

Ohne Beziehung keine Kommunikation

Kommunikation ist ein menschliches Urphänomen, ohne sie gäbe es kein Zusammenleben, keine Kultur und Gesellschaft, auch keine Erziehung. Doch so unstrittig dieses Phänomen in seiner anthropologisch fundamentalen Bedeutung ist, so schwer ist es wissenschaftlich zu fassen. In der Vielfalt und Komplexität von Kommunikationsprozessen ist begründet, daß sie von verschiedenen Wissenschaften untersucht werden, daß folglich auch die fachspezifischen Perspektiven und theoretischen Zugriffe verschiedenartig sind. Zu nennen sind keineswegs nur mathematische Informationstheorie und Nachrichtentechnik, mit denen die moderne Kommunikationsforschung nach dem Zweiten Weltkrieg einsetzte, zu nennen sind vor allem Psychologie (eingeschlossen Sozialpsychologie und Psychiatrie), Soziologie, Kulturanthropologie, Publizistik, Philosophie und Theologie, schließlich die Sprachwissenschaft mit ihren verschiedenen Teildisziplinen. So ist es nicht verwunderlich, daß es eine einheitliche und widerspruchsfreie, gar eine einzige Kommunikationstheorie nicht gibt, nicht einmal einen allgemein akzeptierten Kommunikationsbegriff.

In der Komplexität der Phänomene ist zum anderen begründet, daß in der wissenschaftlichen Diskussion verschiedene Formen von Kommunikation unterschieden werden, etwa: direkte und indirekte, mittelbare und unmittelbare, wechselseitige und einseitige, private und öffentliche, symmetrische und asymmetrische, verbale und nonverbale, personale und mediale, Face-to-face- und Massenkommunikation; in den einschlägigen Lexika kann man das nachlesen. Die Aufzählung ist nicht vollständig, sie macht aber bereits ausreichend deutlich, daß die genannten Unterscheidungen nicht in systematischer Absicht getroffen worden sind und sich auch nachträglich kaum systematisieren lassen, weil sie unterschiedlichen Intentionen entstammen und mit unterschiedlichem theoretischem Anspruch vorgetragen werden. Die Aufzählung wirft zum anderen die Frage auf, wie weit die Unterscheidungen die tatsächlichen Kommunikationsverhältnisse überhaupt treffen, ob diese nicht eher durch Mischformen, Zwischenformen, fließende Übergänge gekennzeichnet sind.

Doch soll es hier nicht um derlei Unterscheidungs- und Zuordnungsprobleme gehen, ebenso wenig um Definitionsfragen. Das ist relativ unergiebig; überdies machen vorgegebene terminologische Fixierungen häufig blind gegenüber der Eigenart von Phänomenen. Als Beispiel dafür soll die sogenannte Massenkommunikation dienen. Ihr gilt seit einigen Jahrzehnten das besondere Interesse der Kom-

munikationswissenschaft. Man kann sogar sagen, daß der Siegeszug der modernen Massenmedien und die mit ihnen auftretende Frage nach ihren tatsächlichen oder vermeintlichen Wirkungen dieser Wissenschaft erst zum Durchbruch verholfen, ihr jedenfalls das heutige Gewicht gegeben hat. Nicht zuletzt deshalb arbeitet man ständig mit der Grundunterscheidung von personaler bzw. Face-to-face-Kommunikation und medialer bzw. Massenkommunikation. Und diese Gegenüberstellung bringt es mit sich, daß mehr die Unterschiede als die Gemeinsamkeiten beider Kommunikationsformen gesehen werden.

In der jüngsten Vergangenheit waren es vor allem die Vertreter der traditionellen Geisteswissenschaften, nicht zuletzt der Pädagogik, die diesen Unterschied betonten – sofern sie sich überhaupt mit Massenkommunikation beschäftigten. Für die Pädagogen ist die Betonung des Unterschieds insofern nicht verwunderlich, als sie in ihrer großen Mehrheit in einer Tradition verwurzelt waren, die den Erziehungs- und Bildungsprozeß als seinem Wesen nach personal verstand. Für sie galt der „pädagogische Bezug“ (Nohl), das heißt das personale Verhältnis von Erzieher und Zögling als die Grundlage jeder Erziehungs- und Bildungsarbeit, für sie waren Kategorien wie „Dialog“ (Buber) und „Begegnung“ (Guardini, Bollnow) fundamental, sie betrachteten „Gespräch und Partnerschaft“ als Wesensbestandteile der Erwachsenenbildung. Insofern ist verständlich, daß ihnen der Gedanke absurd erschien, man könne Personen durch Medien ersetzen, personale Beziehung durch mediale, individuelle Gespräche durch Massenkommunikation, und daß sie deshalb großen Wert darauf legten, zwischen beiden Kommunikationsformen zu unterscheiden, anstatt ihren Gemeinsamkeiten nachzugehen.

Watzlawicks Unterscheidung von Inhalt und Beziehung

Selbstverständlich ist nicht zu bestreiten, daß zwischen personaler und medialer Kommunikation grundlegende Unterschiede bestehen; hier jedoch sollen im folgenden die Gemeinsamkeiten interessieren. Wir gehen aus von Paul Watzlawicks bekannter, heute als unstrittig geltender These, daß Kommunikationsprozesse immer einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt haben und daß der Beziehungsaspekt, obwohl „viel weniger augenfällig“, der wichtigere ist. „Der Inhaltsaspekt vermittelt die ‚Daten‘, der Beziehungsaspekt weist an, wie diese Daten aufzufassen sind.“ Die Inhalte bekommen also erst durch die Beziehung der Partner zueinander ihr Gewicht und ihre tatsächliche Bedeutung.

Daß für ihn der Beziehungsaspekt der wichtigere ist, weil er den Inhaltsaspekt bestimmt, hat Watzlawick an vielen Beispielen verdeutlicht. Vor allem eines ist unzählige Male zitiert worden:

„Wenn Frau A auf Frau Bs Halskette deutet und fragt: ‚Sind das echte Perlen?‘, so ist der Inhalt ihrer Frage ein Ersuchen um Information über ein Objekt. Gleichzeitig aber definiert sie damit auch – und

kann es nicht *nicht* tun – ihre Beziehung zu Frau B. Die Art, wie sie fragt (der Ton ihrer Stimme, ihr Gesichtsausdruck, der Kontext usw.), wird entweder wohlwollende Freundlichkeit, Neid, Bewunderung oder irgendeine andere Einstellung zu Frau B ausdrücken. B kann ihrerseits nun diese Beziehungsdefinition akzeptieren, ablehnen oder eine andere Definition geben.“¹

Im einzelnen ist auf Watzlawicks Argumentation hier nicht einzugehen, etwa auf seine umstrittene Unterscheidung von analoger und digitaler Kommunikation, auch nicht auf seine These, daß der Beziehungsaspekt metakommunikativen Charakter habe. Festzuhalten ist jedoch, „daß Beziehungen verhältnismäßig selten bewußt und ausdrücklich definiert werden“, um so seltener, je spontaner und „gesunder“ sie sind. Sodann ist zu betonen, daß beide Aspekte nicht scharf zu trennen sind, sondern einander wechselseitig bestimmen und durchdringen. Die Beziehung kann sogar in den Inhalt der Kommunikation eingehen, etwa wenn gesagt wird: Ich bitte dich, ich flehe dich an; oder aber: Ich rate dir, ich ermahne dich, ich befehle dir. Die Beispiele zeigen zugleich, daß die Beziehung im Kommunikationsakt nicht jeweils neu definiert oder überhaupt erst hergestellt wird. Das ist nur dann der Fall, wenn man es erstmals mit jemandem zu tun bekommt. In der Regel ist der Charakter der Beziehung vorgegeben, sie hat sich über einen kürzeren oder längeren Zeitraum entwickelt und damit gewissermaßen institutionalisiert, bleibt freilich gleichwohl für weitere Entwicklungen offen.

Wenn Watzlawick zwischen Inhalts- und Beziehungsaspekt unterscheidet, dann hat er allerdings die direkten zwischenmenschlichen Kommunikationsformen im Auge. Ihm als Therapeuten geht es um die „Lösung menschlicher Probleme“, die den täglichen Umgang miteinander belasten und die Kontrahenten bis an den Rand des Zusammenbruchs treiben können. Diese Probleme sieht er vor allem auf der Beziehungsebene lokalisiert, auf der sie deshalb auch zu lösen sind. Fragen der Medien- oder Massenkommunikation hingegen interessieren ihn nicht. Wenn jedoch seine Thesen über die Beschaffenheit von Kommunikation zutreffen, wenn also Inhalts- und Beziehungsaspekt für jegliche Kommunikation konstitutiv sind, und wenn es zum anderen sinnvoll sein soll, auch die Mediennutzung als Kommunikation zu bezeichnen, dann müssen seine Thesen auch für diese gelten, und das heißt, dann muß auch in den Prozessen der Massenkommunikation der Beziehungsaspekt eine fundamentale Rolle spielen.

Die Kommunikationswissenschaft scheint sich jedoch für diesen Aspekt wenig zu interessieren, also für die Beziehungen des Publikums zu den Medienakteuren – im Gegensatz zur Regenbogenpresse, die zum guten Teil davon lebt. Es ist nicht schwer, für diese Vernachlässigung Gründe anzugeben. Der Beziehungsbegriff hat eine Fülle von Bedeutungen, die noch einmal zunimmt, wenn man seine lateinische Form „Relation“ mitberücksichtigt. Er ist also gar kein kommunikationsspezifischer Begriff. Wir sprechen auch von der Beziehung zu Dingen und Ereignissen, sogar von der Weltbeziehung eines Menschen. Und wenn man den Begriff auf den menschlichen Bereich eingrenzt, bleibt er immer noch sehr umfangreich und damit

ungenau. Er ist kaum zu präzisieren und schon gar nicht zu operationalisieren. Schließlich befassen sich sämtliche Sozialwissenschaften letzten Endes mit den Beziehungen zwischen Menschen.

Aufschlußreich für unsere Fragestellung ist vor allem, daß es längst vor der Erfindung von Film und Fernsehen Beziehungen gab zu Menschen, mit denen man nicht mehr in unmittelbaren Kontakt treten konnte, verstorbenen Angehörigen etwa, oder die grundsätzlich als Partner unmittelbarer Kommunikation unzugänglich waren, Größen aus dem Bereich des Theaters, der Literatur, der Musik, des Sports. Weiterhin gab es Beziehungen zu Gestalten der Geschichte, zu „Helden und Heiligen“, selbst über Jahrhunderte hinweg, und es gab sie zu den fiktiven Medienakteuren, speziell den Geschöpfen der Literatur jeglicher Gattung. Welcher Jugendliche hat bei der Lektüre von Karl Mays „Winnetou“ nicht eine intensive Beziehung aufgebaut zum Häuptling der Apachen?

Heute nun sind es in erster Linie die realen wie auch die fiktiven Medienakteure des Fernsehens, zu denen das Publikum Beziehungen aufbaut. Zwar sind das nur einlinige Beziehungen, es fehlt ihnen also die Wechselseitigkeit, dennoch sind es für viele höchst intensive Beziehungen. Dies schon deshalb, weil es leibhaftige, sehr lebendige Menschen sind, die auf dem Bildschirm agieren, selbst dann noch, wenn sie gar nicht mehr unter den Lebenden weilen. Man baut zu ihnen Beziehungen auf, obwohl man ihnen nie im Leben von Angesicht zu Angesicht gegenübertritt, den fiktiven Akteuren gar nicht gegenübertreten kann.

Zugriffe verschiedener Wissenschaften

Je komplexer Phänomene sind, desto weniger sind sie dem empirischen Zugriff der Wissenschaften zugänglich. Andererseits sind die Phänomene, die unter den Beziehungsbegriff gefaßt werden, so unübersehbar, daß man sie nicht ignorieren konnte, verschiedene Wissenschaftsdisziplinen sich also längst mit ihnen befaßt haben, freilich jeweils nur partiell bzw. aus spezifischer und damit eingengter Perspektive. Nur in seltenen Fällen haben sie dabei auch die Beziehungen zu Medienakteuren mitberücksichtigt und nach deren Eigenart gefragt.

In der Psychologie gibt es den Begriff des „imaginären Gefährten“, und dieser Terminus deutet zweifellos auf eine fiktive Gestalt hin. Es werden mit ihm jedoch nicht Medienfiguren bezeichnet, sondern individuell geschaffene Phantasiegestalten, mit denen Jugendliche umgehen, zum Beispiel in ihren Tagträumen, und denen sie anvertrauen, worüber sie mit den realen Menschen ihrer Umgebung nicht sprechen mögen.

Bekannter sind andere psychologische Begriffe, mit denen man bestimmte Beziehungsphänomene zu fassen versucht. Zu nennen ist vor allem der Begriff der Identifikation. Er hat zwar schon bei Sigmund Freud, dem er zugeschrieben wird,

verschiedene Bedeutungen, gleichwohl haben in seiner psychoanalytischen Sicht der Persönlichkeitsentwicklung alle Formen von Identifikationsprozessen den Charakter von Abwehrmaßnahmen; das gilt auch für die Prozesse, die als Projektion bezeichnet werden. Vertreter der Lerntheorie sehen hingegen in der Identifikation eine Nachahmung geliebter Personen, also die Übernahme von Verhaltensweisen, die sie zeigen. Unterstützt wird diese Übernahme von Prozessen der Fremd- und Selbstverstärkung.

Eine Variante dieses Ansatzes ist die Theorie des Lernens am Modell bzw. des Lernens durch Beobachtung: Eine Person verändert ihr Verhalten, nachdem sie das Verhalten einer Modellperson beobachtet hat. Voraussetzung dafür ist, daß die Person positiv bewertet wird. Diesen theoretischen Ansatz hat man auch auf die Film- und Fernsehnutzung übertragen. Die einschlägigen Experimente Albert Banduras haben sogar eine gewisse Berühmtheit erlangt und sind ungezählte Male referiert worden. Er untersuchte, ob und unter welchen Bedingungen Kinder aggressives Verhalten von Medienakteuren übernehmen bzw. welche Merkmale eine Modellperson aufweisen muß, damit Kinder deren Verhalten übernehmen. So interessant solche Fragen sind, es liegt auf der Hand, daß sie nur einen Bruchteil des Beziehungsphänomens zu fassen bekommen.

Innerhalb der Psychologie gibt es weitere Ansätze. In ihrer Sicht hat die zwischenmenschliche Beziehung vor allem den Charakter einer emotionalen Bindung, und dies hat die Medienpsychologin Hertha Sturm veranlaßt, nach den „emotionalen Fernsehwirkungen“ zu fragen. Ein Schwerpunkt ihrer wissenschaftlichen Lebensarbeit liegt auf dem Nachweis, „daß Fernseh- und Hörfunkakteure vom Rezipienten sofort mit Gefühlen besetzt werden und daß diese medienvermittelten Emotionen eine bis dahin nicht vermutete Stabilität aufweisen“². Sie hat dann versucht, aus ihren Untersuchungsergebnissen Einsichten für eine „zuschauerfreundliche Mediendramaturgie“ zu gewinnen. Damit ist zugleich ihr Forschungsinteresse charakterisiert. Es geht ihr – anders als den kommerziellen Sendern, die unter Zuschauerfreundlichkeit ganz anderes verstehen – um journalistisch effiziente Vermittlungsprozesse. Für diese ist der Beziehungsaspekt tatsächlich von Gewicht, doch er enthält mehr als emotionale Fernsehwirkungen.

Auch in der Soziologie bzw. Sozialisationstheorie sind die zwischenmenschlichen Beziehungen ein zentrales Thema. Die Theoretiker des symbolischen Interaktionismus zum Beispiel stellen die Analyse der Interaktion zwischen Personen ins Zentrum ihrer Arbeit. Sie konzentrieren sich somit auf den Beziehungsaspekt von Kommunikation, und sie tun das so sehr, daß ihnen der Inhaltsaspekt aus den Augen gerät. Sie haben eigene Begriffe in die Diskussion gebracht; zu nennen sind vor allem Empathie und Ambiguitätstoleranz, mit denen sie bestimmte Beziehungsphänomene im Kommunikationsprozeß und deren Sozialisationsfunktion zu verdeutlichen versuchen. Darauf ist hier nicht näher einzugehen, auch nicht auf andere Begriffe in anderen Theorieansätzen, etwa den der sozialen Stützung. Hier

soll es nur um den knappen Hinweis gehen, daß das komplexe Beziehungsphänomen von verschiedenen Wissenschaften analysiert, ebendamit aber auch in seiner komplexen Ganzheit aufgelöst wird; daß zum anderen die Theorieansätze nur selten auf die medialen Kommunikationsprozesse angewendet werden.

Allerdings befassen sich einige Theoretiker auch ausdrücklich mit diesen Prozessen. Schon 1956 wurde für sie in den USA der Begriff „parasoziale Interaktion“ eingeführt, manche sprechen auch von „parasozialem Dialog“. Diese Wortwahl ist bezeichnend. Zum einen ist sie sozialisationstheoretisch orientiert, geht also vom sozialen – statt personalen – Dialog aus, und zum anderen wertet sie dann Medienkommunikation als parasozial ab: Der Live-Charakter des Films erweckt die Illusion einer Face-to-face-Beziehung. Damit ist auch die Qualität der medialen Beziehung als minderwertig abgetan und die Frage, ob sie nicht trotzdem einen kommunikativen Wert haben könnte, wird gar nicht mehr gestellt. Geschieht das neuerdings doch, etwa im Rahmen des handlungstheoretischen Ansatzes, so erscheint die parasoziale Interaktion auch hier als defizienter Modus von Kommunikation. Bezeichnend ist der häufig anzutreffende Hinweis, sie komme dem Bedürfnis nach Wirklichkeitsflucht entgegen.

Einen ganz anderen Ansatz hat die sogenannte Rezeptionsästhetik³. Hatte die traditionelle Literaturwissenschaft im Bann der Werk- und Darstellungsästhetik gestanden und nur nach deren Wirkungsgeschichte gefragt, so wird seit Ende der 60er Jahre die Geschichte der Literatur als ein Prozeß ästhetischer Kommunikation verstanden, in dem der aktive Rezipient nicht weniger wichtig ist als das Werk. Er bringt sich und seine ästhetische Erfahrung in den Kommunikationsprozeß ein. Dieser ist zwar wie der audiovisuell vermittelte nur von medialer Art, aber die abendländische Hochschätzung von Sprache und Literatur gibt ihm seine Dignität, an der die Bildmedien nicht teilhaben. Auch hier ist wieder die Wortwahl „Rezeptionsästhetik“ aufschlußreich. Zwar ist die Wendung vom Werk zum Rezipienten höchst belangvoll, aber der neue Zugriff bleibt doch ein literaturspezifischer; er faßt die Beziehung zwischen Leser, Hörer, Seher und Mediengestalten primär als ästhetischen und nicht als kommunikativen Prozeß.

Es gibt eine Reihe weiterer Disziplinen, die sich mit medialen Kommunikationsprozessen befassen, ohne sie als solche zu thematisieren. Unter ihnen nimmt die Theologie einen besonderen Platz ein. Tatsächlich lassen sich ja Grundformen des religiösen Lebens als mediale Kommunikation verstehen, allen voran das Gebet. Es stellt sicher keine Face-to-face-Kommunikation dar, vielmehr sind die Partner des Beters im Grunde Mediengestalten. Selbst Gott ist uns zunächst nur „aus der Schrift“ zugänglich, also aus einem Medium; in die Kommunikation mit ihm wird freilich auch die eigene religiöse Erfahrung eingebracht. Sodann zeigt das Gebet, wie Guardini einst schrieb⁴, daß es nur „aus dem inneren Verhältnis zu Gott heraus geübt“ werden kann. Auch für das Beten hat also der Beziehungsaspekt größte Bedeutung, er ist ganz im Sinn Watzlawicks davon untrennbar. Vor allem aber

stellt es eine Kommunikationsform dar, die medial und gleichwohl personal ist, andererseits als personale dennoch keine direkte, keine Face-to-face-Kommunikation ist, da der Partner dem Beten ja nicht leibhaftig gegenübersteht.

Beziehung und Mediennutzung der Kinder

Man weiß seit langem, wie wichtig es für Kinder ist, daß sie in einer festen Eltern-Kind-Beziehung geborgen sind, und dies um so mehr, je jünger sie sind. Nach der leiblichen Entbindung des Kindes von der Mutter braucht es eine neue, eine seelische Bindung, um überhaupt leben zu können. Mit zunehmender Verselbständigung freilich lockert sich diese Bindung, die Ablösung von den Eltern ist zwangsläufig die Kehrseite der Verselbständigung, oder anders gesagt: die konkrete Gestalt der Eltern-Kind-Beziehung ändert sich ständig. Und zugleich stellt das Kind zunehmend Beziehungen zu anderen her; teils werden sie ihm angetragen, teils sucht es sie von sich aus⁵.

Schon immer bauten Kinder Beziehungen auf zu Gestalten der Märchen, Sagen, Abenteuergeschichten, aber auch zu ihrer Lieblingspuppe, sogar zu bestimmten Kuscheltieren. Manches spricht dafür, daß ihre Beziehungen zu Medienfiguren im Zeitalter der modernen Medien intensiver sind, einmal weil die bewegten Bilder bzw. die „Totalsprache“ des Bildschirms, also das Zusammengehen von Wort und Bild eindringlicher sind, zum anderen weil die finanziellen Gewinn versprechenden Medienakteure von heute sogleich in einen kommerziellen Medienverbund eingebracht werden. Dennoch ist festzuhalten, daß das Phänomen nicht neu ist. Ein interessanter Beleg dafür findet sich in jenen „Briefen an Persönlichkeiten“, die der spätere Papst Johannes Paul I. als Patriarch von Venedig für eine italienische Monatszeitschrift geschrieben hat. Zu ihnen zählt ein Brief an Pinocchio:

„Mit sieben Jahren las ich zum ersten Mal Deine ‚Abenteuer‘. Ich kann Dir nicht sagen, wie sehr sie mir gefallen und wie oft ich sie verschlungen habe. Ich habe in Dir mich selbst als Kind wiedererkannt, in Deiner Umgebung die meinige. Wie oft liefst Du im Wald herum, durch die Felder, über den Strand, auf den Straßen! Der Fuchs, die Katze, der Hund Cedovo und die Helden der Bücherschlacht begleiteten Dich. Es schien, als wäre es mein Herumtollen, meine Spielgefährten, die Straßen und die Felder meines Dorfes. Du gingst die angekommenen Kutschen auf dem Dorfplatz bestaunen, genauso wie ich. Du stöhnstest, verzogst den Mund, stecktest den Kopf unter die Decke, bevor Du den Becher mit der bitteren Medizin nahmst – wie ich... Auch ich wurde auf dem Schulweg in ‚Schlachten‘ verwickelt: im Winter besonders mit Schneebällen, sonst mit Schlägen und ähnlichem, das ganze Jahr hindurch. Ein wenig steckte ich ein, ein wenig teilte ich aus, wobei ich versuchte, ‚Einnahmen‘ und ‚Ausgaben‘ gleich groß zu halten und daheim nicht zu jammern, weil ich dort vielleicht noch eine Zugabe bekommen hätte. Jetzt bist Du zurückgekehrt. Du hast nicht mehr aus den Seiten des Buches gesprochen, sondern vom Bildschirm. Doch Du bist das gleiche Kind wie früher.“⁶

Eine Fundgrube für Fernseh-Beziehungsgeschichten bieten die Publikationen von Jan-Uwe Rogge. Die folgende ist seinem Buch „Kinder können fernsehen“ entnommen⁷. Die fünfjährige Beate zieht sich jeden Morgen in die Spielecke des

Kindergartens zurück und führt mit einer Puppe, die sie Heidi nennt, über Wochen hin immer die gleichen Gespräche. Die Erzieherin bittet sie regelmäßig, ihr aus dem Heidi-Buch die Abschnitte vorzulesen, in denen es um Trennung und Wiederkehr geht und darum, wie Heidi mit dem Alleinsein fertig werden muß. Zu Hause inszeniert sie Heidi-Rollenspiele und sieht sich mehrmals täglich eine Heidi-Videokassette an. Der Schlüssel zu dieser scheinbaren Fixierung auf die Medien-Heidi: Beates Mutter hat vor, wieder zu arbeiten, und sie hat diesen Plan an mehreren Abenden mit ihrem Mann besprochen. Um ihre Tochter nicht zu beunruhigen, sollte sie zunächst nichts davon erfahren. Aber sie schnappte Gesprächsfetzen auf, die sich bei ihr zu dem Eindruck verdichteten: Mami geht weg, um zu arbeiten, und ich bleibe allein.

Die Interpretation dieser Fallgeschichte ist nicht schwierig. In den Trennungs- und Abschiedsszenen der Heidi-Geschichten findet die Fünfjährige ihre eigene, tatsächliche oder vermeintliche Situation wieder. Mit ihrer Hilfe sucht sie nach Auswegen aus dieser Situation, deren Ängste noch dadurch verstärkt werden, daß die Mutter aus ihrem Vorhaben ein Geheimnis macht. Sie sucht nach Lösungsmöglichkeiten, aber nicht theoretisch distanziert, nicht für sich nachgrübelnd oder mit anderen darüber sprechend, sondern auf der Basis einer engen Beziehung zur Medien-Heidi. Diese ist für sie ja nicht nur imaginäre Gefährtin oder Fluchthelferin in die Welt der Phantasie, erst recht nicht bloße Fiktion, sie ist vielmehr Partnerin, Vertraute, Verbündete, Leidensgefährtin, Trösterin, Hoffnungsträgerin, emotionale Stütze, jeweils in unterschiedlicher Akzentuierung und doch auch alles zugleich⁸.

Schwierig ist es, diese Beziehung „wissenschaftlich“ näher zu bestimmen. Zur Verfügung stehende Begriffe treffen nur partiell zu. Dem Phänomen am nächsten kommt noch, von einer personalen Beziehung zu reden. Allerdings sind wir gewohnt, gerade im Blick auf das Fernsehen die Begriffe personal und medial als Gegensatz zu nehmen. Tatsächlich jedoch muß das Begriffspaar keinen Gegensatz bilden, zumindest nicht in jeder Hinsicht. Die Kommunikationsverhältnisse im religiösen Bereich belegen diese Feststellung. Auf jeden Fall aber ist es eine ganzheitliche Beziehung, die als solche auch kommunikationstheoretisch zu würdigen ist und die nicht auf einzelne ihrer Aspekte reduziert werden darf, wie es im heutigen Wissenschaftsbetrieb üblich ist und im vorigen Abschnitt zu skizzieren versucht wurde.

Das Brockhaus-Lexikon definiert Beziehung als „die das Handeln und Erleben des einzelnen bestimmende zwischenmenschliche Verbundenheit“. Diese ist sicher zu einem großen Teil emotional bestimmt, also von Sympathie bzw. Antipathie, erschöpft sich darin aber nicht; auch Kognitionen und Werthaltungen sind von Belang. Die Verbundenheit ist mit verschiedenen Mitmenschen unterschiedlich intensiv, und das gilt auch für die Beziehung zu den Medienakteuren, den realen wie fiktiven. Zu manchen findet man auch gar keinen Zugang. Und wenn die fünfjähri-

ge Beate versucht, mit Hilfe ihrer Beziehung zur Medien-Heidi ihre familiären Beziehungsprobleme zu lösen, dann spielen in diesen Prozeß selbstverständlich auch die auf dem Bildschirm oder im Buch dargestellten Beziehungsprobleme hinein. Das kompliziert die Sachlage beträchtlich und erschwert den wissenschaftlichen Zugriff nochmals.

Seit kurzem gehen einige Wissenschaftler der Frage nach⁹, wie Kinder Medieninhalte in ihr Alltagsleben einbeziehen, wie sie sie im Prozeß der Weltorientierung und des sozialen Handelns aktiv nutzen. Der Beziehungsaspekt taucht dabei nur am Rand auf. Es ist die Konsequenz ihres handlungstheoretischen Ansatzes, daß sie ihr Augenmerk auf die „handlungsleitenden Themen“ der Kinder richten und fragen, wie Kinder auf diese Themen hin die Programminhalte aktiv nutzen. Das ist sicher ein wichtiger, auch produktiver Ansatz. Hier jedoch wird dafür plädiert, daß der Beziehungsaspekt in der Medienkommunikation mehr wissenschaftliches Interesse findet als bisher, seine Bedeutung gesehen und seine Eigenart zu präzisieren versucht wird.

Beziehung und Mediennutzung der Erwachsenen

Gilt Watzlawicks These von der Dominanz des Beziehungsaspekts für die Medienkommunikation, so muß sie auf die Mediennutzung der Erwachsenen ebenso zutreffen wie auf die der Kinder. Tatsächlich zeigt gerade die gegenwärtige rasante Programmausweitung, wie hoch der Erklärungswert von Watzlawicks Ansatz ist. Wenigstens ansatzweise soll das noch erläutert werden.

Beziehungen sind in der Regel nicht auf Anhieb da, sie müssen erst geschaffen werden. Zu den meisten Menschen, die man nur einmal sieht, gewinnt man keinerlei Beziehung, sie bleiben Fremde. Die Kassiererin, der Zugschaffner, der Polizist bei der Verkehrskontrolle, der Stromableser und manche andere begegnen uns nur in ihrer gesellschaftlichen Funktion; die konkrete Person, die diese Funktion ausübt, interessiert uns nicht. Das gilt auch für die Medienakteure. Wer nur einmal auf dem Bildschirm erscheint, der bleibt uns fremd und man vergißt ihn schnell; es mag Ausnahmen geben, aber die bestätigen nur die Regel. Das Vergessen ist durchaus vernünftig, sogar notwendig, denn man kann nicht zu beliebig vielen Menschen in Beziehung treten, nicht in der Alltagswelt und nicht in der Medienwelt.

Die gegenwärtige Programmvermehrung aber beschert ständig neue Gesichter, als Personen wie als Rollenspieler, und sei es in der Rolle des Kandidaten aus dem Publikum. Soll das nicht alles am Zuschauer nur vorbeirauschen, so braucht er geradezu zwangsläufig einen Anker für sein Fernseherleben. Das gilt für alle Programmsparten, auch für die Informationsprogramme. Insofern ist es keineswegs zufällig, daß sich in ihrem Bereich gegenwärtig ein neuer Begriff einbürgert, der des „anchor man“, des Ankermannes also. Man setzt auf ihn in den Nachrichten

wie in den Bildungssendungen; man braucht ihn, um die Inhalte „rüberzubringen“. Er muß Sympathieträger sein, aber auch den Eindruck von Sachverstand und Souveränität erwecken. Kurzum, er muß so erscheinen, daß möglichst viele Zuschauer zu ihm eine Beziehung gewinnen können.

Noch mehr Gewicht kommt der Beziehungsebene im Bereich der Unterhaltung zu. So ist der Schlüssel zum gegenwärtigen Erfolg der Serien darin begründet, daß sie einem unüberschaubar gewordenen Programm, in dem die Einzelsendung und deren Akteure untergehen, dadurch Struktur geben, daß sie feste Beziehungen ermöglichen. Die Erfolgsserien sind so angelegt, daß der Zuschauer sich in den Problemen und Lebensperspektiven der Akteure wiederfindet. So kann er sich zu ihnen hingezogen fühlen und Beziehungen zu ihnen aufbauen. Wenn die Experten recht haben, daß wir in einer beziehungsarmen Gesellschaft leben, in der die zwischenmenschlichen Beziehungen dünner und brüchiger werden, dann bieten die personalen Medienbeziehungen Ersatz. Sie sind zwar einseitig, haben dafür aber den Vorteil, daß sie keine Verpflichtungen mit sich bringen, weil die Medienpartner keinerlei Ansprüche stellen oder Rücksichtnahmen erwarten. Sodann gehört zu den Vorzügen, daß auf die Bildschirmpartner Verlaß ist. Das Programmschema garantiert, daß sie regelmäßig und mit großer Pünktlichkeit zum festgesetzten Termin erscheinen – wenn sie nicht gerade durch Tennis- oder Fußballspieler und damit andere Bezugspersonen verdrängt werden.

In einer 1984 veröffentlichten Studie geht Sabine Jörg von der These aus, daß es die Showmaster sind, die „sozusagen als Anker für das gesamte Fernseherleben angesehen werden können“. Während Schauspieler Rollen verkörpern, Politiker und zum Teil auch Journalisten Standpunkte darstellen, bringen die Showmaster sich als individuelle Personen ein. In einem empirischen Forschungsprojekt versuchte sie, „das Geflecht der Beziehungen zwischen verschiedenen Zuschauergruppen und verschiedenen Showmastern ein Stück weit aufzuschnüren“. Sie fragte, welche Bedürfnisstrukturen bzw. welche „Zuschauermerkmale“ in diesem Beziehungsgeflecht eine Rolle spielen, welche Affinitäten zu bestimmten Showmastern. Sie ging dabei von dem Grundsatz aus: „Der Mensch ist auf den Menschen bezogen“, und sie wollte in Erfahrung bringen, wie diese Beziehung beschaffen ist und welches Gewicht ihr zukommt, wenn es um die Beziehung zu Medienakteuren geht.

Man mag darüber streiten, ob ihr Ansatz glücklich gewählt und ihr methodischer Zugriff erfolgversprechend war, es war jedenfalls ein Versuch, wissenschaftliches Brachland zu betreten. Wie sehr dieser Versuch die ausgefahrenen Geleise der Medienforschung verließ, zeigt sich schon daran, daß er kaum Beachtung fand. Manche mißverstanden die Untersuchung sogar als eine Hitliste der Showmaster. Allerdings wählte die Autorin auch einen mißverständlichen, fast schon irreführenden Titel: „Unterhaltung im Fernsehen – Show-Master im Urteil der Zuschauer“¹⁰.

Inzwischen scheint die große Zeit der Showmaster vorüber zu sein und die

Hauptakteure der Serien sind zu den wichtigsten Beziehungspartnern geworden. Sie sind insofern typische Medienfiguren, als hier Rolle und Darsteller eine Einheit bilden, von der schwer zu sagen ist, ob in ihr der Darsteller oder die Rolle dominiert. Professor Brinkmann und Pfarrer Kempfert, die Drombuschs und die Bewohner der Lindenstraße werden zu guten Bekannten, von den einen mehr, von den anderen weniger geschätzt, so wie das gegenüber den Menschen unseres Alltags auch der Fall ist. Die Beziehung, die das Publikum zu ihnen aufbaut, wird mitunter so intensiv, daß die fiktiven Gestalten geradezu reale Partner werden, daß zumindest die Grenzen zwischen Fiktion und Realität verschwimmen. Etwa wenn Zuschauer Briefe schreiben an Helga Beimer aus der Lindenstraße und ihr Ratschläge erteilen oder wenn sie brieflich von Professor Brinkmann Auskünfte erbitten.

Nun ist der Hinweis auf solche Phänomene keineswegs originell, Günther Anders hat schon Mitte der 50er Jahre darauf aufmerksam gemacht, damals mit Blick auf die USA. Hier jedoch soll die These vertreten werden, daß es die Intensität der Beziehung ist, die diese Phänomene hervorbringt. Wie sie ihrerseits entsteht und welche Funktion sie hat, wird aus der Perspektive verschiedener Wissenschaften erforscht. Ihren Zugriffen ist gemeinsam, daß sie das komplexe Phänomen Beziehung jeweils fachspezifisch reduzieren. Genausowichtig wie dieses Vorgehen ist jedoch, es auch in seiner noch nicht zergliederten Ursprünglichkeit zu erfassen und zu charakterisieren, die medial-personale Beziehung umfassend kommunikationstheoretisch zu würdigen, sie nicht bloß negativ zu sehen als eskapistisch oder parasozial. Durch den Live-Charakter der audiovisuellen Medien hat die medial-personale Beziehung insofern eine neue Qualität bekommen, als die Beziehungspartner lebendig und leibhaftig, eben als Live-Partner auf dem Bildschirm erscheinen.

ANMERKUNGEN

¹ P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson, *Menschliche Kommunikation* (Bern 1969) 54f.

² H. Sturm, *Fernsehdiktate: Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen* (Gütersloh 1991) 66.

³ H. R. Jauf, *Rezeption, Rezeptionsästhetik*, in: *HistWbPhil*, Bd. 8 (1992) 996–1004.

⁴ R. Guardini, *Vorschule des Betens* (Einsiedeln 1954) 18.

⁵ R. Merkert, *Medien und Erziehung* (Darmstadt 1992) 128–146.

⁶ Johannes Paul I., *Ihr ergebener Albino Luciani. Briefe an Persönlichkeiten* (München 1978).

⁷ (Reinbek 1990) 39 ff.

⁸ Vgl. auch M. Charlton, ... weil ich mit'm Pumuckl sprechen will, in: *Television* 3 (1990) H. 2, 22 ff.

⁹ Etwa S. Aufenanger, B. Bachmair, M. Charlton, K. Neumann-Braun.

¹⁰ *Schriftenreihe Internat. Zentralinstitut f. d. Jugend- u. Bildungsfernsehen*, Bd. 18 (München 1984).