



Lage sei, uns die Utopie zu erretten.

Auf die alltägliche Medienrealität mit ihren mehr oder weniger 'unterhaltsamen' Interaktionsmustern im Bereich der Hörfunk-Hörerbeteiligung gehen dann die beiden Beiträge von Ralph Weiß (S.301ff.) und Klaus Neumann-Braun (S.310ff.) ein.

Daß sich die neuzeitliche Unterhaltungsgesellschaft auch ethnographisch über die Akzeptanz sozialer und emotionaler Rollenmuster in ihren Projektionen in Heftchenromanen und über Klatschkolumnen der *yellow press* fassen läßt, ist bekannt. Eine exemplarische Inhaltsanalyse aus dem Publikationsraum der deutschsprachigen Schweiz bietet hier Martina Märki-Koepp. Wie so oft bei quantitativen Auswertungen dissonieren hier jedoch leider die sicherlich mühsam erarbeiteten Statistiken mit dem vergleichsweise mageren argumentativen 'Begleitext', der in seiner Konklusion vermutlich Bekanntes zum Ausdruck bringt: „Die Ergebnisse unserer [!] Analyse [...] zeigen unmißverständlich, daß Medien-Gefühlskultur ein die gesamte Medienproduktion durchwirkendes Grundmuster ist, das das Medienimage und die Erwartungen an das Medienangebot mitkonditioniert“ (S.113). Quod erat demonstrandum. Das theoretische Defizit wird dann im Anschlußbeitrag von Jörg R. Bergmann (S.114ff.) in konziser Darstellung ausgeglichen.

Das nutzungsintensivste Medium Fernsehen findet sich - als 'Kreativitätsimpuls' und Wahrnehmungsmuster - in zahlreichen Studien repräsentiert, so u.a. hinsichtlich seiner „Selbstreferentialität“ (Joan Kristin Bleicher, S.147ff.), der Produktionsbedingungen seines Unterhaltungsangebots (am Beispiel RTL: Lars-Uwe Höltich, S.367ff., sowie Frank Berners, S.391ff.) oder etwa in bezug auf die Sendeformen Quiz und Game-Show (Gerd Hallenberger, S.162ff.).

Die Frage nach der Qualitätssteigerung im erweiterten televisionären Programmangebot der technisch möglichen Kanalsättigung führen Wolfgang Donsbach und Danièle Dupré vor Augen, indem sie die sich ändernde 'Produktvielfalt' im Beobachtungszeitraum 1983-1991 strukturell, quantitativ und inhaltlich analysieren (S.229ff.); gezeigt wird die von den Autoren offenbar als *common sense* von öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern gewertete Entwicklung, daß sich das Informationsangebot in den Vorabend verlegt und die *prime time* sich nunmehr vollständig dem Primat der Unterhaltungs-'Vollversorgung' gebeugt hat. Daß der gesetzlich festgelegte Informationsauftrag von ARD und ZDF kühn als „Zwangsverpflichtung auf politische Fernsehinhalte“ (S.246) interpretiert wird, verwundert in dieser Analyse ebenso wie ein den privaten Fernsehprogramm-Lieferanten angedientes Entschuldigungsargument, das die Autoren noch dazu auf die Basis einer höchst subjektiven Prämisse stellen: „Das Fernsehen ist in erster Linie [!] ein Unterhaltungsmedium und wird aus diesem Grunde [!] von den Zuschauern genutzt. Den privaten Anbietern, die sich aus ökonomischen Gründen am Zuschauergeschmack orientieren müssen, standen somit nur begrenzte Marktstrategien zur Verfügung“ (S.246). In Wahrheit ist es doch wohl

so, daß 'der Zuschauergeschmack' eher eine *virtuelle Größe* darstellt, an der sich die (d.h.: alle, aber insbesondere die privaten) TV-Anbieter bei ihrer Programm-entwicklung entlanghangeln und auf diese Weise eher experimentell denn innovativ ihr Angebot füllen - und dies in der empirischen Erkenntnis, daß durchaus auch mal sich nach kürzester Zeit als überflüssig erweisende 'Wegwerfprogramme' produziert werden.

'Spannender', um einen Topos der Unterhaltungskultur zu verwenden, wird Wissenschaft immer dann, wenn scheinbar Abgelegenes ins thematische Zentrum gelangt oder wenn weithin Durchdiskutiertem innovative Facetten abgerungen werden, die eine Überprüfung des bisher argumentativ Hervorgebrachten provozieren; und 'leserfreundlicher' werden Beiträge, die gegenüber Tabellen und Schemata wohlthuende Enthaltbarkeit an den Tag legen oder sich gar der in Fußnoten verwalteten Referenz an Fachkompetenz nicht allzu übermäßig versichern müssen. Beispiele hierfür liefern vor allem die im Themenkomplex „Unterhaltung und Politik“ versammelten Beiträge, die sich zudem mit der deutschen bzw. deutsch-deutschen Film- und Fernsehgeschichte auseinandersetzen. So berichtet Uta Becher anschaulich über das „Grundproblem der verordneten Widerspruchsverkleisterung“ (S.407) im irreal politisierten DEFA-Film der achtziger Jahre, Gudrun Marci-Boehnke exemplifiziert die nazistisch bzw. frühbundesrepublikanisch gefärbten Frauen-Leitbilder am Beispiel der beiden Verfilmungen von *Auf Wiedersehen, Franziska* (s.S.411ff.), und Stephen Lowry nimmt sich der rezeptionshistorisch differenten politischen Implikationen von „Aufmüßigkeit und Konformität“ (S.452) in der Erfolgskomödie *Die Feuerzangenbowle* von 1944 an (daß der Autor hier eine unkorrekte, die Rahmenhandlung verkennende Inhaltscharakteristik voranschleibt, sei ihm hinsichtlich seiner im weiteren sinnfälligen Argumentation verziehen). Und schließlich liefert Knut Hickethier, der 'Fernsehspiel-Beauftragte' der bundesdeutschen Medienwissenschaft, ein Memorandum zum Ost-West-Genre öffentlich-rechtlich initiierten Spielhandlungen (S.215ff.), das die Frage nach der unterschiedlichen Akzeptanz politisch akzentuierter 'Unterhaltbarkeit' bei alten und neuen Bundesbürgern stellt.

Daß die letztgenannten Beiträge eher philologisch denn kommunikationswissenschaftlich orientiert sind, zeigt die hohe disziplinäre Integrationsfähigkeit des Objekts 'Unterhaltung' und macht auch aus dieser Sicht die Publikation zu einem insgesamt lesenswerten Kompendium.

Michael Schaudig (München)