Karl Karst

"Zum Einfluß der Medien - Langzeitwirkungen von Fernsehen und Hörspielen"

Vortragskonzept Hanns-Seidel-Stiftung

Tagung 18.09.1986

Ich habe Ihnen keine bösen "Fälle" mitgebracht, keine freundlichen Thesen und auch keine großen Statistiken.

Lediglich einige Vorbehalte gegen die sogenannte Wirkungsdiskussion sind dabei, auch einiges Hörbare, das Anlaß zur Diskussion sein kann, und schließlich etwas Lese-Material:

- 1. Hörspiel-Programmhefte des laufenden Halbjahres (Für den Überblick)
- 2. Eine "Kurzgeschichte des Hörspiels" (1) (für den historischen Rückblick)
- 3. Einige "Stichworte zur Medienkritik" (2) (als <u>Vor</u>ausschau)

Ich möchte mit einigen theoretischen Überlegungen beginnen, die recht schnell ihr Ende finden werden, sobald Sie das erste <u>praktische</u> Beispiel hören. Dann werde ich versuchen, einige Informationen zur Situation des Hörspiels zu geben und eine Skizze des Programmbereichs zu zeichnen.

Anmerkungen:

- 1. "Das Hörspiel in Stichworten", aus: medium 10/0kt.1985
- 2. "Radiokunst und Öffentlichkeit" aus: epd/Kirche und Rundfunk Nr. 51 vom 2.7.86

Schließlich möchte ich Ihnen einen kurzen akustischen Streifzug durch die Rundfunkgeschichte anbieten, den ich in Form eines Hörspiels (3) mitgebracht habe, damit wir anschließend nicht über ein abstraktes Irgendetwas sprechen, sondern zumindest in Ausschnitten einige historische Möglichkeiten des Hörspiels und des Rundfunks kennengelernt haben.

[&]quot;Vom Ätherrauschen zum Ohrenspiel. 60 Jahre Hörspiel", Hessischer Rundfunk, Hörspiel 1983

Zunächst zur Theorie

Meine Überlegungen gehen von der Vermutung aus, daß Wirkung, vor allem die psychologische, im Bereich der Medien derzeit kaum bekannt und auch kaum meßbar ist. Wenn wir uns "zu Tode amüsieren", wie Neil Postman es in populärer Weise prognostiziert hat, dann ist dies eine kulturkritische Perspektive,

aber längst keine verifizierbare Tatsache. Daß es indessen ein grandioser "Irrtum" sein könne, hat kürzlich die Kommunikationswissenschaftlerin und Psychologin Hertha Sturm in ihrem Frankfurter Vortrag behauptet - und sich damit ihrerseits zur Diskussion gestellt.

Das Fragwürdige an dem, was wir Wirkung nennen, besteht darin, daß sie die Folge einer Ursache sein soll, daß sie zurückführbar sei auf einen ganz bestimmten Vorgang. In der Mechanik spricht man von Kräftewirkungen: Wird eine Kraft A auf den Gegenstand B ausgeübt, so bewegt er sich - laut stets gleichbleibender Formel - in Richtung C. In unserem Falle aber handelt es sich nicht um Gegenstände, um willenlose Objekte also, sondern um Subjekte, um Menschen. Und Menschen sind ihrerseits umfassende Wirkungskomplexe, die man nicht mit einer bestimmten Kraft in eine vorausberechenbare Bewegung versetzen kann. Mitzubedenken und eben nicht errechenbar ist die Eigenkraft des jeweiligen Menschen, sind seine psychischen, seine sozialen und weltanschaulichen Voraussetzungen, die mit den wirkungsauslösenden Elementen eine ganz bestimmte Reaktion eingehen. Ähnlich hat es der

Münchner Kommunikationswissenschaftler Professor Heinz Wagner formuliert: Wirkung ist immer ein Ergebnis des Zusammentreffens von wirkungsauslösendem Gegenstand und den besonderen Auswahl-, Bewertungs- und Erlebnisbedingungen des einzelnen Hörers, Zuschauers, Rezipienten.

Die Behaviouristen - um eine weitere theoretische Position einzubringen - sprechen in diesem Zusammenhang von einer Art "Black Box" des Menschen, in die wir nicht hineinschauen können. Auf der einen Seite kommt etwas hinein, in unserem Falle also die Programme der Medien, und auf der anderen Seite kommt etwas heraus, das wir dann "Wirkung" nennen. Was aber drinnen passiert, und ob das eine mit dem anderen in Zusammenhang steht, ob diese Wirkung also tatsächlich zurückführbar ist auf das, was hineinging in den Körper, darüber wissen wir rechtwenig zu sagen. Es bleibt - wie die Bezeichnung "Black Box" es buchstäblich ausdrückt - im Dunkeln.

Die Folge ist, daß Wirkungsforschungen, sobald sie sich an Deutungen begeben, über hypothetische und spekulative Vermutungen nur selten hinauskommen. "Wirkung" scheint nur eine Formel zu sein, mit der wir etwas relativ Ungewisses auf den verbalen Nenner bringen. Wir wissen, daß etwas passiert. Aber wir wissen nicht, was und warum es passiert.

Ich bin deshalb recht froh, keine vermeintlich exakten Daten über das Hörspielhören vorlegen zu können. Es gibt keine!

Daß ich dies nicht kann, ist bereits ein erster Befund über die Situation des Rundfunks und auch über die Wirkung des Hörspiels. Was es gibt, das sind Zahlen über Vorlieben, über Einschaltquoten, über sogenannte Akzeptanswerte. Zahlen also darüber, wer was wann gerne hört. Wesentlicher aber als diese Werte, die vorrangig der merkantilen Orientierung dienen, wäre es für die Wirkungsforschung (und auch für uns) zu wissen, wie man hört und infolgedessen welche Wirkung das einzelne Programm hat. Dieses Wie scheint mir aussagekräftig zu sein für die Intensität des Hineinwirkens von Hörspielen in das Bewußtsein des Hörers und somit auch für die Stärke einer möglichen Wirkung.

Das "Wie" also: Hörspielhören strengt an! Das ist ein Gemeinplatz. Man muß sich die Bilder selber machen, sonst sieht man keine. Während uns das Fernsehen durch seine vollständige Abbildungswelt vereinnahmt, müssen wir uns die Welt des Hörspiels selbst erfinden - durch Imagination und Phantasie, die das vorgestellte Bild mitunter farbenprächtiger erscheinen lassen als das bunteste Farbfernsehgerät. Fernsehen verlangt die Selbstaufgabe, Hörspiel fordert das Selbst heraus, so ließe sich prononciert formulieren. Und: Fernsehen ist illusionistisch - Hörspiel ist imaginativ!

Imaginationsfähigkeit, Phantasiebereitschaft und Vorstellungslust, dies sind kulturgeschichtlich wesentliche Größen, die uns in der überflutenden Bilderwelt mehr und mehr abhanden gekommen scheinen. Wer sich die Welt stets "vorlesen" läßt, der verliert die Fähigkeit, sie selber "lesend" zu entdecken.

Wirkung also ist wesentlich verknüpft mit den besonderen Bedingungen der Rezeption. Hörspielhören, würde ich vermuten, geht nicht nebenbei. Oder vielleicht doch? - Beim Abspülen wielleicht, und Autofahren, beim Stauben und Briefmarkensortieren aber kaum beim Staubsaugen, (allenfalls mit Kopfhörer). All dies

ist abhängig von der Anspruchshaltung sowohl des Hörers als auch des jeweiligen Stückes, das je nach Genre mehr unterhaltend oder anspruchsvoll ist. Das herausfordernde Hörspiel will, wie jede herausfordernde Kulturtätigkeit, anspruchsvoll sein. Es will nicht ablenken, sondern hinlenken, will also Wirkung - was immer das nun ist in einem "künstlerischen" Bereich, der andere Gesetze hat als der journalistische.

Wenn die Deutung von Medien-Wirkungen vornehmlich spekulativ abläuft, dann gehört es zu den wesentlichsten Voraussetzungen dieser Spekulation, zunächst einmal zu überprüfen, ob Wirkung überhaupt entstehen kann. Es gilt also, die Frage zu stellen, welche Wirkungsvoraussetzungen vorhanden sind in diesem eigentümlichen Grenzbereich des Spiels, der Kunst, der Unterhaltung usw. Ein Hörspiel, ausgestrahlt um 1 Uhr in der Nacht, hat sicherlich eine Wirkung, die ebenso niedrig ist wie die Zahl der Hörer, nämlich annähernd Null. Sendeplatz und Hörerzahl als Wirkungsfunktionen. Ebenso: das Umfeld des Programms

und der konkurrierenden Medien, das Umfeld der zur Verfügung stehenden Ablenkungsmöglichkeiten (die in den letzten Jahrzehnten um ein Vielfaches gestiegen sind). Denken wir z.B. an H.G. Wells' und Howard Kochs "Krieg der Welten", das im Amerika der 30er Jahre eine bevölkerungsweite Panik hervorrief. Dieses Hörstück wäre sicherlich nicht in gleicher Weise wirkungsvoll gewesen, wenn es nicht

- ohne Ablenkungskonkurrenz (etwa durch das Fernsehen) ausgestrahlt worden wäre
- 2. Programmformen benutzt hätte, die als "dokumentarische" den Anspruch auf Realitätsnähe besaßen und
- 3. in einer Zeit gesendet worden wäre, die den Krieg (also auch den kriegerischen Angriff "extraterrestrischer" Wesen) zu einer permanent vorhandenen Lebensbedrohung werden ließ.

Die Dispositionen also waren entscheidend für diese unerhörte, weil zwar beabsichtigte, aber in dieser Größe nicht erwartete Wirkung, die auf der Verwechslung von Realität und Fiktion beruhte. Diese folgenträchtige Gleichsetzung von erster und zweiter Wirklichkeit, von vermittelter und unmittelbarer Erfahrung scheint heute beinahe zu unserem Alltag zu gehören. "Wie im Fernsehen", sagt der kleine Großstadtjunge, wenn er (etwa bei einem Besuch am Tegernsee) zum erstenmal eine Kuh sieht wie sie "in Wirklichkeit" ist. Längst hat der permanente Konsum von Informationen aus zweiter Hand das Verhältnis von eigener Erlebniswelt und vermittelter Erfahrung verändert. Das erste und das zweite, also das Unmittelbare und das Vermittelte

haben sich vermischt, sind mitunter sogar in ihrem Verhältnis verkehrt. Wer zum Beispiel erinnert noch Carpentiers "Te Deum", wenn er die Eurovisionsmelodie des Deutschen Fernsehens hört? Viel eher wird es wohl so sein, daß bei der Wahrnehmung des Ursprungswerkes, nämlich beim Hören des "Te Deums", die Äußerung kommt: "Aha, die Eurovisionsmelodie des Deutschen Fernsehens".

Vielleicht hören wir einen Ausschnitt aus diesem historischen Beispiel der Verwechslung von Fiktion und Realität, aus dem Hörstück "Der Krieg der Welten", 1938 entstanden und in einer Schallplattenaufnahme erhalten. Wir hören das englische Original, das aufgrund seines Alters natürlich nicht der akustischen Qualität entspricht, die wir heute gewohnt sind. Zu bedenken ist, daß es seinerzeit kein magnetisches Tonband gab, mit dem diese Sendung hätte aufgezeichnet werden können, sondern lediglich sehr schwierig zu handhabende Schallaufzeichnungsgeräte, die das Sendeprodukt bzw. die Generalprobe des Stückes in 12 cm dicke Wachsplatten hineinschnitt, von denen im Nachhinein Pressungen genommen werden konnten. Wichtig aber ist das Prinzip, das sich bei allen Rauschern immer noch erkennen läßt: Die Nutzung des Authentizitätsanspruchs einer Radioreportage-Sendung; die Erzeugung einer Wirklichkeits-Illusion durch Nachahmung des üblichen Programmablaufs, nämlich einer zu dieser Zeit gewohnheitsgemäß ausgestrahlten Unterhaltungssendung.

EINSPIELUNG "THE WAR OF THE WORLDS" (USA 1938)

Es ließe sich die Frage stellen, ob eine solche Wirkung, also die panikartige Flucht vieler Hörer, heute noch möglich wäre. Ich vermute: Nein! Die Zahl der Informationsquellen, also der möglichen Kontrollinstanzen und der offizielle Charakter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stünden ebenso dagegen wie der weitaus ungünstigere Sendeplatz, den das Hörspiel heute besitzt. Die Abdrängung des kulturellen Wortes, also auch des Hörspiels in eigens dafür vorgesehe Kultur-Programme und dort in immer verstecktere Nischen trägt wesentlichen Anteil an der zunehmend geringeren Auffindbarkeit dieser Ressorts. Wenn das Hörspiel in die Nische gerät - über diesen Zustand wird Herr Dr. Hasselblatt vermutlich morgen referieren -, dann ist die Gefahr und die Möglichkeit gesellschaftlicher Wirkung natürlich geringer, als stünde es auf der "Rampe". Entscheidend ist also auch die Frage, von wo aus und unter welchen Bedingungen eine bestimmte Programmform ihre Wirkung erzielt - wenn man sie erzielt.

Am Rande bermerkt: die größte Wirkung hat natürlich der Versuch, Wirkung zu verhindern! Programmabsetzungen und Beschwerden vor der Ausstrahlung eines Programmbeitrages erhöhen die Hörerzahl und die Aufmerksamkeit um ein Vielfaches. Es handelt sich dabei wohl mehrheitlich um die Aufregung der einen über die mögliche Wirkung bei den anderen (bei denen sie wahrscheinlich gar nicht eingetreten wäre).

Eine Aufregung, die zu "vorsorglichen Wirkungsverhütungen" führt, die ihrerseits oftmals die größte Wirkungsförderung en sind.

Und damit komme ich zum Programm:

Hörspiel ist ein Bestandteil des "laufenden Programms", zugleich aber eine "Kunstform", die über diese punktuelle Verwertung hinauszuwirken versucht – das ist entscheidend für seine Klassifikation. Es ist kein Ereignis, zu dem man sich feierlich kleidet oder für das man eine Eintrittskarte löst.

Hörspiel wird gesendet, ganz gleich, wer und wie viele es hören. Dieses "laufende Programm" ist zudem nicht mehr – wie in den Anfangszeiten des Rundfunks – nur ein es pro Region, sondern es ist ein es von dreien oder vieren.

Beispiel <u>Bayerischer Rundfunk:</u> Der Bayerische Rundfunk hat <u>vier Vollprogramme</u>, d.h. vier Programme, die "laufend", also rund um die Uhr senden. Seit der Programmreform vom Oktober 1985 sind dies deutlich voneinander unterschiedene Sparten-Programme mit spezifischen Eigenschaften:

- Ein erstes, sogenanntes leichtes Programm
- ein zweites, sogenanntes Kulturprogramm
- ein drittes, sogenanntes Serviceprogramm
- und ein viertes, sogenanntes Klassikprogramm.

Das Hörspiel, zumindest das "abendfüllende", hat seit dieser Programmreform seinen vornehmlichen Platz im zweiten, dem kulturellen Programm. Lediglich das Kurzhöspiel und die unterhaltenden Familienserien sind heute noch im ersten Programm zu finden, das aufgrund seiner "Durchhörbarkeit" keine allzu großen Wortflächen mehr vertragen kann – und will. Die unterschiedliche Hörerklassifikation dieser verschiedenen Programme ist ebenso bedeutend für die Wirkung wie die spezielle Sendezeit.

Beides gibt den Ausschlag dafür, wie viele und welche Hörer einen bestimmten Hörspielstoff wahrnehmen oder nicht. Das Hörspiel so war es kürzlich in der Süddeutschen Zeitung zu lesen, "ist attraktiver als sein Sendeplatz".

Eine kurze Terminübersicht: Der Bayerische Rundfunk verfügt über vier feste Hörspieltermine pro Woche, die von der Hörspielabteilung und von der Unterhaltungsabteilung betreut werden.

- der Montagabend-Termin um 20.05 Uhr auf Bayern 2 mit Komödien, mit der Bayerischen Szene und realistischen Alltagsstücken.
- 2. Mittwochnachmittags im Programm Bayern I um 15.05 Uhr das Kurhörspiel mit einer Sendezeit bis zu 25 Minuten und einer Hörerschaft, die in die Hunderttausende geht.
- 3. Am Donnerstagabend das Kriminalhörspiel um 20.05 Uhr auf dem Programm Bayern 2
- 4. Der anspruchsvolle Spättermin am Freitagabend um 22.05 Uhr auf Bayern 2.

Das sind pro Woche rund 300 Minuten, also 5 Stunden potentieller Hörspielsendezeit im Bayerischen Rundfunk, von der seit der Programmstrukturreform allerdings nur mehr 25 Minuten/Programm zu finden sind. Dies hatVsowohl für das Programm als auch für die Hörer - und schließlich für die möglichen Wirkungen.

Zu den Hörern:

Die Hörer des ersten bayerischen Programms unterscheiden sich erheblich von denen des zweiten. Das erste Programm ist ein populäres Mehrheitenprogramm, das sich mit seiner musikalischen Ausrichtung vornehmlich an jene Hörer wendet, die mit angenehmer Musik und kurzen Wort-Informationsbeiträgen unterhalter werden wollen. Ein Nebenbei-Hörprogramm.

Wenn in diesem Programm eine Sendung zur Ausstrahlung kommt, die formal oder inhaltlich herausfordernd oder herausfordernder ist als das übrige Programmfeld, dann wird die Wirkung einer solchen Sendung sogleich um ein Vielfaches erhöht. Was bei den Hörern des zweiten Programms ohne große Auseinandersetzung quittiert oder sogar goutiert würde, käme bei den Bayern-I-Hörern möglicherweise nur mit Widerspruch an.

Der B-2-Hörer- dies ließe sich vermuten - ist ein vorinformierter Hörer, der mehr oder minder gezielt sein Programm einschaltet und speziellen Sendungen zuhört. Bei ihm ist eine gewisse Vorkenntnis zu erwarten und auch eine Bereitschaft, sich auf das jeweilige Programm zu konzentrieren, es also nicht nur nebenbei, sondern zielgerichtet zu hören.

Der Unterschied zwischen diesen Hörergruppen besteht vorrangig also in der Art ihres <u>Umgangs</u> mit dem Medium. "Umgang" - das scheint mir ein wesentliches Stichwort für die Wirkungs-Dis-kussion zu sein. Es weist zurück auf die Bedingungen, die ein Sendeprodukt antrifft, wenn es - um unser Eingangsbild wieder hervorzuholen - in die "Black Box" des Menschen hineingelangt und dort bestimmte Vorgänge auslöst, die am Ende zu diesen oder jenen Verhaltensweisen führen, die wir dann "Wirkung" nennen.

Dieser Umgang ist ein bislang nahezu vollkommen ungeschulter. Es scheint, daß die rasante Fortentwicklung der elektronischen Medien uns zu neuzeitlichen Analphabeten hat werden lassen, zu Medien-Analphabeten. Es fehlt eine angemessene Handhabung der elektronischen Kommunikationsinstrumente, ein "Alphabet der Medienzeichen", das uns aus der Rolle handølungsunfähiger Empfänger befreien könnte und zu aktiven Mitträgern werden ließ. Es fehlt eine entsprechende Lehre dazu, eine vielleicht "Medienpädagogik" zu nennende Schulung.

Wer die notwendigen Umgangsformen nicht beherrscht, der ist den Einflüssen der Medien stärker ausgesetzt, als jener, der mit ihnen umzugehen weiß. Die zugegeben optimistische und zugleich programmatische These könnte lauten: nicht das Medium macht "dumm", sondern die Art seiner Nutzung Oder - ein wenig "akzeptabler" und eingängiger formuliert: Nicht das Medium allein macht "dumm", sondern auch die Art seiner Nutzung.

Und damit, mit der "Nutzung", bin ich auf den Ursprung zuruckgekehrt, - auf die Programm-Geschichte. Ich ende also hier mit
der Erörterung meiner Vorbehalte und möchte Ihnen zum Abschluß
gerne ein Tonband präsentieren, das in Form eines Hörspiels
einen akustischen Streifzug durch die Hörspiel- und Rundfunkgeschichte unternimmt. Ursprünglich sollte es einmal "30 Sekunden
pro Jahr" heißen, weil es die 60-jährige Rundfunkgeschichte in
30 Minuten zu behandeln versucht (eine Vorgabe des produzierenden
Senders!). Sie werden es dem Schauspieler anmerken, daß er diese
Aufgabe ebenso ungern übernommen hat wie der Autor selbst. -

Ich danke Ihnen.