

Besprechungen

Margreth Lünenborg / Dirk Martens /
Tobias Köhler / Claudia Töpfer

Skandalisierung im Fernsehen

Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption
von Reality TV Formaten

Berlin: Vistas, 2011. – 264 S.

(Schriftenreihe Medienforschung der LfM; 65)

ISBN 978-3-89158-542-9

Hans Mathias Kepplinger

Publizistische Konflikte und Skandale

Wiesbaden: VS Verlag für

Sozialwissenschaften, 2009. – 204 S.

ISBN 978-3-531-16900-2

Wissenschaftliche Publikationen über Skandale sind nicht selten ein Spiegel des historischen Kontexts, in dem sie entstanden sind. In der Kommunikationswissenschaft können drei unterschiedliche Typen der Skandalforschung unterschieden werden: erstens die Untersuchung von Skandalen, über die keine Medienberichterstattung erfolgt; zweitens die Analyse von Medienberichten über Skandale, die unabhängig von der Berichterstattung existieren; sowie drittens Medienskandale, die in und von der Medienöffentlichkeit produziert werden. In der kommunikationswissenschaftlichen Skandalforschung sind seit der Veröffentlichung des Sammelbands zu „Media Scandals“ von James Lull und Stephen Hinerman im Jahr 1997 diese provokativen Grenzüberschreitungen theoretisch ausgearbeitet worden. Die Ausdifferenzierung hat die theoretische Grundlage für eine Reihe beachtenswerter Fallstudien zu Skandalen geschaffen, die in den vergangenen Jahren in den USA, Großbritannien und Deutschland erschienen ist.

Ein Glanzlicht der Skandalforschung ist die jüngst publizierte Untersuchung der Skandalisierung im performativen Reality TV von Margreth Lünenborg, Dirk Martens, Tobias Köhler und Claudia Töpfer. Das Forschungsteam knüpft unmittelbar an den internationalen Forschungsstand an und operationalisiert das komplexe theoretische Repertoire für sein Methodendesign. Es liefert mit seiner von der Landesmedienanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) finanzierten Studie erstmals Einblicke in die Skandalisierungstendenzen des privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramms in Deutschland für ein gesamtes Jahr-

zehnt. Durch die quantitative Inhaltsanalyse der ausgewählten Formate des performativen Reality TV aus den Jahren 2000 bis 2009 gelingt es der Gruppe zu zeigen, dass zwar eine beträchtliche Anzahl und breite Vielfalt an Grenzüberschreitungen gesendet wird, die provokativen Szenen sich im Untersuchungszeitraum jedoch nicht generell, sondern nur in bestimmten Formaten vermehrt haben. Die Forschungsgruppe hat zudem Hinweise darauf gefunden, dass die Sender RTL, RTL 2, ProSieben und Das Erste im Untersuchungszeitraum häufiger als das ZDF, der WDR und Kabel eins mit provokativen Elementen in den Formaten des performativen Reality TV gearbeitet haben. Die Skandalisierungstendenzen wurden in Castingshows, Reality Soaps, Doku-Soaps, Coaching-Formaten und Swap-Dokus festgestellt; in den untersuchten Beziehungs-Shows waren sie hingegen kaum messbar. Die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse von drei ausgewählten Castingshows wurden mit den Einschaltquoten aus der AGF/GfK-Fernsehforschung und den Daten der Fernsehwerbestatistik von Nielsen Media Research in Beziehung gesetzt und mit Blick auf einen möglichen Zusammenhang zwischen provokativen Elementen in Folgen und Staffeln, dem Zuschauererfolg und den verkauften Werbespots analysiert. Ein direkter kausaler Zusammenhang konnte hier nicht nachgewiesen werden.

Auf Basis einer qualitativen Medienanalyse von ausgewählten Fallbeispielen konnten die Autorinnen und Autoren sechs Skandalisierungsmuster identifizieren und nachweisen, dass auch substantielle Grenzüberschreitungen im Reality TV stattfanden, die keine Resonanz in der journalistischen Öffentlichkeit erzeugten. Umgekehrt zeigte die Untersuchung aber auch, dass der Journalismus wiederholt TV-Inhalte skandalisierte, auch wenn es keine Normüberschreitungen gab. In Ergänzung zu diesen Befunden wurden zudem eine Gruppendiskussion mit 32 Teilnehmerinnen und Teilnehmern und acht Experteninterviews durchgeführt. Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen mit Jugendlichen und Eltern entsprachen nicht dem Vorurteil, der Konsum performativer Fernseh-inhalte führe zu einer gewissen Abstumpfung gegenüber Tabubrüchen und Provokationen. Jedoch zeigten sich Unterschiede bei der Akzeptanz von Nacktheit und Sexualität sowie verbalen Beleidigungen zwischen medial unterschiedlich sozialisierten. Die Interviews mit Medienexperten illustrieren in erster Linie den Produktions- und Vermarktungszusammenhang der performativen TV-Formate, die durch

den kalkulierten Einsatz von Skandalisierungen Aufmerksamkeit erregen sollen.

Die Studie von Lünenborg, Martens, Köhler und Töpfer bringt die Skandalforschung ein großes Stück voran. Die Forschungsgruppe vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin und des House of Research liefert nicht nur Einblicke in die Produktionsstrategien, die Diskursivierungsformen und die Rezeption des Reality TV. Sie legt eine Studie vor, die sich durch ihr stringentes, systematisches Forschungsdesign als Referenzstudie für kombinierte Längs- und Querschnittstudien von Medienskandalen in anderen Kontexten eignet. Vor allem für die Publizistik wäre hier der Blick auf die performativen Medieninhalte lehrreich, um die „Kunst der Skandalisierung [sic!] und die Illusion der Wahrheit“ (so der Titel eines Sachbuchs von Kepplinger aus dem Jahr 2001) besser zu ergünden: In welchen Nachrichtenformaten werden Grenzüberschreitungen gesellschaftlicher Akteure besonders häufig vorgeführt? Wie verhalten sich Häufung und Länge journalistischer Skandalisierungen zu Reichweiten, Auflagen und Quoten? Welche Konfliktfälle werden bevorzugt? Wie unterscheiden sich die Skandalberichte unterschiedlicher Ressorts voneinander? Wie reagiert das Publikum kurz-, mittel- und langfristig auf die wiederholte Skandalisierung von Themen wie z. B. Kindesmissbrauch durch Geistliche?

Die Skandalforschung als systematisch-vergleichende Untersuchung von Skandalen steckt noch in den Kinderschuhen. Skandale, über die viele Jahrhunderte ausschließlich in christlich-theologischen Exegesen reflektiert worden war, wurden erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zum Gegenstand der sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung. In Deutschland ist Hans Mathias Kepplinger einer der Weggefährten der Skandalforschung, der Skandale in einer Reihe von Fallstudien über mehrere Jahre auf der Höhe des Zeitgeists variiert hat. In dem Sammelband „Publizistische Konflikte und Skandale“ hat er neun seiner Beiträge zu diesem Themenkomplex, die zwischen 1979 und 2004 zuerst in Fachzeitschriften und Fachbüchern erschienen waren, noch einmal in Buchform veröffentlicht.

Im Gegensatz zu Lünenborg, Martens, Köhler und Töpfer verzichtet Kepplinger „im Interesse einer einfachen und allgemeinverständlichen Darstellung [auf] methodische Details, umfangreiche Literaturbelege und fachspezifische Exkursionen“. In dem vom Verlag für Sozialwissenschaften veröffentlichten Band empfiehlt der Mainzer Kommunikationsforscher

den Leserinnen und Lesern, sie mögen sich diese Informationen „in den Erstveröffentlichungen“ zusammensuchen. Welche Inhalte, Ideen und Konzepte der Kepplinger-Herausgeber Kepplinger wann von wem übernommen hat, bleibt damit all jenen verborgen, die sich nicht durch ältere Fachzeitschriften wühlen wollen. Nur so viel steht fest: Der Herausgeber hat nicht nur gekürzt (was er angibt), sondern auch hinzugefügt (was er nicht immer angibt). Es finden sich in seiner Aufsatzsammlung einige zentrale Ideen zur Skandalisierung, die in der aktuellen Skandalforschung diskutiert werden. Kepplingers Beiträge beschäftigen sich mit publizistischen Konflikten, den gesellschaftlichen Bedingungen politisch motivierter Gewalt, der Wirkung von medialen Gewaltdarstellungen sowie der medialen Skandalisierung von Politikern. Der Autor definiert publizistische Konflikte als „Auseinandersetzungen zwischen mindestens zwei Kontrahenten, die mit Hilfe der Massenmedien vor Publikum ausgetragen werden.“ (9) Skandale könne man als „Grenzfälle von publizistischen Konflikten betrachten. Bei Skandalen geht es nicht mehr um die Vorherrschaft im Meinungskampf, sondern um die Folgerungen aus den emotional aufgeladenen Mehrheitsmeinungen. Es geht um die moralische Exekution der Skandalisierten.“ (7) Solche steilen Thesen haben nicht nur zeithistorischen Wert. Sie erklären vielleicht auch, warum Skandalbetrachtungen lange Zeit eine Anschlussfähigkeit an sozialwissenschaftliche Theorien abgesprochen wurde.

Kepplingers Textsammlung ist vor allem eine Zeitreise durch die deutsche Skandalforschung. Sie erläutert anhand von Fallstudien Zugänge zu Diskurskonflikten und bringt mitunter interessante Ergebnisse in Erinnerung. So zeigt Kepplinger anhand des Diskurses über Heinrich Bölls Forderung nach „freiem Geleit“ und „Gnade“ für Ulrike Meinhof, dass in publizistischen Konflikten der 1970er Jahre die Argumente, die sie ausgelöst hatten, nach kurzer Zeit vergessen waren. Mit einem Experiment belegt er, dass die Wirkung von TV-Berichten über gewaltsame Auseinandersetzungen im Wesentlichen von den gezeigten Bildern abhängig war, während die sprachliche Interpretation der Gewalt nahezu irrelevant war. In einer Analyse des Einflusses von Diskursen auf die Entstehung von politisch motivierter Gewalt erläutert Kepplinger, dass den scheinbar plötzlichen Gewaltausbrüchen jahrelange Transformationsprozesse zu Grunde lagen, deren Ausgang mit den ursprünglichen Intentionen wenig gemein hatte. Anhand eines Vergleichs der massiven öffentlichen Kritik an den Politikern Lothar

Späth und Manfred Stolpe in den 1980er und 1990er Jahren erklärt der Kommunikationswissenschaftler damalige Erfolgsfaktoren für das Gelingen einer Skandalisierung. In einer Fallstudie zur „Kanzlei-Affäre“ um Peter Gauweiler als Kandidat der Münchner Oberbürgermeisterwahl 1993 zeigt Kepplinger, wie „wenige Skandalisierer“ die „politische Willensbildung der Mehrheit“ beeinflussten – was ihn zu der Frage veranlasst, ob hier der „Wählerwille“ „verfälscht“ wurde (8). Die beiden letzten Beiträge seines Bands sind ursprünglich aus den Jahren 2003 und 2004 und rekurrieren auf seinen wahrscheinlich wichtigsten Beitrag zur Skandalforschung: die 2002 unter dem Titel „Alltägliche Skandale“ gemeinsam mit Simone Christine Ehmig und Uwe Hartung publizierte repräsentative Analyse von Skandalen. Die Untersuchungen zeigen, dass die Perspektiven der Skandalisierer und Skandalisierten nicht nur interessengeleitet, sondern auch rollengebunden sind.

Wem Kepplingers Aufsätze zu Skandalen zu fragментарisch sind, dem sei neben „Skandalisierung im Fernsehen“ von Lünenborg, Martens, Köhler und Töpfer auch die 2009 von Frank Bösch vorgelegte, herausragende Studie „Öffentliche Geheimnisse“ empfohlen, die sich mit dem Verhältnis von Skandalen, Politik und Medien in Deutschland und Großbritannien von 1880 bis 1914 beschäftigt. Sie ist zeitlos.

Steffen Burkhardt

Eugenia Siapera

Cultural Diversity and Global Media

The Mediation of Difference

Malden: Wiley-Blackwell, 2010. – 222 S.

ISBN 978-1-4051-8046-7

Heike Graf (Hrsg.)

Diversity in Theory and Practice

News Journalists in Sweden and Germany

Göteborg: Nordicom, 2011.— 189 S.

ISBN 978-91-86523-12-1

Ist, wer diskriminiert wird, selber schuld? In der selbst ernannten „Leistungsgesellschaft“ gibt es ausreichend ökonomisches und ideologisches Interesse für das Bejahren dieser Frage. Das „unternehmerische Ich“ scheitert demnach allein aufgrund fehlenden Willens oder mangelnder Qualitäten. Oder, wie aus den Redaktionen der Quasi-Profession Journalismus zu hören ist: “The only thing that counts is the

professionalism, nobody is interested in where a person comes from” (Graf, 9). Die Verschmelzung des Leistungsdiskurses mit Armut, Migration, Gender usw. ergibt auch für die Kommunikationswissenschaft eine Reihe von Forschungsfragen und -feldern. Beide hier besprochenen Publikationen gehen darauf ein und nutzen das Konzept der kulturellen oder ethnischen Diversität, um Strukturen und Inhalte von Medien und Öffentlichkeiten zu besprechen.

Diversity ist ein relativ neues Konzept, das vergleichsweise breite Anerkennung findet. Im Gegensatz zu anderen theoretischen Perspektiven wurde Diversity als ein anwendungsorientiertes Vorhaben entwickelt. Seine Tauglichkeit sowohl in der Praxis der Kämpfe um Gerechtigkeit als auch in der Analyse von Ungleichheit ist jedoch umstritten. Dabei geht es nicht um den banalen Standpunkt, dass nur Professionalität im Journalismus zählt. Es geht vielmehr um das neoliberale Zelebrieren von Differenz und Identität, das die gesellschaftlichen Ausbeutungsverhältnisse an sich nicht in Frage stellt. Es gibt sozusagen ernsthafte „Diversity Troubles“.

Eugenia Siaperas „Cultural Diversity and Global Media“ ist eine umfangreiche theoretische Auseinandersetzung mit dem Potenzial der „kulturellen Diversität“ als analytisches Werkzeug, um die Rolle der Medien in der Verfestigung von Identitäten in der Gesellschaft zu untersuchen. In ihrer Analyse nimmt Eugenia Siapera die Debatten rund um den Multikulturalismus als Ausgangspunkt, um rechte und linke Kritik daran einander gegenüberzustellen. Das zentrale Argument für die Auswahl des Schwerpunkts “kulturelle Diversität” bezieht sich jedoch nicht darauf: „The continued ‚crisis‘ of multiculturalism represents the need to keep on thinking and reformulating our ideas of cultural diversity, togetherness, identity, and difference” (5) Deutschsprachige LeserInnen, die „integrationsbedingt“ kaum in die Verlegenheit gekommen sind, jemals Hoffnungen in das Konzept des Multikulturalismus zu investieren, dürften darüber staunen, dass das Modell anderswo weiterhin Diskussionen belebt. Tatsache ist, dass der Begriff, ausgehend von seiner Bedeutung im englischsprachigen Raum, sehr breit angewendet wird. So erscheint im dritten Kapitel „Varieties of Multiculturalism“ auch die aktuelle deutsche Migrationspolitik als eine besondere Ausprägung des Multikulturalismus. Dabei beschränkt sich die Autorin nicht nur auf Europa und Nordamerika, sondern gliedert auch die Migrationspolitiken in Indien und Nigeria in diesem Überblick ein.