

sie vernachlässigt wurden während meiner Schreibe-Wehen. Darüber hinaus halfen mir beide bei dem Projekt selbst. Lauren machte Fotos und erledigte Bibliotheksarbeiten und andere Laufarbeiten für das Buch, sogar wenn sie keine Lust dazu hatte. Matthew brachte mir bei, wie man Videospiele spielt, zeigte mir interessante, neue Videospiele, las Kapitel, führte die Manuskriptkorrekturen am Computer durch, ließ die Kapitel durch das Korrekturprogramm laufen, sammelte die Software-Literatur und half bei den Illustrationen für das Videospiele-Kapitel. Und er war bis zum Schluß ein ständiger Quell moralischer Unterstützung.

Ich möchte meinen Dank und meine Wertschätzung für all diese Beiträge ausdrücken. Ich hoffe, daß alle, die mir geholfen haben, am Ergebnis unserer gemeinsamen Anstrengungen Gefallen finden.

P.M.G

Anmerkungen zur deutschen Ausgabe

¹ Eine präzise Zusammenfassung dieser ersten großangelegten („klassischen“) Untersuchungsreihe zur Wirkung des Fernsehens findet sich bei Lowery und DeFleur (1983, S. 267ff.).

² Die Fernsehindustrie explodierte förmlich in Amerika in den 50er Jahren; kein anderes Massenmedium hat jemals so schnell verbreitet werden können. In 1948 gab es keine 100.000 Fernsehgeräte in den USA, bereits ein Jahr später waren es eine Million; um 1959 hatte sich die Zahl auf 50 Mio. erhöht, was einer Versorgungsbreite von etwa 88% der US-amerikanischen Haushalte entsprach, und in 1960 hatten bereits 150 Mio. Amerikaner Fernsehgeräte erworben; in weniger als einer Dekade also war das Fernsehen zu einem alles umfassenden Faktor des amerikanischen Alltagslebens geworden, und hatten die Amerikaner ihr Leben dem Fernsehen entsprechend verändert und ausgerichtet. Dabei fiel auf, daß das Fernsehen in Haushalten mit Kindern mehr als doppelt so häufig vertreten war wie in „kinderlosen“. Fernsehen war zur national wichtigsten Unterhaltungsquelle geworden (Lowery & DeFleur 1983, S. 269f.).

³ Der Erwähnung der beiden fernsehkritischen Bücher von Winn und Mander sollte als deutschsprachiges Gegenstück das Buch von Elisabeth Lang „Kind, Familie und Fernsehen“ (1980) hinzugefügt werden, mit dem sich ausführlich Winterhoff-Spurk (1986, S. 174ff.) auseinandergesetzt hat. Ferner muß auf zwei Bücher eines Autors hingewiesen werden, die in den letzten Jahren gerade im deutschsprachigen Bereich eine erstaunlich intensive Beachtung gefunden haben. Selten schaffen es Wissenschaftler, eine so gewaltige Resonanz in nicht-wissenschaftlichen Kreisen zu erhalten, wie es dem US-„Medienökologen“ Neil Postman gelang. Mit seinen Büchern „Das Verschwinden der Kindheit“ und „Wir amüsieren uns zu Tode“ sowie diversen Artikeln (Postman 1983, 1984, 1985) scheint er auch den Nerv eines bundesdeutschen Publikums getroffen zu haben, das seine Thesen erstaunlicherweise ohne größeren Widerspruch aufgesaugt hat.

Für Postman ist die jeweils dominierende Medienumwelt verantwortlich dafür, daß bzw. ob Kindheit als spezifisch menschliche Entwicklungsphase existiert oder ob sie sich auflöst. So gab es in der vorliteraten Phase, also in der Zeit vor Erfindung der Buchdruckerkunst, keine eigene Kindheit als eine von der Erwachsenenwelt abgeschlossene Sphäre. Diese entstand erst durch die Trennung in eine Gruppe von Menschen, die mit der Kulturtechnik des Lesens vertraut (gemacht) wurden, – die Erwachsenen – und solchen, die damit nichtvertraut waren – die Kinder. Eine Trennung, die das Buch als Medium ab dem Ende des Mittelalters geschaffen hatte. Erst durch die Fähigkeit der „literacy“, also lesen (und schreiben) zu können, und den Umgang mit den unterschiedlich komplexen Lesestoffen in Büchern, gedruckten Texten aller Art, wird der heranwachsende Mensch in die Welt der Erwachsenen mit ihren Tabus und Geheimnissen versetzt. Solange er diese Stufen einer Informationshierarchie nicht erklommen hat, galt und gilt er als Kind, dem bestimmtes Wissen vorenthalten bleibt. Das Fernsehen – besonders in seiner US-amerikanischen Gestalt mit seiner kommerziell geprägten Struktur – hebt diese Trennung nun (so Postman) brutal auf, macht die Welt der Erwachsenen den Kindern ohne Schranken, ohne Einschränkungen zugänglich. Der Umgang mit der

Welt der Bilder, mit den audiovisuellen Medien, setze keine erst mühsam und langwierig zu lernende Kulturtechnik, die dem Lesen(lernen) vergleichbar wäre, voraus; er ist nicht schwierig und von jedermann zu erlernen. Das „Medium der totalen Enthüllung“ baut das Schamgefühl ab, ersetzt die kindliche Neugier durch Zynismus und zerstört den kindlichen Glauben an die Rationalität der Erwachsenen.

Ein Gegenposition zu Postman wird in Deutschland u.a. von Heinz Hengst vertreten, der Postman u.a. vorwirft, ein elitäres und überkommenes Erziehungsideal zu vertreten und nicht die Chancen zu sehen, die in einer abnehmenden oder verschwindenden Kindheit liegen, – wie z.B. die Möglichkeit für Kinder, schon früh Autonomie entwickeln zu können.

⁴ Eine erstaunliche Entwicklung nahm das Mediennutzungsverhalten speziell in der BRD in den letzten Jahren insofern, als der Hörfunk 1985, und damit zum ersten Mal wieder seit 1964 (dem Beginn der kontinuierlichen Untersuchungen) das Fernsehen überrundet hat, und zwar, sowohl was die Reichweite als auch, was den Zeitaufwand für seine Nutzung anbetrifft: 1985 wurden von 100 Personen 72 durch das Fernsehen, 76 durch den Hörfunk erreicht; an einem durchschnittlichen Werktag nutzten die Bundesbürger 2:01 Stunden das Fernsehen, 2:34 den Hörfunk (Basis: jeweils die Gesamtbevölkerung). Der Hörfunk ist 1985 offenbar nicht mehr nur als ‚Begleitmedium‘ für andere Tätigkeiten, sondern auch als spezifisches Freizeitmedium (wieder) entdeckt worden, – wobei eine Rolle der gegenwärtig zu beobachtende Trend spielen dürfte, zusätzliche Freizeit außer Haus zu verbringen (vgl. dazu Neumann-Bechstein 1984).

⁵ Greenfield spricht davon, sie wolle keine Medien-„Polyanna“ sein; Pollyanna ist die Heldin einer gleichnamigen Novelle (der amerikanischen Schriftstellerin Eleanor Porter), die sich durch unbändigen Optimismus auszeichnet und in allem und jedem etwas Gutes und Positives findet.

⁶ Im Film »E.T., The Extra Terrestrial« ist Elliott (gespielt von Henry Thomas) die Hauptfigur und sicherlich auch Hauptidentifikationsperson; Elliott ist ein kleiner Junge aus der amerikanischen Middle Class, der mit dem Außerirdischen E.T. Freundschaft schließt und sich mit ihm zusammen gegen alle Widrigkeiten der kalten, inhumanen Erwachsenenwelt behauptet. – Der Film »E.T.« wurde 1980/81 von Steven Spielberg (s. Anm. 13) gedreht und entwickelte sich zum erfolgreichsten Film aller Zeiten, nicht zuletzt, weil die kommerzielle Verwertung optimal geplant war: Erst lief er in den amerikanischen Kinos, dann in Europa, danach kam die Zweitverwertung auf Videokassetten, und schließlich die dritte Welle in den Fernsehprogrammen der Ersten, Zweiten und auch der Dritten Welt. Dank dieser Mehrfachverwertung von »E.T.« (und andere Filmerfolge der letzten Jahre gilt, wie z.B. »Star Wars«, s. Anm. 80) darf angenommen werden, daß es weder in den USA noch in anderen westlichen Ländern kaum eine nennenswerte große Gruppe von Kindern gibt, denen der Film oder wesentliche Teile seiner Handlung und ganz die Protagonisten nicht bekannt wären. Z.B. fand Winkhofer in einer (allerdings auf München begrenzten) Studie, daß 60% der befragten Kinder im Alter von 9 bis 12 Jahren »E.T.« im Kino gesehen, und nur 19% noch nie davon gehört hatten (– damit lag er in der Bekanntheitstabelle an dritter Stelle). Hinzu kommt eine elaborierte merchandising-Strategie, die Verwendung der Hauptfigur für die verschiedensten Spielzeug- und Konsumprodukte (vgl. Schmidt 1983), so daß wir mit »E.T.« einmal ein Beispiel für einen modernen Mythos der Kinder-Kultur haben, zum zweiten aber auch einen Beweis für das Entstehen einer universellen „Medienkultur, die für einen immer größer werdenden Teil der Erdbevölkerung zu gemeinsamen Alltag und Bewußtsein wird“ (Bessler 1983, S. 1).

⁷ vgl. dazu McLuhan 1968, S. 274ff, 296ff.

⁸ Ein bekanntes Fernsehbeispiel für „split screen“ ist der Vorspann der TV-Soap-Operas »Dallas« und »Denver Clan«.

⁹ Zum Vergleich: Lt. UNESCO Statistical Yearbook (1986) hatten von 1000 Einwohnern 1970 (1980, 1983) in Israel 120 (124, 122), in den USA 413 (684, 790) und in der BRD 323 (370, 401) Fernsehgeräte angemeldet bzw. in Gebrauch.

¹⁰ Erst 20 Jahre nach der Einführung des Fernsehens in den USA kam man auf die Idee, „per TV“ in organisierter, institutionalisierter und systematischer Form Kindern etwas beibringen zu wollen. Mit der Gründung von CTW und besonders dem Erfolg der Vorschulserie »Sesame Street« begann ein dramatischer Wandel, der nach 20 Jahre immer noch andauert: immer ausgefeiltere und kreativere Programme wurden für die große Allgemeinheit und auch für spezielle Gruppen unter den nordamerikanischen Kindern und Jugendlichen entwickelt, wobei man weder aufwendige Produktionstechniken noch umfangreiche und sorgfältig angelegte Evaluationen scheute. CTW (The Children's Television Workshop), 1969 mit Geldern der Carnegie Corporation, der Ford Foundation und verschiedener US-Bundesbehörden gegründet, ist die heute sicherlich einflußreichste und größte Organisation, die „educational television programs“ (in Nordamerika) herstellt; ihre Bedeutung kann gar nicht überschätzt werden, hat sie doch hunderte von Programmen für Kinder im Bereich Vorschulernziehung produziert, die – wie bei der erfolgreichsten und bekanntesten Serie – »Sesame Street« (s. Anm. 16) – auch in alle Welt verkauft wurden (vgl. dazu Bryant u.a. 1983; Feinstein 1972; Projektgruppe Kinderfernsehen 1975).

Neben »Sesame Street« und »The Electric Company« (s. Anm. 11) sind die bekanntesten Programme von CTW: »Feeling Good« (ein u.a. von Exxon Corp. und der Corp. of Public Broadcasting finanziertes educational television program für Erwachsene, besonders junge Eltern, Unterschichtangehörige), mit dem Schwerpunkt Gesundheitserziehung/Krankheitsprävention und Themen wie z.B. Alkoholabusus, Krebs, Herzkrankheiten, Bluthochdruck, psychische Gesundheit, Ernährung, Kinderpflege, Trimmen usf.; es wurde am 20.11.1974 gestartet und hatte 24 mehrfach wiederholte Folgen (vgl. dazu Bryant, Alexander & Brown 1983, S. 14f).

Sowie »3-2-1-Contact« ein für Kinder im Alter von 8 bis 12 Jahren bestimmtes und von der National Science Foundation, dem US Office of Education, United Technologies Corp. u.a. finanziertes Fernsehprogramm; mit Schwerpunkt auf Naturwissenschaft und Technik; der Start erfolgte am 7.1.1980, 65 Folgen wurden bis 1983 gesendet. Kindern sollte Wissenschaft schmackhaft und verständlich gemacht werden, sie sollten animiert werden, selbst an wissenschaftlichen Aktivitäten teilzunehmen, Wege wissenschaftlichen Denkens zu lernen; Naturwissenschaften und Technik sollte als eine mögliche spätere Berufssparte vorgestellt werden, auch und gerade für Frauen und Minoritätenangehörige. Formative Evaluation zeigte, daß diese Ziele weitgehend erreicht wurden. Das Interesse der Rezipienten war sehr groß: über 23 Mio. Zuschauer schalteten sich mindestens einmal während der ersten Laufzeit der Serie ein, und 300.000 Lehrer forderten Materialien (guides) zur Sendung an (vgl. dazu: Bryant u.a. 1983, S. 15ff.; Mielke & Chen 1983).

¹¹ Angaben zu den Evaluationsergebnissen von CTWs »The Electric Company« (eine im Aufbau der »Sesame Street« ähnliche Serie, die u.a. vom US Office of Education, der Ford Foundation, der Carnegie Corp. u.a. finanziert wurde, am 21.10.1971 startete und bis 1983 auf über 700 Folgen kam) sind bei Bryant, Alexander & Brown (1983, S. 12ff.), zu finden.

¹² Die preisgekrönte Polizeiserie »Hill Street Blues« ist seit 1981/82 im Programm von NBC; im 1. Halbjahr 1984 z.B. lag sie auf dem 33. Platz der meistgesehenen Fernsehsendungen der USA (Neue Medien 2/1984). In der BRD liefen ab Mai 1985 26 Folgen im ZDF unter dem Titel »Polizeirevier Hill Streets«, die 1986/87 noch einmal wiederholt wurden.

¹³ Steven Spielberg gilt als erfolgreichster Regisseur und Produzent der neueren Filmgeschichte, der mit seinen fantastischen und Abenteuerfilmen, seinen „kindlichen Bilderträumen“ (Schaar) ein großes Publikum, nicht nur unter kindlichen/jugendlichen Zuschauern, anzuziehen in der Lage ist. Spielberg drehte die Filme: »Duell« (1971), »Sugarland Express« (1974), »Der weiße Hai/Jaws« (1974), »1941/Wo bitte geht's nach Hollywood« (1978/79), »Unheimliche Begegnung der dritten Art/Close Encounters of the Third Kind« (1977), »Jäger des verlorenen Schatzes« (1980, s. Anm. 13a), »E.T.« (1981, s. Anm. 6), »Indiana Jones und der Tempel des Todes/Indiana Jones and the Temple of Doom« (1984), »Die Farbe Lila/The Color Purple« (1985) und schrieb ferner das Drehbuch zu »Poltergeist« (1981).

^{13a} »Raiders of the Lost Ark/Jäger des verlorenen Schatzes« wurde 1980 von Steven Spielberg gedreht: „Amerikanische Agenten und deutsche Nazis sind Mitte der 30er Jahre auf der Jagd nach der legendären Bundeslade, in der einst die Juden die Gesetzestafeln des Moses verwahrt und der als Heiligtum besondere magische Kräfte zugesprochen werden. Bei dieser Jagd tut sich besonders ein amerikanischer Archäologe und Okkultist hervor, den die Gier nach seltenen historischen Kostbarkeiten zu Höchstleistungen im Kampf mit Widersachern und Widrigkeiten aller Art treibt, jegliche Art von Grausamkeit inbegriffen. Wie er dabei auf wundersame Weise immer wieder alle Gefahren, Fallen, Hinterhalte und Bedrohungen überwindet, ist märchenhaft (...)“ (Fischer Film-Almanach 1982, S. 107). Ein gleichnamiges Videospiele gilt als eines der ersten „Abenteuer-“ Spiele dieses Mediums.

¹⁴ Eine ausführliche Beschreibung der hier genannten Stadien der geistigen Entwicklung findet sich bei Montada 1987, bes. S. 414 ff.

¹⁵ Der »Hulk« ist eine Figur der amerikanischen Superhelden-Comics, die seit 1962 v. a. im berühmten Marvel-Verlag erschienen (z.B. »Die Fantastischen Vier, Die Spinne, Die Rächer« u.a.m.) und Ende der 60er Jahre einen Höhepunkt in der Beliebtheit erreichten (vgl. Borchert 1981). Sie wurden charakteristischerweise von einem über das Kinderpublikum der traditionellen Comics hinausgehenden Kreis unterschiedlichster Zielgruppen, darunter auch Studenten und Akademiker, gelesen. Wichtigstes Kennzeichen dieser Comics ist der problem-beladene Superheld. Im Fall der »Hulk«-Comics ist dies der intelligente amerikanische Wissenschaftler Dr. Bruce Banner, der – als Folge eines Strahlunfalls – sich jederzeit, ohne daß dies von ihm kontrolliert werden kann, zu einem groben Superkraft- und Muskelprotz von grünlicher Färbung, dem „Hulk“, verwandeln kann, dies aber unter Verlust des Großteils seiner Intelligenz. Mit dieser Variante des „Dr. Jekyll & Mr. Hyde“-Motivs ist der „Hulk“ eine – für Comic-Verhältnisse – eher differenzierte Figur, ein tragischer Superheld, der unter seinem „Fluch“ leidet. Der Erfolg der Serie führte in den USA bereits 1966 zu ersten Zeichentrickserien im US-Fernsehen („Marvel Superheroes on TV“); Ende 70er Jahre gab es einen wahren Superhelden-Trend mit „real-life-Filmen“ im Kino (– wozu auch »The Incredible Hulk«, mit Billy Bixby in der Hauptrolle, gehörte) und im amerikanischen Fernsehen (z.T. sogar im renommierten Abend-Programm). Vgl. weiter dazu: Fuchs & Reitberger 1971, S. 106ff.; Fuchs & Reitberger 1978, S. 202ff.; Drechsel u.a. 1975, S. 110ff.). Der »Hulk« gilt als eine „favorite

show“ der 8- bis 12jährigen in den USA (Mielke & Chen 1983, S. 38, 52). – In der BRD ist diese Figur seit etwa 1974 als Comic-Heft »Der Gewaltige Hulk« bzw. »Der unglaubliche Hulk« bekannt geworden.

¹⁶ Die Grundideen der »Sesame Street« sind: (1) die „offene Magazin-“ oder „Potpourri-“Form: eine Sendung besteht typischerweise aus kurzen Filmchen unterschiedlichen Genres (Straßenteil, Muppet-Themen, Cartoons, Sach-Filme), die nicht einem gemeinsamen inhaltlichen Prinzip folgen müssen, – was ihr den Vorwurf „formaler Betriebsamkeit“ (Prokop), der Hektik um jeden Preis eingebracht hat (vgl. auch Rogge 1981). (2) Die Verwendung der bekannten, vielfach als wirksam erwiesenen Elemente des (US-amerikanischen) Werbefernsehens (ständige Wiederholungen wichtiger Elemente und bekannter Figuren; kurze Einstellungen; schnell wechselnde Einstellungen, schnelle Kameraschwenks, Kürze und Prägnanz in den Aussagen, usf.). (3) Der Einsatz von Puppen („Muppets“; vgl. Lipp 1981; Finch 1982), um die Aufmerksamkeit und emotionale Beteiligung der Kinder zu erreichen. (4) Die Verwendung von Zeichentrickfilmen und (5) von Filmen über andere Kinder bzw. über Tiere, die erwiesenermaßen die Aufmerksamkeit der kindlichen Zuschauer fesseln. (6) Der Einsatz von Musik (von Rhythmen; von jingles) und (7) von visuellen Effekten (wie z.B. pixilation), mit dem gleichen Ziel. (Vgl. dazu auch den Forschungsbericht von Bryant, Zillmann & Brown 1983.) – „Sesame Street was the flagship of the ‚education by entertainment‘ or ‚learning can be fun‘ perspective, the facilitator and product of a rare synthesis of art and science to serve the cause of education, and the pioneer in the use of an child-oriented magazine format with a variety of special production techniques to educate.“ (Bryant, Alexander & Brown 1983, S. 12).

»Sesame Street« ist ein in der Mediengeschichte einmaliges Ereignis; v.a. deswegen, weil die Serie, die am 10.11.1969 in New York gestartet worden war, in 59 Länder verkauft und (z.T. mit lokalen Variationen – spanisch, portugiesisch, deutsch) ausgestrahlt worden ist (daraus resultieren auch viele nationale Begleituntersuchungen, wie die im Text erwähnten israelischen (Salomon & Cohen 1977), mexikanischen (Díaz-Guerrero u.a. 1975; Díaz-Guerrero, Bianchi & Ahumada 1975) und deutschen Studien (s. Anm. 38); so daß sie heute als das am besten und intensivsten untersuchte Educational-TV-Programm gelten darf.

»Sesame Street« hatte sich hohe Ziele gesteckt und schaffte es tatsächlich, eine Millionenzahl von Zuschauern anzuziehen. Bereits im Herbst 1970 hatte man mit 250 Sendestationen die größte Sendeverbreitung, die eine regelmäßige Sendereihe in den USA jemals hatte. Was die inhaltlichen Ziele anbetrifft, gilt heute als bewiesen, daß »Sesame Street« besonders kognitives Lernen zu fördern vermag. Eine Anekdote verdeutlicht das Gelingen kognitiven Lernens: „In New Jersey platze ein dreijähriger Junge mitten in der Nacht schreiend und sein Kopfkissen an sich gepreßt in das Schlafzimmer seiner Eltern hinein. Die Eltern schrakten hoch und dachten: Ein Unfall! Aber das Kind krächte: ‚Mammi! Mappi! Mein Kissen ist ein Rechteck!‘“ (Feinstein 1972, S. 84).

Die ursprünglich sehr euphorische Aufnahme der Sendereihe bei vielen ist im Laufe der Jahre aber einer differenzierten und z.T. kritischen Betrachtung gewichen, vor allem, weil sich zeigte, daß sie zumindest einige der emanzipatorischen Bildungsziele (insbesondere die Verwirklichung von Chancengleichheit) nicht erfüllen konnte. (Vgl. stellvertretend für viele Beiträge Howitt 1982, S. 148ff., Projektgruppe Kinderfernsehen 1975, S. 146ff.). Daß man wenig Erfolg mit dem Ziel gehabt hat, den benachteiligten Minderheiten-Gruppen zu helfen, gilt allerdings für alle bekannteren Vorschulprogramme. Die Sendungen sind meist so attraktiv, spannend und interessant gemacht, daß sie beide Teile der Bevölkerung, die „Benachteiligten“ und die „Bevorzugten“ ansprechen, weshalb letzten Endes die bestehenden Unterschiede zwischen diesen beiden Gruppen nur perpetuiert,

aber nicht abgebaut würden. Hier liegt das wohl gravierendste Problem des Educational TV (Bryant, Alexander & Brown 1983, S. 27f). – Als problematisch ist daneben auch der Export amerikanischer Bildungsideale und Lebensnormen betrachtet worden. In einigen Ländern gab es aus diesen Gründen scharfe Kritik an der (meist von großen Industrieunternehmen gesponsorten) Sendung und z.T. ihre Wiederabsetzung (Philippinen, Mexiko, Kolumbien, Peru). Gavriel Salomon (1973, S. 8) sprach in diesem Zusammenhang von der drohenden „coca colonization“, was nichts anderes ist als die auch in diesem Buch erwähnte Vorstellung von der Welt als einem „globalen Dorf“ (McLuhan).

¹⁷ Zu »Mister Rogers' Neighborhood« s. Anm. 33a

¹⁸ Wenn sich auch durch die Verwendung von experimentellen Lehrfilmen unter kontrollierten Bedingungen (v.a. kognitive) Lernerfolge nachweisen lassen, so stellt sich doch die Frage, wie sich ein Lernen vom Fernsehen unter den natürlichen Bedingungen des Alltags, im sozialen Kontext, z.B. „zu Hause“, gestaltet. Im Gegensatz zur lange Zeit üblichen Konzentration auf Phänomene kognitiven Lernens rücken in den letzten Jahren (gerade im deutschsprachigen Bereich) Aspekte sozialer Lernsituationen in den Vordergrund. Einige interessante Forschungsergebnisse bzw. Fragestellungen sind die folgenden:

(a) Lernsituation „familiäre Interaktion“. Kinder entwickeln spezifische Rezeptionsstrategien; die Fernsehnutzung ist nicht zufällig, sondern geschieht gewohnheitsmäßig und selektiv. Dabei verändern sich die Strategien des Umgangs mit Medien mit zunehmendem Alter unter dem Einfluß wechselseitiger Einstellungen und Interessen. Die kindliche Verarbeitung von Medienangeboten ist an den Medienumgang in der Familie gebunden. Massenmedien mit den ihnen eigenen Zeithrhythmen prägen Tages- und Wochenabläufe von Familien und wirken sich auf die Lebens- und Kommunikationsstile der Familienmitglieder aus. Die Familie stellt sich ein eigenes, subjektives Medienangebot zusammen; das elterliche Vorbild prägt dabei in bedeutsamer Weise Nutzungsstile und Genreverlieben der Kinder (Rogge 1985; Rogge & Jensen 1986). Auch wenn im Familienkreis „zusammen“ ferngesehen wird, wird darüber wenig gesprochen (Hunziker u.a. 1973; 1975); die Verarbeitung geschieht außer Haus, z.B. in der peer group oder im Spiel im Kindergarten (Hölzel 1973). Fernsehen wird von vielen Familien nicht als „soziales Ereignis“, sondern als routinetaflich verbrachte Zeit erlebt (Hunziker 1976, 1977), andererseits aber von vielen Eltern wegen möglicher negativer Wirkungen auf die Kinder durchaus reflektiert (Aufenanger u.a. 1986). – Lull (1980a, b, 1982) zeigt in seinen ethnomethodologisch orientierten Arbeiten, wie Familien Medien dazu benutzen, Gespräche zu strukturieren und Gefühle zu kontrollieren. Über Medien werden so auch Familienbeziehungen „verhandelt“. Kindliches Interesse am spezifischen Medienangebot mischt sich mit einem anderen Interesse, z.B. dem der sozialen Akzeptierung und Verortung. Wenn dann noch die Eltern dem Kind mit Erklärungen zur Seite stehen, kann es sicherlich auch noch wissenschaftlich einen Gewinn aus dem TV-Konsum ziehen.

(b) Lernsituation „Gleichaltrigenkontakte im Rahmen von Familie“. Kinder schauen häufig zusammen mit gleichaltrigen Freunden oder auch Geschwistern Fernsehprogramme an (Reid & Frazer 1980a, 1980b; Frazer 1981). Sie sehen das Programm und integrieren Elemente und Figuren des Mediengeschehens in ihr gemeinsames Spiel. Medienanregungen gehen so ein in das kindliche Spiel und erfahren hier eine Vermittlung mit den spezifisch kindlichen Interessen und Bedürfnissen.

(c) Lernsituation „Gleichaltrigenkontakte im Rahmen von Schule“. Kinder gebrauchen in der Schule häufig Mediensymboliken; sie bringen diese in verdeckter oder in offener Form zum Ausdruck. Das Spiel mit den Mediensymboliken kann die Funktion haben, aktuelle Fernseherlebnisse zu besprechen, Kontakt

aufzunehmen, sich in der Gruppe darzustellen und vertraute Situationen zu schaffen. „Mediensymbole“ lassen sich also bis in die Schule und dort bis auf den Pausenhof verfolgen. Sie dienen den Kindern dabei, sich im Alltag zu präsentieren und einzubringen (Bachmann 1984).

(d) Lernprozess „Mediengebrauch des Kindes“. Kinder setzen sich „thematisch voreingenommen“ mit Medieninhalten auseinander (Charlton & Neumann 1982, 1984, 1986). Familienthemen, Entwicklungsstand und Entwicklungsaufgaben lassen im Kind in einer bestimmten Phase seiner Sozialisation spezifische Themen entstehen, die es in intensiver Weise in Beschlag nehmen (z.B.: selbständig werden, Junge/Mädchen werden, Schulkind werden, usw.). Diese Themen nun bringt das Kind in seine „para-soziale“ Auseinandersetzung mit den Medienangeboten (vgl. dazu auch Kohli 1976, Teichert 1973) ein. – Während viele Elemente einer Sendung für ein Kind in einem bestimmten Alter völlig uninteressant sein können, wird es sich diesen in einem anderen Alter stark zuwenden. Ein Beispiel dafür: Ein knapp fünfjähriger Junge leidet nachts, aber auch tagsüber unter Angstträumen. Er schaut sich sehr gerne die Fernsehserie »Pumuckl« an und integriert die Hauptfigur in sein Angstszenario. Andere Kinder identifizieren sich mit dem „lustigen“ Pumuckl, der Fünfjährige fühlt sich von seinem „bösen“, sich unsichtbar-machen-könnenden Pumuckl stark geärgert. Für diesen Jungen ist also das Sich-unsichtbar-machen von Pumuckl interessant, in einer Variante, in der er sich mit seinen Angstphantasien produktiv auseinandersetzen versucht. Der Gewinn der Beschäftigung mit Medien besteht darin, daß Kinder sich mit sich selbst am anderen – hier der Medienfigur – auseinandersetzen können. Sie gewinnen ein Mehr an Identität und Autonomie in ihrer sozialen Entwicklung.

¹⁹ Fernsehen ist die populärste Freizeitaktivität in den USA; Kinder wie Erwachsene verbringen vor dem Fernsehschirm mehr Zeit als mit jedem anderem Zeitvertreib (Comstock u.a. 1978). Regelmäßiges Fernsehen beginnt in den USA ab etwa zweieinhalb Jahren; nach den niedrigsten Schätzungen verbringt das amerikanische Kind durchschnittlich zweieinhalb Stunden vor dem Bildschirm (D. R. Anderson 1983); andere Zahlen liegen z.T. weit höher. Ein ähnlich großer Konsum ist sonst nur noch in Japan festzustellen; dort sind 98% aller Dreijährigen Fernsehbenutzer und sehen durchschnittlich dreieinhalb Stunden pro Tag fern (Westermanns Pädagogische Beiträge 1/1984, S. 46).

In Europa sind die bekanntgewordenen Zahlen durchwegs sehr viel niedriger. Allerdings hat sich das Fernsehverhalten von Kindern in den letzten Jahren in manchen Ländern z.T. sehr stark verändert. Zum Beispiel stellte man in Belgien fast eine Verdoppelung der Fernsehnutzungsdauer der Kinder zwischen 1967 und 1986 fest – von 70 Min. pro Tag auf etwa 130 Min. (Geerts 1987, S. 249), wobei in diesem speziellen europäischen Fall die intensive Verkelbung (z. Zt. eine Dichte von etwa 80%) sicherlich eine große Rolle gespielt hat.

Anders sieht es für die BRD aus, hier gab es z.B. zwischen 1981 und 1986 sogar einen Rückgang in der durchschnittlichen Sehdauer (10.00 morgens bis 1.00 nachts) von Kindern, und zwar: a) Kinder von 8-13 Jahren: 1981 (1982; 1983; 1985; 1986): 85 (88; 82; 82; 81) Minuten; b) Kinder von 3-7 Jahren: 1981 (1982; 1983): 50 (45; 45) Minuten (Darschin & Frank 1984, S. 283; 1987, S. 197). Die zunehmende Verbreitung des Videorekorders hat sich in der BRD anscheinend noch nicht wesentlich ausgewirkt: bei Erwachsenen gibt es – in Videohaushalten – keine Zunahme der vor dem Bildschirm verbrachten Zeit, bei Kindern eine geringfügige Steigerung von 5 Minuten (bezogen auf 1983; Darschin & Frank 1984, S. 288).

²⁰ Weitere Überblicke über den Stand der quantitativen inhaltsanalytischen Forschung „Darstellung der Geschlechterrollen im Fernsehen“ bieten z.B. Busby (1975), Levinson (1975), Unesco 1979, Greenberg u.a. (1980), Baehr (1980),

Howitt (1982) und Feshbach (1985); für den deutschsprachigen Bereich sei auf Schmerl (1985) und Blumschein (1986) verwiesen.

²¹ Das „Vielsehen“ (Bei Kindern und Erwachsenen) ist in den letzten Jahren Gegenstand intensiver Diskussion gewesen (Überblicke bei Schulz 1986; Buß 1985, 1985a; Huth 1982). Ausgangspunkt dafür waren Überlegungen von George Gerbner (1978) und seinen Mitarbeitern (1976; 1978) zum Fernsehen als „elektronischer Umwelt“, von der (viele) Zuschauer Wissen, Meinungen, Einstellungen und Verhaltensdispositionen beziehen. Weil das (US-amerikanische) Fernsehen, wie aus allen Inhaltsanalysen hervorgeht, besonders viele gewalttätige Handlungen in seinen Programmen bietet, sei anzunehmen, daß als Wirkung davon Angst (Mißtrauen, Furcht, Paranoia) „kultiviert“ werde und spezielle konservative Einstellungssysteme (wie z.B. „law-and-order“-Denken) begünstigt oder bestätigt würden. Davon ausgehend wird ein komplexes Vielseher-syndrom postuliert, das u.a. folgende Variablen beinhaltet: niedriges Einkommen, niedriger Bildungsstand, geringe soziale Mobilität, geringe Leistungsmotivation, starke Angsttendenzen, geringes Selbstwertgefühl, anomische Tendenzen, passiv-fatalistische Einstellungen, Neigung dazu, Gewalt zur Lösung interpersonaler Konflikte zu akzeptieren, unbefriedigende oder gestörte soziale Beziehungen, soziale Isolation, Tendenz zur Flucht und zum Eskapismus u.a. Die noch nicht sehr weit entwickelte deutsche Vielseherforschung ist mit ihren Wirkungs-Aussagen relativ vorsichtig (– hat allerdings auch nicht mit dem Problem in seiner ganzen „Schärfe“ zu kämpfen: die durchschnittliche Fernsehdauer bei Erwachsenen wie Kindern in der BRD liegt bekanntlich weit unter den amerikanischen Werten): „Fernsehen führt nicht – zumindest nicht bei uns in der Bundesrepublik – zu einer durch Angst und Argwohn gekennzeichneten Weltsicht, einer Art Fernseh-Paranoia, wie sie von Gerbner in bestimmte Korrelationen hineininterpretiert wird.“ (Schulz 1986, S. 773). Hierzulande konzentriert man sich weniger auf die Wirkungsaspekte als vielmehr auf die Beschreibung des Vielseher-Typus (vgl. die Untersuchungsfragen bei Buß, 1985a: „Wer sind die Vielseher? Wodurch fällt ihre Fernsehnutzung aus dem Rahmen? Was für Programme/Sendungen bevorzugen sie? Gibt es einen Vielseher-Typus?“). Größtes Problem in der Vielseherforschung – von der validen Messung der Sehdauer überhaupt abgesehen – ist die Definitionsfrage. Wie sich gezeigt hat, existieren ganz unterschiedliche quantitative Vorstellungen darüber, ab wann ein Kind als „Vielseher“ (oder „Wenigseher“) einzuordnen ist. Gerbner bezeichnet z.B. als Vielseher Kinder, die mehr als vier Stunden täglich fernsehen. Als pragmatische Lösung definiert Schulz als „Vielseher“ das obere Quartil, d.h. die 25% der Bevölkerung, die die relativ umfangreichste Fernsehnutzung aufweisen.

²² Ungeachtet der realen Veränderungen in der Frauenrolle im letzten Jahrzehnt finden sich keine bedeutenden Änderungen in der Darstellung der Frauenrolle im (Werbe-)Fernsehen; eher hat es den Anschein, als würden die Werbetreibenden nur oberflächlich Argumente (Slogans) der feministischen Bewegung berücksichtigen, ohne die Richtung ihrer Aussagen grundsätzlich zu ändern (Courtney & Whipple 1974; Maracek u.a. 1978; Warren 1978; Winick 1973). Neuere deutsche Untersuchungen kamen zu gleichen Ergebnissen (Vgl. z.B. Kotelmann & Mikos 1981). Besonders den daytime serial dramas oder soap operas (vgl. allgemein dazu den lesenswerten Aufsatz von Mikos 1987) ist immer wieder ein großer sozialisationsprägender Einfluß, auch und gerade, was die Geschlechterrollenstereotype anbetrifft, attribuiert worden (vgl. dazu die Beiträge in Heft 3/1982 des „Journal of Communication“). Sie bieten, gerade was die Berufsrollendarstellung anbetrifft, ein traditionell-stereotypes Bild einer Männerwelt; allerdings zeigten sich auch tendenziell verbesserte Darstellungen der Familienrollen: Z.B., daß die Frau nicht mehr als bloßes häusliches Anhängsel des Ehemanns/Haushaltsvor-

stands dargestellt wird (Downing 1974; vgl. dazu Howitt 1982, S. 74f). Außerdem scheinen sich programmspezifische Unterschiede in den letzten Jahren deutlicher herauszubilden: In Kriminalfilmen dominierten die Männer die Frauen in 47% aller Fälle, bei Komödien/Fernsehserien nur in 24% (Lemon 1977). Vor allzu simplifizierenden Schlußfolgerungen sollte man sich – nicht zuletzt auch wegen der limitierten Reichweiten der meisten Inhaltsanalysen – also hüten.

²³ Typische Kinderprogramme sind nicht frei von Sexismus, – was besonders für die Cartoon-Shows (Zeichentrickfilmprogramme) gilt: Männliche Darsteller sind stark überrepräsentiert (O'Kelly 1974; Levinson 1975); es gibt kaum singuläre feminine Charaktere; die Zeichentrick-Frauen haben weniger Auftritte als die Männer, und nehmen weniger oft tragende Rollen ein, sind weniger aktiv, haben weniger häufig verantwortungsbewußte Aufgaben zu verrichten; ein traditionelles Rollenbild (Hausfrau-Hausarbeit usf.) ist fast immer vorhanden (White Streicher 1974); Frauen sind häufig nur „Begleitmaterial“ (Levinson 1975); usf.

²⁴ Zu den Evaluationsergebnissen von »Freestyle«, eine „Public Television Series“, die 1978 unter Mitwirkung auch der Annenberg School of Communications an der University of South California produziert wurde, vgl. auch Bryant, Alexander & Brown 1983, S. 17f.

²⁵ Aber auch die bekannten TV-Vorschulprogramme haben ihre Schwächen: In einer Analyse von Filmen der Serien »Sesame Street«, »The Electric Company«, »Mister Rogers' Neighborhood« und »Captain Kangaroo« kam z.B. heraus, daß die auftretenden männlichen Figuren mehr „active mastery“ zeigten (physische Aggression, verbale Überredung, Führungsverhalten, Heldentum, Leistungsmotivation, Einfallsreichtum usf.) als „passive dependency“ (Opfer von Aggression, Hilfesuchender, Objekt von Rettungsversuchen, Inkompetenz usf.), während die Verteilung dieser beiden Gruppen bei den Frauen-Figuren gleich war. Männliche Kinder zeigten Einfallsreichtum, Leistungswillen, Heroismus, während die weiblichen Kinder geführt werden wollten, häufig Opfer von Beleidigungen und hilflos waren. Anscheinend wird selbst bei diesen relativ sorgfältig konzipierten Programmen den kindlichen Zuschauern indirekt und symbolisch der unterschiedliche „Wert“ der Geschlechter vermittelt (Dohrmann 1975). – Auch die ersten Folgen der »Sesame Street« vermittelten überholte Geschlechterrollenstereotype (Cathey-Calvert 1973; Gardner 1970).

²⁶ 1966 begann die BBC mit einer neuen Serie »Till Death Do Us Part«, in deren Mittelpunkt die Familie Garnett stand. Tragendes Element dieser Serie war das Austauschen stark übertriebener, reaktionärer und chauvinistischer Meinungen, vor allem durch den typisch kleinbürgerlichen Vater Alf. Die Serie fand unter dem Titel »All in the Family« bald Nachahmung in den USA, wo die Familie Bunker genannt wurde; und schließlich auch im bundesdeutschen (Ersten) Fernsehprogramm, wo sie unter dem Titel »Ein Herz und eine Seele« den grotesk überzeichneten Alltag der Familie Tetzlaff (Vater Alfred, Mutter Else, Tochter Rita und Schwiegersohn Michael; Drehbuch: Wolfgang Menge), schilderte und zu einer der umstrittensten Unterhaltungsprogramme der 70er Jahre wurde. Trotz eines großen Publikuserfolgs, der den Titel zum geflügelten Wort hatte werden lassen, wurde die deutsche Serie, die Januar 1973 begonnen worden war, schon nach 11 Filmen Ende 1974 wieder eingestellt, offenbar, weil man im verantwortlichen Sender geradezu entsetzt darüber war, wie die hemmungslos und übertriebenen, massiv konzentrierten Vorurteile gegen Andersdenkende, -aussehende und -wählende auf euphorische Zustimmung bei einem Großteil der Fernsehzuschauer

stießen, anstatt – wie man gehofft hatte – gerade durch die karikierende Überzeichnung Nachdenklichkeit und das Sichbewußtmachen der eigenen Vorurteilhaftigkeit Reflektionsprozesse zu bewirken.

Im Gegensatz dazu blieb »All in the Family« von Überlegungen wie den eben genannten verschont – was nicht zuletzt auch ein deutliches Resultat der privatwirtschaftlich institutionalisierten, einzig auf hohe Zuschauerquoten angelegten US-Fernsehsender ist; und die Serie hatte tatsächlich erstaunliche Zuschauerresonanz gefunden. Nach ersten Pilotfilmen wurde die Sendereihe am 12.1.1972 gestartet und war bereits einige Monate später die populärste Show in den USA, so daß sie auch bald die besten Fernsehzeiten zugeteilt bekam. 1976 waren bereits über 200 Episoden gelaufen. »All In The Family« war ein Soap Opera-Erfolg, wie ihn sich die Fernsehmacher wünschen, da er die ganze Familie anzog, und bei Frauen als Nummer Eins, bei Männern auf dem dritten Platz und sogar bei Teenagern noch auf dem sechsten Platz der Beliebtheit rangierte (vgl. ausführlich dazu: Knilli 1976).

²⁷ Eine mögliche Erklärung für das Phänomen, das anti-rassistisch ‚gemeinte‘ Medieninhalte von bestimmten Gruppen von Fernsehzuschauern entgegengesetzt dekodiert, nämlich als Bestätigung ihrer chauvinistischen Einstellungen aufgefaßt (und begrüßt) wurden, bietet die Sozialpsychologie unter dem Schlagwort „selektive Wahrnehmung“ an.

Vidmar & Rokeach (1974), die junge Erwachsene in Kanada und Heranwachsende in den USA untersuchten, fanden, daß ein bemerkenswert großer Teil ihres Samples (v.a. solche Menschen, die entsprechend den Ergebnissen einer vorher durchgeführten Einstellungsskala als „vorurteilsbehaftet“ eingestuft worden waren), mit Archie Bunker übereinstimmte, seine Ansichten für richtig befand und nicht mitbekommen hatte, daß er in den Sendung eigentlich lächerlich gemacht wurde. Eine weitere Untersuchung von Brigham & Giesbrecht (1976) hatte zum Ergebnis, daß die festgestellten Vorurteile bei einer Gruppe von Weißen entscheidend deren Bewertung der Sendung bestimmte; dies traf allerdings nicht bei einem Sample von Farbigen zu.

In Holland machten Wilhoit & De Beck (1976) begleitend zur Sendereihe eine Serie von Interviews, bei denen sich zeigte, daß intolerante und ethnozentristisch orientierte Zuschauer zu einem höheren Grad die Statements von Archie Bunker positiv bewerteten als eher tolerante Menschen. Andererseits wird aber auch berichtet, daß sich die stark vorurteilsbehafteten Zuschauer nach dem Ende der Serie etwas verunsichert über ihre Einstellungen zeigten. Surlin & Tate schließlich beschäftigten sich speziell mit den Gags der Sendereihe, ohne hierbei aber eindeutige Zusammenhänge zwischen Einstellungen und Reaktion der Zuschauer auf die Witze festzustellen. So bleibt festzuhalten: die Zuschauer, die vorher Vorurteile hatten, fühlten sich durch die Sendung bestätigt; die, die weniger ethnozentristische Einstellungen vorher gehabt hatten, fühlten sich auch in ihren Anschauungen verstärkt.

²⁸ Gerade im Internationalen Jahr der Behinderten (1981) wurden viele Versuche unternommen, Behinderte im Fernsehen/Film realistisch darzustellen, wie z.B. die preisgekrönte amerikanische Fernsehserie »Feeling Free« über den „Medienbetrieb im Jahr der Behinderten“ im deutschsprachigen Raum informieren die Beiträge im Heft 3/1981 der Zeitschrift „Medien“. Hinzugefügt sei, daß es erstaunlicherweise international keine größere inhaltsanalytische Studie zur Darstellung der Behinderten im Fernsehen gibt (vgl. zur Forschungssituation: Zimmermann 1981; Kegelmann & Zimmermann 1982).

²⁹ Details zu »The Big Blue Marble« dieser seit 1974 produzierten und von der International Telephone and Telegraph gesponsorten TV-Educational-Serie, die

wie »Sesame Street« im Magazin-Format angelegt ist, finden sich bei Bryant, Alexander & Brown 1983, S. 21.

³⁰ Mitte der 20er Jahre hatte sich das neue Medium Kino bzw. (Spiel-) Film so rasant entwickelt und so an Attraktivität bei allen Gruppen und Schichten gewonnen, daß – wie bei jedem neuen Massenmedium – die ersten massiven Kampagnen entstanden, in denen gegen das neue Medium unter Hinweis auf seine angeblichen Gefahren und negativen Wirkungen zu Felde gezogen wurde. Da es aber keine systematischen, empirischen Untersuchungsergebnisse gab, nahm die Filmindustrie die Angelegenheit selber in die Hand. 1928 beauftragte William H. Short, der Executive Director des Motion Picture Research Council eine Gruppe von Wissenschaftlern aus den Bereichen Psychologie, Pädagogik und Soziologie, eine Untersuchungsreihe zur Wirkung des Films auf (Kinder und) Jugendliche durchzuführen. Eine private Stiftung, der Payne Fund, finanzierte die insgesamt 13 Studien quantitativer und qualitativer Orientierung, die zwischen 1929 und 1932 durchgeführt und deren Ergebnisse anschließend in zehn Büchern publiziert wurden. Zu den wichtigsten zählen die Veröffentlichungen von Blumer; Blumer & Hauser; Cressey & Thrasher; Peterson & Thurstone; Shuttleworth & May (alle 1933) und Foreman 1935. Einen besonderer Schwerpunkt bildeten die Wirkungen von Kinospiefilmen auf die Einstellungen der (jugendlichen) Besucher zu sozialen Gruppen, ferner die Beeinflussung von Gefühlen, moralischen Werten, die Vermittlung von Informationen usw. Die Untersuchungsergebnisse, die zumindest in Teilen eine negative Wirkung von Filmen auf die Rezipienten belegten, waren ein Faktor, der zur Etablierung der bekannten Selbstzensur-Einrichtungen der amerikanischen Filmindustrie (Production Code; Hays Office) führte, ein Einrichtung, die sich in ihrer rigiden Festlegung dessen, was in Filmen gesellschaftlich erlaubt und akzeptabel war, jahrzehntelang unheilvoll auswirkte (vgl. dazu die Darstellungen bei Lowery & DeFleur 1983 und Wartella & Reeves 1985).

³¹ »The Birth of a Nation/Die Geburt einer Nation« gilt als der erste große Monumentalfilm der Filmgeschichte. Gedreht wurde er in den USA 1914 von David Wark Griffith (1875-1948) nach Romanvorlagen von Thomas Dixon; uraufgeführt wurde er am 8.2.1915 in Los Angeles, und sogar – als erster Film der Kinogeschichte – einem Präsidenten der USA (Wilson) vorgeführt: „Mit Birth of a Nation wurde das Kino in Amerika gesellschaftsfähig“ (Blumenberg). Der Film, der die damals erstaunliche Länge von 212 Minuten hatte, wurde ein phänomenaler Kassenerfolg: „Griffith‘ Epos vom amerikanischen Bürgerkrieg berichtet von zwei Familien, den Camerons im Süden und den Stonemans aus dem Norden. Nach dem Sieg des Nordens entwickelt der Kongreßabgeordnete Stoneman, Elsie’s Vater, zusammen mit seinem Mulattengehilfen Silas Lynch ein Rassengleichheitsprogramm für den Süden. Während der anarchistischen Zeit der Rekonstruktion stirbt Ben Camerons jüngere Schwester auf der Flucht vor einem schwarzen Soldaten. Um ihren Tod zu rächen, beteiligt sich Ben an der Gründung des Ku-Klux-Klan, dessen Anführer er wird. Die Camerons werden von der Negerarmee umzingelt und erst in letzter Minute von Ben und dem Ku-Klux-Klan gerettet. Schließlich sind Norden und Süden wieder vereint. (...)“

Niemals zuvor war ein Film von so gewaltigen Ausmaßen gedreht worden (...). Berühmt wurde (er) für seine komplexe Struktur, die dynamische Montage und die dramatische Einbeziehung der gesamten Bildfläche, heftig kritisiert aber wegen seiner Darstellung der Neger, die besonders im letzten Teil des Films überaus polemisch und beleidigend war. Die National Association for the Advancement of Colored People begann den Film zu boykottieren und demonstrierte vor den Kinos, in denen er gezeigt wurde, noch bis zum Zweiten Weltkrieg (...),“ schreiben Bawden und Tichy (1978, Bd.1, S. 78). Ähnlich konstatiert Blumenberg (1968, S. 109): „...das Meisterwerk von Griffith leidet unter dem Rassenhaß seines

Regisseurs. Griffith, der Mann aus dem Süden, verteufelte die Neger als mordende und schändende Untermenschen und feierte die weiße Terrororganisation „Ku-Klux-Klan“ (...). Die künstlerische Meisterschaft des Films aber ist unbestritten.“

³² »All Quiet on the Western Front/Im Westen nichts Neues« ist der vielleicht berühmteste Antikriegsfilm. Er wurde 1930 in USA unter der Regie von Lewis Milestone nach einem Roman von Erich Maria Remarque gedreht und ist „eine Antikriegserklärung, deren Wucht und Realismus sich bis heute erhalten haben. Milestone erzählt vom Standpunkt der Deutschen aus; es ist die Geschichte von sieben Schuljungen, die aus der Schule genommen, mit patriotischem Eifer erfüllt und in den Schrecken und das Elend des Stellungskrieges gestürzt werden. Sie werden bitter desillusioniert, und als schließlich alle außer einem getötet sind, nimmt eine neue Gruppe von Rekruten ihren Platz ein. – Der Film zeichnet sich aus durch Milestones Gespür für die Möglichkeiten des Tons und seinen geschickten Umgang mit der einen ihm zur Verfügung stehenden Tonspur. Darüber hinaus ist der Film v.a. in seiner Darstellung der packenden Szenen im Schützengraben sehr wirkungsvoll (...)“ (Bawden & Tichy 1978, Bd. 1, S. 27)

^{32a} »Happy Days« ist eine Unterhaltungsserie, die Anfang der 70er Jahre in Anlehnung an den erfolgreichen Film »American Graffiti« konstruiert wurde. Im Mittelpunkt steht eine sehr typische US-amerikanische middle-class-Familie in einer Kleinstadt in den späten 50er Jahren; Fonzie ist der „coole“ Teenager-Sohn der Familie, mit dem typischen Macho-Gehabe, mit Schul- und anderen Pubertätsproblemen, aber sehr viel Erfolg bei den Mädchen. Fonzie wurde zu einem ausserordentlich beliebten Mediencharakter und für viele gleichaltrige Zuschauer zu einem Vorbild, vielleicht, weil er trotz allem „einen guten Kern“ hat. Einen Höhepunkt in der Beliebtheit erreichte die Familienserie etwa 1976; damals wurden auch Untersuchungen (von Noble & Noble 1979; vgl. Noble 1983, S. 109 ff.) darüber durchgeführt, wie Teenager diese Sendungen nutzen, – mit dem Resultat, daß diese Serie vermutlich eine antizipatorische Sozialisation ermöglicht, das vorweggenommene Hineingewöhnen in zukünftige (Familien-, Berufs-, Partner-) Rollen.

³³ Aktuelle Überblicke zur Forschungslage beim Thema „Aggression im Fernsehen und ihre Auswirkungen auf das Handeln in der Realität“ bieten die Beiträge von Hearold; McGuire; und Phillips in „Public Communication and Behavior“, 1/1986.

^{33a} Als ein „Musterbeispiel“ für eine Fernsehserie, die prosoziale Lernziele zu vermitteln in der Lage ist, gilt »Mr. Rogers' Neighborhood«. Neben »Sesame Street« ist sie die wohl intensivst untersuchte Serie. Eine wichtige Studie in diesem Zusammenhang ist die von Stein und Friedrich (1972) an dreieinhalb- bis fünfeinhalbjährigen Kindern, in deren Verlauf den Kindern vier Wochen lang dreimal wöchentlich jeweils 20 Minuten lang aggressive Filme »Batman, Superman«, prosoziale »Mr. Rogers« oder neutrale Sendungen gezeigt wurden. Unter anderem ergab sich, daß Kinder aus niedrigen sozio-ökonomischen Schichten, die die prosozialen Fernsehsendungen verfolgten, eine Zunahme im prosozialen Verhalten (freies Spiel im Kindergarten) zeigten, Kinder aus höheren sozio-ökonomischen Schichten dagegen nicht. Eindeutig wurde nachgewiesen, daß die Auswirkungen des Inhalts der Fernsehsendungen eine Funktion früherer Lernprozesse der Kinder waren. Weitere Untersuchungen, die wie die genannte allerdings dem traditionellen Stimulus-Response-Wirkungsmodell der Massenkommunikationsforschung folgen und den Nachteil von Laborsituationen haben, stammen von Friedrich und Stein (1975) und von Coates, Pusser und Goodman (1976). Die letztgenannten Autoren untersuchten auch die Verstärkungsmechanis-

men, die in verschiedenen Kinderprogrammen angeboten wurden. Eine Erklärung dafür, daß »Mr. Rogers«-Sendungen mehr generalisiertes prosoziales (insbesondere kooperatives) Verhalten bei den kindlichen Zuschauern hervorzurufen imstande war als »Sesame Street« (vgl. Paulson 1974; Dorr Leifer 1975b), sehen sie in der Tatsache, daß »Mr. Rogers« mehr positive Bekräftigung bietet und »Sesame Street« mehr Bestrafung. (Zusammenfassende Darstellungen dieses Forschungszweiges finden sich bei Dumrauf 1980; Bergler & Six 1979, S. 237ff. und Dorr Leifer 1975a, S. 120ff.; zur Entwicklung prosozialen Verhaltens allgemein vgl. Schmidt-Denter 1987, Kap. 10.2).

³⁴ Das bekannteste Beispiel für den Nutzen von Filmen, Ängste vor medizinischen Untersuchungen bzw. Eingriffen bei Kindern abzubauen, ist der von Melamed und Siegel (1975) produzierte Videofilm: „Ethan Has an Operation“. In ihm ging es um „einen siebenjährigen Jungen (...), der wegen einer Bruchoperation im Krankenhaus lag. Der Film besteht aus 15 typischen Szenen, also solchen, wie sie wohl die meisten Kinder von der Aufnahme bis zur Entlassung im Krankenhaus erleben: Kennenlernen von Stationspersonal und Ärzten, Blutentnahme, Trennung von der Mutter und Szenen im Operationssaal und Krankenzimmer. Das medizinische Personal erklärt einzelne seiner Tätigkeiten; in vielen Szenen erzählt auch der Junge (das Modell) selbst und beschreibt, wie er sich in den verschiedenen Situationen gefühlt hat. Ethan, der Junge, zeigt im Film zwar manchmal Angst, ist aber sichtlich in der Lage, damit fertig zu werden.“ (Heilveil 1984, S. 42f).

Weitere Anwendungsgebiete von Videofilmen umfassen die Vorbereitung auf eine Narkose (für Kinder zwischen vier und neun Jahren bestimmt; Vernon 1973; Vernon & Bailey 1974); auf eine zahnmedizinische Behandlung (Melamed u.a. 1975); auf den Krankenhausaufenthalt eines Elternteils; von Kindern (3 bis 5 Jahre) auf eine Schieloperation mit einem Videofilm über Kasperpuppen (Basler u.a. 1979); auf Untersuchungen beim Pädiater (s. dazu Gerber 1986, S. 453f); ein komplexes Vorbereitungsprogramm auf eine Tonsillektomie (zweieinhalb bis 12jährige Kinder), mit u.a. einem Klinikbesuch, Puppenspiel, Entspannungsübungen, Selbstverbalisierungstechniken, Modellfilm u.a. (Peterson & Shigetomi 1982); ferner die Vorbereitung Erwachsener auf eine endoskopische Untersuchung (Shipley u.a. 1978; 1979).

Theoretisch basieren diese Verwendungsformen auf dem Prinzip des Modellernens sensu Bandura, nur daß anstelle eines lebenden Modells, wie sonst in der Realität meist üblich, hier ein „Video-Modell“ angeboten wird, das u.a. dem Betrachter charakteristisch ähnlich sein muß. (Zu weiteren Charakteristika vgl. die Ausführungen bei Heilveil 1984, S. 32f; zu praxisrelevanten situativen Variablen Gerber 1986, S. 466; Davies-Osterkamp 1985, S. 222f).

^{34a} Hier handelte es sich um zwei empirische Untersuchungen, einmal an (170) zweitsemestrigen Studenten und zu einer Fernseh-Diskussionssendung über Australien; zum anderen an (470) 14- bis 16jährigen Schülern und zu einem Fernsehfilm »Versteckspiel« (vgl. Sturm u.a. 1975; 1978). Die erste dieser Untersuchungen hatte interessanterweise einen Medienvergleich zum Gegenstand, aus dem auch hervorging, daß Hörfunk und Fernsehen unterschiedliche emotionale Eindrücke bei den Rezipienten hervorrufen; z.B. empfanden Hörer die Sendung erregender als Seher. Vgl. zum Thema Emotion und Massenmedien (Fernsehen) bes. die Nr. 1-2 u. 3/1978 der Zeitschrift „Fernsehen und Bildung“.

³⁵ Der Einfluß der commercials auf die amerikanische Kultur wird durchaus kritisch gesehen: Bagdikian (1987) schreibt ihrem Einfluß während der letzten Jahrzehnte eine ebenso rigide wie normative Verheinlichung der Aussagen über das „richtige“ Leben (die Realität) zu. – Die Zahl der commercials, die pro Tag von kommerziellen Fernsehsendern in den USA ausgestrahlt werden, hat

zwischen 1967 und 1982 um 140% zugenommen; andererseits erhöhte sich aber die Zahl der vom Durchschnittseher pro Tag „konsumierten“ Werbespots nur um 78%. Das heißt: Mehr Werbeaufwand führt also nicht unbedingt zu mehr Beachtung der Werbebotschaften (vgl. Bogart 1984); es gibt eine Grenze der Aufnahmefähigkeit bzw. -bereitschaft für Werbung. Viele Anzeichen deuten darauf hin, daß es gegen eine ständige Berieselung durch Werbung wachsenden Zuschauerwiderstand gibt, was sich z.B. (auch empirisch meßbar) im Phänomen des „Zapping“, des „Werbespotvermeidens“ zeigt: Ein neuer Zuschauertyp ist zu beobachten, der per Fernbedienung die Kanäle wechselt, wenn eingeblendete Werbung erscheint, oder später aus den per Videorekorder aufgezeichneten Sendungen die commercials herauschneidet (vgl. Sepstrup 1985).

^{35a} »Batman«, erfunden von Bob Kane und Bill Finger, war nach »Superman« der zweite erfolgreiche Superheld in den amerikanischen Action-Comics der späten 30er Jahre; er trat zum ersten Mal 1939 in einer Ausgabe der »Detective Comics« auf. Im Gegensatz zu »Superman« und ähnlichen Helden ist »Batman«, „menschlicher“: er war nicht von einem fernen Planeten auf die Erde verschlagen worden, sondern „von dieser Welt“; er besitzt auch keine „natürlichen“ Superfähigkeiten, sondern erwirbt sie sich – mühsam – durch Training oder benutzt seine Intelligenz. „Batman ist der eigenartigste Held unter den amerikanischen Comic-Book-Heroes („mit einem) Hauch von Verrücktheit. (...) Im Gegensatz zu anderen maskierten Helden (...) verfügt Batman über keine besonderen übermenschlichen Fähigkeiten, für das ständige Gefecht mit der Unterwelt ist er gerüstet durch ein schier unglaubliches akrobatisches Können (...) und durch seine kriminalistisch-wissenschaftliche Ausbildung, die es ihm erlaubt, modernste Geräte wie Computer, Infrarotfotografie und chemische Spurensicherung einzusetzen. Im Privatleben ist Batman der Millionär Bruce Wayne (...)“ (Seeßlen 1973, S. 28). Wie so viele Comics-Figuren wurde auch »Batman« intermedial verwertet. Schon 1943 gab es eine erste Filmserie um »Batman und Robin« (seinen jugendlichen Begleiter); 1948 folgte ein weiterer Film, 1966 eine Fernsehserie und ein Cinemascope-Film, zwischen 1968 und 1970 eine Zeichentrickfilmversion im Fernsehen, usf. (Fuchs & Reitberger 1971, S. 166f). Im Gegensatz zu den häufig phantasievollen Comic-Geschichten gelten die Filme als eher durchschnittliche und banale Actionware.

³⁶ »The Jeffersons« ist eine US-amerikanische Komödie, in deren Mittelpunkt die Mitglieder der schwarzen Familie „Jefferson“ stehen; sie waren ursprünglich Nebenfiguren in der bekannten Serie »All In The Family« (s. Anm. 26, 27) und wurde 1975 als eigene Serie gestartet. Im ersten Halbjahr 1984 lag sie in der Liste der meist gesehenen Fernsehprogramme in den USA auf dem 25. Platz (Neue Medien 2/1984).

³⁷ vgl. dazu Bagdikian 1987

³⁸ Die amerikanische Vorschulserie »Sesame Street« wird seit Anfang der 70er Jahre auch in einer deutschen Version – »Sesamstraße« – von der ARD ausgestrahlt. Inzwischen sind weit über tausend Folgen gesendet worden (vgl. zur Geschichte: Feinstein 1972; Kübler & Lipp 1981). Die deutsche »Sesamstraße« bestand und besteht allerdings nur zu einem Teil aus amerikanischen Produktionen; mehr als die Hälfte des Kleinkindermagazins wird in Deutschland produziert. »Sesame Street« hat in der Originalversion die Zielsetzung, Wissen und Kulturtechniken in unterhaltsamer Form an Kinder zu vermitteln. Daher enthält die amerikanische Version hauptsächlich Vorübungen zum Lesenlernen, Wahrnehmungsübungen, Anregungen zum Umgang mit Zahlen und rößenverhältnissen sowie mit räumlichen und zeitlichen Beziehungen in spielerischer Form. Ziel der

»Sesame Street« ist vor allem die Förderung von Kindern aus bildungsfernen Schichten, die Vorbereitung auf die Schule und eine allgemeine intellektuelle Anregung.

Die Absichten der Produzenten der deutschsprachigen Version gehen in eine andere Richtung. Auch die in der BRD produzierten Szenen (bis zu 50% einer Sendung) sollen benachteiligte Kinder erreichen, jedoch wird „Benachteiligung“ eher in sozialer Hinsicht (z.B. Zugehörigkeit zu Randgruppen und Minoritäten wie Ausländerfamilien oder Sinti oder Obdachlose) definiert als unter Verwendung des Kriteriums „Bildungsferne des Elternhauses“ (Iben). Auch Kinder, die im Hochhaus aufwachsen (müssen) oder deren Eltern kaum Zeit zum Mitspielen haben, sind für die »Sesamstraße« eine wichtige Zielgruppe.

Diese soziale Zielsetzung läßt sich am besten dadurch erreichen, daß „in Studioszenen und Realfilmen, in Tricks und Bildererzählungen, Charaktere vorgestellt werden, die aus der Situation und dramatischen Entwicklung einer Geschichte heraus: versuchen, ihre Interessen zu erkennen und zu verfolgen, ohne daß andere sie darauf stoßen müssen; – sich auch nicht entmutigen lassen, wenn ein Unternehmen nicht so vonstatten geht, wie sie es sich vorstellen, und sich entweder mit dem Mißerfolg abfinden oder es noch einmal versuchen; – Gefühle entwickeln und zeigen, zugleich auch Verständnis für die Gefühle von Partnern gewinnen; – feststellen und anerkennen, daß auch andere ihre Wünsche haben; die Rolle eines anderen erkennen, verstehen und selbst Rollenflexibilität entwickeln lernen; Einsicht in die Subjektivität von Werturteilen und daraus folgend Toleranz gegenüber den Werturteilen von anderen entwickeln; Vorurteile gegenüber Minderheiten wie z.B. Gastarbeitern prüfen und abbauen; – erkennen, wann ein anderer ihrer Hilfe bedarf, und sie ihm geben; – Regeln für das Zusammenleben erkennen, verstehen, beachten oder auch ändern und neu entwickeln; – feststellen, daß sie das, was sie allein nicht schaffen, mit anderen zusammen bewältigen können; – Konflikte erkennen, ihnen nicht ausweichen, sondern sie zu lösen versuchen, ohne daß Gewalt notwendig ist!“ (Norddeutscher Rundfunk, Red. Kleinkinderprogramm, 1982).

Die Redaktion des Vorschulmagazins wird bei ihrer Arbeit ständig von Pädagogen, Psychologen und Sozialwissenschaftlern beraten. In einer Reihe von empirischen Untersuchungen (vgl. Berghaus u.a. 1978, Charlton u.a. 1975, Salentin 1979, Scherell & Jacobi 1980, Paus-Haase 1986) sollte geklärt werden, inwieweit diese sozialen Lernziele bei den Rezipienten der Vorschulserie tatsächlich erreicht werden. Die Ergebnisse sind eher positiv, aber nicht ganz eindeutig, was das Ausmaß der Förderung durch Fernsehen angeht. Eine wichtige zusätzliche Bedingung für einen günstigen Einfluß auf das soziale Handeln von Kindern ist die Unterstützung durch die Eltern bei der Verarbeitung des Gesehenen (– siehe die Ausführungen bei Greenfield über gemeinsames Sehen und Diskutieren von Sendungen). Diesem Ergebnis trägt die Konzeption der Redaktion Rechnung, Kinderfilme so zu produzieren, daß auch Erwachsene Lust haben, sich zusammen mit ihren Kindern die Sendung anzusehen. Insbesondere bei der ergänzend zur »Sesamstraße« vom Norddeutschen Rundfunk produzierten (und seit Juni 1987 bundesweit ausgestrahlten) Serie »Hallo Spencer« wird versucht, durch Gags, Musik, Themenwahl – und unter Verwendung der „erfolgreichen“ Muppets-Puppen – die ganze Familie als Zuschauer anzusprechen (vgl. Charlton & Neumann 1982).

³⁹ Char & Meringoff allerdings fanden in einer ähnlichen Studie keinen Vorteil der Radioversion; diese abweichenden Ergebnisse können nach Greenfield aber auf das relativ junge Alter der kindlichen Versuchspersonen und die sehr kleine Stichprobe zurückgeführt werden.

^{39a} s. Anm. 6

40 Die genauen Ergebnisse dieser kanadischen Studie sind vor kurzem in einem umfangreichen Band veröffentlicht worden: Tannis McBeth Williams (ed.), *The Impact of Television. A Natural Experiment in Three Communities* (1986).

40a Zu »Mr. Rogers« s. Anm. 33a

41 Dies gilt auch für ein anderes Medium: Die verbreitete These, die Texte der Rockmusik seien für die Psyche der jugendlichen Rezipienten besonders deswegen so gefährlich, weil sie mit impliziten oder expliziten Anspielungen auf sadistische und andere Sex-Aggressions-Themen operierten, wird zumindest dadurch schon in Frage gestellt, daß, wie Greenfield u.a. (1987) feststellten, das Verständnislevel der Texte bei verschiedenen alten (US-amerikanischen) Schülern erstaunlich niedrig ist.

41a s. Anm. 21

42 Die Frage, ob „fast paced programs“, Sendungen mit vielen raschen Wechseln von Bild und Ton den (erwachsenen/ kindlichen) Zuschauer überfordern oder anregen, ist empirisch noch nicht beantwortet worden. Etwas vereinfacht könnte man sagen: Kinder widmen einer „Schnell-Tempo-Sendung“ wie »Sesame Street« mehr Aufmerksamkeit, lernen aber mehr von einer „Langsam-Tempo-Sendung“ wie »Mr. Rogers« (vgl. Salomon 1981). Daß Kinderprogramme wie »Sesame Street« die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich ziehen, ist erklärlich, da die Kinder im US-amerikanischen Bereich dieses Tempo von den jahrelang verfolgten commercials gewöhnt sind. Vermutlich wird man aber (wie J. L. Singer 1980) kaum annehmen können, daß daß die schnell dargebotenen audiovisuellen Informationen reflektierend verarbeitet werden können (vgl. dazu auch Habermann 1984). Für die „Macher“ von Kinderprogrammen ist dies natürlich ein wichtiges Thema. Im deutschen Sprachraum hat man z.B. mit der Sendereihe »Rappelkiste« (ZDF ab 1983) versucht, ein Kinderprogramm mit einer bewußt langsamen Erzählweise zu produzieren.

43 „Ich kann nicht lesen, ich kann nicht schreiben, aber ich kann fernsehen“: »Being There«, von Hal Ashby 1979 (nach dem Roman von Jerzy Kosinski) mit Peter Sellers in der Hauptrolle, Shirley MacLaine, Jack Warden und Melvyn Douglas gedreht, lief in der BRD unter dem Titel »Willkommen, Mr. Chance« und gilt als scharfe Satire auf das amerikanische Fernsehen und die Gesellschaft der amerikanischen „Vidioten“ (Kosinski): Ihr liegt die – durch viele Untersuchungen hinlänglich bewiesenen – Annahme zugrunde, daß das Fernsehen die Menschen (v. a. jüngere Kinder) am meisten zu beeinflussen in der Lage ist, die (noch) nicht in der Lage waren, ein kognitives System (Schema, Skript) zu entwickeln, in das alle über das Fernsehen einlaufenden Informationen („aus zweiter Hand“) sinnvoll eingeordnet, integriert und mit der Realität in Einklang gebracht werden können (vgl. dazu auch Williams 1986, S. 403ff.). »Chance Gardener«, der Held des Romans/Films ist so ein Fall, ein Mensch, der nie eine andere Realität als die seines Fernsehers kennengelernt hat, weil er nie sein Haus verlassen mußte. Er ist ein total „vom Fernsehen geprägtes Produkt Mensch, ein synthetisches Wesen mit der toten Seele eines TV-Helden. Der Tag beginnt und endet vor dem Fernseher. Von seinem alten Arbeitgeber in dem Vakuum eines geschlossenen Haushaltes aufgezogen, wird Chance nach dessen Tod zum ersten Male mit der Realität außerhalb konfrontiert – stauend nimmt er sie durch sein fernsehgeschultes Auge wahr. Die brutale Allfälligkeit der urbanen Gesellschaft in Form jugendlicher Straßengangs oder ununterbrochener Autoschlangen erlebt er gleichsam gefiltert: er kennt keine Angst vor dem, was ihm zustoßt, und ahnt nichts von dem, was ihm zustoßen könnte. In seiner heilen TV-Welt gibt es ohnehin nur Happy Ends.“ (Casper 1980, S. 8).

44 Videospieleautomaten (oder Video-Automaten-Spiele) sind durch drei Charakteristika gekennzeichnet: sie sind an öffentlich zugänglichen Plätzen aufgestellt; sie werden erst durch den Einwurf von Geld bespielbar, und sie bedienen sich der Möglichkeit der Elektronik (v.a. Mikroprozessoren) (Selg 1983, S. 11). Sie finden sich in der BRD in Gaststätten, Kinofoyers, auf Rummelplätzen, Bahnhöfen, Flugplätzen, in Eisdielen, Imbißbuden, Sex-Boutiquen, Supermärkten; in einigen Großstädten gibt es ausgesprochene Spiel-„Paläste“, wie z.B. „Las Vegas City“ in München mit über 250 verschiedenen Spieleautomaten auf zwei Stockwerken und täglich 2.500 Besuchern (Liebel 1984). 1975 gab es in der Bundesrepublik 5.000 Videospieleautomaten, 1981 waren schon 75.000 davon aufgestellt (vgl. dazu Anm. 48).

45 Wir halten es gegenwärtig nicht für sinnvoll, in Zusammenhang mit Telespielen von „Sucht“ zu sprechen.

Denn: 1. Der überwiegende Teil der bisher vorliegenden Beiträge zur Spielsuchtforschung bezieht sich auf Geldspielautomaten, somit jene Verhaltensweise, die im Anglo-amerikanischen mit „gambling“ bezeichnet wird. Davon muß scharf unterschieden das „playing“ werden (– ob es sich nun um Videoautomatenspiele, Flipper, Tip-Kick, o.ä. handelt –), etwas ohne Aussicht auf finanzielle „Belohnung“. Natürlich kostet hier das Spielen etwas, aber der Spieler kann nicht damit rechnen, einen Gewinn zu machen. Selbst wenn man davon überzeugt wäre, daß das Spielen an Glücksspielautomaten „süchtig“ macht oder machen kann (vgl. dazu Meyer 1982, und – konträr – Rohwedder 1987), bedeutet dies für das Umgehen mit Tele- (Video-, Computer-) Spielen also nicht viel. 2. Wesentliche Bestandteile des „pathologischen“ Glücksspielverhaltens treffen auf das Spielen an Video-Automaten eindeutig nicht zu; weder finden wir den Zustand euphorischen Erlebens während des Spielens (sog. Rausch), noch eine Frequenzsteigerung mit zunehmender Gewöhnung, noch vegetativ-physische Auffälligkeiten bei Entzug; noch eine Beeinträchtigung der gesamten Lebenssphäre usf.; noch ein vom Spielenden konstatiertes „Leidensdruck“; noch manifeste Impulskontrollstörungen (s. a. die von Bregelmann & Waadt referierten Kriterien von Glen in Anlehnung an das DSM-III der APA). 3. Ganz anders als bei den meisten Glücksspielen besteht für den Videospieleler eine echte Möglichkeit, den Ausgang des Spiels durch eigene Mittel („Geschicklichkeit“ z.B.) zu kontrollieren und zu beeinflussen. 4. Eine wichtige Beobachtung (vgl. z.B. Hengst 1985, S. 118; Fritz 1985a, S. 117) spricht gegen die Sucht-Annahme: Gerade bei Kindern findet man immer wieder, daß sich auch das spannendste Spiel relativ schnell abnutzt, – dann nämlich, wenn es geglückt ist, das höchstmögliche Schwierigkeitslevel zu meistern. Allerspätestens nach ein paar Monaten ist das Spiel „out“ und es wird ein neues erworben oder ertauscht. 5. Auch für die Behauptung, Video (-Automaten) seien der Einstieg in eine Glücksspielautomatenkarriere, gibt es keine empirischen Belege (vgl. dazu auch Bregelmann & Waadt 1985, S. 46 ff.). 6. Schließlich sind die bekanntgewordenen Zahlen über die tatsächlich von Kindern/Jugendlichen/Erwachsenen an Videospielegeräten verbrachte Zeit vergleichsweise niedrig (s. dazu Anm. 46).

Vermutlich kommt man dem Phänomen, daß es tatsächlich einige Telespieler gibt, die „nicht aufhören können“, näher, wenn man motivations- und lernpsychologische Aspekte mit berücksichtigt. Zum einen: Kinder und Jugendliche spielen nicht nur, um die Zeit totzuschlagen („Pausenfüller“-Funktion der Spiele) oder um aggressive Impulse abzureagieren und Ärger loszuwerden („Aggressionsventil“-Funktion), sondern auch, um „Leistung“ zeigen zu können und um sich „Erfolgslebnisse“ zu verschaffen („Leistungsanreiz“-Funktion); und dieses letzte Motiv kann – verknüpft mit individuellen und sozio-demographischen Faktoren – dazu führen, daß „Dauerspieler“ produziert werden, die wie bei anderen Spielen bzw. peer-group-Aktivitäten auch sich Anerkennung der Gleichaltrigen dadurch

verschaffen wollen, daß sie die höchstmögliche Leistung (bei den Spielen: Scores) anstreben und ggf. wiederholt demonstrieren (vgl. Fritz 1985a, S. 118). Zum anderen: Daß Kinder und Jugendliche, nachdem sie es einmal probiert haben, zum Videospiel zurückkehren und immer wieder spielen, hängt sicher sehr stark von differenzierten Verstärkungsprozessen ab (vgl. dazu ausführlich Loftus & Loftus 1983, S. 14 ff.).

⁴⁶ Andererseits gibt es auch „Horror-Meldungen“ aus den USA, wonach Telespieler durchschnittlich 17 Stunden pro Woche vor dem Bildschirm zubringen (Schorb 1983, S. 199). Überhaupt ist in den USA ist der Anteil der Videospiele-erfahrenen Kinder/Jugendlichen offenbar hoch. Ein Einzelergebnis dazu ist die Studie von Rushbrook (1986), wonach 94% der 10jährigen in Orange County (einer Stadt in Kalifornien), schon mal mit Videospiele gespielt haben, und sich 85% als gute oder sehr gute Spieler bezeichneten (n. Greenfield 1987b). In der BRD dagegen sind eher bescheidene Anteile des Freizeitbudgets berichtet worden. Grundsätzlich ist dabei zwischen Arkaden- und „Heim“-Telespielen zu unterscheiden, denn Kinder haben hierzulande ja nicht ohne weiteres Zutritt zu Spielhallen und Gaststätten (- Gesetz zum Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit -), weshalb der Verbreitung der Arkadenspiele Grenzen gesetzt waren und sind.

Eine neuere deutsche Untersuchung in diesem Zusammenhang ist die von Lukesch (1985), der 4.089 Kinder und Jugendliche in Bayern zu den Themen Video-Spiel-Erfahrung, Ort des Videospieles, Besitz von Spielkassetten, Lieblingsspiele, Einstellungen zu Video-Spielen usf. befragte. Demnach hatten 82,5% der Befragten bereits mindestens einmal mit Video- (Tele-, Computer-) Spielen gespielt. Die Zugehörigkeit zu einer Sozialschicht spielte dabei keine Rolle. Allerdings ist die Spielhäufigkeit nicht sehr groß. Nur etwas mehr als jeder 20. Befragte mit Videospiele-Erfahrung ist täglich mit Videospiele beschäftigt; zwei Drittel spielen höchstens einmal pro Monat oder seltener. Bei der Mehrheit der Befragten ist die Zeitdauer der Beschäftigung mit einem Videospiel mit unter einer halben Stunde pro Gelegenheit relativ kurz. Nur jeder 6. Videospiele-Erfahrene kann als „Fan“ (mit einer Spielzeit von über 2 Stunden) eingestuft werden. - Hauptschüler beschäftigen sich am häufigsten und längsten mit Video-Spielen, betrachten sie häufiger als andere als liebste Freizeitbeschäftigung und tauschen häufiger. Von den Schülern, die Lukesch befragte, und die Videospiele-Erfahrungen hatten, besitzt etwa ein Drittel eigene Kassetten; mehr Hauptschüler als andere. Nur 16% der Befragten (- unter ihnen Hauptschüler als einzige signifikante Subgruppe -) geben an, daß sie für das Spielen an öffentlich zugänglichen Automaten Geld ausgegeben haben. Weitere Zahlen: Die durchschnittliche tägliche Nutzungszeit für 12- bis 29jährige betrug lt. der Studie „Jugend und Medien 1984“ bei Video-/Telespielen 8 Minuten (zum Vergleich: Schallplatten 28, Hörfunk 117, Fernsehen 101 und Buch 20 Minuten) (zit. n. Neumann 1986).

In einer bundesweiten Untersuchung erklärten 1982 19% der 14- bis 17jährigen, 16% der 18-24jährigen und 11% der 45-bis 54jährigen, daß sie Telespiele benutzen (AG Media Analyse 1982). Offenbar verlieren aber schon im Alter von 14 bis 16 Jahren die Telespiele gewaltig an Anziehungskraft, nicht zuletzt deswegen, weil Interessen im Musik- (Rock-Pop-)Bereich (bis hin zu den Videoclips) eine zunehmende Bedeutung gewinnen (Weber 1983).

Der Trend bei den Videospiele in der BRD geht zum Kinder-Medium. Die zunehmende Veränderung der Telespielekonsolen in telespiel-fähige Heimcomputer (s. Anm. 47) bedeutet eine Verlagerung des Mediums in die Familie, und damit von den Jugendlichen zu den Kindern. Wie eine repräsentative Befragung 1984 ergab (Stiftung Warentest/test 10/84), werden etwa 70% der in privaten Haushalten vorhandenen Computer zum Spielen genutzt. Die Industrie verstärkt diesen Trend zum Kinder-Medium u.a. dadurch, daß sie zunehmend den Kindern

bekanntere und vertraute Comic- und Fernseh-Figuren (Schlumpfe, Lucky Luke, Micky Maus) als Spielthema verwertet, Videospiel-Clubs aufbaut und die Hardware (z.B. spezielle joy-sticks für die kindliche Hand) benutzerspezifischer baut.

⁴⁷ In der Geschichte der Video- (Tele-, Bildschirm-) Spiele können wir drei Phasen unterscheiden (vgl. Seeblen & Rost 1984, S. 78ff.; Schorb 1983a, S. 194ff.): 1. Mit der Erfindung von »Pong« (s. Anm. 50) begann 1971 die erste Generation von Telespielen: relative einfache Adaptionen von Tennis, Squash oder anderen Sportarten, relativ teure Zusatzgeräte und relativ geringer Unterhaltungswert. - 2. Mit der Entwicklung der Mikrochips erhöhten sich die Spielmöglichkeiten. Erst kamen die Arkadenspiele, die den Weg für die Home-Spiele bereiteten. Die Spiele existierten auf Kassetten, die in Konsolen einglegt wurden; und die Konsolen wurden an den Fernsehbildschirm angeschlossen, - austauschbare Software also. Drei große, allerdings einander inkompatible Systeme und Anbieter (Atari, Mattel und Philips) bildeten sich heraus. 3. Die dritte Generation waren (und sind) die Telecomputer, „Kleinrechner und Spielautomat in einem. An die Konsole, die die Form einer Schreibmaschinentastatur hat, kann man seinen „joy stick“ anschließen, den Steuerknüppel zur Lenkung des Raumschiffs auf dem Bildschirm, dann legt man eine Telespielkassette ein und ergötzt sich. Wer genug gespielt hat, der schließt an die gleiche Konsole ein Kassetten- bzw. Diskettengerät sowie einen Drucker an, legt die Kassette mit der Programmiersprache „Basic“ ein und schreibt sich selbst ein Programm für die persönliche Buchführung, speichert auf Kassette oder Diskette ab und kann die Ergebnisse über den Drucker ausschreiben lassen. Mit dieser Erweiterung sind die Telecomputer vom Spielzeug zum Arbeitsgerät geworden (...). Ob man nun zu Hause spielt oder arbeitet, mit dem Zentralrechner seiner Firma „kommuniziert“ und Heimarbeit macht, über Bildschirmtext mit seiner Bank korrespondiert und seine privaten Daten weitergibt, aus den 60 angebotenen Kabelprogrammen das gewünschte aussucht ... - alles geschieht mit Hilfe des gleichen Grundgerätes.“ (Schorb 1983, S. 196). - Die Spielmöglichkeiten haben sich damit sehr erweitert: Einmal ist es möglich geworden, Simulationen aller Arten zu programmieren (- ein Spieltypus, der seit etwa Ende 1983 auf dem Vormarsch ist); zum anderen sind lange, komplizierte Spiele, die „adventures“ entwickelt worden, die auch nicht mehr so hektisch wie die früheren Spiele absolviert werden müssen (s. dazu Fritz 1985a, S. 24ff.). Zukünftig werden Spiele interessant, die mit anderen neuen Medien kombiniert werden können, wie z.B. das in Kap. 9 erwähnte »Dragon's Lair«, das in Verbindung mit einer Laser-Bildplatte funktioniert und die spektakulärste Neuerscheinung auf dem Spielmarkt 1983 war.

Zwei interessante Entwicklungen sind also zu bemerken: Zum einen die zunehmende Multifunktionalität der Hardware, die Entwicklung zum vielseitig verwendbaren Bildschirm-Computer-Set hin. Der Home-Computer bietet sowohl für das Spielen Vorteile als auch allgemein. Die Vorteile der Home-Computer gegenüber den „einfachen“ Spielkonsolen sind evident: größere Spielkapazität macht komplexere, längere, variantenreichere Spiele möglich, Monitore mit besserem Auflösungsvermögen machen besseren Graphiken möglich; v.a. aber können Computerspiele relativ leicht kopiert und also getauscht werden; schließlich kann man mit Computern aber auch noch anderes machen als nur spielen, - programmieren (lernen), Textverarbeitung treiben, usf.

Zum zweiten die zunehmende Privatisierung: Mit der zunehmenden technologischen Entwicklung verlagert sich das „Spielen“ vom (räumlich, zeitlich, personell) eingeschränkten Spielcasino über die öffentlich-anonymen Gaststätten und Spielhallen zur individuellen „Heim“-Sphäre.

⁴⁸ Videospiele sind offenbar im Begriff, ein internationales, universales Medium zu werden; es gibt sie schon in vielen Städten Afrikas, in China (Greenfield 1987b)

und, wie der Bearbeiter feststellen konnte, auch in (den Touristenzentren auf) Kuba. Zum Erfolg des Mediums einige Zahlen:

In den USA war 1982 von 5 Mia. \$ die Rede, die jährlich in den Video-Arkaden der USA ausgegeben würden, und von 7 Mia. für Video-Automaten- und Heimspiele zusammen (Surrey 1982; n. Loftus & Loftus 1983, S. 3f). Für Heimspiele heißt es, daß der Umsatz US-amerikanischer Hersteller von Konsolen und Kassetten von 14 Mio. \$ (in 1975) auf 200 (1977) stieg, dann (in 1979) auf 125 sank und danach wieder stieg, – von 275 Mio. \$ (1980) auf 1,2 Mia. (1981) und schließlich auf 2,6 Mia. \$ (1982) (WCI-Research, New York 1982, zit. n. Setter 1983). Bereits 1981 gaben die amerikanischen Jugendlichen für Videospiele mehr als doppelt soviel aus wie fürs Kinogehen; der US-Konzern Warner Bros. konnte dank der Betriebsergebnisse seiner Tochter Atari seinen Umsatz von 1981 auf 1982 um fast 300% steigern (Bertlein 1982). Ende 1982 waren in den USA angeblich 13,5 Mio. Spielkonsolen verkauft (Schorb 1983a).

Nach dem erstaunlichen Boom der Spiele gab es Ende 1982 einen besonders starken Einbruch in den USA. Leidtragender war die bis dahin besonders erfolgreiche und marktführende Firma Atari, die von Warner Communications Inc. 1976 für 27 Mio. \$ gekauft worden war und ursprünglich nur Arkaden- und elektronische Heimspiele, später auch Mikrocomputer produzierte. Zwischen 1976 und 1983 soll das Betriebsergebnis von Atari 284 Mio. \$ betragen haben; hier waren die 539 Mio. \$ schon abgezogen, die der Jahresbericht 1983 als besonders schlechtes Jahr ausgewiesen hatte, und der letztlich dazu führte, daß Atari 1984 an die Konkurrenz (Commodore International) verkauft wurde: „(...) Der Verkauf von Videospiele und Programmkassetten war sehr stark zu einem Saisongeschäft geworden mit Höhepunkt an Weihnachten. Hinzukam, daß immer mehr Hersteller den Markt mit einer immer größeren Vielfalt von Kassetten überfluteten. Offenbar zu diesem Zeitpunkt ein Teil des Neuheitenreizes der Computerspiele bereits verfliegen – mit der Folge, daß die Nachfrage zurückging. Die Überproduktion erzeugte riesige Lagerbestände, führte dann zu Preisreduzierungen und schließlich zur Einschränkung oder Aufgabe der Produktion (...) Ende 1982 war ein Tiefpunkt erreicht, und 1983 hielt der Rückgang noch an.“ (Guback 1984, S. 466).

Was die BRD anbetrifft, schwanken die verfügbaren Zahlen über die Verbreitung und die Bedeutung der Video-(Bildschirm-)spiele beträchtlich. Eine präzise Einschätzung über verkaufte Soft- und Hardware ist kaum möglich, da man hier von den Angaben der Industrie abhängig ist. Das „Deutsche Video-Institut e.V.“ gab für 1982 eine Zahl von 0,24 Mio., für 1983 von 0,40 und für 1984 von 0,30 Mio. abgesetzter Videospielekonsolen bekannt (nach Akademie .. 1985, S. 7). Alleine für das Weihnachtsgeschäft 1983 war angeblich ein Absatz von einer viertel Million Spielen zu konstatieren (Der SPIEGEL 32/6.8.1984). Nach einer Marktanalyse des Deutschen Videoinstitutes gab es Ende 1984 in den bundesdeutschen Haushalten insgesamt ca. 300.000 verbreitete Videospiele-Konsolen und 1,8 Mio. Spielkassetten bzw. -module (zit. n. Media Perspektiven 4/1985, S. 311). Über die Zahl der zur Zeit existierenden Spiele und Spielvarianten gibt es keine genauen Angaben; Fritz schätzte Ende 1983 das Marktangebot auf ca. 300 verschiedene Spiele; nach Branchendiensten (Softwareführer 85) waren es 1985 deren 544. 1982 verfügten 8,2 % der bundesdeutschen Haushalte über Telespiele; 1984 waren es interessanterweise nur noch 6,4% (Daten zur Mediensituation 1983/1985), – ein Untersuchungsergebnis, das nur vor dem Hintergrund der veränderten Hardwareszene zu deuten ist. Denn die neuere Telespiel-Generation ist ja „Bestandteil“ von Mikro-Computern und die „Nur-Telespiel-Konsolen“ sind im Abnehmen begriffen (s. Anm. 47).

Für die Einschätzung der Verbreitung ist ferner noch der Umstand wichtig, daß gerade bei den neueren „Computerspielen“ nur die wenigsten Spiele von den Kindern/Jugendlichen (zum regulären Ladenpreis) gekauft werden. Horx (1984)

schätzt, daß auf jedes „Computerkind“ etwa hundert Spiele kommen, die zum überwiegenden Teil entweder getauscht, selbst geknackt oder als Raubkopie billig erworben worden sind; nach einer anderen Schätzung kommen je 10 (!) Raubkopien auf jedes im Geschäft verkaufte Spiel (Der SPIEGEL 32/6.8.1984, S. 49).

⁴⁹ An dieser Stelle scheint es sinnvoll, etwas zu den Typen von Video-Spielen zu sagen:

Fritz und seine Mitarbeiter 1983 unterschieden neun, allerdings nicht sehr trennscharfe, Typen: Pong-Spiele; Kämpfe und Schlachten; Sport; Autofahren; Gesellschaftsspiele; Futuristisches Gefechtsfeld; Labyrinth und Räume; Aufstieg; Abenteuer. – Eine einfachere Kategorisierung ist die von Möller und Uhrmeister (1983, S. 326): (a) „Eroberungsspiele“ –irgendetwas muß gegen den Widerstand von Feinden in Besitz genommen werden, z.B. »Donkey Kong«; (b) „Zerstörungsspiele“ (irgendetwas, nicht selten im Weltraum, das angreift oder auch nicht, etwas Belebtes oder Unbelebtes, muß zerstört, abgeschossen, eliminiert werden); die zahlenmäßig stärkste Gruppe; z.B. »Space Invaders«; (c) „Ausweichspiele“, etwas, eine Figur, muß durch viele Gefahren hindurch zum Ziel gebracht werden; z.B. »Pac Man«. Viele Spiele bieten indes mehrere dieser Elemente. – Seeßlen und Rost meinen, im Grunde ließen sich alle Spiele auf die „als Bildschirm-Simulation möglichen und bekannten Bewegungs- und Reaktionsformen zurückführen: die Bewegung in verschiedenen Geschwindigkeiten, um Hindernisse herum oder in vorgegebenen Bahnen (Autorennspiele, Slalom, Labyrinth); das Schlagen, einen Schlagabwehren oder einem Schlag ausweichen (Ballspiele, Boxen, Billard usw.); das Fressen, dem Gefressen-Werden entkommen »Pac Man« und schließlich das Schießen oder Schüssen ausweichen »Defender« (Seeßlen & Rost 1984, S. 33f). Verknüpft man diese vier Spielsituationen miteinander, sind eine Menge von Kombinationen möglich.

Laut „Softwareführer 85“ waren die insgesamt 544 auf dem deutschsprachigen Markt entdeckten Computerspiele den folgenden Kategorien zuzuordnen: Fantasy/Adventure (27,2%); Science Fiction (23%), Krieg (9,5%), Tiere/Caroons (12,3%), Glücks-, Brett-, Kartenspiele (11,2%), alle anderen erzielten unter 5% (zit. n. Geisler & Purmann 1985). (Zur Beliebtheit der Spiele im deutschsprachigen Raum vgl. Anm. 56).

⁵⁰ »Pong«, konstruiert 1971 von dem amerikanischen Student Nolan Bushnell, gilt als das erste Telespiel. „Furore machte es zunächst als Münzengrab-Spiel in den Penny Arcades, wo es auf vergleichsweise großen Bildschirmen ablief. „Pong“ bestand aus einem hin- und herfliegenden ‚Ball‘, zwei Elektronik-Striche waren die ‚Schläger‘, die man nach oben und unten bewegen konnte. Entscheidenden Einfluß auf das Spielgeschehen hatten natürlich die ‚Banden‘ am Bildschirmrand, von denen der Ball – Einfallswinkel gleich Ausfallswinkel – in’s Spielfeld zurückgeschleudert wurde. Das war’s auch schon, sieht man einmal davon ab, daß das Gerät verschiedenartige Pong-Geräusche von sich gab, wenn der Ball die Bande, den Schläger oder ins ‚Leere‘ traf. Immerhin war diese Gleichzeitigkeit von akustischem und optischem Geschehen ein ziemlich wichtiger Aspekt in der Entwicklung der Videospiele (...). Die Geschichte der Videospiele beginnt also mit einfachen, direkten Sportsimulationen; die Regeln sind bekannt und überschaubar (...).“ (Seeßlen & Rost 1984, S. 29f).

⁵¹ »Popeye, the Sailor«, ist ein 1929 von Elzie C. Segar kreierter amerikanischer Comic-Strip, in dessen Mittelpunkt der Matrose Popeye steht, der seine Kraft durch das „tonnenweise“ Vertilgen von Spinat gewinnt (– weshalb ihm die Spinatfarmer von Cristal City in Texas 1937 ein Denkmal errichteten). Ersten Zeichentrickfilmen für das Kino (immerhin über 200 Stück, die ersten unter der

Regie von Max Fleischer) folgten solche für das Fernsehen (seit 1959) und 1980 sogar ein allerdings erfolgloser Realfilm von Robert Altman). Zu den Hauptpersonen dieser Comic-Legende – „Popeye war der erste Superman der Groteske“ (Fuchs & Reitberger) – gehören weiter Olivia Oyl, die eher häßliche, ständige Verlobte von Popeye, die ihn ständig zu dominieren versucht, und der Freund Wimpy, der zur Symbolfigur für den Hamburger vertilgenden US-Amerikaner geworden ist. Mehrere Telespiele bedienen sich der Motive von »Popeye«.

⁵² Ein Grund für die Attraktivität der Video-(Tele-)Spiele liegt sicherlich darin, daß sie ein „junges“, d.h. „jugendeigenes“ Medium sind, auch wenn bestimmte Telespiel-Arten von Erwachsenen (manchmal) genutzt werden. Wie Video-Clips (s. Anm. 88) oder bestimmte Formen von Videofilmen sind die Telespiele ein Medium, das Erwachsene nicht „können“, nicht beherrschen, nicht meistern können oder wollen. Sie sind ein Weg und ein Mittel, sich von der Welt der Erwachsenen abzugrenzen, eigene Identität als Angehörige der Kategorie „Jugend“ zu gewinnen, sie sind Spielraum für „ungestörten“ Konsum mit der peer-group; sie bieten Möglichkeit, Leistung zu zeigen, Erfolge und Belohnungen (und zwar direkt durch das angezeigte Geschehen auf dem Bildschirm) zu bekommen, unabhängig von den durch die Erwachsenen-Kultur (speziell: Schule, Arbeitsplatz) vorgegebenen Standards, Normen und Riten. Dem entspricht auch, daß, wie Fritz (1985a, S. 120f) bei Befragungen von Kindern herausfand, 40% der Eltern Videospiele grundsätzlich ablehnen, und weitere 30% am Thema desinteressiert und für Diskussionen darüber nicht aufgeschlossen sind.

⁵³ »Space-Invaders« ist die „Urmutter der Weltraumspiele“ (Fritz), und wurde Ende der 70er Jahre entwickelt. „Taito, eine bislang unbekannt japanische Firma, erklärte Atari mit einem neuen Computerchip, einem Bildschirm mit mehr Zeilen, und dem Spiel ‚Space Invaders‘ den Krieg. Dieses Spiel stellt die Aufgabe, unzählige ‚aliens‘, Invasoren aus einer fremden Welt, mit einer Laserkanone abzuschießen. ‚Space Invaders‘, in Japan selbst schon ein so großer Hit – v.a. bei den Damen vom Kaffeekränzchen –, daß die japanische Bank 50-Yen-Stücke nachprägen muß, überschwemmt bis 1980 den amerikanischen Markt. Atari reagierte mit ‚Asteroids‘, einer Weiterentwicklung von ‚Space Invaders‘, bei der ein um 360° steuerbares Raumschiff im Krieg der Sterne andere Raumschiffe vernichten kann.“ (Bertlein 1982, S. 15)

Am Beispiel von »Space Invaders« schildert Schorb (1983a, S. 197f) anschaulich die Anforderungen, die ein typisches Tele-Spiel an den Spieler stellt, und die resultierenden Beanspruchungen: Hier „... konzentriert sich der Spieler auf eine Unmenge fremder Raumschiffe, die die Form stilisierter Insekten haben und über den Bildschirm wandern. In regelmäßiger Folge schießen die Schiffe in Richtung des Geschützes des Spielers und manchmal kreuzt das Mutterschiff der fremden Flotte – allerdings ohne selbst zu schießen – den Bildschirm. Der Spieler muß nun mit seinem Geschütz den Schüssen der Raumschiffe ausweichen und selbst versuchen, so viele fremde Schiffe wie möglich abzuschießen – das gibt Punkte („Scores“). Die feindlichen Raumschiffe steigern zugleich ihre Geschwindigkeit und kommen als Punkt immer tiefer an den unteren Bildschirmrand. Wenn sie nicht vorher abgeschossen werden, sind die fremden Eindringlinge auf der Erde gelandet; wenn sie mit ihren Schüssen das Geschütz, das mittels des Joy-Stick hin und her bewegt wird, getroffen haben, dann zerspringt dieses mit einem lauten Knall in tausend Lichtpunkte. Die Bewegungen der fremden Raumschiffe werden akustisch markiert durch ein synthetisches Geräusch, das den regelmäßigen Marschrhythmus einer Kompanie Soldaten nachahmt. – Die Umsetzung aller Reaktionen des höchst konzentrierten Spielers geschieht mit der Hand. Mit dem Spielknüppel wird das eigene Geschütz dirigiert, mit dem roten Schußknopf zur rechten Zeit ein feindliches Raumfahrzeug abgeschossen. Diese einseitige physiologische Belastung

des Telespielers wird für die meisten zum Problem. Wenn ich mich selbst und andere beim Telespielen beobachte, muß ich feststellen: telespielen verspannt und verkrampft. Zwar bewegen sich beim Spielen auch Arme, Beine und der ganze Körper, aber sie sind völlig dysfunktional, können zum Spielerfolg selbst nichts beitragen, stören eher. Das Ergebnis von zwei Stunden Spiel sind Schmerzen im Daumen und Handgelenk und ein steifer Hals vom gebannten Starren auf den Bildschirm. Ganz ähnliche Symptome zeigen auch die ‚Berufskrankheiten‘ von Bildschirmarbeitern. Telespielen – zumindest längeres – streßt auch geistig. Die ständige Konzentration auf die Koordination von Auge und Hand sowie das Starren auf den flimmernden Bildschirm belasten einseitig und haben Überspanntheit und Hypomotorik zur Folge.“

⁵⁴ Auch in der Bundesrepublik gibt es seit einiger Zeit eine Diskussion über die – befürchteten – negativen Wirkungen (Stichwort „Jugendgefährdungen“) „aggressiver“ Videospiele oder „Killer- & Ballerspiele“, und auch hier ist bemerkenswert, wie diese Diskussion früheren gleicht, in denen es um jeweils neue Medien ging, zu denen Jugendliche und Kinder Zugang haben bzw. haben könnten: also die Groschenromane der Jahrhundertwende (Beispiele bei Richter 1984), die Kinofilme in den ersten zwei Dezennien dieses Jahrhunderts (Beispiele bei Winterhoff-Spurk 1986, Kap. 1.2), die Comics (ein Abriss bei Kagelmann 1976), das Fernsehen (vgl. das oben erwähnte Buch von Mander 1979) und die Video-Horror-Filmen (vgl. dazu auch Rogge 1983).

Aufgeschreckt durch die seit etwa 1980 im deutschsprachigen Bereich spürbar zunehmende Verbreitung der Videospieleautomaten und Heim-Telespiele, und sensibilisiert durch die Diskussion um die Gefahren der Horror-Videos forderten Pädagogen und andere man die Eliminierung von als aggressiv machend erkannten bzw. kriegsverherrlichenden Videospiele, den „Killerautomatenspielen“.

Wieder steht man in der Frage der Beurteilung von Massenmedien bzw. ihren Inhalten vor dem Problem, daß eindeutige Wirkungen behauptet werden. Wie im Fall der früheren Diskussionen um Fernseh-, Kino-, Comics-Gefährdung ist auch jetzt wieder die Fiktion von einem klar umrissenen, durchschnittlichen Rezipienten die Vorstellung, der hilf- und hoffnungslos den Einwirkungen der Medien ausgesetzt ist, und sich als Folge dieser Beeinflussung zu einem sozial isolierten, sozial untüchtigen, sozial unkontrollierten, ja „süchtigen Videoten“ entwickelt. Typisch dafür ist der anonyme Beitrag „Heldenträume“ in der vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus herausgegebenen Elternzeitschrift „Schule & Wir“ 1984. Hier wird von den Videospieleautomaten als „letzter Eskalation einer Automatenindustrie“ gesprochen, die die „antiliberalen, autoritären Denkmuster aus der Mottenkiste des Darwinismus“ propagierten, zur Nachahmung erfolgreich vorgeführter Gewalttaten reizten, keinerlei positive Effekte zeitigten, eskapistische Tendenzen beförderten, Sprachlosigkeit bewirkten, und Rückzug aus der Gemeinschaft und Isolation förderten, – ohne daß auch nur ein seriöser Beleg für diese Annahmen präsentiert würde. Hier eröffnete sich für die (Medien-, Entwicklungs-, Sozial-) Psychologie eine wichtige Anwendungsaufgabe, nämlich zwischen „Verharmlosern und Apokalyptikern“ (Rogge) eine angemessene, objektive, differenzierte Analyse der Neuen Medien und ihrer Wirkungen zu geben.

⁵⁵ Selg analysierte 1983 die Ergebnisse der vorhandenen empirischen Untersuchungen zu den Wirkungen von Video-Automatenspielen (Meistermann-Seeger & Bingemer, 1971; Löhe, 1980; Mergen 1981; Schneekloth & Emsbach, 1982; Benesch 1980; Fritz 1982). Durchgängig fand er große methodische Schwächen, wie: zu kleine Stichproben, keine Langzeitstudien, auf Befragungen konzentrierte Studien, auf Kurzzeitwirkungen ausgerichtete Untersuchungen, und unklare Beschreibungen der verwendeten Methoden. Fazit: „Die Wirkungsforschung über

Video-Automaten steht völlig in den Anfängen. Aussagen über Langzeiteffekte sind z.Zt. noch nicht möglich (...). Die Wissenschaft kann in dem Streit um die Wirkung der Video-Automaten-Spiele keine voll befriedigende Auskunft geben. Die einschlägige Theorienbildung ist unterentwickelt (...). Schädigende Einflüsse sind z.Zt. weder nachgewiesen noch auszuschließen; endgültige Aussagen verbieten sich daher gegenwärtig noch...“ (Selg 1983, S. 14f).

⁵⁶ Lange Zeit internationaler Spitzenreiter in der Beliebtheit war laut den meisten Veröffentlichungen das relativ wenig aggressive »Pac Man« (s. Anm. 63). Über die Beliebtheit der verschiedenen Spielsorten bzw. Spiele im deutschsprachigen Bereich gibt es nur wenig Zahlen. a) Arkadenspiele: Es heißt, daß in den etwa 600 westberliner Spielhallen die Schießspiele ca. 60% und Spiele, in denen man sich gegen die Angriffe von Gespenstern und Ungeheuern zur Wehr setzen muß, weitere 25% der Automatenspiele ausmachen (Liebel 1983, S. 26). Gegen die zunächst relativ plausibel anmutende Annahme, daß vor allem „aggressiv“ getönte Spiele in den Arkaden zu finden sind, spricht die Feststellung, daß 1984 das beliebteste Video-Automatenspiel der elektronische Mehrkampfsport »Hyper-Olympics« gewesen sein soll (Hafenecker & Kolfhaus 1985, S. 143). b) Home-Spiele. Auch bei den heimischen Telespielen sind nicht unbedingt die Schießspiele die „Renner“: Z.B. soll das relativ unaggressive »NLF-Football/Fußball« von Mattel 1981 auf Platz 3 der „US-Top Video Games“-Hitliste gelegen haben (Videoplay 9/1982, S. 67). – 1982 waren unter den zehn meistverkauften Home-Spielen des Marktführers Atari: sechs Schieß-, drei Verfolgungsspiele und ein Sportspiel. – In der Untersuchung von Lukesch (1985) nannten, auf ihre „Lieblings“-Videospiele angesprochen, die Befragten an erster Stelle die Kategorie „Labyrinth“, dann „Aufstieg“, „futuristische Spiele“, „Sport“, „Schluchten/Kämpfe“. Indizierte Spiele waren mit 3,7% sehr selten.

⁵⁷ »Breakout« ist ein Spiel, das als Weiterentwicklung von »Pong« (s. Anm. 50) betrachtet werden kann; es ähnelt dem Squash: Ein Ball muß mit dem Schläger aufgefangen und gegen eine Wand geschlagen werden.

⁵⁸ s. Anm. 80

⁵⁹ Erstmals wurden am 6.12.1984 von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften drei gewalttätige Telespiele wegen ihres kriegsverherrlichenden Charakters indiziert; Ende 1986 waren 16 Video-, Computer- und Automatenspiele, v.a. Kriegs- und Kampfspiele auf dem Index: »Battlezone, Beach Head I/II, Raid over Moscow, Blue Max, River Raid, Seafox/Seawolf, Skyfox, Desert Fox, F15 Strike Eagle, Green Beret, Rambo, Speed Racer, Stalag I, Tank Attack, Paratrooper«. Zu diesen Spielen schreiben Geisler und Purmann (1986): „Die Qualität der Rechner für den Heimgebrauch ist jetzt so weit entwickelt, daß es neben den elektronisch erzeugten Bildschirmblutflecken »Speed Racer« oder Todesschreien »Beach Head II« auch möglich geworden ist, Kriegssimulationsspiele aus der Kanzel eines Kampfflugzeuges zu führen »F15 Strike Eagle«. Der Verfremdungseffekt des Flugsimulators durch die oberflächige grafische Darstellung der gegnerischen Ziele (Kommandozentrum, Flugplätze, Abschußrampen, gegnerische Kampfflugzeuge) entspricht eher der Realität der modernen Kriegsführung; denn die findet auch in erster Linie am Bildschirm (Radarschirm) statt (...). Zwei Beispiele:

Bei »Raid over Moscow/Überfall auf Moskau« ist es Aufgabe des Spielers, über insgesamt sechs Spielsequenzen als Staffelführer sein Kommando zu einem wirksamen Selbstmordkommando zu führen. Der Atomraketenangriff der Sowjetunion gegen die Vereinigten Staaten und Kanada ist zu vereiteln. Wenn es dem »Verteidiger« gelingt, die sowjetischen Städte Leningrad, Minsk und Saratow zu

zerstören, so ist die Verteidigungskraft der Sowjetunion um 10 Jahre „zurückgebombt“. Gelingt der „Gegenschlag“ innerhalb der vorgegebenen Zeit nicht, so wird eine amerikanische Stadt (z.B. Atlanta oder Miami) zerstört. Auf einer Weltübersichtskarte kann der Einschlag mit dem realitätsnahen Atompilz beobachtet werden. Die Zerstörung wird auf dem Bildschirm dokumentiert („Atlanta destroyed“). Das Geräusch der Atomexplosion kann von dem Spieler je nach Bedarf eingestellt werden. Auch eine Nahkampfszene ist eingebaut. Hier sind auf dem Moskauer Roten Platz Soldaten von der „Verteidigungsmauer“ herunter zu schießen. Alle Vernichtungsaktivitäten werden mit einer entsprechenden Punktausbeute belohnt. Im Spiel »Stalag« (= einer Abkürzung für das Wort Straflager) ist es Aufgabe des Spielers, die Flucht der Gefangenen durch einen Tunnel zu verhindern. Gelingt dieses, so ertönt die deutsche Nationalhymne. Um auch ja keine falschen Assoziationen aufkommen zu lassen, wird in einem Standbild zu Beginn des Spiels die Karikatur eines deutschen Weltkriegs-II-Soldaten (Stahlhelm, Hitlerbärtchen, Stechschritt) gezeigt. Daneben steht ein Hund mit dem eisernen Kreuz. Je mehr Fluchtversuche vereitelt werden, desto höher ist die Punktausbeute.“ – Das gleichfalls wegen „Kriegsverherrlichung“ indizierte Simulationsspiel eines amerikanischen Kampfflugzeuges vom Typ „F 15“ ist weltweit 700.000 mal verkauft worden (Birnbauer 1987; zu »Battle Zone« vgl. auch Fritz 1985a, S. 96f).

Die bundesdeutsche Industrie reagierte auf die massiver werdenden öffentliche Vorwürfe und fand sich 1982 zu einer „Automaten-Selbst-Kontrolle“ (nach dem Vorbild der Filmindustrie) zusammen. Angeblich sind zwischen 1982 und 1985 über 220 Videospiele begutachtet und davon 20% als nicht-jugendgeeignet deklariert worden (Hafenecker & Kolfhaus 1985, S. 150).

⁶⁰ Sowohl bei Videospiele als auch bei der Computernutzung gibt es eindeutige geschlechtsspezifische Trends, in den USA wie in der BRD: In den Spielhallen dominiert das männliche Geschlecht deutlich; nur wenige Frauen und Mädchen werden dort angetroffen (Kiesler u.a. 1983; Mergen 1981, S. 61). Wenn Mädchen sich mit Videospiele beschäftigen, dann im privaten Kreis, zu Hause (Pescher & Stier 1986). Jungen wählen häufiger als Mädchen Abenteuer-Spiele; die Spiele allgemein verlieren für Mädchen eher (ab 11) als für Jungen (ab 13 Jahren) an Attraktivität (Weber 1983). 73,5% der Mädchen, aber 90,9% der Jungen gaben in Lukesch's (1985) Befragung an, bereits mindestens einmal mit Video- (Tele-, Computer-) Spielen gespielt zu haben. Wenn gespielt wird, dann beschäftigen sich mehr Jungen als Mädchen am häufigsten und längsten mit Video-Spielen. Jungen besitzen auch mehr eigene Kassetten. – Befragt man Jugendliche nach ihrer Meinung zu den Spielen, dann werden Feststellungen, die auf eine positive Einstellung gegenüber Video-Spielen schließen lassen, von männlichen Befragten deutlicher befürwortet als von weiblichen. Bundesdeutsche männliche Jugendliche bevorzugen Spiele der Kategorien „Schlachten“, „Futuristische Spiele“, „Abenteuer“ (Lukesch 1985, S. 97).

Ähnliche Ergebnisse finden sich für die Verbreitung von Computern und die Wahrnehmung von Computern: Mädchen besitzen signifikant seltener und wünschen sich weniger oft einen Computer als Jungen; Mädchen verbringen weniger Zeit am Gerät; Jungen erwarten mehr Positives vom Computer als Mädchen (Bauer u.a. 1985).

Fritz (1985a, S. 73) machte die Beobachtung, daß weibliche Spieler Spiele mit hohem Spielwert und geringerem Leistungsdruck (»Pac Man«, lustige Abenteuer-Spiele) vorziehen und aggressivere Spiele mit hohem Leistungsdruck bei geringerem Spielwert ablehnen; bei männlichen Spielern ist es genau umgekehrt. Offensichtlich nehmen Mädchen und Frauen das Videospiele allgemein und bestimmte Typen von Spielen (wie z.B. auch „Weltraumspiele“) als etwas „grundsätzlich Aggressives“ an (siehe dazu auch die im Text erwähnten Unter-

suchungen von Malone 1980/1981). Dies könnte ein entscheidender Faktor dafür sein, daß Frau dieses Medium „Videospiele“ (und das damit assoziativ verknüpfte Medium „Computer“) zurückhaltend nutzt oder sogar ängstlich vermeidet. Greenfield (1987b, S. 27f). Dies hat möglicherweise die Auswirkung, daß das Umgehenkönnen mit Computern, wie es wahrscheinlich für alle Jugendliche in der Zukunft notwendige Basisfähigkeit sein wird, oder anders formuliert, daß Mädchen und Frauen zu „Bürgern zweiter Klasse“ werden könnten (Kiesler, Sproull & Eccles 1983). Geschlechtsspezifische Differenzen in den für Videospiele und Computerarbeit notwendigen Fähigkeiten scheinen dabei eine geringere Rolle zu spielen; jedenfalls fanden Griffith u.a. (1983) keine Unterschiede in der Auge-Hand-Koordination bei einem Sample von Studenten (s.a. Anm. 62). – Spezielle Computerkurse für Mädchen/Frauen anzubieten, wie es hierzulande viele Organisationen schon tun, könnte an der geschilderten Situation etwas ändern, und vielleicht wäre es auch sinnvoll, wenn von Frauen programmierte „non-macho-games“ entwickelt würden (Kiesler u.a., aaO.). Über den Stand der Diskussion in der BRD informiert das vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft in Auftrag gegebene Gutachten „Computerkultur und weiblicher Lebenszusammenhang“ (Schiersmann 1987).

61 »Donkey-Kong« ist ein nach dem Motiv des Films »King Kong« ausgedachtes Telespiel ‚in vier Akten‘ (Bildern) um einen großen Affen, der ein Mädchen raubt, wobei dieser vom Spieler über Treppen und Gerüste verfolgt werden muß. Typisch für die Weiterentwicklung der ersten Telespiel-Generation ist hier die Idee, daß der Spieler das erste „Bild“ schaffen muß, um zu einem zweiten, anderen vordringen zu können, das zu bewältigen in der Regel schwieriger ist als das vorhergehende. »Donkey-Kong« war auch in Deutschland eines der unter Kindern beliebtesten Spiele (Hengst 1985, S. 17).

62 Der bekannteste Beitrag zu der Frage, ob Telespielen verbesserte sensumotorische skills bewirkt, ist eine wohl zuerst in der Frankfurter Rundschau vom 16.3.1982 verbreitete Meldung, derzufolge der US-amerikanische Präsident Reagan vor Studenten in Orlando (Florida) ausgeführt haben soll: ‚Ich habe kürzlich etwas Interessantes über Video-Spiele gehört. Viele junge Leute haben eine unglaubliche Geschicklichkeit in der Koordinierung von Hand, Auge und Hirn bei diesen Spielen entwickelt. Die Air Force glaubt, daß diese Kinder aussergewöhnlich gute Piloten sein werden, wenn sie einmal unsere Jets fliegen‘. (zit. n. Setter 1983, S. 28). Dem entspricht auch eine Zeitungsmeldung aus den USA, wonach das Verteidigungsministerium die Aufstellung von Telespielen in Universitätszentren in der Hoffnung unterstützt, mehr und bessere Rekruten zu bekommen (n. Kraus 1985, S. 55). Allerdings liegen bisher erst wenige empirische Untersuchungen zu der Frage vor, ob durch Videospiele tatsächlich bestimmte Fähigkeiten, wie etwa die Auge-Hand-Koordination, verbessert würden. Griffith und seine Mitarbeiter (1983) stellten zwar tatsächlich eine Überlegenheit von Spielern gegenüber ‚video game nonusers‘ fest, glauben aber, daß dies auf die Tatsache zurückzuführen ist, daß die Videospiele in erster Linie die Jugendlichen anziehen, die schon ausgeprägt gute Auge-Hand-Koordination ‚mitbringen‘ würden, während Jugendliche, bei denen dies nicht der Fall ist, vermutlich andere Freizeitbeschäftigungen vorziehen würden.

63 »Pac Man« wurde 1980 in Japan entwickelt. (Der Name kommt vom japan. ‚paku paku‘, was so viel wie ‚mampf, mampf‘ heißen soll.) Dieses Spiel gilt als ‚der sanfte Rebell der Videospiele‘, weil es einen Gegenmythos zu den bis dahin erfolgreichsten Videospiele, den Weltraum-Ballerspielen, bildet (Seeblen & Rost 1984, S. 94). »Pac-Man« war ein außerordentlich erfolgreiches Telespiel, erst als

Arkadenspiel, dann als Heim-Videospiel. 1982 wurde das von Atari vertriebene Heim-Videospiel insgesamt neunmillionenmal als Kassette verkauft; man kann daher heute von einem „Kult“-Spiel sprechen, das für die Computer-Sozialisation von hunderttausenden von Kindern und Jugendlichen wesentlich gewesen ist. »Pac-Man« ist auch das Videospiel, bei dem am deutlichsten wird, daß Videospiele (häufig) „extrem komprimierte Märchen (sind)“. Es ist die alte, stets neue Geschichte vom Verfolgten, der ein Wundermittel findet, um sich so zu verwandeln, daß er sich gegen seine Verfolger wenden und Rache nehmen kann“ (aaO., S. 97f); viele Mythen-Elemente (wie z.B. das Labyrinth; das Gefressenwerden und Überleben; das Verwandeln und verwandelt werden) finden sich in den Videospiele. (Für eine ausführliche Analyse von »Pac-Man« siehe Seeblen & Rost 1984, S. 94ff.; sowie Loftus & Loftus 1983, Kap. 2.)

64 Robert Altman erlangte mit »M.A.S.H.«, einer Satire auf den Militärbetrieb im Korea-Krieg, Weltruhm. Für den Erfolg dieses Filmes war eine neuartige Struktur maßgeblich, die er in seinen späteren Filmen immer wieder verwendete: „Keine durchgezogene Handlung, sondern ein Gewebe ineinandergreifender Stories. Mosaikartig fügen sich die Details zum Gesamtbild, dessen Entwurf wichtiger ist als die einzelnen Episoden“ (Knorr 1976, S. 286). Dies gilt besonders für den 1975 gedrehten Film »Nashville«. Die Handlung spielt in der gleichnamigen Stadt, die wichtigste Zentrum der Country-&-Western-Music ist: „24 Hauptpersonen und 27 Songs sind das Leitmotiv der episodisch zersplitterten Expedition in den geräuschvollen Supermarkt der Bilder und Töne, Politik und Gewalt, Hoffnungen und Niederlagen. Hineingewoben in das bunte Musiktreiben ist die Wahlkampagne des Präsidentschaftskandidaten Hal Philip Walkers (...)“ (ebda.).

65 »Defender«: „Nach Aussendung von ‚Freundschaftssignalen‘ ins All kommen Außerirdische, um die Erde in Besitz zu nehmen und die Menschen zu versklaven. Die Rettung der Erde und der Menschen liegt allein bei Ihnen, denn Sie sind Pilot des ‚Defender‘, eines Abfangjägers. In verschiedenen Angriffswellen kommen Köder, Bomber, Lander, Gondelschiffe und Schwärmer, die zerstört werden müssen. Außerdem haben Sie zu verhindern, daß Menschen entführt, zu ‚Mutanten‘ gemacht und dann als Angreifer zurück auf die Erde kommen. Am oberen Bildschirmrand befindet sich der sogenannte ‚Abtaster‘, eine Art Radarschirm, mit dem Sie sich orientieren können und sehen, wer und was auf Sie zukommt.“ (Huff 1983, S. 39). – „Wie kann man Realistik des Geschehens und Engagement der Spieler noch weiter steigern? lautete immer wieder die Frage in den Entwicklungslabors der Firmen (...). Der Beweis hieß ‚Defender‘. Da gab es 250 verschiedene Farben auf dem Bildschirm. Und einen Radar-Scanner, der das Geschehen rechts und links vom Bildschirm mit ins Spiel einbezog. Und acht Angreifer mit klar definierter Charaktereigenschaften. Zum erstenmal wurde außerdem ein graphischer Trick angewandt, den die Fachleute ‚dynamic color‘ (...) nennen. Die Laserschüsse (...) beispielsweise sind dynamisch koloriert, d.h., sie wechseln in einem bestimmten Zyklus ständig die Farbe“ (Seeblen & Rost 1984, S. 86f).

66 Auch auf vielen bundesdeutschen Flughäfen gibt es »Tranquility Base« bzw. »Moon Lander«. IBM hat in den Wartehallen Computerstände aufgebaut, auf denen man kostenlos Videospiele kann.

67 »Star Raiders« kann man als ein Spiel der zweiten Generation der Weltraumspiele bezeichnen, insofern als es schon Simulationselemente enthält und nicht mehr nur reaktive Geschicklichkeit testet (Fritz 1985a). „Spielidee: Zerstören Sie die Flotte der Krylonen, die sich ansammelt, sämtliche Sektoren der Galaxis zu besetzen und dabei natürlich irdische Raumstationen eliminiert. Damit sammeln

Sie Punkte und bekommen nach einem bestimmten Schlüssel zur Belohnung einen Rang, je nachdem, in welcher Zeit und in welcher Schwierigkeitsstufe Sie die Aufgabe gelöst haben (...)" (Huff 1983, S. 60f).

⁶⁸ „Ursprünglich ‚friedliche‘ Asteroiden stehen unter der Kontrolle eines Furcht und Schrecken verbreitenden Roboters („Zaxxon“). Mit einem Kampfraumschiff überfliegt man die planetengroßen Asteroiden, versucht, feindliche Objekte muß dabei möglichst oft Treibstoff nachtanken, gerät in Flugschlachten im All außerhalb der Asteroiden und hat es schließlich, bevor eine neue Runde beginnt, mit dem Roboter ‚persönlich‘ zu tun.“ (Andersen 1983, S. 113). – „Zaxxon“, das Weltraumspiel mit dem verblüffenden 3-D-Effekt, markiert den Anfang einer weiteren zukunftsweisenden Entwicklungsrichtung. Hier haben versierte Computergreifer erstmals ein Prinzip angewandt, das sie ‚Tapetentechnik‘ nennen und das zusammen mit einer raffinierten perspektivischen Darstellung dem Spieler Dreidimensionalität vorgaukelt. Der Effekt kommt zustande durch eine dem Spielgeschehen unterlegte, über fast den ganzen Bildschirm reichende Dekoration („Tapete“), die unverändert bleibt und nicht mit der Spielfigur, zum Beispiel dem Raumschiff des Spielers, in Interaktion tritt. Daß er sich in Wahrheit nicht in einem dreidimensionalen Raum bewegt, merkt der Spieler meist erst dann, wenn die Schüsse seiner Bordkanone viel zu hoch oder zu tief sitzen – einfach weil echte Höhenbezugspunkte fehlen. Der Tapetentrick wird dennoch in Zukunft Schule machen, gemessen an ‚Zaxxon‘ wirkt das Bild vieler Spiele aus der Zeit vorher zu dürrig und zu leer.“ (Blumenschein & Blumenschein 1982, zit. n. Seeßlen & Rost 1984, S. 87).

⁶⁹ Neuere Untersuchungen (von Gagnon 1985/86; Brannon & Lohr 1985; Pezdek u.a. 1986 und Greenfield, die bei Greenfield 1987b zitiert werden, bestätigen, daß Videospiele räumlich-visuelle Fertigkeiten verbessern. Vor allem Videospiel-Novizen und weibliche Spieler brachten nach z.T. längerer und intensiverer Tätigkeit (mit Spielen wie »The Empire Strikes Back« erheblich verbesserte Resultate in entsprechenden Tests (wie „mental paper folding“) hervor.

⁷⁰ Die „Computer-Camps“ sind eine Idee, die etwa 1980 in den USA aufkam, wobei die großen Firmen IBM und Atari die Vorreiter waren; in der BRD gibt es sie schon seit 1983, wie z.B. im Ferienzentrum Schloß Dankern im Emsland, an dessen Gestaltung immerhin die Pädagogische Aktion München beratend mitwirkt. Die Nachfrage sei weitaus größer als das Angebot, berichtete Der SPIEGEL 1983, und: „Den Leitern ist die Begeisterung der kleinen Zauberlehrlinge fast unheimlich: ‚Denen muß man mittags mit Gewalt den Stecker rausziehen.“ (Schmidt-Klingenberg 1983). Eine erste private Computer-Schule für Kinder wurde im März 1984 eröffnet (Päd. Extra 9/87, S. 39); und Computerferien für Erwachsene und Kinder sind zu einer modischen Reiseform mit wachsendem Zuspruch geworden (Süddeutsche Zeitung, 11.8.1984): unter dem Stichwort „happy computing“ wird Kindern BASIC, LOGO u.a. gelehrt.

⁷¹ Zum Einsatz von Automaten-Spielen zu rehabilitativen Zwecken vgl. auch Arenson u.a. 1980; Wong u.a. 1983; Buckalew & Bowman-Buckalew 1983; Kielhofner & Miyake 1981; weitere Anwendungsbereiche von Video Game Therapy beschreiben auch Loftus & Loftus 1983 (S. 146ff.), die von interessanten Untersuchungsergebnissen von Lynch 1981 berichten: es wurden ‚dramatische‘ Verbesserungen in verschiedenen motorisch-perzeptuellen Tests bei lernbehinderten Kindern festgestellt. Zur Verwendung von Videospiele im (psycho-)therapeutischen Kontext vgl. ferner Heilveil 1984 (S. 48ff.) sowie Benesch 1980.

^{71a} Die in diesem Kapitel erwähnte Computer-Software ist für Apple II bestimmt und umfaßt die folgenden Hersteller: B. Budge, Pinball Construction Set (Piedmont, CA.: Budge Co., 1982); Children's Computer Workshop, Taxi (Fort Worth, TEX.: Radio Shack, 1983); S. Dugdale, Green Globes, in Graphing Equations (Conduit, University of Iowa, Iowa City, 1981); A. Greenberg & R. Woodhead, Wizardry (Ogdensburg, NY: Sin-Tech Software, 1981); W. Robinett, Rocky's Boots (Portola Valley, CA: Learning Co, 1982); S. Warner, Castle Wolfenstein (Baltimore: Muse Software, 1981); S. Warner, Robot Wars (Baltimore, Muse Software, 1981).

⁷² In den USA waren 1980 31.000, 1982 schon 96.000 Mikrocomputer in den Grund- und Sekundarschulen eingesetzt und es wurde – 1984 – geschätzt, daß 1985 etwa 650.000 Mikrocomputer in den Schulen stehen würden. Auch in vielen Kindergärten gibt es schon Computer, wenngleich die didaktischen Möglichkeiten und Einsatzformen eher bescheiden beurteilt werden müssen (vgl. Dichanz 1985). Zur Verbreitung von Computern in den bundesdeutschen Schulen: Versuche mit Computern in der Schule gibt es in einzelnen Bundesländern, wie NRW und Hamburg, schon seit 1972; gegenwärtig führend ist das Bundesland Baden-Württemberg (das als erstes Bundesland den Einsatz von Computern im Lehrplan verankert hatte); hier sind Computer (1985) in 92% der Gymnasien, in 96% der kaufmännischen Schulen zum Lehrstoff zu finden; in Bayern waren es Anfang 1985 95% aller staatlichen Gymnasien, 60% aller Realschulen und 70% aller Wirtschaftsschulen. Lt. einer Umfrage der Aktionsgemeinschaft „Mikrocomputer an Schulen“ wurden gegen Ende 1984 rund 50.000 Computer in deutschen Schulen, durchschnittlich also 2,5 Geräte pro Schule, verwendet (Süddeutsche Zeitung, 10.12.1984), – was, verglichen mit den USA, nicht eben viel ist. Wirtschaft und Politik gehen in ihrem Bemühen, mehr Computer in die Schule zu bringen, in der BRD Hand in Hand (so z.B. bei den Aktionen „Bildung und Computer“ (1984) und „Computerkurse für Mädchen“ (1985). Für Bayern verkündete im Mai 1987 Kultusminister Zehetmair, daß von 1988 an allen Schülern in Bayern „informationstechnische Grundbildung“ vermittelt werde (Süddeutsche Zeitung, 23.5.1987). „Eine Revolution des Unterrichts steht demnach bevor“, prognostizierte der SPIEGEL 1984 (47/1984, S. 103) angesichts der sich abzeichnenden Veränderungen an den bundesdeutschen Schulen, – wobei allerdings auf eine gerade in der BRD seit einigen Jahren sehr intensiv geführte Kritik an der „Aufrüstung“ der Schulen (und der Gesellschaft allgemein) mit Computern hingewiesen werden muß (vgl. z.B. v. Hentig 1984, Eurich 1985, Volpert 1985).

Computer sind aber auch Privatbesitz von Schülern/Jugendlichen: Nach einer Studie des Instituts für Schulentwicklungsforschung der Universität Dortmund von 1985 besitzen 14% der 13-16jährigen Schüler Heimcomputer und benutzen 26% der Befragten ihn mehr oder weniger regelmäßig. Jeder 5. dieser Jugendlichen sitzt mehr als 6 Stunden in der Woche vor dem Medium (Süddeutsche Zeitung, 22.6.1986). 1985 wollten einer Untersuchung des Verlages Gruner & Jahr zufolge 430.000 der 14-29jährigen einen Homecomputer, 520.000 einen Personal Computer, in den nächsten beiden Jahren* anschaffen. In diesen Zahlen drückt sich schon die Verschiebung des Käufer-Interesses von den anspruchlosen, in ihren Möglichkeiten sehr beschränkten ‚billigen Kisten‘ zu aufrüstbaren, multifunktionalen PCs aus (Süddeutsche Zeitung, 19.11.1985). Bauer u.a. (1985) führten eine schriftliche Befragung von über 1000 Schülern dortmunder Hauptschulen und Gymnasien durch, mit folgenden Ergebnissen: 14% haben einen eigenen Computer, 21% einen in der Familie zur Verfügung; am häufigsten wird auf dem Computer „gespielt“ (32%), dann folgt mit 17% die Nutzung fertiger Programme. Die meisten Schüler (43%) sitzen 1-3mal in der Woche am Computer; jeden Tag nur 16%; mehr als 7 Stunden in der Woche

verbringen nur 18% am Computer. – Allgemein ist die Zustimmung zum Einsatz des Computers in der Schule sehr hoch, nur 15% der Befragten waren der Meinung, daß Computer nicht in die Schule gehörten. – „Die Bewertungen der Jugendlichen sind positiver als die der Gesamtbevölkerung (...). Eine Erleichterung im Alltag sehen 44% der Befragten, 38% denken nicht, daß der Computer eine Hilfe sein könnte. Als Freizeitbereicherung sehen ihn 45%, während 40% dies ablehnen. Ein Mittel, persönliches Wissen zu erweitern, ist der Computer für 70% der Jungen und Mädchen. Die Gefahr der Verkümmern zwischenmenschlicher Beziehungen sehen 49%; 24% können dem nicht zustimmen. Für 37% bedeutet der Computer eine Hilfe zur besseren Überwachung, auch daß durch den Computer die persönliche Freiheit verringert wird, ist für 41% gegeben (...).“ (Bauer u.a. 1985, S. 27). – „Vorhandensein eines Computers im Haushalt und persönlicher Besitz eines Computers variieren offenbar nicht in Abhängigkeit von der sozialen Herkunft der Jugendlichen und der Bildung ihrer Eltern. Bei den Schulleistungen ist festzustellen, daß die leistungsstarken Schüler seltener einen Computer besitzen oder benutzen als die leistungsschwachen“ (aaO., S. 44).

^{72a} Los Angeles Times, 28.6.1983

⁷³ Über Einsatzmöglichkeiten im deutschsprachigen Bereich informieren die Beiträge in Mandl & Fischer (1985); so z.B. Härtel (1985) über Computerprogramme für den Physikunterricht. (Eine ausführliche Liste von Computerprogrammen sowie didaktisches Informationsmaterial kann beim Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften (IPN) an der Universität Kiel angefordert werden.)

^{73a} Die Übersetzung und die Redaktion dieses Buches wurden mit dem Textverarbeitungsprogramm Word 3.0 auf einem IBM AT-PC geschrieben.

⁷⁴ Vgl. dazu eine Äusserung eines erfolgreichen Fernsehautors: Krier 1982 (S. 4).

⁷⁵ Das Umgehenkönnen mit dem Computer wird als „computer literacy“ bezeichnet oder als „Vierte Kulturtechnik“ – neben Rechnen, Schreiben und Lesen (Der SPIEGEL, November 1984). Dieser Begriff der computer literacy ist von der Wirtschaft wie den Bildungspolitikern begeistert aufgenommen worden und gehört heute zum Standardrepertoire einschlägiger Reden – „Die Schule wird sich zunehmend fragen müssen, welche Inhalte zu einer zeitgerechten Allgemeinbildung gehören. (...) Kann die Schule heute noch auf ‚computer literacy‘ verzichten, auf ein Mindestmaß also an Kenntnissen über die neuen Informations- und Kommunikationstechniken und Fähigkeiten zu ihrer Anwendung?“ (Staatsekretär Piazzolo vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft, 1985, S. 5). Ein ernstzunehmender Kritiker der Computer-Euphorie wie Joseph Weizenbaum hält die „computer literacy“ allerdings für eine ebenso überflüssige wie künstliche Erfindung: „Für mich ist computer literacy eine Version des Körpergeruchs (...). Vor vielen Jahren erfanden einige Pharmakonzerne das Deodorant. Um Deodorant im Werte von Milliarden und Abermilliarden Dollars zu verkaufen, mußten sie ein Problem erfinden, das durch das Deodorant gelöst wurde. Also erfanden sie den Körpergeruch (...). Nun hat irgendjemand eine funkelnagelneue Geisteskrankheit erfunden, die ‚computer illiteracy‘, den Computeranalphabetismus. Man hat sie zu einer höchst gefährlichen Krankheit erklärt, und Eltern sind überzeugt, daß ihre Kinder schrecklich benachteiligt sein werden, wenn sie nicht gegen diese entsetzliche Seuche geimpft werden.“ (zit. n. Helms 1984, S. 43)

⁷⁶ Über den bescheidenen Wert von BASIC für die Schule sind sich Computerkritiker (wie Joseph Weizenbaum) und Computer-Enthusiasten (wie Seymour Papert) erstaunlich einig. Weizenbaum sagte: „Wer hat in Amerika und sicher auch hier

die Entscheidung getroffen, daß gerade BASIC gelehrt wird? Das muß doch jemand gewesen sein, der absolut nichts von Computern versteht. BASIC ist eine Katastrophe. Es ist eine Sünde, daß das erfunden wurde. Nur Leute, die überhaupt nichts von Computern verstehen, glauben, daß das Kindern irgendwie gut tun kann. Programmieren in BASIC ist genauso, als ob man versucht, mit römischen Zahlen zu rechnen: Wie viel ist XXXI mal V? Es kann so gerechnet werden. Es ist schwer. Es kann so programmiert werden in BASIC. Aber es ist eine absolute Katastrophe. Das zeigt uns, daß diejenigen, die den Computer in die Schule eingeführt haben, einfach nicht kompetent sind.“ (Betrifft Erziehung 4/1985, S. 30).

⁷⁷ Mensch-Maschine-Mensch. Greenfields These von der Wertneutralität von Videospiele, Computern und Fernsehen entspricht einer (auch in der BRD) weitverbreiteten technokratischen Ideologie, die den Zusammenhang zwischen Form und Inhalt, zwischen technologischem Medium und den davon ausgehenden Formungen und Disziplinierungen des Verhaltens nicht analysiert. In diesem Zusammenhang ist auf eine in der BRD intensiv geführte Diskussion zu den grundlegenden Veränderungen der Sozialität durch Maschinensysteme aufmerksam zu machen. Es geht um die Beziehung zwischen Mensch und Maschine, bzw. Mensch und Computer, um die Frage, ob die Maschine als etwas dem Menschen Äußerliches dargestellt werden kann. In neueren Diskussionsbeiträgen zu dieser Thematik, die im Kreis um den Sozialwissenschaftler Arno Bammé geleistet werden, wird darauf hingewiesen, daß Technologie in erster Linie als „gegenständlich gewordene Widerspiegelung der menschlichen Seele in die Natur“ zu verstehen ist. Der Mensch war vor der Maschine und die Maschine existiert deshalb, weil „maschinenhaft“ Denken ein Teil der menschlichen Persönlichkeit – zumindest der westlich-abendländischen – ist. Die sozialstrukturellen Bedingungen des modernen „zivilisierten“ Lebens erfordern zusehends „maschinenhafte“ Verhaltensweisen (mit oder ohne Maschine). So finden sich die zentralen Eigenschaften der Maschine wie Berechenbarkeit, Regelmäßigkeit und Eindeutigkeit beispielsweise im militärischen Drill (vgl. dazu den vielsagenden Begriff „Kriegsmaschine“) oder in bestimmten professionellen Abläufen wie etwa der öffentlichen Verwaltung („die Mühlen der Bürokratie“, die „Justizmaschine“ o.ä.). Das wesentliche der „Maschine“ ist so nicht ihre körperlich-materielle Erscheinung, sondern der „Algorithmus“, die festgelegte Abfolge von determinierten und eindeutigen Schritten. Die universelle Maschine (inklusive ihrer Sonderform der materiellen Maschine) stellt somit einen Teil menschlicher Psycho- und Sozialstrukturen dar, was nicht heißt, daß die Maschine keine Unabhängigkeit von Menschen und damit keine Macht über ihn erlangen kann. Maschinen und die aus ihnen gebildete technologische Zivilisation entwickeln sich – erst einmal in Gang gesetzt – dynamisch und eigengesetzlich und erzwingen in der Folge die Anpassung des Menschen. Zwei gegenläufige Prozesse lassen sich unterscheiden: Zum einen „entlastet“ die Maschine den Menschen von seinen „maschinellen“ Persönlichkeitsbestandteilen und lagert sie aus (sehr deutlich wird dies in der Entwicklung der modernen Computertechnologie), zum anderen führt die technologische Zivilisation zur zunehmenden Überbetonung der „maschinellen“ Anteile des Menschen, d.h. zur zunehmenden Standardisierung von Erlebens- und Interaktionsprozessen. Da diese Standardisierung wichtiger Bestandteil und Voraussetzung der industriellen Produktion und der Steuerung sozialer Massengesellschaften ist, erfüllt die moderne Technologie entscheidende Funktionen bei der psychologischen Anpassung der Individuen an eine Gesellschaft, in der rational-kapitalistische Logik als Handlungsprinzip dominiert. Die Wechselwirkung zwischen Mensch und Maschine läßt sich somit jeweils nur vor dem Hintergrund der sozialstrukturellen Bedingungen ausreichend beschreiben (vgl. Bammé u.a. 1982; 1983; 1987).

⁷⁸ Eine der Schülerinnen dort drückte es so aus: „Die Schüler sind jetzt ganz klar mehr daran interessiert, mit dem Computer zu arbeiten, anstatt auf der Straße herumzulangern.“ (Montemayor 1983, S. 1)

^{78a} Angaben zur Software der in diesem Kapitel genannten Programme: B. Jamison & C. Kelner, Lemonade Stand (Cupertino, CA: Apple Computer, 1979); L. Klotz, P. Sobalvarro & S. Hain, Supervised by H. Abelson, The Terrapin Logo Language (Cambridge, Mass: Terrapin 1981); speziell zu Logo für den deutschen Bereich vgl. die Anmerkungen in der deutschen Ausgabe von Papert (1985).

⁷⁹ »Charlie's Angels« ist eine US-amerikanische Fernsehserie um einen Privatdetektiv (Charlie), der rätselhafte Fälle mit Hilfe drei schöner Frauen (den „Engeln“, zu denen u.a. die Schauspielerin Farah Fawcett gehörte) löst, die sich dabei meist irgendwo einschleichen und spionieren müssen. In den USA ist die Serie eine „favorite show“ der Kinder gewesen (Mielke & Chen 1983); in Deutschland lief sie; von Kritikern als besonders trivial und banal beurteilt, Mitte der 70er Jahre mit nur mäßigem Publikumserfolg.

⁸⁰ In diesem Zusammenhang sei erwähnt, daß »Holocaust« ein international besonders intensiv auf seine Wirkungen hin überprüfenes Medienphänomen ist. Überblicke zu den Ergebnissen der Wirkungsforschung finden sich u.a. in den Zeitschriften „International Journal of Political Education“ (4/1981) und „Rundfunk und Fernsehen“ (4/1980). Die massenkommunikationstheoretische und medienpsychologische Bedeutung von »Holocaust« liegt darin, daß die früher immer wieder aufgestellte Behauptung, durch eine subjektiv und emotional gefärbte Spielfilm-Serie könne kein Informationsgewinn erzielt werden, durch die Ergebnisse der Begleituntersuchung widerlegt werden konnte. „Der Film (...) hat die emotionale Betroffenheit bewirkt, die eine notwendige Voraussetzung für Verunsicherung und Auflockerung von Meinungen und Einstellungen ist.“ (Ernst 1981, S. 14). Das, was aus »Holocaust« für Fernsehschaffende zu lernen ist, die ein Lernen per TV erreichen wollen, war (und ist), den „Bauch“, und nicht den „Kopf“ zum „Adressaten“ zu machen, oder anders formuliert, von Hollywood und seinen in unzähligen Soap-Operas verwirklichten Techniken, Emotionen zu erzeugen, zu lernen, und nicht einfach zu versuchen, Print-media-Techniken visuell anzupassen oder zu übersetzen (s. dazu auch Noble 1983).

⁸¹ »Star Wars/Krieg der Sterne« ist wie »E.T.« einer der erfolgreichsten und bekanntesten Science fiction-/Fantasy-Spielfilme der Filmgeschichte; er wurde 1977 von George Lucas gedreht, mit Harrison Ford, Peter Cushing, Mark Hamill, Alec Guinness u.a. in den Hauptrollen. Es heißt, daß er „zumindest in den USA – alle Kassenrekorde brach (allein in den USA und Kanada spielte er über 100 Mio \$ ein) und einen gewaltigen Science Fiction-Boom auslöste. Buch- und Spielwarenmärkte, Schallplatten- und Bekleidungsindustrie und Fernsehen und Kino haben sich daran gemacht, die Träume nach Weltraum-Abenteuern kommerziell zu befriedigen (...). Die Handlung ist von programmatischer Belanglosigkeit: eine raffinierte, popige space opera als Dokument einer bloßen ästhetischen Faszination. Erzählt wird (...) von der kühnen Prinzessin Leia, die während eines Fluges von finsternen imperialistischen Kräften, den „Imperial Forces“, gekidnappt wird, weil sie die geheimen Konstruktionspläne der gigantischen Weltraumstation („Death Star“) besitzt. Der teuflische galaktische Herrscher Grand Moff Tarkin will sie umbringen, wenn sie nicht verrät, wo sie die Pläne versteckt hat. Doch die hat Leia (...) längst dem Roboter R2-D2 einprogrammiert, dem zusammen mit seinem Kollegen C-3-PO die Flucht gelingt. Mit Hilfe der beiden Helden, dem alten Kenobi und dem jungen Skywalker, dringen die Roboter in die Höhle des Löwen, befreien die Prinzessin und vernichten in einer dramatischen Luftschlacht den

Todesstern.“ (Knorr 1978, S. 46f). – Handlungselemente, Motive und Personen gehören heute zur Kinderkultur. »Star Wars« ist wie »E.T.« und »Raiders of the Lost Ark« für Telespiele adaptiert worden.

⁸² Zu den seit einigen Jahren in den USA entwickelten Fernseh-Curricula, die vor allem zwei Ziele verfolgen, – television literacy zu lehren, und Kindern die Fähigkeit zu entwickeln helfen, kritisch fernzusehen – vgl. Williams (1983, S. 418f); Singer & Singer („Learning how to be intelligent consumers of television“, 1983a); Singer, Singer & Zuckerman 1981; und J.A. Anderson 1983. – Für den deutschen Sprachraum wäre als Pendant das Curriculum „Massenmedium Fernsehen“ (1984; Projektgruppe Mediencurriculum zu nennen; ferner der für Vorschulkinder bestimmte Kurs „Bilder-Welten“ (av-Edition, 8 München 19, Prinzenstr. 31).

⁸³ Greenfield beurteilt die hier wiedergegebene Studie von Levinson nicht als eine methodisch saubere Untersuchung, weil die Schüler, die die Story nur lasen, dem „Treatment“ nur einmal ausgesetzt waren, die anderen aber, die sowohl die Geschichte lasen und auch den Film sahen, logischerweise zweimal. Aber unter dem Gesichtspunkt der ökologischen Validität scheine dies kein besonders gewichtiger Kritikpunkt zu sein, da in der „realen Schulwelt“ die Schüler Literatur auch wohl kaum zweimal lesen würden.

^{83a} Auch für den deutschsprachigen Bereich gilt, daß die populäre These vom „drohenden Verfall der Lesekultur“ (Schmidchen) nicht zutreffen muß. In einer Anzahl von Studien konnte nachgewiesen werden, daß Fernsehen auch Lesen stimuliert (vgl. zusammenfassend dazu Steinberg 1984; Fritz & Süss 1985).

⁸⁴ Mehr und mehr Lehrer in den USA beginnen, sich der Vorteile des Fernsehens zu bedienen, um die Schüler zum Lesen zu motivieren. Eine Pionierin auf diesem Gebiet ist Rosemary Lee Potter (vgl. Potter 1979, S. 19f).

⁸⁵ In Philadelphia z.B. berichteten Lehrer, die solche Fernsehdrehbücher im Unterricht verwendeten, von verbesserter Lesefähigkeit und zunehmendem Leseinteresse ihrer Schüler. Es wurden sogar, wie Greenfield weiter mitteilt, Skripte aus einer Klasse gestohlen, – das erste Mal überhaupt, daß an dieser Schule Lese-material gestohlen worden ist (Television for Learning 1979, Dorr Leifer 1976). In den USA veröffentlichten die großen Networks Typoscripte wichtiger Sendungen im voraus; CBS (Reading Program, New York) zum Beispiel vertreibt jedes Jahr Millionen von Skripten und darauf abgestimmte Lehrerhandbücher; das Capital Cities Television Program verbreitet Fernsehskripte zusammen mit Leitfäden für Lehrer und mit Arbeitsheften für Schüler. Dies ist in der Bundesrepublik aufgrund urheberrechtlicher Probleme nicht ohne weiteres möglich, wie auf Anfrage der Bayerische und der Westdeutsche Rundfunk mitteilten. Will ein Lehrer trotzdem an die Drehbücher herankommen, kann er entweder die Produzenten der betreffenden Filme anschreiben, oder er muß versuchen, herauszubekommen, ob diese Drehbücher, wie es dies bei einigen bedeutenden klassischen und modernen Filmen der Fall ist, als Transkripte in Buchform veröffentlicht worden sind (z.B. Diogenes Verlag, Zürich; „Medienbibliothek: Texte“ des G. Narr Verlages, Tübingen; „Fernsehspiel-Bibliothek“ des Residenz-Verlages, Salzburg; Film- und Presse München z.B.), oder sich adaptierte Taschenbuchausgaben, die von einigen neueren Fernseh-Sendereien existieren, zu besorgen. Nützliche Hinweise über neuerschienene Begleitliteratur zu den wichtigsten Fernsehserien („Bücher zur Sendung“) finden sich u.a. in dem (zweimonatlich publizierten) „ARD-Magazin“, das über den Süddeutschen Rundfunk (7 Stuttgart 1, Postf. 837) kostenlos zu beziehen ist.

Was die von Greenfield vorgeschlagene Arbeit mit verschiedenen Medien gleichen Inhaltes und ihr Argument anbetrifft, die „Stärke“ von Audio-Medien liege in der Präsentation von Literatur, von Poesie und Drama, sei im übrigen noch auf ein „neues Medium“ hingewiesen, – die „Hörbücher“. Literatur auf Audio-Cassetten gesprochen, oder auf Kassetten überspielt, meist preisgekrönte Hörspiele der deutschen Rundfunkanstalten, werden in dieser wieder einmal von den USA übernommenen Idee (Marktführer ist dort Warners Audio Publishing mit 20 Titeln im Monat) seit 1987 u.a. von den Verlagen Klett-Cotta („Cotta's Hörbühne“) und Rowohlt („Literatur für Kopfhörer“) verlegt. Über das gesamte lieferbare deutsche und fremdsprachige Angebot, immerhin ca. 4300 Titel, informiert der Litraton-Katalog (hrsg. von G. Schulz, Herbert-Weichmann-Str. 27, 2 Hamburg 76), der im übrigen auch 500 Videofilme – Literatur- und Theaterverfilmungen, Filmklassiker, Bildungsprogramme, Kinderfilme usw. – nachweist.

⁸⁶ Die Tay-Sachs-Krankheit ist eine seltene, durch einen genetischen Enzymdefekt bedingte Krankheit, bei der eine Substanz (das Gm²-Gangliosid) vor allem im Nervengewebe angereichert wird und dieses zunehmend schädigt. (Typisch ist bei der Untersuchung des Augenhintergrundes ein kirschröter Fleck.) Sie führt – nach zunächst normaler Entwicklung – zu fortschreitendem Sehverlust, geistigem Verfall und schließlich zum Tod im Alter von 2 bis 3 Jahren.

⁸⁷ Wir haben es hier mit einer interessanten technischen Fortentwicklung zu tun, die ihre Vorteile für Erziehungs- und Lehrprozesse hat. Während bei den allerersten, frühen Formen von Bildplatten Ende der 70er Jahre noch die Nutzungsmöglichkeiten dieses neuartigen Speichermediums auf die Wiedergabe eingepreßter Informationen (z.B. eines mittellangen Spielfilms o.ä.) über den heimischen Fernsehapparat begrenzt war, wird heute mehr geboten: Einmal können die technischen Vorteile der laser-abgetasteten Bildplatte – hochwertige Qualität, Verschleißfreiheit, und Unempfindlichkeit gegen Kratzer, große Speicherkapazität (bei der Long Play Version des Laserservision-Systems faßt die Platte 90.000 Bilder auf einer Seite) Vor- und Rückwärtslauf, Einzelbild und Standbildfunktion, Zeitraffer und -lupe, usw. – durch die Kombination mit einem Mikrocomputer in allen Formen von organisierten oder individuellen Lehrprozessen sinnvoller genutzt werden. Ein spezielles Programm übernimmt die Steuerung der Lernprozesse und macht die Vorteile gegenüber dem herkömmlichen Medium (Lehr-)Film deutlich: Z.B. kann jedes Einzelbild, jede Sequenz kann gezielt angesteuert und beliebig wiederholt werden, kann das Tempo des Lehrvorganges individuell angepaßt werden, usw. Es heißt, daß schon 1985 jede fünfte US-amerikanische Schule Laserbildplatten im Unterricht eingesetzt habe, und Tausende von Sozialarbeitern und von Army-Soldaten mit Hilfe interaktiver Bildplatten geschult und trainiert worden seien. – Eine weitere Entwicklung betrifft die Verknüpfungsmöglichkeit der Bildplatten mit bestimmten audiovisuellen Diensten, wie z.B. Btx. Noch wichtiger aber ist die jetzt zur Marktreife gelangte wiederbespielbare Bildplatte, die u.a. von der Videokamera produzierte oder vom Videorecorder übernommene Bilder (24.000 pro Disc) speichern kann.

⁸⁸ In vielen der in den letzten Jahren eingerichteten Kabelsystemen bzw. Kabelpilotprojekte wurde – z.T. durch juristische Vorschriften, die „access“-Verpflichtung, geregelt – ein spezieller „Bürgerkanal“ oder „open channel“ institutionalisiert, der es jedem erlauben und ermöglichen soll, sich bzw. seine Anliegen im Fernsehen darzustellen. Die bisherigen Ergebnisse zu dieser neuen Form AV-organisierter Bürgerteilhabe am öffentlichen Geschehen sind allerdings – von Ausnahmen abgesehen – im In- wie im Ausland eher enttäuschend, da sich zeigte, daß das Angebot von den Bürgern nur in geringem Maße genutzt wurde.

⁸⁹ Aus den frühen Musikfilmen der 60er Jahre (z.B. Beatles, Pink Floyd) entwickelten sich nach der technologischen Vervollkommnung der Videotechnik Ende der 70er Jahre die ersten Video-Musik-Kurzfilme, ursprünglich als reines Promotionsvehikel für neue Schallplatten gedacht und durchschnittlich 4 Minuten lang. Mittlerweile ist eine eigene audiovisuelle Musik-Subkultur der Video-Clips entstanden, die zumindest in Einzelfällen durchaus künstlerischen Ansprüchen genügen und heute meist extrem aufwendig unter Verwendung modernster Computer-Technologie geschaffen werden. Geradezu berühmt wurde in diesem Zusammenhang der Clip „Thriller“ zum gleichnamigen Erfolgshit des Amerikaners Michael Jackson, produziert für angeblich 1 Mio.\$ unter der Regie von John Landis und mit einer raffinierten Spielhandlung ausgestattet. Video-Clips sind – vor allem in den USA – bei den Jugendlichen so beliebt geworden, daß der erwähnte (Kabelfernseh-) Sender MTV (Music Television) entstehen konnte, der 24 Stunden, lang nur von Werbung unterbrochen, ausschließlich Clips bringt. Er wurde 1981 in Betrieb genommen wurde, hatte 1985 etwa 20 Mio. (1987 fast 30 Mio.) Abonnenten in den USA, ist allerdings dem Vernehmen nach jetzt in eine Krise geraten und sucht einen Käufer. Im deutschsprachigen Raum existieren als Pendants die „musicbox“, die von nachmittags bis spätendings Videoclips, mit wenigen Moderationen zwischendurch sendet, ferner die englischsprachigen „Sky Channel“ und „Super Channel“.

Medienökologisch sind die Videoclips bemerkenswert, weil sie die aktuell vorfindbare Dominanz des „Bildschirms“ noch verstärkt haben. In die verschiedensten Umwelten sind Bildschirme vor- und eingedrungen, die vor allem Clips (und Werbung) bringen (Kaufhäuser, Discotheken, Geschäftspassagen, Restaurants, Schallplatten-Läden usw. (vgl. Faulstich 1985)). Sozialisationspsychologisch sind sie wichtig, weil sie ein genuin jugendliches Medium sind; wie kein anderes werden sie von den Jugendlichen im Rock-Pop-Alter (zwischen 15 und 25 Jahren) als das „ihre“ angesehen, sind sie gesuchtes Identitätsvehikel, wichtige Orientierungshilfe. Das drückt sich u.a. auch in der Sehdauer aus: US-amerikanische Jugendliche sehen durchschnittlich zwei Stunden pro Tag MTV (It. einer Befragung von 600 Schülern von High Schools in San José/Kalifornien). Die Jugendlichen präferierten vor allem die Musik, nicht die – wie erwähnt: neuartige – visuelle Ästhetik Sprache, Kleidung, Tanzmoden von Jugendlichen werden entscheidend durch die Clips beeinflusst (Seidman 1985). Die Videoclips sind bestimmt für die erste „Jugendgeneration, der das Medium Fernsehen von Kind an vertraut und der Popmusik eine Selbstverständlichkeit ist. Anders als die Vätergeneration, der Rockmusik noch als Ausdruck jugendlichen Rebellengeistes goltgen hat, konsumieren die heute 14- bis 20jährige Popmusik als akustische Tapete, Fernsehen als Radio fürs Auge“ (Der SPIEGEL 11/1986, S. 259).

Kognitionspsychologisch sind die Clips schließlich interessant, weil ihre formalen Strukturen und Aufbaumuster ungewohnt sind, zumal für Erwachsene. Geradezu verwirrend für Ältere ist die Vielzahl schneller und überraschender Schnitte (Mike Oldfields Bestseller »Shadow on the wall« hat 85 Einstellungen bei 3:06 min Länge, eine Einstellung kommt also auf nur 2,2 Sek.). Sieber (1984) nennt als besonderes Charakteristikum die „kaleidoskopische“, zufällige, nicht sinnstiftend angelegte Montage; ferner häufige Kameraveränderungen, viele elektronische Bildschirmtricks, und schließlich die Inkongruenz von Bild und Ton (Musik). Gerade diese Merkmale lassen es aber geraten erscheinen, Vermutungen über Wirkungen der Videoclips nur sehr vorsichtig zu formulieren. Ausserdem fehlen auch – mit einer Ausnahme – Inhaltsanalysen: Sherman und Dominik untersuchten 366 im April/Mai 1984 in verschiedenen US-Programmen ausgestrahlte Videoclips und fanden in immerhin 125 dieser Clips 93 Bildsequenzen, in denen Sex und Gewalt miteinander verknüpft waren (n. Halefeldt 1987). Ob diese

keineswegs immer eindeutigen audiovisuellen Elemente von den Kindern/Jugendlichen auch verstanden werden, darf nach den Ergebnissen einer Untersuchung von Greenfield u.a. (1987) bezweifelt werden.

⁹⁰ Zum Kabelfernsehen in den USA und in der BRD einige Daten: Prognosen, die gegen Ende der 70er Jahren in Hinblick auf die Zukunft der (v.a. audiovisuellen, elektronischen) Unterhaltungsmedien erarbeitet worden, haben sich nur zum Teil als richtig erwiesen. Zum Beispiel hat sich für die USA die Erwartung eines ständig steigenden Fernsehkonsums nicht bewahrheitet, denn während der letzten 10 Jahre erhöhte sich der Fernsehkonsum pro Haushalt nur um etwa 10% auf nunmehr etwas über sieben Stunden am Tag (bzw., bezogen auf die Einzelpersonen in den Haushalten, auf durchschnittliche viereinhalb Stunden täglich). Dies muß in Relation zu einem gestiegenen Freizeitvolumen und größeren quantitativen Angebots von Fernsehprogrammen/-kanälen gesehen werden. – Auch die erwartete qualitative Verbesserung angesichts eines zunehmend differenzierter werdenden Angebots v.a. im Kabelfernsehbereich (Musik-, Sport-Kanäle, religiöse Programme, usw.) konnte nicht festgestellt werden: Ambitionierte Qualitätsprogramme scheiterten wegen Zuschauer-mangel und aufgrund hoher Kosten; statt dessen gab es „more of the same“; einzig die Spielfilmkanäle unter den Kabelangeboten konnten sich einen nennenswerten (5%igen) Zuschaueranteil erobern. – Die schon totgesagten etablierten Networks (ABC, CBS, NBC) überlebten, nicht zuletzt, weil sie als Folge der Bedrohung durch neue Kabelkanäle mehr Anstrengungen unternahmen. – Der Einfluß des Pay-TV erwies sich als ausserordentlich überschätzt, während die Bedeutung der Videorecorder enorm unterschätzt worden ist (Stipp 1986). Videorecording ist das überraschend Neue in der Medienökologie: Ende 1984 gab es in den USA etwa 9 Mio. Videorecorder, womit etwa 10% der Haushalte repräsentiert waren (Wasko 1985, S. 225). Dieses erstaunliche Verdrängen des Videorecorders ist wohl ein entscheidender Grund dafür, daß sich in den Vereinigten Staaten die Euphorie für das Kabel sehr gelegt zu haben scheint; seit 1983 sind die Zuwachsraten rückläufig, so daß 1985 von einem im großen und ganzen gesättigten Markt (bei etwa 45% Haushaltsabdeckung) die Rede ist (Kiefer 1985).

Hierzulande sind Interesse und Begeisterung für Kabelfernsehen eher gering. Etwa 60% der bundesdeutschen Haushalte zeigen, wie im Juli 1986 die Marplan-Forschungsgesellschaft bei einer Umfrage in 2.000 repräsentativ ausgewählten Haushalten ermitteln konnte, kein Interesse fürs Kabelfernsehen. Rund 7% der Haushalte waren zu diesem Zeitpunkt verkabelt, weitere 3% (ca. 1.8 Mio. Haushalte) hatten einen Antrag auf Verkabelung laufen (Media Perspektiven 9/1986, S. 605). Ende 1986 wurden die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung zum Kabelpilotprojekt Ludwigshafen/Vorderpfalz veröffentlicht. Ein interessantes Ergebnis dabei war, daß keine signifikante Veränderung der Sehdauer bei verkabelten Haushalten gefunden werden konnte. Zwar erhöht sich die Sehdauer im ersten Jahr nach Anschluß an das Kabelfernsehen, normalisiert sich aber nach anderthalb bis zwei Jahren wieder (Landwehrmann & Jäckel 1986). Was die Bewertung des Kabelfernsehens durch die Rezipienten anbetrifft, ist ferner eine Untersuchung erwähnenswert, die das Institut für Demoskopie Allensbach in Zusammenhang mit der wissenschaftlichen Begleitforschung des Kabelpilotprojektes Ludwigshafen durchführte. Bei der ersten Umfrage zur Jahreswende 1983/84 wurde ein repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung (N=1868 Interviewte) befragt. Davon stimmten 47% der Aussage zu, daß „durch die vielen unterschiedlichen Programme des Kabelfernsehens Kinder überreizt und nervös, kurz in ihrer Entwicklung gehemmt“ würden; 30% dem Statement, daß „durch die vielen unterschiedlichen Programme Kinder das genau für sie Passende sehen (können), kurz, sie werden in ihrer Entwicklung gefördert“ (23% waren unentschieden). Bei Kabelantragstellern war das Verhältnis etwa umgekehrt; dem

negativen Statement stimmten 21%, dem positiven 50% zu (Media Perspektiven 7/1987, S. 577ff.).

Zur Verbreitung von Videorecordern in der BRD. Die Zahlen über den Anteil von Haushalten, der mit Videorecordern ausgestattet ist, schwanken: für 1984 z.B. geben Media Perspektiven (Daten.. 1985) 12,7%, Wild (1986, S. 83) 14,2% und das Deutsche Video-Institut 17% an; dieser letztgenannte Anteil soll sich Ende 1985 auf 22% erhöht haben. In absoluten Zahlen wurden 1984 wie 1985 je rd. 1.5 Mio. Videorecorder abgesetzt (n. Media Perspektiven 4/1986, S. 278). Hinzu kommen pro Jahr 1.8 bis 2 Mio verkaufter (Leer-) Spielkassetten.

Zur Videorecorder-Nutzung. Für (Sept./Okt./Nov.) 1985 stellte Wild (1986, S. 188) eine Videosehdauer von 20 Min. bei Kindern, und von 17 Min. bei erwachsenen Zuschauern (Durchschnitt, Mo-So) fest. Das Anschauen von Videos geschieht teilweise zu Lasten des Fernsehens, so daß sich die insgesamt vor dem Bildschirm verbrachte Zeit bei Erwachsenen gar nicht, und bei Kindern nur geringfügig (um nämlich 8 Min.) erhöht (Zahl für 1983, nach Darschin & Frank, S. 288). – Ausführliche Daten zur Videonutzung in der BRD finden sich bei Hackforth & Schönbach (1985).

^{90a} Greenfield erwähnt weiter einen Bericht von James Hosney, der 14- und 15jährige in Filmanalyse unterrichtete und fand, daß die schriftlichen Arbeitsergebnisse von Schülern, die einen Film zweimal gesehen hatten, deutlich besser ausfielen als bei einer einmaligen Vorführung.

⁹¹ Greenfield (1987b) hat in einem neueren Aufsatz den Begriff der *kognitiven Sozialisation* geprägt, um die beobachtbare Tatsache zu bezeichnen, daß von einer Kultur, – hier besonders der nordamerikanischen –, bedeutende Impulse auf die selektive Ausbildung bestimmter kognitiver, perceptueller und sensomotorischer Fertigkeiten ausgehen. Dies geschieht auf einer Massenbasis; markantes Beispiel dafür ist die auf dem Umweg über spielerische Prozesse laufende Gewöhnung an den Computer in Form von Telespielen. Angesichts der zunehmenden Verbreitung von Videospiele(n) und Computern) auch in der Dritten Welt ist es sicher nicht übertrieben, von einer neuen Form kulturellen Imperialismus zu sprechen.