

Stefan Weber

Falsch verbunden?

Warum Unterhaltung immer „realistischer“ und Journalismus immer „fiktionaler“ wird¹

Die These: Durch neuartige audiovisuelle Mischformen wie Reality-Soaps oder Doku-Dramen werden althergebrachte Dualismen der Medienwirklichkeit weder verwischt noch aufgelöst, vielmehr werden deren symbolische Besetzungen umgepolt. Dieser Gedankengang soll anhand von ausgewählten Dualitäten-Paaren entwickelt und begründet werden.

Oberflächlich und flüchtig betrachtet, scheinen beide aktuellen Phänomene der Fernsehkultur nichts miteinander zu tun zu haben: Die Berichterstattung zum Kitzsteinhorn-Inferno oder zum Sebnitzer „Fall Joseph“ auf der einen Seite und „Big Brother“ oder „Taxi Orange“ auf der anderen Seite. Bei näherem Hinsehen tut sich ein erstaunlicher Zusammenhang auf, den man in folgende Trend-Hypothese fassen kann: Journalismus wird zunehmend fiktionaler, und Unterhaltung wird zunehmend realistischer. Sollte diese These stimmen, so ergeben sich aus ihr neue Folgerungen für und Forderungen an Debatten um Medienkompetenz und Medienpädagogik.

Nicht nur in der Medien- und Journalismustheorie herrscht weitgehend Einigkeit über folgende Annahmen: Journalismus sei primär für (objektive, gewissenhaft geprüfte) Informationen zuständig (genauer: für Wirklichkeiten, die nach dem Prinzip des Check, Gegen-Check und Re-Check ‚ausbalanciert‘ bzw. ab- und angeglichen wurden), Unterhaltung für (fiktionale, ‚konstruierte‘, gestaltete) Emotionen; im Journalismus gehe es um (den Versuch der) Abbildung von Wirklichkeit (zumindest in seinen ‚objektiven‘ Darstellungsformen wie Nachricht, Bericht und Meldung), in der Unterhaltung um künstliche Wirklichkeit, um Artifizialität (von der man keine Referenz auf die Realität erhoffen darf). Vom Journalismus erwarten sich Medienkonsumenten, über tatsächliche Ereignisse aus der Welt informiert zu werden. Wer die „ZiB3“ sieht, erwartet im Normalfall keine Fiktionalität. Von der Unterhaltung erwartet man hingegen keine Kopplung mit der ‚realen Realität‘, denn sie soll Spannung und Ablenkung via Action, Sex, usw. liefern. Wer „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ sieht, der fragt sich in aller Regel nicht, ob das „wirklich so passiert ist“ (freilich gibt es auch hier Ausnahmen).

Die eingangs formulierte These ist nun kein abstraktes Theorem, sondern eine (mutmaßliche) empirische Trend-Beobachtung: Während der Journalis-

mus zunehmend Schwierigkeiten mit der „einen Realität“ zu haben scheint, wird sie in der Unterhaltung umso unvermittelter und ‚realistischer‘ vorgeführt. Und auch: Während Journalismus immer unterhaltender wird (mittels Information)², wird Unterhaltung immer realistischer (mittels Emotion).

Warum hat der Journalismus – sofern diese These zutrifft – zunehmend Schwierigkeiten mit seiner klassischen Funktion, der Vermittlung von Realität? Man könnte mit dem österreichischen Philosophen Peter Strasser eine Antwort wagen: Weil wir „im Zeitalter des Konstruktivismus“ leben. Was bedeutet das? Nicht, dass Wirklichkeit – auf philosophischer bzw. erkenntnistheoretischer Ebene – *immer schon* ein Konstrukt ist, sondern vielmehr, dass sie *zunehmend* konstruiert wird.³ Ein Trend zu mehr Konstruktivität bedeutet schlichtweg: Wir haben es zunehmend mit vielfältigen (= pluralen) Wirklichkeiten zu tun; die *eine* referenzielle Wirklichkeit wurde von vielen möglichen Wirklichkeiten (= Virtualitäten/Als-ob-Welten) abgelöst; und: Diese Wirklichkeiten sind zunehmend weniger statisch und zunehmend deutlicher dynamisch. Was zeigte der „Fall Joseph“ anderes als die verzweifelte Wirklichkeitskonstruktion einer Mutter, die zunächst von allen Medien für wahr gehalten wurde und werden musste, weil sie ins ökonomisch längst stabilisierte Nachrichtenwerte-Schema passte? Was, außer dass es eben mehrere Wirklichkeiten gibt, und der Journalismus zunehmend daran scheitert, wenn er *eine* Wirklichkeitskonstruktion als die *einzig* und *wahre* ausgibt? Dass man sich der Wirklichkeitskonstruktion erst dann richtig bewusst wird, wenn sich Wirklichkeit *ändert*?

In dem radikalen erkenntnistheoretischen Modell des österreichischen Philosophen Josef Mitterer ist jede Wirklichkeit eine Wirklichkeit *so far*, wie von neuen Beschreibungen abgelöst und verändert wird. Der arbeitstechnisch begründete journalistische Zwang zur Reduktion von Komplexität verhindert die expliziten Hinweise darauf: Relativierende Wörter und Wortgruppen wie „mutmaßlich“, „vielleicht“, „Au-

genzeugenberichten zufolge“, „beim derzeitigen Stand der Dinge“ u. a. haben einfach keinen Platz.

Halten wir fest: Journalismus geht zunehmend mit vielfältigen (pluralen) und/oder Augenblicks-(Ad-hoc-)Wirklichkeiten um. Der Trend einer zunehmend bewusst konstruierten Wirklichkeit betrifft jedoch nicht nur Journalisten, sondern auch deren Informanten und Informationsquellen (*spin doctors*, Politiker, Gutachter u. v. a.). Der vermehrte Umgang mit bewusster Konstruktivität und einer Pluralisierung von Wirklichkeit ist allein aber *kein* hinreichender Grund für die zunehmende Unterhaltungsorientierung im Journalismus: Dazu kommen der verstärkte wirtschaftliche Druck auf die Journalisten, die zunehmende Entgrenzung von Journalismus, Werbung und PR, der Quotendruck u. a. Ökonomisierungs-Indikatoren (vgl. Weber [S.] 2000).

In Luhmanns Modell der Massenmedien (vgl. Luhmann 1996) stellen Nachrichten/Berichte (also Journalismus), Unterhaltung und Werbung noch fein säuberlich getrennte ‚Programmbereiche‘ bzw. Subsysteme des großen, übergeordneten Systems der Massenmedien dar. Mittlerweile lässt sich empirisch feststellen: Die Schnittmenge der drei Subsysteme nimmt rapide zu. Doch mit welchem theoretischen Modell kann diese vermeintliche Vermischung oder Zerfransung beobachtet werden?

Die nächstliegende theoretische Antwort wäre: Es kommt zu Kreuzungen von Journalismus und Unterhaltung (oder auch von Journalismus und Werbung oder von Werbung und Unterhaltung), man beobachtet also *Hybridisierungs*-Tendenzen. Eine andere, aber verwandte Antwort wäre: Es kommt zur Herausbildung eines neuen Systems, eines neuen Clusters jenseits von Journalismus und Unterhaltung, eines dritten Systemzusammenhangs: Beobachtet werden dann also *Triadisierungs*-Tendenzen.

Was sind nun Reality-Soaps oder Doku-Dramen? Zwitterwesen zwischen Journalismus und Unterhaltung oder etwas Neues, etwas Drittes jenseits von Journalismus und Unterhaltung? Oder gar beides? Und: Bleiben die beiden ‚alten‘ Systeme erhalten, oder werden sie letztendlich vollständig vom hybriden und/oder die Triade erzeugenden System abgelöst? – Die Ausgangsthese bietet eine alternative Antwort: Es geht letztlich weder um Hybridisierungen noch um Triadisierungen, sondern viel eher um symbolische Umpolungen, um Umkehrungen der bisherigen Referenzen- und Funktionsverteilungen in der bisherigen Systemdualität (Journalismus versus Unterhaltung = Realität versus Virtualität = Fakten versus Fiktionen = Information versus Emotion usw.).

Real-Life-Soaps bzw. Reality-Soaps und Doku-Dramen verweisen, so die Erweiterung dieser These, auf eine mutmaßlich sogar genereller beobachtbare empirische Umkehr klassischer Dualitätenpaare. Zu denken wäre also nicht nur an die Unterscheidungen von Journalismus und Unterhaltung, Realität und Virtualität, Fakten und Fiktionen, Informationen und

Emotionen, sondern auch an die Unterscheidungen von Menschen und Medien, von Anonymität/Intimität und Publizität/Öffentlichkeit u. a.

Noch einmal: Der klassische Journalismus wird mit dem einen Glied der Dualität, also mit Information, Aufklärung, Investigation, Fakten, Realität und Objektivität verbunden. Ein Journalismus der Zukunft ist durchaus vorstellbar, der genau auf das andere Glied der Dualität verweist: auf Emotion, Unterhaltung, Fiktionalität, Künstlichkeit und Subjektivität. Verunsicherungen im Journalismus, wie sie durch den ‚Fernsehfälscher‘ Michael Born oder jüngst durch die teilfiktiven Hollywood-Reportagen und -Interviews eines Tom Kummer ausgelöst wurden, stehen vermutlich nur *pars pro toto* für eine allgemeine Verunsicherung mit der ‚einen Realität‘. Quanten- und Endophysik, biologischer und sozialer Konstruktivismus sowie relativistische und postmoderne Philosophie sind lediglich der theoretische ‚Überbau‘ für diesen allgemeinen Wandel des Wirklichkeitsverständnisses. In letzter Konsequenz wäre sogar ein Journalismus vorstellbar, der bewusste Fiktionen für ausgewählte Publika konstruiert, so der Journalismusforscher Alexander Görke. Freilich wäre es dann einfacher, diesen Journalismus schlichtweg Unterhaltung zu nennen und das Einfangen der ‚realen Realität‘ in der Unterhaltung dann Journalismus: Man sieht, die Dualitäten würden auch nach der Vollendung der symbolischen Umkehr weiterbestehen. Anhand von vier symbolischen Umkehrungen möchte ich nunmehr illustrieren, welche weiteren Folgen die zunehmende Fiktionalisierung des Journalismus und die zunehmende ‚Objektivierung‘ der Unterhaltung (vor allem im Fernsehen) hat:

1. Vom „Menschen sehen Medien zu“ zum „Medien sehen Menschen zu“

Das klassische Fernseh-Setting ist das Verhältnis ‚Viewer‘ → Apparat: Die Menschen (Mediennutzer, -konsumenten) sehen der medialen Apparatur zu. Es mag zunächst kontraintuitiv klingen, wenn man behauptet, dieses Verhältnis kehre sich zunehmend um. Bei näherem Hinsehen ergibt sich aber sehr wohl die scheinbar paradoxe Wahrnehmung, dass wir zunehmend weniger die Bilder beobachten und zunehmend mehr von Bildern beobachtet werden (vgl. Rademacher 1999, 43 ff.). Mit anderen Worten: Nicht mehr nur wir sehen die Medien an, sondern vermehrt sehen die Medien uns an: *Wir* sind das Objekt der Begierde der Medien, und nicht mehr (nur) die Medien Objekte unserer Begierde. Freilich ist das Verhältnis letztlich weniger unidirektional denn zirkulär und rekursiv zu interpretieren: Wir sehen den Medien dabei zu, wie die Medien uns zusehen (uns, die wir zunehmend Medien gebrauchen, um die Schleife selbstreferenziell und in zweiter Ordnung zu schließen).⁴ Wenn es denn stimmt, dass sich aber die

Begehrlichkeit verlagert, d. h. dass der mediale Blick zum hegemonialen wird und die individuellen Blicke der Nutzer überlagert, so erfordert dies eine sowohl psychoanalytisch als auch konstruktivistisch inspirierte Neuanalyse des Phänomens des „Blicks“ (siehe dazu etwa Reich 1998). Der klassische (massen)mediale Blick des Fernsehens war sicherlich ein verschämter und „gezähmter Blick“ (Schmidt 1998), der immer gewisse Seiten und Sinnprovinzen ausblendete, blinde Flecken produzierte. Der neue, „entfesselte Blick“ (Lischka 1993) ist ein stereoskopischer All-Blick, der alles sehen will und alles medialisieren will: Es gibt keinen Ort mehr, an dem die Kamera nicht sein könnte, selbst im Bauch der hochschwangeren Jenny Elvers hat sich der mediale Blick Gewinn bringend eingenistet.

Damit soll nicht gesagt werden, dass sich der mediale Blick vollständig verselbstständigt, autonomisiert habe und vielleicht sogar auf dem Wege sei, zu einer eigenen Entität anthropomorphen Charakters zu werden (solche Sichtweisen von Medientechnik haben eine lange Tradition). Freilich sind es immer noch Menschen, die hinter den entfesselten medialen Blicken stehen. Dass diese Entfesselung des (vor allem Fernseh-)Blicks aus rein ökonomischen Wettbewerbs-Gründen geschieht, versteht sich von selbst.⁵

In der Medientheorie gibt es ein Modell, in dem die Entwicklung des Publikums mit dem Wandel vom *spectator* zum *viewer* und vom *viewer* zum *user* beschrieben wird. Diese Trias korrespondiert mit den drei großen Leitmedien des vergangenen Jahrhunderts: Kino, Fernsehen und Computer. Im Großen und Ganzen mag diese Evolutionslinie auch stimmen, nur hat Reality-TV in den Neunzigern zu einer neuen Splittergruppe geführt: Die Fernseh-Viewer gabelten sich in ‚Starrer‘ und ‚Bestarrte‘, in Subjekte und Objekte der Beobachtung.

Entfesselte Medienblicke sind Blicke erster Ordnung, die Kamera ist ebenfalls ein Voyeur erster Ordnung. Erst als Beobachter zweiter Ordnung kommt der *viewer* ins Spiel, der allerdings nicht davon ausgehen kann, passiver Beobachter der Szenerie wie durch ein Guckloch zu sein. – Macht der Gedanke nicht Reiz, dass wir, wann immer wir den Fernsehapparat einschalten, nicht seinen Bildern zusehen und Tönen zuhören, sondern dass die Audiovisionen aus dem TV-Apparat vielmehr *uns* zusehen und zuhören?

2. Von der Freiheit durch Abwesenheit von Überwachung zur Freiheit durch Präsenz von Überwachung

So wie es Bereiche gab, die dem medialen Blick (dem totalen, stereoskopischen All-Blick) entzogen waren, so gab es immer auch eine Angst vor der totalen Medialisierung und eine argumentativ mehr oder weniger starke Kulturkritik an ihr: Die Vorstellung, eine Welt der totalen Kontrolle, der allgegenwärtigen Ka-

meraaugen zu haben, war lange Zeit medienkritische und technopessimistische Negativ-Folie. Es kommt nicht von ungefähr, dass die Orwell-Vision nunmehr zum Titel für das erste ökonomisch erfolgreiche deutschsprachige Reality-Soap-Produkt avanciert ist. Auch in postmodernen Diskursen im Gefolge Foucaults war die Angst vor der ‚Überwachungsgesellschaft‘, der ‚society of surveillance‘, unüberhörbar. Forderungen nach Autonomie, Freiheit und einem Jenseits der medialen Kontrolle wirken dagegen heute wie ein Anachronismus. Wer verbindet im Diskurs heute noch mit „Big Brother“ eine technoapokalyptische negative Sozialutopie? „Big Brother“ ist ein Fernsehphänomen, zu dem man positiv, negativ oder indifferent stehen kann. Reality-TV hat damit den Diskurs um Freiheit und Kontrolle, um Autonomie und Fremdsteuerung, um ein Diesseits und ein Jenseits der Medialisierung (vgl. Weibel 2000) überlagert. Es bedarf gar nicht besonderer Sozialkritik, um in Reality-TV nicht nur ein ökonomisch erfolgreiches neues Genre zu sehen (das so neu gar nicht ist, siehe etwa die amerikanische Fernsehfamilie Loud in den Siebzigern, vgl. dazu kritisch Baudrillard 1978, 44 ff.). Reality-TV als Prinzip der bewussten und sogar lustvollen Unterwerfung unter die totale Medialisierung (sowohl bei den Teilnehmern als auch bei den Zusehern) lenkt mutmaßlich von der nicht-bewussten, weil latenten ‚Big-Brotherisierung‘ der Gesellschaft ab – und ist deshalb durchaus willkommen als diskursverlagernder Effekt.

In dem Film „Truman Show“ wagt der Protagonist den Ausstieg aus seinem Soap-Universum, um endlich in die ‚reale Welt‘ zu gelangen. *Wir* sind hingegen erst dabei, bewusst und lustvoll in das Mikro-Universum des Containers oder der Insel einzutauchen. Es kommt damit zu dem paradoxen Effekt, dass der Entzug von Freiheit als Gewinn von Freiheit empfunden wird: Man geht freiwillig in den Container, und sei es auch nur in der Hoffnung auf einen Katharsis-Effekt.

3. Vom intimen Alltag und von öffentlicher Politik zum öffentlichen Alltag und zu intimer Politik

Die lustvolle Unterwerfung unter den medialen All-Blick brachte es mit sich, dass das Verhältnis von Alltag und Politik, von Intimität und Öffentlichkeit, von Privatheit und Publizität ebenfalls scheinbar paradox umgepolt wurde (vgl. dazu diverse Beiträge in Imhof/Schulz 1998). Was etwa bei Politikern Privatsache war und was die Öffentlichkeit zu interessieren hatte, das waren bislang zwei klar abgesteckte Sinnsphären (in den USA tendenziell immer schon eher diffus, in Österreich dagegen relativ eindeutig). Die Privatisierung der Politik begann wohl nicht erst mit der Lewinsky-Affäre, wohl aber die Umkehrung, dass Sex zur (schönsten) Hauptsache und Politik zur (heimlichen und) langweiligsten Nebensache der

Welt wird. Wer interessiert sich wirklich für die Politik von Joschka Fischer, wenn er als Marathon-Läufer mehr ‚Stoff‘ hergibt? Was ist an Scharping interessanter – seine Politik oder sein neuer Look ohne Bart? Was in Amerika längst Medienthemen sind, wird nun auch in Deutschland immer deutlicher aufgegriffen: das Privatleben und persönliche Pikanterien von Politikern. In Österreich waren dies bislang noch mediale Ausrutscher (man erinnere sich an die berühmte Klestil/Löffler-Schlagzeile in „täglich Alles“). Hinter vorgehaltener Hand kursieren allerdings auch hier zu Lande die wildesten Gerüchte – bis zu angeblichen homophilen Neigungen von ehemaligen Oppositionspolitikern. Aber es herrscht immer noch breiter Konsens, darüber nicht zu berichten – wie lange noch, darf gefragt werden.

Die Privatisierung der Politik verweist auf ihr logisches Pendant: die Politisierung des privaten, intimen und anonymen Alltags. Die Sinnprovinzen von *publicity* und *privacy* haben sich umgepolt, und das, was im Internet so deutlich gezeigt wird, findet seinen Niederschlag auch im kommerziellen Fernsehen und vor allem in den Boulevard-Illustrierten. Medien- und Politikwissenschaft beschäftigen sich bereits seit Jahren mit dem Phänomen der Entpolitisierung und der Überlagerung der Sachpolitik durch das politische ‚Starsystem‘, durch Personalisierungs- und Emotionalisierungstendenzen. Diese Analysen sind nicht neu, aber in Anbetracht aktueller televisueller Entwicklungen erneut aktuell, zumal sie nun ihren logischen Gegenpol gefunden haben.

4. All dies kulminiert in: Von objektivem Journalismus und von fiktionaler Unterhaltung zu fiktionalem Journalismus und zu ‚realistischer‘ Unterhaltung

In aktuellen medienwissenschaftlichen Diskursen scheint es fast schon verpönt zu sein, einen medienkritischen Ton anzuschlagen. Nur allzu schnell wird man in die Nähe von pauschalisierenden Verdummungs-Thesen oder neomarxistischer Kritik an der Kulturindustrie gerückt. Nicht nur Medienwissenschaftler (vgl. Steinmaurer 2000), auch Journalisten (vgl. Rauscher 2000) bemühen sich in diesem Kontext redlich, den Reality-Soaps positive Seiten abzugewinnen. Sie verweisen etwa auf die integrative Funktion oder auf das erfolgreiche Agenda-Setting, gerade bei Jugendlichen. Reality-Soap-Formate seien kulturstiftend im Sinne der Kultur-Definition von Siegfried J. Schmidt: Sie liefern *Programme für Verhalten*, sie zeigen im Fernsehen, wie man in der ‚realen Realität‘ zu leben habe, wie Konflikte lösbar seien, wie Menschen miteinander umgehen (sollen), wenn sie sich kennen lernen, in Konkurrenzsituationen stehen, Beziehungsspiele durchfechten etc. – Eine solche Sichtweise spielt den Medienmachern in die Hände, sie erscheint geradezu naiv. Ebenso verfehlt

ist es zu glauben, Reality-Soaps (und auch Talkshows) würden die Forderungen aus den Siebzigern nach partizipativem Fernsehen bzw. Bürgerfernsehen einlösen: Endlich stehe der ‚kleine Mann‘ mit seinen alltäglichen Sorgen im Mittelpunkt, endlich könne er der breiten Masse mitteilen, wo ihn der Schuh drückt usw.

Beide Interpretationen von Reality-TV – pädagogisch wertvolle Integrationsleistung und Realisierung von Bürgerpartizipation in Massenmedien – sind argumentativ dünne Kontextuierungs-Versuche.⁶ Sie verschleiern, dass die medialisierten Menschen ausnahmslos als Statisten in der Erregungs- und Aufmerksamkeits-Ökonomie (im Sinne Georg Francks) fungieren; dass es im „Affektfernsehen“ von heute ausnahmslos um Einschaltquoten und somit um Attraktoren für die werbende Industrie geht; dass insbesondere das Starprinzip von Real-Life-Soaps eine selbstreferenzielle Vermarktungsschleife in Gang setzt, wie sie bislang undenkbar war und von der auch viele ‚Nachbarsysteme‘ enorm profitieren (Zlatko als Popsänger, als Talkshow-Star usw.). Es ist meines Erachtens hoch an der Zeit, – inspiriert von konstruktivistischen Einsichten – eine Neuauflage der Medienkritik zu wagen: Vermeintliches partizipatives ‚Bürgerfernsehen‘ soll als rein ökonomisch motiviertes Affektfernsehen geoutet werden, vermeintlicher investigativer Journalismus als rein marktorientierter Sensationalismus. Der Konstruktivismus könnte auch zu einer Abkehr von einem naiven medientheoretischen Realismus führen, der davon ausgeht, dass etwa Real-Life-Genres die ‚tatsächliche‘, ‚ungeschminkte‘ Realität zeigen, in der die Menschen so sind, wie sie eben sind. Jeder kennt seine willkürlichen wie unwillkürlichen Verhaltensänderungen, wenn er gefilmt wird. Dass die Protagonisten von Real-Life-Soaps den paradoxen Double-Binds „Sei ganz spontan!“, „Sei ganz du selbst!“, „Fühle dich völlig unbeobachtet!“ usw. gehorchen (müssen), sollte endlich erkannt werden. Außerdem ist gerade die Absenz von Medientechnologie und der Eindruck der ‚realen Realität‘ ein besonders deutlicher Hinweis auf schonungslose mediale Konstruktivität: Je mehr die Medienapparatur verschwindet und reale Realität suggeriert wird, desto mehr konstruktivistische Technik steckt dahinter. Das weiß man nicht erst seit Walter Benjamin (vgl. Kroker/Weinstein 1997, 68 f.).

Ein medienwissenschaftlicher Kongress im Jahr 2001 wird heißen: „Fakten und Fiktionen: Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten“ (vgl. Meckel 2000). Der Untertitel „Über den Umgang...“ verweist bereits auf die Notwendigkeit der Medienpädagogik. Egal, ob nun ein Modell der Hybridisierung (der Kreuzung/Vermischung/Entdualisierung), der Triadisierung (der Bildung eines dritten Clusters jenseits eines dualen Systems) oder mein vorgeschlagenes Modell der symbolischen Umkehr favorisiert wird: Die Borderline Fakten/Fiktionen erscheint zunehmend brüchig, und damit ändert sich

vielen. Real-Life-Soaps, Doku-Dramen, der so genannte „Faction-Journalismus“ (eine Mischung von Fakten und Fiktionen) und andere neue Genres und Formate verweisen auf neue Grauzonen und Unsicherheitsbereiche, die mit den klassischen Modellen der Medientheorie, die auf der strikten Trennung von Nachricht und Meinung, von objektiver Information und subjektiver Emotion beruhen, nicht mehr adäquat erfasst werden können. Die Pluralisierung von Wirklichkeit (= die Tendenz zu vielen möglichen Wirklichkeiten), ihre Temporalisierung, die Zunahme von Augenblicks-Wirklichkeiten, Ad-hoc-Wirklichkeiten (oder Wirklichkeiten *so far*) und die damit in Summe zunehmende allgemeine Kontingenz (= Beliebigkeit) von Wirklichkeitskonstruktionen muss medien- und kommunikationspädagogisch radikaler als bislang reflektiert werden. Verdammung der konstruktivistischen Vielfalt und Reduktion auf die *eine* Wirklichkeit und Wahrheit münden in einer Neuauflage von Essentialismus und letztlich (wenn Angst vor Pluralismus mit im Spiel ist) in Fundamentalismus – und das kann keinesfalls das Ziel von Medienpädagogik sein. Wenn diese in der Mediengesellschaft etwas zur Verfügung stellen kann, dann sind es die Werkzeuge für den Umgang mit instabilen (pluralen, augenblicklichen, kontingenten, ...) Wirklichkeiten und bröckelnden Dualitäten (Information und Emotion, Fakten und Fiktionen, ...). Wenn der aufgeklärte Mediennutzer nichts für bare Münze nimmt und jede dargebotene mediale Wirklichkeitskonstruktion zunächst einmal kritisch hinterfragt, sich also selbst davor hütet, Medienberichterstattung zur Wahrheit zu überhöhen, dann wäre schon viel erreicht.

Anmerkungen:

- 1) Gefördert von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften im Rahmen von APART [AUSTRIAN PROGRAMME FOR ADVANCED RESEARCH AND TECHNOLOGY]. Die Arbeit entstand im Kontext medientheoretischer Reflexionen zu Indikatoren für Ökonomisierung und Medialisierung sozialer Systeme.
- 2) Nicht zuletzt die ORF-Berichterstattung über das Kitzsteinhorn-Unglück zeigte einmal mehr, wie deutlich in den Fernsehnachrichten bereits klassischer investigativer Informations- und Aufklärungsjournalismus von der Vermittlung und Verstärkung von Emotionalität, Trauer und Metaphysik überlagert wurde: *Sadness sells*. – Für die zunehmende Unterhaltungsorientierung des Journalismus sprechen auch die vielen Trash-Magazine in bundesdeutschen privaten Fernsehsendern, die unter Magazintiteln wie „Die Redaktion“ u. a. fast ausnahmslos Porno-Beiträge u. ä. versammeln: *Sex sells*.
- 3) Ist die Wirklichkeit *immer schon* ein Produkt oder *immer öfter* ein Produkt? Oder stimmt beides? Oder erscheint sie sogar umso realer (und nimmt dabei der Produktcharakter sogar ab?), je mehr sie medialisiert wird? Zu dieser Fragestellung vgl. auch Keppler 1994 und Braun 2000.
- 4) Eine Fernseh-Installation von Peter Weibel aus den Siebzigern verwies bereits auf diese heute wieder aktuelle Endlos-Schleife: Was geschieht, wenn wir „Taxi Orange“-Teilnehmern zusehen, wie diese eine Folge von „Taxi Orange“ sehen, in der die Teilnehmer „Taxi Orange“ sehen ... ad infinitum?

- 5) Die zunehmende Entfesselung des medialen Blicks zeigt sich auch in den zahllosen Live-Cam-Projekten im Web, bei denen die ‚User‘ wieder zu ‚Viewern‘ werden (oder, wie Bertelsmann sagen würde, zu ‚Viewern‘) – von Menschen im Alltag und von medialen Blicken auf sie. – Zu Webcastings und Publicity/Privacy im Netz vgl. auch Station Rose 2000.
- 6) Nicht unerwähnt soll bleiben, dass auch im Kontext der so genannten „Cultural Studies“ ein fast ausnahmslos positiv konnotierter Nutzungs- und Aneignungsbegriff verwendet wird, der negative Effekte – etwa von Daily Soaps oder Reality-Soaps – großteils ausblendet, vgl. etwa Göttlich/Nieland 1999. – Zu kritischeren Analysen von „Big Brother“ vgl. aktuell Weber [F.] 2000 und Balke/Schwering/Stäheli 2000.

Literatur:

- Balke, Friedrich/Schwering, Gregor/Stäheli, Urs (Hg.) (2000): Big Brother. Beobachtungen. Bielefeld: transcript Verlag.
- Baudrillard, Jean (1978): Agonie des Realen. Berlin: Merve.
- Braun, Reinhard (2000): Zwischen Reality Soap und Dokumentarfilm: Wirklichkeit als Produkt?, Vortrag in der Medienwerkstatt Wien, Vortragsabstract (<http://www.t0.or.at/~medienwerkstatt/braun.htm>).
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe (1999): Daily Soaps als Kaleidoskop der Individualisierung, 313–328, in: Latzer, Michael u. a. (Hg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck/Wien: StudienVerlag.
- Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.) (1998): Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung des Öffentlichen. Mediensymposium Luzern, Band 4. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main: Fischer.
- Kroker, Arthur/Weinstein, Michael A. (1997): Datenmüll. Die Theorie der virtuellen Klasse. Wien: Passagen Verlag.
- Lischka, Gerhard Johann (Hg.) (1993): Der entfesselte Blick. Bern: Benteli.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meckel, Miriam (2000): Fakten und Fiktionen: Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Call for Papers für die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) in Münster, Mai 2001.
- Rademacher, Lars (1999): Inszenierte Identitäten. Zur Kopplung von Medienbildern und Kognition, in: Medien Journal, Heft 1/1999, Themenheft „Medial Turn“, 41–55.
- Rauscher, Hans (2000): Fürs Leben lernen, in: Der Standard, 2. November 2000, S. 1.
- Reich, Kersten (1998): Die Ordnung der Blicke. Perspektiven des interaktionistischen Konstruktivismus. 2 Bände. Neuwied: Luchterhand.
- Schmidt, Siegfried J. (1998): Die Zähmung des Blicks. Konstruktivismus – Empirie – Wissenschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Station Rose (Hg.) (2000): private://public. Webcasting • netSTReams • Echtzeit. Gespräche im Cyberspace. Wien: edition selene.
- Steinmaurer, Thomas (2000): „Die Droge im Wohnzimmer“, Manuskript (erschieden in: „Salzburger Fenster“).
- Weber, Frank (Hg.) (2000): Big Brother. Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster: Lit Verlag.

Weber, Stefan (2000): Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung. Konstanz: UVK Medien.

Weibel, Peter (2000): Medien und Realität: Landkarte und Land. Von der medialen Konstruktion der Wirklichkeit, 193–196, in: Zurstiege, Guido (Hg.): Festschrift für die Wirklichkeit. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Mag. Dr. Stefan Weber ist derzeit APART-Stipendiat der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (Habitationsprojekt „Medial Turn“). Wichtigste Bücher: „Die Dualisierung des Erkennens“ (Wien, 1996), „Was konstruiert Kunst?“ (Hg., Wien, 1999), „Was steuert Journalismus?“ (Konstanz, 2000).

E-mail: cyberwriter@utanet.at