

### **Sonja Ganguin, Uwe Sander (Hg.): Sensation, Skurrilität und Tabus in den Medien**

Wiesbaden: VS – Verlag für Sozialwissenschaften 2006, 164 S., ISBN 3-531-14716-1, € 26,90

Dass sich dieser Sammelband seinem Gegenstand nicht annähern möchte, scheint er durch eine Schriftgröße zu signalisieren, die den Augen des Lesers Ähnliches zumutet wie die Sensationspresse mit den großen Buchstaben seinem Magen. Der Eindruck täuscht. „Skurrilitäten und Sensationen“, schreiben die beiden Herausgeber, „werden als Strategien heutiger Medien eingesetzt, um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.“ (S.10) Heutiger Medien? Ist der ausgebeutete Aufmerksamkeitswert von Skurrilitäten und Sensationen nicht so alt wie die Medien, so alt wie das Spektakel? Die Herausgeber nennen selbst einige Beispiele aus der Geschichte von der Antike bis ins 19. Jahrhundert und weiter hinten kommt ganz ausführlich Homer ins Spiel. Haben die heutigen Strategien eine neue Qualität oder sind sie uns nur in dem Maße vertrauter, wie die Medien ihre Reichweite vergrößert haben?

Gleich der erste Beitrag von Ulrike Dulinski versucht dem Sensationsjournalismus der Boulevardpresse Positives abzugewinnen. Sie sei schnell und einflussreich, liefere Emotionsjournalismus und rüttle damit wach, kenne durchaus Tabus, habe eine hohe Integrationskraft und setze die Standards von morgen. Das muss man noch nicht unbedingt für gut halten. Die Autorin, geboren in den Jahren der Anti-Springer-Kampagne, tut es. Da sage einer, es habe in Deutschland kein Umdenken stattgefunden.

Dieter Wiedemann belegt in seinem historisch weit ausholenden Aufsatz, dass sich das Kino für Sensationen, Skurrilitäten und Tabubrüche besonders eigne. Hajo von Gottberg gibt da dem Fernsehen den Vorzug. Er referiert die gängigen Urteile, statt sich selbst festzulegen. Der Vorwurf an die „Kulturpessimisten“ jedoch, sie würden „das Fernsehen sowie die Rezeptionsvorlieben und Gewohnheiten der Zuschauer nur bruchstückhaft“ kennen (S.66), lässt vermuten, dass er deren kritische Sicht nicht teilt. In nahezu die gleiche Kerbe schlägt Joan Kristin Bleicher in der zweiten, mit „Perspektiven“ überschriebenen Hälfte des Buchs.

Irgendwie scheinen es die Herausgeber versäumt zu haben, die Themenstellungen und -ausrichtungen bei der Absprache mit den Autoren zu koordinieren. Immerhin kann Bleicher drei eigene Veröffentlichungen anführen, die von Gottberg übersehen hat.

Gisla Gniech und – wie uns das Autorenverzeichnis verrät – deren Patentochter Julia versuchen sich in einer Typologie des „Sensation-Seekers“. Und was verbindet das „Odysseussyndrom“ mit der Popkultur? Die Sensationslust! Womit wir beim Thema des Bandes wären.

Die Scham stellen Christian Swertz und Elsbeth Wallnöfer ins Zentrum ihres Beitrags über das Internet, um zum Ergebnis zu gelangen. „dass internetgeprägte Menschen die Erwartungen von buchdruckgeprägten Menschen an das Schamerleben nicht erfüllen“ (S.76). Gerne erführe man, wovon man geprägt sein muss, um sich in dieser Sprache auszudrücken. Da lobt man sich die trockene Sachlichkeit des juristischen Beitrags von Karl-Nikolaus Pfeifer, Richter am Oberlandesgericht Hamm. Er eifert nicht, sondern stellt klar. Und entfernt sich damit am weitesten von eben jener Sensationsgier, die andere Autoren eher zu faszinieren scheint, als dass sie diese analysieren wollten. In dieser Umgebung nimmt sich der evangelische Medienfachmann Norbert Schneider wie ein Fremdkörper aus. Früher eher durch eine moralisierende Haltung aufgefallen, ist auch er vorsichtiger geworden, um sich am Ende seiner Ausführungen gegen den vorweggenommenen Vorwurf der „Verharmlosung“ und des „Freispruchs“ zu verteidigen. Wer sollte ihn erheben? Von den Koautoren muss Schneider derlei nicht befürchten.

Ganz am Schluss gibt Renate Röllecke Ratschläge für die medienpädagogische Arbeit „rund um skurrile Medien“ (S.159). Fragt sich, warum die nötig ist, wo doch eh alles mehr oder weniger paletti erscheint. Schließlich fordert auch niemand medienpädagogische Maßnahmen rund um die Bibellektüre.

Vielleicht liegt der eigentliche Tabubruch darin, dass man sich der Sensation und der Skurrilität in den Medien nur noch apologetisch nähert und so der ‚Political Correctness‘ der vorausgegangenen kritischen Generation die lange Nase zeigt. Sensationell ist das nicht. Auch nicht skurril. Bloß ein wenig ekelhaft.

Thomas Rothschild (Stuttgart)