

Unterhaltsame Information oder informative Unterhaltung?

Zur Rezeption von Reality-TV

Action, Spannung und menschliches Leid dramatisch in Szene gesetzt: Der mündige Zuschauer hat ein Recht auf Unterhaltung! Doch die industriell in immer neuen Kombinationen gefertigten Horrorszenarien sind schnell verschlissen, und auch die Steigerungsfähigkeit des Schreckens hat ihre Grenzen, wenn das Publikum Absicht und Macht mehr und mehr durchschaut. Das »widerspenstige Publikum« (Bauer) weigert sich, betroffen zu sein. Dies kann nicht hingegenommen werden, die Branche sinnt auf Gegenstrategien. Wer sich von Fiktionalem nicht mehr fesseln läßt, braucht eben den realen Schrecken auf der Mattscheibe. Also produziert man zwar weiter die bekannten Action-Leiden-Horror-Shows, nun aber mit dem Hinweis, »es sei wirklich passiert«. Dieser Realitätsbezug soll beim Zuschauer den zusätzlichen »Kick« bewirken, der bei ihm wieder Betroffenheit erzeugt und ihn so vom Umschalten abhält.

Damit war das neue Genre »Reality-TV« geboren. Eine exakte Definition fällt allerdings schwer, weil es in einem so schnellen Wandel begriffen war und ist, daß eine Definition nur einen Zwischenstand beschreiben könnte. Zudem werden von den Sendeanstalten teilweise völlig konventionelle Darstellungsformen (etwa Live-Berichte und Originalaufnahmen) mit dem »Reality«-Label versehen, teils finden sich aber auch ganz spezifische Präsentationsformen, die das eigene Label »Reality-TV« rechtfertigen. Hier ist vor allem an die Nachstellung tatsächlich stattgefundener Ereignisse durch Schauspieler zu denken. Reale Ereignisse aus dem Human-Interest-Bereich, von Schauspielern nachgespielt und dramaturgisch spannend aufbereitet: Damit ist wohl eine der häufigsten und markantesten Spielarten von Reality-TV umrissen, die zudem das spezifisch Neue an dieser Unterhaltungsform deutlich macht.¹ Als wir unsere Untersuchung konzipierten, war jene Variante im deutschen Fernsehen dominant, bei der Unglücke, Überfälle, Verbrechen usw. nachgespielt wurden, wobei beteiligte Polizisten oder die Hauptbetroffenen in regelmäßigen Abständen auftraten, um das Geschehen zu kommentieren und immer wieder zu betonen, daß sich alles wirklich so abgespielt hat. Deshalb wollen wir uns in unserer Untersuchung auf diese Variante konzentrieren.

Zu den verschiedenen Erscheinungsformen des Reality-TV liegen bereits einige Arbeiten vor. Eine qualitative Rezeptionsstudie, in der Kinder und Erwachsene befragt wurden, führte Rogge (1993) durch. Anhand von Fallbeispielen demonstriert er sehr unterschiedliche Effekte von Reality-TV: Zwar wurden manche Kinder völlig veräng-

Werner Früh ist Professor für empirische Kommunikationsforschung an der Universität Leipzig, Christoph Kuhlmann und Werner Wirth sind wissenschaftliche Assistenten an der Universität Leipzig.

¹ Bei einem anderen Reality-Typus ist dies weniger klar: So ist nur schwer einzusehen, warum etwa die Live-Übertragung einer Gerichtsverhandlung »Reality-TV« heißen soll, die eines Boxkampfes oder einer Parlamentsdebatte dagegen nicht.

stigt, weil sie die in der TV-Realität drohenden Gefahren auf sich und ihre Familien bezogen (vgl. auch Grimm 1993b: 26), Erwachsene zogen aber auch positive Gratifikationen daraus, weil sie sehen konnten, daß es anderen ja noch viel schlechter geht. Experimentell ging Grimm (1993b) vor: Er variierte die Ankündigung eines Beitrags über Lynchjustiz in Brasilien (Fiction/Faction) und erhob nach der Filmpräsentation die Filmbewertung und das Filmerleben. Der als realistisch angekündigte Faction-Film wurde als interessanter, realistischer und glaubwürdiger erlebt. Andere Studien beschäftigten sich insbesondere mit der Beschreibung des neuen Genres (Winterhoff-Spurk/Heidinger/Schwab 1994; Oliver 1993; Scott/Gobetz 1992). Wegener (1994) befragte die Macher von Reality-Sendungen nach Selbstverständnis, Rezipientenbild und Produktionskriterien.

Aufgrund des bisherigen Forschungsstandes sind zum einen eine ganze Reihe naheliegender und wichtiger Forschungsfragen noch gar nicht oder noch nicht vollständig beantwortet. So wurden etwa die Effekte zunehmender Dramatisierung bei diesem Genre bislang noch nicht untersucht. Zum anderen läßt sich die Problemstellung aus der Perspektive des Publikums auch mit einer anderen Gewichtung formulieren, und sie erhält dadurch eine ganz neue Dimension. Der Bezug zur Realität könnte vom Publikum nicht nur als zusätzliches Attribut eines Unterhaltungsangebots aufgefaßt werden, sondern als Information über die Realität in einer anschaulichen Aufbereitung. Damit wäre Reality-TV eine Sonderform des Infotainments, das in seiner Wirkung mit den sonstigen Informationsangeboten des Fernsehens konkurriert. Der Hinweis auf die Beschränkung auf Human-Interest-Themen ist zunächst kein stichhaltiges Gegenargument, da das Publikum diejenigen Medienangebote als Information nutzt, die es für Information hält. Auch die jeweilige Leserschaft von Boulevardzeitungen ist davon überzeugt, von ihrer Zeitung kurz und präzise über die wesentlichen Ereignisse des Weltgeschehens informiert zu werden, obwohl es sich zum größten Teil um Soft News handelt. Demnach würden Reality-Sendungen ihren Erfolg dem zweifach erhöhten Rezeptionsvergnügen verdanken, verursacht durch den gleichzeitigen Einsatz von Dramaturgie und Authentizität des Gezeigten: Sowohl der Unterhaltungswert als auch der Informationswert müßte sich in den Augen der Zuschauer erhöhen.

Eine derart erhöhte Attraktivität wäre nicht so harmlos, wie dies vielleicht auf den ersten Blick scheinen mag: Soft-Informationen sind in der Regel stark emotional und auf den Einzelfall bezogen (vgl. Wegener 1994). Werden Einzelfälle isoliert und nicht als Fallbeispiel dargeboten, bleibt einerseits die Integration in größere Zusammenhänge möglicherweise auf der Strecke. Eine zu starke Emotionalisierung erschwert zusätzlich das Verständnis (vgl. Wegener 1994; Zillman 1989). Sind »Informationen« andererseits scheinbar so leicht und »vergnülich« zu rezipieren, könnten sie beim Rezipienten langfristig an die Stelle relevanterer, politischer Informationen treten, bei denen meist umfangreiches Vorwissen zum Verständnis nötig ist (vgl. Findahl/Höijer 1985; Larsen 1983; Wirth 1996): Andere Informationssendungen, die Hard News präsentieren, würden weniger genutzt, und Soft News könnte dieselbe oder eine gar höhere Relevanz zugeschrieben werden als Hard News (mit schwerwiegenden Konsequenzen für die politische Kommunikation).² Weitergedacht könnte die dramatisch aufbereitete Welt

² Zur Unterscheidung von Soft und Hard News vgl. Oberhauser (1993); Zillmann/Gibson/Ordman/Aust (1994).

voller Unglücke und Verbrechen in einzelnen Aspekten als authentisches Abbild der Realität übernommen werden, also eine Art Kultivierungseffekt im Sinne Gerbners (vgl. Gerbner u.a. 1981; Gerbner u.a. 1986) entstehen. Während die Wirkung der negativen Welt des Spielfilms noch durch dessen fiktionalen Charakter potentiell aufgefangen werden kann, geht bei Reality-TV auch dieser Schutzfilter verloren, wodurch sich Kultivierungseffekte verstärken dürften. Selbst wenn diese Szenarien nur für bestimmte Publikumsteile zuträfen, wären die Folgen ernst genug.

Im Rahmen dieser Studie können wir selbstverständlich nicht alle der bisher aufgeworfenen Fragen beantworten, vor allem können wir nicht die langfristigen Wirkungshypothesen überprüfen. Aber es gibt Voraussetzungen für solche langfristigen und teilweise globalen Wirkungen, die bereits in der Rezeptionsphase gelegt werden und die wir prüfen können. Wenn Reality-TV vom Rezipienten als eine Spielart des Unterhaltungsangebots aufgefaßt wird, konkurriert es kognitiv nicht mit Informationssendungen und kann deshalb langfristig auch keine Einstellung hervorrufen, die schließlich die Informationsfunktion der Medien gefährden könnte. Wird Reality-TV dagegen bereits bei der Rezeption eine hohe Informationsleistung zugesprochen, dann ist kognitiv die Voraussetzung für einen möglichen Verdrängungswettbewerb geschaffen, der dann durch den Relevanzgewinn und die häufigere Nutzung von Soft News den angesprochenen Kultivierungseffekt hervorbringen könnte. Noch ein dritter, langfristig relevanter Rezeptionseffekt ist denkbar, dessen Grundlagen bereits bei der Rezeption erkennbar sind. Durch den stark betonten Realitätsbezug bei Reality-TV ist den Sendungen ein gewisser Informationsgehalt grundsätzlich nicht abzuspochen. Doch selbst wenn Teile des Publikums diesen zunächst als gering einschätzen mögen, weil sie die Information als wenig relevant ansehen, kann im dynamisch-transaktionalen Sinne (vgl. Früh/Schönbach 1982; Früh 1991; 1994) ein hoher Unterhaltungswert auch das kognitive Urteil über den Informationswert positiv beeinflussen (und umgekehrt, was bei unserem Gegenstand jedoch weniger problematisch erscheint). Durch solche simultanen Wechselbeziehungen von Unterhaltungs- und Informationswert könnte Reality-TV langfristig sogar bei solchen Personen den Status einer Informationssendung erlangen, die Reality-TV zunächst noch skeptisch gegenüberstehen und es derzeit weitgehend dem Unterhaltungssektor zuordnen.

Dabei wäre folgender Wirkungszusammenhang denkbar: Wenn dieser Personenkreis Reality-TV als Unterhaltungsangebot sieht, wird er eine entsprechende Rezeptionshaltung einnehmen und sein Informationsbedürfnis anderweitig befriedigen. Konzentriert man sich auf die in unserem Zusammenhang besonders wichtigen Charakteristika, dann läßt sich Unterhaltung als rezeptionsbegleitende oder -folgende positive Aktivierung bzw. als medienvermittelte Erregung mit simultaner oder nachträglicher positiver Anmutung beschreiben. Erregung kann dabei auf verschiedene Arten hervorgerufen werden; eine in fiktionalen Medienangeboten sehr häufige Form ist die Erzeugung von Spannung. Wesentliche psychologische Spannungskomponenten sind die kognitive und affektive Involviertheit, die Ungewißheit und die Höhe des Risikos. Je stärker sich ein Rezipient vom Dargestellten fesseln läßt, je ungewisser der weitere Handlungsverlauf ist und je mehr »auf dem Spiel steht«, desto höher die Spannung. Diese Form der Spannungserzeugung kennen wir aus vielen fiktionalen Genres wie etwa Krimis und Western, Kriegs-, Historien-, Horror- oder Agentenfilmen, Psycho-

Thrillern u.v.a. Sie ist damit zwar kein essentielles, aber doch ein sehr wichtiges und häufig auftretendes Merkmal von Fernsehunterhaltung. In Reality-TV werden Involviertheit, Ungewißheit und Risiko nun nicht nur durch die dramaturgische Aufbereitung erhöht, sondern insbesondere auch durch den Realitätsbezug. Wenn Leben und Gesundheit »richtiger« Menschen und nicht nur erfundener Filmhelden auf dem Spiel stehen, so steigt das Risiko oder aus Unterhaltungsperspektive der »Einsatz« der Akteure drastisch an, was in der Regel auch mit einer stärkeren Involviertheit des Betrachters einhergehen dürfte. Damit wird durch den Realitätsbezug, also ein charakteristisches Element der Informationskomponente von Reality-TV, gleichzeitig eine zentrale Unterhaltungskomponente aktiviert. Im dynamisch-transaktionalen Verständnis werden Rezipienten beide Aspekte nicht dauerhaft klar auseinanderhalten können, so daß sie sich simultan gegenseitig beeinflussen. Obwohl also zunächst kein plausibles Argument dafür spricht, weshalb der Einsatz dramaturgischer Mittel den Informationswert und der Realitätsbezug den Unterhaltungswert des Dargestellten steigern sollten, ist über die Transformation der Spannungskomponente dennoch eine wechselseitige Beeinflussung möglich. Damit steht in einer späteren Wirkungsphase zu erwarten, daß selbst Personen, die Reality-TV zunächst noch als reines Unterhaltungsangebot sehen, ihm nach und nach auch einen immer höheren Informationswert zubilligen werden.

Wir konzentrieren uns hier auf folgendes Ziel: Aus dynamisch-transaktionaler Sicht entstehen Wirkungen dieser Art immer durch ein charakteristisches Zusammenspiel von Medien- und Publikumseinflüssen. Auch wenn der Nachweis transaktionaler Wirkungsbeziehungen nicht im Zentrum dieser Analysen steht, ist die grundsätzlich zweiseitige Perspektive doch modellbedingt nahegelegt. Wir wollen entsprechend zunächst aus Kommunikatorperspektive prüfen, ob die beiden genannten Darstellungsmittel auch tatsächlich die erhofften Rezeptionseffekte zeigen. Steigert also erstens eine stärkere dramaturgische Aufbereitung den Unterhaltungswert der Filmbeiträge? Und erhöht zweitens der Realitätsbezug den Informationswert, d.h. führt der explizite Hinweis auf den authentischen Charakter des Geschehens tatsächlich dazu, daß die Zuschauer sich besser informiert fühlen?

Im folgenden wollen wir allerdings nicht nur diese relativ naheliegenden Einflüsse messen, sondern auch die weniger evidenten Wechselwirkungen. Es soll demnach drittens überprüft werden, ob eine stärkere dramaturgische Aufbereitung auch den Informationswert und viertens der Realitätsbezug auch den Unterhaltungswert der Filme steigern kann. Die zuerst genannten Einflußtypen nennen wir zusammenfassend auch Basiseffekte, die zuletzt genannten Wechselwirkungen auch Crossovereffekte. Damit ergeben sich folgende Hypothesen:

Hypothese 1: Eine zunehmend dramaturgisch aufbereitete Darstellungsweise führt a) zu einem erhöhten Unterhaltungswert (Basiseffekt) und b) als Wechselwirkung auch zu einem erhöhten Informationswert (Crossovereffekt).

Hypothese 2: Der Hinweis auf die Authentizität des Dargestellten führt a) zu einem erhöhten Informationswert (Basiseffekt) und b) als Wechselwirkung auch zu einem erhöhten Unterhaltungswert (Crossovereffekt).

Aus Publikumperspektive wollen wir diese Fragestellung noch differenzieren: Nach dem dynamisch-transaktionalen Ansatz ist dasselbe Medienangebot für verschiedene

Zielgruppen nicht derselbe Stimulus. So ist wohl sicher, daß nicht alle Zuschauer gleichermaßen Reality-Sendungen attraktiv finden. Ein Blick auf die GfK-Nutzungsdaten zeigt schon, daß es vor allem Zuschauer mittleren bis höheren Alters und niedriger bis mittlerer Bildung sind, die zu den regelmäßigen Reality-Nutzern zählen (vgl. etwa bei Wegener 1994: 131f.). Verläßt man allerdings den Bereich der Globalindikatoren Alter, Bildung und Geschlecht und wendet sich zu einem spezifischeren und theoretisch erklärungskräftigen Merkmalen, zum anderen der Rezeption zu, weiß man noch recht wenig über differentielle Effekte. Wir wollen hier in dreifacher Hinsicht untersuchen, ob bestimmte Publikumsteile für Reality-TV empfänglicher sind als andere und wie sie die Inhalte dieses Sendungstyps interpretieren.

Zunächst liegt die Vermutung nahe, daß vor allem die Vorliebe für einen bestimmten Nachrichtentyp die primäre Nutzung bzw. Interpretation von Reality-TV als Unterhaltung oder Information bestimmt. Wer also beispielsweise Soft News präferiert und sich demnach für tragische Unglücks- oder Verbrechensfälle besonders interessiert, der wird Reality-TV eher den Status einer Informationssendung zubilligen als jemand, der sich stärker für Hard News interessiert. Reality-TV wäre für diese Zuschauerkreise die »Boulevardzeitung des Fernsehens«.

Zweitens dürfte Reality-TV gerade für jene Teile des Publikums wichtig sein, die ständig auf der Suche nach Unterhaltung sind. Die Rede ist von Vielsehern und den Zuschauern, die den berühmten »Unterhaltungsslalom« fahren. Der Doppeleinsatz an Gestaltungsmitteln sichert hier den doppelten Rezeptionserfolg. Hingegen kann vermutet werden, daß Reality-Sendungen an den Bedürfnissen der Wenigseher bzw. derjenigen, die das Fernsehen vorzugsweise als Informationsmedium nutzen, eher vorbeigehen. Zu begrenzt und einseitig erscheint ihnen der Informationswert.

Drittens muß berücksichtigt werden, daß Reality-TV bereits auf eine diesbezüglich vorgeprägte Einstellungsstruktur beim Rezipienten trifft. Zum Zeitpunkt unserer Untersuchung war schließlich das Phänomen Reality-TV schon nicht mehr ganz neu. Es stellt sich die Frage, ob es einen Gewöhnungseffekt gibt. Gelten die von uns vermuteten Effekte auch noch für diejenigen, die Reality-Sendungen bereits eine Zeitlang regelmäßig nutzen? Immerhin könnte sich der geschilderte Doppeleffekt von Information *und* Unterhaltung ja auch abnutzen, der Reiz des Neuen bei regelmäßigem Konsum schnell vorbei sein. Wir verdichteten diese, nach ihrer grundlegenden Struktur zu den Hypothesen 1 und 2 analogen Zusammenhänge zu den folgenden Hypothesen:

Hypothese 3: Die in Hypothese 1 und 2 postulierten Basis- und Crossovereffekte fallen für Personen mit einer Vorliebe für Soft News stärker aus als für Personen ohne diese Präferenz. Konkret besteht diese Hypothese aus vier Unterthesen: Personen mit einer Vorliebe für Soft News beurteilen im Gegensatz zu Personen ohne diese Präferenz mit zunehmender dramaturgischer Aufbereitung sowohl 3a) den Unterhaltungs- (Basiseffekt) als auch 3b) den Informationswert (Crossovereffekt) besser und schätzen Filme mit Hinweis auf die Authentizität des Dargestellten 3c) als informativer (Basiseffekt) und 3d) unterhaltender (Crossovereffekt) ein als Filme mit Hinweis auf den fiktionalen Charakter der Geschichten.

Hypothese 4: Die in Hypothese 1 postulierten Basis- und Crossovereffekte fallen für Viel- und Unterhaltungsnutzer stärker aus als für Wenig- bzw. Informationsnutzer.

In analoger Weise zu Hypothese 3 kann man auch diese Hypothese 4 in vier Teilhypothesen aufgliedern.

Die fünfte Hypothese formulieren wir bewußt offen, weil unsere theoretischen Ausführungen keine konkrete Prognose erlauben:

Hypothese 5 (offen): Unterscheiden sich Zuschauer, die Reality-Sendungen bereits regelmäßig nutzen, von jenen Personen, für die diese noch neu sind, hinsichtlich ihrer subjektiven Einschätzung des Unterhaltungs- und Informationswertes? Der Neuheitscharakter könnte einerseits zu einer besonders intensiven Rezeption führen, andererseits aber auch Vorbehalte gegenüber der ungewohnten »Kost« wecken. Plausiblerweise bezieht sich auch diese Hypothese auf alle vier zuvor bei den Hypothesen 3 und 4 genannten Unteraspekte.

METHODE

Zur Umsetzung unserer Forschungsfragen verwendeten wir ein faktorielles experimentelles Design, bei dem sechs Filmversionen durch die Variation zweier Hauptdimensionen variiert wurden:³ Erstens der Einsatz dramaturgischer Darstellungsmittel (keine, niedrig, mittel, hoch) und zweitens der Realitätsbezug (real vs. fiktional).

Ausgehend von zwei Originalbeiträgen aus der RTL-Reihe »Auf Leben und Tod – Polizeiasse im Einsatz« wurden durch schrittweise Reduzierung der Darstellungsmittel vier Varianten erzeugt, die vom reinen Nachrichtencharakter ohne Bildeinsatz bis zum typischen Reality-Film variieren. Die wesentlichen Handlungsabläufe und Ereignisse wurden in allen Versionen entweder gezeigt oder verbal berichtet. Von den beiden Versionen mit einem mittleren und hohen Einsatz dramaturgischer Mittel wurde dann wiederum je eine Variante erzeugt, die beide als Fiktion angekündigt wurden (s.u.). Dabei handelte es sich um Beiträge, die mit den Reality-Versionen exakt identisch sind und nur jeweils anders anmoderiert wurden.

Die beiden Filme hatten folgende Inhalte: *Film 1: Ein ausgebrochener Sträfling versteckt sich bei seiner Schwester. Zufällig entdeckt, erschießt er einen ahnungslosen Polizisten und flieht mit einem Kopfsprung durchs geschlossene Fenster. Er versteckt sich dann im Wald und überfällt dort verschiedene Personen, bis er sich schließlich, von der Polizei in die Enge getrieben, selbst erschießt. Film 2: Ein betrunkenen alter Mann droht, seine Frau umzubringen. Bei einem dramatischen Einsatz im Treppenhaus kommt es zu einer wilden Schießerei zwischen dem Mann und der Polizei. Der Mann wird erschossen, seine Frau stirbt auf dem Weg ins Krankenhaus.*

Die resultierenden Filmversionen lassen sich in Kurzform folgendermaßen beschreiben:

Version R1: Als »real« angekündigt, keine dramaturgischen Gestaltungsmittel. Sprecher im On verliert Text, Ereignis wird aus dem Rückblick berichtet (Imperfekt), Standbilder vom Geschehen im Hintergrund (formale Ähnlichkeit mit einer Nachrichtmeldung).

Version R2: Als »real« angekündigt, geringer Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln. Sprecher im On und Off verliert Text im erzählerischen Präsens, dazwischen

³ Für Unterstützung bei der Erstellung der Filmversionen danken wir Klaus Schönbach und Jacek Catewicz.

werden kurze Filmszenen eingeblendet, die jedoch für sich keinen fortlaufenden Handlungszusammenhang ergeben, sondern durch den Text verbunden sind (formale Ähnlichkeiten mit einem Ausschnitt aus einem Nachrichtenmagazin).

Version R3: Als »real« angekündigt, mäßiger Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln. Schauspieler stellen Ereignis nach, nur ein Handlungsstrang; die Version ähnelt der Sendung »XY-ungelöst« (schwache Reality-TV-Version).

Version R4: Als »real« angekündigt, starker Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln. Ereignis wird nachgespielt, Einsatz von Musik, Action-Film, zwei Handlungsstränge, starke Reality-TV-Version.

Version F3: Als »fiktional« angekündigt, mäßiger Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln. Inhaltlich identisch mit Version R3. Anmoderiert als »kurzer Krimi«.

Version F4: Als »fiktional« angekündigt, starker Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln. Inhaltlich identisch mit Version R4. Anmoderiert als Ausschnitt aus einem Spielfilm (»Fiction«).⁴

Insgesamt 131 Versuchspersonen⁵ wurden jeweils zwei Versionen vorgespielt (aus unterschiedlichen Ursprungsfilmern), wobei die Reihenfolge und die Kombinationsmöglichkeiten systematisch variiert wurden. Nach jeder Vorführung sollten die Befragten ihr Urteil über den soeben gesehenen Film abgeben. Auf diese Weise gingen 262 Fälle (beurteilte Filmversionen) in unsere Analyse ein.⁶

Die Versuchspersonen waren im Durchschnitt 32,2 Jahre alt, 58,0 v.H. von ihnen weiblichen Geschlechts. Etwa drei Fünftel des Samples (62,3 v.H.) verfügten über das Abitur oder einen Hochschulabschluß, ein Fünftel (20,8 v.H.) besaß die mittlere Reife, der Rest (16,9 v.H.) wies maximal den Hauptschulabschluß auf. Höhergebildete sind somit deutlich überrepräsentiert, was bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen sein wird; ferner überwiegt der Anteil von Frauen und jüngeren Personen etwas. Die Gruppen sind egalisiert, d.h. hinsichtlich Alter, Geschlecht und Bildungsgruppen finden sich keine signifikanten Gruppenunterschiede.

Operationalisierung: Das zu überprüfende *Rezeptionsurteil* wurde auf zweifache Weise operationalisiert. Das unmittelbare Filmerleben erfaßten wir mit Hilfe eines semantischen Differentials.⁷ Eine Faktorenanalyse ergab sechs Faktoren, die insgesamt 67 v.H. der Varianz erklären. Der erste und der dritte Faktor sind sehr gut als Informations- bzw. Unterhaltungsqualität interpretierbar:⁸ »Informationsqualität«

4 Die beiden für ein vollständiges faktorielles Design fehlenden Versionen »fiktiv« & »keine Dramaturgie« (»F1«) bzw. »fiktiv« & »geringe Dramaturgie« (»F2«) wurden nicht erstellt, weil sie in dieser Kombination im realen Programm nicht vorkommen und deshalb völlig unglaubwürdig wären.

5 Für Mitarbeit bei der Durchführung der Interviews und der Auswertung danken wir Rüdiger Theilmann.

6 Die Versuchspersonen verteilen sich wie folgt auf die Experimentalgruppen: R1 n = 40, R2 n = 45, R3 n = 46, R4 n = 50, F3 n = 37, F4 n = 44.

7 Die Antwortmöglichkeiten reichten von »trifft nicht zu« (0) über »trifft etwas zu« (1) bis »trifft stark zu« (7).

8 Die anderen Faktoren waren: Faktor 2 »Angsterregung« (Eigenwert 2,9) mit den Items »angsterregend, schockierend, anstrengend, aufregend«; Faktor 4: »Glaubwürdigkeit und Verständlichkeit« (Eigenwert 1,9) mit den Items »klar, verständlich, glaubhaft, wirklichkeitsgetreu, zusammenhängend, echt«; Faktor 5: »Positive Anmutung« (Eigenwert 1,2) mit den Items »gut, angenehm, sympathisch, schön«; Faktor 6: »Banalität« (Eigenwert 1,0) mit den Items »einfach, oberflächlich, nicht beeindruckend, uninteressant«. Die Items wurden aufgrund anderer, hier nicht zur Überprüfung anstehender Hypothesen aufgenommen und daher für die vorliegende Auswertung nicht berücksichtigt.

(Eigenwert 8,5) mit den Items informativ, wichtig, lehrreich, echt, kritisch, kompetent und »Unterhaltungsqualität« (Eigenwert 2,5) mit den Items interessant, abwechslungsreich, beeindruckend, spannend, energisch, schwungvoll, aufregend. Zwei der Items lassen sich auch zur Validitätsprüfung unserer experimentellen Manipulation heranziehen. Sie messen den beim Rezipienten durch die Ankündigung als »real« oder »fiktional« erzeugten Eindruck von Authentizität oder »Echtheit« des Gezeigten und die durch die dramaturgischen Mittel induzierte Spannung. Wir werden diese beiden Items gesondert auswerten.

Neben den so erfaßten ersten, spontan geäußerten Reaktionen interessierte uns auch, wie die Befragten die Filme mit etwas zeitlichem Abstand beurteilten. Möglicherweise verändert sich das Urteil nach dem Einsetzen von Rationalisierungsprozessen. Gleichzeitig wollten wir erreichen, daß die jeweiligen Aussagen auch auf Filme ähnlicher Machart »generalisiert« werden können. Aus diesen Gründen haben wir den Befragten einige Minuten später und nachdem sie ihre Gedanken während der Filmrezeption rekapitulieren konnten, zusätzlich Items vorgelegt, die der Erhebung einiger perzipierter Gratifikationen dienen. Gemessen wurde die Zustimmung bzw. Ablehnung einer Reihe kognitiver Bewertungen des Films.⁹ Vier Items gaben uns Auskunft über unterschiedliche Informationsaspekte: Erstens, wie hoch der Informationswert des speziellen Human-Interest-Aspekts eingeschätzt wird, der bei unseren Filmen zum Tragen kam: »Information über tragische Schicksale«; zweitens, wie glaubhaft die Informationen über die Realität sind, drittens und viertens, wie hoch der Informationswert eingeschätzt wird. Dabei unterschieden wir zwischen spezifischen Informationen, bei denen lediglich die Arbeit und die Probleme der Polizei thematisiert wurden, und einem sehr weit gefaßten Informationsbereich, bei dem es um aktuelle Ereignisse allgemein ging. Mit einem weiteren Item versuchten wir schließlich direkt zu erfassen, wie unterhaltsam die Befragten Filme solcher Art finden.

Die *Präferenz für Soft News* operationalisierten wir über eine Batterie von zwölf Items, die jeweils die Form von Kurzmeldungen hatten. Die Items setzten sich zusammen aus jeweils 5 Meldungen, die in einer Vorstudie eindeutig als Soft News bzw. als Hard News identifiziert wurden, sowie zwei nichteindeutigen Meldungen. Die Befragten sollten entscheiden, welche sechs dieser zwölf Meldungen sie in eine von ihnen zu gestaltende Zeitung aufnehmen würden. Eine explorative Faktorenanalyse der Antworten deutet auf unterschiedliche Vorlieben der Befragten hin: Es kann zwischen zwei Human-Interest-Faktoren getrennt werden: einem, der Soft News aus der Glamourwelt betont, und einem weiteren Faktor, der auf eine Präferenz für tragische Unglücks- und Mordfälle schließen läßt. Da die Themen unserer Experimentalfilme von solchen tragischen Schicksalsfällen handeln, beschränkten wir uns auf diesen Aspekt. Dazu wurde aus den Meldungen, die auf diesen Faktor hoch luden, ein additiver Index gebildet. Hohe Werte dieses Indexes weisen auf eine entsprechende Vorliebe des Befragten hin.

⁹ Fragewortlaut: »Im folgenden finden Sie einige Meinungen, wie man sie zu so einer Sendung haben kann, wie Sie sie gerade gesehen haben. Bitte entscheiden Sie nun bei jeder dieser Meinungen, wie sehr Sie ihr zustimmen.« Die Antwortmöglichkeiten reichten von »stimme überhaupt nicht zu« (0) über »stimme etwas zu« (1) bis »stimme stark zu« (7).

Zur Operationalisierung der *Unterhaltungs- und Informations- bzw. Viel- und Wenignutzer* wurde die von den Befragten angegebene Zeit erhoben, die sie pro Woche mit der Nutzung von insgesamt sieben Sendungsarten verbracht hatten. Auf der Basis der erfaßten Zeiten teilten wir das Gesamtsample in zwei gleich große Teile: die »Viel- bzw. Unterhaltungsnutzer« und die »Wenig- bzw. Informationsnutzer«. Zur *Nutzung typischer Reality-Sendungen* sollten die Befragten schließlich angeben, wie häufig sie bestimmte, auf einer Liste angegebene Reality- und andere Sendereihen nutzen. Für die vorliegende Auswertung wurde das Sample entlang des Medians in Viel- und Wenig- bzw. Nichtnutzer von Realitysendungen aufgeteilt.

Analysemethode: Die Hypothesen wurden mit Hilfe getrennter Varianzanalysen für dramaturgische Aufbereitung (keine, gering, mittel, hoch) und für den angekündigten Realitätsbezug (fiktional vs. real) geprüft.

ERGEBNISSE

Generelle Effekte

Im dynamisch-transaktionalen Sinne werden Medienwirkungen zwar durch einen objektiven Stimulus initiiert, in der konkreten Rezeptionssituation ist jedoch insbesondere der jeweils wahrgenommene Stimulus relevant. Bevor wir zu den Hypothesentests übergehen, überprüfen wir deshalb zur Validierung unserer späteren Ursachenzuschreibung, ob die experimentellen Manipulationen der Filme von den Rezipienten auch in der erwarteten Art und Weise erlebt wurden, also ob mehr Spannungselemente zu mehr wahrgenommener Spannung führen, der Hinweis auf den Realitätsbezug des Gezeigten auch dessen Authentizität in den Augen des Publikums erhöht. Nur so können wir behaupten, daß diese Filmmerkmale in der zu analysierenden Weise wirksam waren. Tatsächlich steigt die durch dramaturgische Mittel erzeugte Spannung hochsignifikant von +.90 (keine Mittel) über +.94 (geringer Einsatz), +1.53 (mittlerer Einsatz) auf +3.39 (starker Einsatz). Die Wahrnehmung der Ereignisse als »echt« steigt ebenfalls hochsignifikant von +.86 (Ankündigung als fiktional) auf +2.27 (Ankündigung als real). Etwas erklärungsbedürftig ist allerdings das insgesamt niedrige Niveau der Rezeptionsurteile. Einerseits könnten soziale Erwünschtheitsphänomene im Experiment dafür gesorgt haben, daß bei offensichtlichen Themen aus dem Human-Interest-Bereich eher selten Interesse und Faszination zugegeben wurden, andererseits hat sicherlich eine Reihe von Befragten noch etwas Raum auf der Skala für weitere, in ihren Augen wichtigere Beiträge lassen wollen. Auch der hohe Anteil an Hochgebildeten mag den Gesamtdurchschnitt gedrückt haben.¹⁰ Der uns besonders interessierende Reality-Beitrag (R4) liegt jedoch immer in der Gruppe mit den höchsten Werten. Aus alledem kann geschlossen werden, daß die Relationen zwischen den einzelnen Versionen bzw. zwischen den einzelnen Personengruppen als valide angesehen werden können. Eben diese Relationen sind Grundlage für die Hypothesenprüfungen.

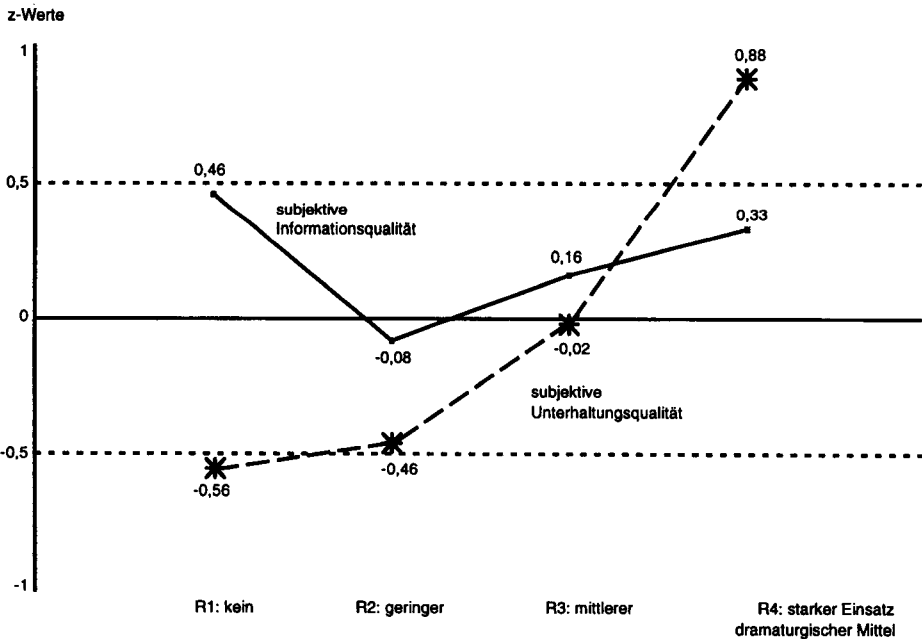
¹⁰ Niedriggebildete beurteilten alle Beiträge im Schnitt um ein bis zwei Skalenpunkte besser.

Mit Hypothese 1 wollen wir die rezeptionsbezogenen Wirkungen einer zunehmend dramaturgisch aufbereiteten Darstellungsweise überprüfen. Wie aus Tabelle 1¹¹ und Schaubild 1 zu entnehmen ist, haben die Befragten die Filme tatsächlich als um so unterhaltsamer empfunden, je stärker diese dramaturgisch aufbereitet waren. Der angenommene Basiseffekt konnte also nachgewiesen werden.

Bemerkenswert ist, daß mit der dramaturgischen Aufbereitung ebenso die perzipierte Informationsqualität ansteigt, allerdings schwächer und mit einer auffallenden Ausnahme: Der an herkömmliche Nachrichten erinnernden Version ohne jeden dramaturgischen Einsatz wird die höchste Informationsqualität zugesprochen. Dieser Befund mag vielleicht auf den ersten Blick verwundern. Er wird jedoch verständlich, wenn man berücksichtigt, welche Kenntnisse und Erwartungen Fernsehzuschauer in der Regel mit dem Format »Nachrichtensendungen« verbinden. Das klassische, trockene Verlesen von Nachrichten aktiviert beim Zuschauer das Schema »Jetzt werde ich über etwas Wichtiges informiert«. Dies funktioniert offenbar auch bei vergleichsweise unwichtigen Soft-Informationen. Allein die Tatsache, daß sie erkennbar als Nachrichten verlesen werden, steigert subjektiv den Informationswert. Für die anderen Versionen und erst recht für die »starke« Reality-Version (R4) existieren sicherlich (noch) keine

Wahrgenommene Informations- und Unterhaltungsqualität (Faktorwerte), in Abhängigkeit von dramaturgischen Mitteln

Schaubild 1



¹¹ Die Ergebnisse beruhen auf einfachen Varianzanalysen (dramaturgische Mittel) bzw. auf Varianzanalysen, bei denen die dramaturgische Variation (mittel versus hoch) als Kovariate kontrolliert wurde (Ankündigungsform).

derart weitverbreiteten Schemata. Der stetige und nahezu lineare Anstieg des subjektiven Informationswertes von Version zu Version bis hin zum zweiten Spitzenplatz unterstreicht jedoch, daß hier tatsächlich die dramaturgischen Mittel zum Tragen kommen. Dies ist das eigentlich interessante Ergebnis: Dramaturgie bewirkt folglich nicht nur eine erhöhte Spannung und Unterhaltungsleistung, sondern verbessert in einem Crossovereffekt zumindest subjektiv auch die Informationsqualität. Je mehr Musik, bewegte Bilder und schnelle Schnitte eingesetzt werden, desto informativer werden die Inhalte empfunden. Hypothese 1 kann somit als bestätigt gelten, mit der beschriebenen Ausnahme beim Nachrichtenformat.

Wahrgenommene Informations- und Unterhaltungsqualität (Faktorwerte), in Abhängigkeit von dramaturgischen Mitteln und dem angekündigten Realitätsbezug (real vs. fiktional)

Tabelle 1

Gesamt n = 262 z-Werte bzw. Skala: 0 bis 7	dramaturgische Mittel (Ankündigungsform real)					Realitätsbezug (dramaturgischer Einsatz mittel und hoch)		
	keine R1	gering R2	mittel R3	hoch R4	F-Test	fiktional F3/F4	real R3/R4	F-Test
<i>semantisches Differential (z-Werte)</i>								
Informationsqualität	+ .44	-.08	+ .13	+ .33	p < .10	-.45	+ .23	p < .01
Unterhaltungsqualität	-.59	-.44	-.03	+ .86	p < .01	+ .01	+ .44	p < .01
<i>kognitive Urteile (0-7):</i>								
spezifische Relevanz	2.6	1.4	1.8	3.0	p < .01	1.1	2.4	p < .01
globale Relevanz	1.5	0.9	0.8	1.0	n.s.	0.5	0.9	p < .10
Wirklichkeitstreue	1.5	0.5	0.9	1.3	p < .05	0.6	1.1	p < .05
tragisches Schicksal	2.5	1.0	1.8	2.8	p < .01	1.6	2.3	p < .05
»finde ich sehr unterhaltsam«	0.3	0.2	0.5	0.6	n.s.	0.5	0.6	n.s.

Hypothese 2 hatte den subjektiven Informations- und Unterhaltungszuwachs aufgrund der Verwendung realer anstelle von fiktionalen Inhalten zum Gegenstand. Nicht allzu überraschend, aber doch recht bemerkenswert ist, daß der subjektive Informationswert signifikant ansteigt, wenn die Filme als real angekündigt werden (vgl. Tabelle 2). Bemerkenswert ist dieser Basiseffekt deshalb, weil es sich ja um exakt dieselben Beiträge handelt, die nur einmal als real und dann als fiktional angekündigt wurden. Viel interessanter ist aber zweifellos, daß dieser Effekt offenbar auch für den subjektiven Unterhaltungswert gilt. Der Unterschied ist »beinahe« signifikant ($p = .057$). Wieder zeigt sich, daß die experimentelle Manipulation nicht nur direkte Auswirkungen auf die sachlich analoge Rezeptionsdimension hat (Dramaturgie auf Spannung und Unterhaltungswert, angekündigter Realitätsbezug auf den Informationswert), sondern auch wechselseitige Crossovereffekte bewirkt.

Mit sechs inhaltlich konkreteren kognitiven Urteilen, die mit Hilfe von nicht direkt

auf die vorgeführten Filme bezogenen Statements zu Reality-TV erhoben wurden (siehe oben), wollten wir vom konkreten Beitrag etwas abstrahieren. Die vier untersuchten Informationsaspekte trafen in den Augen der Rezipienten allesamt signifikant stärker auf die »realen« als auf die »fiktionalen« Versionen zu – ein sehr plausibler Befund: Werden die Filme als »real« anmoderiert, so finden die Versuchspersonen diese kompetenter für den spezifischen Realitätsausschnitt »Polizeiarbeit« (»kann sich gut informieren, wie die Polizei arbeitet und mit welchen Problemen sie fertig werden muß«) und aktueller (»kann sich gut über aktuelle Ereignisse informieren«). Diese Items interpretierten wir als wahrgenommene spezifische und globale Relevanz. Weiter wurden die »realen« Versionen auch als signifikant wirklichkeitsgetreuer angesehen (»... einen recht genauen Eindruck von der Wirklichkeit ...«). Schließlich fanden die Befragten, daß man in den »realen« Versionen signifikant mehr Einblick in die »tragischen Schicksale« bekommt, die »hinter den Ereignissen« stehen (vgl. Tabelle 1). Bei der Interpretation muß allerdings berücksichtigt werden, daß die absoluten Werte teilweise sehr niedrig liegen. Am stärksten gilt diese Einschränkung für die Aussage über die »globale Relevanz« der Beiträge. Diese Ansicht erfuhr meist überhaupt keine und nur selten »etwas« Zustimmung seitens der Befragten.

Analysiert man nun, inwieweit auch die dramaturgische Aufbereitung die Einschätzungen des Informationsgehalts durch die Befragten zu modifizieren vermochte, so zeigen sich wiederum deutliche Unterschiede: Die Befragten waren der Ansicht, daß die dramaturgisch stark aufbereitete Reality-Version (R4) am besten über Polizeiarbeit und Polizeiprobleme (Item: »spezifische Relevanz«) informiert, am meisten Einsicht in tragische Schicksale vermittelt und – nach der Nachrichtenversion (R1) – am wirklichkeitsgetreuesten ist (alle Befunde signifikant). Einzig der sehr starken Aussage, wonach solche Sendungen auch globale Relevanz besäßen und über aktuelle Ereignisse schlechthin berichten würden, vermochten die Befragten mehrheitlich nicht zuzustimmen. Damit wiederholt sich das Urteilmuster, das wir schon bei den spontan geäußerten Informationsqualitäten feststellten: Für drei der vier kognitiven Urteile gilt, daß allein die dramaturgische Aufbereitung der Filme subjektiv auch den Informationswert der Beiträge beeinflusst. Inhalte und Ankündigungsform waren hier konstant, so daß die Unterschiede nicht darauf zurückgeführt werden können. Auch ein anderer Effekt zeigt sich hier erneut: Wie schon beim unmittelbaren Filmerleben erhält der Nachrichtentypus (R1) neben der starken Reality-TV-Version (R4) bei allen kognitiven Urteilen die höchste Zustimmung. Wie aufgrund unserer Interpretation der Rezeptionsurteile zu erwarten war, ist die durch das Nachrichtenschema aktivierte Verknüpfung von »Nachrichtenformat« und »Information« offensichtlich nicht auf spontane Reaktionen beschränkt, sondern überträgt sich auch auf vergleichsweise »durchdachte« Meinungen über den Stimulus und alle ähnlichen Beiträge dieses Typs.

Mit einem Item wollten wir auch den Unterhaltungsaspekt direkt abfragen: Das Item »Solche Sendungen finde ich sehr unterhaltsam« fand allerdings keinerlei Zustimmung (vgl. Tabelle 1). Dieser Befund verwundert etwas angesichts der Tatsache, daß die Stimuli mit zunehmendem Einsatz dramaturgischer Mittel und der zusätzlichen Ankündigung als »real« signifikant spannender, interessanter, aufregender, abwechslungsreicher und beeindruckender empfunden wurden (Unterhaltungsqualität). Zum einen könnte hier natürlich der von uns bewußt geförderte Rationalisierungs-

prozeß¹² zur Aktivierung gesellschaftlicher Normen geführt haben, wonach Sendungen, bei denen andere Menschen real in Not geraten, zwar als »spannend« und »aufregend«, nicht aber als »unterhaltsam« bezeichnet werden. Zum anderen könnte hier auch ein bereits von Dehm (1984) erwähnter Zusammenhang eine Rolle spielen: Mit dem Label »unterhaltend« werden von Laien in der Regel allenfalls solche Sendungen bedacht, die von den Fernsehzeitschriften als Unterhaltungssendungen angekündigt werden (also Spielfilme, Serien, Show- und Quizsendungen), nicht aber Informationssendungen, selbst wenn diese insgesamt Attribute besitzen, die man im allgemeinen durchaus mit guter Unterhaltungsleistung verbindet. Daß das Unterhaltungsitem im Gegensatz zu allen anderen Items und vor allem zu den spontanen Rezeptionsurteilen nicht einmal in irgendeiner Untergruppe wenigstens geringe Zustimmung erfuhr, spricht ebenfalls für diese Interpretation. Damit ist unsere Absicht, Unterhaltungserleben in Informationsfilmen mittels einer *direkten* Abfrage zu messen, fehlgeschlagen. Unsere Aussagen über Spannungs- und Unterhaltungserleben beziehen sich daher in den folgenden Analysen allein auf das unmittelbare Filmerleben: Dort haben wir auf die redundanten Befunde zum expliziten Item »unterhaltend« verzichtet und den subjektiven Unterhaltungswert mit den erwähnten impliziten Indikatoren erfaßt.

Wir wissen nun, daß durch dramaturgische Mittel nicht nur das spontane Unterhaltungserleben forciert wird, sondern auch und vor allem der Informationswert von Reality-Sendungen in den Augen der Zuschauer steigt; und daß überdies durch die Verwendung realer Ereignisse nicht nur der Informationswert, sondern auch der Unterhaltungswert zunimmt. Damit ist für das gesamte Sample der oben beschriebene »Doppelkick« bestätigt. Genau genommen haben wir jeweils zugleich einen recht plausiblen Basiseffekt und einen nach rationalen Gesichtspunkten eher unerwarteten Crossovereffekt festgestellt. Ihn kann man sogar als zweiten »Doppelkick« bezeichnen. Aus rezeptionstheoretischer Sicht handelt es sich bei ihm offenbar um eine Intra-transaktion, also eine simultane Wechselwirkung kognitiver mit eher aktivationalen bzw. affektiven Rezeptionsdimensionen.¹³ Der erste »Doppelkick« bei Reality-Sendungen, hervorgerufen durch die dramaturgische Aufbereitung und die Verwendung realer Ereignisse, verdankt seine Effizienz also nicht zuletzt der Tatsache, daß Menschen etwas, das sie spannend und unterhaltend finden, auch für informativ halten und umgekehrt. Dieser zweite »Doppelkick« in Form einer gegenseitigen, simultanen Beeinflussung kognitiver und affektiver Wahrnehmungsdimensionen schafft die Voraussetzungen für alle jene langfristigen Folgen, die wir oben erörterten. Wie der Erfolg von Reality-Sendungen zeigt, genügt der eher schlichte und letztlich unbewiesene Hinweis auf die Authentizität der Inhalte und eine dramatische Inszenierung, um diesen Prozeß wirksam zu initialisieren. In unserem Experiment war der »Doppelkick« zwar – wohl bedingt durch die Künstlichkeit der Experiments und aufgrund von Effekten der sozialen Erwünschtheit – absolut gesehen eher schwach ausgeprägt,

12 Nach dem semantischen Differential und vor den kognitiven Urteilen sollten die Befragten schriftlich Gedanken und Assoziationen zum soeben gesehenen Beitrag angeben.

13 Vgl. zu Transaktionen Früh/Schönbach (1982); Schönbach/Früh (1984); Früh (1991); Schönbach (1992); Früh (1994); zur empirischen Evidenz rezeptionaler Wechselwirkungen vgl. Wirth (1989); Früh/Wirth (1991); Früh/Wirth (1992).

dennoch aber als relative Größe im Vergleich der verschiedenen Filmversionen untereinander klar meßbar und signifikant.

Differentielle Aspekte

Bislang ist noch offen, ob der »Doppelkick« bzw. die Basis- und Crossovereffekte nicht auf bestimmte Teile des Publikums beschränkt sind, weil diese sich z.B. für solche Medienangebote stark interessieren oder für sie besonders empfänglich sind. Wir wollen dieser Frage nachgehen und mit erklärungskräftigeren als den bekannten Standardvariablen Alter, Geschlecht und Schulbildung untersuchen, wie sich einzelne Teile der Zuschauerschaft hinsichtlich ihrer Rezeptionsurteile unterscheiden. Als erstes versuchen wir aufzuklären, welche Rolle die Präferenz für Geschichten vom Typ »tragische Schicksale« bei der Rezeption spielt. Wie erwähnt war dies der Typus von Soft-Information, der in den von uns untersuchten Reality-Sendungen überwiegend verwendet wurde. Unsere Analysen zeigten: Wer Soft-Informationen über »tragische Schicksale« bevorzugt, beurteilt die Beiträge über alle Versionen hinweg hochsignifikant als informativer und unterhaltender. Dies gilt für die spontanen Rezeptionsurteile ebenso wie für die inhaltlich konkreteren kognitiven Urteile.¹⁴ Wie Tabelle 2 zeigt, gibt es einige Gemeinsamkeiten, aber auch erhebliche Unterschiede zwischen Personen mit schwacher und starker Präferenz für Soft-Informationen. Unmittelbar nach der Rezeption beurteilen beide Gruppen die Informationsqualität der Beiträge signifikant besser, wenn diese als »real« angekündigt werden. Ebenfalls beide Gruppen finden mit steigendem dramaturgischem Einsatz die Filme immer spannender und unterhaltender. Beide Gruppen finden die »realen« Filme auch unterhaltsamer als die »fiktionalen«, allerdings sind die Unterschiede nur bei der Gruppe der »Ablehner« von Soft-Informationen signifikant. Offenbar finden Soft-News-Liebhaber alle Human-Interest-Stories spannend und unterhaltend, (fast) unabhängig davon, ob es sich dabei um wahre oder erfundene Geschichten handelt.

Bei denen, die keine besondere Präferenz für Soft-Informationen äußerten, finden wir mit einer plausiblen Ausnahme alle Basiseffekte (Einsatz dramaturgischer Mittel; angekündigter Realitätsbezug). Die Ausnahme betrifft den Informationsaspekt »tragische Schicksale«: Wohl aufgrund ihrer Abneigung für Soft-Informationen dieser Art perzipiert diese Zuschauergruppe weder in den fiktionalen noch in den realen Versionen einen entsprechenden Informationswert. Die Vermittlung der anderen Informationsaspekte wird auf insgesamt sehr niedrigem Niveau in den realen Filmversionen besser beurteilt als in den fiktionalen.

In der Gruppe der Soft-News-Liebhaber zeigen sich die Basiseffekte nur selektiv, dafür aber durch Wechselwirkungen verstärkt. Konkret verbessern sich in dieser Gruppe mit steigendem Einsatz dramaturgischer Mittel zwei kognitive Informationsurteile: die wahrgenommene Relevanz der Information über Polizeiarbeit und -probleme (Item: »spezifische Relevanz«) und über »tragische Schicksale«. Die Bevorzugung von Soft-Informationen resultiert also in einem »Doppelkick«, der auf ganz bestimmte

14 F-Test mit Berücksichtigung der unterschiedlichen Versionen: Faktor Informationsqualität $p = .002$; Faktor Unterhaltungsqualität $p = .002$; Item »spezifische Relevanz« $p = .006$; Item »globale Relevanz« $p = .000$; Item »Wirklichkeitstreue« $p = .001$; Item »tragisches Schicksal« $p = .000$; Item »finde ich unterhaltsam« $p = .010$.

Rezeptionsurteile, nach Präferenz für Soft-Information, Einsatz an dramaturgischen Mitteln und angekündigtem Realitätsbezug (real vs. fiktional)

Tabelle 2

Gesamt n = 262 z-Werte bzw. Skala: 0 bis 7	dramaturgische Mittel (Ankündigungsform real)					Realitätsbezug (dramaturgischer Einsatz mittel und hoch)		
	keine R1	gering R2	mittel R3	hoch R4	F-Test	fiktional F3/F4	real R3/R4	F-Test
<i>keine Präferenz (n = 162)</i>								
Informationsqualität	+32	-.22	+12	+21	n.s.	-.64	+17	p < .01
Unterhaltungsqualität	-.67	-.59	-.26	+85	p < .01	-.15	+34	p < .01
<i>kognitive Urteile</i>								
spezifische Relevanz	2.4	1.2	1.7	2.6	p < .10	0.7	2.2	p < .01
globale Relevanz	1.3	0.5	0.6	0.8	n.s.	0.1	0.7	p < .01
Wirklichkeitstreue	1.2	0.4	0.7	1.0	n.s.	0.2	0.9	p < .05
tragisches Schicksal	1.4	1.0	1.4	1.8	n.s.	1.2	1.6	n.s.
<i>mittlere und starke Präferenz (n = 100)</i>								
Informationsqualität	+66	+16	+15	+51	n.s.	-.16	+34	p < .05
Unterhaltungsqualität	-.43	-.16	+.26	+88	p < .01	+.25	+.61	n.s.
<i>kognitive Urteile</i>								
spezifische Relevanz	2.9	1.9	2.0	3.5	p < .05	1.7	2.8	p < .05
globale Relevanz	1.7	1.8	1.2	1.2	n.s.	1.1	1.1	n.s.
Wirklichkeitstreue	2.2	0.8	1.2	1.7	n.s.	1.2	1.5	n.s.
tragisches Schicksal	4.4	1.0	2.3	4.3	p < .05	2.0	3.4	p < .05

Informationsaspekte konzentriert ist. Hypothese 3 konnte somit nur teilweise bestätigt werden. Personen, die Nachrichten über »tragische Schicksale« präferieren, schätzen an Reality-Sendungen besonders, daß dort ihre Wünsche in besonderem Maß berücksichtigt werden. Die Wertschätzung bleibt jedoch auf diesen relativ engen Informationsbereich beschränkt. Die beiden restlichen kognitiven Informationsstatements (»globale Relevanz« und »Wirklichkeitstreue«) werden hingegen von diesem Personenkreis unabhängig vom angekündigten Realitätsbezug auf niedrigem Niveau identisch bewertet.

Hypothese 4 beruhte auf der Vermutung, daß besonders Unterhaltungs- und Vielseher für den »Doppelkick« empfänglich sind, Wenig- und Informationsnutzer hingegen eher wenig mit Reality-Sendungen anfangen können oder wollen. Unsere Ergebnisse: Über alle Versionen hinweg weisen Viel- und Unterhaltungsnutzer den Filmen einen signifikant höheren Informationswert, höhere globale Relevanz, Wirklichkeitstreue und Informativität bezüglich des Aspekts »tragische Schicksale« zu als Wenig- und Informationsseher.¹⁵

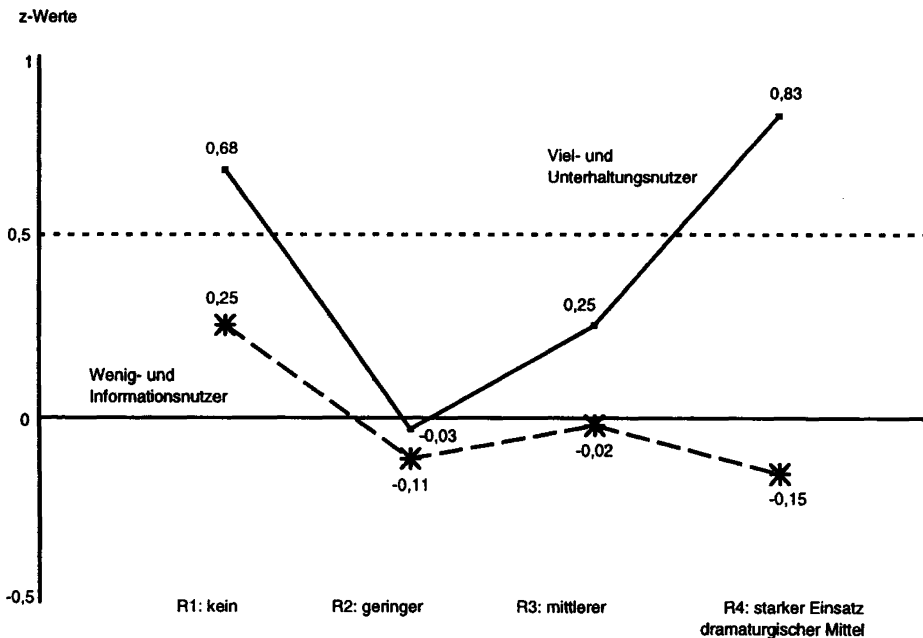
15 F-Test mit Berücksichtigung der unterschiedlichen Versionen: Faktor Informationsqualität p = .000; Faktor Unterhaltungsqualität n.s.; Item »spezifische Relevanz« n.s.; Item »globale Relevanz« p = .001; Item »Wirklichkeitstreue« p = .000; Item »tragisches Schicksal« p = .001; Item »finde ich unterhaltsam« p = .056.

Tabelle 3 zeigt, daß beide Fernsehnutzungsgruppen den Filmen signifikant mehr Informationsqualität attestierten, wenn in der Anmoderation ein reales Ereignis angekündigt wurde, und daß sie den Filmen mit steigender dramaturgischer Aufbereitung auch signifikant mehr Unterhaltungswert bescheinigten. Was die spontanen Rezeptionsurteile anbelangt, konnten somit für beide Gruppen die Basiseffekte nachgewiesen werden. Speziell bei den Viel- und Unterhaltungsnutzern zeigen sich zusätzlich auch beide Crossovereffekte, d.h. die dramaturgische Aufbereitung erhöhte signifikant den subjektiven Informationswert, und umgekehrt verbesserte die Ankündigung der Geschichten als »real« ebenso signifikant den Unterhaltungswert in den Augen dieser Zuschauer. Schaubild 2 verdeutlicht beispielhaft den Crossovereffekt der Viel- und Unterhaltungseher bei der subjektiven Informationsqualität, der bei den Wenig- und Informationssehern nicht auftritt. Beiden Gruppen gemeinsam ist ein erhöhter Informationswert für die Nachrichtenversion (R1). Während dann bei den Wenig- und Informationssehern die Kurve trotz Steigerung der dramaturgischen Mittel konstant niedrig bleibt, finden Viel- und Unterhaltungsnutzer die Beiträge zunehmend informativer: Zwischen den Gruppen eröffnet sich eine »Schere«, die bei der »starken« Reality-Version am weitesten auseinanderklafft (vgl. Schaubild 2).

Hinsichtlich der kognitiven Urteile finden sich wiederum charakteristische Unterschiede zwischen den Nutzergruppen. Für die Wenig- und Informationsseher zeigte sich lediglich eine Wechselwirkung beim Item »spezifische Relevanz«. Bei den Viel- und Unterhaltungsehern konnten wir hingegen vier Basiseffekte und zwei zusätzliche Crossovereffekte nachweisen: Wenn man also die Einschätzungen der perzipierten

Wahrgenommene Informationsqualität (Faktorwerte) – nach Fernsehnutzungsgruppen, in Abhängigkeit von dramaturgischen Mitteln

Schaubild 2



Relevanz, der Wirklichkeitstreue und des Informationsgehalts über »tragische Schicksale« zugrunde legt, gilt erneut, daß Viel- und Unterhaltungsseher stärker auf Reality-Sendungen ansprechen. Bei ihnen greifen die rezeptionalen Wirkungsmechanismen von Reality-Sendungen tatsächlich stärker als bei Wenig- und Informationssehern. Hypothese 4 konnte folglich, wenn auch mit einigen Einschränkungen, insgesamt bestätigt werden. Interessant ist, daß selbst die zuletzt genannte Rezipientengruppe nicht unbeeinflusst vom Reality-Kalkül bleibt. Auch sie finden dramaturgisch aufbereitete Reality-TV-Beiträge unterhaltsamer und spannender, beurteilen den Informationswert realer Ereignisse höher als den fiktionaler Geschichten, selbst wenn diese aus dem Human-Interest-Bereich stammen. Schließlich erhöht sich mit zunehmender Dramaturgie sogar der subjektive Informationswert des Realitätsausschnitts »Polizeiarbeit und -probleme« (Crossovereffekt beim Item »spezifische Relevanz«).

Rezeptionsurteile nach Fernsehnutzungsgruppen, Einsatz an dramaturgischen Mitteln und angekündigtem Realitätsbezug (real vs. fiktional)

Tabelle 3

Gesamt n = 262 z-Werte bzw. Skala: 0 bis 7	dramaturgische Mittel (Ankündigungsform real)					Realitätsbezug (dramaturgischer Einsatz mittel und hoch)		
	keine R1	gering R2	mittel R3	hoch R4	F-Test	fiktional F3/F4	real R3/R4	F-Test
<i>Wenig-/Informationsnutzer (n = 134)</i>								
Informationsqualität	+0.22	-0.12	+0.03	-0.10	n.s.	-0.58	-0.04	p < .01
Unterhaltungsqualität	-0.78	-0.46	+0.06	+0.70	p < .01	+0.16	+0.37	n.s.
<i>kognitive Urteile</i>								
spezifische Relevanz	2.9	1.2	1.6	2.8	p < .05	0.9	2.2	p < .01
globale Relevanz	1.3	0.6	0.6	0.3	n.s.	0.4	0.4	n.s.
Wirklichkeitstreue	0.7	0.3	0.8	0.4	n.s.	0.2	0.6	p < .10
tragisches Schicksal	1.8	0.7	1.2	1.9	n.s.	1.3	1.5	n.s.
<i>Viel-/Unterhaltungsnutzer (n = 128)</i>								
Informationsqualität	+0.69	-0.02	+0.20	+0.83	p < .05	-0.40	+0.54	p < .01
Unterhaltungsqualität	-0.37	-0.41	-0.10	+1.04	p < .01	-0.12	+0.50	p < .01
<i>kognitive Urteile</i>								
spezifische Relevanz	2.3	1.9	2.0	3.2	n.s.	1.3	2.6	p < .01
globale Relevanz	1.6	1.4	1.0	1.7	n.s.	0.6	1.4	p < .05
Wirklichkeitstreue	2.4	0.9	1.0	2.2	p < .05	0.8	1.7	p < .05
tragisches Schicksal	3.1	1.4	2.2	3.7	p < .05	1.7	3.0	p < .05

Mit Hypothese 5 überprüften wir schließlich Gewöhnungseffekte: Zeigt sich der postulierte »Doppelkick« auch (noch) bei Zuschauern, die regelmäßig Reality-Sendungen sehen? Die Globalanalyse ergibt, daß häufige Seher von Reality-Sendungen unseren Reality-Stimuli über alle Versionen hinweg eine signifikant höhere Informa-

tions- und Unterhaltungsqualität sowie mehr globale Relevanz und größere Wirklichkeitstreue bescheinigten.¹⁶

Reality-Nutzer wie Nichtnutzer fanden die »realen« Beiträge signifikant informativer als die »fiktionalen« (jeweils $p < .01$, ohne Tabelle) und die dramaturgisch stärker aufbereiteten Beiträge signifikant unterhaltsamer als die schwächer aufbereiteten (jeweils $p < .01$). Auch bei dieser Teilanalyse konnten, bezogen auf das spontane Rezeptionserleben, für beide Gruppen die Basiseffekte festgestellt werden. Wiederum zeigen sich speziell bei denjenigen, die häufiger Reality-Sendungen nutzen, zusätzlich beide Wechselwirkungen, d.h. die dramaturgisch aufbereiteten Geschichten wurden auch informativer ($p < .05$) und die »realen« auch spannender und unterhaltsamer ($p < .05$) als die »fiktionalen« empfunden. Der »Doppeleffekt« ist bei den Reality-Nutzern also stärker als bei den Nichtnutzern. Ein Gewöhnungseffekt scheint nicht eingetreten zu sein.

Ein etwas anderes Bild zeigt sich, wenn man die kognitiven Urteile analysiert. Zunächst fanden beide Gruppen die als »real« angekündigten Filme relevanter, was den spezifischen Aspekt der Polizeiarbeit betraf ($p < .05$ bzw. $p < .01$; Basiseffekt). In der Gruppe der Reality-Nutzer konnten im übrigen keine signifikanten Effekte festgestellt werden. Im Gegensatz dazu vermittelten die als »real« angekündigten Filme aus der Sicht der Nichtnutzer signifikant mehr Informationen über die tragischen Aspekte solcher Ereignisse ($p < .05$; Basiseffekt). Ebenfalls ausschließlich in der Gruppe der Nichtnutzer ergab sich zusätzlich ein Crossovereffekt ($p < .05$): Der verstärkte Einsatz dramaturgischer Mittel führte dazu, daß die Nichtnutzer signifikant häufiger der Aussage zustimmten, daß man sich in solchen Filmen gut über die Arbeit und die Probleme der Polizei informieren könne. Zumindest was diesen spezifischen Aspekt anbelangt, findet sich ein »Doppelkick« nur bei Personen, die Reality-TV nur selten oder nie nutzen. Offenbar fühlen sich häufige Reality-Seher bereits genügend über diesen doch recht begrenzten Ausschnitt der Wirklichkeit informiert, was man als Gewöhnungseffekt interpretieren kann. Da wir beim spontanen Filmleben keine Gewöhnungseffekte feststellten, können wir schlußfolgern, daß sich die Wirkung des »Doppelkicks« bei häufigen Reality-Nutzern nur auf das unmittelbare und weitgehend unreflektierte Rezeptionserleben beschränkt, während bei einer etwas distanzierteren Betrachtung dem Genre allgemein kaum noch Gratifikationen bezüglich der erfragten Aspekte zugebilligt werden. Die kurzfristige Wirkung ist noch da, das nachhaltige Image aber bereits verschwunden. Eine andere Erklärung läßt die Möglichkeit offen, daß die häufigen Reality-Nutzer völlig andere als die von uns erfaßten Gratifikationen suchen und finden.

ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION

Im Vergleich der Filmversionen erhielt die Reality-TV-Version die höchsten Werte in der Beurteilung der Unterhaltungsqualität, aber auch bezüglich des Informationswer-

16 F-Test mit Berücksichtigung der unterschiedlichen Versionen: Faktor Informationsqualität $p = .006$; Faktor Unterhaltungsqualität $p = .020$; Item »spezifische Relevanz« n.s.; Item »globale Relevanz« $p = .009$; Item »Wirklichkeitstreue« $p = .000$; Item »tragisches Schicksal« n.s.; Item »finde ich unterhaltsam« $p = .009$.

tes. Bei der Befriedigung entsprechender Bedürfnisse kann nur die reine Nachrichtenversion mithalten. Die Rezipienten glauben, durch Reality-TV genauso gut über bestimmte Aspekte der Wirklichkeit informiert zu werden wie durch klassische Nachrichten. Allerdings besteht offenbar nur partiell eine direkte Konkurrenz zu politischen Informationsangeboten, denn eine globale Relevanz und ein generelles Informationspotential bezüglich aktueller Ereignisse wurde Reality-TV vom überwiegenden Teil der Versuchspersonen nicht zugesprochen. Sieht man vom Format »Nachrichten« einmal ab, verbessert sich die Einschätzung der Informationsleistung mit zunehmendem Einsatz dramaturgischer Mittel. Auf eine Kurzformel gebracht: Der »Doppelkick« greift. Bezogen auf das unmittelbare Rezeptionserleben, aber auch bezogen auf drei der vier zusätzlich erhobenen konkreten Informationsaspekte gilt: Die dramaturgischen Mittel erhöhen nicht nur die Spannung, sondern auch den subjektiven Informationswert, und umgekehrt erhöht die Ankündigung, daß die Ereignisse tatsächlich passiert sind, also »real« und »echt« sind, nicht nur den Informationswert, sondern auch den Unterhaltungswert und die Spannung. Wir bezeichneten die wechselseitige Beeinflussung der Rezeptionsdimensionen als Crossovereffekte. Rezeptionstheoretisch stellen sie Transaktionen dar zwischen kognitiven und affektiven bzw. aktivationalen Komponenten im Filmerleben (vgl. für eine Übersicht die Tabellen 4 und 5).

Aus rezeptionstheoretischer Sicht ist das Reality-Konzept »Dramaturgie plus Authentizität« je nach Zuschauercharakteristik unterschiedlich erfolgreich. Die Präferenz für Soft-Informationen vom Typ »tragische Schicksale« führt dazu, daß die dazu passenden Informationsaspekte in der starken Reality-Version sehr deutlich wahrgenommen werden, während der Unterhaltungswert weniger durch die Authentizität der Filme als vielmehr durch dramaturgische Effekte verändert wird. Wie erwartet sind Viel- und Unterhaltungsnutzer wohl die dankbarsten Rezipienten der Reality-Sendungen. Besonders bei ihnen zeigten sich neben Basis- auch Crossovereffekte, wirkten sich also die dramaturgischen Effekte auch auf den wahrgenommenen Informationsgehalt der Filme aus. Einen Hinweis, wie Reality-Filme von Personen aufgenommen werden, die dieses neue Format bereits mehr oder weniger gut kennen, gibt die letzte Teilanalyse: Im unmittelbaren Rezeptionserleben zeigten sich bei den Reality-TV-Nutzern Basis- und Crossovereffekte, d.h. der »Doppelkick« erwies sich als besonders wirkungsvoll. Anhaltspunkte für Gewöhnungseffekte fanden sich nur bei den kognitiven Gratifikationen. Aber selbst hier unterschieden sich die Reality-Nutzer nur wenig von den Nichtnutzern. Dieser Befund hat natürlich keinen Beweischarakter, da uns nur eine Messung zur Verfügung stand und Gewöhnungseffekte ja auch noch später eintreten können.

Ein interessantes Licht warf unsere Untersuchung aber auch auf jene Rezipientenkreise, die wir eigentlich nicht zu den Reality-TV-Liebhabern zählten, nämlich die Wenig- und Informationsseher oder die Personen mit einer Abneigung für Inhalte aus dem Human-Interest-Bereich. Insgesamt erwiesen sich zwar unsere Vermutungen als richtig, aber das bedeutet nicht, daß dieser Personenkreis gegen das Kalkül der Reality-Programmmacher immun wäre. Mehrfach erhöhte sich auch in den Augen dieser dem Reality-TV eher distanziert gegenüberstehenden Zuschauerkreise der Informationswert durch die Ankündigung, jetzt würde eine wahre Begebenheit dargestellt. Gerade die Wenig- und Informationsnutzer oder diejenigen, die angaben, so gut wie

Der »Doppelkick«: Basiseffekte und Crossovereffekte beim Informationserleben Tabelle 4

	subjektives Informationserleben: signifikante Effekte	
Gesamtsample (n = 262)	alle	
spontanes Filmleben (Faktor)	Basiseffekt	
<i>kognitives Urteil:</i> spezifische Relevanz	Basis- und Crossovereffekt	
<i>kognitives Urteil:</i> globale Relevanz	Basiseffekt	
<i>kognitives Urteil:</i> Wirklichkeitstreue	Basis- und Crossovereffekt	
<i>kognitives Urteil:</i> tragisches Schicksal	Basis- und Crossovereffekt	
Softpräferenz »tragische Schicksale«	niedrig	hoch
spontanes Filmleben (Faktor)	Basis	Basis
<i>kognitives Urteil:</i> spezifische Relevanz	Basis+Crossover	Basis+Crossover
<i>kognitives Urteil:</i> globale Relevanz	Basis	n.s.
<i>kognitives Urteil:</i> Wirklichkeitstreue	Basis	n.s.
<i>kognitives Urteil:</i> tragisches Schicksal	n.s.	Basis+Crossover
Wenig-/Informationsnutzer vs. Viel-/Unterhaltungsnutzer	Wenig-/ Informationsnutzer	Viel-/ Unterhaltungsnutzer
spontanes Filmleben (Faktor)	Basis	Basis+Crossover
<i>kognitives Urteil:</i> spezifische Relevanz	Basis+Crossover	Basis
<i>kognitives Urteil:</i> globale Relevanz	n.s.	Basis
<i>kognitives Urteil:</i> Wirklichkeitstreue	Basis	Basis+Crossover
<i>kognitives Urteil:</i> tragisches Schicksal	n.s.	Basis+Crossover
Reality-TV-Nutzung	niedrig	hoch
spontanes Filmleben (Faktor)	Basis	Basis+Crossover
<i>kognitives Urteil:</i> spezifische Relevanz	Basis+Crossover	Basis
<i>kognitives Urteil:</i> globale Relevanz	n.s.	n.s.
<i>kognitives Urteil:</i> Wirklichkeitstreue	n.s.	n.s.
<i>kognitives Urteil:</i> tragisches Schicksal	n.s.	n.s.

nie Reality-Filme zu nutzen, erwiesen sich als widersprüchlich in ihren Urteilen: Einerseits wiesen sie unter allen Versionen einzig der Nachrichtenversion Informationsqualität zu (spontanes Filmleben), andererseits waren sie durchaus der Meinung, daß gerade Beiträge in der Art der reißerischen, »starken« Reality-Version am besten über Polizeiarbeit und -probleme aufklären könnten. Pointiert ausgedrückt: Zwar bieten die Reality-Sendungen in ihren Augen keine politisch besonders relevanten Informationen an, über den im Mittelpunkt stehenden spezifischen Aspekt fühlen sie sich jedoch ganz gut informiert. Einziger Hinweis auf eine gewisse Rezeptionsdistanz auch in diesem Punkt war das insgesamt niedrige Niveau der Bewertungen. Derzeit besteht also durchaus noch eine kognitive Barriere zu »klassischen« Informationssendungen, aber mit affektiver »Gegenströmung«. Aus alledem ist zu entnehmen, daß es keineswegs ausgeschlossen ist, daß sich Reality-Sendungen bzw. Sendungen mit einer entsprechenden Schwerpunktsetzung nach und nach einen festen Platz unter den etablierten Informationssendungen erobern könnten. Unterhaltender als Nach-

richten sind sie allemal: Alle Teilgruppen fanden die reißerisch aufbereiteten Filme spannender und unterhaltender als die nüchternen und sachlichen Berichte.

Wie interessant sind nun die Unterschiede zwischen Sendungen im Stil von »XY-ungelöst« und dem Reality-Fernsehen neueren Zuschnitts? Die Antwort ist nicht ganz einfach: In den Augen der Zuschauer unterscheiden sich die beiden Genretypen ganz erheblich, sowohl was die Informations- als auch was die Unterhaltungsqualitäten anbelangt. Dabei scheint bei der »schwachen« Reality-Version im Stil »XY-ungelöst« der Informationseindruck – auf niedrigem Niveau – noch leicht vorzuherrschen, während bei der »starken« Reality-Version das Unterhaltungserleben dominiert. Wie unsere weiteren Analysen zeigten, darf dies jedoch keineswegs zu der Annahme verleiten, daß die »starke« Reality-Version ausschließlich als Unterhaltungssendung rezipiert worden wäre. Denn auch die perzipierte Informationsqualität erreichte erst dann Höchstwerte, wenn die dramaturgischen Mittel voll ausgeschöpft waren. Dies gilt gleichfalls für einige konkrete Informationsgratifikationen: Nach Ansicht der Befragten war keine Version besser geeignet, Informationen über tragische Schicksale sowie die Arbeit und die Probleme der Polizei zu vermitteln, wobei die dramaturgische Aufbereitung den Ausschlag gibt: Erst die reißerisch aufgemachte moderne Version verleiht Reality-TV den »Doppelkick«. Bemerkenswert ist auch, daß ausgerechnet mit dem (umstrittenen) Höhepunkt in der quasifiktionalen Darbietung realer Ereignisse auch jene Rezipientenkreise erreicht werden, die etwa der verhaltenen »XY-ungelöst«-Version noch sehr kritisch und desinteressiert gegenüberstehen. Beispielsweise wird erst der Informationswert der »starken« Reality-Version auch von Wenig- bzw. Informationsnutzern tendenziell überdurchschnittlich bewertet. Für Viel- und Unterhaltungsnutzer liegen hingegen schon die Urteile für die »XY-ungelöst«-Version über dem Durchschnitt. Folglich findet eine durchgängig in allen Bevölkerungskreisen zu beobachtende (und dadurch letztlich brisante) Vermischung von Informations- und Unterhaltungseffekten tatsächlich erst mit dem neueren Reality-TV-Format und nicht schon mit dem bekannten »XY-ungelöst«-Typus statt.

Der »Doppelkick«: Basiseffekte und Crossovereffekte beim Unterhaltungserleben

Tabelle 5

	subjektives Unterhaltungserleben: signifikante Effekte	
	alle	
Gesamtsample (n = 262)	alle	
spontanes Filmerleben (Faktor)	Basis- und Crossovereffekt	
Softpräferenz »tragische Schicksale«	niedrig	hoch
spontanes Filmerleben (Faktor)	Basis+Crossover	Basis
Wenig-/Informationsnutzer vs. Viel-/Unterhaltungsnutzer	Wenig-/Informationsnutzer	Viel-/Unterhaltungsnutzer
spontanes Filmerleben (Faktor)	Basis	Basis+Crossover
Reality-TV-Nutzung	niedrig	hoch
spontanes Filmerleben (Faktor)	Basis+Crossover	Basis+Crossover

Nicht übersehen werden darf auch der unerwartete Befund, wonach der Nachrichtenversion zusammen mit der starken Reality-Version über alle Teilgruppen hinweg subjektiv der höchste Informationswert zufiel. Bezogen auf diese Rezeptionsdimension gibt es folglich große funktionale Ähnlichkeiten zwischen Nachrichten und Reality-TV. Auch wenn dies nur auf Human-Interest-Themen zutreffen mag und wenn es sicherlich auch noch andere, von uns nicht gemessene Informationsaspekte gibt, gilt offenbar: Was das Reality-TV erst mit einem tiefen Griff in die Trickkiste von Kameramann und Regisseur erreicht, schaffen Nachrichten scheinbar allein dadurch, daß eine Meldung von der Redaktion zur Publikation ausgewählt wird. In den Augen der Zuschauer erhöht sich der Nachrichtenwert selbst einer relativ belanglosen Human-Interest-Meldung schon dadurch, daß sie die Vielzahl konkurrierender Berichte scheinbar »ausstechen« konnte und veröffentlicht wurde. Vor diesem Hintergrund erhalten die Redaktionsentscheidungen über die Art der übernommenen Meldungen bzw. über das Mischungsverhältnis zwischen Hard News und Soft News zusätzliches Gewicht.

Ob wir nun von den Ergebnissen zu den Reality-Versionen oder von dem gerade diskutierten Befund ausgehen: Reality-TV hat es vermutlich schon weitgehend geschafft, sich das Image von Informationsmeldungen zu geben. Daß sich das traditionelle Nachrichtenformat behauptet, relativiert diese Feststellung nur wenig. Die erfolgreiche Verschmelzung von kurzweiligen Geschichten aus dem Human-Interest-Bereich, spannender und unterhaltsamer Aufbereitung und dem Etikett »Information« führt zu wichtigen kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfragen, die nicht durch den Hinweis auf die kurze Lebensdauer einzelner Reality-Serien entkräftet werden können und dürfen: Reality-Sendungen sind nur ein Schritt auf dem Weg zur fortgesetzten »Infotainisierung« des Fernsehprogramms. Die potentiellen Folgen dieser Entwicklung sind bislang kaum erschöpfend diskutiert oder gar untersucht worden. Unsere Ergebnisse deuten darauf hin, daß das Fernsehen offenbar durch die Gestaltung und Etikettierung seiner Sendungen mitbeeinflussen kann, was Zuschauer als informativ und relevant empfinden. In letzter Konsequenz könnte sich dadurch der Informationsbegriff des Publikums verändern, so daß irgendwann das Publikum in einer Informationsmeldung dann Hintergrundberichte nicht mehr über politische Weltkrisen oder die wirtschaftliche Situation erwarten würde, sondern über die dramatische Rettung einiger Touristen aus einer Seilbahnkabine oder über die aufregende Verfolgungsjagd nach einem flüchtigen Gewaltverbrecher quer durch deutsche Städte und Wälder. Ansätze dazu sind vor allem im amerikanischen, aber auch im deutschen Fernsehen unschwer zu erkennen.

Dies sind natürlich langfristige Wirkungshypothesen, über die wir in unserer Studie keine oder nur begrenzte Aussagen machen konnten. Doch auch für die Rezeptionsforschung stellen sich aufgrund unserer Ergebnisse weitere Fragen. So ist genauer zu ergründen, welche objektiven Aspekte die subjektive Informationsqualität einer Meldung bestimmen: Offenbar hat die Nachrichtenwertforschung hier noch nicht alle Fragen beantwortet. Ebenfalls noch unklar sind die Motive, die die Zuschauer bewegen, sich die »tragischen Geschichten« aus der Reality-Fabrik anzusehen. Sind die Anhänger des Reality-TV im selben Personenkreis zu suchen wie die Gaffer, die bei Autounfällen nicht selten sogar die Rettungsarbeiten behindern? Werden so Alltagsängste bewältigt oder dient dies alles überwiegend der eigenen Belustigung? Die Infor-

mationen dazu haben wir in diesem Projekt ebenfalls erhoben, sie werden an anderer Stelle publiziert.

LITERATUR

- Boorstin, Daniel (1964): *Das Image oder Was wurde aus dem amerikanischen Traum?* Reinbek.
- Findahl, Olle/Höijer, Brigitta (1985): *Some Characteristics of News Memory and Comprehension.* In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29. Jg., S. 379–396.
- Früh, Werner (1983): *Der aktive Rezipient – neu besehen. Zur Konstruktion faktischer Information bei der Zeitungslektüre.* In: *Publizistik*, 28. Jg., S. 327–341.
- Früh, Werner (Hrsg.) (1991): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung.* Opladen.
- Früh, Werner (1994): *Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit.* Opladen.
- Früh, Werner/Schönbach, Klaus (1982): *Der dynamisch-transaktionale Ansatz.* In: *Publizistik*, 27. Jg., S. 74–88.
- Früh, Werner/Wirth, Werner (1991): *Dynamik der Informationsverarbeitung suggestibler Rezipienten. Transaktionen von Suggestibilität, Aktivierung und Medieninformation.* In: Früh, Werner (Hrsg.): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung.* Opladen, S. 271–303.
- Früh, Werner/Wirth, Werner (1992): *Looking into the Black Box: Intolerance of Ambiguity and Dynamic-transactional Processes in the Development of Issue-related Images.* In: *European Journal of Communication*, 7. Jg., S. 541–569.
- Gangloff, Tilmann P. (1993): *Dabeisein ist alles. Warum das Realitätsfernsehen eine spekulative Fälschung ist.* In: *medium*, Nr. 2, S. 18–19.
- Gerbner, George u.a. (1981): *Die »angsterregende Welt« des Vielsehers.* In: *Fernsehen und Bildung*, 15. Jg., Nr. 1-3, S. 16–42.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1986): *Living with television: The dynamics of the cultivation process.* In: Jennings, Bryant/Zillmann, Dolf (Hrsg.): *Perspectives on media effects.* Hillsdale, S. 17–40.
- Grimm, Jürgen (1993a): *Der kultivierte Schrecken? Erlebnisweise von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments.* In: *Publizistik*, 38. Jg., S. 206–217.
- Grimm, Jürgen (1993b): *Vom wahren Schrecken. Schockerlebnisse in der Mediengesellschaft.* In: *medien praktisch*, 17. Jg., S. 22–27.
- Groebel, Jo/Gleich, Uli (1993): *ARD-Forschungsdienst: Realität und Fiktion: Mischformen im Fernsehen.* In: *Media Perspektiven*, Nr. 7, S. 350–353.
- Hilse, Jürgen/Lerchenmüller-Hilse, Hedwig (1993): *Reality-TV und Jugendmedienschutz.* In: *Film & Fakten*, 19. Jg., S. 43–49.
- Kepplinger, Hans-Matthias (1982): *Die Grenzen des Wirkungsbegriffs.* In: *Publizistik*, 27. Jg., S. 98–113.
- Knight, Graham (1989): *Reality Effects: Tabloid television effects.* In: *Queen's Quarterly*, 96. Jg., S. 94–108.
- Krüger, Udo-Michael/Zapf-Schramm, Thomas (1994): *Programmanalyse 1993 von ARD, ZDF, SAT1 und RTL.* In: *Media Perspektiven*, Nr. 3, S. 111–124.
- Larsen, Steen F. (1982): *Knowledge Updating in Text Processing.* In: Flammer, August/Kintsch, Walter (Hrsg.): *Discourse Processing.* Amsterdam, S. 205–218.
- Lilienthal, Volker (1993): *Gieriges Kameraauge. Der Virus des Reality-TV infiziert alle Programmsparten.* In: *Medium Spezial: Nachrichten und Informationsprogramme im Fernsehen*, S. 17–20.
- Mikos, Lothar (1992): *Grenzgänge. Medien zwischen Fiktion und Realität: Ein Kongreß.* In: *epd/Kirche und Rundfunk*, Nr. 96, S. 7–10.
- Neuberger, Christoph (1993): *Acht Tricks, die Wirklichkeit zu überlisten.* In: *medium*, Nr. 2, S. 12–15.
- Oberhauser, Stephan (1993): *»Nur noch 65.000 Tiefflugstunden«. Eine linguistische Beschreibung des Handlungspotentials von hard-news-Überschriften in deutschen Tageszeitungen.* Frankfurt/Main.

- Oliver, Mary Beth (1993): Portrayals of Crime, Race and Aggression in »Reality Based« Police Shows: A Content Analysis. Vortrag auf der ICA-Tagung in Washington, Mai 1993.
- Poecke, Luc van (1988): The Myth and Rites of Newsmaking. Hard News versus Soft News. In: *Communications*, 14. Jg., S. 23–52.
- Rogge, Jan-Uwe (1993): Reality-TV. Sein Stellenwert im Alltag von Zuschauern. In: *medien praktisch*, 17. Jg., S. 36–39.
- Schneider, Norbert (1992): Linkes Auge. Fernsehen im Starmix: Reality-TV als Mix-Star. In: *epd/Kirche und Rundfunk*, Nr. 47, S. 5–6.
- Schönbach, Klaus (1992): Transaktionale Modelle der Medienwirkung: Stand der Forschung. In: Schulz, Winfried (Hrsg.): *Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Weinheim, S. 109–119.
- Schönbach, Klaus/Früh, Werner (1984): Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32. Jg., S. 314–329.
- Scott, David K./Gobetz, Robert H. (1992): Hard News/Soft News Content of the National Broadcast Networks, 1972-1987. In: *Journalism Quarterly*, 69. Jg., S. 406–412.
- Wankell, Susanne (1992): Hauptsache echt. Einbruch der Wirklichkeit ins Fernsehen mit Reality-TV. In: *Media Spektrum*, Nr. 8, S. 34–35.
- Wegener, Claudia (1994): *Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1993): Reality-TV. Spannung für Spanner? In: *Journalist*, Nr. 6, S. 10–14.
- Wirth, Werner (1989): *Wissensvermittlung durch Massenmedien unter transaktionaler Perspektive*. Kommunikationswissenschaftliche Magisterarbeit Universität München.
- Wirth, Werner: *Die Wissensklufthese in der Rezeptionsforschung* (erscheint 1996).
- Zillmann, Dolf/Gibson, Rhonda/Ordman, Virginia/Aust, Charles F. (1994): Effects of Upbeat Stories in Broadcast News. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38. Jg., S. 65–78.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Werner Früh, Dr. Werner Wirth, Christoph Kuhlmann, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Augustusplatz 9/HH, D-04109 Leipzig