

Eoin Devereux: Devils and Angels.**Television, Ideology and the Coverage of Poverty**

Bedfordshire: University of Luton Press 1998, 174 S., ISBN 1-86020-545-3, £14.95

Die mediale Darstellung von Armut und Bedürftigkeit in verschiedenen Formaten des öffentlichen Fernsehens der frühen neunziger Jahre in Irland steht im Zentrum von Eoin Devereux' Arbeit. Im Anschluß an qualitative Studien zum Verhältnis von Fernsehproduktion und Gesellschaft untersucht er zunächst verschiedene Ideologiekonzepte, um seinen methodischen Rahmen abzustecken. Dann nimmt er in vier Kapiteln Fallanalysen der Repräsentation von Armut vor, und schließlich führt er deren Ergebnisse mit dem skizzierten Ideologiebegriff zusammen. Ihren Ausgangspunkt hat die Studie in der Soziologie: Inhaltsanalysen, die oftmals eher deskriptiv sind, wechseln mit einer Aufarbeitung des institutionellen Produktionskontextes. Eingehender behandelt werden dabei ein Telethon, d. h. eine Spenden-sendung zugunsten von Bedürftigen, und die Formate Dokumentation, Nachrichtensendung und *soap opera*.

Fast entschuldigend greift Devereux zu Beginn der Untersuchung den Ideologiebegriff auf, der durch Poststrukturalismus oder Rezeptionsforschung diskreditiert zu sein scheint. In Abgrenzung von früheren Konzeptionen der Frankfurter Schule bedeutet Ideologie für ihn „the ideas which legitimise the power of a dominant social group or class“ (S.9). Diesen recht allgemeinen Begriff konkretisiert er dahingehend, daß es sich in einem sozialen System immer um konkurrierende Ideo-

logien handle, Ideen nur dann ideologisch seien, wenn sie einer Machtrelation dienen, und Ideologie nicht notwendigerweise mit 'falschem Bewußtsein' bzw. einer Verfälschung oder Täuschung einhergehe.

In den Fallanalysen überwiegen dann jedoch stärker die ausführlich dargestellten Mikrostrukturen der Produktion und der Produkte. Die Studie macht deutlich, daß die Thematisierung von Armut im Fernsehen eine grundsätzliche Unterscheidung in arme Menschen, die es 'verdient' haben, arm zu sein, und solche, die es nicht verdient haben, vornimmt, und daß sie sich sehr häufig überwiegend mit jenen 'Engeln' beschäftigt, die sich im Kampf gegen die Armut engagieren. Aus produktionstechnischen Gründen – z. B. damit die Quoten stimmen oder etwas als berichtenswerte Nachricht erscheint – werden unterhaltsame oder spektakuläre Themen bevorzugt, während viele Lebensbereiche der Armen schlicht unsichtbar bleiben. Beliebt ist es, sich den professionellen Helfern anzuschließen und sie zu begleiten, weniger häufig kommen die Betroffenen selbst zu Wort. Besonders eindringlich zeigt sich für Devereux, daß durch Strategien der Personalisierung und Individualisierung von strukturellen Faktoren, die zur Armut beitragen, abgelenkt wird, und daß sich das Fernsehen in bestimmten Formaten (wie dem Telethon) zum Fürsprecher der Armen stilisiert – beides Tendenzen, die im Sinn seines Ideologiebegriffs bestehende Herrschaftsformen bekräftigen.

Auch wenn diese Kritik manchmal zu schematisch ausfällt und die Inhaltsanalysen – wie Devereux selbst andeutet – durch eine Untersuchung der Rezeption zu ergänzen wären, läßt sich seine Argumentation nachvollziehen. Schwierig für diese Art der Ideologiekritik ist immer, von der Mikroebene der Einzelfälle zur Makroebene der 'Herrschaftsstrukturen' zu wechseln. Diesbezüglich bietet das Buch theoretisch und methodisch wenig Neues; wer aber an Details zum Produktionshintergrund des irischen Fernsehens interessiert ist, wird hier fündig.

Christof Decker (Berlin)