Uta Corsas: *Unterhaltung schlägt Information*. Die ersten digitalen Fernsehprogramme von 1996 bis 2003. – Konstanz: UVK 2005 (= Reihe: Kommunikation audiovisuell; Bd. 36), 405 Seiten, Eur 34,–.

Die Möglichkeit, TV-Programme digital zu verbreiten, hat zu Beginn der 1990er Jahre die Fantasie von Medienunternehmen beflügelt. Die Frage, warum der durchschlagende Erfolg des digitalen Fernsehens bislang allerdings ausgeblieben ist, beschäftigt Wissenschaft und Praxis gleichermaßen. Uta Corsas Untersuchung »Unterhaltung schlägt Information. Die ersten digitalen Fernsehprogramme von 1996 bis 2003« – die Habilitationsschrift der Autorin an der Universität Leipzig – beschäftigt sich mit zahlreichen Aspekten des digitalen Fernsehens: mit der Frage, ob digital verbreitete TV-Angebote zum Verlust der massenmedialen Funktion des Fernsehens führen, mit dem digitalen Fernsehkommunikationsprozess, dem Programmbegriff im Zusammenhang mit digitalen TV-Angeboten, mit der Frage nach den Spezifika eines digitalen Mediums, mit digitalen Inhalten (etwa der Unterscheidung zwischen »klassischen Fernsehinhalten« und »Telekommunikationsinhalten«) sowie mit der Nutzung digitalen Fernsehens und der Veränderung der TV-Nutzung durch digitale Angebote.

Corsas Studie basiert auf einer Programmstrukturanalyse von mehr als 50 digitalen Fernsehprogrammen von 1996 bis 2003, qualitativen Tiefeninterviews mit 22 Nutzern digitalen Fernsehens und einer teilnehmenden Beobachtung der Fernschnutzung dieser Zuschauer.

Aus der Programmstrukturanalyse ergibt sich unter anderem, dass das erste deutsche Digitalfernsehbouquet »DF1« durch fiktionale Programme (mit US-Western und -Actionfilmen, 50er-Jahre-Heimatfilmen und -Komödien, 90er-Jahre-Thrillern und -Komödien) sowie Sport geprägt war – und sich damit wenig vom Angebot »Premiere digital« unterschied, bei dem US-Komödien und -Thriller aus den 90er Jahren und ebenfalls Sport dominierten.

Im Gegensatz dazu waren die öffentlich-rechtlichen Digitalprogramme durch Nichtfiktionales geprägt. Bei »ARD Digital« und »ZDF.vision« bestimmten Nachrichten- und Informationssendungen sowie Dokumentationen das Programm, ergänzt durch deutsche (Archiv-)Spielfilme.

Ausschlaggebend für die Beurteilung des Angebots durch die Zuschauer, so Corsas These,

waren die Programminhalte und die Befriedigung der individuellen Fernsehbedürfnisse. Während bei Pay-TV-Angeboten bereits der Kauf eine Nutzungsentscheidung war, wurde von mehr als der Hälfte der Befragten das öffentlich-rechtliche Digitalangebot nicht genutzt – aus Unkenntnis oder weil Erfahrungen mit dem analogen ARD- und ZDF-Programm zu negativen Erwartungen an die öffentlich-rechtlichen Digitalprogramme geführt hatten.

In einem medientheoretischen Kapitel geht Corsas auf den »digitalen Fernsehkommunikationsprozess« ein. Darin stellt sie zunächst fest, dass das digitale Fernsehen der Anfangsjahre Programmfernsehen gewesen ist – eine Auflösung der »analogen« Strukturen sei nicht erkennbar. So wurde das Programm auch weiterhin überwiegend – von Near-Video-on-demand und Schleifenprogrammen abgesehen – linear offeriert.

In ihrem »Modell zum digitalen Fernsehkommunikationsprozess« prägt die Autorin drei Begriffe: »Distributor«, »Medienraum« und »Distribut« ersetzen die Begriffe »Kommunikator«, »Medium« und »Kommunikat«.

Damit Digital-TV in Deutschland Massenmedium wird, sind nach Uta Corsas Ansicht innovative Programmprofile nötig. Zudem hält sie den problemlosen Empfang, die Übertragung aller analogen TV-Programme, ein Angebot an Telekommunikationsdienstleistungen sowie die Erhöhung der technischen Kompetenz der Zuschauer für Erfolgsvoraussetzungen. Allerdings, so Corsas (S. 372): »Ob dieses Ziel bis 2010 tatsächlich erreicht werden kann, ist zweifelhaft.«

Uta Corsas Untersuchung bestätigt eine Reihe von Annahmen, überrascht aber nicht durch neue Erkenntnisse. In ihrer Programmstrukturanalyse liefert sie jedoch eine Basis für die weitere Erforschung des noch jungen Gebietes »Digitales Fernsehen«.

ANDREAS SCHÜMCHEN, Sankt Augustin

Christian Schütte: *Matchwinner und Pechvögel*. Ergebniserklärung in der Fußballberichterstattung in Hörfunk, Internet, Fernsehen und Printmedien. – Hamburg etc.: LIT-Verlag 2006 (= Reihe: Sportpublizistik; Bd. 4), 447 Seiten, Eur 34,90.

Siege und Niederlagen im Sport sprechen einerseits für sich selbst und liefern andererseits regel-