise der Golfkriegsberichterstattung sind Kampfhandlungen auf ähnliche Weise dargeboten worden und so wurde ein Geschehnis größter Gewaltanwendung in eine Form der Unterhaltung transformiert¹⁷⁴; Gewalt und Krieg als »Infotainment«. Wenn Nachrichten über Kampfhandlungen präsentiert werden wie Fußballspiele, wenn Nachrichtensprecher von einem Nachrichtenteil mit Gehaltinhalt mittels eines flotten Spruchs zum Wetter wechselt, dann bekommen auch Nachrichten- und Informationssendungen einen Inszenierungscharakter, der die Inhalte unrealistisch werden läßt.

¹⁷² GROEBEL/FREMDENFINDLICHKEIT: S. 19

¹⁷³ Allerdings ist dies zunächst Spekulation und müßte viel genauer untersucht werden.

¹⁷⁴ Elihu Katz benutzt das Wort »Wettkampf«, um diese Transformation zu charakterisieren (KATZ/JOURNALISMUS: S. 5). Zum Charakter der Berichterstattung als Videoclip siehe die Polemik von FRINGS/GEMETZEL: S. 19ff.; GREENBERG/USA: S. 33/34; KUNCZIK/PROPAGANDA: S. 44, hier vor allem das Zitat von Norman Schwarzkopf: „Was Sie jetzt sehen werden, ist kein Videospiel“.

3.3.3.3 Legitimation eigener Gewalt

Eine weitere mögliche und in Einzelfällen auch dokumentierbare Wirkung von Gewaltdarstellungen in den Medien ist die Legitimation gewalttätiger Handlungen ex ante oder ex post facto.

- Bei der Legitimation der Taten ex post facto wird von den gefaßten Tätern erklärt, daß sie durch den Konsum entsprechender Medieninhalte zu ihrer Tat angeregt wurden. Kunczik¹⁷⁵ zählt verschiedene Delikte auf, beispielsweise Bombendrohungen, Erpressung, sogar Mord, die sich in ihrer Charakteristik dadurch ähneln, daß meist Kriminalfilme Anlaß zur Tat waren. Die Vermutung, daß die Täter mit dem Vorbringen von Medieneinflüssen eine Entschuldigungsstrategie verfolgen, ist naheliegend: Kunczik¹⁷⁶ beschreibt einen – allerdings schon länger zurückliegenden – drastischen Fall aus den USA, bei dem die Verteidigung eines jugendlichen Mörders auf der Tatbegründung aufbaute, daß der Täter vollständig durch Mediendarstellungen fremdbestimmt die Tat vollzogen hatte.
- Legitimation ex ante wird von Kunczik¹⁷⁷ vor allem im Bereich sexueller Straftaten vermutet. So legt er nahe, daß Mediendarstellungen von Frauen häufig so gestaltet sind, daß das Klischee aufgebaut wird, daß Frauen willige Sexualobjekte sind, erobert werden wollen und „Ja“ meinen, wenn sie „Nein“ sagen. Dadurch könne es zu einer Einstellungs- und Weltbildveränderung kommen, die sexuelle Übergriffe rechtfertigen und damit erst möglich machen kann¹⁷⁸. Folgt man außerdem Aufenanger, dann könnten potentielle Täter durch Medienkonsum den Eindruck gewinnen, daß Straftaten gegenüber Frauen folgenlos bleiben.

Allerdings scheint der Rückgriff für eine ex post facto-Rechtfertigung eigener Taten eher die Ausnahme zu sein¹⁷⁹. Das heißt, das Beispiel einer Gewaltdarstellung in den Medien wird nur selten als Grund für eigenes Handeln in expliziter Form genutzt¹⁸⁰. Die Argumentation für

¹⁷⁵ KUNCZIK/WIRKUNGEN: S. 129ff.

¹⁷⁶ KUNCZIK/GEWALT: S. 79

¹⁷⁷ KUNCZIK/GEWALT: S. 135ff.

¹⁷⁸ Vgl. AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: S. 233

¹⁷⁹ Vgl. KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 79

¹⁸⁰ KUNCZIK/WIRKUNGEN: S. 130/131

diese Einschätzung ist darauf aufgebaut, daß die entsprechenden Medieninhalte in der Regel von einer sehr großen Zahl von Rezipienten konsumiert wurden, die Zahl der Täter im Verhältnis dazu jedoch verschwindend gering ist. In wie weit hier also von einem gesamtgesellschaftlich relevanten Problem die Rede sein kann, wie es Kunczik tut, ist nicht klar. Betrachtet man beispielsweise andere Quellen, dann werden Legitimationsstrategien, die auf Medieneinfluß aufbauen, in den Hintergrund treten. So berichten Willems et al¹⁸¹, daß bei Gerichtsverhandlungen über fremdenfeindliche Taten Medien keine Rolle spielen, sondern von den Tätern eher darauf abgehoben wird, daß die Gewalttaten durch Gruppenzwang, Alkohol- oder Drogeneinfluß oder durch Provokation der späteren Opfer ausgelöst wurden. Dabei wird zwar durchaus versucht – ähnlich wie bei Legitimation durch Medienkonsum – den eigenen Beitrag zur Tat zu verharmlosen und damit die eigene Verantwortlichkeit herabzusetzen, allerdings wird durchgehend auf den Einfluß des sozialen Nahbereichs verwiesen. Dies deckt sich durchaus auch mit den in der Literatur immer wieder zu findenden Hinweisen, daß zur Erklärung von Gewaltbereitschaft und Gewaltausübung die sozialen Verhältnisse sehr wichtig sind und die Bedeutung der Medien im Vergleich dazu eher geringer einzuschätzen ist.

3.3.3.4 Einstellungs- und Verhaltensänderung

Mit der Überschrift wird genau die strittige Frage im Rahmen der Medienwirkungs- und Massenkommunikationsforschung angeschnitten: Haben Medien und ihre Inhalte Wirkungen auf die Einstellungen und/oder das Verhalten der Rezipienten? Aus dem bisher Gesagtem kann zumindest der Schluß gezogen werden, daß bei »geeigneter« Konstellation, also bestimmten gegebenen sozialen Bedingungen, eine Veränderung in den Einstellungen stattfinden kann. Glaubt man beispielsweise Bonfadelli oder Schneider, dann erstreckt sich diese Änderung aber eher auf die Einschätzung der eigenen Bedrohung durch Gewalt.

3.4 Die Selbstreferentialität der Gewaltdiskussion

Betrachtet man die Diskussion um Gewaltdarstellungen in den Medien, dann kann man sich manchmal nicht des Eindrucks erwehren, daß dieses Thema selbst zunehmend ein

¹⁸¹ WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: S. 197ff.

Medienthema wird¹⁸². Damit ist gemeint, daß die Form und die Inhalte der Diskussion mehr und mehr mediengerecht behandelt werden. Die Ereignisse um die jüngsten Sexualverbrechen an Kindern geben davon ein beredtes Zeugnis. Viele Themen, die in den Medien aufgegriffen werden, wären eigentlich »Dauerbrenner« in dem Sinne, daß die thematisierten Probleme nicht nur aktuell auftreten, sondern bereits in der Vergangenheit vorhanden waren und auch nach dem Ende der Berichterstattung weiter bestehen werden. Durch die Art und Weise der Berichterstattung jedoch kann der Eindruck erweckt werden, daß die Medien ein »brennendes« Problem aufgreifen, welches dann, wenn es nicht mehr in den Medien auftaucht, scheinbar gelöst wurde. Tatsächlich hat es aber nur seinen Nachrichtenwert verloren. Wie schon weiter oben im Abschnitt »Wahrnehmungs- und Bestätigungsfehler« angesprochen, können bei den Medienrezipienten durch diese Form des Agenda-Settings (siehe den Abschnitt » Theorie des Agenda-Setting«) Fehleinschätzungen der Relevanz bestimmter Themen erzeugt werden.

Nun gibt es aber immer wieder Fälle, bei denen eine kriminelle und meist gewalthaltige Tat (angeblich) durch den Konsum von Medien induziert wurde. Gerhard Vowe und Mike Friedrichsen¹⁸³ ziehen dazu das Beispiel heran, in dem zwei 10-jährige Jungen in Liverpool einen Zweijährigen entführen und später grausam töten. An diesem Beispiel lassen sich zwei Problemfelder, die unter den Überschriften »Medien und Politik« und »Medien und Medien« angesprochen werden, exemplarisch einführen:

- Denn einerseits wurde sowohl in der Öffentlichkeit als auch von politischer Seite sehr schnell die Forderung erhoben, Verbote von Gewalt- und Horrorvideos auszusprechen, da diese, wie das Verbrechen ja zeige, für die Verübung solcher Taten ursächlich verantwortlich seien.
- Andererseits sind Gewaltdarstellungen in den Medien selbst zum Medienthema geworden. In den Medien wurden drastische Maßnahmen gefordert, aber eben nicht versucht, eine differenzierte Betrachtung des Geschehens und der dahinter liegenden Probleme durchzuführen. Insbesondere scheint nicht bedacht worden zu sein, daß die Forderung nach drastischen Maßnahmen in ebenso drastischer Form Folgen haben kann, die selbst

¹⁸² Vgl. KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 69; Die Rede von der „Selbstreferentialität und autopoietische(n) Selbststeuerung öffentlicher Themenzirkulation“ (KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 70) war Anlaß für die Titelgebung dieses Abschnitts.

¹⁸³ VOWE, FRIEDRICHSEN/PLÄDOYER: S. 7/8.

wieder gewalttätig sind: Es ist eigentlich nicht überraschend, daß in Liverpool nach Lynchjustiz gerufen wurde.

Kommen wir aber nun zu einer etwas systematischeren Übersicht darüber, wie die Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien beeinflußt wird von Politik, Wirtschaft und den Medien selbst.

3.4.1 Medien und Politik

Im Abschnitt »Wirkungsvergleich und Auftraggeber« wurde bereits kurz darauf hingewiesen, daß die Diskussion um Gewaltdarstellungen in den Medien nicht zuletzt auch eine Debatte der Politik beziehungsweise eine Debatte um die Einflußmöglichkeiten und Einflußnahme der politischen Seite auf Medien und Medieninhalte ist. Vielen im Gedächtnis ist sicherlich noch die Forderung von (Alt-)Bundeskanzler Helmut Schmidt für einen fernsehfreen Tag in der Woche¹⁸⁴. Schon damals – 1979 – wurde die Debatte um den Einfluß der Medien – insbesondere der gewalthaltigen Inhalte der Medien – geführt und mit klaren Forderungen nach Begrenzung bestimmter Inhalte verbunden. Neu ist die Diskussion, die dabei benutzten Argumente und gestellten Forderungen also nicht.

In wie weit jedoch der Wunsch nach Einflußnahme auf die Programmgestaltung nur „zur Erhaltung des Humanums“¹⁸⁵ dient, ist in Frage zu stellen. Die Gelegenheit dazu war gegeben, als die Rundfunk- und Fernsehlandschaft in Deutschland durch die Zulassung privater Anbieter radikal verändert wurde. Wenn bereits zu Zeiten der Kanzlerschaft Helmut Schmidts, wie Kunczik schreibt, „eine unter dem Einfluß des Zwangs, hohe Einschaltquoten erzielen zu müssen, durch Kommerzialisierung erfolgende Spirale der Programmverflachung prophezeit“ wurde – wohlgemerkt gab es damals nur durch Gebühren finanzierte öffentlich-rechtlich verfaßte Funkhäuser – dann ist die Einführung von nur durch Werbeeinnahmen und damit rein kommerziell orientierten Privatsendern aus Sicht dieser Argumentation sehr schwer verständlich¹⁸⁶. Insbesondere die Forderungen hochrangiger Politiker nach

¹⁸⁴ Vgl. KUNZCIK/WIRKUNGEN: S. 125

¹⁸⁵ Zitat nach KUNZCIK/WIRKUNGEN: S. 125

¹⁸⁶ Friedrich Nowotny unterstellt allerdings eine andere Sicht (NOWOTNY/INFORMATION: S. 73):

„Die Liberalisierung der Rundfunklandschaft beruhte auf der Annahme, mit der Entfesselung der Marktkräfte werde das elektronische Programmangebot zwangsläufig vielfältiger und besser. Die Frage nach den Konsequenzen dieses Strukturwandels galt als unpopulär.“

Eindämmung der Gewaltdarstellungen in den Medien scheint eine ganz andere Zielrichtung zu haben¹⁸⁷, da die Einflußnahme auf private Anbieter den Deregulierungsbestrebungen in Deutschland und Europa zuwider laufen würde.

Der Rückgriff auf wissenschaftliche – manchmal aber wohl eher pseudo-wissenschaftliche¹⁸⁸ – Studien durch politische Entscheidungsträger zur Legitimierung der Forderung nach Eingriffen in Gestaltung der Medieninhalte, um Gewaltdarstellungen in den Medien zu verhindern oder wenigstens zu verringern, ist angesichts der „derzeit kaum mehr als konditionale(n) Formulierungen über die potentiellen Wirkungen“¹⁸⁹ eher zweifelhafter Natur. Es ist natürlich einfach – und dies ist ein Phänomen unseres politischen Geschehens, daß sich zunehmend in den Medien abspielt und schon als »Mediendemokratie« bezeichnet wird – einfache Lösungen für Probleme mit komplexen Ursachen zu fordern. Wie schon mehrfach bemerkt, scheint die monokausale Ursache-Wirkungs-Annahme zwischen Gewaltdarstellungen in den Medien und tatsächlich ausgeübter Gewalt in der Gesellschaft unausrottbar, nicht zuletzt innerhalb des politischen Systems. Doch alle Befunde, die wir, wenn auch sicherlich bruchstückhaft, in diesem Text dargestellt haben, weisen deutlich darauf hin, daß Gewalt ein Phänomen ist, welches nicht monokausal erklärt werden kann, welches jedoch überhaupt nicht ohne die Berücksichtigung sozialer Verhältnisse zu verstehen – und wenn überhaupt – auch nicht zu verringern ist. Im Rahmen des Ansatzes der Autoren wird beispielsweise darauf hingewiesen, daß die Umbrüche in der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verfassung in Deutschland und Europa wesentlich zu einigen Bereichen der Gewaltausübung beigetragen haben können.

3.4.2 Medien und Wirtschaft

Medienunternehmen sind heute sehr häufig Großunternehmen. Dies ist allerdings keine wirklich neue Entwicklung, denn spätestens, als sich Zeitungen zum ersten Massenmedium entwickelten, gab es Großverlage. Daß mit der wirtschaftlichen Größe durch hohe Auflagenzahlen auch Einfluß auf die öffentliche Meinung und damit letztlich auch auf die

¹⁸⁷ KUNZCIK/WIRKUNGEN: S. 126

¹⁸⁸ So wehrt sich beispielsweise Friedrich Nowotny – ob zu Recht oder nicht – gegen „wissenschaftlich nicht belegbare(...) Behauptungen“ im Bericht der Gewaltkommission (NOWOTTNY/INFORMATION: S. 69). Vgl auch KUNZCIK/WIRKUNGEN: S. 126 und vor allem die dortige Fußnote.

¹⁸⁹ KÜBLER/MEDIENGEWALT: S. 80

Politik verbunden ist, ist beinahe schon eine Binsenweisheit. Meinungsmachen – oder etwas freundlicher ausgedrückt, Meinungsbildung – daran ist primär nichts Negatives, im Gegenteil, man könnte wohl sagen, daß dies der Auftrag der Medien ist. Problematisch wird die Einflußmöglichkeit auf die öffentliche Meinung dann, wenn es zu Monopolbildungen auf dem Massenkommunikationsmarkt kommt und eine pluralistische Informationsverbreitung so nicht mehr gegeben ist:

- Wenn die Ergebnisse aus der Agenda-Setting-Forschung ernst genommen werden können, dann wären die Gefahren einer durch Medienkonzentration beförderten einseitigen Berichterstattung offensichtlich. Unter der Annahme, daß Medienunternehmer und -unternehmen bestimmte politische Grundhaltungen haben oder vertreten, ist davon auszugehen, daß diese auch in die Themenwahl der vertriebenen Medien einfließen. Die Medien-Agenda würde dann zum einen eingeschränkt werden, zum anderen bestände die Gefahr, daß die eigentliche Berichterstattung selbst einseitig wäre.

Obwohl die Möglichkeiten einer Einflußnahme auf die Berichterstattung augenfälliger sind, ist auch eine Verengung des Spektrums im Bereich der Unterhaltung problematisch. Die Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien wird ja nicht umsonst wegen der (vermeintlichen) Tatsache geführt, daß in den Medien – hier vor allem Film, Fernsehen und Video, aber neuerdings auch Computerspiele – zu viel gewalthaltige Inhalte gezeigt werden. Nimmt man an, daß fortlaufende Wiederholungen zu Gewöhnungseffekten und Weltbildveränderungen führen, dann könnte die einseitige Ausrichtung auch im Unterhaltungssektor auf Meinungen, Einstellungen oder gar Ideologien Einfluß haben.

- Zumindest in ihrer frühen Fassung gibt die Wissenskluft-Hypothese auf die Frage, ob Massenmedien eher den Effekt haben, auf die Informiertheit der Bevölkerung nivellierend zu wirken oder ob sie Wissensunterschiede sogar noch vergrößern können, die Antwort, daß – abhängig allerdings von Medium und Thema – die Gefahr durchaus besteht, Wissensunterschiede oder -klüfte noch zu vergrößern. Medienkonzentration beziehungsweise rein wirtschaftliche Erwägungen könnten dazu führen, daß nur bestimmte Medien für ein bestimmtes Publikum, beispielsweise Hochpreismedien, qualitativ hochwertige Informationen verbreiten und so der allgemeine Zugang zu diesen Informationen nicht mehr gegeben wäre. Die Diskussion um den Erhalt der öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunkanstalten, um die Bestands- und Entwicklungsgarantie hat nicht zuletzt zum Thema, ob es einer Demokratie guttun würde, wenn der Informationszugang nur mehr rein privatwirtschaftlich geregelt werden würde.

Die Möglichkeit der chancengleichen politischen Partizipation könnte durch monätere Zugangshürden gefährdet sein.

Die Medienwirkungseffekte, welche die Agenda-Setting-Theorie und die Wissenskluft-Hypothese voraussagen, finden eine Verstärkung in allgemein-wirtschaftlichen Prozessen der Konzentration im Anbieterbereich und lassen sich somit auch empirisch überprüfen.

Im Abschnitt »Darstellung von Gewalt in den Medien« haben wir auf eine mögliche Wirkung der aktuellen Mediendarstellung hingewiesen, die bisher leider nur auf einem eher unwissenschaftlichen Niveau bearbeitet wurde, beispielsweise in den Polemiken von Neil Postman¹⁹⁰. Gemeint sind die Auswirkungen der Darstellungsformen der audio-visuellen Medien überhaupt. Die Episodenhaftigkeit vieler Beiträge, orientiert am Stil von Videoclips, vor allem auch die häufigen Unterbrechungen durch Werbung, zumindest bei den Sendern der »Privaten«, zersplittern die Beiträge in Fragmente. Letzteres ist durch den wirtschaftlichen Zwang gegeben, daß sich die privaten Fernsehhäuser durch ihre Werbeeinnahmen finanzieren müssen¹⁹¹. In wie weit allerdings die Fragmentierung der Darstellungen wirken auf die Gestaltung der Lebensabläufe der Rezipienten, kann im Moment jedoch nur spekuliert werden. Zu vermuten wäre zumindest – bei der generellen Annahme von langfristigen Medienwirkungen – daß auch solche Faktoren Wirkung zeigen können.

Zuletzt soll als Wirkung des Einflusses von wirtschaftlichen Notwendigkeiten auf die Medien die Tatsache erwähnt werden, daß ein großer Teil der ausgestrahlten Sendungen im Fernsehen, der überwiegende Teil der gezeigten Filme und damit auch der Videos aus einem Herkunftsland – den USA – stammen¹⁹². Dies wurde häufig als Kulturimperialismus bezeichnet, allerdings soll hier kein ideologischer Grabenkrieg geführt werden. Denn ob dieser Sachverhalt grundsätzlich negativ ist, scheint keine ausgemachte Sache zu sein. Zunächst einmal konnten und können die europäischen Fernsehsender den Bedarf an Programmstunden nicht selber decken, da sie in der Vergangenheit nicht die Infrastruktur zu Verfügung hatten und aktuell der Programmbedarf durch die privaten Fernsehanstalten immens gestiegen ist. Es ist nur natürlich, daß dieser Bedarf dort gedeckt wird, wo es eben

¹⁹⁰ POSTMAN/AMÜSIEREN und POSTMAN/KINDHEIT

¹⁹¹ KUNZCIK/GEWALT: S. 144

¹⁹² Vgl. REETZE/REALITÄT: S. 206/207

möglich ist. Weiterhin werden viele Sendungen in den USA in erster Linie zur Umrahmung von Commercials – also Werbebeiträgen – produziert. Die Produktionskosten fließen durch diese Zweckbindung beim Weiterverkauf kaum mehr in Preisbildung ein und können somit sehr niedrig sein¹⁹³. Natürlich sind diese Sendebeiträge zunächst auf das amerikanische Publikum zugeschnitten. Werden sie in Europa ausgestrahlt, so kommen auf diese Weise in großer Menge Darstellungen des »american way of life« in unsere Wohnzimmer. Auch hier kann beispielsweise aus der Agenda-Setting-Forschung prognostiziert werden, welche Wirkungen dies haben kann. Ob es allerdings sinnvoll ist, die Bevölkerung vor jener kulturellen Beeinflussung durch Quoten- und Sprachregelungen zu schützen, wie dies beispielsweise in unserem Nachbarland Frankreich geschieht, sei dahingestellt. Die Gefahr, hier einem impliziten Nationalismus zu huldigen, darf sicherlich nicht unterschätzt werden. Außerdem – dies sei aber nur am Rande erwähnt – scheint es doch beinahe bigott zu sein, fernöstliche Länder anzuklagen, die zum Schutz ihrer Kultur und Religion und ihres Staatswesens den freien Zugang zu Medien aller Art, beispielsweise Satellitenfernsehen oder das Internet, restriktiv einschränken und dieses selbst, zwar mit »sanfteren«, nichts desto trotz aber auch restriktiven Mitteln wie Quoten selbst zu tun. Gerade auch im Hinblick auf mögliche Maßnahmen gegen Gewaltdarstellungen in den Medien sind Zensur und Einflußnahme auf die Programmgestaltung sowie auf den freien Zugang zu Massenkommunikationsmitteln unseres Erachtens kaum mit einer demokratischen Verfassung vereinbar. Zudem werden sich angesichts der breit angelegten Deregulierungsmaßnahmen in der Europäischen Union – in den USA sowieso – solche Eingriffe schon aus wirtschaftlichen Erwägungen schwerlich durchsetzen lassen.

3.4.3 Medien und Medien

Mehrfach ist bereits kurz angeklungen, daß die Diskussion um Gewaltdarstellungen in den Medien zu großen Teilen eine Medienveranstaltung ist. Zwar gibt es eine wissenschaftliche Debatte, wie das Vorliegen dieses Textes mit den vielen darin zitierten Autoren zeigt, aber die öffentliche und – man muß wohl sagen leider – auch die politische Diskussion wird in den und von den Medien selbst geführt. Allerdings muß hier die Einschränkung gemacht werden, daß außer dem Fernsehen, dem Hörfunk und den Printmedien Zeitungen und Zeitschriften andere Medien aufgrund ihrer Struktur kaum in der Lage sind, »interaktiv« in diese Debatte

¹⁹³ KUNZCIK/GEWALT: S. 144

eingzugreifen. Zwar behaupten die Produzenten oder Regisseure von Kinofilmen immer wieder, daß sie mit ihren Filmen Kritik an den Medien üben wollen, im Zusammenhang mit der Gewaltdebatte sei hier beispielsweise auf Olivers Stones »Natural born killers« verwiesen, allerdings bedürfen solche »Äußerungen« flankierender Maßnahmen wie Rezensionen oder Interviews in Printmedien oder Rundfunk und Fernsehen. Obwohl wir hier selbst immer das Wort »Diskussion« benutzen, ist dies eigentlich eine Irreführung, denn leider ist die Debatte eher zu einem Austausch von Schlagwörtern, Behauptungen und Vorwürfen mutiert. Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig und wir möchten versuchen, zumindest einige davon in einem Überblick aufzuzeigen.

3.5 Zusammenfassung

Zu sagen „Nichts Genaues weiß man nicht“ wäre verlockend angesichts der teilweise doch sehr widersprüchlichen Aussagen und Ergebnisse der Medienwirkungs- und Massenkommunikationsforschung. Gleichwohl wäre es nicht sonderlich befriedigend und letztlich auch nicht gerechtfertigt. Einige doch gut gesicherte Feststellungen lassen sich durchaus treffen.

Dazu gehört in erster Linie der schon mehrfach bemerkte Sachverhalt, daß Medienwirkungen existieren, allerdings wohl kaum in der simplen monokausalen Form, wie es beispielsweise der S-R-Ansatz unterstellt. Medien können Meinungen und Einstellungen verändern, im Zusammenhang mit der Debatte um Gewaltdarstellungen in den Medien kann die Einschätzung der eigenen Gefährdung, der Höhe des Gewaltpotentials oder ähnliche Bereiche beeinflußt werden. In wie weit hier von Information oder Manipulation geredet werden muß, ist wohl letztendlich nicht zu entscheiden, zumal sich die Einflüsse von Nachrichten- und Informationssendungen nur schwerlich von jenen der Unterhaltungssendungen trennen lassen werden.

Der entscheidende Gewinn der Medienwirkungsforschung ist in letzter Konsequenz die Einsicht in ihre Grenzen. Das bezieht sich zunächst darauf, daß das reine Zählen von Programmstunden, die Analyse inhaltlicher Aspekte und die statistische Inrelationsetzung zu nur geringen Ergebnissen führt. Einbezogen werden müssen psychologische, sozialpsychologische und soziologische Methoden und Forschungsergebnisse. Historische und politologische Betrachtungen helfen, das Vorurteil zu verlieren, daß Gewalt ein aktuelles Problem wäre. Dies ist es auch, aber es war schon immer ein Thema, genauso, wie sich zeigen läßt, das bei Einführung aller Massenmedien sehr schnell die Diskussion um Gewaltdarstellungen in ihnen aufkam. Philosophische Betrachtungen – hier zunächst speziell

methodologische und wissenschaftstheoretische Untersuchungen – können zu einer exakteren Begriffsbildung beitragen. Wir hoffen, gezeigt zu haben, daß die Diskussion um Medienwirkungen nicht zuletzt an einer schlechten Begriffsbildung leidet. Weiter oben ist es angesprochen worden: »Gewalt«, »Gewaltdarstellung« oder »Wirkung« sind nur einige jener Ausdrücke, die von Studie zu Studie unterschiedlich mit Bedeutung versehen werden, so daß Vergleiche der Ergebnisse nur schwerlich durchzuführen sind. Hier besteht sicherlich noch Klärungsbedarf.

Die Einsicht in die Grenzen der Medienwirkungsforschung hat jedoch einen weiteren wichtigen Aspekt, vor allem für mögliche Handlungsempfehlungen. Gewalt ist, wenn überhaupt, nur zu geringen Teilen durch Medien vermittelt, und dann auch nur indirekt. Alle seriösen Studien liefern eigentlich den Befund, daß die sozialen Verhältnisse einer Gesellschaft entscheidend sind für Gewaltbereitschaft und Gewaltausübung. Gerade die Tatsache, daß Medien nicht mehr »irgendwie« außerhalb der Gesellschaft stehen, sondern ein integraler und unabweisbarer Bestandteil der Umwelt aller Menschen sind, zumindest in den industrialisierten Ländern, macht deutlich, daß sie in dieser Stellung auch keine Sonderrolle der Vermittlung von Realität einnehmen können. Sie haben die Wahrnehmung von Realität verändert, sie haben uns die Welt nahegebracht und gleichzeitig durch die Mediatisierung Distanz zu ihr geschaffen. Medien verändern Gesellschaften, weil sie Informationen liefern, die Menschen aufnehmen und für sich nutzen können, in ihren vorhandenen Werte- und Normenkanon einbauen und so vielleicht ihre Einstellungen und Meinungen oder gar ihr Verhalten ändern. Aber dies haben Menschen schon immer getan, auch durch Mund-zu-Ohr-Kommunikation.

Die Fragwürdigkeit der ideologisch geführten Mediendiskussion – nicht der Mediendiskussion insgesamt – soll an einem zugebenermaßen polemischen Beispiel aufgezeigt werden: Als Martin Luther mit Hilfe der von Johannes Gutenberg entwickelten Drucktechnik seine Schriften massenhaft verbreiten konnte, war die Katholische Kirche mit dieser Wirkung des damals neuen Massenmediums Buch sicherlich auch nicht einverstanden, schließlich war sie systemverändernd. Wir feiern heute mehrhundertjährige Jubiläen zum Gedanken an Martin Luther und preisen seine Taten als Akt der Befreiung von einem religiösen Dogmatismus. Wir sind uns dabei allerdings auch bewußt, daß zu den Nebenfolgen des Buchdrucks und der Reformation der 30-jährige Krieg gehörte. Im Hinblick auf Handlungsempfehlungen sollten also beide, die negativen und die positiven, Folgen der

Massenkommunikation bedacht werden. Die einseitige Fokussierung auf negative Folgen wird sonst aller Wahrscheinlichkeit zu Einschränkungen der Informationsfreiheit führen.

3.6 Übersicht über die Ergebnisse

Monokausale Annahmen einer Direktwirkung als alleinige Erklärungsmuster der Medienwirkungen müssen verworfen werden. Aber selbst wenn die Wirkungen der (Massen-)Medien bisher überschätzt wurden, bleibt, daß in den westlichen Industrieländern der Konsum von Massenmedien zum wichtigen Bestandteil des Lebens beinahe aller Menschen geworden ist; Bonfadelli spricht beispielsweise von nur 5% der Schweizer Bevölkerung, die das Fernsehen nicht regelmäßig nutzt. Medien sind integraler, unabweisbarer Bestandteil unserer Umwelt geworden. Der entscheidende theoretische Gewinn der neueren Forschung ist darin zu sehen, Medien nicht mehr als gesondertes Phänomen in unserer Umwelt zu betrachten. Sie sind Bestandteil unserer sozialen Systeme und Gegenstand sozialen Handelns. Die Aufhebung der Sonderstellung kann durchaus dazu führen, daß Medien weniger ideologiebefrachtet gesehen werden können.

Medienkonsumenten sind nicht nur passive Empfänger, sondern wählen aktiv aus dem vorhandenen Angebot aus. Dies tun sie anhand eigener Präferenzen, die ihnen nicht notwendig bewußt sind. Als Bestandteil unserer (sozialen) Umwelt betrachtet, können Medien und deren Inhalte wie andere Gegenstände durch und für die sozial Handelnden Bedeutung bekommen, Materialisierungen bestehender und akzeptierter Werte sein, Orientierung geben, Informationen liefern, Hilfe für die Problemlösung sein. Im Rahmen der Theorie der symbolischen Interaktion, die im Nutzen- und im dynamisch-transaktionalen Ansatz eine wichtige Rolle spielt, kann das Zustandekommen dieser Funktionen gut erklärt werden. Allerdings sind der Möglichkeit der Interpretation der Gegenstände unserer Umwelt Grenzen gesetzt: Sie lassen sich nicht beliebig uminterpretieren. Geht man davon aus, daß ein Kommunikationsakt, sei er interpersonal oder massenkommunikativ, Intentionen auf Seiten der Beteiligten beinhaltet und voraussetzt, werden die Sender versuchen, die Grenzen der Interpretationsmöglichkeit ihrer Botschaften möglichst eng zu halten. Massenmedien mit ihren immensen Ressourcen – Man-Power, Kapital, Technik und Know-How – setzen diese Ressourcen ein, um ihre Ziele zu erreichen. Da die Massenmedien, inzwischen auch die öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunk- und Fernsehsender, ökonomischen Zwängen unterworfen sind, müssen sie dafür sorgen, daß die Kommunikation nicht abreißt. Direkter ausgedrückt: Die Veranstalter massenmedialer Kommunikation müssen ihr Produkt

verkaufen. Entsprechend gibt es Rückkopplungseffekte in dem Sinne, daß Medienmacher die (vermuteten) Wünsche ihres Publikums aufnehmen.

Die Ergebnisse der Studien, die auf kombinierte Theoriegebäude aufbauen, zeigen deutlich, daß Medien Wirkungen haben, diese jedoch zum einen Einstellungs- und Verhaltensänderungen nur zu einem geringen Teil erklären können und zum anderen, daß Medienwirkungen nur möglich sind, wenn die Randbedingungen entsprechend gegeben sind. Der Konsum von Gewaltdarstellungen in den Medien korreliert nur dann erkennbar mit Einstellungs- und Verhaltensänderungen, wenn das soziale Umfeld der untersuchten Rezipienten bestimmte Charakteristiken aufwies. So haben die klassischen soziodemographischen Variablen Alter, Geschlecht, Bildung und Beruf Einfluß, ebenso die unmittelbare Umwelt, bzw. ihre Wahrnehmung. Benachteiligungen durch mangelnde Bildung, problematische Familienverhältnisse, materielle Schwierigkeiten, soziale Spannungen, bspw. hohe reale Gewalttätigkeit und Kriminalitätsraten, haben deutlich stärkeren Einfluß auf die Einstellungen und das Verhalten bezüglich Gewalt. Außerdem begünstigen sie Einstellungs- und Verhaltensänderungen im Zusammenwirken mit Medien. Die Diskussion um Massenkommunikation und Medienwirkungen ist verfehlt, wenn sie sich ausschließlich auf die Medien beschränkt und die sozialen Bedingungen nicht thematisiert.

Insbesondere muß in der laufenden Diskussion differenziert werden zwischen verschiedenen Typen der Gewalt und damit auch zwischen den vermutlichen Auslösern der Gewalt. Es ist nicht sinnvoll, pauschal die Kriminalitätsstatistiken als Indikator für das Ansteigen der Gewalt in der Gesellschaft heranzuziehen. In diese fließen verschiedenste Tatbestände ein, die augenscheinlich wenig mit Gewalt als Folge von Mediendarstellungen zu haben. Illegale Grenzüberschreitungen in Folge von massiven Wanderungsbewegungen, die organisierte Kriminalität, politische Gewalttaten links- und rechtsextremistischer Täter: In all diesen Fällen ist starker Zweifel angebracht, ob hier ein irgendwie gearteter Zusammenhang zwischen Mediengewalt und tatsächlicher Gewalt vorliegt.

3.7 Schlußfolgerungen

Aus der Untersuchung des Standes der Medienwirkungsforschung können folgende 8 Schlüsse gezogen werden, wobei die Numerierung keine Rangfolge angibt:

1. Medien haben vor allem langfristige Wirkungen. Es ist jedoch nicht möglich, kausale Zusammenhänge aufzuzeigen, sondern allenfalls sehr schwach positive Korrelationen. Die

immer wieder sowohl von wissenschaftlicher als auch politischer Weise aufgebrachte These der unmittelbaren Wirkung von Mediendarstellungen im Sinne von »Erst schauen und dann draufschlagen« läßt sich nicht halten. Thesen, wie sie Postman mit dem »Verschwinden der Kindheit« vertritt, sind im schlechten Sinne konservativ. Sie halten an einer Fiktion bzw. an einem nicht existierenden Ideal des »unschuldigen«, von der ach so bösen Welt zu schützenden Kindes fest. Die hier nicht vertiefte Diskussion um Medienpädagogik zeigt jedoch, daß dieses Fernhalten der Kinder und Jugendlichen von existierenden Realitäten – Medieninhalte sind davon ein Teil – der falsche Weg ist, um die Betroffenen zu souveränen Benutzern und Konsumenten von Massenmedien zu machen.

2. Medien können zur Fehlwahrnehmung und Fehleinschätzung tatsächlicher Sachverhalte führen. Dies gilt nicht nur für den Themenbereich Gewalt. Gerade im Bereich der Viktimitätsforschung zeigt sich, daß Menschen die Gefahr, Opfer eines Verbrechens zu werden, nach Kriterien einschätzen, zu denen häufig die empirischen Korrelate nicht gefunden werden können. Die hohe Präsenz von Gewalt gerade auch im Informations- und Nachrichtenbereich der Massenmedien, vor allem des Fernsehens und der Sensations-(Tages)Presse, können zu diesen Fehleinschätzungen beitragen.
3. Medien können nicht als Alleinursache für Gewalt verantwortlich gemacht werden. Die bedeutete eine Überschätzung der Medien und eine Unterschätzung sozialer Sachverhalte. Die Ergebnisse von Willems et al. ebenso wie die hier nicht berücksichtigten Arbeiten von Wilhelm Heitmeyer zeigen deutlich, daß soziale Faktoren beim Ausbruch von Gewalt im Vordergrund stehen. Für die Möglichkeit der Reduktion von Gewalt bedeutet dies, daß gerade die Situation Jugendlicher verbessert werden muß. Fehlende Bildung und fehlende Arbeitsplätze sind wichtige Faktoren, die beeinflußt werden müssen.
4. Die Diskussion um Medienwirkungen kann nicht geführt werden, ohne die Motive und Ziele der Beteiligten zu berücksichtigen. Dies gilt sowohl für die Rezipienten als auch für die Sender und Produzenten. Die pauschale Bewertung von Horror- und Actionfilmfans als »Video-Junkies« verkennt die Funktionen, die der Konsum entsprechender Inhalte erfüllen kann. Damit wird die einfache Rechnung »je mehr Gewaltdarstellungen konsumiert werden, desto gewalttätiger in der Realität« abgelehnt. Ein eher ökonomisches Problem ist die Tatsache, daß ein großer Teil des Fernsehangebots aus den USA importiert wird, da dort die Produktionsbedingungen zu konkurrenzlosen Preisen führen.
5. Medieninhalte werden nicht in dem Ausmaß als Legitimationshilfe für eigene Taten genutzt, wie dies oft unterstellt wird. Problematisch sind Darstellungen, die vorhandene

Klischees und Vorurteile bestätigen. Hierbei könnten bereits bestehende Einstellungen und Meinungen verstärkt oder zumindest stabilisiert werden. Die Zahlen zeigen aber, daß Gewalttaten nur sehr selten von den Tätern als Begründung ihrer Tat genutzt werden.

6. Gewalt ist häufig die Folge von (vermeintlich) fehlenden anderen Handlungsoptionen. Medieninhalte können hier verstärkende Wirkungen haben, wenn andere Faktoren wie bspw. das soziale Umfeld Problemlagen darstellen.
7. In der Gewaltdiskussion müssen Typen der Gewalt unterschieden werden. Geschieht dies, wird der Anstieg der Gewalt weniger dramatisch ausfallen. In die Kriminalstatistiken fließen zu viele verschiedene Delikte ein. Wenn pauschal von einem Anstieg der Kriminalität und damit der Gewalt geredet wird, dann beruhen solche Aussagen eben auch auf die sehr hohe Zahl illegaler Grenzübertritte von Migranten. Der öffentlichen Diskussion täte hier eine Differenzierung sehr gut.

3.8 Hypothesen

Ein Thema wurde bisher nur implizit angesprochen: Der Rahmen zukünftiger Regelungen der Medienlandschaft. Technisch ist hierbei die Situation völlig klar: Medien sind global präsent, denn Satelliten für die Verbreitung von Fernseh- und Rundfunksendungen sind ebenso wie das Internet machen im Prinzip überall zu empfangen. Unsere Hypothese, die auch im Rahmen anderer Projekte und Publikationen des Projektleiters vertreten wird, ist, daß dieser Sachverhalt die Idee rein nationalstaatlicher Regelungen obsolet macht. Dies gilt insbesondere für das INTERNET, denn hier sind dem Fluß der Informationen überhaupt keine (technischen) Grenzen mehr gesetzt. Die beiden Arbeiten von *Michael Nagenborg* und *Stephanie Ihringer* zeigen deutlich, daß einerseits die teilweise hysterische Debatte um gewalthaltige bzw. pornographische Inhalte im INTERNET dem Thema nicht gerecht wird, daß aber andererseits Regelungen neuen Typs entwickelt werden müssen, um in Zukunft eine akzeptable Entwicklung dieses Mediums gewährleisten zu können. »Regelungen neuen Typs« deshalb, weil das INTERNET im Kern dezentral und unbegrenzt ist. Nationalstaatliche Gesetze bauen auf der zentralen Durchsetzung auf; dies ist im INTERNET nicht erreichbar.

3.9 Empfehlungen

Aus den Ergebnissen und Schlußfolgerungen dieser Arbeit können Empfehlungen gewonnen werden. Diese sind, entsprechend der Ansicht, daß keine einfachen Ursache-Wirkungs-

Zusammenhänge im Medienbereich konstatiert werden können, allgemeiner Art bzw. sind es Empfehlungen für die Schaffung von Rahmenbedingungen, mit deren Hilfe die Medienlandschaft gestaltet werden soll.

- Von einzelnen Extrembeispielen der Gewaltausübung, die in Verbindung mit dem Konsum von Gewaltdarstellungen in Verbindung gebracht werden (können), sollte nicht auf allgemeine Trends geschlossen werden. Dies ist wissenschaftlich nicht sinnvoll und trägt nur zur Ideologisierung der Diskussion und nicht zur Lösung der Probleme bei.
- Zensur ist sowohl ein Eingriff in politische, als auch in wirtschaftliche Rechte. Letzteres erschwert faktisch die Einflußnahme, ersteres ist ein Grund, ihre Anwendung grundsätzlich in Frage zu stellen. Deshalb sollten sich Regierungen nicht in die Programmgestaltung einmischen.
- Gerade Fernseh-Nachrichten genießen eine hohe Glaubwürdigkeit. Dies fordert eine unparteiische Darstellung, die auch Hintergrundinformationen transportieren sollte. Die Tendenz zu immer kürzeren Nachrichten-»häppchen« verhindert eine ausreichende Information. Daraus ist im Prinzip die Bestandsgarantie für die öffentlich-rechtlichen Anstalten abzuleiten. Außerdem muß hier gesichert sein, daß diese finanziell so ausgestattet sind, daß die öffentlich-rechtlichen Anstalten dem Auftrag der Information und Bildung nicht nur im Sinne einer Grundversorgung nachkommen können.
- Wo möglich, sollten grundsätzlich zumindest europäische Lösungen angestrebt werden. Dies macht die Globalisierung der Medienlandschaft notwendig. Modell für Rahmenrichtlinien könnte hier die Entwicklung im Umweltschutzbereich sein: Staaten verpflichten sich, gewisse Ziele bis zu einem festgelegten Zeitpunkt zu erreichen. Wie dies jeweils im nationalen Rahmen bewerkstelligt wird, bleibt offen.

4 Literaturverzeichnis

- AUFENANGER/KINDER UND JUGENDLICHE: Aufenanger, Stefan: „Wie Kinder und Jugendliche Gewalt im Fernsehen verstehen“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 228-234.
- BOCK/WIRKUNGSVERGLEICH: Bock, Michael: „Druckmedium und Fernsehen im Wirkungsvergleich“; Max Niemeyer; Tübingen 1989.
- BONFADELLI/SOZIALE REALITÄT: Bonfadelli, Heinz: „Der Einfluß des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 154-169.
- BONFADELLI/WISSENSKLUF-KONZEPTION: Bonfadelli, Heinz: „Die Wissenskluf-Konzeption: Stand und Perspektiven der Forschung“, in: Saxer, Ulrich (Hrsg.): „Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien“; Verlag Ölschläger; Juni 1985, Seite 65-86.
- BURKART/WIRKUNG: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992.
- DONSBACH/SELEKTIVE ZUWENDUNG: Donsbach, Wolfgang: „Selektive Zuwendung zu Medieninhalten“, in: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): „Massenkommunikation“; Kölner Zeitschrift für Soziologie; Westdeutscher Verlag; Opladen 1989/Sonderheft 30, Seite 392-405.
- EHLERS/THEMENSTRUKTURIERUNG: Ehlers, Renate: „Themenstrukturierung durch Massenmedien“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 106-126.
- FESTINGER/KOGNITIVE DISSONANZ: Festinger, Leon: „Die Lehre von der „kognitiven Dissonanz“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 16-22.
- FISCHER ET AL./100 JAHRE: Fischer, Heinz-Dietrich u. a.: „100 Jahre Medien-gewalt-Diskussion in Deutschland“, Frankfurt am Main 1997.

FRIEDRICHSEN, JENZOWSKY/METHODEN: Friedrichsen, Mike/Jenzowsky, Stefan: „Methoden und Methodologie“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 292-332.

FRIEDRICHSEN/GRUNDLAGEN: Friedrichsen, Mike: „Grundlagen und Perspektiven in der Gewalt-in-den-Medien-Forschung“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 397-415.

FRINGS/GEMETZEL: Frings, Ute: „Gemetzelt und Videoclips – Henry V. und der Golfkrieg“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“; Bertelsmann; Gütersloh Oktober 1991/Heft 126, Seite 19-21.

FRÜH, SCHÖNBACH/TRANSAKTION: Früh, Werner/Schönbach, Klaus: „Der dynamisch-transaktionale Ansatz“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 86-100.

FUCHS/BILDER: Fuchs, Gerhard: „Wie brutal dürfen Bilder sein?“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“; Bertelsmann; Gütersloh Dezember 1994/Heft 132, Seite 47-49.

GEIBLER/WANDEL: Geißler, Rainer: „Wandel durch Massenmedien“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 23-35.

GERHARD/SPRACHBILDER: Gerhard, Ute: „Sprachbilder der Bedrohung“, in: Winkler, Beate (Hrsg.): „Was heißt denn hier fremd?“; Humboldt Taschenbuchverlag; München 1994, Seite 51-56.

GLEICH/ANGEBOT: Gleich, Uli: „Das Angebot von Gewaltdarstellungen in den Medien“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 145-165.

GREENBERG/USA: Greenberg, Bradley S.: „Wie die USA über den Krieg informiert wurden“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“; Bertelsmann; Gütersloh Oktober 1991/Heft 126, Seite 30-36.

GROEBEL/ERLEBNISSE: Groebel, Jo: „Erlebnisse durch Medien“, in: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): „Massenkommunikation“; Kölner Zeitschrift für Soziologie; Westdeutscher Verlag; Opladen 1989/Sonderheft 30, Seite 351-363.

- GROEBEL/FREMDENFINDLICHKEIT: Groebel, Jo: „Medien, Gewalt und Fremdenfeindlichkeit“, in: Winkler, Beate (Hrsg.): „Was heißt denn hier fremd?“, Humboldt Taschenbuchverlag; München 1994, Seite 16-25.
- GROEBEL, GLEICH/GEWALTPROFIL: Groebel, Jo/Gleich, Uli: „Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms“, Leske + Budrich; Opladen 1993.
- HACKER/AGGRESSION: Hacker, Friedrich: „Aggression“, Verlag Fritz Molden; Wien/München/Zürich 1971.
- HASEBRINK/NUTZUNG: Hasebrink, Uwe: „Zur Nutzung action- und gewaltorientierte Fernsehangebote“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“, Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 194-227.
- HAUSMANNINGER/ARGUMENTE: Hausmanninger, Thomas: „Neue Medien – alte Argumente“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“, Bertelsmann; Gütersloh Juni 1994/Heft 131, Seite 62-66.
- KATZ/JOURNALISMUS: Katz, Elihu: „Das Ende des Journalismus“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“, Bertelsmann; Gütersloh Oktober 1991/Heft 126, Seite 4-10.
- KRUSE/DIKTAT: Kruse, Jörg: „Medien unter dem Diktat der Ökonomie oder der Politik?“, in: Mast, Claudia (Hrsg.): „Markt-Macht-Medien“, UVK-Medien; Konstanz 1996, Seite 57-62.
- KÜBLER/MEDIENGEWALT: Kübler, Hans-Dieter: „Mediengewalt: Sozialer Ernstfall oder medienpolitischer Spielball?“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“, Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 69-108.
- KUNCZIK/GEWALT: Kunczik, Michael: „Gewalt und Medien“, Böhlau Verlag; Köln 1987.
- KUNCZIK/PROPAGANDA: Kunczik, Michael: „Propaganda und Berichterstattung im Krieg – ein historischer Rückblick“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“, Bertelsmann; Gütersloh Oktober 1991/Heft 126, Seite 37-44.
- KUNCZIK/WIRKUNGEN: Kunczik, Michael: „Wirkungen von Gewaltdarstellungen. Zum aktuellen Stand der Diskussion“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“, Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 125-144.

KÜNZLI/KÖNNEN: Künzli, Arnold: „Vom Können des Sollens“, in: Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): „Medien-Ethik“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1991, Seite 280-293.

MANSEL/PROBLEMVERHALTENSWEISEN: Mansel, Jürgen:

„»Problemverhaltensweisen«Jugendlicher und deren öffentliche Wahrnehmung“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 17-41.

MALETZKE/MASSENKOMMUNIKATIONSTHEORIEN: Maletzke, Gerhard:

„Massenkommunikationstheorien“; Max Niemeyer Verlag; Tübingen 1988.

MEYN/MASSEN MEDIEN: Meyn, Hermann: „Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland“; Colloquium Verlag; Berlin 1990.

MIKOS/FASZINATION: Mikos, Lothar: „Zur Faszination von Action- und Horrorfilmen“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 166-193.

MONHEIM/WAHRNEHMUNGEN: Monheim, Gert: „Wahrnehmungen und Erfahrungen aus der Sicht von Journalisten“, in: Winkler, Beate (Hrsg.): „Was heißt denn hier fremd?“; Humboldt Taschenbuchverlag; München 1994, Seite 57-61.

NOWOTTNY/INFORMATION: Nowotny, Friedrich: „Information und Verantwortung“; Edition Temmen; Bremen 1995.

POSTMAN/AMÜSIEREN: Postman, Neil: „Wir amüsieren uns zu Tode“; Fischer Taschenbuch Verlag; Frankfurt am Main Mai 1993.

POSTMAN/KINDHEIT: Postman, Neil: „Das Verschwinden der Kindheit“; Fischer Taschenbuch Verlag; Frankfurt am Main November 1992.

PRANTL/SCHNITTCHEN: Prantl, Heribert: „»Ein kleines Schnittchen zur Durchtrennung der Eileiter«“, in: Winkler, Beate (Hrsg.): „Was heißt denn hier fremd?“; Humboldt Taschenbuchverlag; München 1994, Seite 68-73.

REETZE/REALITÄT: Reetze, Jan: „Die Realität der Medien“; Metzler Schulbuchverlag; Hannover 1992.

RENCKSTORF/ERTRÄGE: Renckstorf, Karsten: „Erträge der Rezipientenforschung für eine Medienethik aus der Perspektive einer handlungstheoretisch begründeten (Massen-)Kommunikationsforschung“, in: Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): „Medien-Ethik“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1991, Seite 129-147.

- RENCKSTORF/NEUE PERSPEKTIVEN: Renckstorf, Karsten: „Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 57-85.
- RENCKSTORF/TWO-STEP-FLOW: Renckstorf, Karsten: „Zur Hypothese des „Two-Step-Flow“ der Massenkommunikation“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 40-56.
- SAXER/WISSENSKLUF: Saxer, Ulrich: „Medienverhalten und Wissensstand – Zur Hypothese der wachsenden Wissenskluf“, in: Burkart, Roland (Hrsg.): „Wirkungen der Massenkommunikation“; Wilhelm Braumüller; 3. Aufl. Wien 1992, Seite 127-148.
- SCHABEDOTH/INHALT: Schabedoth, Eva: „Inhalt: Gewalt – Ein Fazit der Erforschung „gewaltiger“ Medieninhalte“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 392-396.
- SCHENK/SOZIALE NETZWERKE: Schenk, Michael: „Soziale Netzwerke und Massenmedien“; J. C. B. Mohr (Paul Siebeck); Tübingen 1995.
- SCHNEIDER/KRIMINOLOGIE: Schneider, Hans Joachim: „Kriminologie der Gewalt“; S. Hirzel Verlag; Stuttgart/Leipzig 1994.
- SCHÖNBACH/ERTRÄGE: Schönbach, Klaus: „Erträge der Medienwirkungsforschung für eine Medienethik“, in: Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): „Medien-Ethik“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1991, Seite 97-103.
- SCHÖNFELD/GESELLSCHAFT: Schönfeld, Gerhard (Hrsg.): „Gewalt in der Gesellschaft“, Informationszentrum Sozialwissenschaft; Bonn 1993.
- SCHULZ/POLITISCHE KOMPETENZ: Schulz, Winfried: „Information und politische Kompetenz. Zweifel am Aufklärungsanspruch der Massenmedien“, in: Saxer, Ulrich (Hrsg.): „Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien“; Verlag Ölschläger; Juni 1985, Seite 105-118.
- SCHULZ/KOMMUNIKATIONSGRUNDRECHTE: Schulz, Wolfram: „Gewaltdarstellungen im Fernsehen im Spannungsfeld zwischen Jugendschutz und Kommunikationsgrundrechten“, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): „Rundfunk und Fernsehen“; Nomos Verlagsgesellschaft; Baden-Baden/Hamburg 41. Jg 1993/3.

- SCHULZ/POLITISCHE AUSEINANDERSETZUNG: Schulz, Wolfram: „Die Akzeptanz und Beurteilung von Gewalt als Mittel politischer Auseinandersetzung“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 42-68.
- SPINNER/GESCHÄFTSBEDINGUNGEN: Spinner, Helmut F.: „Über die Geschäftsbedingungen der Massenmedien: Kritik als Beruf, Information als Aufgabe, Unterhaltung als Geschäft, Moral als Legitimation und Lebenslüge“, in: Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): „Medien-Ethik“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1991, Seite 148-160.
- SPINNER/WISSENSORDNUNG: Spinner, Helmut F.: „Die Wissensordnung“; Leske + Budrich; Opladen 1994.
- TSAPANOS/AUSNAHME: Tsapanos, Georgios: „Die Ausnahme ist die Regel“, in: Winkler, Beate (Hrsg.): „Was heißt denn hier fremd?“; Humboldt Taschenbuchverlag; München 1994, Seite 65-68.
- VOLKMER/BILDERKRIEG: Volkmer, Ingrid: „Feldherr im Bilderkrieg“, in: Gross, Johannes/Mast, Claudia/Wechsler, Ulrich: „Bertelsmann Briefe“; Bertelsmann; Gütersloh November 1993/Heft 130, Seite 33-36.
- VOWE, FRIEDRICHSEN/PLÄDOYER: Vowe, Gerhard/Friedrichsen, Mike: „Wie gewaltig sind die Medien? Ein Plädoyer für differenzierte Antworten“, in: Friedrichsen, Mike/Vowe, Gerhard (Hrsg.): „Gewaltdarstellungen in den Medien“; Westdeutscher Verlag; Opladen 1995, Seite 7-14.
- WEIß/STREITFRAGEN: Weiß, Hans-Jürgen: „Öffentliche Streitfragen und massenmediale Argumentationsstrukturen“, in: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): „Massenkommunikation“; Kölner Zeitschrift für Soziologie; Westdeutscher Verlag; Opladen 1989/Sonderheft 30, Seite 473-489.
- WILLEMS ET AL/FREMDENFINDLICHE GEWALT: Willems, Helmut et al.: „Fremdenfeindliche Gewalt“; Leske + Budrich; Opladen 1993.