

# Machen Medien Fremdes weniger fremd?

## Massenmedien und ihre Benutzer aus der Sicht des Fremdsprachenunterrichts<sup>1</sup>

### 1. Fremdheit und Medien im Fremdsprachenunterricht

Betrachtet man Sprache in erster Linie als Mittel (Medium) sozialen Handelns (z. B. Wittgenstein 1971), steht im Zentrum des Fremdsprachenunterrichts die Motivierung und Befähigung zum Umgang mit Fremdheit: mit Fremden und Fremdem im Zielsprachengebiet, in der telekommunikativ zusammenrückenden Welt, in der eigenen Umgebung der Lernenden sowie mit dem eigenen Fremdsein aus der Perspektive der Zielkultur. Daß hierin eine vorrangige pädagogische Aufgabe auch des Fremdsprachenunterrichts zu sehen ist, belegen nicht zuletzt Berichte über teilweise erschreckende Negativerfahrungen in Austauschprogrammen (Herrmann 1993: 67).

Im Fremdsprachenunterricht als fremd begegnen natürlich zunächst die Zielsprache und alltagskulturelle Erscheinungen, die als spezifisch für das Zielsprachengebiet angesehen werden. In diesem Sinne haben Lehrende ihre Schüler/innen schon immer vom Vertrauten zum Neuen und vom Bekannten zum Unbekannten geführt. Die Kurzatmigkeit dieses im weitesten Sinne „induktiven“ Vorgehens wurde spätestens im Zusammenhang mit Schulpartnerschaften deutlich: Der Zugang zum Fremden stellt nicht nur ein kognitives, sondern vor allem auch ein emotionales Problem dar, setzt also außer Sachkenntnissen eine Änderung von Einstellungen voraus.

Dieser Umstand verweist auf eine zweite, umfassende Ebene der Fremdheit. Sprachlich-ethnisch-kulturelles Fremdsein ist ein Phänomen, das im Zielsprachengebiet nicht weniger verbreitet ist als im primären Erfahrungsbereich der Lernenden. Heutige Lehrpläne tragen dem im allgemeinen noch nicht ausreichend Rechnung. In der Praxis hingegen werden durchaus auch längere Unterrichtseinheiten mit fremdheitspädagogischen Zielsetzungen durchgeführt. Aus vorliegenden Berichten (vgl. Rathjens-Beth 1994, Wübboldt 1994) läßt sich der Eindruck gewinnen, daß Lehrende eine hierfür geeignete Textbasis eher selbst zusammenstellen, als daß sie auf Unterrichtsmaterialien aus dem Verlagsangebot zurückgreifen, die sich in der Hauptsache auf printmediale Veröffentlichungen der jüngeren Vergangenheit stützen. Mehr Aktualität und Anschaulichkeit auch in der Konfrontation mit Fremdkulturen scheinen Massenmedien zu ermöglichen.

Die Medienpädagogik fordert die Vorbereitung der Lernenden auf die kritische Rezeption medial transportierter Vorurteile und insgesamt auf den mündigen Umgang mit einem weiter anwachsenden Medienangebot (Bolz 1996: 191; Faßler 1996). Dieses übergeordnete Ziel kann naturgemäß nur unter vermehrtem Einbezug von Formen des autonomen Lernens erreicht werden, die sowohl die selbstständige Benutzung einschlägiger Hintergrundinformationen, als auch konstruktiv-kreative Medienprojekte wie das Schreiben einer Zeitung (Novell 1992) oder das Drehen eines Films (Wehrmann 1995) einschließen können. Aber auch Datennetze werden bereits unterrichtlich genutzt. Im Multimedia-Projekt *Comenius* (Sperlich 1995) bewegen sich Schüler/innen von fünf Berliner Schulen per Mausclick in einem virtuellen Dorf: Hinter den einzelnen Gebäuden verbergen sich eine Videokonferenzschaltung, eine Gruppenschaltung, ein Lehrerruf, die Unterrichtsmaterialbank der Landesbildstelle und ein elektronischer Briefkasten. Englischsprachige *e-mail*-Korrespondenz mit „echten“ Partnern auf der ganzen Welt öffnet bereits vielerorts den Zugang zu selbstbestimmten und überdies zukunftssträchtigen Lernformen (vgl. Rautenhaus 1993: 173 f). Es wird erwartet, daß auf diese Weise auch die Befähigung zum Umgang mit Fremden gefördert wird.

### 2. Fremdheit und Medien aus erkenntnistheoretischer Sicht: Grenzen und Möglichkeiten der Interaktion

Eine gegenwärtig viel beachtete erkenntnistheoretische Kognitionstheorie, die von ihren Vertretern als „radikaler Konstruktivismus“ bezeichnet wird, hält für erwiesen,

- daß die „Innenwelt“ des menschlichen Gehirns ständig und autonom (also auch im Traum) konstruktiv tätig ist, wobei sie wohl überwiegend bildhafte und emotionalisierte Vorstellungen entwickelt, und
- daß unsere Sinnesorgane zwar physikalische Reizungen, nicht jedoch „Sinn“, „Bedeutung“ oder „Aussage“ empfangen können.

Folgt man diesem Ansatz, ist es sinnvoll, zu unterscheiden zwischen

- einer *Realität*, die zwar außerhalb des menschlichen Gehirns vorhanden, diesem aber nicht direkt zugänglich ist, sondern lediglich kognitive Prozesse in ihm auslösen kann (Kruse/Stadler 1994: 21), einerseits sowie
- *Wirklichkeitskonstruktionen* andererseits, die unser Gehirn erzeugt und mit „Sinn“ oder „Bedeutung“ ausstattet (vgl. Schmidt 1994b: 614), die also, grob gesehen, die semantische Dimension von Begriffen und Informationen bereitstellen.

Eine Verbindung zwischen Realität und individuellen Wirklichkeitskonstruktionen kommt nach diesem Ansatz primär dadurch zustande, daß wir diese Konstrukte mit Hilfe von Sinneswahrnehmungen immer wieder an der Realität daraufhin überprüfen, ob sie „viabel“ sind, d. h. ob sie zur Erhaltung des konstruierenden Systems beitragen und in der Realität störungsfreies Handeln ermöglichen (Kruse/Stadler 1994: 22). Dadurch erfahren wir zwar nie, wie Realität „wirklich“ ist, unter Umständen aber, wie sie nicht ist. In diesem Fall, also wenn sich unsere Vorstellungen als nicht-viabel erweisen, sind wir zur Modifizierung unserer Wirklichkeitskonstruktionen genötigt. Insofern besitzt Realität den „Charakter einer unspezifischen Anregung“ kognitiver Prozesse (*ibid.*: 21).

Die Wirklichkeitskonstruktionen unserer Mitmenschen sind, wenigstens soweit sie zu äußeren Handlungen führen, Teil dieser Realität. Die Annäherung der Wirklichkeitskonstruktionen eines Individuums an die der Mitglieder einer Gruppe ist jedoch möglich. Wir bezeichnen diesen als permanente Viabilisierung vorzustellenden Makroprozeß als Sozialisation (vgl. Hejl 1994: 53). Soziale Wirklichkeitskonstruktion (sozial ausgehandelte Begriffsinhalte, verbreitete Meinungen, Wertsysteme, Wissenschaftsparadigmen, Trends) beruht demzufolge auf Interaktion bzw. Kommunikation. Als Sozialsysteme kennzeichnen wir Mengen von Individuen, die – wenigstens partiell – „die gleichen Wirklichkeitskonstrukte ausgebildet haben“ und „mit Bezug auf diese Wirklichkeitskonstrukte tatsächlich handeln und interagieren“ (*ibid.*: 54). Sozialsysteme tendieren zur Ausbildung von Institutionen (z. B. Finanzämter, Glaubensgemeinschaften, Vereine, Sendeanstalten).

Es ist indessen wohl kaum zu bestreiten, daß wir über eine zweite Form der Verbindung zwischen unseren Wirklichkeitskonstruktionen und der Realität verfügen, die auf der Ausprägung direkt identifizierbarer Zeichen („Signale“; vgl. Wendt 1996: 36–38) für wiederkehrende Sachverhalte beruht. Sie läßt sich als „Invariantenbildung“ fassen, die ebenfalls „durch Sozialisation und soziale Kontrolle erreicht und gefestigt“ wird (Schmidt & Weischenberg 1994: 216). „Diese Prägung liefert gewissermaßen die allgemeinen Voraussetzungen für das (Wieder-)Erkennen ...“ (Schmidt 1994b: 616). Demzufolge können wir aus der Realität außerhalb unseres Gehirns stammende „Botschaften“ nur insoweit mit Sinn belegen, als wir sie in unseren Wirklichkeitskonstruktionen

zu verorten in der Lage sind. An wirklich Neuem können wir bei der Erstbegegnung allenfalls Teile (z. B. einzelne Wörter, Satzstrukturen) „wiedererkennen“. „Verstehen“ meint dann die Konstruktion bedeutungshaltiger Bezüge zwischen Wiedererkanntem.

Somit sind auch alle Texte, die wir zum ersten Mal lesen oder hören, in allem, was uns an ihnen neu ist, „fremd“. Dasselbe gilt natürlich in ähnlicher Weise für das Handeln von Personen. Nun ist Fremdes im allgemeinen selten vollkommen fremd. Die Annäherung an Fremdes durch das verstehende Miteinander-in-Bezug-Setzen von Wiedererkanntem ist dem beschriebenen Ansatz zufolge keine Objektivierung des Fremden. Hier kommt eine Subjektivität zum Tragen, die mit der jeweiligen Sozialisations- und Individuationsbiographie zu tun hat.

Das primäre Empfinden bei der Begegnung mit Fremdem und mit Fremden, die aufgrund einer anderen Sozialisation, anderer Mythen, anderer Signal-sensibilität und anderer Handlungsgewohnheiten meine Selbstverständlichkeiten in Frage stellen, ist das einer *Dissonanz*<sup>2</sup>. **Fremdheit ist demnach das Empfinden von Dissonanz anlässlich der Begegnung mit Personen, Dingen oder Sachverhalten, durch die im Laufe der eigenen Individuations- und Sozialisationsgeschichte gemachte Erfahrungen andauernd und grundsätzlich in Frage gestellt oder doch wenigstens vorübergehend relativiert werden. In Abhängigkeit von persönlichen, gruppenorientierten, alters- oder geschlechtsspezifischen Einstellungen, von interindividuellen Handlungsmaximen oder auch vom Ausmaß der Infragestellung kann aus Anlaß von Begegnung mit Fremdem die Bereitschaft entstehen, die Dissonanz durch Suche nach Gemeinsamkeiten und gegebenenfalls durch Umstrukturierung eigener Wirklichkeitsentwürfe zu reduzieren. Ist dieser Fall gegeben, bemühen wir uns darum, das Fremde in der oben beschriebenen Weise zu verstehen, und kann die bisher erfolgte Sozialisation in Richtung auf das zuvor Fremde überschritten werden. Ist die Bereitschaft dazu jedoch nicht vorhanden, kommt es zu einer der vielfältigen Formen der Zurückweisung des Fremden.**

Als Form der Begegnung mit Bekanntem und Fremdem gewinnen *Medien* unzweifelhaft an Bedeutung. Unter Medien ist vorderhand jede materialisierte und institutionalisierte (Elsner u. a. 1990: 90 f.) Form von Kommunikation zu verstehen; insofern ist auch Sprache ein Medium (Merten 1990). Kommunikation und also auch Medien stellen *Anlässe* zur individuellen Wirklichkeitskonstruktion bereit, dienen der sozialen Wirklichkeitskonstruktion und damit dem Aushandeln von Bedeutungen. Der wenig glückliche Begriff *Massenmedien* bezeichnet in erster Linie institutionalisierte technische Kommunikationshilfen mit einer vergleichsweise großen Verbreitung, die ihrerseits bestimmte Produktions- und Vermarktungsstrategien bedingt. Um diese besondere

Form der Wirklichkeitskonstruktion geht es bei unseren weiteren Überlegungen.

### 3. Realität und Medienwirklichkeit

Nach allem bisher Gesagten scheint es sinnvoll, Realität, Medienwirklichkeit und Rezipientenwirklichkeit (vgl. Früh 1994) zu unterscheiden. Massenmedien haben den gesellschaftlichen Auftrag, Wirklichkeiten zu produzieren, die möglichst vielen Mitgliedern der Gesellschaft *Anlässe* bieten, ihre Wirklichkeitskonstruktionen zu viabilisieren. In Erfüllung dieses Auftrags produzieren und vertreiben sie ein nach Sparten und Sendungsarten differenziertes Sortiment von Waren, bei deren Herstellung und Vermarktung kommerzielle, institutionelle und professionelle Bedingungen sowie die Interessen der Abnehmer zu beachten sind.

Der kommerzielle Charakter massenmedialer Institutionen verbindet sich mit Namen wie Hachette, Prouvost, Hersant, Berlusconi, Springer oder Murdoch, die durch Aufkäufe in ihren Ländern oder weltweit Medienimperien errichtet haben. Das kommerzielle Fernsehen in Deutschland findet sich praktisch ausschließlich in den Händen der beiden auch international operierenden Konzerne Bertelsmann und Kirch. Die Internationalisierung des Wettkampfes der Mediengiganten beschleunigt Entpolitisierung und Amerikanisierung (Kleinsteuber 1994: 565 f.) der Programme, die ihrerseits zum medialen *Fast-food* degenerieren: „Die schöne neue Medienwelt, das ist: hedonistischer Konsum, Infotainment und – immer wichtiger – Sport.“ (Krönig 1995)

Den Gesetzen des gesellschaftlichen Wandels und der expandierenden Märkte folgend, entstehen immer mehr Medien in immer kürzerer Zeit (Beck 1994: 334 ff.). Das Problem besteht schon längst nicht mehr in der Beschaffung von Nachrichtenmaterial, sondern in der Aussonderung aus einem Überangebot: 180 Nachrichtenagenturen verbreiten weltweit über eine Million Wörter pro Tag (bei einer jährlichen Zuwachsrate von 10%), von denen eine überregionale Tageszeitung etwa 20%, die Nachrichtenredaktion einer Rundfunkanstalt lediglich 5% weiterverarbeitet. Entscheidend für die Aus- und Abwahl ist neben Fragen der Platzierung (Seitenzahl, Sendezeitmenge) der sogenannte Nachrichtenwert (vgl. u. a. Beck 1994: 207; Früh 1994: 15; Ruhrmann 1994: 238–240), der sich nach folgenden Kriterien bestimmt: überschaubares und abgrenzbares Ereignis (Gegenteil: Entwicklung oder Entstehungsgeschichte), Überraschungseffekt, aber auch Erwartetes, Außergewöhnlichkeit, Vordergründigkeit (Ergebnisse statt Verhandlungsverlauf, Vorkommnisse statt Hintergründe), Bedeutsamkeit möglicher Folgen, Ereignisfolge („Themenkarriere“), Sparten-Füllfunktion, Bezug zu „wichtigen“ Staaten, Bezug zu politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Eliten und Personenbezug (Personalisierbarkeit komplexer Ereignisse). Vor allem Ereignisse mit negativem Ausgang

gelten als interessant, weil sie sich am deutlichsten vom in der Regel reibungsarmen Erfahrungsalltag abheben.

Die Aufbereitung besteht in der Hauptsache aus Kürzungen, aus Kommentierung und Anordnung in einer Standardabfolge oder auf den Seiten einer Zeitung, wobei die vermutete Bedeutsamkeit eine Rolle spielt. Zwischen gleichartigen und verschiedenen Medien treten in zunehmendem Umfang Vernetzungen auf, wobei nicht selten die älteren Medien die Rolle übernehmen, Orientierungshilfen für die Benutzung der neueren zu geben<sup>3</sup>. Daneben werden *Meta-Medien* (vgl. Merten 1994: 155) wie Kataloge und Datenbanken unverzichtbar.

An der Entstehung von Nachrichten sind trotz gewisser Akzentverschiebungen weiterhin Journalisten/innen beteiligt (Weischenberg 1994: 428):

Journalistische Beobachtung findet heute als organisiertes Handeln im Rahmen von Großbetrieben der Medien statt. Dieses Handeln wird deshalb in hohem Maße durch professionelle und institutionelle Standards und Regeln geprägt

Im einzelnen werden das Wirklichkeitsbild und die Tätigkeit der Journalisten und damit auch die Nachrichtenproduktion insbesondere durch folgende Einflußgrößen gesteuert (vgl. u. a. Weischenberg 1994: 429–432): Ausbildung, Schichtenzugehörigkeit (in der Regel gehobener Mittelstand), Parteizugehörigkeit, politische, gesellschaftliche und berufsethische Rahmenbedingungen (Verfassung, Pressegesetze, Jugend-, Verbraucher- und Datenschutz), von der jeweiligen Institution bevorzugte Darstellungsformen, Inhalte und journalistische Stile (Enthüllungs-, Interpretationsjournalismus u. a. m.), Stellung in der Redaktionshierarchie, Ressort, persönliche Beziehungen zu Führungskräften in Wirtschaft, Politik, Kultur, Sport („symbiotische“ Verhältnisse), Nachrichtendichte (vgl. „Sommerloch“) sowie nicht zuletzt Verhalten und Erwartungen der Abnehmer (Auflagenschwankungen, Einschaltquoten). Vor allem bei audiovisuellen Medien wird der mediale Diskurs durch den Faktor Zeit ganz wesentlich beeinflusst<sup>4</sup>.

Wenn Kanzleramtsminister Bohl den WDR als „Fälscherwerkstatt“ bezeichnet (*Die Zeit* 10-2-95: 11), verkennt er möglicherweise die Menge der Faktoren, die beim Entstehen von Nachrichten zusammenwirken. Recht hat er allenfalls insoweit, als Medienwirklichkeit, wie wir nunmehr feststellen können, zwangsläufig als perspektivisch-selektiv, eklektisch und episodisch (i. S. v. themenbezogenes Wissen voraussetzend) angesehen werden muß (Früh 1994: 57).

Dies aber besagt im wesentlichen, daß Massenmedien Wirklichkeiten produzieren, die mit der Realität nur höchst partiell übereinstimmen. „*Durch die Medien ist sehr viel gegeistert, was mit der Realität, meiner Realität gar nichts zu tun hat*“, erklärte Jan Philipp Reemtsma einige Tage nach seiner Freilassung durch die Entführer am 7. 5. 1996 in der *Tagesschau*. Abgesehen davon, daß Journalisten ganz andere Vorstellun-

gen als Wissenschaftler davon haben, was die Öffentlichkeit erfahren soll (Peters 1994: 345), haben Genauigkeitsstudien ergeben, daß die Tschernobyl-Berichterstattung 1986 in vielen Kernpunkten falsch war (ders.: 336) und daß Risikoaussagen gewöhnlich nicht mit der Realität übereinstimmen (ders.: 331 f., 351 f.). Die sogenannte „Medienschlacht“ von Mururoa hat ganz deutlich gemacht, daß in Abhängigkeit davon, ob die Aufnahmen vom französischen Militär oder von Greenpeace gemacht wurden, ganz unterschiedliche Wirklichkeiten in die Wohnzimmer gelangten (Krüger 1995). Solche Wirklichkeiten unterschreiten die Realität vor allem auch beträchtlich an Komplexität, wie Kliment (1994) anhand der Berichterstattung über Kernkraftproteste nachgewiesen hat. Vielleicht muß dies so sein, wenn Medien ihre vorrangige Aufgabe darin sehen, komplexe Probleme lediglich begrifflich einzuordnen, zu etikettieren (Schmidt 1994 a: 17), damit wir wenigstens wissen, worüber wir überhaupt sprechen.

Die Aktualität des Begriffs *virtual reality* verdankt sich dem wachsenden Bewußtsein von der Konstruktivität der Medien (vgl. Buddemeier 1993). Virtuelle Welten sind simulierte (vgl. Faßler & Halbach 1994), selbstreferentielle Varietäten von Wirklichkeit. Militär- und filmgeschichtlichen Ursprungs, sind sie der breiten Öffentlichkeit zunächst hauptsächlich aus den Wirklichkeiten der Werbung, der Spielotheken und der Videoclips sowie durch die Freizeitwelten bekannt geworden.<sup>5</sup> Aber auch für die Medien eigens inszenierte Veranstaltungen wie die Pressekonferenzen sind virtuelle Ereignisse (Merten 1994: 160), die in erster Linie der Vermarktung in der Regel ungelöster Probleme dienen. Eine hierbei und andernorts in Printpresse, Radio und Fernsehen praktizierte Form der Wirklichkeitskonstruktion wird allgemein als *Image*-Pflege bezeichnet. Spezielle Strategien, die darauf abzielen, daß man „ankommt“ oder daß etwas „rüberkommt“, werden dann besonders offensichtlich, wenn Politiker im Interesse der Selbstdarstellung vollkommen an den Fragen der Journalisten nach konkreten Plänen und tatsächlichem Handeln vorbei antworten. Auch *reality-TV* der Art, wie sie bei uns seit langem aus *Aktenzeichen XY ungelöst* bekannt ist, arbeitet mit virtuellen Wirklichkeiten: Über den tatsächlichen Hergang wissen die Autoren ebenso wenig (Originalton: „Und so könnte es gewesen sein ...“) wie die Fernsehredakteure, die während des Golfkriegs (1990/91) mangels Meldungen den „sauberen Krieg“ erfinden mußten (vgl. Haller 1994: 279). Seit Juni 1995 bewegen sich auch die Sprecher der *ARD-Nachtschau* nicht mehr in einem realen, sondern in einem von Computern errechneten und von Lasern projizierten Studio: Von hier ist es dann nicht mehr weit zur *News Show* (vgl. Ludes 1993), wie wir sie mit dem simulierten Schnellflug in den *Tageschau*-Wetterberichten bereits täglich erleben.

Die Erzeugung virtueller Realitäten durch die neuen Medien ist oben bereits angesprochen worden. Diese ursprünglich einigen kooperierenden

Wissenschaftlern zu verdankende Wirklichkeit im Datennetz zwischen den Computern hat bereits weltumspannende Ausmaße angenommen. Die für eine Zweitwelt notwendige adressatenfreundliche Verbindung zwischen allen virtuellen Produktionen und Servicestationen stellt das in Entwicklung befindliche *Terravision*-Projekt bereit (Esser 1996). *Virtual Reality* als zeitlich begrenzbarer Ausstieg aus dem realen Alltag, als sich per Maus-Click erschließende neue Transzendenz?

Damit scheint erwiesen, daß es nicht nur eine Vielzahl von Medienwirklichkeiten gibt, sondern daß auch die *eine* umfassende, theoretisch herleitbare Medienwirklichkeit, die sich selbst kontrolliert und ihre eigenen Reproduktionsbedingungen generiert und reproduziert, technisch machbar ist. In der Tat arbeitet medialer Diskurs primär mit Texten anderer („Dies teilte gestern die Bundesregierung auf eine kleine Anfrage der PDS-Gruppe im Bundestag mit ...“). Daß die Medienwirklichkeit sich auch systemintern kontrolliert, wurde im klassischen Fall der Hitler-Tagebücher und erst kürzlich wieder am *infofiction*-Fall des Michael Born deutlich: Daß dessen von *Stern TV* u. a. veröffentlichten Filmberichte Fälschungen waren, konnte die Öffentlichkeit naturgemäß nur aus den Medien erfahren, in diesem Fall zuerst in der ZDF-Sendung *Frontal* (Straßmann 1996).

#### 4. Medienwirklichkeit und Rezipientenwirklichkeit

Wäre die Rezipientenwirklichkeit ein Abbild der Medienwirklichkeit, lebten wir alle in völliger Konfusion (Früh 1994: 16, 30). Damit dies nicht passiert, übernehmen die Rezipienten die Medienwirklichkeit nicht, sondern transformieren, reduzieren und elaborieren sie diese nach einer heute weit verbreiteten Ansicht (z. B. Früh 1994) mit Hilfe geeigneter Strategien zu einer eigenen Wirklichkeit.

Radikale Konstruktivisten gehen von der folgenden, wohl plausiblen Überlegung aus (Schmidt 1994 b: 615): „*Ein Buch ist kein Wissen, es bietet lediglich Anlässe zur Wissensproduktion durch Aktanten nach sozialen und kulturellen Regeln.*“ Und dies gilt genauso für einen Zeitungsartikel, eine Nachrichtensendung, eine Diskette oder eine *home page*: Die Bedeutung „steckt“ nicht in den Medienangeboten selbst. Medien transportieren also „*keine Information, sondern lediglich mustergeprägte Zeichenketten. Dadurch liefern sie konventionalisierte Anlässe für individuelle Sinnkonstruktion ...*“ (Schmidt 1994 b: 615.) Somit sind nach Schmidt (1994 a: 16) Medienproduktionen „*Angebote an kognitive und kommunikative Systeme, unter ihren jeweiligen Systembedingungen Wirklichkeitskonstruktionen in Gang zu setzen.*“ Können sie bruchlos an eigene Erfahrungen angeschlossen werden, entsteht leicht der subjektive Eindruck der „Realitätswiedergabe“. Kurz gesagt: **Medienangebote, die, wie wir gesehen haben, Wirklichkeitskonstruktionen sind, können**

### für Rezipienten Anlässe bieten, aus Wiedererkann-tem Wirklichkeiten zu konstruieren.

„Können“ besagt bereits, daß sie dies keineswegs immer, vielleicht nicht einmal häufig tun. Ja, es ist zu fragen, ob Medienwirklichkeit überhaupt dazu gemacht wird, verstanden oder gar verarbeitet zu werden. Vor allem hinsichtlich der aktuellen Berichterstattung in Nachrichtensendungen sind erhebliche Zweifel anzumelden. So erfahren wir die Anzahl der Bomben, Divisionen und Toten, aber kaum Hintergründe und Entwicklungen (Schmidt & Weischenberg 1994: 229). Das Fernsehen überschüttet uns mit Nachrichten über Erdbebenkatastrophen, Flugzeugabstürze und Tankerkollisionen, vermischt mit Großaufnahmen der Opfer von Katastrophen, Unfällen und kriegerischen Auseinandersetzungen. „Es gibt ein Übermaß des Wichtigen, das uns gerade deshalb nicht mehr wichtig ist.“ (Bolz 1996: 191).

Nicht nur die Menge, auch der Bildschnitt nach jeweils dreieinhalb Sekunden (Harprecht 1995: 191) verhindert jede kognitive Verarbeitung der Eindrücke (Früh 1994: 36; Hurrelmann 1994: 391; Schmidt 1994 a: 17) und somit den erwähnten mündigen Umgang mit Medien, vereitelt die Herstellung von semantischen Beziehungen zu eigenen Grunderfahrungen und produziert auf diese Weise Scheinformiertheit und Weltfremdheit. Solche „Weltsplitter“ (Elsner u. a. 1994: 187) sind in sich zwangsläufig widerspruchsfrei, erziehen zum „Sehen ohne Blick“ und münden in einer „Ästhetik des Verschwindens“ (Beck 1994: 339). Mag sein, daß der rasche Rhythmus der Einstellungen den Rezeptionsgewohnheiten junger Menschen entgegenkommt (vgl. Bergmann 1995). Aber auch sie können Gewalt weder kognitiv noch emotional verarbeiten, wenn diese als eine Normalität erscheint, die oft tödliche Folgen hat, aber selten als Ursache von Schmerz und Leid erkennbar ist (vgl. Krebs 1994: 361).

Aus dem Vorgesagten sollte nicht geschlossen werden, Medienwirklichkeit und Rezipientenwirklichkeit seien vollkommen getrennte Welten; immerhin hat die Medienwirkungsforschung einige recht gut gesicherte Ergebnisse aufzuweisen. So ist vielfach belegt, daß veränderte Medienangebote auf den Mediengebrauch zurückwirken (vgl. Hurrelmann 1994: 396–399), daß Raucher Filme über Lungenkrebs vermeiden und daß bestehende Meinungen durch Medien bestärkt werden können (Klapper 1960). Kinder setzen sich aufgrund von Geschichten aus dem Medienangebot mit Fragen der eigenen Lebensführung auseinander (Charlton & Neumann 1990).

Auch emotionale Aspekte dürften bei der Ausbildung von Fernsehgewohnheiten eine große Rolle spielen. Seit der Krönung Elisabeths II. im Jahre 1953 und noch bei der Direktübertragung der Olympischen Spiele aus Atlanta City durch ARD und ZDF im Sommer 1996 gehört ein Gefühl des Dabei-Seins zu den wichtigsten Zuschaueremotiven (vgl. Elsner u. a. 1994: 182–184). Sechs bis sieben Millionen Stammgäste der *Tagesschau* bilden ebenso eine

„Großfamilie“ wie die Anhänger der *Sportschau*. Mit Show-Moderatoren und anderen „Fernsehstars“ verbindet sie eine „para-soziale Interaktion“, „die psychologisch einer Begegnung von Angesicht zu Angesicht ähnelt“ (Elsner u. a. 1994: 18). Da aber jeder Rezeptionsprozeß Auswirkungen auf zukünftige Rezeptionsprozesse haben kann, ist die Vermutung, daß habituelle Fernsehzuschauer in anderen Vorstellungs- und Gefühlswelten leben als Nichtzuschauer (vgl. Schmidt 1994 a: 17 f.), nicht von der Hand zu weisen. Das wird auch durch die folgenden Überlegungen deutlich.

Politische Sendungen können auf Rezipienten eine „Wirkung“ ausüben, die als „postkommunikativer Effekt“ bezeichnet wird. Dieser zeigt sich z. B. im Familienkreis, in Freundesgesprächen und am Stammtisch. Er variiert nach Hackforth (1976) in Abhängigkeit von einstellungsspezifischen Prädispositionen, von Persönlichkeitsmerkmalen und von sozialen Beziehungen. Vor allem aber ist festzustellen, daß er auf die Auswahl aus dem Medienangebot zurückwirkt. Die Selektion wird also nicht nur von den medial bereitgestellten Wirklichkeitskonstruktionen gelenkt, sondern auch – und vielleicht sogar primär – in Abhängigkeit von der vermuteten Nähe zum eigenen Weltbild und zu dem Gleichgesinnter vollzogen. Unter diesen wiederum spielen die sogenannten *opinion leaders* eine besondere Rolle (vgl. Merten 1990: 37, 1994 b: 316 f.): Ihre Interpretation des Medienangebots ist von entscheidendem Einfluß auf das Verhalten bei Wahlen, bei Kaufentscheidungen, in der Freizeit. Insofern müssen Medienproduktion und Medienrezeption als gesellschaftliche Prozesse gelten (vgl. Bolz 1995) und kann „Mediensozialisation“ (vgl. Hurrelmann 1994: 385 f.) nicht losgelöst von der Sozialisation vornehmlich in Gruppen gesehen werden. Die Interaktion von medialisierten, sozialen und individuellen Wirklichkeitskonstruktionen findet ihre Erklärung letztlich in der Intersubjektivität weiter Bereiche soziokulturellen Wissens, das auch die Produktion und Rezeption von Medienangeboten prägt.

Es ist somit wahrscheinlich, daß die zunehmende Nutzung der Datennetze Auswirkungen sowohl auf den subjektiven und intersubjektiven Wissensbestand als auch auf Gesellschaftsstrukturen haben wird. Wer sich hauptsächlich für Sport, für Politik oder für Lokalnachrichten interessiert, nimmt die jeweils anderen Bereiche beim Durchblättern einer Zeitung im allgemeinen wenigstens marginal wahr, was sehr viel weniger der Fall sein dürfte, wenn er oder sie gezielt z. B. die neuesten On-line-Handballergebnisse abrufen kann (vgl. Piper 1995: 36). Projekte wie „Internationale Stadt“ im World Wide Web haben mit ihren Club-Netzen Wege zu neuen Kontakt- und Kommunikationsformen geöffnet (vgl. Koenig 1995). Dergestalt angebahnte Kontakte entstehen schnell und können ebenso schnell beendet werden. Ein Maus-Click genügt, um sich Anforderungen und Problemen zu entziehen, die auch in Cy-

berspace-Gemeinschaften und trotz oder auch wegen ganz anderer Selbstdarstellungs- und -behauptungsstrategien (z. B. erfundene Identitäten) auftreten können (Heuser 1995). Eine Rückwirkung auf das Leben in realen Gemeinschaften ist keinesfalls auszuschließen. Agnès Varda hat schon 1987 in einem ihrer „leisen“ Problemfilme, *Die Zeit mit Julien*, anhand des 14jährigen Protagonisten mögliche Folgen der Übertragung von Verhaltensformen aus virtuellen Spielwelten auf das reale Leben dargestellt. Jedenfalls scheint der Versuch, Fremdheit auf diesem Weg zu reduzieren oder gar abzubauen, keineswegs besonders aussichtsreich.

## 5. Fremdheit in den Medien

Im Klappentext zu einem von Harth (1994) herausgegebenen Band lesen wir:

Die Erforschung der Bilder, die sich eine Gruppe von den ‚Nichtdazugehörigen‘ macht, speist sich aus vielen und vielerlei Quellen. (...) Und neuerdings sind neue öffentliche Produktionsstätten solcher Vor-Urteile hinzugekommen: die Unterhaltungsbranche, die Publizistik, die elektronischen Medien, die die Wahrnehmung ‚des Fremden‘ besonders nachdrücklich prägen.

Im Kern läßt sich diese Feststellung sowohl für die gedruckte Presse als auch für das Fernsehen bestätigen und sowohl auf die Nachrichten aus „fremden Ländern“ wie auch auf die Berichterstattung über Einwanderer in Mitteleuropa beziehen.

Nachrichten über Drittländer werden vornehmlich aus der Sicht der Agenturen AP, UP1, Reuter und AFP, die ihre Hauptsitze in westlichen Industrieländern haben, dargestellt. Das dabei entstehende Bild wird nicht nur hier reproduziert, es „reicht bis in die Länder der Dritten Welt hinein, die so ihren eigenen Problemen entfremdet bleiben ...“ (Kleinsteuber 1997: 564). Wenn Reuter aus Teheran meldet, ein islamisches Gericht habe eine Braut zu 85 Peitschenhieben verurteilt, weil auf ihrer Hochzeit getanzt worden sei (*Gießener Allgemeine Zeitung* 7-9-95: 5), trägt dies nicht zum Fremdverstehen bei, sieht sich der deutsche Leser allenfalls in seiner pauschalen Bewertung des Ayatolla-Fundamentalismus bestätigt.

In regelmäßigen Abständen von internationalen Organisationen publizierte Weltkarten, aus denen sich das Wohlstandsgefälle ablesen lassen soll, erzeugen Fremdheit, weil sie auf sehr unterschiedlichen Kriterien beruhen<sup>6</sup> und mit keinen Erfahrungswerten verbunden werden können, also nicht verstehbar sind. Auch Korrespondentenberichte bringen uns fremde Völker nicht unbedingt näher; als Beispiel mag ein Artikel dienen, dessen Verfasserin (Heller 1995) ausgewählte Fakten aus der Geschichte bemüht, um zu belegen, daß „der“ Tschetschene kriegerisch und freiheitsliebend ist; diese Darstellung hätte auch am heimischen Schreibtisch entstanden sein können. Schließlich zeigen auch Dokumentarfilme über andere Völker (sog. „Ethno-Filme“)

diese im allgemeinen aus der eigenen Sicht der Hersteller: Altbekannt ist der immerwährende Streit zwischen TV-Journalisten, die nach dem Heile-Welt-Schema interessante Unterhaltung bieten wollen, und Ethnologen, die es als ihre Aufgabe ansehen, Fehlentwicklungen anzuprangern, die von den „Einheimischen“ überhaupt nicht als solche zur Kenntnis genommen werden (vgl. Schnabel 1992). Inlandsfremde finden in der Presse vorzugsweise dann Erwähnung, wenn sie die etablierte Ordnung stören. So beschäftigten sich im August 1995 vier Artikel auf derselben Seite einer Zeitung (*Gießener Allgemeine Zeitung* 15-8-95: 29) mit der Problematik Aramäischer Großhochzeiten in Pohlheimer Hallen: aus Sicht der SPD, der CDU, der Grünen und des Ausländerbeirats, der allerdings nur kommende Gespräche ankündigte. Eine türkische Hochzeit, bei der eine an Mafia-Gebräuche erinnernde Racheaktion („Türken-Clan“) in letzter Minute verhindert werden konnte, hatte schon ein halbes Jahr vorher die Gemüter der Lokalreporter bewegt (z. B. *Gießener Allgemeine Zeitung* 28-2-95). Vor allem Festlichkeiten der genannten Art, die im Zusammenhang mit der Bewahrung kultureller Eigenständigkeit gesehen werden könnten, scheinen in besonderem Maße geeignet, das Fehlen von Eingliederungswilligkeit zu belegen und als Störfaktor angeprangert zu werden.

Nach einer Analyse von Hess-Lüttich (1992) machen die öffentlichen Medien Fremde durch Beschränkung der Sendezeit zu diesem Themenkomplex (4,5 % einschließlich Auslandsberichterstattung in den Nachrichten), durch Fokussierung (auf Andersartigkeit und Problemfälle) und durch Simplifizierung (Etikettierung, einseitige Perspektive, Folklorisierung) eher noch fremder und wird der Markt ausländischer TV- und Videoproduktionen in Deutschland von Deutschen nicht mehr wahrgenommen. Letzteres gilt etwa auch für so engagierte Unternehmungen wie *Radio Multikulti* im SFB-Verband, das in sechs Sprachen sendet (*Berliner Zeitung* 8-3-96: 31), und *AYPA-TV* mit einer Stunde täglicher Sendezeit, Werbung eingeschlossen (*Die Zeit* 27-10-95: 70). (Anm. d. Red.: vgl. Medienimpulse 15, S. 34 ff.)

Qualifizierte Berichterstattung, die sich auch um das Aufzeigen von Zusammenhängen bemüht, ist im deutschen Sprachgebiet bedauernswerterweise selten, findet sich in Frankreich wesentlich häufiger. Eine Wochenendausgabe von *Le Monde* (22/23-10-95) zum Beispiel brachte detaillierte Analysen des besonderen Verhältnisses zwischen Algerien und Frankreich (: 1, 2, 5, 24), belegte und untersuchte die offenkundige Neigung moslemischer Zuwanderer zur Ghettobildung (: 8) und informierte über Aktionen zur Rettung von Sarah Balabagan, die ihren Vergewaltiger getötet hatte und jetzt selbst zum Tode verurteilt werden sollte (: 3, 8). *Libération* vom 11./12. November 1995 erklärte anlässlich der algerischen Präsidentschaftswahlen sehr ausführlich die Modalitäten der Ausübung des Wahlrechts in Frankreich

lebender Algerier (: 8 ) und berichtete durchaus nachvollziehbar über einen seit vierundzwanzig Jahren durch den *arrêté ministériel d'expulsion en urgence absolue* bedrohten Algerier, dessen Verteidigung schließlich die als Rechtsanwältin tätige Tochter des Nationalistenführers Le Pen übernommen hat.

Hingegen fehlt es hierzulande nicht an Vorschlägen zur Verbesserung des Medienangebots zum Thema „Fremdheit“. Als Arbeitsergebnisse mehrerer Kongresse faßt die Referentin der Ausländerbeauftragten der deutschen Bundesregierung folgende Desiderate zusammen (Winkler 1995): ausführlichere Berichterstattung über die Herkunftsländer („hergebrachte kulturelle Traditionen“), Berichterstattung über kulturelle Beiträge der Migranten in Deutschland zu einer neuen eigenständigen Aussage, Normalisierung der Repräsentanz von Ausländern im deutschen Fernsehen (z. B. auch ausländische Nachrichtensprecher), Verbesserung der Aus- und Fortbildung deutscher und ausländischer Journalisten, „Verzahnung mit der Emotionalität der Zuschauer“ (statt ausschließlicher Informationsvermittlung), differenzierte Darstellung (statt Opfer-Ausbeuter-Schema) und Darstellung von Normalität und positiven Erfahrungen.

## 6. Folgerungen für den Fremdsprachenunterricht

**Fremdheitserziehung und Medienpädagogik treffen sich in dem Bemühen, Medienangebote für den Unterricht zusammenzustellen, die sich für die Aufarbeitung bzw. Viabilisierung von Fremdbildern der Lernenden besser eignen als die Mehrzahl der oben besprochenen Beispiele.**

Der Kinofilm hat sich seit den ersten Jahrzehnten seiner Geschichte der Aufgabe angenommen, seine Zuschauer in fremde Länder zu entführen, und zunehmend sich auch darum bemüht, die Augen für das Fremde vor der eigenen Haustür zu öffnen<sup>7</sup>. Wenn hierbei auch die Perspektive der westlichen Industrieländer die Regel bildet, ist es ihm doch in vielen Fällen gelungen

- Probleme von Arbeitsmigranten aus deren Sicht darzustellen, indem er ihnen psychologische Dichte verlieh (z. B. 1935 *Toni* von Jean Renoir, der als einer der Vorläufer des italienischen *neorealismo* gelten kann),
- abendländische Mythen mit denen der Neuen Welt zu verschmelzen (z. B. 1959 *Orfeu negro* von Marcel Camus) oder
- die Frage nach der Überwindbarkeit von Fremdheit selbst zum Thema zu machen (z. B. 1959 *Hiroshima mon amour* von Alain Resnais).

Französischunterricht sollte an dem letztgenannten Film, dessen Drehbuch (Duras 1960) auch als Schulausgabe (Duras 1988) vorliegt, keinesfalls vorbeigehen. Er erzählt von der Begegnung einer französischen Schauspielerin und eines japanischen Architekten, in der deutlich wird, daß wir fremde

Schicksale zwar wahrnehmen können, daß diese sich aber bei völlig andersartiger Sozialisation und Individuation auch über die fundamentalen Ereignisse in einem Menschenleben wie Liebe und Tod nur begrenzt aufschließen. So spannt sich der Bogen von (*ibid.*: 12, 14)

ELLE: J'ai tout vu. Tout. (...)

LUI: Tu n'as rien vu à Hiroshima, rien.

ELLE: Hi-ro-shi-ma. C'est ton nom.

LUI: C'est mon nom: Oui. (On en est là seulement encore. Et on en restera là pour toujours.) Ton nom à toi est Nevers. Ne-vers-en-France.

Aber auch wenn die Protagonistin das fremde Leid nur insoweit nachempfinden kann, als sie ihm Züge des selbsterfahrenen Leids „ver-leiht“, hilft ihr die Fremdwahrnehmung, ihr eigenes Leid aufzuarbeiten: Zum ersten Mal wird ihre Wirklichkeit erzählbar und viabilisierbar.

Und genau darum sollte es zunächst und immer wieder gehen: **den Lernenden bewußt zu machen, daß unsere Möglichkeiten, anderskulturell Sozialisierte zu verstehen, sehr begrenzt sind, daß eine Annäherung nur so weit führen kann, wie unsere eigene Sozialisationsgeschichte dies zuläßt, und vor allem, daß dies für unser femdes Gegenüber in derselben Weise gilt. Ebenso wichtig aber ist die Einsicht, daß unsere Bereitschaft, unsere Wirklichkeitsentwürfe immer wieder an denen anderer zu überprüfen, nicht nachlassen sollte. Hierin liegt eine Chance, den Konstruktcharakter des eigenen Bildes vom anderen zu erkennen, herauszufinden, woran sich das eigene Handeln orientiert, und Interesse dafür zu entwickeln, was das Handeln des zielkulturellen Gegenübers motivieren könnte.**

Auf dem Weg dorthin ist eine Menge praktischer Arbeit zu leisten, die auch das Ziel der Befähigung zum autonomen Umgang mit dem Angebot der Massenmedien im Auge behalten sollte. Dazu gehören die Analyse und die Kritik dieses Angebots. Es können weiterhin z. B. „Komitees“ gebildet werden, die über Möglichkeiten der Konkretisierung der oben erwähnten oder weiterer Verbesserungsvorschläge diskutieren, Presse-Dossiers zu zentralen Fragen erarbeitet und durch Online-Recherchen oder Interviews mit Ausländern ergänzt werden, eigene Broschüren oder *home-pages* entwickelt werden.

Das Fremde war schon immer der Katalysator des Eigenen und wird es bleiben, vorausgesetzt, daß wir uns nicht dagegen wehren.

### Anmerkungen:

- 1) Der vorliegende Beitrag ist die gekürzte Fassung eines Aufsatzes, der in F.-J. Meißner (1997) veröffentlicht ist.
- 2) Dieser Begriff ist hier also weiter gefaßt als im Konzept der *Kognitiven Dissonanz* von Festinger (1957). Zur Entwicklung der Dissonanztheorie vgl. Triandis (dt. 1975: 119-129).

- 3) Klassische Beispiele sind die TV-Programme in den Tageszeitungen und die Programmzeitschriften. Inzwischen bietet auch das Radio (z. B. die Vormittagssendung *Mon Ciel* des privatwirtschaftlichen Senders *Europe 1*) nicht nur eine Vorschau auf das Fernsehabendprogramm, sondern auch Rückmeldungsmöglichkeiten für begeisterte oder enttäuschte Fernsehzuschauer.
- 4) Neben das seit langem bekannte Auseinanderfallen von Erzählzeit („Montage“) und erzählter Zeit treten nach Beck (1994: 166 ff.) Diskrepanzen zwischen Herstellungs-, Rezeptions- und Umlaufzeit, die Verteilung der Rezeptionszeitpunkte am Tag (*Primettime* etc.), Serialität und Kontinuität.
- 5) So läßt sich die vom 1200 Seiten starken Katalog des Versandhauses *Otto* dargestellte Welt durch ewige Jugend, dauernde Frische, unbeschwerter Fröhlichkeit, blitzende Sauerkeit, glückliche Familien und problemlose Beziehungen charakterisieren. – Der Begriff *Freizeitwelten* umfaßt hier im einzelnen recht unterschiedliche Erscheinungen wie Videospiele, *Disneylands*, *Center Parks*, *Cesar Palace*, Taunus-Thermen, Astérix-Park, Fantasieland, *Universal Studios* und *Future worlds* als heutige Nachfahren von Jahrmarktständen (Geisterbahn, Jahrmarktskino, Zauberkünstler, Raritätenkabinett), Märchenparks u. ä.
- 6) Einer nach dem *Human Development Index* des UN-Entwicklungsprogramms entwickelten Karte (*Die Zeit* 20-1-95: 19) zufolge besteht ein dramatisches Wirtschaftsgefälle zwischen Kolumbien, Ecuador, Peru und Bolivien, während nach einer im Auftrag der Weltbank von der Agentur Globus erarbeiteten Karte, die nur einen Monat später veröffentlicht wurde (*Gießener Allgemeine Zeitung* 18-2-95: 5), Wohlstand und Armut auf diese vier Länder gleichmäßig verteilt sind. Hingegen sieht die Weltbank zwischen Spanien und Portugal und zwischen den Staaten des ehemaligen Ostblocks Unterschiede, die die UN-Karte nicht erkennen läßt, obwohl sie in sechs (statt vier) Kategorien unterteilt.
- 7) Das *cinéma colonial* entstand in Frankreich in den zwanziger Jahren (1929 *Bled* von Jean Renoir; 1935 *La Bandera* von Julien Duvivier), das *cinéma d'immigration*, dem natürlich *Toni* zuzurechnen ist, Mitte der dreißiger Jahre. Beide filmische Traditionen wurden Anfang der achtziger Jahre vom *cinéma beur* (1982 *Les Sacrifiés* von Godfroy & Gladel; 1985 *Le Thé au Harem d'Archimède* von Charef), in dem die Eingewanderten selbst das Wort ergriffen haben, weitgehend abgelöst.

## Literaturhinweise

- Beck, Klaus (1994): *Medien und die soziale Konstruktion von Zeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bergmann, Wolfgang (1995): „Heimisch zwischen Schock und Trance“. *Die Zeit* 37 (8-9-95), 35.
- Bolz, Norbert (1995): *Am Ende der Gutenberg-Galaxis*. Die neuen Kommunikationsverhältnisse. München: Fink, 2. Aufl.
- Bolz, Norbert (1996): „Abschied vom Humanismus? Die Zukunft der Kultur im Zeitalter der Medien“. *Forschung & Lehre*, 190-193.
- Buddemeier, Heinz (1993): *Leben in künstlichen Welten*. Stuttgart: Urachhaus.
- Charlton, Michael & Neumann, Klaus (1990): *Medienrezeption und Identitätsbildung*. (ScriptOralia 28.) Tübingen: Narr.
- Duras, Marguerite (1960): *Hiroshima mon amour*. Scénario et dialogues. Paris: Gallimard.
- Duras, Marguerite (1988): *Hiroshima mon amour*. Literarische Texte für die Oberstufe. 6. Hrsg. v. Brunkau, Michael & Hage, Helmut. Berlin u. a.: Langenscheidt.
- Elsner, Monika, Gumbrecht, Hans Ulrich, Müller, Thomas & Spangenberg, Peter M. (1990): „Von Revolution zu Revolution. Zur Kulturgeschichte der Medien“. In: Merten, Klaus u. a., 83-123.
- Elsner, Monika, Gumbrecht, Hans Ulrich, Müller, Thomas & Spangenberg, Peter M. (1994): „Zur Kulturgeschichte der Medien“. In: Merten, Klaus u. a., 163-187.
- Esser, Michael (1966): „Alles sehen, überall sein.“ *Die Zeit* 11 (8-3-96), 94.
- Erdmenger, Manfred & Istel, Hans-Wolf (1973): *Didaktik der Landeskunde*. München: Hueber.
- Faßler, Manfred (1996): *Mediale Interaktion. Speicher, Individualität, Öffentlichkeit*. München: Fink.
- Faßler, Manfred & Halbach, Wulf R. (Hrsg.) (1994): *Cyberspace. Gemeinschaften, Virtuelle Kolonien, Öffentlichkeiten*. München: Fink.
- Festinger, Leon (1957): *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, Ca.: Stanford University Press.
- Früh, Werner (1994): *Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hackforth, J. (1976): *Massenmedien und ihre Wirkungen*. Göttingen: Schwartz.
- Haller, Michael (1994): „Recherche und Nachrichtenproduktion als Konstruktionsprozesse“. In: Merten, Klaus u. a., 277-290.
- Harprecht, Klaus (1995): „Kann die Demokratie das Fernsehen überleben? Auf dem Weg zur infantilen Gesellschaft“. *Forschung & Lehre* 2, 191-192.
- Harth, Dietrich (1994): *Fiktion des Fremden. Erkundung kultureller Grenzen in Literatur und Publizistik*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Hejl, Peter M. (1994): „Soziale Konstruktion von Wirklichkeit“. In: Merten, Klaus u. a., 43-59.
- Heller, Erdmute (1995): „Ihr Gott heißt Freiheit“. *Die Zeit* 6 (3-2-95), 47 f.
- Herrmann, Rudolf (1993): „Verstehen und Verständnis“. *Zielsprache Französisch* 25, 66-71.
- Hess-Lüttich, Ernest W. B. (1992): „Interkulturelle Kommunikation – Medienkommunikation“. In: ders. (Hrsg.): *Medienkultur - Kulturkonflikt. Massenmedien in der interkulturellen und internationalen Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 23-40.
- Heuser, Uwe Jean (1995): „Am Bildschirm allein zu Hause“. *Die Zeit* 43 (20-10-95), 54.
- Hurrelmann, Bettina (1994): „Kinder und Medien“. In: Merten, Klaus u. a., 377-407.
- Klapper, J. T. (1960): *The affects of mass communication*. Glencoe/Illinois: Free Press.
- Kleinstüber, Hans J. (1994): „Nationale und internationale Mediensysteme“. In: Merten, Klaus, 544-579.
- Kliment, Tibor (1994): *Kernkraftprotest und Medienreaktionen. Deutungsmuster einer Widerstandsbewegung und öffentliche Rezeption*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Koenig, Aaron (1995): „Ein Zuhause für die Grenzenlosen“. *Die Zeit* 10 (3-3-95), 102.
- Krebs, Dagmar (1994): „Gewalt und Pornographie im Fernsehen – Verführung oder Therapie?“ In: Merten, Klaus u. a., 352-376.
- Krönig, Jürgen (1995): „Medienmacht schluckt Politik“. *Die Zeit* 21 (19-5-95), 59.
- Krüger, Ralf (1995): „„Medienschlacht‘ vor Mururoa“. *Gießener Allgemeine Zeitung* (4-9-95),
- Kruse, Peter & Stadler, Michael (1994): „Der psychische Apparat



- des Menschen“. In: Merten, Klaus u. a., 20-42.
- Ludes, Peter (1993): *Von der Nachricht zur News Show*. München: Fink.
- Meißner, Franz-Josef (Hrsg.): *Interaktivität und Fremdsprachenunterricht*. Wege zu authentischer Kommunikation. Tübingen: Narr.
- Merten, Klaus (1990): „Unsere tägliche Wirklichkeit heute. Wie Medien die Kommunikation entfalten“. In: Merten, Klaus u. a., 11-40.
- Merten, Klaus (1994): „Evolution der Kommunikation“. In: Merten, Klaus u. a., 141-162.
- Merten, Klaus, Schmidt, Siegfried J., Weischenberg, Siegfried & Deutsches Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hrsg.) (1990): *Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Funkkolleg, Studienbrief 5*. Weinheim & Basel: Beltz.
- Merten, Klaus, Schmidt, Siegfried J. & Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Novell, Francisco Garcia (1992): *Inventar el periódico. Propuestas para trabajar la prensa en la escuela*. Madrid: Torre, 2ª edición.
- Peters, Hans Peter (1994): „Risikokommunikation in den Medien“. In: Merten, Klaus u. a., 329-351.
- Piper, Nikolaus (1955): „Chaos am virtuellen Kiosk“. *Die Zeit* 19 (5-5-95), 35-36.
- Rathjens-Beth, Silke (1994): „Etranger en France ... et en Allemagne. Eine Unterrichtseinheit im Grundkurs Französisch“. *Der fremdsprachliche Unterricht (Französisch)* 28 (2), 49-52.
- Rautenhaus, Heike (1993): „Möglichkeiten der Integration von Telekommunikation in einem kommunikativen Englischunterricht“. In: Gienow, Wilfried & Hellwig, Karlheinz (Hrsg.): *Prozessorientierte Mediendidaktik im Fremdsprachenunterricht*. Frankfurt/M.: Lang, 1731X8.
- Ruhrmann, Georg (1994): „Ereignis, Nachricht und Rezipient“. In: Merten, Klaus u. a., 237-256.
- Schmidt, Siegfried J. (1994 a): „Die Wirklichkeit des Beobachters“. In: Merten, Klaus u. a. 319.
- Schmidt, Siegfried J. (1994 b): „Konstruktivismus in der Medienforschung: Konzepte, Kriterien, Konsequenzen“. In: Merten, Klaus u. a., 592-623.
- Schmidt, Siegfried J. & Weischenberg, Siegfried (1994): „Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen“. In: Merten, Klaus u. a., 212-236.
- Schnabel, Ulrich (1992): „Wilde Völker im Wohnzimmerformat“. *Die Zeit* 47 (13-11-92), 51.
- Sperlich, Thomas (1995): „Die Multimedia-Penne“. *Die Zeit* (7-2-95), 74.
- Straßmann, Burkhard (1996): „Gut gefälscht ist halb gewonnen“. *Die Zeit* 6 (22-2-96), 71.
- Triandis, Harry C. (1975): *Einstellungen und Einstellungsänderungen*. Dt. v. Six, Bernd & Steffens, K.-H. Weinheim & Basel: Beltz.
- Weischenberg, Siegfried (1994): „Journalismus als soziales System“. In: Merten, Klaus u. a., 427-454.
- Wehrmann, Elisabeth (1995): „Ganz gewöhnliche Schüler drehen einen ganz ungewöhnlichen Film: ‚Fremdsein in Deutschland‘“. *Die Zeit* 27 (30-6-95), 63.
- Wendt, Michael (1996): *Konstruktivistische Fremdsprachendidaktik. Lerner- und handlungsorientierter Fremdsprachenunterricht aus neuer Sicht*. (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik.) Tübingen: Narr.
- Wittgenstein, Ludwig (1971): *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Winkler, Beate (1995): „So finden wir uns wieder vor einem ‚deutschen Bildschirm‘. Medien und Migranten: Widerspruch und Widersprüchliches. Anmerkungen zum interkulturellen Rundfunk“. *Frankfurter Rundschau* (22-3-95), 12.

---

Univ.Prof. Dr. Michael Wendt unterrichtet an der Humboldt Universität Berlin am Institut für Romanistik.