

Faszination und Struktur der Gewaltdarstellungen

Es wird eine Bilanz der bisherigen Gewaltdiskussion gezogen, und zwar am Beispiel «Deutschland». Ergänzt werden diese Ausführungen durch Hinweise auf die Faszination von Fernsehgewalt sowie deren Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche. Schliesslich werden einige Hinweise hinsichtlich der Medienzukunft formuliert.

1. Zur Aktualität des Themas

Es ist viel über Mediengewalt gesagt und geschrieben worden. Allerdings sind nicht alle Länder gleichermaßen von diesem Thema betroffen. So mag es fast überall einzelne «extreme» Sendungen geben, das vermutlich größere Problem der Häufung und Regelmäßigkeit von Gewaltdarstellungen korreliert aber zum Teil mit der Abhängigkeit der Sender von Einschaltquoten. Sprich: Je größer der kommerzielle Wettbewerb zwischen Anbietern ist, desto höher waren zumindest bis vor kurzem auch die Gewaltquoten. So dürfte das Fernsehen der Schweiz bislang immer noch weniger aggressionshaltig (auf dem Bildschirm) sein als viele andere Länder mit einem hochgradig kommerzialisierten Programm. Nun wäre es zu einfach, das Gewaltproblem auf eines der privaten Anbieter zu beschränken. Alle Sender müssen nach Einschaltquoten streben; zudem bestimmt gerade der internationale Markt sehr stark auch die nationale Programmstruktur, und Gewaltdarstellungen garantieren immer noch eine günstige Kosten-Nutzen-Relation: billiger Einkauf, geringer Bearbeitungsaufwand (Universalsprache Gewalt), zumindest solide Quoten. Umgekehrt sind hohe aggressive Anteile im Programm auch nicht für immer festgeschrieben:

Die aktuelleren Debatten haben dazu geführt, daß 1994 zumindest im Tagesprogramm des deutschen Fernsehens weniger aggressive Darstellungen zu sehen sind. Kann das Thema also doch zu den Akten gelegt werden?

Mehrere Entwicklungen sprechen dagegen: Mit den neuen Kommunikationstechniken entsteht ein Unterhaltungsmarkt, auf dem wieder spektakuläre Gewaltangebote zu finden sind. Das Videospiel «Mortal Combat» enthält in der ursprünglichen Fassung extrem brutale Elemente wie das Abhacken von Gliedmaßen. Auch in den digitalen Netzwerken sind immer perfekter und realistischer gemachte Gewaltangebote zu finden. Offensichtlich liegt gerade für (männliche) Kinder und Jugendliche die Faszination neuer Medien in den spektakulären Actionangeboten. Nach wie vor ist Gewalt die Universalsprache, die ohne viel Worte oder große inhaltliche Differenziertheit unmittelbare Erlebnisse verspricht. Schon immer gab es Räuber-und-Gendarm-Spiele, waren in jedem Medium auch aggressive Darstellungen zu finden. Die Häufigkeit, Intensität und Realitätsnähe der gezeigten Brutalität haben aber zugenommen. Aktuelle Beispiele sind die rassistischen Angebote, die in kaum noch kontrollierbaren Individualnetzen verbreitet werden, oder auch der riesige Er-

folg, den in Großbritannien Video-Verkaufskassetten mit Höhepunkten aus echten Polizeieinsätzen haben. Der nächste Schritt in die Medienzukunft bringt mit Virtual Reality und Interaktivität eine noch größere Überlappung von Fiktion und Wirklichkeit.

Aber auch das klassische Medium Fernsehen wird sich weiterhin mit dem Problem zu befassen haben: Der internationale Markt weist nach wie vor hohe Gewaltanteile auf, besonders, wenn es um vergleichsweise billige Produktionen mit soliden Quotenerwartungen geht. Wie sich hier die Marktdominanz der USA auf die Programminhalte auswirken kann, wird aus Ergebnissen von 1992 deutlich: Stündlich wurden dort noch einmal genau doppelt so viele Gewaltakte im Fernsehen gezeigt wie bei den meisten europäischen Sendern (USA im Durchschnitt 10, zahlreiche europäische Länder 5 pro Stunde bezogen auf das Gesamtprogramm). Zudem wird Gewalt auch via Satellit oder Kabel «importiert», schaut man sich in der Schweiz auch das deutsche Programm an. Allerdings sind in Deutschland die Öffentlich-Rechtlichen und inzwischen auch die großen Privaten durch Programmstruktur bzw. zahlreiche Eigenproduktionen derzeit vielleicht weniger betroffen als noch vor drei Jahren, auch wenn nach wie vor in manchen Spielshows die Schwelle zur psychologischen Gewalt überschritten wird oder Reportagen eher auf spektakuläre Bilder als auf Analysen setzen. Für (künftige) kleinere Anbieter wird aber die Suche nach Marktlücken und günstigen Kosten-Nutzen-Relationen mit großer Wahrscheinlichkeit zum Einsatz von Gewaltdarstellungen führen. Das amerikanische Beispiel hat gezeigt, wie schnell man hohe Marktanteile erreichen kann, wenn man auf das sogenannte Reality-TV (Beispiel Fox-TV) bis hin zum Gerichtsfernsehen, zum «Kriegskanal» oder zu den beantragten Live-Übertragungen von Hinrichtungen setzt.

Die Diskussion über Gewaltdarstellungen hat also nicht nur historischen Wert, sie ist eher als Zwischenbilanz aufzufassen: für den künftigen Umgang mit dem Programm auf dem Weg zu einer populären Medienkultur (für öffentlich-rechtliches Fernsehen) bzw. einem sozialen Medienmarkt (für kommerzielles Fernsehen).

2. Bilanz der bisherigen Gewaltdiskussion: das Beispiel Deutschland

Dazu ein kurzer Rückblick: 1992 waren von den deutschen Landesmedienanstalten mehrere Studien zum

