

**Peter Winterhoff-Spurk: Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung**

Bern u. a.: Huber 2001, 2. völlig überarb. und erg. Aufl., 224 S., ISBN 3-456-83443-8, € 22,95

Stein des Anstoßes bzw. Motivation für eine Überarbeitung und neuerliche Ausgabe dieses Sachbuches waren reißerische Pressemeldungen über angeblich verheerende Fernsehwirkungen, insbesondere zur Anstachelung von Gewalthandlungen, wie man sie leider allzu oft liest und worin der Autor, bekannter Medienpsychologe an der Universität Saarbrücken, ungerechtfertigt verwickelt wurde. Die 1987 erstmals publizierte Übersicht über Fernsehwirkungen liegt nun erneut vor, nunmehr – nachdem der Autor 1999 eine wissenschaftliche Einführung in die Medienpsychologie veröffentlichte – ausdrücklich an „Eltern, Erzieher und Lehrer“ (S.15) gerichtet – mithin ein verständlich und anschaulich gehaltenes Sachbuch darüber, „was die Wissenschaft zu den Medien- und Fernsehwirkungen heute zu sagen hat“ (S.31).

Und diese allgemeine Formulierung ist angemessen, denn es sind beileibe nicht nur (medien)psychologische Forschungen, die der Autor zu den diversen Themenfeldern der Fernsehwirkungen souverän und beispielhaft zusammenträgt und erläutert – auch wenn er immer mal wieder auf der medienpsychologischen Sichtweise insistiert. Ebenso zwingen und ermutigen das Gegenstandsfeld und die diversen Ansätze seiner Erforschung ihn wiederholt dazu, dass nicht nur das Fernsehen, sondern auch die anderen (Massen)Medien ins analytische Visier geraten. Allerdings beschränkt sich Winterhoff-Spurk auf das herkömmliche Fernsehen, seine digitalen Erweiterung durch Offline-Speichermedien und vor allem durch das Internet sowie die wachsenden Verflechtungen lässt er (noch) außen vor. Insofern dürfte eine weitere Neuauflage schneller als diese angesagt sein.

Nach der Einführung in die Historie und Denkweise der Medienpsychologie werden die einzelnen Bereiche – nämlich Kinder, Denken, Wahlen, politisches Bewusstsein, Wissen(sillusionen) und jeweils die Zusammenhänge mit Fernsehwirkungen sowie die Veränderungen des Fernsehens seit der Privatisierung in den achtziger Jahren – abgehandelt. Mit kundigem Blick gelingt es Winterhoff-Spurk, jeweils die Kernpunkte heraus zu arbeiten, sie an einer Vielzahl von Studien zu erläutern und sie mit empirischen Befunden zu illustrieren (auch wenn es sich

bei ihnen meist weniger um „Fakten“ als um Thesen, vorläufige Ergebnisse und auch umstrittene Resultate handelt). Dabei navigiert der Autor mitunter etwas zu unbekümmert durch die Datenlandschaft, indem er Befunde aus ganz verschiedenen historischen Phasen nebeneinander stellt oder auch amerikanische Ergebnisse mit deutschen verkoppelt. Auch wäre es mitunter hilfreich gewesen, nicht nur die Befunde zu erfahren, sondern auch Methodik und Reichweite ihrer Genese, wengleich der Autor generell eine distanzierte Sicht auf die Forschung hat und auch die kritischen Punkte benennt.

Defizite der Medienpsychologie im engeren Sinne lassen sich sowohl für die perceptions- und kognitionspsychologischen Aspekte der Medienrezeption als auch für emotionale Wirkungen markieren. Bei ersteren kann man allerdings kaum glauben, dass seit G. Salomons empirischen Überprüfungen der Thesen McLuhans in den siebziger Jahren nichts Neues vorgelegt worden ist, zumal Winterhoff-Spurk in seinem ersten Kapitel zu Informationsverarbeitung (S.43ff.) durchaus weiterführende Differenzierungen aufzeigt und diskutiert. Sollten die beiden Kapitel nicht genügend miteinander verzahnt worden sein? Hinsichtlich emotionaler Wirkungen beklagt Winterhoff-Spurk zunächst den dürftigen Forschungsstand (S.173ff.), um im nächsten Kapitel jedoch etliche kategoriale Dimensionen – Gefühle, Affekte, Stimmungen – aufzuführen und für sie bereits einige empirische Befunde darzulegen. Ob für dieses Thema die relevantesten aufgearbeitet sind oder ob andere eben nur unter anderen Labels firmieren, müsste wohl eingehender überprüft werden. Denn inzwischen ist das so genannte Affektfernsehen zum eigenständigen Forschungsthema avanciert.

Am Ende überprüft der Autor seine Bilanzierungen des Forschungsstandes von 1986 und findet, dass etliche noch weiterhin gültig sind. Für überholt hält er allerdings seine damals zurückhaltenden Einschätzungen über die politischen Wirkungen des Fernsehens, hier haben die anhaltende „Amerikanisierung“ der Wahlkämpfe sowie die Trends zur Sensationalisierung und Emotionalisierung von Politik merkliche Änderungen bewirkt. Die Ursachen dafür sieht Winterhoff-Spurk allerdings zu vordergründig und einseitig, wenn er dafür vornehmlich die Bedürfnisse der Zuschauer, nicht aber die wachsende Konkurrenz unter den Medien verantwortlich macht. Daher mag man ihm auch nicht uneingeschränkt zustimmen, wenn er die nötige Vermittlung von Medienkompetenz fast ausschließlich den Eltern aufbürden will – da die Schule und andere Erziehungseinrichtungen angeblich zu wenig leisten (S.191). Für die Qualität des Fernsehens sind nicht allein die Zuschauer verantwortlich. Denn dieses Buch richtet Winterhoff-Spurk erklärtermaßen an ein professionelles wie an ein Laienpublikum, um es über die Wirkweisen des Fernsehens und die darüber herrschenden Erkenntnisse zu informieren. Im Vergleich zu anderen populären Darstellungen gelingt es ihm mit dieser in toto ansprechenden, zugleich seriösen wie flüssig geschriebenen Einführung.