

Menschen im medialen *Wirklichkeitstransfer*

Eine theoretische Betrachtung der Versetzung der Rezipienten in die
durch die Medien geschaffene Wirklichkeit

Inauguraldissertation der Philosophisch-historischen Fakultät der Universität Bern
Zur Erlangung der Doktorwürde vorgelegt von
Tanja, Hackenbruch
Rheinfelden AG

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	4
1. Eine neue Theorie	4
2. Der Anstoss zu dieser Arbeit	5
3. Der Aufbau dieser Arbeit	7
II. Der Wirklichkeitstransfer	9
1. Die Definition des <i>Wirklichkeitstransfers</i>	9
2. Die Thesen zum <i>Wirklichkeitstransfer</i>	13
III. Erste Beobachtungen zum <i>Wirklichkeitstransfers</i>.....	17
1. Rezipienten und <i>Wirklichkeitstransfer</i>.....	17
1.1 Beobachtungen zum Rezeptionsverhalten von Kindern	17
1.2 Beobachtungen zum Rezeptionsverhalten von Erwachsenen.....	19
2. Medien und <i>Wirklichkeitstransfer</i>.....	22
2.1 Neue Rahmenbedingungen, neue Medien, neue Technologien.....	22
2.2 Neue Medien, neue inhaltliche Schwerpunkte.....	25
IV. Erste Schlussfolgerungen.....	29
V. Theoretische Ansätze zum <i>Wirklichkeitstransfer</i>	39
1. Die Wirklichkeit	40
1.1 Die philosophische Betrachtungsweise	40
1.2 Die konstruktivistische Betrachtungsweise	46
1.3 Die Betrachtungsweise anhand des Symbolischen Interaktionismus	48
1.4 Das Wirklichkeitsverständnis beim <i>Wirklichkeitstransfer</i>	49
2. Der physiologische Ablauf	59
2.1 Die Hirnforschung.....	59
2.2 Die Methoden der Hirnforschung.....	60
2.3 Beiträge der Hirnforschung zum <i>Wirklichkeitstransfer</i>	61
2.3.1 Physiologische Abläufe und Analogien zum Träumen.....	61
2.3.2 <i>Wirklichkeitstransfer</i> und Hypnose.....	66
2.3.3 Die Aufmerksamkeitsleistung des Gehirns	67
2.3.4 Die Wahrnehmung der Medieninhalte	69
2.3.5 Die Antworten auf die Fragen zum physiologischen Ablauf	71

3. Motive und Funktionen	73
3.1 Die psychologische Betrachtungsweise	73
3.1.1 Die psychischen Kräfte	73
3.1.2 Die psychischen Mechanismen.....	75
3.1.3 Antworten aus der Psychologie.....	83
3.2 Die medienwissenschaftliche Betrachtungsweise	84
3.2.1 Der Nutzen- und Belohnungsansatz	84
3.2.2 Antworten aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz	90
3.2.3 Die Handlungstheorie	91
3.2.4 Antworten aus der Handlungstheorie.....	95
4. Kinder und Jugendliche	97
4.1 Die kommunikative Phase	97
4.2 Die Entwicklungsstufen	100
4.3 Antworten zum <i>Wirklichkeitstransfer</i>	105
5. Alternative Konzepte	107
5.1 Die Cultural Studies.....	107
5.1.1 Das Dekodierungs- und Kodierungsmodell.....	108
5.1.2 Die Rezeptionsästhetik	109
5.1.3 Der produktive Zuschauer.....	110
5.1.4 Die Medienaneignung	113
5.1.5 Antworten aus den Cultural Studies.....	114
5.2 Die Screen-Theorie	115
5.2.1 Die Suture.....	116
5.2.2 Antworten aus der Screen-Theorie	117
6. Die Sozialisation	119
6.1 Der Symbolische Interaktionismus	119
6.2 Die Grundannahmen Meads	119
6.3 Antworten zur Sozialisation durch den <i>Wirklichkeitstransfer</i>	122
7. Ein Rückblick zu den einzelnen Betrachtungen	124
7.1 Eine kurze Zusammenfassung	124
7.2 Der weitere Verlauf der Arbeit	126

VI. Die Strukturierung des *Wirklichkeitstransfers*..... 127

1. Die Thesen	128
1.1 These 1: Erweiterung des Kommunikationsbegriffs.....	128
1.2 These 2: <i>Wirklichkeitstransfer</i> als Annäherung	131
1.3 These 3: Das basale Handlungsmotiv	132
1.4 These 4: Abdriften aus der primären Realität	137
1.5 These 5: Durchmischung und Langzeitwirkung.....	140
1.6 These 6: Zunahme des Einflusses	143
1.7 These 7: Interdisziplinarität.....	145
1.8 Fazit zu den Thesen	146

2. Präzisierungen zum <i>Wirklichkeitstransfer</i>	147
2.1 Die beteiligten Elemente.....	147
2.1.1 Der Kommunikator	147
2.1.2 Die Aussage.....	148
2.1.3 Das Medium.....	150
2.1.4 Der Rezipient	151
2.2 Der Prozess.....	153
2.3 Die Abgrenzung zu anderen Phänomenen.....	155

VII. Das Potential des *Wirklichkeitstransfers*..... **157**

1. Die Medienwirkungen	161
1.2 Die physischen Aspekte	161
1.3 Die psychischen Aspekte	163
1.4 Die gesellschaftlichen Aspekte	165
1.5 Direkte Wirkungen und Langzeitwirkungen	167
1.6 Anwendung des <i>Wirklichkeitstransfers</i> im Bereich der Medienwirkung	168
2. Die neuen Lebenswelten	172
3. Ein Aufbruch zu neuen Ufern	176

VIII. Gesamtzusammenfassung..... **177**

IX. Bibliografie

179

X. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

198

I. Einleitung

1. Eine neue Theorie

In der Medien- und Kommunikationswissenschaft besteht seit vielen Jahren der Trend zu empirischen Untersuchungen und Studien. So stellt man fest, dass die meisten kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten mit grossen empirisch angelegten Untersuchungen bereits vorhandene Theorien zu erklären oder zu verifizieren suchen (Brügger 2003:143). Seit den 1970er-Jahren werden kaum neue Reflektionen zu kommunikationswissenschaftlichen Theorien angestrebt (ebd.), also gerade in einem Zeitabschnitt, in dem sowohl die Bedeutung der Medien wie auch das gesamte Kommunikationsverhalten einem signifikanten Wandel unterworfen waren. Sicherlich waren alle durchgeführten Studien und Untersuchungen theoretisch fundiert, doch die Theorie selbst unterlag kaum dem wissenschaftlichen Interesse. Heute sollte in einer veränderten Medienlandschaft der Theorie an sich ebenfalls wieder vermehrt Raum und Zeit gewidmet werden.

Die meisten medienwissenschaftlichen Theorien und Ansätze stammen aus einer Zeit, in der vor allem die klassischen Medien Gegenstand der Untersuchung waren. Neue Medien, neue Formate, neue Mediennutzungsformen und auch neue Technologien regen jedoch zu neuen Überlegungen an und rücken die Kommunikation durch die Massenmedien in ein anderes Licht. Die Rezeptionsmöglichkeiten sind heute weitaus grösser, gewichtiger, vielfältiger und globaler und deren Auswirkungen auf die Individuen und die Gesellschaft gehorchen den veränderten Rahmenbedingungen. Es liegt auf der Hand, dass Definitionen und Theorien, die für einmalige Verhältnisse galten, heute an ihre Grenzen stossen.

Mit der vorliegenden Arbeit soll versucht werden, der theoretischen Diskussion einen neuen Impuls zu geben. Und wie es bei der Begründung aller neuen Theorien der Fall ist, soll eine Diskussion eröffnet und interessierte wissenschaftliche Kreise zum Nach-respektive Weiterdenken angeregt werden. Das Ziel ist es, nicht etwas völlig Neues zu schaffen, sondern mit dem bereits Vorhandenen sollen adäquate Überlegungen zur heutigen Situation der Massenmedien und insbesondere zu deren Rezeption angestellt werden. Zugleich kommt man so von den Einzelstudien weg, hin zu einer gesamtheitlichen Schau.

Verkürzt ausgedrückt soll diese Arbeit aufzeigen, dass die heutige Mediennutzung zu einem beträchtlichen Teil aus dem *Wirklichkeitstransfer* besteht. Damit ist eine besonders intensive Medienrezeption gemeint, bei der der Rezipient seine eigene Wirklichkeit mehr oder weniger in jene des Mediums transferiert und dabei von der ihn umgebenden primären Realität abdriftet. Es geht nicht darum, diesen *Wirklichkeitstransfer* als eine unbedeutende Facette in die Massenkommunikationstheorien zu integrieren, sondern der *Wirklichkeitstransfer* soll gleichwertig neben die klassischen Theorien der Kommunikation gestellt werden. Durch den *Wirklichkeitstransfer* ändert sich der gesamte Fokus bei der Betrachtung sowie der Auswirkungen der Massenkommunikation. Wirkungen, Medienverhalten, Nutzungsmotive, philosophische oder gesellschaftliche Fragen etc., die bis anhin in den Kommunikations- und Medienwissenschaften kaum oder gar nicht erklärt worden sind, gewinnen durch den Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* an Bedeutung und bekommen das ihnen zustehende Gewicht. Daraus folgen eine Perspektivenerweiterung und ein Aufbruch zu neuen Ufern in wissenschaftlicher Hinsicht.

2. Der Anstoss zu dieser Arbeit

Angeregt zu dieser Arbeit wurde ich durch die Lektüre einiger griechischer Philosophen und moderner Schriftsteller, durch den eigenen Medienkonsum, durch Beobachtung und vor allem durch meinen Professor Matthias Steinmann. Bereits bei meiner Abschlussprüfung im Fach Medienwissenschaften an der Universität Bern im Jahr 2000 diskutierten wir über den heutigen Stellenwert der medialen Wirklichkeiten und den Umgang der Rezipienten mit diesen. Die geradezu philosophischen Fragen, die sich aus dieser theoretischen Diskussion ergaben, haben uns nicht mehr losgelassen. In unserer späteren Zusammenarbeit haben wir uns oft darüber unterhalten, dass der gesamte Prozess, der sich beim Konsum medialer Wirklichkeiten einstellt (Bedeutungsvermittlung und *Wirklichkeitstransfer*) in den Medienwissenschaften nur unzulänglich theoretisch erfasst und erklärt wird.

Es mag erstaunen, dass wir als Publikumsforscher/innen, tätig in einer Institution wie dem SRG SSR Forschungsdienst und der Telecontrol Group, bei denen es in erster Linie um Nutzungsdaten geht, uns dem Thema der Theorie so verschrieben haben. Doch gerade die tägliche Arbeit mit empirischen Daten und deren Interpretation hat uns vor Augen geführt, wie dringend notwendig eine Reflexion über die theoretische Erfassung aller Dimensionen des Massenmedienkonsums ist. Schliesslich zeigen uns

die Daten klar, konkret und objektiv die Umwälzungen in der Bedeutung und Nutzung der Massenmedien. Was alles hinter der immensen Medien-Nutzzust liegt, konnte uns durch die vorhandenen Theorien nicht hinreichend erklärt werden und so spannen wir weiter an der Idee des *Wirklichkeitstransfers*.

An der Jubiläumstagung zum zehnjährigen Bestehen des Instituts für Medienwissenschaft der Universität Bern vom 1. und 2. November 2002 trat Professor Matthias Steinmann das erste Mal mit den Überlegungen zum *Wirklichkeitstransfer* an die Öffentlichkeit. Sein Referat trug den Titel 'Sophies zweite Welt - Das Publikum im *Wirklichkeitstransfer*'. In diesem Referat wurden erste Arbeitsthesen formuliert. Das Echo auf diesen Auftritt war durchaus positiv. Die Motivation, sich weiter mit diesem Thema zu befassen, wuchs und nahm konkretere Formen an. Im Wintersemester 2003/04 machten wir die Probe aufs Exempel und boten ein Seminar zum *Wirklichkeitstransfer* an der Universität Bern an. Die Veranstaltung war ein Erfolg. Durch die Mitarbeit der Studierenden wurden neue Aspekte zu Tage gefördert und der Entschluss, sich weiterhin mit diesem Thema zu befassen, wuchs. Alle Arbeiten dieses Seminars wurden in einem Sammelband im Herbst 2004 veröffentlicht (Steinmann 2004) und sie trugen wesentlich dazu bei, dass die vorliegende Dissertation möglich wurde.

Es muss jedoch angemerkt werden, dass in dieser Arbeit noch keine abgeschlossene und ausformulierte Theorie präsentiert werden kann. Vielmehr wird der ganze Prozess, wie es zum Ansatz *Wirklichkeitstransfer* kam, dargestellt und aufgezeigt. Beinahe alle Bausteine, die wir in den vergangenen Jahren gesammelt haben, finden sich in dieser Arbeit irgendwo wieder. Die vorliegende Arbeit kann damit als eine Synthese verstanden werden und als ein erster Versuch, alle guten und sinnvollen Ideen zum *Wirklichkeitstransfer* zu bündeln. All jenen, die einzelne Bausteine geliefert oder mich zu neuen Überlegungen gebracht haben, möchte ich herzlich danken.

Mein erster Dank gilt Professor Matthias Steinmann, der mich vorbehaltlos unterstützt hat und ohne dessen Input und Glaube an mich diese Arbeit niemals möglich gewesen wäre. Ebenfalls Dank gilt den Professoren Rudolf Groner (psychologisches Institut Universität Bern, Fachbereich Medienpsychologie) und Louis Bosshart (Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Fribourg), welche mir mit Rat und Tat zu Seite standen und sich die Zeit nahmen über meine Arbeit

nachzudenken. Weiter danke ich Robert Aeberhard und Romi Hofer, meinen hilfsbereiten Kollegen, die das Thema mit mir oft durchgekaut haben und stets gute Zuhörer waren. Zu guter Letzt danke ich meiner Familie und meinem Freund, die immer Verständnis für meine Arbeit hatten und mir durch ihren täglichen Medienkonsum vor Augen führten, dass ich mit dem *Wirklichkeitstransfer* in die richtige Richtung gehe.

3. Der Aufbau dieser Arbeit

Nach einer kurzen Darlegung des *Wirklichkeitstransfers* anhand der Definition und den sieben Hauptthesen (Kapitel II) werden die Indikatoren oder Charakteristiken des *Wirklichkeitstransfers* im Alltag aus der Sicht der Medien und der Rezipienten mittels einiger Beispiele vorgestellt (Kapitel III).

Danach folgt als wichtiger Zwischenschritt aus den Kapiteln I-III ein erstes Fazit (Kapitel IV).

Im fünften Kapitel wird dann versucht, den für unsere Thematik wichtigen Begriff der Wirklichkeit beziehungsweise der Wirklichkeiten so aufzuarbeiten, dass er für die vorliegende Arbeit brauchbar und unmissverständlich ist. Danach werden einzelne Fragen an das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* aus ganz verschiedenen Blickwinkeln gestellt. Es geht dabei um die Abläufe in der Physis, um die dahinter stehenden Motive und Kräfte, um die Betroffenheit der Kinder und um die Sozialisation durch den *Wirklichkeitstransfer*. Damit diese Fragen befriedigend beantwortet werden können, werden neben medienwissenschaftlichen Ansätzen auch fremde Fachdisziplinen wie die Psychologie oder die Medizin beigezogen (die viel geforderte Interdisziplinarität soll hier zur Anwendung kommen). Anhand zweier Ansätze aus den Medienwissenschaften wird aufgezeigt, dass das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* bereits erkannt ist, jedoch nie mit dem nötigen Stellenwert behandelt wurde und somit auch nicht dazu führte, traditionelle Theorien vollständig aufzubrechen. In einem Rückblick werden dann die Erkenntnisse aus dem Streifzug durch die Wissenschaft zusammengefasst.

In Kapitel VI werden Steinmanns Unterthesen aufgegriffen und anhand der neuen Erkenntnisse aus den vorhergehenden Kapiteln diskutiert. Die Thesen werden präzisiert, der Ablauf des *Wirklichkeitstransfers* mit seinen Elementen aufgezeigt und neue Fragen werden angesprochen.

Das Kapitel VII geht über die Beschreibung des Phänomens und über die ersten Überlegungen Steinmanns hinaus. Es geht darin um das Potential des hier aufgezeigten Ansatzes und darum, wie der *Wirklichkeitstransfer* zu einer Verbreiterung der Perspektive führen kann. Es wird dargelegt, wie die Medienwissenschaft aus diesem Ansatz profitieren kann und auch sollte.

Eine kurze Zusammenfassung schliesst die Arbeit ab (Kapitel VIII).

Danach folgen bibliografische Angaben (Kapitel IX) und das Abbildungsverzeichnis (Kapitel X).

II. Der Wirklichkeitstransfer

1. Die Definition des *Wirklichkeitstransfers*

Im bereits erwähnten Seminar an der Universität Bern wurde das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* in seine Elemente zerlegt und von unterschiedlichen Seiten beleuchtet (Steinmann 2004). Aus diesen Diskussionen kristallisierte sich immer deutlicher heraus, was wir unter *Wirklichkeitstransfer* verstehen wollen und welche Elemente dabei von Bedeutung sind. Unsere so entwickelte Definition, die als Grundstein für spätere Überlegungen und Arbeiten dienen sollte, lautet wie folgt (Hackenbruch/Steinmann 2004:350):

Der *Wirklichkeitstransfer* beschreibt ein Phänomen, welches bei der Nutzung von Medieninhalten, insbesondere fiktionaler Art, auftritt. Der Rezipient versetzt sich während der kommunikativen Phase in eine sekundäre (mediale) Realität, was (individuell und situativ unterschiedliche) Auswirkungen auf seine primäre Realität haben kann.

Kurze Erläuterung zur Definition

Die Definition zeigt einerseits auf, dass mit dem *Wirklichkeitstransfer* ein Phänomen beschrieben wird, welches bei der Nutzung von Medieninhalten auftritt. Es zeigen sich möglicherweise in anderen Situationen oder Handlungen¹ vergleichbare oder gar gleiche Phänomene, die aber hier nicht zur Diskussion stehen. Der Begriff *Wirklichkeitstransfer* soll in dieser Arbeit bewusst auf ein mediales Phänomen beschränkt werden.

Weiter besagt die Definition, dass das Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* insbesondere bei Medieninhalten fiktionaler Art auftritt. Damit wird auf der Seite der Aussage (resp. des Medieninhalts) eine Fokussierung auf fiktionale Inhalte vorweggenommen. Unter fiktionalen Inhalten verstehen wir in erster Linie solche Inhalte, die nicht das Ziel verfolgen, die Realität möglichst unverändert abzubilden, sondern die den Zuschauer unterhalten und in eine andere Welt entführen wollen. Auch Mischformen in den Medien, die uns glauben lassen, es handle sich um eine Wiedergabe der Realität (Big Brother, Simple Life etc.) sollen dabei der Fiktion

¹ Oft diskutiert wurde die Abgrenzung zum Schlafen, zum Träumen, zur Hypnose, zum Tagträumen etc.

zugeordnet werden. In den Worten Bossharts (1998) ausgedrückt könnte man die hier relevanten Inhalte auch mit dem 'as-if-worlds'-Konzept fassen. Solche Inhalte ermöglichen dem Rezipienten Unterhaltung in sekundären Welten ('as-if-worlds'), die sich zwar von der primären Realität unterscheiden, mit dieser aber dennoch verknüpft sind. Bosshart erachtet es dabei als besonders wichtig, dass unterschieden wird zwischen der primären, nicht veränderbaren Realität und dem Spiel als einem Ort der Phantasie, als einem Spielplatz für utopische Gedankengänge. Diese sekundären Welten, eröffnet durch die fiktionalen Inhalte, ermöglichen die Erfüllung von Wünschen und Phantasien, die anderweitig nicht realisiert werden können (ebd.:5).

Als Gegenstück zu den fiktional unterhaltenden Medieninhalten betrachten wir die informativen, dokumentarischen und vor allem politisch-bildenden Inhalte. News-Sendungen wie die Tagesschau oder auch dokumentarische Tierfilme ohne computergenerierte Geschöpfe und Landschaften gehören in diese Kategorie (vgl. hierzu: Hickethier 2001:190–209). Selbstverständlich können auch solche Inhalte den Rezipienten in andere Welten entführen und je nachdem sogar unter dem 'as-if-worlds'-Konzept gefasst werden. Letztlich wird immer durch den Rezipienten bestimmt, was ihn unterhalten soll oder wodurch er sich entführen lassen will (Bosshart 1996:46). Von der produkteorientierten Sicht bei der Einordnung der fiktionalen, unterhaltenden Inhalte kann aber hier nicht völlig abgesehen werden, da bei den als Unterhaltung verstandenen Inhalten die Wahrscheinlichkeit des 'Sich-Versetzens' eindeutig plausibler ist.²

Wie in der Definition weiter beschrieben, handelt es sich beim *Wirklichkeitstransfer* um ein Phänomen, das den Rezipienten betrifft. Der *Wirklichkeitstransfer* wird auch von anderen Faktoren im Kommunikationsprozess massgeblich beeinflusst. Der Rezipient hat aber stets die Hauptrolle inne, da er es ist, der den *Wirklichkeitstransfer* erfährt und durchlebt. Der Rezipient definiert bis zu einem gewissen Masse selbst, ob und inwieweit er sich dem Medieninhalt aussetzen will; so kann er den *Wirklichkeitstransfer* aktiv provozieren oder er kann passiv, ohne bewusstes Handeln von seiner Seite her, in eine sekundäre Wirklichkeit 'hineingesogen' werden.

² In der Geschichte der Kommunikationswissenschaften bestehen zwei Hauptrichtungen, die den Begriff der Unterhaltung bestimmen: Ein produkteorientierter Ansatz (Unterhaltung als eine Gattung) und ein rezeptionszentrierter Ansatz (Unterhaltung ist ein Erlebnis). Die meisten Unterhaltungskonzepte stützen sich auf einen oder gar auf beide dieser Ansätze. Auch wir stehen hier vor diesem Dilemma und müssen uns mit beiden Konzepten auseinandersetzen. Vgl. dazu: Stumm 1996:69-149.

Im Ablauf des Kommunikationsprozesses betrachtet besagt die Definition, dass sich der *Wirklichkeitstransfer* während der kommunikativen Phase einstellt. Wir gehen dabei von den drei bekannten Phasen der Kommunikationswissenschaft aus: die präkommunikative Phase, die kommunikative Phase und die postkommunikative Phase (Schenk: 2002:33). Unter der kommunikativen Phase verstehen wir damit jene, die der unmittelbaren Medienrezeption entspricht.

Beim *Wirklichkeitstransfer* handelt es sich laut Definition um ein 'Sich-Versetzen' des Rezipienten in eine sekundäre (mediale) Realität. Das 'Sich-Versetzen' ist ein Prozess, der im Laufe der vorliegenden Arbeit noch genauer erfasst werden soll. Die sprachliche Wahl des Begriffs zur Beschreibung dieses Prozesses zeigt, dass es sich um einen Prozess handelt, der nicht zwingend bewusst eintritt; er wird vom Rezipienten also nicht unbedingt aktiv vorangetrieben (vgl. im Gegensatz dazu Bosshart 1998:5; vgl. Kreiselmaier 2004:25–28).

Mit der sekundären (medialen) Realität wird hier die vom Medium vorgegebene/konstruierte mediale Realität verstanden, also jene Realität, die die Medien uns vorgeben und in denen wir unsere sekundären Erfahrungen machen³. Eine ausführliche Diskussion zum Begriff der sekundären Realität und ihrem Verhältnis zur primären Realität wird in Kapitel IV folgen.

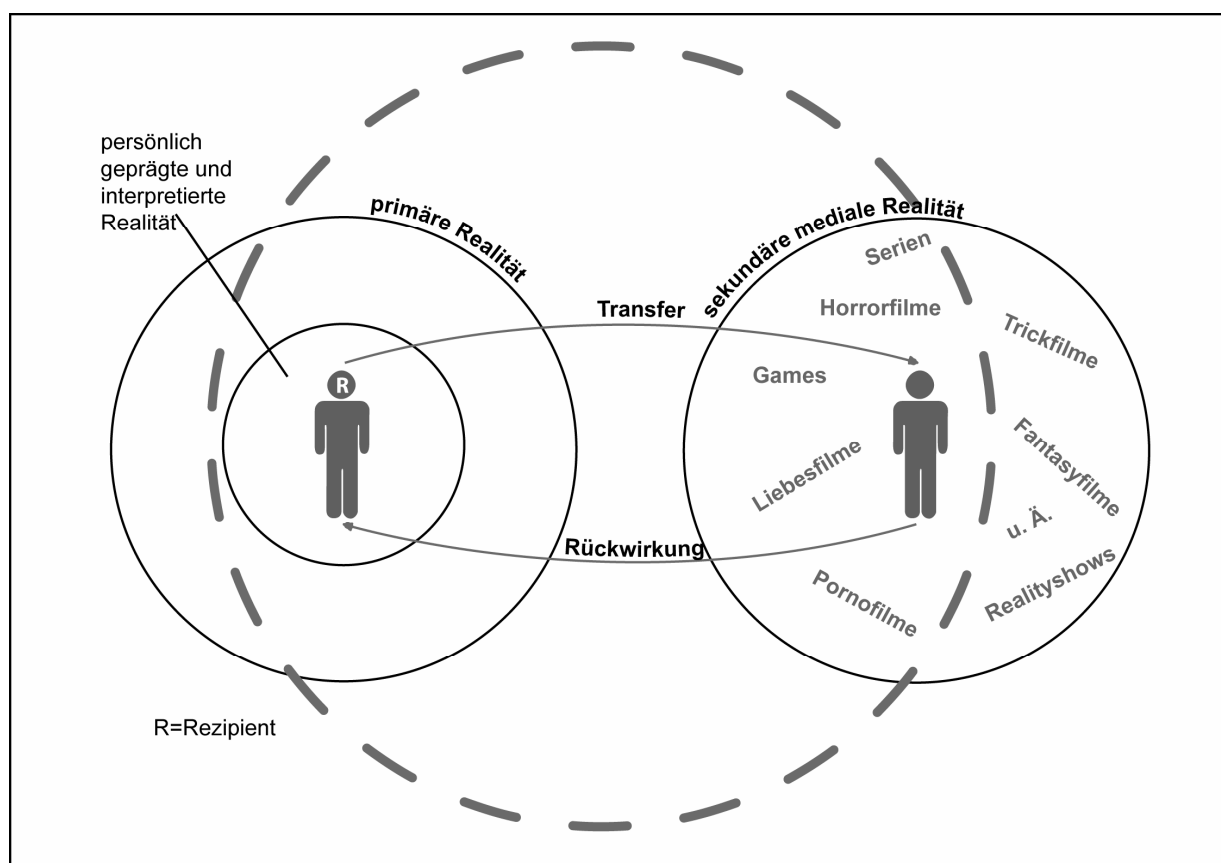
Die Definition spricht ebenfalls Auswirkungen an, die das Phänomen oder der Prozess des *Wirklichkeitstransfers* nach sich ziehen kann. Die Auswirkungen können sich in der primären Realität in unterschiedlichen Formen zeigen. Unter Auswirkungen sollen dabei nach Steinmann alle „Prozesse und insbesondere Veränderungen im inneren und äusseren Sein des Menschen, die durch die Zuwendung zur Massenkommunikation und durch die Rezeption von Aussagen der Massenkommunikation verursacht werden“ (Steinmann 2003:3.4), verstanden sein. Das heisst, es können Wirkungen sein, die sich im sozialen Verhalten, der Psyche oder der Physis des Rezipienten manifestieren. Wichtig ist, dass sich die Auswirkungen tatsächlich, also in der primären Realität, zeigen. Unter primärer Realität wird die ontische Wirklichkeit oder die unveränderliche Realität verstanden (Bosshart 1998:5; vgl. Kapitel IV).

³ Vgl. abermals das 'as-if-worlds'-Konzept von Bosshart 1998:5-6.

Diese Definition gibt eine Basis für das Verständnis aller weiteren Überlegungen, die in dieser Arbeit folgen werden. Sie ist davon abgesehen der Grundstein zu einer neuen Betrachtung der massenmedialen Rezeptionsprozesse, möglicher Ansatz zu einer neuen Kommunikationstheorie, dem *Wirklichkeitstransfer*.⁴

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird von dieser wenn auch nur kurz erläuterten Definition des *Wirklichkeitstransfers* ausgegangen. Sie soll dem Leser zum besseren Verständnis der nachfolgenden theoretischen Überlegungen bereits zu Anfang bekannt sein.

Abb. 1: Der *Wirklichkeitstransfer*



In Abbildung 1 wird dargestellt, wie der Rezipient (R) in seiner persönlich geprägten und interpretierten Realität lebt, welche von der unabhängigen primären Realität massgeblich beeinflusst ist. Während der kommunikativen Phase versetzt sich der Rezipient in die sekundäre mediale Wirklichkeit (Transfer). Die Versetzung erfolgt physisch, wobei ein Einbezug der Physis (symbolische Ersatzhandlungen, hormonelle

⁴ Eine Definition gilt als wesentlicher Bestandteil einer neuen Theorie (Diekmann 1996:122-123).

Ausschüttungen, Adrenalin etc.) möglich ist. Es kommt zu Überschneidungen respektive Vermischungen der beiden Realitäten (gestrichelter grosser Kreis als Schnittmenge). Die Versetzung in die sekundäre Wirklichkeit wirkt so in die primäre Realität des Rezipienten zurück (Rückwirkung).

2. Die Thesen zum *Wirklichkeitstransfer*

Nachdem die Definition des *Wirklichkeitstransfers* bekannt ist, sollen die sieben Ausgangsthesen, die von Steinmann (2002) erstmals in seinem Referat 'Sophies zweite Welt - Das Publikum im *Wirklichkeitstransfer*' aufgestellt wurden, präsentiert werden. Mit den sieben Thesen wollte Steinmann den *Wirklichkeitstransfer* weiter präzisieren. Im Gegensatz zur Definition, die zu einem späteren Zeitpunkt in Zusammenarbeit mit der Verfasserin entstanden ist, gelten die Thesen als Ursprung der Überlegungen zum *Wirklichkeitstransfer*. Diese Thesen werden unverändert in der Formulierung von Steinmann vorgestellt.⁵ In der Thesendiskussion (Kapitel VI) werden die Thesen (Steinmann ebd.:11) anhand der Literatur und Sekundärstudien und diskutiert und kommentiert.

1. Je nach Medium und Inhalt kann nicht nur von Kommunikation gesprochen werden.

Damit meint Steinmann, dass aus dem immer häufiger beobachteten *Wirklichkeitstransfer* gefolgert werden muss, dass die gängigen Kommunikationsdefinitionen nicht mehr greifen. Es wird ein Phänomen innerhalb der Massenkommunikation oder ganz allgemein innerhalb der Massenmedien angesprochen, das neue Theorien und Überlegungen erfordert. Als wichtiger Faktor erkennt Steinmann dabei die Art des Mediums sowie dessen Inhalt.

2. Neben der Medienkommunikation gibt es einen Prozess, der mit dem Begriff „*Wirklichkeitstransfer*“ angenähert werden kann und der sich grundsätzlich von der Aussagenrezeption unterscheidet.

⁵ Neben der Definition gelten „zentrale Thesen über Zusammenhänge, die empirisch meist nur schwer prüfbar sind“ (Diekmann 1996:122), als wesentlicher Bestandteil einer Theorie.

Der zu Anfang des Kapitels definierte *Wirklichkeitstransfer* unterscheidet sich in jeder Hinsicht von der gewöhnlichen bekannten Rezeption von Aussagen; dies wird im Verlaufe der vorliegenden Arbeit anhand von Beispielen und Theorien sichtbar gemacht.

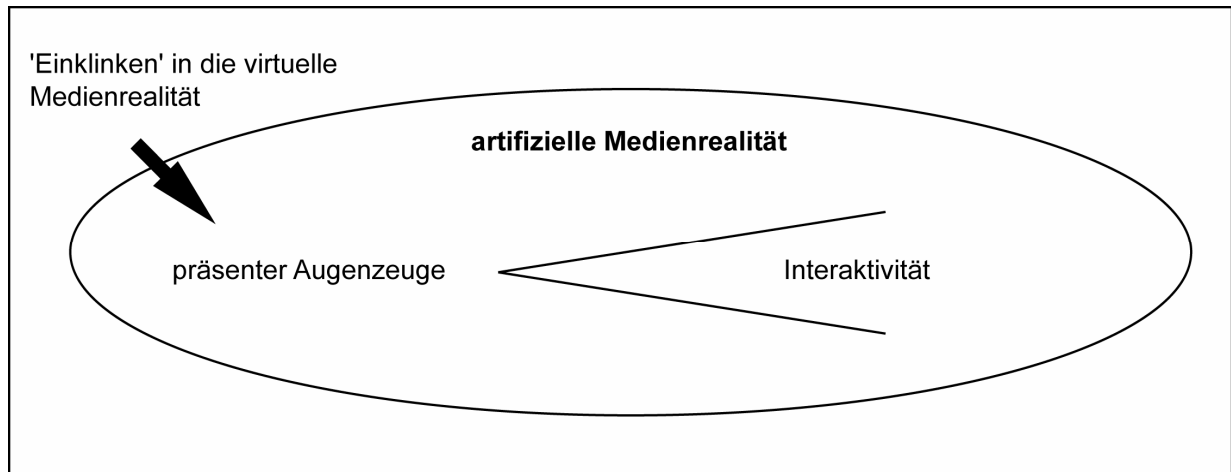
3. Der (symbolische) *Wirklichkeitstransfer* befriedigt ein basales Handlungsmotiv des Menschen, nämlich den Drang, die Realität zu wechseln.

Mit dieser These drückt Steinmann aus, dass der *Wirklichkeitstransfer* ein basales Bedürfnis des Menschen befriedigt. Als Bedürfnis nennt Steinmann den Drang, die Realität zu wechseln. Wesentlich daran ist, dass dieses Bedürfnis heutzutage mit dem Medienkonsum befriedigt werden kann und als medialer *Wirklichkeitstransfer* daher häufiger vorkommt. Auch auf diese These wird im Detail eingegangen und sie wird weiter ausdifferenziert.

4. Dieser *Wirklichkeitstransfer* führt in einen artifiziellen Medienraum, in welchen der Rezipient eintaucht, dort verweilt und mehr oder weniger intensiv von der primären Realität abdriftet (überwiegend in der kommunikativen Phase).

Mit dem *Wirklichkeitstransfer* versetzt sich also der Rezipient in einen artifiziellen Medienraum oder wie in der Definition präziser ausgedrückt in eine sekundäre (mediale) Realität. Die Versetzung und Verweilung in dieser sekundären Realität kann von unterschiedlicher Dauer und Intensität sein. Damit ist auch klar, dass es sich beim *Wirklichkeitstransfer*, wie wir ihn zu Beginn der Arbeit kennen lernten, nicht um ein eng begrenztes Phänomen handelt, das nur eine Ausprägung kennt. Der *Wirklichkeitstransfer* kann zwischen einem einmaligen längeren Abtauchen und einem (wahrscheinlicheren) dauernden Hin- und Herdriften variieren. Wir haben ebenfalls festgestellt, dass durch eine interaktive Betätigung des Rezipienten der Grad der Intensität des *Wirklichkeitstransfers* verstärkt werden kann. Dies bestätigen auch Resultate aus einer Gruppendiskussion, in der es um Computerspiele ging (Kreiselmaier 2004:72–73).

Abb. 2: Verschiedene Grade der Teilnahme am *Wirklichkeitstransfer* (aus Steinmann 2004:6)



5. Die Befähigung, die Realitätsräume zu trennen, ist unterschiedlich und daher folgt eine mehr oder weniger intensive Durchmischung bei den einzelnen Rezipienten. Kinder sind davon wohl mehr betroffen und die Langzeitwirkungen sind ungewiss.

Mit These fünf spricht Steinmann den Rezipienten direkt an. Je nach Alter, Geschlecht, psychischer Disposition, Bildung, sozialem Umfeld, und der Rezeptionssituation kann die Durchmischung der Realitäten verschieden intensiv erfolgen. Das heisst, dass neben dem Medium, welches die Intensität massgeblich steuert (These 4), auch die Voraussetzungen beim Rezipienten zur Realitätserkennung beachtet werden müssen. Dementsprechend sind die Wirkungen unterschiedlich und besonders Langzeitwirkungen sind ungewiss.

Gerade bei Kindern vermutet Steinmann eine grössere Intensität des *Wirklichkeitstransfers*, da es für Kinder schwieriger ist, zwischen primärer Realität und medialer Realität zu unterscheiden. Sowohl theoretische Überlegungen als auch empirische Daten aus vorhandenen Studien sollen diese These näher untersuchen.

6. Der Einfluss dieses Transfers in die artifizielle Medienwelt nimmt im realen Leben eine zunehmend wichtige Stellung ein, zumal die einschlägigen Angebote der Medien in den letzten Jahren exponentiell angestiegen sind und noch weiter ansteigen werden.

Der Einfluss dieses Transfers auf die primäre Realität wird laut der sechsten These von Steinmann immer grösser und vor allem auch wichtiger. Dies hängt mit der unbestrittenen Tatsache zusammen, dass das mediale Angebot weiter wächst, sich ständig verändert (vgl. Computerspiele, interaktive Angebote etc.) und Medien unseren Alltag zunehmend stärker prägen.

7. Die erweiterte Sicht auf das Potential der Medien wird die Grenzen der Medienwissenschaft sprengen und auch in anderen Disziplinen von Bedeutung sein, z.B. Psychologie und Sozialpsychologie.

Mit der letzten These spannt Steinmann den Bogen zur ersten und zweiten These. Hier wie bereits dort behauptet, wird mit dem *Wirklichkeitstransfer* etwas Massenmediales fokussiert, das sich von dem unterscheidet, was bisher mehrheitlich unter Kommunikation und Aussagenrezeption verstanden worden ist. In der vorliegenden Arbeit gehen wir bereits in diese Richtung, indem wir das Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* auf breiter Front auch unter Einbezug von anderen Disziplinen angehen und untersuchen.

Es geht in den folgenden Kapiteln nun darum, das Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* systematisch aufzurollen, zu beschreiben und möglichst breit zu erfassen.

III. Erste Beobachtungen zum *Wirklichkeitstransfers*

1. Rezipienten und *Wirklichkeitstransfer*

1.1 Beobachtungen zum Rezeptionsverhalten von Kindern

Wer Kinder während der Medienrezeption insbesondere beim Fernsehen, beim Computerspiel⁶ oder Surfen im Internet beobachtet, stellt fest, dass sich viele Kinder, nach kurzer Zeit vom Medium, respektive dessen Inhalt fesseln lassen. Das drückt sich einerseits in einer ruhigen Körperhaltung, einem starren auf das Medium gerichteten Blick und einer geistigen Abwesenheit aus.⁷ Es scheint als sei das Kind in Trance oder von dem, was es hört und sieht, was ihm das Medium vorsetzt, völlig gefangen genommen.

Wird das Kind während dieser Rezeptionsphase von aussen gestört, so muss die Störquelle mit heftigen Reaktionen seitens des Kindes rechnen. Es scheint, als ob das Kind aus dem Schlaf oder aus einer Trance gerissen wird und sich dann unerwartet in der primären Realität wiederfindet. Steinmann machte genau diese Erfahrung mit seiner Tochter Sophie und beschreibt dies folgendermassen:

„Hierzu bestehen nun Auffälligkeiten, mit denen ich erstmals konfrontiert wurde. Unabhängig davon was läuft, seien es Serienfilme (meistens japanischer Provenienz) oder auch andere, meist fiktionale Inhalte – sobald meine Tochter vor dem Fernseher respektive vor dem Videogerät sitzt, verändert sie sich in auffälliger Weise. Sie sitzt da, relativ starr auf den Fernseher ausgerichtet, gefangen, ja teilweise fast wie in Trance. Das Schlimmste, was ich tun kann ist, sie unter diesen Umständen etwas zu fragen, mit ihr ein Gespräch führen zu wollen oder sie gar wegen des Nachtessens oder noch nicht gemachten Hausaufgaben vom Fernseher wegzuholen. Dann muss ich mit ziemlich unwirschen, ja gar aggressiven Reaktionen rechnen. Natürlich setzen sich die Eltern dann durch. Aber oft geht das nicht ohne Drama ab.

Bei keiner anderen Tätigkeit ist diese intensive Versetzung, diese Abwesenheit oder wie immer man das bezeichnen will, festzustellen, welche derart heftige

⁶ Eingeschlossen sind dabei auch neuere Spiele wie Playstation, X-Box, Gameboy etc.

⁷ In den 1970er-Jahren zeigte eine Untersuchung bei 259 Vorschulkindern, dass sich rund 50% der Kinder ruhig während des Fernsehkonsums verhielten. Andere hingegen wirkten abgelenkt, was sich durch Aufstehen und Herumlaufen zeigte. Das konzentrierte Zuschauen nahm bei den älteren Kindern zu (Firnkes/Kielhacker/Vogg 1972).

Reaktionen verursacht, wenn man sie ungewollt daraus herauslösen will“ (Steinmann 2002:1).

Ein solches Verhalten scheint nicht die Ausnahme zu sein. Eine Studentin schilderte ein vergleichbares Erlebnis mit ihrer Nichte:

„Ein Beispiel für die intensive Art der Fernsehrezeption [...] erfuhr Hanna⁸ mit ihrer sechseinhalbjährigen Nichte Nina. Zusammen schauten sie den Videofilm 'Susi und Stick', ein Zeichentrickfilm, an. Sie haben es sich mit dem Lieblingsessen von Nina vor dem Fernseher gemütlich gemacht. Nina hat sich während des Films kaum bewegt und ganz gebannt in den Fernseher gestarrt. Das Essen und Trinken hat sie nicht berührt, was erstaunlich war, da sich Nina im Vorfeld richtig darauf gefreut hat. Als Hanna sie zum Essen aufforderte, reagierte Nina zuerst nicht. Als sie wiederholt angesprochen wurde, ass sie, aber ohne oder nur knapp vom Fernseher wegzusehen.

Nachdem der Videofilm zu Ende war, schalteten sie noch kurz das Fernsehprogramm ein. Zu sehen war ein aufgezeichnetes Theaterspiel, das in bayrischem Dialekt gesprochen wurde. Die Handlung dieses Stücks war ziemlich begrenzt, es wurde viel gesprochen. Nina konnte den Inhalt also kaum verstehen. Doch auch hier schaute sie ganz aufmerksam, fast hypnotisch in den Fernseher“ (Jäggi/Mlakar/Sigg/Zaugg 2004:167).

Solche Beobachtungen, wie sie vermutlich manch einer macht, der mit Kindern in Kontakt steht, finden sich auch in der Literatur der Entwicklungspsychologie und der Pädagogik. Gerade bei Kindern scheint das intensive 'Sich-Versetzen' während des Medienkonsums häufig aufzutreten (vgl. Groebel 1998).⁹ Dass eine solch intensive Versetzung immer häufiger und stärker auftritt und auch entsprechende Auswirkungen nach sich ziehen kann, wird in der Literatur ebenfalls festgestellt (vgl. z.B. Grossmann 2002). Dennoch wurde das Phänomen des 'Sich-Versetzens' in der kommunikativen Phase als ein Prozess kaum fokussiert, sondern eher dessen Auswirkungen auf die Psyche der Kinder und auch dort meist eingeschränkt auf den Aspekt der medialen Gewalt (vgl. dazu: Kunczik/Bleh/Maritzen 1993; Ammitzböl 1995 u.a.).

⁸ Der Name wurde geändert. 'Hanna' ist Studentin der Medienwissenschaften an der Universität Bern.

⁹ Später wird auf die Rezipientengruppe der Kinder genauer eingegangen vgl. Kapitel V.

Es handelt sich bei dieser Ausprägung der Medienrezeption nicht um ein Phänomen, das ausschliesslich Kinder betrifft, auch bei Erwachsenen kann immer häufiger Ähnliches beobachtet werden.

1.2 Beobachtungen zum Rezeptionsverhalten von Erwachsenen

In einigen studentischen Arbeiten (Steinmann 2004) sowie in Gruppendiskussionen, die zum *Wirklichkeitstransfer* durchgeführt wurden schildern Beteiligte Erlebnisse ihrer eigenen intensiven Medienrezeption.

Im Kino bei der Konsumation eines Psychothrillers tauchte der Rezipient völlig im Film ab. Als sein Sitznachbar ihn unerwartet anfasste und aus der Filmwelt herausriss, erschrak er heftig. Wie bei Kindern lässt sich auch bei Erwachsenen eine heftige Reaktion des Rezipienten beobachten, der im ersten Moment die Berührung durch den Sitznachbar nicht richtig einzuordnen vermag (Codes/Menotti/Wartenweiler 2004:151). Eine andere Autorin schilderte in der Diskussion, dass sie sich beim Film 'Jurassic Parc' während der Rezeption so stark versetzte, dass sie bei einer gefährlichen Situation handelte hat, als wäre sie die Figur im Film. Konkret rutschte sie, als der Dinosaurier nach den Beinen der Filmfigur schnappte, plötzlich auf dem Stuhl ganz nach hinten und zog die Beine hoch (Kreiselmaier 2004:70). Mit anderen Worten handelte die Studentin in der primären Realität so als befände sie sich in der sekundären medialen Realität. Andere Studentinnen schilderten, dass sie, nachdem sie völlig in eine Filmrealität eingetaucht waren, später in der primären Realität immer noch handelten, als befänden sie sich im Film. Sie hatten beispielsweise Angst, alleine in ein Parkhaus zu gehen, weil im Film in einem Parkhaus eine Frau ermordet worden war, oder auch im Meer zu schwimmen, nachdem sie 'Den weissen Hai' gesehen hatten (Hug/Schär 2004:195).

In zwei Gruppendiskussionen (Kreiselmaier 2004:65–86) zum Thema *Wirklichkeitstransfer* schildern alle Beteiligten eindrückliche Beispiele aus der kommunikativen Phase, die zeigen, dass sie sich intensiv in einen Film, eine Serie, ein Buch oder ein Computerspiel versetzt haben und die dort präsentierte sekundäre mediale Realität im Moment der Rezeption als Wirklichkeit erlebt haben. Ganz besonders eindrücklich sind solche Schilderungen was Computerspiele angeht (ebd. 73): Der Rezipient erlebt die Handlungen der Figur, die er mit Hilfe des Joysticks führt, geradezu eins zu eins mit. Er skatet im Spiel 'Tony Hawk', kämpft in Adventure Games als Fee oder Pirat und braust in Rennauto Games regelrecht um die Kurven. Diese in

der kommunikativen Phase in der sekundären Realität erlebten Handlungen, zeigen sich, laut den Schilderungen der Diskussionsteilnehmer, auch äusserlich, indem die Rezipienten das Gesicht verziehen, ihren Körper hin und her wiegen, sich ducken oder sonst wie reagieren.

Steinmann führt in seinem Aufsatz, was die Erwachsenen betrifft, als wichtiges Beispiel die Pornografie an, die nicht nur eine boomende Branche ist, sondern interessanterweise eine zunehmende soziale Akzeptanz erfährt. Den Erfolg derartiger Medieninhalte nur mit dem Motiv des Voyeurismus zu erklären, greift nach Steinmann zu kurz. Vielmehr kann auch in diesem Fall eine Versetzung, wahrscheinlich noch verstärkt durch Trieb-Lust-Gefühle, beobachtet werden. Zusätzlich wird die Rezeption von Porno-Inhalten oft von physischen Ersatzhandlungen begleitet, die sich dann tatsächlich in der kommunikativen Phase des Rezipienten erfüllen oder abspielen. Der Grad der Versetzung wird so durch eine aktive Handlung verstärkt (Steinmann 2002:2; vgl. Abbildung 2).

Aus diesen Beispielen und Erfahrungen kann man induktiv folgern, dass sich auch Erwachsene in die mediale Realität versetzen und demzufolge einen *Wirklichkeitstransfer* erleben.

In der Literatur werden erwachsene Personen geschildert, die als Folge des intensiven Medienkonsums nicht mehr zwischen der primären und der sekundären medialen Realität zu unterscheiden vermögen. Häufig handelt es sich dabei um Fans von Langzeitserien. So gibt es im deutschsprachigen Raum Fernsehzuschauer, die bei Krankheit um eine Aufnahme in der Schwarzwaldklinik bitten, selbstgehäkelte Babykleider an die Sendeanstalt schicken, wenn ihre Serienheldin ein Kind bekommen hat, oder sich um eine Wohnung an der Lindenstrasse bewerben (Trinks 2000:46). In einer brasilianischen Studie wurde festgestellt, dass die äusserst beliebten Telenovelas¹⁰, welche bis zu 70 Millionen Zuschauer in ihren Bann ziehen, das Realitätsbild der Brasilianer deutlich verzerren und dass es zu Wahrnehmungsverschiebungen kommt. „Die Brasilianer haben sich daran gewöhnt, ihr Land durch die Brille der Telenovela zu betrachten“ und es bestünde die Gefahr, dass sich Fiktives in den Köpfen der Telenovela-Fans zu Information und Nachricht vermische (Esther Hamburger zitiert nach Hübener Nr. 57/25).

Es liessen sich weitere Beispiele zu gestörten Wahrnehmungen der primären Realität als Folge eines intensiven Medienkonsums anreihen. An dieser Stelle sollen die exemplarisch genannten Beispiele genügen. Daraus ergibt sich jedoch die Frage, warum die kommunikations- und medienwissenschaftliche Literatur in früheren Jahren selten tiefer in die direkte Ursache und den Prozess solcher Realitätsverschiebungen eindringt¹¹ und sich vornehmlich auf die Auswirkungen des intensiven Medienkonsums konzentriert.¹²

¹⁰ Telenovelas nennt man im Portugiesischen die Vorabendserien.

¹¹ Als Ausnahme muss hier sicher die Literatur zu den parasozialen Beziehungen genannt werden, welche sich derzeitig wieder grösserer Beliebtheit erfreut vgl. Vorderer 1996.

¹² So die Vielseherforschung oder allgemein die Medienwirkungsforschung, vgl. Buss 1985, Gerbner 1981 u.a.

2. Medien und *Wirklichkeitstransfer*

2.1 Neue Rahmenbedingungen, neue Medien, neue Technologien

In Kapitel II wurde vorerst einmal das spontan wahrgenommene Phänomen einer besonderen Form der Medienrezeption, welches wir *Wirklichkeitstransfer* nennen, von Seiten des Rezipienten geschildert. Neben dem vermehrt auftretenden *Wirklichkeitstransfer* bei den Rezipienten lassen sich aber auch von Seiten der Medien und der Medieninhalte Veränderungen, die in eine ähnliche Richtung zielen, beobachten.

Die Rahmenbedingungen für die Medien haben sich im Zuge der Globalisierung und Deregulierung stark verändert. Schulz spricht von Internationalisierung und meint damit den Konzentrationsprozess der grossen Medienkonzerne, der den Gestaltungsspielraum der nationalen Regierungen in der Technologie-, Wirtschafts- und Medienpolitik immer kleiner werden lässt (Schulz 1993:16). Dadurch werden auf nationaler Ebene immer mehr ausländische Kommunikationsangebote verfügbar, was international gesehen zu einer Gleichförmigkeit führt. Die Kommerzialisierung im Medienbereich respektive die Deregulierungen führen dazu, dass ethische Richtlinien, was Medieninhalte betrifft, immer mehr in den Hintergrund gedrängt werden und die Marktmacht der Medienmultis weiter wächst. Wichtige Entscheide im Bereich der Medien werden demzufolge vorwiegend vom Gesichtspunkt der Marktfähigkeit und Nutzerakzeptanz bestimmt.

Weiter findet eine stetige Expansion der Massenmedien statt. Schulz spricht sogar von einer Angebotsexplosion (ebd. 17). Zwar verdrängen neue Medien in der Regel die älteren Medien nicht, doch sie wirken stimulierend und beeinflussen dadurch die Weiterentwicklung der älteren Medien.

Die Technologie ist so weit fortgeschritten, dass ständig neue Medien, Mischformen (sog. Hybridmedien) und Distributionstechniken entstehen. Die örtliche oder zeitliche Gebundenheit des Nutzers wird auch bei den elektronischen Massenmedien immer geringer. Neue Technologien in der Produktion machen es möglich, dass Medien ihre Inhalte so geschickt präsentieren können, dass sie für die menschlichen Sinne kaum mehr von der primären Realität zu unterscheiden sind (vgl. dazu Abel 1994; Media Analysis Laboratory 1998).

Im Zuge dieser Veränderungen und Tendenzen wird der Rezipient stärker als früher angeregt, sich den Medien intensiv hinzugeben. Gerade die audiovisuellen Medien sind von der geschilderten Entwicklung stark betroffen und sie stehen damit, was den *Wirklichkeitstransfer* angeht, im Mittelpunkt der Betrachtungen.

So werden die Kinos immer moderner ausgestattet. Gab es bis zu den 1980er-Jahren vor allem Filmvorführungen auf einer Grossleinwand, so ist ein heutiger Kinobesuch ein Erlebnis von ganz anderer Qualität. Die Leinwände sind riesig und insbesondere das Dolby Surround System vermittelt Geräusche und Klänge viel intensiver und damit auch realistischer. Spezielle Kinos wie das I-Max arbeiten mit runden Leinwänden oder gar mit 3D-Effekten.

Auf Seiten der Produktion hat die Computertechnologie einen grossen Stellenwert bekommen. Mit digitaler Technik können ganze Landschaften computeranimiert dargestellt werden und dies so verblüffend echt, dass der Zuschauer kaum einen Unterschied zur Realität merkt. Dadurch wirken Monster, Kriege, Phantasie-Landschaften oder Morde sehr viel realistischer als früher (vgl. Monaco 1980).

Das Fernsehen gilt als das bedeutendste audiovisuelle Massenmedium unserer Zeit. Die Menschen können heute überall und jederzeit technisch vermittelte Informationen und Unterhaltung in Bild und Ton konsumieren. Das Fernsehen entwickelte sich zum Massenmedium par excellence und revolutionierte die Gesellschaft. Dies auch, weil sich das Fernsehen vom Abendmedium zum Alltagsmedium entwickelt hat und alle Gesellschaftsschichten in seinen Bann zieht. Hatten wir in den 1980er-Jahren noch eine beschränkte Anzahl Kanäle und Programme zur Verfügung, so können wir heute via Satellit unzählige Programme empfangen. Mit neuen technischen Möglichkeiten wie Set Top Boxen oder automatischen Speichersystemen ist es dem Rezipienten möglich, massgeschneiderte Programme zum Teil sogar zeitunabhängig zu empfangen.¹³ Mit Abonnements können zusätzliche Sender empfangen werden, sodass eine beinahe unendliche Möglichkeit an Programmen zur Verfügung steht (Premiere, Teleclub etc.). Auch beim Fernsehen führt die digitale Technik dazu, dass computeranimierte Bestandteile den Inhalten neue Dimensionen verleihen. So können längst

¹³ Als neueste Entwicklung, die noch nicht auf dem Markt ist, gilt TV-anytime. Dank riesiger Speicherkapazität ist es dem Rezipienten möglich zu jeder Zeit jede beliebige Sendung im TV zu schauen. Das Gerät ist dabei so intelligent, dass es selbst die Gewohnheiten des Rezipienten analysieren

ausgestorbene Wesen wie Dinosaurier wieder zum Leben erweckt werden und in verblüffend realistischer Art und Weise im Fernsehen auftauchen. Die Fiktion wird zunehmend realistischer und glaubwürdiger dargestellt (vgl. Trinks 2000).

Das Video ist in den letzten Jahren zum Standardmedium geworden. Es gibt kaum noch Haushalte, die über keinen Videorecorder verfügen (vgl. Forschungsdienst 2004:66; Steinmann/Jedele/Messerli 2003). Durch die Möglichkeiten der eigenen Programmgestaltung und der grösseren Flexibilität werden Bedürfnisse nach Mobilität und Selbstbestimmung befriedigt. Es ist möglich, die besten Filme und spannendsten Szenen immer wieder abzuspielen und so beliebig oft in die mediale Realität abzutauchen (vgl. dazu Zielinski 1986).

Mit dem DVD und ähnlichen digitalen Formaten wurde das Video noch übertroffen. Filme können damit aus dem Internet heruntergeladen werden (Forschungsdienst 2004:66). Die Qualität in Ton und Bild hat sich verbessert und das Angebot ist durch das Internet quasi unendlich gross geworden.

Computerspiele aller Art der neusten Generation unterscheiden sich grundsätzlich von allen anderen audiovisuellen Medien. Der Rezipient schaut hier nicht nur passiv zu, sondern er wird selbst aktiv, indem er die Kontrolle übernimmt. Der Rezipient kann so selbst zum Helden, zum Täter, zum Opfer werden; dies eröffnet eine völlig neue Dimension für den Rezipienten und sein 'Sich-Versetzen' in eine mediale Realität. Durch simulierte Waffenrückschläge über den Joystick, Surround Sound und immer bessere Grafiken werden auch die Spielumstände zusehends realer vermittelt. Zusätzlich gibt es bei gewissen Spielen auch die Möglichkeit, Fotos einzuscannen und dann auf diese zu schießen (Grossmann/Gaetano 2002:92; Media Analysis Laboratory 1998). Bei Grossmann (ebd.) sowie im eindrücklichen Report 'Video Game Culture' der Media Analysis Laboratory der Simon Fraser University B.C (Media Analysis Laboratory 1998) werden diverse solcher Games mit ihrer Genauigkeit in der Simulation beschrieben. Manche Games wurden ursprünglich zu Armeeausbildungszwecken entwickelt und landeten dann leicht adaptiert auf den Spielkonsolen der Kinderzimmer.¹⁴ Die Vermischung von Realität und Fiktion ist bei diesen neusten Technologien kaum mehr

und darauf reagieren kann. Schaut ein Rezipient regelmässig die Tagesschau, so erkennt dies das Gerät und speichert diese Sendung automatisch, falls der Rezipient sie einmal versäumen sollte.

zu überbieten.¹⁵ Grossman sieht in diesem Realismus das 'goldene Kalb' der Videospiegelindustrie (2002:79). Dies gilt insofern als bestätigt, da die Rezipienten unter guten Games solche verstehen, die möglichst realistisch gestaltet sind (Media Analysis Laboratory 1998:11–12).

Das Internet hat mit seiner Technologie die Medienrezeption stark verändert, stellt dieses Medium doch in mancherlei Hinsicht eine Mischform dar. So können via Internet Spiele gespielt werden (vgl. Computerspiele), Filme heruntergeladen und von Zeit und Ort unabhängig grosse Mengen an Informationen konsumiert werden (z.B. Zeitungen online). Chats, bei denen man in eine völlig andere Identität schlüpft oder die Rezeption von teilweise auch illegalen Inhalten, besonders im Bereich der Pornos, eröffnen dem Rezipienten im Internet noch nie da gewesene Möglichkeiten, in seine Wunschwelt abzutauchen (vgl. Wyss 2001).

Aus der Entwicklung der Medien (in erster Linie der audiovisuellen) zu perfekten Maschinen, die die Realität zu kopieren vermögen und dem Rezipienten immer mehr Möglichkeiten bieten, kann gefolgert werden, dass eine angepasste Form der Medienrezeption mit einer intensiven Versetzung in die mediale Realität und entsprechenden Auswirkungen eine logische Folge ist (vgl. Schulz 1993:20). Die Technologie hat sich derart verbessert und gewandelt, indem sie die Realität so bewusst zu imitieren vermag, dass eine intensive Versetzung und damit der *Wirklichkeitstransfer* geradezu bewusst gefördert werden.

2.2 Neue Medien, neue inhaltliche Schwerpunkte

Beleuchtet man die Geschichte der Massenmedien und deren Entwicklung so sieht man, dass sich die ältesten Massenmedien, die Zeitungen, aus diversen Nachrichten- und Kommunikationsmedien (Illustrierte, Plakate, Briefkorrespondenz, historische Relationen etc.) entwickelt haben (Faulstich 1993:31). Die Printmedien dienten der Informationsvermittlung und hatten damit für die Entwicklung der bürgerlichen

¹⁴ So das Shooting Game 'Doom' als Abwandlung des Ausbildungsinstruments 'Marine Doom' des US-Marine Corps.

¹⁵ Als zur Zeit technisch perfektstes aller Games gilt 'Far Cry'. Die Sounds und die grafische Umsetzung sind so realitätsnah wie nie zuvor. Die Spieler werden berauscht von der hochrealistischen Umsetzung der Botanik, des Lichts, der Schattenspiele und des Wassers; alles untermalt mit einer perfekten Geräuschkulisse. Eine Spieldauer von 48 Stunden ist Voraussetzung, um sich erfolgreich als Spezialagent mit unzähligen Waffen durch eine Südseeinsellandschaft zu schlagen und eine Reporterin aus den Händen von Terroristen zu retten. Die 'Gegner' agieren nicht, sondern reagieren und verlangen vom Spieler konzentriertes und strategisches Können (Knorr 2004:92).

Gesellschaft eine ausschlaggebende Bedeutung (ebd.). Die Zeitungen enthalten bis heute zu einem quantitativ grösseren Teil Informationen und weniger Unterhaltung und Fiktion. Die modernen, sprich audiovisuellen Massenmedien, setzten hingegen von Anfang an vermehrt auf Unterhaltung respektive Fiktion und Imitation (vgl. ebd.:149) als auf Information und Übermittlung von Sachverhalten. Heute, insbesondere seit der Dualisierung des Rundfunksystems, ist die Ausdifferenzierung der Inhalte so weit fortgeschritten, dass die modernen audiovisuellen Massenmedien für jeden Zuhörer und Zuschauer eine passende Welt anbieten können (Hickethier 2002). Schenk sagt dazu: „Die Expansion der Medien bringt vermehrt eine Individualisierung der Wahlmöglichkeit mit sich [...]“ (Schenk 2002:698). Das heisst nichts anderes, als dass die Medien für jeden Geschmack etwas bieten und sich so unzählige 'Geschmackspublika' herausbilden. Die Medien und die Sendungen sind derart segmentiert, dass jeder Rezipient für sich den passenden Inhalt findet, in dessen Realität er sich versetzen kann (vgl. auch Schulz 1993: 18–19).

Dass der Medienkonsum allgemein und dabei insbesondere die unterhaltenden fiktionalen Elemente einen sehr hohen Stellenwert im Alltag eines heutigen zivilisierten Individuums einnehmen, wird von allen Seiten wahrgenommen (Schulz 1993:16). Die Publikumsforschung untermauert dies mit eindrücklichen Zahlen: Der durchschnittliche Schweizer hört pro Tag 109 Minuten Radio, sieht 149 Minuten fern, liest eine halbe Stunde lang, surft von zu Hause aus 9 Minuten im Internet und nutzt 6 Minuten lang das Video- respektive DVD-Gerät oder die Spielkonsole (Forschungsdienst 2004). Im Total ergibt das eine Mediennutzung von 303 Minuten, das sind etwas mehr als fünf Stunden, die pro Tag im Jahr 2003 mit Medienkonsum verbracht wurden. Im Vergleich dazu liegen diese Werte in anderen Ländern noch deutlich höher, so hört der durchschnittliche Deutsche gar 209 Minuten (also knapp dreieinhalb Stunden) Radio pro Tag und sieht 215 Minuten (= dreieinhalb Stunden) fern und der durchschnittliche US-Amerikaner, um die Reihe in einer Steigerung fortzusetzen, schaut 277 Minuten (mehr als viereinhalb Stunden) im Tag fern, die amerikanischen Teens von 12–17 Jahren 184 Minuten, also gute drei Stunden (Television 2003).

Bei diesen modernen Nutzungsdimensionen, die sich immer deutlicher in Richtung audiovisuelle Medien verschieben (Schulz 1993:18; Faulstich 1993:235) und dem grossen Angebot, werden einzelne Medieninhalte von den verschiedenen Publikumskreisen auch entsprechend hoch gewichtet oder akzeptiert. In einer direkten

Demokratie, in der die mediale Vermittlung von politischen Inhalten, Meinungen und Argumenten einen speziellen Stellenwert einnimmt, und dies auch in der traditionellen Funktion der Massenmedien liegt, werden politisch informierende Sendungen insbesondere von der Elite besonders beachtet und hoch gewichtet, auch wenn sie nur einen geringen Teil des Programmangebots ausmachen (Krüger 2004). Solche Sendungen stellen das Sprachrohr für die politischen Akteure dar, und dienen damit der politischen Orientierung und Entwicklung im Land.

Der Blick auf die durchschnittlichen Nutzungszahlen bei Fernsehsendungen mit politischen Inhalten zeigt aber, dass die Publikumsbeachtung gering und damit ihre Wirkung möglicherweise weit überschätzt wird. Steinmann vermutet, dass es sich vielleicht eher um Sendungen von einer politischen Elite für eine interessierte Elite handelt mit einem nicht annähernd so hohen Stellenwert in der breiten Bevölkerung. (Steinmann 2002:8). Als Beispiel aus der Deutschschweiz kann man die politisch-informativen Sendungen wie die 'Rundschau', die mittwochs um 20.55 Uhr auf dem ersten Kanal des Schweizer Fernsehens ausgestrahlt wird oder die hoch eingeschätzte 'Arena' vom Freitagabend nennen. Im Jahr 2003 schalteten sich nur gerade 10,3% respektive 5,4% der Fernsehzuschauer in diese Sendungen ein.¹⁶ Die restlichen Deutschschweizer Fernsehzuschauer verweilten bei anderen Sendungen und schauten lieber unterhaltend-fiktionale Inhalte an.

Gemäss Programmstatistik (wiederum aus der Deutschschweiz) betrug das Verhältnis von genutzten unterhaltenden fiktionalen und von informativen Inhalten im Jahr 2003 bei SF1 43,4%:56,6%¹⁷ (Jahresbericht II Forschungsdienst 2004). Bei deutschsprachigen ausländischen kommerziellen Sendern¹⁸, die einen Marktanteil von zwei Dritteln besitzen und damit gesamthaft stärker beachtet werden, belief sich der Anteil der unterhaltenden fiktionalen Sendungen an der Gesamtnutzung im Jahr 2003 auf beinahe 80%. Offenbar werden ausländische Privatsender also vorwiegend für Unterhaltung und Fiktion genutzt.¹⁹

¹⁶ Quelle Telecontrol-Daten, Deutschschweiz, 2003.

¹⁷ Werbung ist in das Gesamtvolumen nicht mit einbezogen. Zu den informativen Inhalten gehören die Kategorien Information, Aktualität, Bildung & Kultur, zu den unterhaltenden fiktionalen Inhalten die Kategorien Musik, Religion, Theater, Film, Serien, Unterhaltung, Sport, Kinder- und Jugendsendungen.

¹⁸ Sat1, Pro7, Kabel1, RTL, RTL2, Vox.

¹⁹ Selbstverständlich sind die Kategorien in den Programmstatistiken bezüglich Unterhaltung, Fiktion, Bildung, Information etc. sehr allgemein gehalten. Dies ist sich die Autorin bewusst. Es geht aber hier in erster Linie darum, Tendenzen aufzuzeigen und diese sind in Bezug auf die Nutzung unterschiedlicher Medieninhalte eindeutig.

Die Zahlen sprechen für sich. Der Stellenwert von unterhaltenden fiktionalen Inhalten besonders beim elektronischen Bildmedium Fernsehen, ist deutlich höher als vielleicht vermutet wird. Das Angebot ebenso wie die Publikumserwartungen an die elektronischen Medien sind vornehmlich durch unterhaltende fiktionale Inhalte geprägt, wie empirische Untersuchungen zeigen (Krüger 2004; Weibel 1980:43ff; Media Analysis Laboratory 1998:15). Gerade diese beliebten unterhaltenden fiktionalen Elemente führen verstärkt zu einem *Wirklichkeitstransfer*, weil sie dem Rezipienten Möglichkeiten bieten, sich in andere (fantastische, interessantere, aufregender, schönere etc.) Welten zu begeben, was bei rein informativen oder politischen Inhalten kaum passiert (vgl. Bosshart 1998; Wagner 1994). Eine verstärkte Beachtung dieser Inhalte durch die Forschung ist somit sicher gerechtfertigt.

Neben den hier genannten unterhaltenden fiktionalen Inhalten entstehen heute zunehmend neue Formate, bei denen dem Rezipienten nicht mehr klar ist, ob es sich um Fiktion oder realitätsgetreue Berichterstattung handelt. Bewusst wird Information in Unterhaltung umgewandelt, Unterhaltung informierend gestaltet und die Grenzen zwischen den beiden Genres werden fließend (vgl. dazu Pross 1980:86–98; Bosshart 1991). Als Beispiel können das Infotainment, die so genannten Dokusoaps (Big Brother u. Ä.) oder Reality-Formate genannt werden (Bosshart 1991; Mikos 1994:150ff; vgl. auch besonders extreme und neue Formate in Morosoli/Marinka 2004:14–16; Klaus voraussichtlich 2006).

So wie die Technik der audiovisuellen Medien Realitäten, die den Rezipienten leichter Abtauchen lassen, kopiert und fingiert, so laden die neuen Inhalte, Formate und das grosse Angebot den Rezipienten zusätzlich dazu ein, sich völlig in einen Medieninhalt zu versetzen.

Wir folgern somit aus dem oben Genannten, dass die Versetzung des Rezipienten in eine mediale Wirklichkeit auf Grund technischer und inhaltlicher Entwicklungen von Seiten der audiovisuellen Massenmedien unterstützt und zum Teil sicherlich bewusst gefördert wird. Weiter stellen wir fest, dass die neuen Medienangebote von den Rezipienten gerne und häufig genutzt werden.

IV. Erste Schlussfolgerungen

Es wurde beobachtet und festgestellt, dass sich bei der Medienrezeption Phänomene zeigen, die früher nicht in der Masse aufgefallen sind (obwohl sie vermutlich auch vorhanden waren). Es handelt sich dabei um Veränderungen seitens der Rezipienten (durch intensive Versetzung und durch das Ausblenden der primären Realität werden Wirkungen erzeugt), die gekoppelt mit Veränderungen seitens der Medien (grösseres Angebot, neue Technologien, neue Inhalte, die ebenfalls neue Wirkungen evozieren etc.) gehäuft auftreten.²⁰ Das Phänomen dieser Veränderungen nennen wir gemäss Kapitel I *Wirklichkeitstransfer*.

Dieses so offensichtliche Phänomen, welches den Alltag der meisten Menschen in unserer Gesellschaft zu berühren scheint, wurde in den Kommunikations- und Medienwissenschaften bis anhin kaum als solches fokussiert und höchstens unter ganz besonderen Blickwinkeln und Richtungen her betrachtet. Als Ausnahme gelten die im Rahmen von Definitionsversuchen entwickelten Theorien zur Unterhaltung (als eines der neusten Werke hierzu ist Früh (2002): Unterhaltung durch das Fernsehen, eine molare Theorie, zu nennen oder allg. zusammenfassend Stumm 1996:113–151), wie der vorgängig bereits zitierte Aufsatz von Bosshart aus dem Jahre 1998. In diesem Aufsatz stellt Bosshart im Zuge eines Definitions- und Differenzierungsversuches des Begriffs Unterhaltung (Entertainment) das 'as-if-worlds'-Konzept auf, in welchem er die sekundäre mediale Realität der Unterhaltung beschreibt ('as-if-worlds') und davon ausgeht, dass ein Rezipient, der Unterhaltung erfahren will, dazu bereit sein muss, in die fiktionale, fantastische Welt zu tauchen, weggerissen zu werden, eine bestimmte Rolle zu spielen und von der primären Realität wegzudriften (Bosshart 1998:5-6). Diese Umschreibung, bei der es allerdings in erster Linie um eine Definition des Begriffs Unterhaltung geht, gleicht jener unseres *Wirklichkeitstransfers* stark.

Das Konzept von Bosshart findet sich vier Jahre zuvor bei Wagner im Aufsatz 'Von der Lust, in andere Welten zu wandern' (Wagner 1994). Auch Wagner geht von der Frage aus, was unter dem Begriff Unterhaltung zu verstehen sei. Er drückt sich dahingehend

²⁰ Vgl. dazu auch Hertha Sturm (1991): Fernsehdiakritik: Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für rezipientenorientierte Mediendramaturgie, Gütersloh. Sturm geht es in diesem Buch um das 'Wie der Präsentation' und zugleich um die damit verbundenen Aktionen und Reaktionen von Sehern, Hörern und Lesern, also um das Aufzeigen von Wirkungszusammenhängen zwischen der Medienseite und der Rezipientenseite unter dem Blickpunkt der Darbietung von Inhalten (Sturm 1991:9).

aus, dass wir, sobald wir uns unterhalten, „für kurze Zeit die Welt wechseln“ (ebd.:17) und dass wir in diesem Moment der zweiten Welt einen 'Wirklichkeitsakzent' verleihen (ebd.). Das heisst, dass für uns diese zweite Welt in einer bestimmten Zeitspanne zur wirklichen Welt wird. Wagner differenziert nach der Vorlage von Alfred Schütz (1971) 'Über die mannigfaltigen Wirklichkeiten' das Konzept der Wirklichkeiten, die die Unterhaltung bietet, weiter aus. So erkennt er sie auch als 'Super Simulator' (ebd. 27) des individuellen und sozialen Lebens und Handelns. Wagner geht also in seinem Aufsatz ebenfalls von einem medialen *Wirklichkeitstransfer* aus.

Schliesslich geht es bei beiden Autoren um eine Definition der Unterhaltung und nicht um den Mechanismus und den Prozess des *Wirklichkeitstransfers* an sich. Ein weiterer Schritt zu einem Aufbrechen der Paradigmen in den Kommunikationswissenschaften wurde bis anhin noch nicht gewagt.

Ein wichtiger Grund für die allgemeine Vernachlässigung des Phänomens *Wirklichkeitstransfer* liegt darin, dass der *Wirklichkeitstransfer* ein Phänomen in der kommunikativen Phase beschreibt. Die kommunikative Phase wurde in den Medienwissenschaften bis anhin deutlich vernachlässigt.²¹ Maletzke nennt für diese stiefmütterliche Behandlung drei Punkte:

„a) Die meisten Praktiker, aber auch viele Forscher mögen die Wirkungen als solche für viel wichtiger und interessanter halten als deren Voraussetzungen. Sie übersehen dabei, dass man zahlreiche Wirkungen nur unvollkommen verstehen kann, solange man nichts über ihre Voraussetzungen weiss. b) Die Methodenprobleme sind in mancher Hinsicht besonders schwierig. c) Die Kommunikationsforschung hat es bisher auf weiten Strecken vernachlässigt, die Fülle von Erkenntnissen, welche die Psychologie seit über einem Jahrhundert gesammelt hat, für sich nutzbar zu machen. Diese Erkenntnisse könnten, sinnvoll auf die Probleme der Kommunikationswissenschaft angewandt, zum Verständnis der Prozesse beitragen, die sich beim Erleben von Medienaussagen vollziehen“ (Maletzke 1979:47–48).

Weiter wird in den meisten Theorien und empirischen Arbeiten der Kommunikationswissenschaft davon ausgegangen, dass die Information oder die

²¹ Als ein innovativer und neuer Ansatz zur Untersuchung der kommunikativen Phase soll hier die 'Methode des lauten Denkens' genannt werden (Bilandzic/Trapp 2000). Solche neuern Ansätze zeigen auch, dass sich die Forschung dieser Vernachlässigung der kommunikativen Phase bewusst ist.

Informationsvermittlung und damit die Wirkungen auf kognitiver Ebene im Zentrum der Kommunikation respektive der Massenkommunikation stehen (Schenk 2002:702). So wurde die Frage nach den emotionalen Wirkungen und Wirkungsunterschieden des Hörfunks und des Fernsehens erst in den 1970er-Jahren gestellt (Sturm/von Haebler/Helmreich 1972). „Bis dahin hatte man sich um medienvermittelte Emotionen nicht gekümmert – auch nicht im internationalen Bereich“, kommentiert Sturm das angesprochene Defizit (Sturm 1991:60), dies auch daher, weil Wirkungen auf emotionaler Ebene oder Einstellungen, Meinungen und Verhalten deutlich schwieriger zu erforschen sind (Schenk 2002:702). McGuire kommt zum folgenden Ergebnis: „Wirkungen der Medien auf die Einstellungen der Rezipienten sind gering“ (McGuire 1996:312f.). Schenk holt weiter aus: „[...] die grössten Wirkungsmöglichkeiten dürften im Bereich von Informationen, Wissen und Vorstellungen liegen. In einer Art Wirkungshierarchie rangieren demnach kognitive Wirkungen vor einer Beeinflussung von Einstellungen und Meinungen“.²² Mit dem beobachteten Trend zu vermehrt unterhaltenden fiktionalen Inhalten, sowie einer Vermischung verschiedener Genres zu neuen Formaten und der grossen Beachtung dieser Angebote in den elektronischen Medien, muss davon ausgegangen werden, dass die Informationsvermittlung in den Hintergrund tritt und folglich vermehrt Wirkungen auf emotionaler, psychischer Ebene auftreten (vgl. Sturm 1991), die dringend mehr Beachtung finden müssten.

Der dritte Grund liegt in der mehrfach erwähnten Vernachlässigung der unterhaltenden fiktionalen Inhalte durch die Forschung. Zwar wird seit Kurzem die Unterhaltung und Fiktion in den Medienwissenschaften etwas häufiger thematisiert²³ und mit Bosshart findet sich in der Schweiz gar ein Spezialist für die mediale Unterhaltung²⁴, dennoch wird dieses Gebiet in den Medien- und Kommunikationswissenschaften insgesamt vernachlässigt. Noch Anfang der 1980er- Jahre meint Rummel empört: „[...] über einen riesigen Bereich der Lebenswirklichkeit [fiktionaler unterhaltender Inhalte in den elektronischen Medien Anm. d. V.] wurde bislang kaum nachgedacht“ (Rummel 1980:99). Hinzu kommt, dass es sich bei den vorhandenen Schriften zum Thema Unterhaltung oft um ideologisch-erzieherische Ansätze, journalistische Texte, reine

²² Diese Auffassung ist in den meisten Schriften vertreten, so z.B. auch in Berghaus 1999:194.

²³ Die Mainzer Tage der Fernseh-Kritik 2001 standen unter dem Thema 'Fernsehen für die Spassgesellschaft'. Im gleichnamigen Reader finden sich interessante Aufsätze, die sich mit den neusten Formaten, den Akteuren etc. auseinandersetzen (Hall:2002).

²⁴ Zu erwähnen sind neben Louis Bosshart im deutschsprachigen Raum Ursula Dehm mit ihrer grossen Studie zur Fernseh-Unterhaltung (1984) und im englischsprachigen Raum die 'Urväter' der Unterhaltungsforschung Tannenbaum, Zillmann und Bryant.

Programmanalysen oder begriffliche Definitionen handelt. Welche Mechanismen durch die Rezeption solcher Inhalte ausgelöst werden (intensives Abtauchen respektive *Wirklichkeitstransfer*) und welche Wirkungen das nach sich ziehen kann, steht kaum im Zentrum des Interesses.

Dieses Hinterherhinken der Wissenschaft trifft auch auf die Begrifflichkeit und die Definitionen des Faches zu. Maletzke z.B. definiert Kommunikation als „Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen“ (Maletzke 1963:18). Burkart (2002:26) ergänzt diese Definition damit, dass Kommunikation Handeln mit Intention und dem Ziel der Verständigung sei. Er präzisiert: „Erst der wechselseitig stattfindende Prozess der Bedeutungsvermittlung soll als Kommunikation begriffen werden“ (ebd.:32–33). Wenn auch verschiedene Bemühungen bestehen, den Kommunikationsbegriff genauer zu erläutern (vgl. z.B. Merten 1999:54–79, oder Burkart 2002:489–512) so geht die Massenkommunikationsforschung allgemein immer noch vom Modell der klassischen Vermittlung von Inhalten und damit der Informationsvermittlung aus.

Zweifel kommen auf, ob das 'Sich-Versenken' in den neusten DVD-Film, wo beinahe alle Sinne stimuliert werden, ob das lustvolle Surfen auf Pornosites, das abendliche Eintauchen in den Big Brother Container oder das interaktive Gamen auf der Spielkonsole tatsächlich noch etwas mit wechselseitiger Bedeutungs- respektive Informationsvermittlung und somit mit Kommunikation im klassischen Sinne zu tun haben .

Das erste Fazit aus den Kapiteln I und II lautet daher folgendermassen: **Für die Massenkommunikation muss der Kommunikationsbegriff erweitert werden, um die Grenzen, an welche die heutige Medienwissenschaft gestossen ist, wieder aufzubrechen.**²⁵ Die klassische Definition von Kommunikation geht von einer gewissen Einseitigkeit des Vorganges aus, selbst wenn durch Rollentausch die Richtung geändert werden kann. Der Kommunikator will mit einem Rezipienten einen Inhalt teilen, d.h. er will etwas mitteilen.²⁶ Bei den Massenmedien ist dabei ein technisches Verbreitungsmittel die Voraussetzung dazu und der ganze Prozess erfolgt vorwiegend

²⁵ Vgl. dazu die Ansätze aus der Unterhaltungstheorie, die den Kommunikationsbegriff ebenfalls aufbrechen, jedoch in einen „vergnügliichen“ (Rezeptionsvergnügen) und einen diesem entgegengesetzten Informationsteil. Beides wird jedoch weiterhin unter den Begriff der Kommunikation subsumiert.

²⁶ Vgl. oben Definitionen nach Maletzke und Burkart.

einseitig.²⁷ Da die technischen Verbreitungsmittel bei den medienwissenschaftlichen Betrachtungen wesenszentral sind, ist die wissenschaftliche Sicht auch stark medienrespektive distributionszentriert, und zwar unabhängig davon, ob sie auf den Kommunikator oder den Rezipienten gerichtet ist.²⁸ Zwar trifft diese Medien- und Kommunikatorsicht historisch gesehen für die Zeit, als der Informationsanteil (Reimann 1989:28–45) der Medien wesentlich bedeutender war, vollständig zu²⁹, ebenso für eine Vielzahl der heutigen Medien bzw. der heutigen Mediennutzung. Steinmann sieht das eigentliche Problem aber darin,

„[...] dass die Definition von Kommunikation für *alle* Spielarten der Medienzuewendung angewendet wird: sei es das Zeitungs- und Zeitschriftenlesen, das Radiohören (Nachrichten wie auch Musik), Fernsehen (Nachrichten- und Sportsendungen, Filme, Unterhaltungsshow etc.), das Surfen im Internet etc. Mit dieser Kommunikationsdefinition wird aber nicht berücksichtigt, dass es qualitativ erhebliche Unterschiede in den Motiven und vor allem in der Art der Rezeption gibt. Das Lesen eines Zeitungsartikels ist ein grundsätzlich anderer Akt als das Eintauchen in die Welt von Pokémon (Trickfilm) oder Rosamunde Pilchner (Liebesfilm). Sie auch auf hohem Abstraktionsniveau gleichzusetzen, da sie das gleiche Distributionssystem benutzen, dürfte der Grund für ein Defizit an wissenschaftlichen Erklärungen sein“ (Steinmann 2002:9–10).

Neben der historischen Begründung für die Dominanz der Informationsfunktion kann ebenfalls eine politisch-gesellschaftliche vermutet werden: Die Informations- und Meinungsbildungsfunktion - insbesondere im Rahmen des politischen Systems – wird von der Medienwissenschaft so hoch eingeschätzt, weil sie ein wesentlicher Teil der Systemregelung ist. Machtverteilung und Machtkontrolle werden heute weitgehend durch das Mediensystem mitbestimmt. Mit anderen Worten ist die Informationsfunktion machtzentral, mit bedeutenden gesellschaftlichen und politischen Auswirkungen. Unterhaltung und Fiktion sind dies nur indirekt und mittel- bis langfristig, indem sie zur Kultur- und Werteveränderung beitragen (gerade die Toleranzgrenze wird durch Unterhaltungs- und Fiktionsformate deutlich erweitert,

²⁷ Unter Massenkommunikation versteht man jenen Prozess, bei dem Aussagen öffentlich, indirekt und einseitig, durch technische Verbreitungsmittel an ein disperses Publikum vermittelt werden (Burkart 1995:116).

²⁸ Schenk geht davon aus, dass das Medium mit seiner Technik wahrscheinlich sogar der Wirkung der Inhalte übergeordnet ist (Schenk 2002: 699).

²⁹ Vgl. Kapitel II 2 zum Zuwachs unterhaltender fiktionaler Inhalte gegenüber den informativ-dokumentarischen.

Gewalt in den Medien etc. wird zunehmend toleriert³⁰). Auer drückt dies folgendermassen aus: „Unterhaltung wirkt weithin unbewusst und in gewissem Sinne zwangsläufig auf den Menschen ein; sie prägt seine emotionalen und geistigen Dispositionen und lenkt, soweit sie sich im Medium der Massenkommunikation ereignet, das Ganze der Gesellschaft auf bestimmte Vorstellungen oder gar auf bestimmte Ziele hin“ (Auer 1980:8). All das lässt uns verstehen, dass die Medienwissenschaft dazu neigt, sich mehr mit der Informationsfunktion zu beschäftigen. Die Machtnähe (und Mediennähe) ist sicher attraktiv, nicht zuletzt deshalb, weil sie mit Aufmerksamkeiten aller Art verbunden ist (z.B. Auftritte in den Medien, Aufträge von den Medien etc.). Die Kehrseite der Medaille besteht in einer Machtdruckempfindlichkeit und einer Anpassung der Wissenschaftlichkeit an die Probleme der 'Mächtigen' und weniger gegenüber dem, was das breite Publikum beschäftigt.

Hinzu kommt, dass die Unterhaltungsfunktion, wie bereits erwähnt, viel zu lange von kulturkritischen Kreisen (Pädagogik) oder dann ideologisch angegangen (Neomarxismus) wurde (vgl. dazu Postman 1983/1985/1992; Winn 1979, Enzensberger 1988). Dies wirkte wiederum systemerhaltend mit dem Zweck, das Bewusstsein der Publika, Erziehenden und Eliten diesbezüglich zu schärfen.

Weshalb die Begrifflichkeit aufgebrochen werden muss, soll hier anhand der klassischen Formel von Lasswell, deren Elemente allen Massenkommunikationsmodellen zu Grunde liegen, dargestellt und erläutert werden (Lasswell 1971:84).³¹

Klassische Lasswellformel: $K \rightarrow A \rightarrow M \rightarrow R \rightarrow W$
--

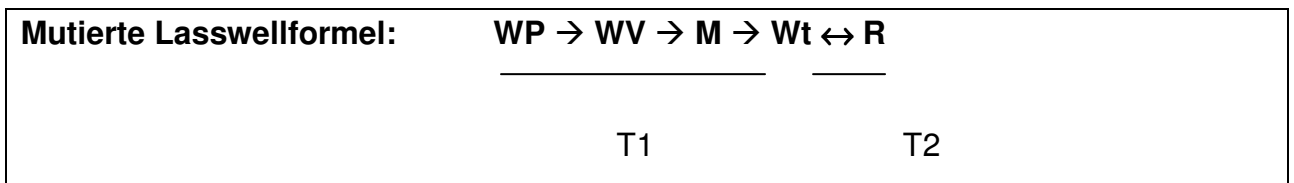
Der Kommunikator stellt eine Aussage her, die er über ein Medium an Rezipienten heranführt. Die Kommunikation entsteht durch Verstehen und Interpretation der signifikanten Symbole durch den Rezipienten. Aus der entsprechenden Kommunikation resultiert eine Wirkung.³²

³⁰ Diese Überlegung kann verglichen werden mit der Vorstellung des Fernsehens 'als getarnter Elefant' von Noelle-Neumann 1977.

³¹ Merten bezeichnet diese Formel als den Prototyp des Kommunikationsmodells, kritisiert sie aber auch entsprechend (Merten 1991:70-71).

³² Oder in den Worten Lasswells: „Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?“ (Lasswell 1971:84).

Steinmann erweitert und differenziert die Formel, indem er den *Wirklichkeitstransfer* mitberücksichtigt.



Der Wirklichkeitsproduzent stellt eine virtuelle Wirklichkeit her, die über ein Medium zu den Rezipienten herangeführt wird (Transfer 1), in die sich der Rezipient (mit seiner eigenen Wirklichkeit) transferiert (Transfer 2) (Steinmann 2002:10).

Während für die Zeitungslektüre und das im weiteren Sinne informierende, tatsachenorientierte Angebot der elektronischen Medien die klassische Definition von Kommunikation nach Lasswell präzise ist – hier geht es in erster Linie um die Vermittlung – ist sie bei der intensiven Rezeption von fiktionalen Inhalten, was bis zu einem *Wirklichkeitstransfer* führen kann, unzureichend. Denn wie in Kapitel II dargestellt, geht es beim *Wirklichkeitstransfer* nicht nur um Vermittlung, sondern um das Eintauchen in eine fiktionale Welt respektive das 'Sich-Ausklinken' aus der primären Realität in eine sekundäre mediale Realität, welche vorübergehend den persönlichen vorgestellten Wirklichkeitsraum erweitert.³³

Ähnliches lässt sich für die Radiorezeption zeigen: Kaum jemand wird behaupten, dass es sich beim bewussten Hören von Nachrichten und beim Hören von Musik um den gleichen kommunikativen Akt handelt – obwohl äusserlich die Zuwendung zum gleichen Medium nicht unterscheidbar ist. Bei Ersterem geht es im klassischen Sinne um die Vermittlung und bewusste Aufnahme von Information, bei Letzterem um das Herstellen einer bestimmten Atmosphäre, um einen Hörgenuss, eine Stimmung, um emotionale Versetzung oder um eine Audio-Berieselung aus dem Hintergrund. Luhmann (1996) beschreibt dies so: „[...] der Realitätsausschnitt, in dem die zweite Welt konstituiert wird, wird optisch oder akustisch markiert: als Buch, als Bildschirm, als auffallende Sequenz eigens präparierter Geräusche, die in diesem Zusammenhang dann als „Töne“ wahrgenommen werden. Dieser äussere Rahmen setzt dann eine Welt frei, in der eine eigene fiktionale Realität gilt. Eine Welt!“ (Luhmann 1996:98). Diese fiktionale Welt regt je nach Gestaltung und Inhalt einen *Wirklichkeitstransfer* an.

Das Radio-Beispiel zeigt, dass sich Phasen der Kommunikation (im Sinne von Teilen von Bedeutungen und Bedeutungsvermittlung) und Phasen des 'Sich-Versetzens' in eine andere Realität (*Wirklichkeitstransfer*) wohl sekundenschnell abwechseln können. Beide Nutzungsarten, mit anderen Worten die klassische Vermittlung und der *Wirklichkeitstransfer*, können sich subjektiv vermutlich auch vermischen oder so schnell abwechseln, dass im Erleben des Rezipienten keine scharfe Grenze gezogen werden kann. Das Schauen einer Reisereportage oder einer Dokumentation über die Welt der Dinosaurier kann sowohl bewusste Informationsaufnahme sein, aber es kann zugleich auch ein sinnliches und packendes Eintauchen in eine fremde Welt bedeuten. Wie in Kapitel II gezeigt, gehen neuere Sendekonzepte wie Reality-TV oder Dokusoaps auf diese Art der Rezeption bewusst ein. Letztlich wird aber das Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* vor allem durch den Rezipienten geprägt.

In der Kommunikationswissenschaft existieren Ansätze, die sich mit der Massenkommunikation unter einem anderen Aspekt als der reinen Bedeutungsvermittlung befassen. Jedoch steht die theoretische Ausdifferenzierung des Kommunikationsverständnisses oder gar der ganzen übermittelten Kommunikationstheorien nie im Mittelpunkt einer Betrachtung. Im Folgenden die wichtigsten dieser Ansätze und Theorien.

Mit der Gratifikationsforschung kann man durch den Begriff des Eskapismus das Motiv der Flucht aus dem Alltagstrott zum 'Sich-Versetzen' und Transferieren in eine andere Realität benennen (Schenk 2002:628). Der Eskapismus ist jedoch stets mit einem pejorativen Beigeschmack behaftet, man flüchtet, weil man Probleme hat. Mit Hilfe der Gratifikationsforschung kann daher das Motiv zum *Wirklichkeitstransfer* nicht abschliessend erklärt werden, denn es geht beim *Wirklichkeitstransfer* sicherlich nicht immer nur um eine Flucht, sondern eher ganz generell um einen Übertritt in eine zweite Welt.³⁴ Ähnliches findet sich bei der Handlungstheorie. Insbesondere mit dem 'Flow-Ansatz' wird gezeigt, dass beim Rezipienten das Motiv und das Bedürfnis besteht, sich im Strom der Medien mitreissen zu lassen (vgl. Gattlen/Steinmann 1997).

³³ Vgl. Abbildung 1.

³⁴ Vgl. dazu das Phänomen des Tourismus, des Reisens: Nicht jeder, der reist, ist ein Aussteiger (Wagner 1994:127).

Die Vertreter des Konstruktivismus untersuchen sowohl die konstruierte artifizielle sekundäre Medienrealität, als auch die Konstruktion von Realitäten im Innern des Rezipienten (Burkart 1995:289–303; Schmidt 1994). Beim Symbolischen Interaktionismus, ebenfalls einer Basistheorie der Kommunikationswissenschaft, geht man davon aus, dass der Mensch in einer konstruierten (symbolischen) Umwelt lebt, und es wird untersucht, wie er sich in dieser dank der eigenen Symbolbildung zurechtfindet (Identifikation). So wie sich der Mensch laut dem Symbolischen Interaktionismus in andere Menschen und Situationen versetzen kann oder muss, so versetzt er sich vermutlich auch in die sekundäre mediale Realität (Burkart 1995:150–154). Beide Ansätze sind für die Beschäftigung mit dem *Wirklichkeitstransfer*, insbesondere für das Verständnis der sekundären medialen Realitäten und das Handeln der Menschen in Bezug auf diese von Bedeutung.

Einzelne Ansätze in der Wirkungsforschung, wie die Gewalt- oder die Vielseherforschung, können aufzeigen, welche Auswirkungen ein besonders intensiver Medienkonsum haben kann und wie Gewaltinhalte wirken. Mit den Erkenntnissen aus diesem Gebiet, vor allem aus empirischen Studien, kann einiges über die Wirkung des *Wirklichkeitstransfers* ausgesagt werden.

Forscher aus dem Gebiet der Cultural Studies beschreiben mit ihrem Konzept des aktiven Lesers und dem Encoding-Decoding-Modell, wie sich der Rezipient in das Medium involviert. Insbesondere Mikos befasst sich mit der Medienrezeption aus Sicht des Zuschauers, was z.T. der Idee des *Wirklichkeitstransfers* nahe kommt (z.B. Hall 1999; Mikos 1997 etc.). Zur Analyse und Ausdifferenzierung des 'Sich-Versetzungsprozesses' im *Wirklichkeitstransfer* können die Cultural Studies hilfreich sein.

Mit der Screen-Theorie (z.B. Lacan 1978) wird von einer filmtechnischen Warte aus beschrieben, wie sich der Filmzuschauer in die Lücken des Films hineinbegibt und es so zu Überschneidungen der Realitätsräume kommt. Auch dieser Ansatz, der ebenfalls von einer Art Transfer ausgeht, kann vermutlich ein Stück dazu beitragen, den Prozess des *Wirklichkeitstransfers* zu erklären.

Keine der hier kurz erwähnten Theorien hilft uns jedoch, den Prozess des *Wirklichkeitstransfers* eindeutig als ein Phänomen, welches gleichbedeutend (oder gar

bedeutender?) neben der klassischen Informations- oder Bedeutungsvermittlung auftritt, vollständig zu erklären. Wie die Anfangsthesen Steinmanns bereits zeigen³⁵ ist es unvermeidbar, sich anderen Fachgebieten gegenüber zu öffnen und auch als Laie³⁶ zu versuchen, dort mögliche Ansätze und Erklärungen für den *Wirklichkeitstransfer* zu finden. Neben der in These 7 erwähnten Psychologie könnte man mit Disziplinen wie der Pädagogik und der Entwicklungspsychologie Aufschluss zur Mediennutzung von Kindern finden. Mit Hilfe der Hirnforschung könnte versucht werden, die physiologisch neuronalen Abläufe während der kommunikativen Phase im Innern des Rezipienten zu deuten. Eine philosophische Diskussion über das Wesen der Wirklichkeit und unserer modernen Lebenswelt müsste auch die Problematik der unterschiedlichen Wirklichkeiten mit einschliessen.

Um den *Wirklichkeitstransfer* zu fassen und zu erklären muss das Paradigma des Kommunikationsansatzes als Bedeutungsvermittlung durchbrochen werden. Ein erheblicher Teil der Mediennutzung besteht nicht nur aus der klassischen Kommunikation, sondern wie erwähnt aus dem Abdriften in die sekundäre mediale Realität mit fließenden Grenzen. In der Kommunikationswissenschaft muss versucht werden, auch diese Themenbereiche aufzugreifen und zu erklären. Der Kommunikationswissenschaftler muss sich, um der modernen Nutzungsstruktur gerecht zu werden, öffnen und sich vom Kommunikations- respektive vom Informationsvermittlungsbegriff lösen.

³⁵ Vgl. insbesondere These 7: Die erweiterte Sicht auf das Potential der Medien wird die Grenzen der Medienwissenschaft sprengen und auch in anderen Disziplinen von Bedeutung sein, z.B. Psychologie und Sozialpsychologie.

³⁶ Streng genommen ist ja der Medien- und Kommunikationswissenschaftler stets ein Laie. Er bedient sich immer der Methoden aus anderen Fachgebieten und wendet diese lediglich auf seinen Gegenstand an.

V. Theoretische Ansätze zum *Wirklichkeitstransfer*

In diesem Kapitel werden die bis anhin erwähnten Ansätze und Disziplinen in die Diskussion mit einbezogen, um den *Wirklichkeitstransfer* anhand bereits vorhandener wissenschaftlicher Überlegungen und Resultate weiter zu erörtern und zu klären. Bei einigen Ansätzen finden wir grundlegende Informationen zum *Wirklichkeitstransfer* (Begrifflichkeit, physiologische und psychologische Hintergründe oder Mechanismen etc.), währenddem die den Kommunikations- und Medienwissenschaften nahe stehenden Theorien teilweise bereits mit dem *Wirklichkeitstransfer* an sich respektive einer Facette davon in irgendeiner Form umgehen. Dies geschieht aber mit einer anderen Begrifflichkeit, in einem anderen Kontext und vor allem mit einem anderen Erkenntnisinteresse als dem unseren. Wir wollen das Phänomen des 'Sich-Versetzens' in der kommunikativen Phase beschreiben und erfassen, um so den Schritt zu wagen, das Verständnis des Massenkommunikationsprozesses in den Kommunikations- und Medienwissenschaften zu differenzieren und damit der modernen Mediennutzung anzupassen.

1. Die Wirklichkeit

Da beim *Wirklichkeitstransfer* die primäre Wirklichkeit oder Realität sowie die sekundäre Wirklichkeit zentrale Begriffe sind, gilt es diese einzugrenzen. Über das Wesen der Wirklichkeit, dies schon als Vorwegnahme, existiert keine Einigkeit. Es handelt sich dabei um eine metaphysische Frage, die mit Hilfe wissenschaftlicher Überlegungen nicht endgültig beantwortet werden kann. Das Ziel dieses Kapitels ist es darum, unter Einbezug verschiedener Denkansätze und Überlegungen eine zweckmässige Begrifflichkeit bereitzustellen, ohne dabei den Anspruch zu verfolgen, einer jahrhundertealten philosophischen Kernfrage auf den Grund gehen zu können.

1.1 Die philosophische Betrachtungsweise

Über das Wesen der Wirklichkeit machten sich bereits die Griechen im fünften respektive vierten Jahrhundert vor Christus Gedanken. Die Skeptiker behaupteten beispielsweise, vereinfacht ausgedrückt, dass die menschlichen Sinnesorgane unzureichend sind, um die Wirklichkeit zu erkennen (Störig 2003:223–224). Sie haben u.a. bewiesen, dass die menschliche Wahrnehmung durch äussere Umstände und durch die innere Einstellung beeinflusst werden kann. Als berühmtes Experiment gilt jenes mit der Empfindung der Wassertemperatur: Wenn man seine Hand aus einem Behälter mit kaltem Wasser nimmt und sie dann in einen mit lauwarmem Wasser steckt, fühlt sich dieses heiss an. Beginnt man aber mit dem heissen Wasser, so fühlt sich das lauwarme Wasser danach kalt an. Die wahre Temperatur kann also nicht bestimmt werden, da sie vom Erfahrungszusammenhang abhängt (Glaserfeld 1996:59).

Xenophanes, den Eleaten zugehörig, war der Meinung, dass wahres Wissen der realen Welt vom Mensch nicht erfasst werden kann; „[...] der Schein (Meinen) haftet an allem“ (Xenophanes 32, zitiert nach Glaserfeld 1996:59, vgl. Störig 2003: 145–146). Protagoras, ein bekannter Sophist, formulierte den berühmten Satz: „Aller Dinge Mass ist der Mensch, der seienden, dass (wie) sie sind, der nicht seienden, dass (wie) sie nicht sind“ (Protagoras 1, zitiert nach Glaserfeld 1996:60; Störig 2003:162). Anders ausgedrückt hängt alles von der menschlichen Beurteilungsfähigkeit ab und diese ist begrenzt, weshalb es keine allgemein gültige Wahrheit gibt.

In Platon finden wir den prägendsten Denker des Abendlandes, der sich zum Wesen der Wirklichkeit Gedanken gemacht hat. Platon geht in seiner Ideenlehre davon aus,

dass es eine ideale Wirklichkeit gibt (ἰδέα). Diese ideale Wirklichkeit ist ausserhalb von Raum und Zeit, unveränderlich und lediglich dem Denken zugänglich. Die Ideen sind göttlich und allein wahrhaft existierend. Die wahre Welt ist also nach Platon die Ideenwelt, die sichtbare Welt ist ein blosses Abbild davon (Platon 507–517; Störig 2003:178–181). In seinem berühmten Höhlengleichnis zieht Platon einen Trennstrich zwischen der erkennbaren Welt (Ideenwelt, draussen vor der Höhle, Sonne) und der sichtbaren Welt (symbolisiert durch die Schatten). Der Aufstieg eines Menschen aus der Schattenwelt in die Ideenwelt ist höchst beschwerlich und kann nur mit Hilfe eines Menschen, der bereits die wahre Welt geschaut hat, gelingen. Platon sagt damit, dass das Schauen der höchsten Erkenntnis Mühe kostet, dass es aber durchaus erstrebenswert ist, an diese zu gelangen, was nur mit Hilfe der Philosophie gelingen kann (Platon 514–519).

Zusammenfassend gingen die griechischen Philosophen³⁷ mehrheitlich von der Unzulänglichkeit unserer Sinnesorgane aus, jedoch bestritt keiner von ihnen im Grundsatz, dass es eine Wirklichkeit gibt. Platon mit seiner Mehrdimensionalität der Wahrheit beziehungsweise der Erkenntnis, griff sehr weit vor. Seine Denkweise wirkte über lange Zeit prägend und behielt bis heute seine Bedeutung.

Später, als sich der christliche Glaube und die Theologie entwickelten, befassten sich manche Denker mit dem Erkennen des Göttlichen und damit des Wahren und Wirklichen. So äusserten sich die Apophaten, eine theologische Schule aus Byzanz, im dritten Jahrhundert folgendermassen: „Kein Wort oder Gedanke der Menschen reicht aus, um Gott zu erfassen oder zu begreifen, was er ist.“ Die Apophaten gingen also, wie zuvor die griechischen Philosophen, von der Unzulänglichkeit unseres Verstehens aus und glaubten, dass der Mensch nur das wahrnehmen könne, was ihm entspreche, was ihm bekannt ist (Störig 2003:268–269). Diese Lehre lebte in vielen Mystikern weiter. Dabei ist auch der irische Gelehrte Johannes Scotus Eriugena mit folgender Aussage erwähnenswert: „[...] so erzeugt der Verstand von sich aus und in sich seine Vernunft, in der er alle Dinge, die er machen will vorher weiss und kausal vorher erzeugt“ (Eriugena 1968:577a–b). Er nahm damit bereits im 9. Jahrhundert den Ansatz von Kant vorweg, dass alles, was ausserhalb unseres Erfahrungsfeldes liegt, von uns nicht beschrieben, geschweige denn erfasst werden kann (Glaserfeld 1996:62).

³⁷ In dieser Arbeit mussten wir uns auf einige wenige aussagekräftige Beispiele beschränken.

Im Mittelalter begann mit dem Aufkommen der Naturwissenschaften eine strikere Trennung vom Erfahrungswissen und den ewig gültigen mystischen Offenbarungen. Erfolgreiche Anwendungen physikalischer Gesetze zur Lösung von Problemen aus unserer Erfahrungswelt bewirkten, dass wissenschaftliches Wissen immer grössere Bedeutung gewann.³⁸ Die philosophische Skepsis gegen die Realität der Phänomene verschwand jedoch nicht ganz. Der junge Descartes war mit 23 Jahren überzeugt davon, dass sichere Erkenntnis, wenn es sie überhaupt gab, nur der Vernunft entspringen könne, vor allem in ihrer mathematischen Verkörperung (vgl. Störig 2003:356–366; Glasersfeld 1996:67).

Im Jahrhundert nach Descartes (18. Jh.) traten nacheinander drei grosse britische Denker auf, die sich mit der Wirklichkeit und deren konkreten Erfassung beschäftigten. John Locke, George Berkley und David Hume stimmten darin überein, dass Wissen aus Erfahrung hervorgeht und dass es im Bereich der menschlichen Erfahrung geprüft wird (Störig 2003:395–412). Die Art und Weise, wie diese Erfahrungen mit der wahren Welt verknüpft sind, darüber waren sie unterschiedlicher Ansicht. Locke unterschied an den Dingen primäre und sekundäre Qualitäten: „Grösse, Gestalt, Zahl, Lage, Bewegung oder Ruhe, [...] zu Recht als ursprüngliche oder primäre Qualitäten aufgefasst, denn sie liegen in den Dingen selbst, ob sie nun wahrgenommen werden oder nicht, und von ihren verschiedenen Modifikationen hängen die sekundären Qualitäten ab“ (Locke, zitiert nach Glasersfeld 1996:68). Unter den sekundären Qualitäten versteht er Dinge wie Farbe, Geschmack, Geruch, die seiner Meinung nach mit der Sinneswahrnehmung nicht zuverlässig wahrgenommen werden können. Die primären Qualitäten hingegen sind mathematisch beschreib- und erfassbar. Berkley beschäftigte sich ausführlich mit den Ideen Lockes und war nicht damit einverstanden, dass die primären Qualitäten als real und nachweisbar galten. Nach ihm waren auch diese Qualitäten aus Reflexionen des menschlichen Geistes entstanden und durch dem Geist entsprungene Erfahrungen und Begriffe gedeutet. Zudem stellte Berkely fest, dass auch die primären Qualitäten mathematisch beschrieben werden können und sich daher keine grössere Objektivität zeigt. Das Fazit daraus bedeutet, dass mit menschlichen Begriffen nicht beschrieben werden kann, wie die Realität an sich beschaffen ist, bevor sie erfahren wird. Berkley kehrt damit wieder zum Menschen als Mass aller Dinge zurück. Auch Hume glaubte

³⁸ Galileo Galilei, als Begründer der modernen Naturwissenschaften, bewies die Fallgeschwindigkeit mit Experimenten vom schiefen Turm von Pisa herab etc.

nicht, dass menschliches Wissen eine absolute Realität abbilden könne und suchte für diese These eine Begründung im Reich der Metaphysik. Seine Erkenntnis, dass die Herstellung von Beziehung unter allen Umständen ein begrifflicher Akt ist und folglich einen aktiven Verstand voraussetzt, der den Akt ausführen kann, war der Grund, den Kant aus seinem 'dogmatischen Schlummer' geweckt hat (vgl. Kant 1783:260).

Gleichzeitig mit Berkley veröffentlichte der Italiener Giovanni Battista Vico seine Abhandlung 'De antiquissima Italorum sapientia' und eröffnete neue Perspektiven der Erkenntnistheorie. Seine Arbeit war jedoch beinahe nur in Italien bekannt. Vico kam zum Schluss, dass es besser als alles zu bezweifeln sei, wenn die mystische von der rationalen Erfahrung ein für allemal getrennt würde. Er vollzog diese Trennung, indem er die Mittel untersuchte, mit denen jeder der Bereiche seine Produkte darstellte. Deshalb wurde die Sprache zu einem Schlüsselement seiner Theorie. Wir werden sehen, wie wichtig die Sprache auch für die weiteren Betrachtungen des Phänomens der Wirklichkeiten ist. Nach Vico konnte der menschliche Verstand nur Dinge erkennen, die aus Material, das ihm zugänglich ist, gemacht sind, und erst dadurch ist er fähig zu handeln und zu wissen.

Kant (vgl. Störig 2003:439–479) führte die bis dahin gemachten Überlegungen noch weiter und durch seinen Bekanntheitsgrad trat mit seinen Schriften bei der Diskussion um die Wirklichkeit eine Zäsur ein. Dabei verfolgte er einen völlig andern Ansatz als seine Vorgänger: „Bisher nahm man an, alle unsere Erkenntnis müsse sich nach den Gegenständen richten; [...]. Man versuche es daher einmal, ob wir nicht in den Aufgaben der Metaphysik damit besser fortkommen, dass wir annehmen, die Gegenstände müssen sich nach unserer Erkenntnis richten [...]“ (Kant 1787:XVI.). Für Kant hat damit die Vernunft nichts mit der Weisheit des Mystikers zu tun. Der Verstand ist für ihn ein aktives Wesen, welches sich seine Welt schafft. Die Dinge, worauf sich die Vorstellungen und Begriffe beziehen, können nach Kant nicht das sein, was sich unser Verstand vorstellt. Denn der Verstand kann nur Vorstellungen und seine Gegenstände, nicht aber wirkliche Dinge schaffen (Kant 1798:71). Weiter nimmt Kant die Existenz einer Aussenwelt, einer Wirklichkeit ausserhalb von uns an (sog. Noumenon), erklärt diese aber für unerkennbar und deshalb irrelevant für unsere Handlungen. In der 'Kritik der reinen Vernunft' von 1781 und 1787 zeigt er, dass der menschliche Verstand das Wesen der Dinge nicht erkennen kann. Der Mensch kann von seiner Perspektive aus nicht endgültig sagen, wie die Dinge 'an sich' beschaffen sind. Dies wäre nur einem

göttlichen Verstand möglich. Wir kennen die Wirklichkeit nach Kant nur so, wie sie uns erscheint. Weiter erklärt Kant, dass Raum und Zeit nicht an den Dingen haften, sondern menschliche Anschauungsformen sind, d.h. nichts anderes, als dass wir Menschen selbst den Dingen räumliche und zeitliche Existenz zuschreiben. Unsere Erkenntnis ist also auf die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Menschen bezogen. Nach dem 'Ding an sich' zu fragen ist sinnlos, wir haben davon nur Begriffe, von denen wir nicht wissen können, ob sie der Wirklichkeit entsprechen (Störig 2003:452–455).

Im 19. Jahrhundert mit seinen grossen technischen Fortschritten zeigte sich, dass die Theorien der Naturwissenschaft der wahrheitsgetreuen Abbildung der Welt immer näher kamen. Die Welt wurde in Kausalbeziehungen gefasst und weitgehend verstanden. Mit Darwins Evolutionstheorie und der Auffassung, dass Hypothesen nur aufrecht erhalten werden können, wenn sie durch die Erfahrung in gewisser Masse auch bestätigt werden, setzte sich, wie das Glasersfeld schön beschreibt, ein Slogan für die Bewegung des Pragmatismus durch: „Wahrheit ist, was funktioniert“ (Glasersfeld 1996:85).

Im 20. Jahrhundert gab es viele unterschiedliche Perspektiven, die sich mit dem Erkennen und der Wirklichkeit befassten. Einige davon, die für die vorliegende Arbeit relevant erscheinen, werden im Folgenden kurz erläutert.

1920 veröffentlichte Hans Vaihinger eine Arbeit mit dem Titel 'Die Philosophie des als Ob'³⁹. Ausgehend von Kant entwickelte er seine Theorie der Fiktionen, die sich auf das gesamte Gebiet menschlicher Ideen bezieht und einen neuen Zugang zur Philosophie anbietet. Vaihinger unterscheidet zwischen „[...] der Hypothese, die verifizierbar sein muss und der Fiktion, die nicht durch Erfahrung bestätigt werden kann, aber gerechtfertigt ist durch die Dienste, welche sie der Wissenschaft leistet“ (Vaihinger 1913:609). In seiner Arbeit zeigt er anhand vieler Beispiele, dass wir mit der Konstruktion eines Weltbildes überhaupt nichts anfangen können, ohne mit fiktiven Gegenständen und Beziehungen zu arbeiten. Er sieht die Fiktionen als Werkzeuge der rationalen Organisation unserer Erfahrung und nicht als Phänomene, die in dem Sinn real sind, dass sie selbst erfahren werden können (Störig 2003:643–645).

³⁹ Hierbei soll auch an den Begriff 'as-if-worlds' von Bosshart zum Thema Unterhaltung in den Medien erinnert werden (Bosshart 1998:5).

Der Philosoph und Phänomenologe Alfred Schütz schrieb einen Aufsatz 'Über die mannigfachen Wirklichkeiten' (Schütz 1971:392–401), der 1945 erstmals veröffentlicht wurde. Schütz bezieht sich auf den psychologischen Ansatz von William James, der davon ausgeht, „dass es mehrere wahrscheinlich sogar unendlich viele Wirklichkeitsbereiche gibt, von denen jeder eine eigene und gesonderte Daseinsweise hat“ (ebd.:392). James nennt sie Subuniversa und führt verschiedene Beispiele dazu an, u.a. die Welt der physischen Dinge (als ausgezeichnete Wirklichkeit), die Welt der Wissenschaft, der Religion etc. „Jede Welt besitzt während man ihr zugewandt ist, ihre eigene Art von Wirklichkeit: nur verringert sich ihr Wirklichkeitsgehalt mit dem Nachlassen der Aufmerksamkeit“ (ebd.:393). Anders ausgedrückt ist für James jede dieser Wirklichkeiten eben wirklich für denjenigen, der ihr in diesem Moment Aufmerksamkeit zukommen lässt. Alfred Schütz löst das Konzept von James aus dem psychologischen Rahmen und spricht nicht mehr von Subuniversen, sondern von geschlossenen Sinnbereichen, denen wir einen 'Wirklichkeitsakzent' verleihen. Die Wirklichkeiten werden nach Schütz nicht von ihrer ontologischen Struktur, sondern vom Sinn unserer Erfahrung konstituiert. Innerhalb der geschlossenen Sinnbereiche sind alle Erfahrungen in sich stimmig und verträglich, auch wenn sie mit der Sinnstruktur des Alltags nicht verträglich sind. Schütz beschreibt die Wirklichkeit des Alltags, die so genannte ausgezeichnete Wirklichkeit, in vier Punkten: a) Durch unseren Leib sind wir an diese Wirklichkeit gebunden, wir nehmen immer körperlich an ihr Teil. b) Die ausgezeichnete Wirklichkeit setzt uns mit ihren Gegenständen und Gesetzen Grenzen, wie dies keine andere Wirklichkeit tut und c) wir können in die ausgezeichnete Welt körperlich eingreifen und sie verändern und gestalten. d) Nur in dieser ausgezeichneten Wirklichkeit können wir uns mit unseren Mitmenschen verständigen und eine im Einverständnis konstituierende Umwelt begründen (ebd.:395). Schützs Konzept von den mannigfachen Wirklichkeiten liefert zentrale Leitplanken für die Wirklichkeitsdiskussion in Bezug auf den *Wirklichkeitstransfer*.⁴⁰

Paul Watzlawik, der bereits den Konstruktivisten zuzurechnen ist, der sich selber aber noch nicht so bezeichnet hat, geht in seinem Werk 'Wie wirklich ist die Wirklichkeit?' von 1976 auf das Problem mehrerer verschiedener Wirklichkeiten ein. Er will zeigen, dass es mehrere Wirklichkeiten gibt und dass diese erst durch Kommunikation geschaffen werden (Watzlawik 1976:7). Für ihn gibt es zwei Wirklichkeitsebenen. Die primäre

⁴⁰ Der Text von Schütz findet sich auch bei Hans Wagner und Louis Bosshart in ihrer Arbeit über die Unterhaltungskonzepte (Wagner 1994, Bosshart 1998).

besteht aus den physischen Eigenschaften von Dingen, über deren Wesen Konsens durch Wahrnehmung und Wissenschaft erreicht werden kann. Hier gibt es eine objektive Wahrheit, der wir unsere Erkenntnis annähern können. Die sekundäre Wirklichkeit beruht „ausschliesslich auf der Zuschreibung von Sinn und Wert an diese Dinge und daher auf Kommunikation“ (ebd.:143). Eine objektive Wahrheit existiert hier nicht; es handelt sich um zahllose subjektive Wirklichkeiten. Watzlawik nimmt also eine primäre Wirklichkeit an, die objektiv wahr und erkennbar ist. Auch dieser Ansatz erscheint für die vorliegende Arbeit sinnvoll und soll weiterverfolgt werden.

Der Kommunikationsphilosoph Vilém Flusser setzt sich vor allem mit dem Wirklichkeitsproblem in der digitalen Welt auseinander. Er meint dazu ganz allgemein: „Entweder sind die Alternativen [also die sekundären Medienrealitäten, Anm. d. V.] ebenso real wie die Gegebene oder die Gegebene ist ebenso gespenstisch wie die Alternativen“ (Flusser 1997:202). Er stellt mit anderen Worten die Frage, ob wir zwischen Realität und sekundärer medialer Realität unterscheiden können und ob überhaupt noch Unterschiede bestehen. Flusser sieht die sekundären Realitäten als alternative Welten, die keine Gegebenheiten sind, sondern künstlich Hergestelltes (ebd.:203). Weiter stellt er fest, dass wir uns mit Hilfe von Geräten (Medien etc.) in sekundäre Realitäten versetzen und so die eigentliche Realität vergessen können. Wir nehmen also die neue Wirklichkeit als Wahrheit (ebd.). Schliesslich geht Flusser so weit, dass er danach fragt, wer uns garantiert, dass die primäre Realität wirklich diese ist und ob wir dort nicht auch getäuscht werden. Verfolgt man Flussers Idee weiter, so kommt man wieder zu den griechischen Philosophen, die behaupteten, die Sinnesorgane seien unzureichend, um die Wahrheit zu erkennen (vgl. Noldin/Schaber 2004).

1.2 Die konstruktivistische Betrachtungsweise

Der Konstruktivismus ist nach Roth eine „[...] philosophische Theorie der Wahrnehmung und der Erkenntnis [...], die erklären will [...] wie Erkenntnis, Wissen und Wissenschaft möglich sind und was sie leisten“ (Roth 1992:277). Der Konstruktivismus ist bei der Diskussion um die Wirklichkeiten und wie der Mensch diese wahrnimmt von Bedeutung. Da der Konstruktivismus keine einheitliche Theorie ist, sondern viel mehr ein Diskurs, an dem sich manche Disziplinen beteiligen, wird hier versucht, nur auf die grundlegendsten Überlegungen des konstruktivistischen Denkens, wie sie der vorliegenden Arbeit dienlich sind, einzugehen. Die Grundannahme des konstruktivistischen Denkens besteht darin, dass wir Menschen durch bestimmte Leistungen unseres Bewusstseins

Wirklichkeitsvorstellungen konstruieren. Dabei wird unterstellt, so Schmidt, dass es ausserhalb unserer kognitiven Wirklichkeit eine Realität gibt, die den Anlass für unsere Wirklichkeitskonstruktionen bietet. Diese Realität an sich entzieht sich aber unserer Erkenntnismöglichkeit, da wir nur die Realität kennen, die wir wahrnehmen und in der wir handeln und kommunizieren (Schmidt 1990:54). Die Konstruktivisten gehen daher auch von Operationen und deren Bedingungen aus, anstatt von Objekten oder der Natur (Schmidt 1994a:5). Als Konstruktion bezeichnen die Konstruktivisten Prozesse, in deren Verlauf sich Wirklichkeitsentwürfe herausbilden, „und zwar keineswegs willkürlich, sondern gemäss den biologischen, kognitiven und sozialen Bedingungen, denen sozialisierte Individuen in ihrer sozialen und natürlichen Umwelt unterworfen sind“ (ebd.). Anders ausgedrückt widerfährt uns also die Konstruktion der Wirklichkeit. Wir bemerken dies erst, wenn wir beobachten, wie wir beobachten, handeln und kommunizieren (vgl. Störig 2003:784–787).

Interessant bei den Konstruktivisten sind jene, die die Konstruktion biologisch untersuchen wie Humberto Maturana (vgl. Maturana 1998; Maturana 1985) oder Gerhard Roth (vgl. Roth 1992). In ihren Schriften wird naturwissenschaftlich bewiesen, dass sich die Wahrnehmung nicht in den Sinnesorganen vollzieht, sondern in gewissen Hirnregionen. Damit ist Wahrnehmung „Bedeutungszuweisung zu an sich bedeutungsfreien neutralen Prozessen, ist Konstruktion und Interpretation“ (Roth 1986, zitiert nach Schmidt 1987:15). Noch weiter geht Roth, indem er sagt, es sei gar nicht die Aufgabe des Gehirns und der Sinnesorgane, die Umwelt möglichst exakt und vollständig abzubilden oder die Welt zu erkennen, 'so wie sie ist'. Sie sind dazu auch gar nicht in der Lage (Roth 1992:281). Das Gehirn führt lediglich die lebenswichtigen und erhaltenden Funktionen aus. Beispielsweise muss ein Gegenstand als der Kategorie 'Stuhl' zugehörig erkannt werden. Diese Gestaltwahrnehmung ist zum Teil angeboren, wird aber auch erlernt. Die Wahrnehmung ist somit immer durch frühere Wahrnehmungen entscheidend mitbestimmt. Wahrnehmung ist stets Auswahl und Bewertung, niemals ein Erkennen objektiver Begebenheiten. Das im Gehirn Gespeicherte wird bei diesen Konstruktionen immer wieder umgeschrieben und angepasst. Da das Hirn keinen direkten Kontakt zur Umwelt hat, ist alles bloss Konstruktion. Das Hirn erzeugt eine Wirklichkeit, die aber niemals der Realität entspricht. Die Realität bringt also die Wirklichkeit hervor, aber die Realität existiert nicht in der Wirklichkeit. Die Wirklichkeit ist das einzige, was für uns erfahrbar existiert und sie ist individuell gestaltet (Roth 1992: 317–324).

Beim Konstruktivismus finden wir ähnliche Gedanken wie bei einigen philosophischen Vorreitern; auch manche Philosophen gingen davon aus, dass der Mensch die Realität nicht zu erfassen vermag, dass sein Verstand aber fähig ist, gewisse Abbilder zu konstruieren und sich so ein Bild, wenn auch ein individuelles, von der Welt zu machen. Je nach Perspektive können einige der vorgestellten philosophischen Arbeiten ebenfalls dem Konstruktivismus zugeordnet werden, eine stringente Grenzziehung erweist sich als schwierig.

Die konstruktivistische Denkweise hat in die Medien- und Kommunikationswissenschaften Einzug gehalten. Laut Konstruktivismus sind auch die Medienangebote niemals Abbilder der Wirklichkeit sondern Angebote an kognitive und kommunikative Systeme, die unter ihren jeweiligen Systembedingungen Wirklichkeitskonstruktionen in Gang setzen (Schmidt 1994a:16). Die Wirklichkeit ist laut Schmidt „[...] in einer von Massenmedien geprägten Gesellschaft zunehmend das, was wir über Mediengebrauch als Wirklichkeit konstruieren, dann daran glauben und entsprechend handeln und kommunizieren“ (ebd.:18).⁴¹ Anders ausgedrückt zeigt die konstruktivistische Denkweise in den Medien- und Kommunikationswissenschaften, welche enorme Bedeutung die sekundäre mediale Realität für unsere primäre Realität hat. Der Konstruktivismus unterstützt damit unser Anliegen, den medialen *Wirklichkeitstransfer* als ein relevantes Phänomen ernst zu nehmen und innerhalb des Massenmedienrezeptionsprozesses zu fokussieren.

1.3 Die Betrachtungsweise anhand des Symbolischen Interaktionismus

An dieser Stelle soll vorerst vom Symbolischen Interaktionismus lediglich die Bedeutung von Meads Grundannahmen zur Sozialisation und Kommunikation (also nur ein Teilbereich des Symbolischen Interaktionismus) für die Realitätsdiskussion in dieser Arbeit hervorgehoben werden. Zu einem späteren Zeitpunkt (Kapitel V.6) kommt der Symbolische Interaktionismus unter einem anderen Aspekt vertiefend zum Zuge.

Die Grundannahme des Symbolischen Interaktionismus lautet, dass wir nicht nur in einer natürlichen, sondern vor allem auch in einer symbolischen Umwelt leben. Die Menschen geben den Dingen bestimmte Bedeutungen und schaffen so eine

⁴¹ Eine interessante Untersuchung zur Realitätskonstruktion der Nachrichten, welche nicht den konstruktivistischen Ansatz verfolgt, findet sich bei Schulz 1976.

symbolische Umwelt (Blumer 1969). Zu diesen Bedeutungen kommen die Menschen durch ihre persönlichen Erfahrungen und subjektiven Interpretationen (vgl. Konstruktivismus). Jeder Mensch verfügt über abrufbare Bedeutungskonglomerate. Wollen zwei Menschen miteinander kommunizieren, müssen sie symbolisch vermittelnd zueinander in Beziehung treten (ebd.:2).

Für die hier geführte Wirklichkeitsdiskussion ist diese Grundannahme des Symbolischen Interaktionismus von Bedeutung. Sie besagt, dass der Mensch auch in einer symbolischen Welt lebt, die er selbst geschaffen hat. Die Schaffung dieser symbolischen Welt und damit die Bildung der eigenen Identität werden heutzutage oft durch die Massenmedien beeinflusst. Erfahrungen bestehen immer häufiger aus sekundären Eindrücken und Erlebnissen via Massenmedienkonsum. Der Mensch wird durch die Schaffung seiner symbolischen Umwelt, die oft via Medien erfolgt, zu der Persönlichkeit und dem Mitglied in der Gesellschaft, womit er mit der natürlichen Umwelt in Kontakt treten und sich in ihr zurecht finden muss. Damit gibt uns auch der Symbolische Interaktionismus eine Bestätigung dafür, dass die sekundären medialen Realitäten von höchster Relevanz sind und dass zwischen verschiedenen Wirklichkeiten differenziert werden muss (natürliche Umwelt versus symbolische Umwelt).

Weitere vertiefende Überlegungen zur Identitätsbildung und zur Rollenübernahme werden später in dieser Arbeit ebenfalls anhand des Symbolischen Interaktionismus beleuchtet (Kapitel V.6). Zur Diskussion über den Begriff der Wirklichkeit soll das Geschriebene vorerst genügen.

1.4 Das Wirklichkeitsverständnis beim *Wirklichkeitstransfer*

Wir stellten mit den obigen Ausführungen aus der Philosophie, dem Konstruktivismus und dem Symbolischen Interaktionismus fest, dass die Frage, was nun Realität oder Wirklichkeit sei und ob diese, in welcher Form auch immer, überhaupt existiere, nicht eindeutig geklärt zu sein scheint. Jede Denkrichtung und jede Zeit hat diesbezüglich andere Ansätze hervorgebracht. In unserer kurzen Übersicht konnten diese nicht abschliessend und erschöpfend behandelt werden. Es ging darum, in einigen Beispielen zu zeigen, wie vielfältig das metaphysische Phänomen der Wirklichkeit und ihrer Erkenntnis ist. Weiter sollte dargelegt werden, worauf unser Verständnis der Wirklichkeit basiert, auf dem der *Wirklichkeitstransfer* aufbaut. Unser Modell zu den Wirklichkeiten ist im Gegensatz zu den vorgängig vorgestellten Ansätzen einfach und zweckhaft gehalten. Es soll sich hier auch nicht um eine intellektuelle Spielerei handeln; einziger Zweck ist es, die Begriffe und ihre

Bedeutungen, die in dieser Arbeit verwendet werden, für den Leser, klar abzugrenzen. Ansonsten wird das weitere Verständnis zum *Wirklichkeitstransfer* in dieser Arbeit verunmöglicht.

Betrachtet man die philosophischen, naturwissenschaftlichen, soziologischen und medienwissenschaftlichen Überlegungen zum Wesen der Realität, so stellt man fest, dass eine Grundfrage für viele Denker lautete: Können wir die Realität oder die Wirklichkeit erkennen?⁴² Mit anderen Worten geht es darum, ob unsere Sinnesorgane (Philosophen) oder auch unser Gehirn (Konstruktivisten, Biologen) ausreichende Instrumente sind, um das Wesen der Dinge zu erkennen. Diese Frage, egal wie sie auch beantwortet wird, ist für den *Wirklichkeitstransfer* nicht weiter relevant. Denn ob wir die Realität nun richtig/wahr erkennen, oder ob das von uns Wahrgenommene eine Täuschung/Verzerrung ist, fällt kaum ins Gewicht. Wie Schütz in seinem Aufsatz feststellt, nehmen wir gerade die 'ausgezeichnete Wirklichkeit' (also die Realität um uns herum) mit vergleichbaren Sinnen wahr und darüber herrscht im Allgemeinen Einigkeit (Schütz 1971:395). Wenn unsere Sinnesorgane unzureichend sind, so sind dies die Sinnesorgane aller Menschen in ähnlicher Weise. Folglich besteht auf Grund dieser Ähnlichkeit eine Übereinstimmung in der Wahrnehmung. Hinzu kommt, dass wir uns beim *Wirklichkeitstransfer* ganz bewusst auf ein mediales, oder noch spezifischer auf ein massenmediales Phänomen beschränken wollen. So können wir davon ausgehen, dass alle Menschen, die den Massenmedien ausgesetzt sind, ganz grundsätzlich eine vergleichbare Wahrnehmungsweise der sekundären medialen Realität haben, welche selbstverständlich individuell und sozial stark geprägt ist. Mit anderen Worten ausgedrückt: Die Frage der Unzulänglichkeit der Sinnesorgane beim Erfassen der Wirklichkeit ist beim *Wirklichkeitstransfer* nicht zentral. Gleichgültig wie wir die Realitäten wahrnehmen, wir nehmen sie, etwas verallgemeinernd gesprochen, ähnlich wahr, da unsere Sinnesorgane gleich unzureichend sind und da wir in einer massenmedial geprägten Gesellschaft, und damit in einer ähnlichen Umwelt leben.⁴³

Die zweite Grundfrage, welche für den *Wirklichkeitstransfer* aus den geführten Diskussionen von Bedeutung ist, lautet: Wie sind nun aber diese Realitäten beschaffen und wie stehen sie zueinander? Die meisten Vertreter aus der Philosophie, auch die des

⁴² vgl. Störig 2003:159.

⁴³ Das heisst für einen Menschen aus einer nicht massenmedial geprägten Gesellschaft, wie z.B. aus einem Naturvolk, dass für ihn die folgenden Einsichten zum *Wirklichkeitstransfer* nicht unbedingt zutreffen.

Konstruktivismus und des Symbolischen Interaktionismus gehen von mehreren Ebenen der Realität respektive der Wirklichkeit aus. So sieht Platon neben der erfahrbaren Wirklichkeit eine einzig wahre Ideenwelt. Locke geht von Eigenschaften aus, die mathematisch beschrieben werden können und daher als primär gelten, im Vergleich zu nicht mathematisch erfassbaren Qualitäten. Hume und Berkley weisen alles, was nicht erfasst werden kann dem Reich der Metaphysik zu. Kant verweist sie ins Noumenon. Vaihinger unterscheidet zwischen Hypothese und Fiktion. Schütz erkennt mannigfache Wirklichkeiten mit dem Spezialfall der ausgezeichneten Wirklichkeit und Watzlawik geht bei seiner primären Realität von einer Realität aus, die aus physischen Eigenschaften besteht, die wir mit Hilfe der Wissenschaft erklären können.

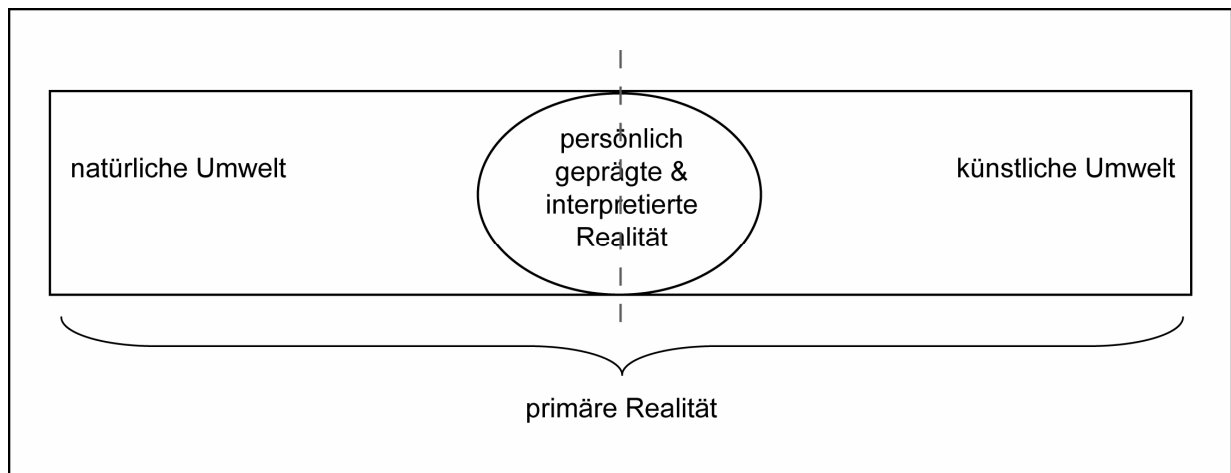
Für eine Erfassung der uns umgebenden Realität erscheinen die zuletzt genannten Konzepte von Schütz und Watzlawik als besonders sinnvoll und zeitgemäss. Beide gehen von einer primären Realität (Watzlawik) respektive einer ausgezeichneten Wirklichkeit (Schütz) mit physischen Eigenschaften aus, die dem Menschen einerseits Grenzen setzen, die ihm aber auch erlauben, selbst in die Wirklichkeit einzugreifen und diese zu verändern. Weiter wird diese Realität als einzige beschrieben, über die Konsens herrscht, in der wir uns zwangsweise physisch immer befinden (Schütz) und die mit Hilfe der Wissenschaft eindeutig erklärt werden kann (Watzlawik).

Wir wollen diese primäre oder ausgezeichnete Realität weiter aufteilen in eine natürliche und in eine künstliche Umwelt: Mit der natürlichen Umwelt ist die Welt der Flora und Fauna gemeint. Die Welt, die auch ohne das menschliche Zutun (wenn auch in anderer Gestalt) vorhanden wäre (Berge, Bäume, Wasser, Tiere etc.). Die natürliche Umwelt kann von uns mit Hilfe der Wissenschaft (Physik, Chemie, Biologie etc.) erklärt und beschrieben werden. Weiter besteht neben der natürlichen Umwelt eine durch den Menschen geschaffene, zivilisierte aber ebenso gegenständliche Welt. Wir wollen sie künstliche Umwelt nennen. Damit sind gegenständliche Dinge gemeint, die der Mensch geschaffen hat (was eben einzigartig ist für diese Wirklichkeit), die aber wie die natürliche Umwelt mit unseren Sinnesorganen wahrgenommen⁴⁴ und mit Hilfe der Wissenschaft erklärt werden können. Die natürliche Umwelt und die künstliche Umwelt bilden zusammen die primäre Realität, nach Schütz die ausgezeichnete Wirklichkeit

⁴⁴ Ob diese Wahrnehmung das wahre Wesen der Dinge erfassen kann, ist nicht von Bedeutung. Tatsache ist aber, dass wir alle einen Tisch sehen, spüren und anfassen können.

oder konstruktivistisch ausgedrückt die ontische Wirklichkeit (vgl. Abbildung 3). Jeder Mensch hat innerhalb dieser allgemeinen primären Realität einen Interpretationsspielraum und schafft sich so seinen eigenen Bereich der primären Realität, welchen wir die persönlich geprägte und interpretierte Realität nennen (vgl. Abbildung 3).

Abb. 3: Die primäre Realität

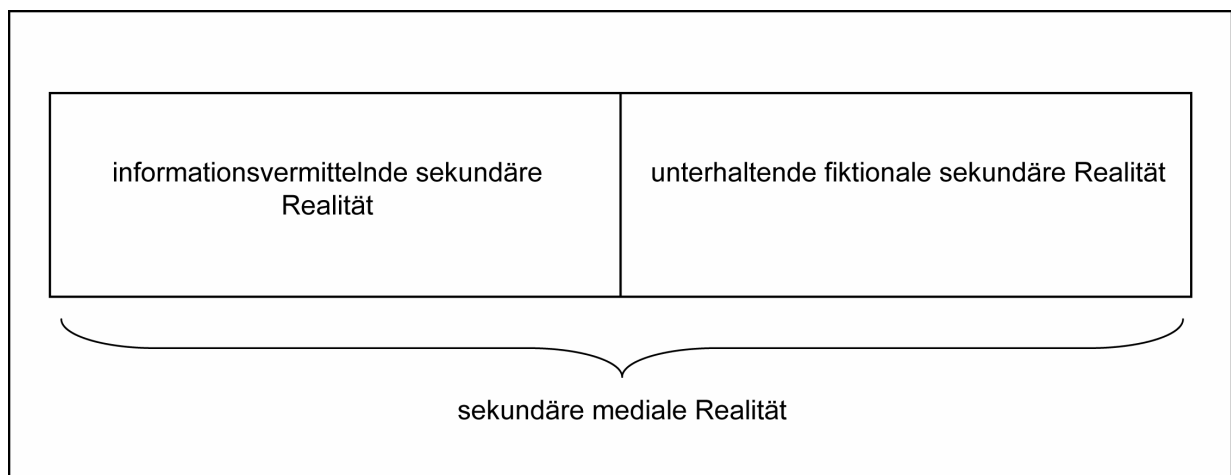


Daneben gibt es die sekundären Realitäten oder Subuniversen, welche neben der primären Realität stehen. Schütz sieht die sekundären Realitäten als geschlossene Sinnbereiche, deren Sinnstruktur mit derjenigen der primären Realität nicht verträglich ist. Darüber hinaus erkennt er für jede sekundäre Realität eine spezifische Zeitperspektive, eine spezifische Art der Selbsterfahrung und eine spezifische Form der Sozialität (Schütz 1971:394).

Für uns steht nur eine der möglichen sekundären Realitäten im Vordergrund, und dies ist die sekundäre mediale (nach Flusser die virtuelle, digitale) Realität, welche wir vorerst weiter beschreiben wollen. Die moderne sekundäre, durch die Medien geschaffene Realität weist durch die elektronischen Medien die Besonderheit auf, dass sie die primäre Realität täuschend echt nachahmt (konstruiert) und sogar für diese gehalten werden kann. Sie ist, wie Bosshart das beschreibt (Bosshart 1998:5), mit der primären Realität verlinkt. Durch den enormen Einfluss der Massenmedien, die Quantität der Angebote und die Omnipräsenz der Medien (vgl. Kapitel III.2) steht sie neben der primären Realität auf gleicher Ebene, wenn sie von ihrer Bedeutung her nicht

schon auf höherer Ebene⁴⁵ angesiedelt werden muss (Abbildung 4): Den grössten Teil an Erfahrungen sammeln die meisten Menschen zweifelsohne durch die Medien, also in der sekundären medialen Realität. Die Medien sind für unsere Wirklichkeitskonstruktionen und Sozialisation prägend und übertreffen diesbezüglich die primäre Realität (vgl. Schulz 1976).⁴⁶ Die normative Betrachtung der Massenkommunikation setzt vor allem darauf, die Informationsvermittlung dieser sekundären medialen Realität zu untersuchen (vgl. Kapitel IV). Doch durch den grossen Anteil der Inhaltsangebote aus dem unterhaltenden fiktionalen Bereich sind vermutlich Erfahrungen in eben diesen unterhaltenden sekundären medialen Realitätsbereichen von grösserer Bedeutung, als allgemein angenommen, was auch für den *Wirklichkeitstransfer* gilt.

Abb. 4: Die sekundäre mediale Realität



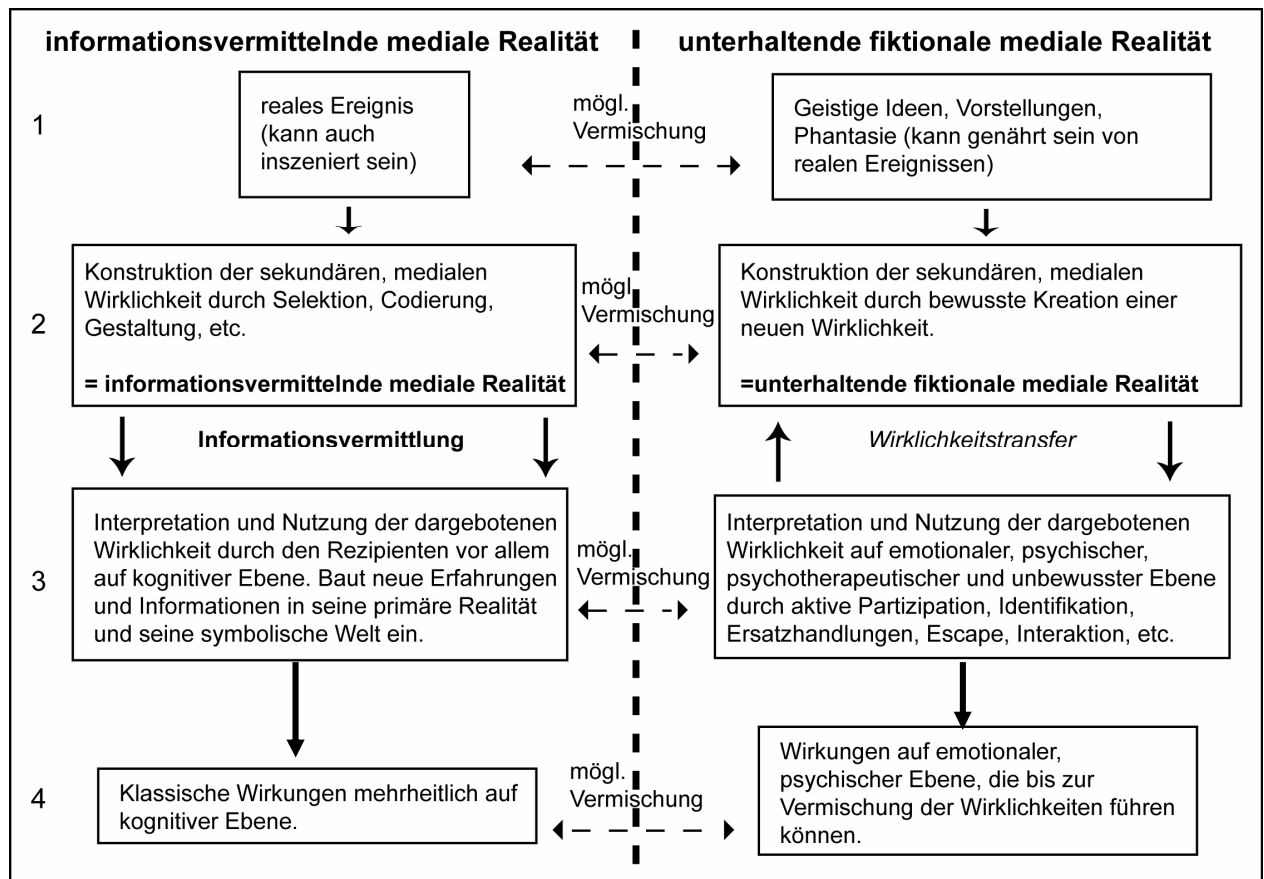
Wagner differenziert bei den unterhaltenden Realitäten in drei grosse Kategorien: in die fiktiven Welten, als eine inhomogene Gruppe der Wachträume, der Fabeln, der Dichtung, der Märchen, der Mythen, des Theaters, des Witzes und des Scherzes (Wagner 1994:129f); in die Spielwelten, welche vor allem das Unterhaltungsangebot der elektronischen Medien prägen, das sind Quiz, Shows, Sportübertragungen oder auch das Spiel der Kinder mit einer Puppe o.Ä. Als Drittes sieht er die präsentativen Humanwirklichkeiten, dazu gehört die Welt des Small Talks, des Klatsches oder auch der medialen Talkshows. In diesen drei Kategorien erkennen wir sowohl sekundäre mediale Realitäten als auch solche, die in den Bereich der Vorstellung und der Phantasie

⁴⁵ Der Begriff höhere Ebene ist hier nicht wertend im Sinne von besser, wertvoller gemeint.

⁴⁶ Die in den Medienwissenschaften häufig gestellten Fragen, wie die Medien konstruieren (durch Selektion, Weglassen etc.), inwieweit diese Konstruktion der primären Realität entspricht und welchen qualitativen journalistischen Anforderungen diese Konstruktion entsprechen sollte, stehen hier nicht im Zentrum. Viel mehr geht es darum, die enorme Bedeutung der sekundären Realität für die einzelnen Individuen aufzuzeigen (vgl. Merten 1994).

gehören, und damit mit den Medien direkt nichts zu tun haben. Da uns für den *Wirklichkeitstransfer* im Sinne einer selbst auferlegten Beschränkung nur die sekundären medialen Wirklichkeiten interessieren, können wir nicht eins zu eins von Wagners Unterscheidungen ausgehen, sondern müssen die unterhaltenden sekundären medialen Realitäten daraus herauslösen. Wir versuchen nun in Abbildung 5, die sekundären medialen Realitäten aus unsrer Sicht weiter zu differenzieren.

Abb. 5: Differenzierung der sekundären medialen Realität nach Inhalten⁴⁷



In Abbildung 5 wird zwischen informationsvermittelnden medialen Realitäten (linke Seite) und unterhaltenden fiktionalen medialen Realitäten (rechte Seite) unterschieden. Voneinander getrennt werden können, sondern dass sie durchlässig sind (gestrichelte Linie und die Querpfeile mit dem Hinweis der möglichen Vermischung). Schliesslich hängt es, wie bereits erwähnt, vor allem vom Rezipienten ab, ob er sich unterhalten oder versetzen lässt oder nicht. Es handelt sich also bei den Einteilungen der Inhalte um Tendenzen.

Als Quelle (1) gilt für die informationsvermittelnde mediale Realität insbesondere ein reales oder inszeniertes Ereignis aus der primären Realität. Für die unterhaltende

⁴⁷ Dieses Modell kann als eine Weiterführung des Modells von Steinmann (2004:10) verstanden werden.

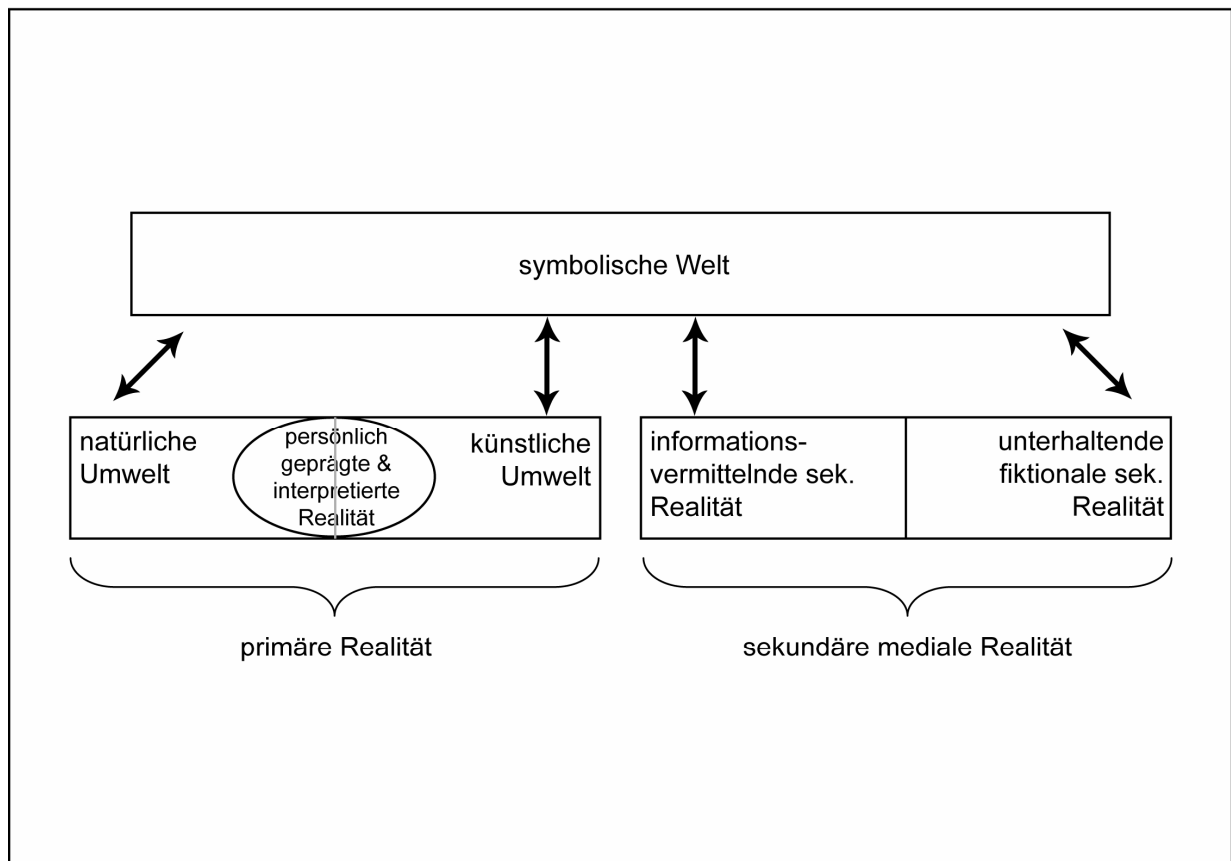
mediale Realität sind dies mehrheitlich geistige Ideen, die aber auch von realen Ereignissen genährt und beeinflusst sein können. Auf der linken Seite wird die mediale Realität durch Selektion, Gestaltung und Codierung erzeugt (2). Der Journalist oder Kommunikator hegt dabei die Intention möglichst tatsachenorientiert und wahrheitsgetreu zu informieren. Auf der rechten Seite hingegen geht es um die bewusste Kreation und Konstruktion einer neuen Wirklichkeit (2). Besonders gross sind die Unterschiede zwischen beiden Ausprägungen der medialen Realität auf der Seite der Nutzung und Wirkung (3 und 4): Während die informationsvermittelnden medialen Realitäten vor allem kognitiv genutzt und interpretiert werden, werden die unterhaltenden medialen Realitäten auf emotionaler psychischer, psychotherapeutischer und unbewusster Ebene durch aktive Partizipation, Identifikation, Ersatzhandlungen, Escape, Interaktion etc. genutzt und wirken auch dementsprechend auf diesen Ebenen.

Als eine weitere Wirklichkeit respektive eine weitere Wirklichkeitsebene nennen u.a. Watzlawick, Mead und Blumer eine Realität, die der Mensch geistig geschaffen hat. Nämlich jene Realität, mit deren Hilfe er sich sowohl in der primären als auch in der sekundären Umwelt zurechtfindet. Diese Realität könnte als die Welt der Ideen (Platon) oder auch der Abstraktion verstanden werden. In dieser Arbeit soll sie die symbolische Welt genannt werden (vgl. Symbolischer Interaktionismus), die Welt der Wissenschaft, der Masseinheiten, der Sprache, der Gedanken etc. Mit anderen Worten geht es dabei um unsere 'Instrumente', mit denen wir uns im Leben orientieren und Konsens darüber geschaffen haben, was wir wie bezeichnen (vgl. auch Lockes Idee der mathematischen Beschreibbarkeit und Schützes konstituierende Umwelt). Die symbolische Welt umspannt sowohl die primäre Realität (natürliche und künstliche Umwelt) als auch die sekundäre Realität (fiktionale oder mediale Realität mit ihren beiden Komponenten) auf einer höheren Ebene. Sie bildet symbolhaft die primäre und die sekundäre mediale Realität ab. Erst dank der symbolischen Welt ist es dem Menschen möglich, artifizielle Welten zu schaffen (zu konstruieren), die natürliche Welt zu verändern und zu beschreiben. Der Mensch kann mit Hilfe der symbolischen Welt die Realität abstrahieren, verändern und interpretieren. Er erlangt damit einen hohen Freiheitsgrad, die Freiheit des Geistes. In seiner Vorstellung kann er reisen, fliegen, in fremde Welten tauchen etc., und dennoch bleibt er in der primären Realität immer am gleichen Ort. Erst

durch die symbolische Welt wird der Mensch frei.⁴⁸ Die symbolische Welt ist je nach kulturellem und historischem Hintergrund unterschiedlich und kann vor- oder nachteilig sein für die Entwicklung und den Fortschritt einer Gesellschaft. In dieser Arbeit gehen wir von der zivilisierten und medialisierten modernen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts und ihren Symbolen aus.⁴⁹

Abbildung 6 gibt einen abschliessenden Überblick zu den besprochenen Wirklichkeiten und zeigt, wie sie miteinander verknüpft sind. Die in der Abbildung aufgeführten Begriffe werden im Folgenden verwendet.

Abb. 6: Die verschiedenen Wirklichkeiten



⁴⁸ Klar ist, dass uns auch in der symbolischen Welt durch die primäre Realität und unsere darin befindliche Körperlichkeit Grenzen gesetzt sind. Auch wenn ich mir vorstellen kann, dass ich fliege, fliege ich noch lange nicht und stürze bei einem solchen Versuch auf Grund der Schwerkraft, eine der Gegebenheiten aus der primären Realität, ab.

⁴⁹ Die Symbolwelten der arabischen oder der afrikanischen Kulturen sind unterschiedlich. Die symbolische Welt einer säkularisierten oder aufgeklärten Gesellschaft ist ebenso völlig anders als diejenige einer religiösen.

Das vorgängig entwickelte Modell zu den Wirklichkeitsebenen ist bewusst simpel gehalten. Es ging einerseits mit dem Miteinbezug der Literatur darum, bewusst zu machen, wie komplex die Frage nach der Wirklichkeit schon immer war und wie sie um ein Vielfaches komplexer wurde durch die modernen Medien und ihre nahezu perfekte Wirklichkeitskonstruktion. Für den *Wirklichkeitstransfer* sind die in Abbildung 4 dargestellten Ebenen von grosser Bedeutung, gehen wir doch davon aus (vgl. die Thesen), dass der Rezipient im *Wirklichkeitstransfer* Wirklichkeitsebenen vermischt und neue Ebenen in seine persönlich geprägte und interpretierte Realität transferiert.

Die neue Grundfrage, die sich uns im 21. Jahrhundert, dem Zeitalter der Massenmedien, stellt und die der Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* im Zusammenhang mit der eben geführten Diskussion aufwirft, ist die Frage nach der Realität, in der wir uns vornehmlich bewegen respektive in der wir leben.⁵⁰ Diese Frage führt zu zwei Antworten: Entweder bewegen wir uns vornehmlich dort, wo Psyche und Physis im Grossen und Ganzen übereinstimmend leben, oder dort, wo Psyche und Physis in unterschiedlichen Realitäten leben. Es geht hierbei also um eine Gewichtung der verschiedenen Realitätsräume in unserer Lebenswelt und in unserem Erleben. Bei näherer Betrachtung der medialen Entwicklung und der Nutzungszahlen liegt die Vermutung nahe, dass die sekundäre mediale Realität immer mehr an Stellenwert gewinnt. Das heisst, dass sich unsere Lebenswelt zu einem grossen Teil dort ansiedeln lässt, wo Psyche und Physis nicht eine Einheit bilden.

Es ist klar, dass sich der Mensch auch in einer nicht medialisierten Welt durch seine Gedanken in eine andere Realität transferieren kann. Dies geschieht beim Träumen, beim Tagträumen etc. Doch mit Hilfe der sekundären medialen Realität fällt ein Abschalten, ein Sichfallenlassen, ein Erobern neuer Welten, kurz ein Transferieren seiner Realität zunehmend leichter. Die Anstrengung, sich eine neue Realität zu schaffen, ist mit dem Angebot der heutigen Medien⁵¹ kleiner geworden, ebenso die Ansprüche an die eigene Kreativität.

Wir schliessen daraus, dass sich der moderne Mensch in einer medialisierten Welt zwischen verschiedenen Wirklichkeitsebenen bewegt. Eine klare Trennung, wie sie in den vorgenannten Modellen dargestellt ist, entspricht eher einem Idealtypus. Wir sind

⁵⁰ Vgl. dazu Doelker 2002:125-127. In Kapitel VII wird dieser Frage noch einmal nachgegangen.

⁵¹ Man denke hier insbesondere an Hollywood als sog. Traumfabrik.

heute so weit fortgeschritten, dass die sekundäre mediale Realität sich mit der primären Realität zunehmend vermischt. Einen grossen Teil unseres Lebens verbringen wir physisch und psychisch an getrennten Orten. In unsere individuelle Realität nehmen wir Inputs aus verschiedensten Realitäten auf. Es kommt zu Wechselwirkungen oder anders ausgedrückt zu *Wirklichkeitstransfers* mit Rückkoppelungseffekten. Der mediale *Wirklichkeitstransfer*, welcher auf Grund der Medienrezeption ausgelöst wird, trifft den Nerv unserer Zeit.

2. Der physiologische Ablauf

Mit Hilfe der Hirnforschung und verwandter naturwissenschaftlicher Fachgebiete soll Fragen nachgegangen werden, die mögliche Abläufe beim *Wirklichkeitstransfer* auf physiologischer Ebene erklären, benennen oder feststellen können. Es werden ausschliesslich theoretische Ansätze und Ergebnisse aus Studien präsentiert, die sich mit unserm oder einem analogen Thema befassen. Die Fragen, die es zu beantworten gilt, lauten: Was läuft physisch im Gehirn des Menschen bei einem *Wirklichkeitstransfer* respektive beim Medienkonsum ab? Gibt es überhaupt Anzeichen für ein derartiges Phänomen? Was erfahren wir aus der Hirnforschung über die Wahrnehmung und Wirkung der Medien auf den Menschen?

Die naturwissenschaftliche Perspektive ist eher ungewohnt in einer medienwissenschaftlichen, theoretisch orientierten Arbeit. Man kann nicht davon ausgehen, dass der Leser mit der Hirnforschung vertraut ist. Zum besseren Verständnis wird zuerst kurz in die Hirnforschung eingeführt, auf das Hirn und seine Funktionen eingegangen und dann wird versucht, die relevanten Aspekte zur Erfassung der Mechanismen hinter dem *Wirklichkeitstransfer* aus der Hirnforschung aufzugreifen (vgl. zum Folgenden Frischknecht/Weilenmann 2004:80–117).

2.1 Die Hirnforschung

Die Hirnforschung ist heute so weit entwickelt, dass sie nicht mehr traditionell in einen geistigen und einen materiellen Untersuchungsbereich unterteilt werden kann. Geistige Vorgänge entziehen sich dank modernster Kenntnisse und Methoden nicht mehr den wissenschaftlichen Erklärungen und scheinen auch immer besser örtlich zuzuordnen zu sein (Florey 1996:37). Die Ergebnisse der Hirnforschung sind für mancherlei Forschungsbereiche von Bedeutung, sie sind nicht mehr nur auf die Medizin beschränkt. Neuronale Prozesse im Gehirn sind eng mit unseren geistigen Zuständen und emotionalen Empfindungen verbunden, welche mit biochemischen und physiologischen Methoden untersucht werden können. Wir können also aus den Untersuchungen dieser Prozesse Klärungen zum Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* erwarten.

Die Hirnforschung ist einerseits eine naturwissenschaftliche Disziplin, denn sie nutzt Untersuchungsmethoden aus der Physik, Chemie und Physiologie, gleichzeitig ist sie eine Geisteswissenschaft der besonderen Art, denn sie untersucht, wie Wahrnehmung

und geistige Zustände in unserem Gehirn zustande kommen, wie Sprache verstanden wird und wie Gedanken und Erinnerungen entstehen (Roth 1996b:7–11).

Die empirische Erforschung von Hirnstrukturen hinsichtlich kognitiver Leistungen nahm Mitte des 19. Jahrhunderts ihren Anfang. Der französische Arzt Pierre Paul Broca und der deutsche Arzt Karl Wernicke untersuchten die Gehirne von Verstorbenen, die unter Sprachstörungen gelitten hatten. Diese neuroanatomischen Methoden wurden ein Jahrhundert später mit elektrophysiologischen Forschungsmethoden ergänzt, mittels denen man einzelne Nervenimpulse zu registrieren vermochte. Diese und weitere Untersuchungen von Hirnschädigungen haben dazu geführt, dass kognitive Leistungen im Hirn lokalisiert werden konnten (ebd.:17–19).

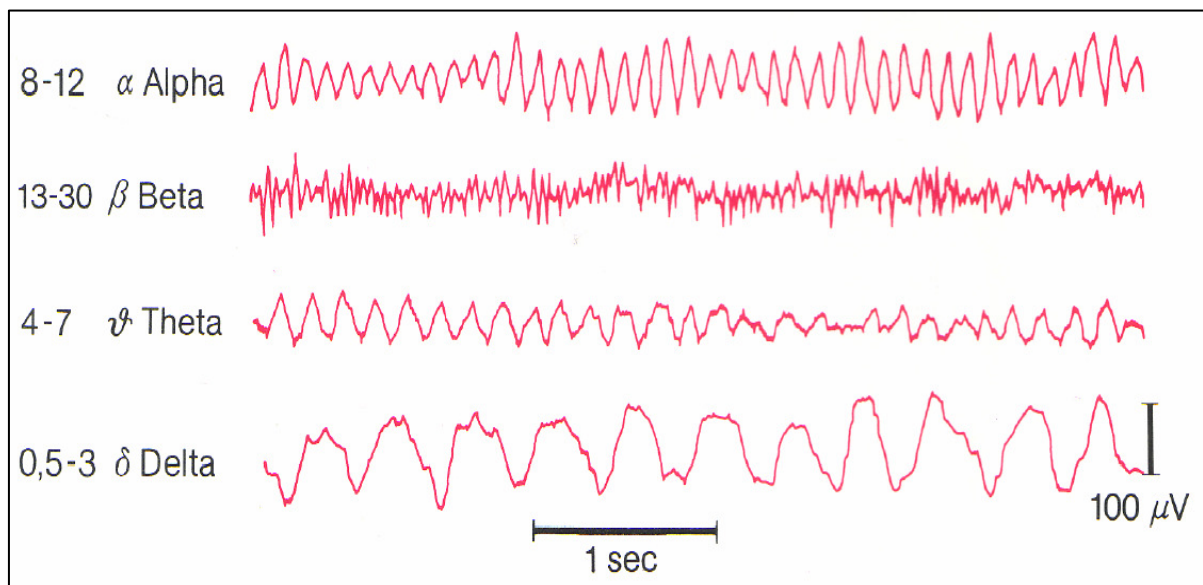
2.2 Die Methoden der Hirnforschung

Die wichtigsten Methoden, die für das weitere Verständnis dieses Kapitels von Bedeutung sind, werden hier nun kurz vorgestellt. Durch die Elektroenzephalographie (EEG) können die elektrischen Aktivitäten der Nervenzellen der Grosshirnrinde dargestellt werden. Dabei werden durch an der Kopfhaut befestigte Elektroden die elektrischen Ströme aufgezeichnet, die entlang den senkrecht zur Cortexoberfläche angeordneten Pyramidenzellen fließen. Aus physikalischen Gründen können nur Wechselströme gemessen werden, die in den Cortexteilen, die parallel zur Kopfoberfläche verlaufen, fließen. Diese werden gemäss den auftretenden Frequenzen in vier verschiedene Wellen unterteilt: Alphawellen (8–12 Hz) treten im entspannten Wachzustand auf, Betawellen (13–30 Hz) deuten auf eine geistig aktive Verfassung im Wachzustand oder im Traum hin, Thetawellen (4–7 Hz) werden in der Einschlafphase gemessen und Deltawellen (0,5–3 Hz) in der Tiefschlafphase (vgl. Bartels/Bartels 1998:283–285; Roth 1996b:28–30). Die Medizin nutzt das EEG, um krankhafte Herde im Gehirn zu erkennen und zu orten.

Die Magnetenzephalographie (MEG) ist mit dem EEG verwandt, es werden aber nicht die von Nervenzellverbänden im Cortex erzeugten vertikalen elektrischen, sondern die sich parallel zur Hirnoberfläche ausbreitenden magnetischen Felder aufgezeichnet. EEG und MEG ergänzen sich gut und können die Hirnaktivitäten in Millisekunden-auflösung erfassen.⁵²

Mittels der erwähnten Untersuchungsmethoden lassen sich Hirnprozesse darstellen, die geistigen Leistungen oder Zuständen zugrunde liegen. Mentale Zustände sind zwar nicht direkt registrierbar, lassen sich jedoch mit eng gekoppelten Ereignissen wie neuronalen Erregungszuständen, Stoffwechselaktivitäten und örtlichen Intensitätsvariationen der Hirndurchblutung darstellen (vgl. Roth 1996b:33–34; Roth 2002:38–46).

Abb. 7: Die vier Hirnwellen (aus: Bartels/Bartels:1991)



2.3 Beiträge der Hirnforschung zum *Wirklichkeitstransfer*

2.3.1 Physiologische Abläufe und Analogien zum Träumen

Bekannte Thesen aus der Hirnforschung besagen zum einen, dass sich die Hirnströme der Rezipienten während des Fernsehkonsums insofern verändern, als mit Hilfe der EEG-Messung vornehmlich Alphawellen gemessen werden. Alphawellen entstehen in entspanntem und unaufmerksamem Wachzustand. Dies würde bedeuten, dass der Rezipient beim Medienkonsum vornehmlich passiv ist und sein Hirn kaum aktiv beteiligt ist. William Miller befasst sich in seinem Artikel 'A View from the Inside: Brainwaves and Television Viewing' (Miller 1985:508–514) mit diesen Thesen zur Wirkung des

⁵² Eine weitere Untersuchungsmethode ist die Positronen-Emissions-Tomographie (PET). Während beim EEG und MEG Nervenzellenaktivitäten direkt gemessen werden, nutzen die bildgebenden Verfahren den Sachverhalt, dass neuronale Erregungen, auch diejenigen, denen kognitive Leistungen zugrunde liegen, von einer lokalen Verstärkung der Hirndurchblutung und des Hirnstoffwechsels begleitet sind (vgl. Pschyrembel 1990:1342; Roth 1996b:31-32). Diese Methode ist aber für die vorliegende Arbeit nicht von Bedeutung.

Fernsehens auf der neuronalen Ebene. Miller kann die bis anhin gültigen Annahmen mit seinen eigenen Untersuchungen aber nicht stützen. Von seinen Untersuchungen sind für die vorliegende Arbeit besonders zwei Fragen relevant, die er zu beantworten suchte: 1. Treten beim Fernsehzuschauer tatsächlich Alpha-Wellen dominant auf? 2. Gibt es Phasen, in denen sich das Auftreten der Hirnströme verändert?

Miller führte während zweier Jahre sechs Studien an 56 Probanden durch. Dabei wechselte er ab zwischen Messungen in den privaten Räumen der Probanden und solchen in Testräumen. Die Elektroden platzierte Miller bei jeder Messung an unterschiedlichen Stellen des Kopfes. Er stellte jedoch fest, dass die unterschiedlichen Positionen keinen Einfluss auf die Messresultate hatten. Die Resultate fielen in jedem Fall konsistent aus. Die Probanden, es handelte sich um Studenten, wurden fünf Fernsehprogrammen ausgesetzt, welche mit Ausnahme einer Diskussionssendung alle den unterhaltenden fiktionalen Inhalten zugeordnet werden können.⁵³ Mittels EEG wurden die Gehirnströme alle 30 Sekunden in der kommunikativen Phase aufgezeichnet.

Die Auswertung der Untersuchung ergab, dass in der kommunikativen Phase bei den Rezipienten sowohl Betawellen wie Alphawellen gemessen wurden, dass aber bei den meisten Probanden die Betawellen dominant waren. So ist Fernsehen mit anderen Aktivitäten im Wachzustand zu vergleichen. Anders formuliert zeigt diese Studie, dass das Gehirn während des Fernsehkonsums zeitweise sehr aktiv ist und sich der Rezipient nicht, wie es äusserlich vielleicht scheinen mag, tatenlos und passiv berieseln lässt. Der Rezipient befindet sich während der Rezeptionsphase nicht immer im gleichen mentalen Zustand. Interessant ist bei Millers Beobachtung, dass bei den Probanden der Anteil an Betawellen während der Dauer der Rezeption deutlich wächst und jener der Alphawellen abnimmt. Das heisst, der Zuschauer wird im Verlauf der Fernsehrezeption tendenziell aktiver. Weiter stellte Miller fest, dass die gemessenen Wellen in beiden Hirnhälften auftraten. Dies bedeutet, dass das Fernsehschauen sowohl kognitive, rationale und analytische Strukturen des Gehirns beansprucht (= linke Hirnhälfte) als auch die emotionalen, intuitiven, welche beispielsweise für Kreativität oder das Träumen verantwortlich zeichnen (= rechte Hirnhälfte).

⁵³ Die Programme waren: 'The Mary Tyler Moore Show', 'WKRP in Cincinnati' (Situationskomödie), 'The Flamards' (TV-Serie), 'Sneak Previews' (Diskussionssendung), 'Shogun' (fiktionaler Film).

Die Ergebnisse von Miller können noch weiterführend für das vorliegende Thema eingesetzt werden, wenn man sie mit denen von physiologischen Messungen während des Schlafens verknüpft. Der Schlaf gliedert sich in zwei sich abwechselnde Phasen, die sich durch ihre Schlaftiefe unterscheiden. In der ersten Phase werden Deltawellen (Tiefschlaf), in der zweiten Phase werden Betawellen (entweder im aktiven Wach- oder im Pseudowachzustand) gemessen (vgl. Pöppel 2000:121–131). Augenfällig ist, dass gemäss Miller während des Fernsehkonsums Betawellen als dominant gemessen wurden. Auch in der Pseudowachphase des Schlafes werden Betawellen gemessen. Der Schlaf setzt sich nach Pöppel (ebd.) aus verschiedenen Phasen zusammen, wobei die Pseudowachphase als die zweite Phase gilt, die sich 30 Minuten nach dem Einschlafen einstellt. Der Schläfer fällt dabei in ein so genanntes Pseudowachen. Diese Phase wird auch REM-Phase genannt, was Rapid Eye Movement bedeutet. In ihr werden die schnellen Augenbewegungen, die mit den bildhaften Elementen des Träumens zusammenhängen, beschrieben. Dieser körperliche Zustand gibt den Anschein, als schlafe die Person gar nicht. Weckt man den Schläfer in diesem Moment, fühlt er sich meist 'wie aus dem Traum gerissen', was auf die erhöhte Traumaktivität deutet. Die Pseudowachphasen können 20 bis 30 Minuten dauern und in ihrer Gesamtheit machen sie 20 Prozent des Schlafes aus. Man bezeichnet diese Phasen als paradox, weil offensichtlich geschlafen wird, obwohl die elektrische Aktivität des Hirns auf Wachheit schliessen lässt. Es wird eine rege psychische Aktivität gemessen, auf welche auch spontane Traumberichte hindeuten. Die Atemzüge sind unregelmässig und schneller, aber nahezu die ganze Muskulatur ist erschlafft. Trotz aktiver Gehirntätigkeit hat der Schläfer keine Kontrolle über sich.

Paradoxe REM-Phasen, die der Traumzeit entsprechen, treten mit hohem prozentualem Anteil schon vor der Geburt auf. Dieser Anteil nimmt bis zum Erwachsenenalter kontinuierlich ab. Nach Pöppel haben diese Traumphasen vor der Geburt einen wichtigen Zweck. Damit der Mensch sofort nach der Geburt in der Lage ist, visuelle Reize wahrzunehmen und zu verarbeiten, träumt er bereits als kleiner, ungeborener Mensch im Mutterleib. Das Neugeborene muss ein funktionsfähiges Gehirn haben, das Informationen aus den Sinnessystemen aufnehmen, bearbeiten und bewerten kann. Um diese Leistung sicherzustellen, wird das Gehirn vor der Geburt mit Hilfe von Träumen getestet. Das Ungeborene bringt das Gehirn in einen Zustand, als ob es Informationen verarbeiten würde. Nur die Sinnesinformationen fehlen, insbesondere die der Augen, da diese geschlossen sind (ebd.). Aufgrund der verschlossenen Sinnesorgane sind dem

Traumbewusstsein keine Grenzen gesetzt. Das Gehirn bleibt sich selbst überlassen, ohne in seiner Tätigkeit durch Meldungen aus der primären Realität eingeschränkt zu werden. Pöppel impliziert, dass erst die Tätigkeit unserer Sinne dem Bewusstsein Grenzen setzt. Eine inhaltliche Kontrolle ist nicht möglich, das Bewusstsein gerät in einen absoluten Ausnahmezustand. Irrationalität und Irrealität sind die Folge davon. Im Umkehrschluss wird nahe gelegt, dass Rationalität und Realität erst möglich werden durch die sinnlichen Erfahrungen aus der primären Realität, die unserem Bewusstsein Grenzen aufzwingen, aber gerade damit sinnvolle Randbedingungen der Welterfahrung schaffen (vgl. ebd.).

Erkenntnisse für den *Wirklichkeitstransfer* aus den Hirnstrommessungen

Überträgt man die Erkenntnisse aus der Hirnforschung auf den *Wirklichkeitstransfer*, und versucht man dies alles aus kommunikationstheoretischer Sicht zu betrachten, kommt man zu folgendem Schluss: Wir gehen beim *Wirklichkeitstransfer* davon aus, dass sich der Rezipient während der kommunikativen Phase in eine sekundäre mediale Realität versetzt (vgl. Definition in Kapitel II.1). Dieses Versetzen ist dabei so intensiv, dass der Mensch die Realität um sich herum vergisst und sich und seine Wirklichkeit bewusst oder unbewusst transferiert. Der Transfer unterscheidet sich eindeutig vom Rezeptions- beziehungsweise vom Kommunikationsvorgang als Bedeutungsvermittlung wie Lasswell und andere dies beschreiben. Miller hat mit seinen Hirnstrommessungen gezeigt, dass beim Fernsehschauen sowohl Alphawellen als auch Betawellen auftreten. Dieser Wechsel zwischen einem entspannten unaufmerksamen und einem geistig aktiven Zustand deutet darauf hin, dass sich der Rezipient schwankend intensiv und weniger intensiv der sekundären medialen Realität hingibt. Er driftet aus der primären Realität ab und wird in der sekundären medialen Realität aktiv oder er konsumiert weniger intensiv und lässt sich unbeteiligt vom Fernseher berieseln.

Weiter zeigt das Resultat dadurch, dass beide Hirnhälften beim Fernsehkonsum involviert sind, dass das Fernsehen auch auf emotionaler Ebene wirkt. Da wir beim *Wirklichkeitstransfer* davon ausgehen, dass er vor allem durch unterhaltende fiktionale Inhalte ausgelöst wird, welche meist die emotionale Seite ansprechen, gilt der Einbezug beider Hirnhälften als eine Bestätigung unserer Vermutung, dass kognitive und emotionale Wirkungen gleichbedeutend nebeneinander stehen. Es kann nur noch einmal betont werden, dass die emotionale Seite beim Medienkonsum in der Medienwissenschaft zu unrecht vernachlässigt wurde und dass in der Folge

Phänomenen wie dem *Wirklichkeitstransfer* nicht genügend Beachtung geschenkt worden ist.

Ein Vergleich mit den Hirnstrommessungen während der Pseudowachphase bestärkt unsere Annahme der intensiven Versetzung deutlich. Das menschliche Gehirn erzeugt während der intensiven kommunikativen Phase Betawellen, welche zwar auf einen aktiven Wachzustand hindeuten, jedoch für gewöhnlich in der Pseudowachphase auftreten. Die Pseudowachphase ist die Phase des intensiven Träumens der Realitätsverschiebung bis hin zur Irrationalität. Genau dieselben Merkmale können dem intensiven Medienkonsum zugeschrieben werden. Die Sinnesorgane sind zwar beim Medienkonsum (v.a. beim Fernsehen) nicht verschlossen, doch sie fokussieren auf die sekundäre mediale Realität und können daher gegenüber der primären Realität als geschlossen oder immerhin als absorbiert bezeichnet werden. Pöppel beschreibt, dass ein Mensch, der aus der Pseudowachphase gerissen wird, spontane Traumberichte liefern kann, die er intensiv erlebt hat. Auch nach einem intensiven Medienkonsum (*Wirklichkeitstransfer*) erwacht der Rezipient oft wie aus einem Traum und empfindet Störungen als negativ. Er kann oft haargenau schildern, was er während der Versetzung erlebt hat und wie aktiv er selbst im Geschehen gewesen ist. Schütz beschreibt diesen Übertritt (also das Aufwachen/Abwenden vom Fernsehgerät) von einer in die andere Realität jeweils als einen Schock für den Menschen. Er sagt, dieser Schock rühre daher, dass der Mensch in jenem Moment, in dem er sich in eine andere Realität versetzt, eben nur noch dieser Realität einen 'Wirklichkeitsakzent' verleiht. Da die unterschiedlichen Realitäten (primäre versus sekundäre Realität) unverträglich zueinander stehen, muss es zu einem Schock kommen (Schütz 1971:397).

Die Zustände des Hirns und der Empfindungen scheinen sich also in den Phasen der geistigen Versetzung zu verändern. Das Hirn wird aktiv und erlebt die sekundäre mediale Realität mit. Trotz dieser höchsten Aktivität des Geistes ist dabei der Körper inaktiv und träge. Die Messungen der Hirnströme und die Analogien zu der Pseudowachphase zeigen deutlich, dass eine derart tiefgreifende Versetzung bei der Medienrezeption auftreten kann, die der Traumphase durchaus ähnlich ist. Wo die Grenze zwischen Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung und dem *Wirklichkeitstransfer* zu ziehen ist, kann und muss auf Grund dieser Resultate nicht gesagt werden. Wie bereits vermutet sind die Übergänge fließend und der Rezipient schwankt zwischen den beiden Zuständen und damit auch zwischen den Realitäten hin

und her. Da die Untersuchung von Miller vornehmlich mit unterhaltenden fiktionalen Inhalten durchgeführt wurde, unterstützen seine Resultate mit naturwissenschaftlichen Methoden unsere These einer Existenz des *Wirklichkeitstransfers*.

2.3.2 Wirklichkeitstransfer und Hypnose

In den 1950er-Jahren wurde intensiv über die Hypnosewirkung des Fernsehens diskutiert. Mit nervenphysiologischen Ansätzen wurden verschiedene Untersuchungen durchgeführt. Den meisten Studien ist gemein, dass mit dem hypnotischen Zustand eine Reihe von Wahrnehmungsveränderungen (Halluzinationen) sowie motorische Ausfallerscheinungen (Muskelschlaffheit und Willkürbewegungen) verbunden werden, die später in die Erklärungen der Wirkung des Fernsehkonsums eingehen (vgl. Bartz 2002:373–386). Einige dieser Beobachtungen dürften zur weiteren Klärung der anfangs des Kapitels gestellten Fragen zum *Wirklichkeitstransfer* von Nutzen sein.

Der Hypnotiseur kann dem Hypnotisierten einen Befehl geben, den dieser erst nach dem Erwachen ausführt und zudem seinem eignen Willen zuschreibt. Die Fremdsteuerung entzieht sich somit der Wahrnehmung des Hypnotisierten. Dieser wird ohne eigene Persönlichkeit und ohne Kontrolle über den eigenen Körper und seine Handlungen konzipiert. Es gibt ja bekanntlich, um ein Beispiel zu nennen, das so genannte posthypnotische Verbrechen, also das Begehen einer Straftat, die dem Täter durch den Hypnotiseur suggeriert worden ist (vgl. ebd.).

Man kennt auch die 'Suggestion im wachen Zustand', die ebenfalls durch 'Lektüre und Unterhaltung' verursacht sein kann. Hypnose wird als ein Mittel zur Erzeugung visueller Halluzinationen verstanden, die allein die Einbildungskraft, nicht jedoch den Körper des Hypnotisierten betreffen. Diese spezielle Erfahrung wurde in Analogie zu einem Kinoerlebnis gesetzt, so dass dem Kino selbst eine hypnotische bzw. suggestive Kraft zugesprochen wurde. Der Kinobesucher wird also Opfer einer posthypnotischen Suggestion, die sein Handeln nach dem Verlassen des Kinos steuert, ohne dass das hypnotisierte Medium sich dieses Einflusses auch nur bewusst ist (vgl. Bartz 2002:373–386).

Erkenntnis für den Wirklichkeitstransfer aus der Hypnose

Die Hypnose als eine Versetzung des Geistes in ganz extremem Masse kann mit dem *Wirklichkeitstransfer* in dem Sinne verglichen werden, dass bei beiden

Wahrnehmungsveränderungen und motorische Ausfallerscheinungen auftreten können. So wurde in dieser Arbeit bereits in Kapitel III.1 geschildert, dass eine Rezipientin in der kommunikativen Phase vor dem Fernseher plötzlich die Beine vom Boden hochzog, damit sie vom fiktiven Dinosaurier im Film nicht gepackt würde. Ähnlich wie im Hypnosezustand schien ihr das Medium zu suggerieren, dass sie sich in einer anderen Realität befindet. Durch den Film wurde ihre Wahrnehmung verändert, ohne dass sie sich dessen bewusst war.

Spricht man dem Medium eine hypnotisierende Kraft zu, oder zumindest eine suggerierende, so kann zweifellos davon ausgegangen werden, dass ein Phänomen wie der *Wirklichkeitstransfer* existiert. Das Medium oder dessen Inhalt wirken derart stark auf den Rezipienten, dass dieser sich dessen gar nicht bewusst ist und die Auswirkungen nicht einschätzen kann. Wir wollen hier die hypnotisierende Kraft der audiovisuellen Medien keinesfalls diskutieren oder gar behaupten, dass es sie gibt. Interessant ist aber für unser Thema die Tatsache, dass man sich in der Medizin mit diesem Phänomen ernsthaft auseinandergesetzt hat und dass es anscheinend wirklich diskussionswürdig erscheint. Wie suggerierend die Medien sein können, hat jeder medial geprägte Mensch selbst erfahren. Bei gewissen Dingen oder Erlebnissen ist man sich oft nicht mehr im Klaren darüber, ob man sie aus den Medien kennt (sekundäre mediale Realität) oder ob man sie tatsächlich in der primären Realität erfahren hat.

2.3.3 Die Aufmerksamkeitsleistung des Gehirns

Unsere Welt ist voller Reize und Signale, welche gerade in Bezug auf die Medien noch immer mehr zunehmen. Das menschliche Gehirn muss aus der Informationsflut das Wichtigste herausfiltrieren (vgl. Fischer 2003). Die Vertreter der Hirnforschung schätzen, dass von 10 Millionen Eindrücken, die unsere Sinnesorgane empfangen, im Durchschnitt nur ein einziger in das Bewusstsein gelangt. Das scheint zunächst wenig, summiert sich allerdings im Durchschnitt auf 16 verschiedene Informationen pro Sekunde. Sie alle müssen nach ihrer Aufnahme im Bewusstsein erkannt, eingeordnet, mit schon Vorhandenem verglichen und eventuell abgespeichert werden (Tebonin online 2003). Der Mensch steht dauernd vor der Entscheidung, ob er auf etwas Gehörtes oder etwas Gesehenes reagieren will. Aufmerksamkeit ist so gesehen das Resultat einer Selektion. Es wird ausgewählt, was man wahrnimmt, was ins Bewusstsein kommt (Fischer 2003). Physiologisch wendet sich das System automatisch den Ereignissen zu, die zur höchsten Erregung führen. Das können Ereignisse sein, die

den aktuellen Erwartungswerten besonders gut entsprechen oder die physikalisch so prägnant sind, dass sie sich durch die starke Erregung durchsetzen. Dabei spielt der innere Zustand des Menschen respektive des Organismus eine grosse Rolle, weil alle Ereignisse im Hinblick auf Verhaltensrelevanz oder auf die Bedürfnisse bewertet werden. Wenn man gelangweilt ist, reizt einen eine spannende Meldung mehr, als wenn man unruhig oder aufgereggt ist und sich nach Entspannung sehnt (Singer 2003).

Fokussiert der Rezipient seine Aufmerksamkeit auf ein Medium, insbesondere auf ein audiovisuelles, so reagiert das Aufmerksamkeitssystem auch, wenn beispielsweise in der Peripherie des Gesichtsfeldes ein Reiz auftaucht (jemand betritt den Raum). Dieser Reiz zieht dann automatisch die Aufmerksamkeit des Rezipienten auf sich. Gleichzeitig erhöhen sich im gesamten Gesichtsfeld die Reizschwellen für die Wahrnehmung von konkurrierenden Reizen. Auf diese Weise wird der Aufmerksamkeitsfokus hin- und hergeschoben (Linke 2003). Wichtig für unsere Thematik ist die Unterscheidung zwischen willkürlicher und unwillkürlicher Aufmerksamkeit. Beide Aufmerksamkeitsformen unterscheiden sich in ihrem unterschiedlichen Zeitverlauf. Die automatische Zuwendung erfolgt schnell, bleibt aber nur für Bruchteile von Sekunden aufrechterhalten, während die bewusste Aufmerksamkeitsausrichtung langsam vor sich geht und dabei längere Zeit aufrechterhalten wird (Linke 2003).

Interessant ist die wissenschaftliche Erkenntnis, dass die Rezeptionsfähigkeit des Menschen, also auch seine Möglichkeit aufmerksam zu sein, beschränkt ist. Die visuelle Informationsverarbeitung beansprucht etwa die Hälfte des menschlichen Gehirns (vgl. Pöppel 2003b). Wenn man fernsieht, ist man demnach schon fast ausgelastet. Pöppel widerspricht damit der populären These des Stardesigners Robert Greenberg, die Rezeptionsfähigkeit der nächsten Generation sei höher als die der vorangegangenen. Er meint, dass die jungen Leute nicht mehrere Dinge gleichzeitig rezipieren, bloss besser ausblenden könnten. Es gibt also eine medizinisch bewiesene 'Hardwaregrenze' der Wahrnehmung (vgl. Pöppel 2003a).

Auch das so genannte Multitasking, bei dem man gleichzeitig zwei oder drei verschiedene Dinge mit gleicher Konzentration tun kann, ist für das Gehirn nicht möglich. Es kann immer nur ein Sachverhalt zu einem bestimmten Zeitpunkt im Mittelpunkt des Bewusstseins stehen. Man kann aber gleichzeitig den Fokus der Aufmerksamkeit auf einen Sachverhalt gerichtet haben und im Hintergrund mit

gleitender Aufmerksamkeit etwas anderes mitverfolgen. Normalerweise fokussiert man auf einen Sachverhalt, gleichzeitig kann man dann nur eine gleitende Aufmerksamkeit für die Peripherie an den Tag legen (vgl. Pöppel 20003a).

Erkenntnis für den *Wirklichkeitstransfer* aus Untersuchungen zur Aufmerksamkeit

Das Funktionieren des Aufmerksamkeitssystems des Hirns zeigt, dass Aufmerksamkeit nur erreicht werden kann, wenn man sich als Rezipient auf den Inhalt einlässt, den Inhalt also auswählt, damit er ins Bewusstsein tritt. Der Medieninhalt muss dabei so beschaffen sein, dass er der Erwartung des Rezipienten gerecht wird und ihn in Erregung versetzt. Als Erkenntnis für den *Wirklichkeitstransfer* ist dies wertvoll. Ein langweiliger Film, der den Rezipienten unterfordert, kann also nie zu einem *Wirklichkeitstransfer* führen.

Weiter lässt sich feststellen, dass beim intensiven Medienkonsum die primäre Realität, (sie ist in der kommunikativen Phase in der Peripherie) für den Rezipienten durch die Aufmerksamkeitsfokussierung an Bedeutung verliert. Die Schwelle für Reize von aussen wird beim *Wirklichkeitstransfer* grösser. Der Rezipient ist durch das Fernsehschauen derart ausgelastet, dass es für ihn physiologisch gar nicht möglich ist, etwas anderes als das fokussierte Medium respektive den Medieninhalt bewusst wahrzunehmen. Es besteht je nach Medieninhalt demnach kaum weitere Kapazität für andere Reize, es scheint als versinkt man im Medium, als sei man total absorbiert davon. Um in den Zustand des Transfers zu gelangen muss der Rezipient bewusst auf den Bildschirm, die Leinwand, den Text etc. schauen, nur so kann er von Medium und Inhalt gefesselt werden und in die sekundäre mediale Realität eintauchen.

2.3.4 Die Wahrnehmung der Medieninhalte

In einer Studie aus dem Jahre 1994 (Nass/Steuer/Tauber 1994) liest man, dass die Interaktionen von Individuen mit Computern grundlegend sozial und natürlich sind und denjenigen aus der primären Realität gleichen. Auf Grund dieser ersten Erkenntnisse haben die zwei amerikanischen Forscher Nass und Reeves das Thema abermals aufgegriffen und in ihrem Buch 'The Media Equation' (Nass/Reeves 1996) weiterentwickelt. Die Forschungsfrage lautete wie folgt: Können Menschen Computer, Fernseher und andere Medien wie reale Personen und Objekte wahrnehmen und behandeln? Wenn die Medien eine sekundäre mediale Realität konstruieren, die die primäre Realität beinahe perfekt imitiert, dann kann das Wissen über menschliche Interaktionen aufzeigen, wie diese

sekundäre Realität vom Menschen wahrgenommen wird. Für unsere Thematik *Wirklichkeitstransfer* ist diese Fragestellung sicherlich von Bedeutung.

In ihren unterschiedlich angelegten Studien haben Nass und Reeves Medien im Zusammenhang mit dem Benehmen, der Persönlichkeit, den sozialen Rollen und den Emotionen untersucht (vgl. Nass/Reeves 1996). Besonders interessant im hier vorliegenden Kontext ist dabei die Studie in Bezug auf die Bewertung der Medien mit dem Schema 'gut versus schlecht'. Allgemein gilt, dass jeder Kontakt mit Menschen, Plätzen oder Objekten eine sofortige Beurteilung in den Kategorien gut oder schlecht, angenehm oder unangenehm zur Folge hat. Diese Klassifizierung läuft im menschlichen Gehirn seit jeher blitzschnell ab. Nass und Reeves interessierte nun, ob im Gehirn die Bewertungen der Medieninhalte genau gleich ablaufen wie die Bewertungsmechanismen in der primären Realität. Die Tatsache, dass bei der Bewertung einer Person als 'gut' vermehrte Aktivität in der linken Hirnhälfte auszumachen ist und bei dem Urteil 'schlecht' hingegen mehr in der rechten (Lateral/Tucker 1981:19–46), hat Nass und Reeves dazu veranlasst, die Studie mittels EEG Messungen durchzuführen. 16 Probanden wurden fünf fiktionale Videosequenzen mit eindeutig positiver oder aber negativer Konnotation gezeigt.

Die Forscher stellten bei positiven Szenen mehr Hirnaktivität im frontalen (stirnseitigen) Cortex links fest, bei negativen Szenen war deutlich mehr Aktivität in der rechten Hirnhälfte gemessen worden. Diese Daten bestätigen, dass Medieninhalte physiologisch auf die gleiche Art und Weise als 'gut' oder 'schlecht' beurteilt werden wie Ereignisse mit realen Personen oder Objekten. Medial vermittelte Bilder und Töne produzieren also auf der neuronalen Ebene die gleichen Resultate wie wenn die Personen oder Dinge in der primären Realität wahrgenommen worden wären (vgl. Nass/Reeves 1996).

Reeves und Nass kommen zum Schluss, dass Menschen Computer, Fernseher und andere Medien wie reale Personen und Objekte behandeln und beurteilen. Weiter können die Medien Emotionen auslösen, unsere Aufmerksamkeit fordern und unser Gedächtnis beeinflussen. Dabei reagieren Personen aller Altersschichten, aller sozialen Schichten gleich auf ähnliche Medieninhalte. Es gilt daher festzuhalten, dass diese Gleichsetzung von Medien und der primären Realität eher unbewusst vonstatten geht.

Auch das passive Nutzen von Medien führt bei den Rezipienten zu physischer und psychischer Einbindung (vgl. Nass/Reeves 1996).

Erkenntnis für den *Wirklichkeitstransfer* aus den Studien von Nass und Reeves

In der Definition des *Wirklichkeitstransfers* wird davon ausgegangen, dass sich der Rezipient intensiv in die sekundäre mediale Realität versetzt und dabei die primäre Realität um sich herum vergisst, respektive diese ausblendet. Ein solcher Transfer in eine sekundäre Realität ist nur möglich, wenn die sekundäre Realität der primären entspricht oder sie täuschend echt imitiert. Wir haben in dieser Arbeit bereits vorgängig festgestellt, dass moderne (v.a. audiovisuelle) Medien in der Lage sind, die primäre Realität beinahe vollständig zu imitieren; sie konstruieren eine sekundäre mediale Realität, die mit neusten Technologien der primären immer ähnlicher wird.

Die Studien von Nass und Reeves zeigen nun, dass die imitierte primäre Realität vom Rezipienten tatsächlich wie die eigentliche primäre Realität wahrgenommen wird und gleichermassen wirkt. Der Medieninhalt stellt für den Rezipienten nicht nur eine artifizielle Gegenständlichkeit dar, sondern eine zweite Realität, der gegenüber er sich gleich verhält wie gegenüber der primären Realität. Oder mit den Worten von Alfred Schütz gibt der Rezipient im *Wirklichkeitstransfer* der sekundären medialen Realität einen 'Wirklichkeitsakzent', d.h. im Moment der kommunikativen Phase ist diese Realität für ihn wirklich und massgebend (Schütz 1971:393).

2.3.5 Die Antworten auf die Fragen zum physiologischen Ablauf

Was läuft physiologisch bei einem *Wirklichkeitstransfer* respektive Medienkonsum im Gehirn des Menschen ab? Gibt es überhaupt Anzeichen für ein derartiges Phänomen? Was weiss man in der Hirnforschung über die Wahrnehmung und Wirkung der Medien auf den Menschen?

Während des Medienkonsums treten beim Rezipienten sowohl Alphawellen (kennzeichnend für passiven Zustand) als auch Betawellen (kennzeichnen den aktiven Zustand) auf. Das lässt vermuten, dass sich der Rezipient während der kommunikativen Phase mehr oder weniger intensiv mit der sekundären medialen Realität einlässt. Ein Wechsel zwischen den verschiedenen Zuständen findet statt. Wobei mit der Dauer der Rezeption der aktivierte Zustand dominanter wird. Das bedeutet, dass sich der Rezipient mit der Zeit immer stärker auf den Inhalt einlässt und sich immer mehr

hineinversetzt, mit anderen Worten wird der *Wirklichkeitstransfer* immer intensiver und deutlicher. Da auch in der Pseudowachphase des Schlafens (Traumphase) Betawellen auftreten, kann ein Vergleich zwischen der Versetzung in die sekundäre mediale Realität (oder *Wirklichkeitstransfer*) und Traum gezogen werden. Da der Traum ein besonderer Zustand des Menschen ist und damit auch der Zustand des *Wirklichkeitstransfers*, liegt es auf der Hand, dass wir nicht von gewöhnlicher Rezeption im Sinne der Bedeutungsaufnahme ausgehen können. Die Hirnstrommessungen und die Analogie zum Träumen gelten als naturwissenschaftlicher Existenzbeweis des *Wirklichkeitstransfers*. Die Hirnströme treten in beiden Hirnhälften auf. Dies deutet darauf hin, dass die unterhaltenden fiktionalen Fernsehprogramme die kognitiven und die emotionalen Strukturen des Hirns beanspruchen.

Damit ein *Wirklichkeitstransfer* stattfinden kann, muss sich der Rezipient voll auf den Medieninhalt konzentrieren. Nur so kann das Gehirn den Inhalt mit ganzer Aufmerksamkeit aufnehmen. Während dieser Phase kann der Rest der Umgebung (primäre Realität) vom Hirn kaum mehr wahrgenommen werden. Die medizinischen Erkenntnisse zum Aufmerksamkeitssystem des Menschen stützen unsere Annahme eines medialen *Wirklichkeitstransfers* bei einer intensiven Versetzung in den medialen Inhalt ebenfalls.

Die Medizin kennt mit der Hypnose und der Pseudowachphase im Schlaf dem *Wirklichkeitstransfer* analoge Zustände. Bei beiden Zuständen ist das Gehirn äusserst aktiv, gleichzeitig aber von der rationalen primären Realität abgekoppelt und reagiert daher unreal und unvernünftig. Da dem Fernsehen eine starke suggestive Kraft zugesprochen wird, kann noch einmal bestärkt werden, dass ein Phänomen wie der *Wirklichkeitstransfer* existiert, das sich physiologisch deutlich von der gewöhnlichen Informationsaufnahme unterscheidet.

Der Forschung ist auch bekannt, dass das menschliche Gehirn und damit die menschlichen Gefühle und Wahrnehmungen auf die sekundäre mediale Realität gleichermassen reagieren wie in der primären Realität. Auch dies unterstützt unsere Annahmen, dass der Rezipient beim Medienkonsum abdriftet und die Medienhandlung regelrecht miterlebt.

3. Motive und Funktionen

Anhand einiger Fragestellungen an zwei andere Fachdisziplinen und an zwei theoretische Ansätze aus den Medienwissenschaften werden in diesem Kapitel die Motive und Funktionen des Rezipienten in Bezug auf den *Wirklichkeitstransfer* gesucht. Zuerst ziehen wir die Psychologie hinzu, da diese auch für die weiteren Ansätze eine wichtige Grundlage bildet.

3.1 Die psychologische Betrachtungsweise

Die Psychologie hat „einen vieles umfassenden und damit schwer zugänglichen und schwer erfassbaren Objektbereich“ (Hobmair 1997:22). Deshalb ist es für einen Laien schwierig, aus den psychologischen Theorien jene herauszufiltern, welche Erklärungen für ein bestimmtes Phänomen (hier den *Wirklichkeitstransfer*) bieten. Kommt hinzu, dass sich bereits diverse Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaften auf Resultate und Annahmen aus der Psychologie stützen. In Kapitel V.3.1 soll der Fachbereich Psychologie gesondert hinzugezogen werden, um erstens die Grundstrebungen und Kräfte, die den Rezipienten zum *Wirklichkeitstransfer* führen und zweitens die Funktionen, die mit dem *Wirklichkeitstransfer* erfüllt werden, zu erläutern. Möglicherweise können mit Hilfe der Erkenntnisse um die psychischen Kräfte und Mechanismen aus der Psychologie, und mittels des nachfolgend behandelten Nutzen- und Belohnungsansatzes und der Handlungstheorie Antworten auf die Frage gefunden werden, warum der Rezipient sich den Medien so intensiv hingibt, bis er seine Wirklichkeit transferiert und welche Funktionen dabei erfüllt werden.

3.1.1 Die psychischen Kräfte

Beim Erleben und Verhalten in der Welt spielen psychische Kräfte eine wichtige Rolle. Als psychische Kräfte gelten Gefühle, Triebe, Bedürfnisse, Motive oder Interessen. Diese Kräfte treiben den Menschen an, sie steuern und aktivieren sein Erleben und Verhalten (ebd.:23). Ohne psychische Kräfte ist der Mensch nicht lebensfähig. Es wird davon ausgegangen, dass solche psychischen Kräfte den Menschen ebenfalls dazu aktivieren (bewusst oder unbewusst), einen *Wirklichkeitstransfer* zu vollziehen. Steinmann spricht dabei von einem 'basalen Handlungsmotiv' (vgl. Kapitel II.2), welches hinter dem *Wirklichkeitstransfer* steht. Als Motiv wollen wir hier eine psychische Kraft begreifen, die einen von aussen nicht erkennbaren Beweggrund bezeichnet, der menschliches Verhalten aktiviert und auf ein bestimmtes Ziel hinsteuert (Hobmair

1997:157, vgl. Heil 1975). Als Motiv hinter dem Wirklichkeitstransfer sieht Steinmann den 'Drang, die Realität zu wechseln'.

In der Psychologie wird zwischen Defizit- und Abundanzmotiven unterschieden. Wobei sich die Defizitmotive auf die Selbsterhaltung und Sicherheit beziehen und die Abundanzmotive auf die Befriedigung und Anregung und zwar im Hinblick auf den Körper, die Umwelt, die Beziehung zu anderen Menschen und die eigene Psyche (Hobmair 1997:187). Das Motiv, welches nach Steinmann den 'Drang, die Realität zu wechseln' beinhaltet, gehört demzufolge in die Kategorie der Abundanzmotive (es sichert keine direkten physischen Funktionen) und könnte mit der „Suche nach neuen lustbetonten Erlebnissen, der Suche nach Neuheit und Veränderung der Umwelt, der Suche nach positiven Identifizierungen“ (ebd.) gleichfalls beschrieben werden.

Gemäss den biologischen Theorien sind die menschlichen Motive instinkt- oder triebgesteuert, geht man nach psychologischen Theorien, so geht das Motiv auf einen Lernprozess zurück, auf allgemeine Antriebe in Verbindung mit einem dargebotenen Reiz oder auf eine kognitive Bewertung (ebd.:167). Beim *Wirklichkeitstransfer* als einem vielschichtigen und offenen Phänomen kommen verschiedene Hintergründe in Frage und mehrere Motive können dafür verantwortlich sein. Da der *Wirklichkeitstransfer* offensichtlich mit dem quantitativen Wachstum des Medienangebots, den inhaltlichen und technischen Veränderungen der Medien und der Bedeutungszunahme der Medien vermehrt und verstärkt auftritt (vgl. Kapitel III), erscheinen die Erklärungsmodelle der psychologischen Theorien plausibler.⁵⁴ Sowohl ein angestrebter Lernprozess, ein Antrieb in Verbindung mit den dargebotenen Reizen als auch eine kognitive Bewertung können hinter dem Motiv für einen *Wirklichkeitstransfer* stehen. Beispielsweise kann ein Mensch von anderen Menschen in seiner Umgebung lernen, welchen Nutzen er aus einem *Wirklichkeitstransfer* ziehen kann. Das reizvolle Angebot eines Mediums kann aber auch ein Motiv bilden, sich diesem intensiv hinzugeben oder der Rezipient motiviert sich auf Grund einer kognitiven Beurteilung ganz bewusst dazu, einen *Wirklichkeitstransfer* zu erleben.

⁵⁴ Denn Motive, die trieb- respektive instinktgesteuert sind, konzentrieren sich auf physische oder primäre Bedürfnisse wie Hunger, Durst, Schlaf, Sexualität. Motive, die im Laufe des Lebens erworben werden hingegen auf sogenannte sekundäre Bedürfnisse wie die Umwelt zu verändern, in einer Gemeinschaft zu leben, Medien zu konsumieren, in einen Wirklichkeitstransfer einzutreten etc.) (Hobmair 1997:265).

Da Motive, Motivation und psychische Kräfte komplexe, nicht eindeutig beschreibbare Konstrukte sind, ist es kaum möglich eindeutig festzuhalten, was nun für den *Wirklichkeitstransfer* die wichtigste Bedeutung hat. Sicherlich steht jedoch ein Abundanzmotiv hinter diesem Phänomen, zu welchem der Rezipient in erster Linie⁵⁵ aufgrund des Lernens, des vorhandenen Angebots oder bewusster kognitiver Entscheide kommt.

Neben diesen allgemeinen Überlegungen aus der Psychologie soll nun anhand bedeutender psychischer Mechanismen aufgezeigt werden, welche Funktionen ein *Wirklichkeitstransfer* für die Psyche des Menschen erfüllen kann, indem durch ihn bestimmte Mechanismen ausgelöst oder angeregt werden.

3.1.2 Die psychischen Mechanismen

Dem Menschen stehen psychische Mechanismen zur Verfügung, um verschiedene Lebenssituationen zu bewältigen und darin zu bestehen (positive und negative). Diese Mechanismen wendet jeder Mensch an und sie gehören zum menschlichen Sein. Bei Freuds tiefenpsychologischem Ansatz findet man einige Mechanismen, die für den *Wirklichkeitstransfer* relevant erscheinen und auf denen auch spätere medienwissenschaftliche Ansätze⁵⁶ aufbauen. Es sind dies die Verdrängung, die Projektion, die Identifikation, die Verschiebung, die Regression, die Sublimierung etc. (Hobmair 1997:429–430). Im Folgenden wird aufgezeigt, welche der genannten Mechanismen bei einem *Wirklichkeitstransfer* eine Rolle spielen oder - umgekehrt betrachtet - zu diesem hinführen (vgl. zu diesem Kapitel: Codes/Menotti/Wartenweiler 2004:119–154)

a) Die Verdrängung

Die Verdrängung ist ein prinzipieller psychischer Mechanismus zur unbewussten Abwehr bedrückender, unangenehmer Situationen. Jede andere Art von Abwehr ist nur eine Spielart der Verdrängung. Man verdrängt Triebwünsche, Gefühle, Bedürfnisse, Strebungen, Erinnerungen oder Ereignisse, die man nicht wahrhaben kann oder will. Es kann sowohl Vergangenes als auch Zukünftiges verdrängt werden. „Wer orale oder

⁵⁵ Nur 'in erster Linie' deshalb, weil Motive meist vermischt und miteinander auftreten (vgl. Hobmair 1997:265).

⁵⁶ Ein grosser Teil der Inventare zu Medienfunktionen, zu Bedürfnissen der Rezipienten u.a. gehen von diesen Mechanismen aus. Allerdings werden die Begriffe nicht scharf getrennt und meist ohne theoretischen Hintergrund verwendet. Siehe dazu auch: Kunz (1994).

sexuelle Triebwünsche verdrängt, hat in seinem Wunscherleben eine so genannte Lücke [...], die sich in seiner Wahrnehmung und seinen Reaktionen ausdrückt. Er wird bestimmte Wünsche nicht empfinden und deshalb übersehen, was sie befriedigen könnte“ (König 1996:21). Die Verdrängung schützt jemanden präventiv vor neuen 'Angriffen' auf seine Person. Das Verdrängte existiert im Unterbewussten weiterhin und beeinflusst das Erleben und Verhalten in einem nicht unerheblichen Masse (Hobmair 1997:429).

Verdrängung und *Wirklichkeitstransfer*

Der psychische Mechanismus der Verdrängung kann mit Hilfe eines *Wirklichkeitstransfers* in Gang gesetzt werden. Unangenehme Erlebnisse aus der primären Realität (z.B. enttäuschte Liebe, Misserfolg im Beruf) können durch ein Abdriften in eine sekundäre mediale Realität besser ins Unterbewusstsein verdrängt werden. Gleichzeitig können die immer noch bestehenden aber verdrängten Bedürfnisse (z.B. nach Liebe oder Sexualität) mit Hilfe eines *Wirklichkeitstransfers* in der sekundären medialen Realität befriedigt werden (mit einem Liebes- oder einem pornografischen Film), ohne dass Enttäuschung, Verletzung oder Scham die Folge sind. Zum einen kann der *Wirklichkeitstransfer* die Verdrängung fördern und zum anderen wird es dem Rezipienten im *Wirklichkeitstransfer* leichter gemacht, mit der Verdrängung umzugehen respektive diesen psychischen Mechanismus überhaupt in Gang zu setzen.

b) Die Projektion

Bei der Projektion werden Eigenschaften, die die eigene Person betreffen, die man aber nicht wahrhaben will oder kann einer anderen Person zugeschrieben. Unerwünschte Gefühle, Bedürfnisse, Neigungen oder unverarbeitete Probleme nimmt der Mensch nach gelungener Projektion nicht mehr an sich selber wahr, sondern bekämpft sie bei anderen passenden Personen oder Gruppen (Hobmair 1997:429). Mit Hilfe der Projektion kann man sich selbst so sehen, wie man will (König 1996: 47). Einerseits ermöglicht die Projektion, psychische Impulse jemandem anderem zuzuschreiben, andererseits rechtfertigt die Zuschreibung die eigenen unerwünschten Eigenschaften. Die projizierende Person ist davon überzeugt, dass die andere Person tatsächlich so ist, wie sie sie wahrnimmt (ebd.:182). Das deutet an, dass der Projizierende die Wirklichkeit verzerrt wahrnimmt, was je nachdem folgenschwer sein kann (Mentzos 1993:196). „Je fragiler der Bezug zur Realität ist, desto leichter können sich Projektionen etablieren“ (König 1996:45).

Projektion und *Wirklichkeitstransfer*

Eine Projektion kann durch den intensiven Medienkonsum und damit besonders beim *Wirklichkeitstransfer* realisiert werden. Der Rezipient kann, anstatt, wie von Freud ursprünglich beschrieben, seine Eigenschaften in der primären Realität auf eine andere Person zu übertragen, dies auch mit einer Figur aus der sekundären medialen Realität tun. Er sieht z.B. Figuren aus einer Fernsehserie tatsächlich mit den von ihm projizierten Eigenschaften und fühlt sich selbst dadurch besser. Je nach Intensität der Projektion in die sekundäre mediale Realität, desto stärker oder schwächer ist die Realitätsverzerrung. Wie König beschreibt (1996:45) wird eine Projektion in die sekundäre mediale Realität vor allem dann gefährlich, wenn wenig Bezug zur primären Realität besteht. Kann ein Rezipient ohnehin schlecht zwischen primärer und sekundärer Realität unterscheiden, umso grösser ist dann die Wahrscheinlichkeit einer Realitätsverzerrung durch Projektionen in die sekundäre mediale Realität. Die Medien bieten dem Rezipienten Projektionsflächen an, die je nach eingesetztem Mechanismus helfen, mit sich selbst anders umzugehen oder sich besser zu fühlen. Wir gehen davon aus, dass bei jeder Projektion in die sekundäre mediale Realität ein *Wirklichkeitstransfer* stattfindet.

c) Die Identifikation

Der Mensch fühlt sich besser und kann unangenehme Gefühle wie z.B. Angst abwehren, indem er sich mit einer anderen Person identifiziert, z.B. mit einer starken Persönlichkeit, einem unverletzbaren Helden oder einem erfolgreichen Schauspieler. Es herrscht in der Literatur keine Einigkeit darüber, was exakt unter dem Begriff Identifikation zu verstehen ist. Viele Autoren haben sich damit befasst und dementsprechend existieren viele verschiedene Ansichten zur Definition dieses Ausdrucks. Mit folgenden drei Begriffen arbeiten die meisten Autoren, mit der Internalisierung, der Introjektion und der Identifikation/Identifizierung. Hier soll die Position vertreten werden, dass Internalisierung der Oberbegriff zu Introjektion und Identifikation/Identifizierung darstellt (Mertens 1998:104), währenddessen die Introjektion entwicklungspsychologisch eine Vorform der Identifizierung/Identifikation⁵⁷ darstellt (ebd.:102).

⁵⁷ Im alltäglichen Sprachgebrauch werden diese zwei Begriffe gleichbedeutend verwendet. Hier halten wir uns an Haffner-Marti, die unter Identifikation eine allgemeine und umfassende Bezeichnung für eine Phase des Wiedererkennens während des Erinnerns versteht, während Identifizierung das psychoanalytische Konzept meint (Haffner-Marti 1980:7).

Internalisierung bezeichnet allgemein Prozesse, bei denen Äusseres in sich hinein genommen wird. Das sind all die Prozesse, die ein Mensch vornimmt, wobei er wirkliche oder vorgestellte Regulierungen in der Beziehung zwischen sich und seiner Umwelt, und wirkliche oder vorgestellte Eigenschaften dieser Umwelt in innere Regulierungen verwandelt (Schafer zitiert nach Haffner-Marti 1980:9).

Introjektion ist der Vorgang, bei dem sich ein Subjekt ein Bild von einem Objekt aufbaut, das sich zu ihm selber auf Distanz befindet (König 1996:23). Das Objekt kann alles Mögliche sein, tot, lebendig, Mensch, Tier, Sache, usw. (Haffner-Marti 1980:14f.). Wichtig ist hier, dass eine Beziehung zum Objekt vorher da war, die nun nicht mehr so nahe ist (König 1996:23). Das Bild vom Objekt bildet sich aus Erinnerungen an das Objekt, die zu einem kohärenten Ganzen verdichtet werden (Haffner-Marti 1980:19). Es ist somit Teil des Selbst, wird aber gleichzeitig als etwas Fremdes empfunden. Dieses Bild ermöglicht dem Subjekt eine Objektkonstanz (König 1996:23f.) und übernimmt all die Funktionen, die das ursprüngliche Objekt innehatte (Haffner-Marti 1980:13). Somit ist das Subjekt in der Lage, mit einem abwesenden Objekt eine Beziehung aufrecht zu erhalten oder weiterzuführen (König 1996:23).

Zum Begriff der Identifikation wollen wir die Definition von Schafer beziehen:

„... der Prozess des sich Identifizierens mit einem Objekt [ist] unbewusst, [...] in diesem Prozess verändert das Subjekt seine Beweggründe und Verhaltensmuster und die entsprechenden Vorstellungen von sich selbst auf solche Art, dass es sich, einer oder mehreren Vorstellungen vom Objekt ähnlich, gleich und verschmolzen erlebt; durch Identifizierung macht sich das Subjekt eine oder mehrere regulierende Einflüsse oder Eigenschaften des Objekts, die ihm wichtig geworden sind, zu eigen“ (Schafer zitiert nach Haffner-Marti 1980:34).

Mit Objekt ist die subjektive Vorstellung eines Objektes gemeint. Das Subjekt identifiziert sich nur mit der Vorstellung, die es vom Objekt hat. Identifizierung schafft nichts Neues. Sie verändert bzw. sie reorganisiert nur, was schon da ist. Die Identifizierung durchdringt alle Instanzen der Persönlichkeit und gibt dem Inhalt eine neue Färbung. Das schlägt sich konkret nieder in anders betonten Wünschen, Trieben, Wertvorstellungen, Zielen und Verhaltensweisen (Haffner-Marti 1980:37). Identifiziert sich ein Subjekt mit einem Objekt, so will es sich diesem Objekt ähnlich, gleich oder

sogar verschmolzen fühlen. Das sind Zwischenziele auf dem Weg zur Persönlichkeit (König 1996: 27), die jedes Subjekt mehr oder weniger stark verfolgt. Ist das nicht der Fall, so kann man nicht von Identifizierung sprechen, sondern eher von Imitation, Kopieren, Introjektion und anderen Internalisierungsprozessen (Haffner-Marti 1980:39f.). Besonders wichtig ist der Beziehungscharakter zwischen Subjekt und Objekt. Das Objekt muss für das Subjekt wichtig sein (z.B. ein Vorbild). Ausserdem braucht es ein hohes Mass an persönlicher Beteiligung, damit es überhaupt zu Identifizierungen kommen kann.

Identifizierung und *Wirklichkeitstransfer*

Die Identifikation kann ein Grund sein, weshalb der Rezipient so gerne in die Medienrealität eintaucht und warum ein *Wirklichkeitstransfer* eintritt. Die Medien geben dem Subjekt (dem Rezipienten) geeignete und vielfältige Objekte für eine Identifikation vor. Manche Charaktere in der sekundären medialen Realität sind überzeichnet heldenhaft und mit unzähligen Eigenschaften ausgestattet, die sich der Rezipient für sich selber auch wünscht (Intelligenz, Schönheit, Erfolg und Liebenswertigkeit sind oft in einer einzigen Figur vereint). Dabei sind die Grade der Identifikation unterschiedlich und nicht bei jeder Identifikation in der sekundären medialen Realität kann vermutlich von einem *Wirklichkeitstransfer* gesprochen werden. Identifiziert sich der Rezipient aber so stark, dass er mit der entsprechenden Figur während der kommunikativen Phase oder auch kurz danach verschmilzt, so hat sich ein *Wirklichkeitstransfer* ereignet, bei dem es zu Überschneidungen der primären und sekundären Realität gekommen ist.

d) Die Verschiebung

Bei der Verschiebung werden Wünsche und Bedürfnisse, die sich nicht am Original befriedigen können, an einem Ersatzobjekt realisiert (Hobmair 1997:429). In der Verschiebung wird ein dem Bewusstsein unerträglicher Inhalt durch eine Ersatzvorstellung ausgewechselt, d.h. es erfolgt ein Objektaustausch (Mertens 1998:217). Mit der Verschiebung werden aggressive oder libidinöse Phantasien und Impulse von der Person, der sie gelten, auf eine andere übertragen, so dass die Beziehung zu der ursprünglich gemeinten Person unberührt bleibt. Dabei werden ursprüngliche Zusammenhänge ausgeblendet und neue Zusammenhänge werden hergestellt (König 1996:35). Mit der anderen Person, auf die verschoben worden ist, kann ein Konflikt entstehen oder auch ausbleiben, wenn die Wünsche sozial akzeptabel sind.

Verschiebung und *Wirklichkeitstransfer*

Die Verschiebung kann ähnlich der Projektion beim Eintreten des *Wirklichkeitstransfers* eine Rolle spielen. So kann ein Rezipient mit Hilfe der sekundären medialen Realität Wünsche befriedigen, die in der primären Realität für ihn nicht zu befriedigen sind (da z.B. sozial unerwünscht). Somit liefert der Mechanismus der Verschiebung unbewusste Motive für den Rezipienten, sich der sekundären medialen Realität äusserst intensiv hinzugeben, damit er eine Verschiebung durchführen kann und so sich selbst besser fühlt. Als Beispiel kann der Pornografiekonsum genannt werden. Der Rezipient lebt in der sekundären medialen Realität während des *Wirklichkeitstransfers* intensivste sexuelle Phantasien aus, die er mit seinem Partner/seiner Partnerin nicht erleben könnte. Die sekundäre mediale Realität wird also in diesem Fall zu einem Ersatzobjekt. Da dieses Ersatzobjekt keine reale Person ist, können keine realen Konflikte entstehen und die Verschiebung läuft für den Rezipienten positiv ab. Als weiteres Beispiel für eine Verschiebung und damit einen *Wirklichkeitstransfer* kann das Computerspiel genannt werden. Dort können Handlungen ausgeübt werden, die in der primären Realität nicht möglich wären (Schiessen, Töten, Schlagen, Vergewaltigen⁵⁸, Fliegen etc.), es findet also eine Befriedigung am und mit dem medialen Ersatzobjekt statt.

e) Die Regression

Enttäuschungen, Befürchtungen und Ängste, Probleme und Überforderungen können es mit sich bringen, dass ein Mensch auf einen bereits überwundenen Entwicklungsabschnitt wieder zurückfällt (Hobmair 1997:429). Die Regression ist also eine Rückkehr zu Verhaltensweisen und Reaktionsweisen, zu Beziehungsformen, zu Wahrnehmungs- und Interpretationsweisen, die der Betreffende in seiner psychischen, geistigen, emotionalen und sozialen Entwicklung schon überwunden hat (Lempp 2003: 24). Freud entlehnte den Begriff Regression aus der Physiologie und Neurophysiologie. Regression ist ein Prozess der Rückkehr von einem bereits erreichten Entwicklungsniveau auf ein früheres. Der Regressionsbegriff ist nicht unproblematisch und wird oft unterschiedlich interpretiert und verstanden.⁵⁹ Wichtig für den vorliegenden

⁵⁸ Die Game-Industrie kennt hier keine Grenzen. Im Spiel Carmageddon kann oder muss der Spieler Fussgänger überfahren, im Spiel Duke Nukem muss der Spieler nackte Frauen fesseln und dann umbringen etc. Ebenso im Internet: Die Internetsite 'Who would you kill?' ermöglicht dem Spieler, einen realen Star aus dem Fernsehen auszuwählen und dann öffentlich zu beschreiben, wie man ihn umbringen würde. Siehe in Media Awareness Network: Violence in Media Entertainment, 2004.

⁵⁹ So auch in den verschiedenen medienwissenschaftlichen Inventaren zu den Bedürfnissen des Rezipienten wie u.a. bei Maletzke (1963).

Kontext sind die Belastungssituationen und das damit verbundene Rückfallen in Zustände der Passivität.

Regression und *Wirklichkeitstransfer*

Nach Freud ist das Infantile ständig im Seelenleben des Erwachsenen präsent; es bedarf nur eines geringen Anlasses, um es zu aktivieren. Er sieht auch eine ständige Spannung zwischen Wunschwelt eines Menschen und der ihn umgebenden Realität (Rattner 1994:249). In der oft anstrengenden primären Realität weicht man gerne in illusionäre oder leicht nachvollziehbare Wunschbefriedigungen aus, die das „Kind in uns“ beruhigen oder beglücken. Auslöser für solche regressiven Verhaltensweisen können neben Institutionen, Gruppen von Personen etc. auch Medieninhalte sein (König 1996:88). So liest man bei Lempp: „Einem so genannt geistig nicht eingeschränkten Menschen kommen in seiner allgemeinen Neigung, Entlastung in der Nebenrealität zu suchen, die Liebesromane und Lieblingsfilme entgegen, welche geeignet sind, die Flucht in die sekundäre Realität zu stimulieren. [...] und auch das Interesse an Filmen über Erfolgsmenschen und Helden, welche sich gegen alle Widrigkeiten des Lebens und gegen böse Widersacher siegreich durchsetzen und behaupten, hat in dieser Neigung seine Begründung“ (Lempp 2003:64). In Verbindung mit dem *Wirklichkeitstransfer* kann das bedeuten, dass sich der Mensch in eine für ihn nicht reale Welt wie z.B. in das Geschehen eines Fernsehfilms flüchtet. Gedankenspiele und Phantasien in dieser sekundären medialen Realität entlasten ihn, und es ist für den Betroffenen so, als ob er sich tatsächlich in dieser Welt befände. Diese sekundäre mediale Realität (ebd.:63 eine mögliche 'Nebenrealität') bringt dem Menschen eine Genugtuung ohne Gefahr der Konsequenzen, die ihn in der primären Realität erwarten würden.

Es stellt sich in Verbindung mit dem *Wirklichkeitstransfer* die Frage, ob die Regression wirklich ein Mechanismus ist, der aktiviert wird, wenn eine Belastungssituation eintritt oder ob der Rezipient sich nicht auch aus Spass dem regressiven Verhalten hingibt. Grundsätzlich setzen die bisher genannten psychischen Mechanismen als Gründe für ein Eintauchen in die sekundäre mediale Realität eine Belastung wie beispielsweise Angst voraus. Der Mensch erlebt Bedrohliches sowohl in der primären wie auch in der sekundären medialen Realität. Gegen diese Ängste helfen laut Lempp Horror- und Katastrophenfilme: „Sie konkretisieren virtuell, das heisst in der Nebenrealität, die diffuse und sonst konkret nicht fassbare Angst und entlasten die Ängstlichen dadurch

eine Weile“ (ebd.:65). Die Literatur geht aber ebenso davon aus, dass der betroffene Mensch Gefallen an den Auswirkungen des Regressionsprozesses findet und diesen in einem späteren Zeitpunkt auch ohne Belastungssituation durchführt. Unterstützt wird dies durch das mediale Angebot, das bewusst auf solche Bedürfnisse einzugehen scheint: „Das Angebot an entlastenden Inhalten für eine angstentlastende Nebenrealität, mit deren Hilfe es möglich ist, den Schwierigkeiten zu entfliehen, vor welche die Hauptrealität den Menschen täglich stellt, ist gross und wird immer grösser“ (ebd.:114).

f) Die Sublimierung und Ersatzbefriedigung

Sublimierung bedeutet, dass nicht zugelassene Wünsche und Bedürfnisse in soziale Leistungen umgesetzt werden, die gesellschaftlich erwünscht sind und damit höher bewertet werden (Hobmair 1997:430). In der Literatur besteht jedoch keine Einigkeit, ob es Sublimierung tatsächlich gibt, oder ob es sich schlicht um eine Ersatzbefriedigung handelt. „Bei der Ersatzbefriedigung wird die Befriedigung eines Triebwunsches durch die Befriedigung eines anderen Triebwunsches ersetzt“ (König 1996:74). Die beiden Mechanismen liegen sehr nahe beieinander. Einziger Unterschied ist: Bei der Sublimierung wird Inakzeptables zu Akzeptablem gemacht, indem man es – oder etwas anderes – akzeptabler tut. Bei der Ersatzbefriedigung gibt man sich mit dem zufrieden, was man erreichen kann. Das heisst z.B., eine sexuell gehemmte Person weicht auf übermässiges Essen oder auf übermässigen Fernsehkonsum aus etc.

Sublimierung/Ersatzbefriedigung und *Wirklichkeitstransfer*

Die Sublimierung kann eine Erklärung für die bewusste oder unbewusste Hingabe des Rezipienten zu den Medien, bis hin zu einem *Wirklichkeitstransfer* liefern. Handlungen, die in der Gesellschaft nicht anerkannt oder gar verboten sind, wie ein Leben ohne feste Arbeit, extreme Sexualpraktiken, kriminelle Handlungen (schiessen, morden, vergewaltigen, sich prügeln) u.a. können ersatzweise in der sekundären Realität ausgelebt werden, was sicherlich eine bessere soziale Akzeptanz erfährt als wenn man dies in der primären Realität tun würde. Fernsehschauen oder das Spielen von Shootings Games wird von der Gesellschaft zwar nicht als sehr hoch eingeschätzt, erfährt aber tendenziell eine zunehmende Akzeptanz.

Dass der Medienkonsum auch als Ersatzbefriedigung dienen kann, ist offensichtlich. Leicht lässt sich vorstellen, dass sich schüchterne Menschen lieber in ihr (Schnecken-) Haus zurückziehen als sich in der Öffentlichkeit zu zeigen. Diese Menschen verlieren aber ihre

Bedürfnisse und Wünsche dadurch nicht und müssen sie andersartig ausleben. Der Fernseher bietet eine Alternative zur primären Realität, und zwar in zweierlei Hinsicht. Zum einen kann man sagen, dass solche Personen eine Ersatzbefriedigung suchen und diese im passiven Zustand vor dem Fernsehgerät, ohne sich exponieren zu müssen, finden, zum anderen können sie dank des *Wirklichkeitstransfers* Gefühle und Bedürfnisse befriedigen, die den echten Gefühlen der primären Realität sehr nahe kommen.

3.1.3 Antworten aus der Psychologie

Welche psychischen Kräfte stehen hinter dem *Wirklichkeitstransfer*? Welche Funktionen kann der *Wirklichkeitstransfer* und die psychischen Mechanismen, die er auslöst, erfüllen?

Hinter dem *Wirklichkeitstransfer* stehen Motive, die als Abundanzmotive betrachtet werden können. Es handelt sich damit um Motive, die nicht der physischen Existenzsicherung dienen, sondern der Befriedigung und Anregung. Das Motiv ist in erster Linie nicht trieb- oder instinktgesteuert, sondern erlernt, durch das Angebot verursacht oder durch kognitive Beurteilung entstanden. Es handelt sich dabei um sekundäre Bedürfnisse, deren Befriedigung angestrebt wird.

Weiter kann festgestellt werden, dass im *Wirklichkeitstransfer* Funktionen erfüllt werden und Mechanismen spielen, die der Mensch für sein psychisches Wohlbefinden in der primären Realität braucht. Der *Wirklichkeitstransfer* selbst kann vermutlich durch die genannten psychischen Mechanismen beim Medienkonsum in Gang gesetzt werden. Damit wird auch deutlich, dass ein Unterschied besteht zwischen 'normaler' Medienrezeption, bei der es um Bedeutungs- und Informationsvermittlung geht (vgl. Maletzkes Definition und Lasswell-Formel) und dem *Wirklichkeitstransfer*, der so abläuft, dass solche psychischen Mechanismen einsetzen können.

Auf Grund des veränderten Angebots der Medien und deren Dauerpräsenz kann man davon ausgehen, dass heutzutage kaum eine andere Instanz dem Rezipienten derart 'pfannenfertige' Angebote zur Befriedigung der Abundanzmotive sowie für eine Auslösung der psychischen Mechanismen bietet. Somit hat der *Wirklichkeitstransfer* psychologisch betrachtet wichtige Funktionen für den Rezipienten, welche nirgendwo sonst so problemlos erfüllt werden.

3.2 Die medienwissenschaftliche Betrachtungsweise

In den Medienwissenschaften werden normalerweise die Bedürfnisse und Gratifikationen der Medienkonsumenten unter Zuhilfenahme des Nutzen- und Belohnungsansatzes untersucht und definiert. Dahinter stehen einerseits psychologische Überlegungen, andererseits wird von einem aktiven Rezipienten ausgegangen. In der Handlungstheorie hingegen, welche sowohl psychologisch als auch soziologisch beeinflusst ist, gilt das Augenmerk der eigentlichen Handlung (der Medienrezeption), beleuchtet werden die Motive und Strukturen hinter dieser Handlung.

3.2.1 Der Nutzen- und Belohnungsansatz

Mit Hilfe des Nutzen- und Belohnungsansatzes wollen wir weiter nach möglichen Motiven des Rezipienten für das Erleben eines *Wirklichkeitstransfers* suchen und vor allem die in der Psychologie bereits gefundenen grundlegenden Überlegungen zu den psychischen Kräften weiter ausdifferenzieren. Es geht dabei auch darum aufzuzeigen, inwiefern bisherige medienwissenschaftliche Ansätze das intensive Abdriften in eine sekundäre mediale Realität, oder einzelne Aspekte davon, erkannt und erklärt haben (vgl. zu V.3.2.1 Malär/Moser 2004:223–256).

Der Nutzen- und Belohnungsansatz ist keine einheitliche, geschlossene Theorie. Doch als Grundidee hinter allen Ausprägungen des Ansatzes steht die Annahme, dass der Rezipient aktiv über die Nutzung von Medien und Medieninhalten entscheidet. Der Rezipient wendet sich also bewusst bestimmten Medien oder Medieninhalten zu, weil er sich von ihnen einen Nutzen verspricht, die Befriedigung von Bedürfnissen nämlich. „The person follows his/her interests, choosing media content according to needs and synthesizes the content to satisfy those needs“ (McLeod/Becker 1981:69). Damit geht der Ansatz von einem Rezipienten aus, der intentional und bewusst gemäss bestimmten Zielsetzungen handelt; das Individuum als aktives im Massenkommunikationsprozess steht im Mittelpunkt dieses Ansatzes. Das System der Massenmedien erfüllt gemäss dem Nutzenansatz verschiedene Funktionen (die bekanntesten Funktionen aus der Theorie sind Unterhaltung, Information und soziale Interaktion), die die Bedürfnisse des Individuums befriedigen können (Kunz 1994:92; Schenk 2002:627f; Katz/Blumler/Gurevitch 1974:22ff; McQuail 1994:318f). Die Vertreter dieses Ansatzes kommen zu folgenden Annahmen:

- Rezipienten sind sich ihrer Bedürfnisse und Motive zur Mediennutzung bewusst.

- Das Publikum ist aktiv und besitzt Eigeninitiative. Es handelt im Massenkommunikationsprozess selbstbewusst und zielgerichtet.
- Der Rezipient nutzt die Medien selektiv zur Befriedigung seiner Bedürfnisse. Er stellt bestimmte Erwartungen an die Massenmedien bzw. an deren Inhalte und bestimmt durch sein Verhalten, ob ein Kommunikationsprozess stattfindet oder nicht.
- Die Massenmedien konkurrieren mit anderen, nicht-medialen Quellen (z.B. interpersonale Kommunikation, Freizeitangebote wie Sport, Ausgang etc.) der Bedürfnisbefriedigung.

(vgl. Katz/Blumler/Gurevitch 1974:21f.; Teichert 1975:271; Rubin 1994:420).

Der Nutzen- und Belohnungsansatz wurde bereits in den späten 1940er-Jahren verfolgt und erfuhr in den 1970er-Jahren ein eigentliches Comeback. Die ersten Studien entstanden im Umfeld von Lazarsfeld und beschäftigten sich erstaunlicherweise in erster Linie mit unterhaltenden fiktionalen Inhalten. So Herzogs (1944, 1941, 1940) Untersuchung der Gratifikationen, welche die Hörschaft aus Quizsendungen am Radio erhielt und jene der Hausfrauen aus den täglichen Hörfunkserien. Für das vorliegende Thema sind vor allem die Ergebnisse aus der Befragung zu den Gratifikationen der Hausfrauen aus ihren Daily Soaps interessant. Herzog stellte folgende Gratifikationen fest:

1. Einen stellvertretenden Ausgleich für die Nichterfüllung von Wünschen und Träumen.
2. Die Kompensation der eigenen Situation durch die Identifikation mit Lebensstilen, die belohnender wirken.
3. Die Möglichkeit, eigenes Versagen auf die Figuren der Handlung zu projizieren.
4. Ein Angebot von Ratschlägen für eine bessere Rollenausübung (Schenk 2002:627).

Wir stellen bereits bei diesem Inventar an Gratifikationsmustern fest, wie nahe sie den psychischen Mechanismen kommen und wie stark das kompensatorische und eskapistische Element betont wird.

Der spätere Aufschwung des Ansatzes in den 1970er-Jahren ist mit der Tatsache zu erklären, dass die 'klassische' Wirkungsforschung, basierend auf dem Stimulus-Response-Modell respektive dem Stimulus-Object-Response-Modell schon seit längerem in eine Sackgasse geraten war und nun nach neuen Konzepten und Ansätzen

gesucht wurde: "Too many of its adherents, this uses and gratifications approach is a welcome escape from the dead end of the traditional 'hypodermic' effect analysis [...]" (McLeod/Becker 1981:67; Renckstorf 1973:144ff).

Ein grosser Teil der Forscher befasste sich seit Beginn des Ansatzes mit dem Aufstellen von Gratifikations- und Bedürfnislisten. Bei diesen Inventaren gilt es zu unterscheiden zwischen den frühen und monofunktionalen Ansätzen und den späteren bifunktionalen oder multifunktionalen Klassifikationen. Bereits in den frühen monofunktionalen Ansätzen stand das Eskapismusbedürfnis als Realitätsflucht dominant im Zentrum (McDonald 1957; Pearlin 1959; Stephenson 1967). Ebenfalls monofunktional aber weniger pejorativ bewertet stellten Horton und Wohl (1956), Nordstrem (1970) und Rosengren (1972) in unterschiedlichen Studien das Bedürfnis nach sozialem Kontakt in den Mittelpunkt ihrer Betrachtungen. Der bekannte bifunktionale Ansatz geht von den beiden Funktionen Information (Wissensbildung, Orientierung) sowie Unterhaltung (Entspannung, Zerstreuung) aus, wird aber heute als zu vereinfacht kritisiert (Kunz 1994:91). Die multifunktionalen Klassifikationen stellen mehrheitlich eine Erweiterung der bifunktionalen Sichtweise dar, die entweder zusätzliche Medienfunktionen berücksichtigten oder die beiden Hauptfunktionen untergliedern. So wird als dritte Funktion oftmals die interpersonale Nützlichkeit (Stoff für persönliche Gespräche, Vergleich der eigenen Ansichten und Ideen) (Levy/Windhal 1984) und als vierte Funktion die Identitätsbildung und persönliche Integration aufgelistet (Kunz 1994:92).

Kunz stellt bei den angetroffenen Inventaren folgende drei Defizite fest. Erstens gibt es bei all diesen Auflistungen keinen theoretischen Rahmen respektive keinen allgemein gültigen Ausgangspunkt für eine systematische Klassifikation. Zweitens sind zahlreiche der vorhandenen Inventare sprachlich inkonsistent, d.h. verschiedene Begriffe thematisieren gleiche Sachverhalte usw. Drittens, hier sieht Kunz das grösste Problem, „[...] liegen die Inventare auf unterschiedlichen Ebenen, weshalb sich die Medienfunktionen nicht nur inhaltlich, sondern auch hierarchisch überschneiden und umfassen“ (Kunz 1994:94). Diese Kritik an den Inventaren und ihrer Entstehung ist wesentlich und soll unbedingt das notwendige Gewicht erhalten. Trotzdem soll aber weiter versucht werden, wichtige Aspekte für den *Wirklichkeitstransfer* aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz herauszufiltern, wenn auch vor diesem kritischen Hintergrund.

Ein häufig verwendetes Inventar, das wir hier beispielhaft aufführen wollen, ist jenes aus einer Untersuchung von McQuail, Blumler und Brown. In ihrer Studie (1972:155f) werden die motivationalen Orientierungen des Publikums durch qualitative Verfahren analysiert. Folgende Gratifikationsmuster wurden dabei festgehalten:

1) Diversion (Ablenkung von der Umwelt)

- Escape from the constraints of routine (Rückzug aus Alltagszwängen)
- Escape from the burdens of problems (Flucht vor Problemen)
- Emotional release (Freiheit der Gefühle)

2) Personal Relationships

- Companionship (Gemeinsamkeit mit Personen, die im Medium auftreten)
- Social utility (Nützlichkeit von Medieninhalten als Gesprächsstoff)

3) Personal Identity

- Personal reference (Vergleich der Medieninhalte mit der eigenen Situation)
- Reality exploration (Ausweitung der eigenen Realitätserfahrung durch die "Realität" der Massenmedien)
- Value reinforcement (Bestätigung und Bestärkung der eigenen Wertorientierung)

4) Surveillance (kognitive Kontrolle der Umwelt)

Die zwei wichtigsten Bedürfnisse im aufgeführten Inventar sind für den vorliegenden Kontext die 'Diversion' als Ablenkung von der Umwelt, die insbesondere mit dem Escape-Motiv einen ganzen Forschungszweig innerhalb der Medienwissenschaften generiert hat und 'Personal Relationships' beziehungsweise 'Personal Identity'. Rosengren unterscheidet bei Letztgenanntem noch weiter zwischen zwei Typen von Beziehungen: „Relations during the very act of consumption; and relations to media and their content outside the act of consumption. Both types of relationships may show individual patterns, stable over time, and differentially distributed in society” (Rosengren 1974:278, zitiert nach Drabzinsky 1982:39). Er nennt diese Beziehungen 'Consumption relations' und 'Outside relations'. Ein Beispiel der 'Consumption relations' sind die Beziehungen, die sich aus den Parametern der Identifikation und Interaktion (vgl. Kapitel zur Psychologie) ableiten lassen:

- Detachment (unbeteiligte Haltung, die weder durch Identifikation mit Figuren innerhalb eines Mediums, noch durch Interaktion mit solchen gekennzeichnet ist),

- Parasocial interaction (eine Beziehung zu einer Figur innerhalb eines Mediums als sei sie leibhaftig anwesend, jedoch ohne Aufgabe der eigenen Identität),
- Solitary Identification (eine Identifikation ohne die Konsequenz von Interaktionen mit Figuren innerhalb eines Mediums),
- Capture (eine durch Identifikation gestützte Interaktion).

Für die Analyse der Motive hinter einem *Wirklichkeitstransfer*, der in der kommunikativen Phase stattfindet, sind die 'Consumption relations' natürlich besonders zu beachten.

Die Bedeutung des Nutzen- und Belohnungsansatzes

Der kurze theoretische Abriss zum Nutzen- und Belohnungsansatz, insbesondere die Bedürfniskategorien von Mc Quail und die Hinweise von Rosengren zeigen, in welcher Richtung mit Hilfe dieses Ansatzes Motive und Bedürfnisse zum *Wirklichkeitstransfer* zu situieren respektive zu differenzieren sind. Gerade das Escape-Motiv, die Beziehung zu Personen aus den Medien in all ihren Facetten und das Bedürfnis nach Kontrolle über die Umwelt können als Motive oder zumindest Teil motive für einen *Wirklichkeitstransfer* gelten. Die Gratifikationsforschung bringt hier die bereits im vorgängigen Abschnitt zur Psychologie teilweise festgestellten Hintergründe für einen *Wirklichkeitstransfer* in einer auf die Mediennutzung zentrierten Auffassung, wenn auch mit der Betonung des kompensatorischen und eskapistischen Elementes, wieder zum Vorschein.

Der Mensch hat laut Nutzen- und Belohnungsansatz das Bedürfnis, Medien zu konsumieren, weil er mit deren Hilfe abdriften und die Welt um sich herum vergessen kann. Er kann so vor Problemen oder der Langeweile des Alltags flüchten, sich frei fühlen und neue Erfahrungen sammeln. Dieser Ausbruch aus dem einengenden Alltag erinnert stark an die Funktionen des Traumes (vgl. Kapitel V.2 zur Hirnforschung). Weiter kann der Mensch mit Hilfe der Medien auch sein Bedürfnis nach Beziehungen befriedigen. Er kann dabei entweder selbst in eine Rolle schlüpfen (vgl. dazu Kapitel V.6 zum Symbolischen Interaktionismus und Kapitel V.3.1 zu den psychischen Mechanismen) oder er kann eine parasoziale Beziehung aufbauen (vgl. Schenk 2002:679). All dies wird durch einen intensiven Medienkonsum, durch ein Mitleben in der sekundären medialen Realität erreicht, d.h. mit einem *Wirklichkeitstransfer*.

Das Vorhandensein dieser Bedürfnisse und des Nutzens aus dem Medienkonsum wurde in verschiedenen Studien basierend auf dem Nutzen- und Belohnungsansatz belegt und festgestellt. Einige Studien zum Eskapismus, der ein mögliches Motiv zum Eintauchen in die sekundäre mediale Realität liefert, sollen erwähnt werden. Z.B. stellten Schramm et al. (1961) in ihrer Untersuchung fest, dass es vor allem zwei Gratifikationstypen gibt, zum einen Inhalte mit Realitätsbezogenheit, die eher von verwertbarem Orientierungswissen geprägt sind und daneben Inhalte mit Phantasiebezogenheit, die Escape- und Unterhaltungsmotive befriedigen (vgl. Schenk 629–630). So kann laut Schramm et al. der Rezipient seine Probleme der primären Realität vergessen, er kann sich entspannen und sich dem Inhalt hingeben, er kann Emotionen ausleben, kann gehegte Wünsche befriedigen, kann die Regeln der primären Realität umgehen (Schramm/Lyle/Parker 1961:63f). Diese Studie zeigt, dass der Medieninhalt zur Befriedigung des Escape- Bedürfnisses und auch zum Eintreten in einen *Wirklichkeitstransfer* wesentlich vom Medieninhalt abhängt. Der Inhalt muss einerseits Realität simulieren, darf aber nicht einen zu dokumentarischen, informativen Charakter haben. Wir finden somit wiederum eine Bestätigung für unsere Überlegung, dass mit der modernen Technik und den heutigen Medieninhalten die Wahrscheinlichkeit für einen intensiven Medienkonsum, der zu einem Abdriften führt, steigt. Realität wird immer besser simuliert und die Programmstrukturen sind deutlich auf fiktionale Inhalte ausgerichtet.

Riley und Riley (1951) stellten in einer Untersuchung fest, dass viele Kinder, vor allem solche, die nicht fest in eine soziale Gruppe integriert sind, sich mit Hilfe von Medieninhalten eine Phantasiewelt erzeugen, in die sie sich aus der primären Realität flüchten (Riley/Riley 1951:456). Auch Maccoby (1954) zeigte, dass Medieninhalte dem Ausleben von Impulsen dienen, denen im realen Leben kein freier Lauf gelassen werden darf, also die Möglichkeit einer Flucht aus der Realität (ebd.:239). Dies ist ebenso zu lesen in einer Vielzahl von Studien aus den 1950er- und 1960er-Jahren, welche allerdings ideologisch geprägt sind: Das Gefühl der Entfremdung oder Benachteiligung, der Zustand psychischer Anspannung, Frustrationen und andere individuelle Probleme können eine intensivere Nutzung der Medien zur Folge haben (Drabczynski 1982:108f.).

Neuere Befragungen (z.B. das Projekt 'Jugend und die Medien in Nordrhein-Westfalen' von 1989) zeigten auch, dass vor allem Jugendliche die Medien nutzen, um

abzutauchen, den Alltag zu vergessen und sich dabei ganz intensiv dem Medieninhalt hingeben (Baacke 1989). Die Ausrichtung auf Jugendliche wird in Kapitel V.4. eingehend behandelt.

3.2.2 Antworten aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz

Der Nutzen- und Belohnungsansatz, welcher neben den erwähnten theoretischen Mängeln auch auf Grund seines individualistischen Ansatzes mannigfache Kritik erfahren hat, kann die Bedürfnisse hinter dem *Wirklichkeitstransfer* für das Individuum aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht teilweise erläutern respektive differenzieren. Dabei finden wir vor allem im Escape-Motiv, im Motiv der Beziehungssuche zu Personen aus den Medien in all ihren Facetten und im Bedürfnis nach der Umweltkontrolle plausible Katalysatoren (aber nicht allein erklärende Hauptgründe), die das Eintreten in einen *Wirklichkeitstransfer* anregen oder beschleunigen können. Resultate aus verschiedenen Untersuchungen zum Escape-Motiv bestätigen zudem weitere Annahmen, die im Zusammenhang mit dem *Wirklichkeitstransfer* gemacht worden sind (Art des Medieninhalts, der Eskapismus fördert, Kinder haben ein besonders grosses Escape-Bedürfnis).

Dennoch greift der Ansatz als Ganzes für eine Erklärung des *Wirklichkeitstransfers* oder allgemein für die Spielarten der modernen Mediennutzung zu kurz. Erstens werden die Motive kaum genau und begrifflich exakt erläutert und gefasst. Was bedeutet Langeweile, sich frei fühlen, flüchten etc.? Wohin flüchtet der Mensch und wie genau stellen sich die eingestellten Gratifikationen dar? Zweitens muss in Anbetracht der Erkenntnisse aus der Psychologie bezweifelt werden, dass der Rezipient sich seiner Bedürfnisse tatsächlich stets bewusst ist. Man muss doch annehmen, dass gerade das Escape-Bedürfnis sowohl bewusst als auch unbewusst im Rezipienten vorhanden sein kann. Drittens - und dies ist unsere Hauptkritik - geht der Ansatz gerade bei den für den *Wirklichkeitstransfer* interessanten Bedürfnissen von einer stark kompensatorischen Betrachtungsweise aus. Die Bedürfnisse aus einer negativen Lebenssituation heraus, die die Forscher, teilweise geprägt durch ideologisches Gedankengut, aufstellten, können nicht abschliessend als Bedürfnisse für den *Wirklichkeitstransfer* gelten. Es kann sogar vermutet werden, dass solche Bedürfnislisten tendenziell eher die Denkweise jener reflektieren, die die entsprechenden Untersuchungen leiteten und daher gerade in den 1970er-Jahren eine ideologische Sichtweise gegenüber den Massenmedien einnahmen. Wir sind aber fest überzeugt davon, dass auch aus purer Lust in die Medienwelt

abgetaucht wird (also die primäre Realität verlassen wird), oder aus Freude sowie aus Neugierde auf positive Erlebnisse. Mit dem Abundanzmotiv aus der Psychologie wurde die Neugierde, das Bedürfnis nach positiver Lebenserweiterung etc. gut aufgezeigt. Der eher kompensatorische Ansatz mit einer negativen Sichtweise stimmt in manchen Fällen bestimmt vor allem bei sozial benachteiligten Schichten. Er kann aber nicht abschliessend über alle Rezipienten hin erklärend wirken.

Wir denken, dass die Lücke, die sich in den Kommunikationswissenschaften gerade beim Nutzen- und Belohnungsansatz deutlich zeigt, mit dem *Wirklichkeitstransfer*, als übergeordnetem ganzheitlichem Ansatz, ja als neuer Theorie, geschlossen werden könnte. Um dem Nutzen- und Belohnungsansatz einen höheren Wert beimessen zu können, muss er mit den psychischen Mechanismen und auch den Handlungsmotiven (vgl. folgendes Kapitel V.3.2.3) in Beziehung gesetzt werden, womit er uns zur Ausdifferenzierung des Bedürfnisses innerhalb des komplexen Ansatzes des *Wirklichkeitstransfers* dienen kann. Dann kristallisiert sich heraus, dass der *Wirklichkeitstransfer*, der mit Hilfe der Medien erfolgt, dem modernen Menschen einiges bieten kann. Die gleichen Bedürfnisse könnten auch anderswo befriedigt werden, doch die Medien, insbesondere die audiovisuellen und interaktiven Medien, bieten eine Plattform zur Bedürfnisbefriedigung, wie sie sonst nirgendwo derart leicht vorzufinden ist.

3.2.3 Die Handlungstheorie

Die Handlungstheorie hat sowohl einen soziologischen als auch einen psychologischen Hintergrund. Mit ihr werden die Motive und die Strukturen von Handlungen und damit auch die Handlungen selbst erforscht. Wir wollen daher in diesem Kapitel der Frage nachgehen, welche Motive und Strukturen die Handlung *Wirklichkeitstransfer* kennzeichnen (vgl. zum ganzen Kapitel Bochsler/Kull 2004:258–274).

Gattlen und Steinmann (1997:VII) zeigen, dass die Handlungstheorie für die Medienwissenschaft ein nützliches Forschungsinstrument sein kann. Denn auch Medienhandeln beruht auf Motiven und diese Motive bestimmen die Art und Weise des Handelns. Im Gegensatz zum vorher behandelten Nutzen- und Belohnungsansatz werden in der Handlungstheorie aber nicht nur die Motive, sondern ebenfalls die Handlungen und das Verhalten selbst erforscht, d.h. der äussere Prozess der Handlung und deren emotional-kognitive Steuerung. Die Medienhandlung weist relativ wenig sichtbares Verhalten auf, dennoch kann sie als menschliche Handlung definiert werden.

„Das Handlungskonzept beschränkt sich keineswegs auf die sichtbare Aktivität, es umfasst ebenso die (unsichtbaren) kognitiven und emotionalen Prozesse“ (Gattlen/Steinmann 1997:2).

Motive zu Medienhandlungen sind dem Rezipienten nicht unbedingt bewusst, oft sind sie vielschichtig und sogar widersprüchlich. Es gibt affektive Handlungen (emotionale Prozesse) und Handlungen, die sich selbst in Gang halten (Flow). Beides sind nicht Motive im engeren Sinn, sondern unbewusste, innere Vorgänge. Geht dem Handeln ein kognitiver Prozess mit Zieldefinition voraus, in dem die Folgen des Handelns abgeschätzt werden, so spricht die Handlungstheorie von eigentlicher Motivation. Medienhandlungen sind oft einfach und vielfach Routine. Ihre ursprüngliche Motivation kann aber nachträglich bewusst gemacht werden. Handlungen im Tagesablauf, so auch Medienhandlungen, lassen sich nach der Herkunft der Motivation, nach der Bewusstheit der Motive und Ziele sowie nach dem sozialen Einfluss in verschiedene Typen einteilen. Im Wesentlichen unterscheiden Gattlen und Steinmann sechs Typen (ebd.:7):

- Zielgerichtetes Handeln: auf konkretes, bewusst antizipiertes Ziel ausgerichtetes Handeln mit verschiedenen Zielhierarchien,
- Bedeutungsorientiertes Handeln: sozialer Einfluss als primäre Quelle der Motivation; soziale Beziehungen,
- Prozessorientiertes Handeln: Handlungen, die von selbst ausgeführt werden, weil der Handlungsprozess an sich als belohnend empfunden wird (Flow-Erlebnis),
- Emotional-intuitives Handeln: unzählige kleine Handlungen, die sich nicht als Routine verstehen lassen und nur schwach im Bewusstsein präsent sind,
- Affekthandlungen: gesteuert durch Emotionen und äussere Auslöser bringen diese Handlungen Befriedigung durch Ausleben des Affekts,
- Mentales Handeln: willkürliches Nicht-Handeln; Ziele, Pläne, Entscheidungen führen zur Unterlassung der Ausführung.

Die Typologie zeigt auf, dass der Handlungstyp des prozessorientierten Handelns für den *Wirklichkeitstransfer* von Bedeutung sein dürfte. Beim prozessorientierten Handeln rezipieren Menschen Medien in erster Linie um der Tätigkeit selbst willen. Sie sind nicht bewusst-kognitiv gesteuert und ihnen liegen auch keine differenzierten (bewusstseinsfähigen) Motivstrukturen zugrunde. Falls überhaupt ein Motiv vorliegt, besteht dieses einzig darin, in den Flow zu kommen und diesen aufrechtzuerhalten“

(Gattlen/Steinmann 1997:9). So steht dieses Motiv auch im Gegensatz zu jenen aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz, der ja von einem aktiven Rezipienten ausgeht. In der Studie von Gattlen und Steinmann wird u.a. anhand von 445 Tiefeninterviews bei Medienrezipienten im Alter von 15 bis ca. 75 Jahren untersucht, in welchem Alterssegment das prozessorientierte Handeln am häufigsten vorkommt. Dabei fällt auf, dass das prozessorientierte Handeln mit dem Alter abnimmt und dass sich der prozessorientierte Typ mit einer Wahrscheinlichkeit von 72,4% bei der Medienrezeption alleine dem Medieninhalt aussetzt. Seine Hauptmotive sind das Entspannen und das Abschalten. Falls überhaupt Begleithandlungen auftreten, erfolgen sie zur Unterstützung der Prozesshandlung. Als Begleit- und Parallelhandlungen werden Essen und Entspannen genannt.

Das intensive Versetzen in eine andere Realität (*Wirklichkeitstransfer*) kann als prozessorientiertes Handeln betrachtet werden. Parallel dazu entdeckt man wiederum, dass vor allem jüngere Menschen prozessorientiert Medien rezipieren. Im Abschnitt zum Nutzen- und Belohnungsansatz zeigte sich ähnlich ebenfalls die Auffälligkeit, dass gerade junge Menschen durch den Medienkonsum das Escape-Bedürfnis befriedigen.

Mihaly Csikszentmihalyi (1985) hat das Flow-Erlebnis, welches als Motiv des prozessorientierten Handelns gilt, bei verschiedenen Tätigkeiten⁶⁰ untersucht und eine entsprechende Theorie aufgebaut. Csikszentmihalyi kommt zum Ergebnis, dass es bei den Handelnden zu einem tiefen Versinken in die entsprechende Tätigkeit kommen kann. In diesem Zustand wird die volle Aufmerksamkeit und Konzentration der Sache selbst gewidmet, so sehr, dass die Welt rundum gar in Vergessenheit geraten kann. Das Flow-Erlebnis besteht aus dem Verschmelzen von Handlung und Bewusstsein. Ein Verlust des Zeitgefühls und Selbstvergessenheit tritt ein. Der Handelnde ist vollständig in die Handlung vertieft, und die äusserst konzentrierte Beschäftigung mit der Aufgabe führt zu einer vollkommenen Absorption (ebd:59).

Die Schilderungen zum Flow gleichen jenen von Steinmann bei der Beobachtung seiner Tochter Sophie vor dem Fernsehapparat. Flow-Erlebnis und medialer *Wirklichkeitstransfer* scheinen im äusseren Prozess ähnlich zu sein. Beide Autoren vergleichen das beobachtete Phänomen mit der Trance und dies obwohl

⁶⁰ Schachspielen, Klettern etc.

Csikszentmihalyi andere Tätigkeiten als den Medienkonsum untersucht hat. Csikszentmihalyi zeigt auch, dass das Flow-Erlebnis nur zu Stande kommt, wenn sich die Fähigkeiten des Handelnden und die Handlungsanforderungen entsprechen und sich im Gleichgewicht zueinander befinden. Fühlt sich der Handelnde unterfordert und seine Fähigkeiten übersteigen die Anforderungen, so manifestiert sich dies in Langeweile. Umgekehrt kommt es bei Fähigkeiten, die den Anforderungen nicht genügen zu einer Überforderung, die sich in einem Gefühlszustand von Sorge oder Angst zeigt. In beiden Fällen kommt es nicht zu einem Flow-Erlebnis. Nur bei einer optimalen Anforderung an das Können und Wissen besteht die Chance, dass der Handelnde in den Flow-Zustand versinkt (Schwab 1996:80).

Hier findet sich ein wichtiger Hinweis zu den bereits gemachten Überlegungen in dieser Arbeit. Wie die Schlussfolgerungen aus dem Kapitel zur Hirnforschung zeigen, kann sich ein *Wirklichkeitstransfer* nur einstellen, wenn das Medienangebot die Aufmerksamkeit des Rezipienten erreicht beziehungsweise sein Gehirn optimal aktiviert wird. Bei Über- oder Unterforderung des Gehirns lässt die Aufmerksamkeit nach und der Rezipient 'erwacht' aus der Versenkung.

Csikszentmihalyi nennt in seinem Buch (1985:61–74) einige Merkmale, die er bei allen Menschen im Flow-Zustand beobachtet hat. Dies sind Verschmelzung von Handlung und Bewusstsein, Zentrierung der Aufmerksamkeit, Verschmelzen mit der Welt als 'Verlust des Selbst', Handlungen und die Umwelt unter Kontrolle, autotelisches Wesen der Handlung etc. Alle genannten Merkmale können beim Medienkonsum ebenfalls beobachtet werden. Mit anderen Worten kann sich also ein Flow-Erlebnis bei der Medienrezeption einstellen.

Erkenntnisse aus der Handlungstheorie für den *Wirklichkeitstransfer*

Die Handlungstheorie und insbesondere das Flow-Motiv zeigen, dass ähnliche Prozesse wie der *Wirklichkeitstransfer* auch bei anderen Tätigkeiten zu beobachten sind. Inwiefern sich *Wirklichkeitstransfer* und Flow-Erlebnis decken oder entsprechen, ist schwierig zu sagen. Analogien zwischen den beiden Prozessen bestehen aber zweifellos. Man kann davon ausgehen, dass der Flow ein bewusstes oder unbewusstes Motiv sein kann, um einen *Wirklichkeitstransfer* zu erleben. Das völlige Versinken, das fokussieren der Aufmerksamkeit, das Verschmelzen der Welt kann so weit gehen bis hin zu einem *Wirklichkeitstransfer*.

Der Flow an sich unterscheidet sich theoretisch aber wesentlich von unserem Ansatz des *Wirklichkeitstransfers*. Die Flow-Theorie differenziert nicht zwischen den unterschiedlichen Wirklichkeitsebenen und psychischen Verschiebungen und Versetzungen, die stattfinden können. Das Phänomen wird in der Flow-Theorie eher bildlich beschreibend dargestellt im Gegensatz zu unserem umfassenderen, vertiefenderen Ansatz, bei dem stärker nach den Motiven, Prozessen und Gesamtzusammenhängen gefragt wird.

Generell wollen wir die Handlungstheorie unbedingt als wichtige Ergänzung zu den psychologischen Aspekten und zu denjenigen aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz aufnehmen. Erstens beschreibt die Handlungstheorie mit dem Flow-Konzept die äussere Struktur einer solchen Handlung und zweitens verfolgt die Handlungstheorie keinen wertenden Ansatz, sondern geht auch von der positiven Motivation zum Abtauchen aus. Gerade dieser positive Aspekt scheint uns im prozessorientierten Handlungstyp gut dargelegt und eine sinnvolle Interpretationshilfe für die Motive zum *Wirklichkeitstransfer* zu sein.

3.2.4 Antworten aus der Handlungstheorie

An die Handlungstheorie haben wir die Frage nach den Motiven und Strukturen, die den *Wirklichkeitstransfer* kennzeichnen gestellt. Laut Handlungstheorie kann der intensive Medienkonsum, also auch ein *Wirklichkeitstransfer*, als Handlung begriffen werden. Die Motive zu dieser Handlung können eindeutig bewusst oder auch unbewusst sein. Naheliegend erscheint jedoch, dass der *Wirklichkeitstransfer* dem Typus der prozessorientierten Handlung entspricht. Das bedeutet, der Rezipient gibt sich dem *Wirklichkeitstransfer* um des Transfers selbst willen hin. Der Transfer selbst, also die Medienhandlung, gibt dem Rezipienten eine Befriedigung. Damit ist auch erstmals in diesem Kapitel eine eindeutig positive Kraft hinter dem *Wirklichkeitstransfer* erkannt worden und das Abtauchen wird nicht nur als negativ oder gefährlich gedeutet.

Als Motiv hinter dem prozessorientierten Handeln können wir mit Hilfe der Handlungstheorie den Flow erkennen. Das Flow-Motiv bedeutet, dass man im Strom der Medien aufgehen will, bis es zu einer Verschmelzung von Bewusstsein und Handlung kommt. Der Rezipient vergisst dann die Welt um sich herum und geht im Medieninhalt auf. Dieses Motiv tritt häufiger bei jüngeren als bei älteren Personen auf, wie in der

Studie von Gattlen und Steinmann festgestellt wurde. Die Beschreibung der Verschmelzung von Bewusstsein und Handlung deckt sich mit den beobachteten Strukturmerkmalen von Steinmann in seinem Aufsatz 'Sophies zweite Welt - Das Publikum im Wirklichkeitstransfer' (2004).

4. Kinder und Jugendliche

Die Kinder und ihr Medienverhalten – beobachtet an der eigenen Tochter – war einer der Ausgangspunkt, dank dem es überhaupt zu Steinmanns ersten konkreten Überlegungen bezüglich des *Wirklichkeitstransfers* kam. Spontan fällt eine intensive Versetzung während des Medienkonsums vor allem bei Kindern auf (vgl. Kapitel III.1.1). Auch in den bereits angesprochenen Theorien und Studien wurden Kinder oftmals als Sonderfall bei der Mediennutzung genannt. So haben laut dem Nutzen- und Belohnungsansatz Kinder und Jugendliche häufig das Escape Bedürfnis⁶¹ oder sie nutzen die Medien aus dem Flow-Motiv heraus (siehe vorhergehendes Kapitel V.3.2). Weiter sind Kinder und Jugendliche (vgl. Kapitel III) besonders starke Nutzer von interaktiven Medien. Ein grosses Angebot an unterhaltenden fiktionalen Inhalten wird für diese Zielgruppe speziell produziert.

Das Medienverhalten und dabei in erster Linie das Fernsehverhalten von Kindern beschäftigt die Öffentlichkeit, die Fernsehmacher, die Pädagogen und die Lerntheoretiker seit den 1960er- und 1970er-Jahren. Dieser ganze Forschungszweig wird hier nicht aufgerollt, da lediglich das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* interessiert. Mit Hilfe der Pädagogik, Entwicklungspsychologie und auch mit medienwissenschaftlichen Ansätzen sollen Erklärungen zum *Wirklichkeitstransfer* bei Kindern und Jugendlichen gesucht werden. Insbesondere stehen folgende Fragen im Mittelpunkt: Wie erleben Kinder die intensive Medienrezeption? Gibt es Veränderungen bezüglich des Medienverhaltens und damit auch im Erleben des *Wirklichkeitstransfers* in der Entwicklung des Kindes? Welche Rolle kann der *Wirklichkeitstransfer* im Leben von Kindern spielen? Warum sind Kinder stark vom *Wirklichkeitstransfer* betroffen? (vgl. zum ganzen Kapitel Jäggi/Mlakar/Sigg/Zaugg 2004: 155–178).

4.1 Die kommunikative Phase

Gerhard Maletzke befasste sich Ende der 1970er-Jahre in seinem Aufsatz 'Kinder und Fernsehen' (Maletzke 1979:47ff.) u.a. mit dem Erleben der Kinder während des Fernsehkonsums. Er fragte, nach den psychologischen Vorgängen in der kommunikativen Phase und bezeichnete diese als einen wichtigen Teil der Voraussetzungen für die Wirkung des Fernsehens auf die Kinder. Maletzke bedauert,

⁶¹ Das kritisieren wir deutlich, da wir auch einen grossen Teil der Mediennutzung aus positiven Bedürfnissen heraus anerkennen. Wir sehen hinter dem *Wirklichkeitstransfer* zusätzlich auch das Motiv der Lust.

dass die Vorgänge während des Medienkonsums kaum untersucht wurden (vgl. Kapitel IV. Maletzke Zitat). Doch auch er selbst behandelt dieses Thema mit lediglich je einem Abschnitt zu Wahrnehmung und Aufmerksamkeit sowie zu kognitiven Aspekten sehr kurz. Im ersten Abschnitt 'Wahrnehmung und Aufmerksamkeit' greift Maletzke vor allem auf Studien von Hertha Sturm zurück.

Sturm untersuchte das Fernseherleben der Kinder und stellte fest, dass formale Aspekte von Sendungen die kommunikative Phase der Kinder massgeblich beeinflussen. Ist der Inhalt für das Kind zu kompliziert und wird es überfordert, so lässt seine Aufmerksamkeit nach. Sturm geht davon aus, dass je jünger ein Kind ist, desto geringer sind seine Aufmerksamkeitsspannen und desto punktueller seine Umweltsicht (Maletzke 1979:48). Empirische Daten zum Thema Aufmerksamkeit bei Kindern liegen kaum vor. Firnkes et al. (1972:8) stellten bei einer Untersuchung in den 1970er-Jahren bei 259 Vorschulkindern fest, dass sich rund 50% der Kinder während des Fernsehkonsums ruhig verhielt. Andere wirkten abgelenkt, was sich durch Aufstehen und Herumlafen zeigte. Das konzentrierte Zuschauen nahm bei den Kindern in den höheren Altersgruppen zu. Dabei waren 29% der Kinder höchstens 10 Minuten lang aufmerksame Zuschauer, 26% sahen eine halbe Stunde und 44% die ganze Sendung an. Am relativ stärksten besetzt war die letzte Gruppe, d.h. die Kinder, deren Aufmerksamkeit kaum von der Zeitdauer abhängig war.

Eine weitere Untersuchung mit Vorschulkindern (Pflüger/Winkert 1974:65) kommt zum Schluss, dass die Aufmerksamkeit und Konzentration während der kommunikativen Phase zu- und abnimmt: „Nach Phasen starker Aufmerksamkeit (die durch den jeweiligen Inhalt bedingt sind) folgen jeweils Phasen der Entspannung (Abwendung vom Bildschirm). Dabei scheinen sich im Verlauf der Kurven gewisse Regelmässigkeiten abzuzeichnen. So nehmen die Abwendungen, abgesehen von eigenen Abweichungen, relativ periodisch zu und ab“ (ebd.). Dieses Hin- und Herschwanken zwischen Konzentration und Ablenkung deckt sich mit den Ergebnissen aus der Hirnstrommessung von Miller, welcher ebenfalls von einer Schwankung zwischen aktivem und passivem Zustand des Rezipienten berichtet (vgl. Kapitel V.2)⁶².

⁶² Die Studie von Miller wurde allerdings mit Erwachsenen durchgeführt. Es liegt hier die Vermutung nahe, dass sich sowohl bei Erwachsenen als auch bei Kindern die Aktivitäts- und Passivitäts- resp. Aufmerksamkeits- und Unaufmerksamkeitsphasen abwechseln. Bei Kindern ist dies vermutlich äusserlich besser zu beobachten, da sie ungenierter aufstehen, sich bewegen und so der Unkonzentriertheit Ausdruck verleihen.

Bei Groebel (1998) findet sich zu diesem Thema der Begriff der Aufmerksamkeitsträgheit, welcher das Erleben der Kinder beim Medienkonsum prägt. Ein Kind, das einige Anfangsminuten vor dem Bildschirm verharrt, wird sich mit immer geringerer Wahrscheinlichkeit wieder vom Bildschirm abwenden. Dies gilt auch dann, wenn der Inhalt wechselt, also eigentlich das Interesse des Kindes wieder nachlassen müsste. Zwar wird hier noch nicht von einer Suggestiv- oder Hypnosewirkung des Fernsehens gesprochen, wie dies im Abschnitt zur Hirnforschung der Fall war, aber sicherlich von einer Art Sogwirkung, welche die Umweltreize während des Fernsehkonsums zunehmend ausklammert (vgl. dazu Kapitel V.2 zur Hirnforschung und Groebel 1998:3). Das Fernsehen übt eine grosse Anziehungskraft auf das Kind aus, dies wird in manchen Studien gezeigt (vgl. Sturm/Brown 1979).

Die Aufmerksamkeit der Kinder geht verloren, wenn die Inhalte so gestaltet sind, dass Inferenzschlüsse gezogen werden müssen. Die Fähigkeit Inferenzschlüsse bei einer Sendung zu ziehen, ist bei den Kindern meist nicht vorhanden. Bei vielen Fernsehangeboten wird der Handlungsverlauf über einzelne Zeitpunkte hinweg dargestellt. Dazwischen hat eine weitere Handlung stattgefunden und der Zuschauer ist somit gezwungen, die Zwischenräume inhaltlich selbst auszufüllen – also Inferenzschlüsse zu ziehen – und sich vorzustellen, was in der Zwischenzeit passiert ist. Bei jüngeren Kindern ist diese Fähigkeit noch nicht ausgeprägt. Sie nehmen jede Szene als eigene Geschichte wahr und verstehen zum Teil überhaupt nichts, wenn solche Inferenzschlüsse vom Programm her gefordert sind. Gerade deshalb können einzelne Bilder auf Kinder eine besonders starke Wirkung haben. Der Erwachsene kann das einzelne Bild in den gesamten Handlungsablauf integrieren. Das Kind hingegen nimmt nur die einzelne Szene, das einzelne Bild wahr und ist dementsprechend schneller emotional berührt, da das Bild viel eigenständiger ist, einen eigenen Aussagecharakter hat (Groebel 1998:5). Ähnliches belegen die Untersuchungen von Pflüger (1974: 29ff). Die jüngeren Kinder haben die wesentlichen Inhalte der Sendung aufgenommen, die Sendung selbst aber nur in groben Abläufen verstanden. Es wurde bei diesen kognitiven Wirkungen ein eindeutiger Zusammenhang zwischen dem Alter und damit der Entwicklungsstufe der Kinder ausgemacht. Andere Faktoren, wie soziale Schicht etc. beeinflussen das Verständnis der Kinder kaum.

Relevantes zum *Wirklichkeitstransfer* aus diesen Erkenntnissen

Die medienwissenschaftliche Literatur hat sich wenig mit dem Erleben der Kinder in der kommunikativen Phase beschäftigt (wie auch nicht mit dem der Erwachsenen). Wie obiger Abschnitt zeigt, wurden vor allem die Aufmerksamkeitsverläufe, sowie das kognitive Verständnis für eine Sendung empirisch untersucht. Die Resultate zeigen, dass Kinder zwischen Konzentration (und damit Versenkung in den Medieninhalt also einem *Wirklichkeitstransfer*) und Unaufmerksamkeit hin und her schwanken. Die Konzentrationsfähigkeit hängt im Wesentlichen mit dem gebotenen Inhalt und dem Alter der Kinder zusammen. Eine allgemeine Aufmerksamkeitsträgheit beim Medienkonsum der Kinder wird auch festgestellt. Für den *Wirklichkeitstransfer* zeigt sich daher, dass er bei Kindern vermutlich nur bei einem der Altersstufe angepassten medialen Inhalt eintreten kann. Denn wie wir aus der Hirnforschung wissen, ist eine vollständige Konzentration und Aufmerksamkeit nötig, um im Medieninhalt zu versinken. Die Entwicklungsstufe, in der sich das Kind oder der Jugendliche befindet, spielt eine wesentliche Rolle, wenn man den *Wirklichkeitstransfer* beim Kinde näher erfassen will.

4.2 Die Entwicklungsstufen

Um die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen besser von jener der Erwachsenen abgrenzen und verstehen zu können, müssen die verschiedenen Entwicklungsstufen des Menschen bekannt sein. Erst so kann gezeigt werden, in welchen Phasen und auf welche Weise die Medien auf das Kind einwirken bzw. die Medieninhalte vom Kind überhaupt aufgenommen werden. Zur geistigen Entwicklung des Kindes hat Jean Piaget die bekannteste Entwicklungstheorie aufgestellt (vgl. Piaget 1975), auf welcher ein Grossteil der Literatur aufbaut. Piaget unterscheidet zwischen vier Phasen in der Entwicklung, die nachfolgend in Bezug auf den Medienkonsum beschrieben werden:

1. Die sensu-motorische Stufe
2. Die präoperationale Stufe
3. Die konkret-operationale Stufe
4. Die formal-operationale Stufe.

Altenthan (1996:5ff) beschreibt zur sensu-motorischen Stufe des Kindes von der Geburt bis zum zweiten Lebensjahr, dass das Kind gegen Ende dieser Phase (also mit zwei Jahren) bereits fähig ist, Medieninhalte aktiv zu rezipieren, dass es aber die Inhalte noch nicht versteht und beispielsweise beim Fernsehen lediglich die Bilder verfolgt und den

Ton hört. Es kann sich aber die Bilder verinnerlichen und ist so auch fähig, aufgeschnappte Dinge nachzuahmen. Das Medium hat bereits eine grosse Anziehungs- respektive Ablehnungskraft auf Kinder in diesem Alter. Die bewegten Bilder ziehen das Kind sehr schnell in ihren Bann, oft ist es dabei gleichgültig, um welche Art von Bildern es sich handelt. Da Kinder in diesem Alter noch vorwiegend in Bildern denken, haben diese auch eine grosse Wirkung. Das Kind kann der primären Realität entflüchten und befindet sich in der Fernsehwelt, ohne es zu merken. Mit dem Erlernen der Sprache versucht das Kind mit den fiktiven Figuren zu sprechen, was darauf hindeutet, dass das Kind tatsächlich absorbiert ist und sich in der sekundären medialen Realität bewegt.

Das Hauptmerkmal der präoperationalen Stufe, in der sich das Kind vom zweiten bis zum siebten Lebensjahr befindet, ist seine 'Ich-Bezogenheit', d.h. es kann sich noch nicht in andere Personen hineinversetzen und deren Blickwinkel einnehmen. Man spricht daher in der Pädagogik und Entwicklungspsychologie auch von der 'Eingleisigkeit des Denkens' oder dem 'Egozentrismus und Realismus' (Hobmair 1997:242). Das Kind ist in diesem Alter stark an konkrete Wahrnehmungen gebunden. Bei bewegten Bildern wie beim Fernsehen kann das Kind noch nicht richtig verstehen, was passiert. Auch nicht existierende Gegebenheiten wie Fernsehinhalte, Phantasien oder Träume werden als real existierend wahrgenommen (ebd.). Es kann also Eindrücke auch nicht immer richtig verarbeiten. Das Kind kann sich in seiner 'Ich-Bezogenheit' schwer vorstellen, was andere Gestalten aus der sekundären medialen Realität denken oder fühlen. Darum wird das Kind in der Rezeptionsphase selbst zu einem Teil der Medienrealität, da es nur auf diese Weise dabei sein und mitdenken kann.

Zwei weitere Merkmale dieser Entwicklungsstufe sind der 'Anthropomorphismus' (griechisch Anthropos: Mensch; Morphe: Gestalt) und das 'zweckgerichtete Deuten' von Vorgängen. Ersteres bedeutet, dass die Kinder alle Dinge mit den gleichen Fähigkeiten ausstatten, die sie selber haben. Es gibt noch keine Möglichkeit, zwischen belebten und unbelebten Objekten zu unterscheiden. Tendenziell vermenschlichen die Kinder alles. Mit Letzterem ist gemeint, dass die Beseelung der Umwelt dazu führt, dass jede Handlung zweckgerichtet gedeutet wird. In der Deutung des Kindes geschieht alles mit einer Absicht in Bezug auf die eigene Person. Schimpft die Hexe im Fernsehen so schimpft sie wegen dem Kind. Die Sonne scheint, damit das Kind baden gehen kann etc. Es erscheint damit plausibel, dass das Kind im 'Egozentrismus', im 'Realismus', im

'Anthropomorphismus' und im 'zweckgerichteten Denken' nicht zwischen Fiktion und Realität zu unterscheiden vermag.

Vom siebten bis zum dreizehnten Lebensjahr (konkret-operationale Stufe) macht das Kind grosse Fortschritte beim Denken. Es ist nicht mehr nur an die konkrete Wahrnehmung und Erfahrung gebunden. Es kann gedankliche Schlüsse ziehen, Lösungen innerlich vorausdenken und zunehmend den Gesetzen der Logik folgen. Das Denken bleibt aber an tatsächliche Gegebenheiten gebunden. Man spricht nun vom 'beschreibenden Denken'. Das Kind entwickelt so auch innere Anschauungen und Vorstellungen. Es hat damit die Fähigkeit, Medien zu verstehen und zwischen realer Welt und Medienrealität zu unterscheiden. Es kann sich jetzt in andere Personen hineinversetzen und sieht nicht mehr alles nur aus seiner eigenen Sicht. Die Phase des Egozentrismus ist überwunden. Dies bedeutet aber auch, dass es sich mit bestimmten Figuren identifizieren kann und diese dann in der Realität nachspielt. Mit Hilfe der inneren Anschauung kann sich das Kind vollständig in die Medienrealität hineinversetzen und sich auch eine eigene Welt schaffen.

Die letzte Entwicklungsstufe des Kindes oder des Jugendlichen ist die formal-operationale Stufe (13. bis 20. Lebensjahr). Nun ist abstraktes Denken möglich. Hypothesen können gebildet und überprüft werden und Gedanken werden selbst zum Gegenstand des Nachdenkens. Dieser Lebensabschnitt ist bei den meisten Kindern vor allem durch die Pubertät geprägt. Sie ist oft eine schwierige und gleichzeitig auch eine entscheidende Zeit im Leben eines Menschen. Häufig wird von den Forschern in dieser Phase eine Flucht vor dem Alltag in eine andere Welt beobachtet (vgl. die Studien zum Eskapismus in Kapitel V.3.2.1). Die Pädagogik spricht in diesem Zusammenhang von einem 'bewussten Abtauchen'. Dieses bewusste Abtauchen oder die Flucht vor dem Alltag können durch den Medienkonsum sehr gut erfolgen. Die Medieninhalte bieten den Jugendlichen geradezu fixfertige sekundäre Realitäten an, in die hinein sie sich versetzen können.

In der Pädagogik wird davon ausgegangen, dass die Medien in allen Lebensabschnitten des heranwachsenden und zu erziehenden Menschen von nicht zu vernachlässigender Bedeutung sind (vgl. Theunert 1994). Viele Erlebnisse mit Medien werden von Kindern auf spielerische Weise verarbeitet, indem sie beispielsweise den Helden einer Serie nachspielen (vgl. Begert/Steinmann 1997:33). Bei solchen Aktionen vergessen die

Kinder nicht selten, dass sie das Ganze nur spielen, auch wenn es dabei manchmal nicht nur um amüsante sondern auch um gefährliche Handlungen geht (vgl. Bodmer 2003).

Wichtig im vorliegenden Kontext ist es zu wissen, dass Kinder mit Medieninhalten emotional umgehen, d.h. sie erleben angenehme oder unangenehme Gefühle tatsächlich mit. Das Gleiche wurde bereits im Abschnitt zur Hirnforschung (Kapitel V.2.3.4) gezeigt. Medieninhalte lösen allgemein beim Rezipienten wie die realen Inhalte Emotionen und Reaktionen aus. Bei Kindern, welche emotionaler handeln als Erwachsene, wirkt sich dies noch stärker aus. Oft hilft das Medium den Kindern, Defizite in ihrer Realität zu kompensieren oder sie träumen sich positiv motiviert in Wunschvorstellungen hinein, bei denen sie dann nicht mehr zwischen primärer und sekundärer medialer Realität zu unterscheiden vermögen. Das zeigt sich oft in ihren Träumen, in denen das Unterbewusste die Kinder einholt. Die Traum Inhalte sind dann oft eine Mischung aus Elementen des Medienlebens und der realen Umgebung der Kinder, wobei die Kinder oft selber mitten im Geschehen drin stecken.

Relevantes an den Entwicklungsstufen für den *Wirklichkeitstransfer*

Betrachtet man den *Wirklichkeitstransfer* vor dem Hintergrund der Entwicklungsstufen des Kindes, so stellt man fest, dass die Kinder möglicherweise bis zur konkret-operationalen Stufe in ihrer Entwicklung beinahe bei jeder Medienrezeption einen *Wirklichkeitstransfer* erleben. Sie sind noch nicht fähig, eindeutig zwischen primärer und sekundärer medialer Realität zu unterscheiden und durch ihre 'Ich-Bezogenheit' können sie nicht abstrahieren und Inhalte aus der Perspektive anderer Personen wahrnehmen (Hobmair 1997:242; Piaget 1950). Mit anderen Worten versetzen sie sich während der kommunikativen Phase regelmässig in die sekundäre Medienrealität, was im Nachhinein Auswirkungen auf ihre primäre Realität haben dürfte.

Da Kinder im Allgemeinen gerne Medien konsumieren (Begert/Steinmann 1997:13–17; Feierabend/Klingler 2003; Maletzke 1979:33) und dabei ganz besonders unterhaltende fiktionale Inhalte (Begert/Steinmann 1997:24–26; Saxer/Bonfadelli/Hättenschwiler 1979: 103/113) kann davon ausgegangen werden, dass *Wirklichkeitstransfers* bei Kindern häufig und heutzutage immer häufiger stattfinden. Weil bewegte Bilder die Kinder stark anziehen, tritt der *Wirklichkeitstransfer* vermutlich bei der Fernsehrezeption schneller auf als bei der Rezeption von Büchern oder Audio-Medien. Die interaktiven Medien, die

einen *Wirklichkeitstransfer* noch mehr anregen, sind ebenso auf die Zielgruppe der Kinder zugeschnitten und werden von ihnen genutzt (vgl. Grossmann/DeGaetano 2002; Geretschlaeger 1991).

Während der konkret-operationalen Stufe ist das Kind fähig, sich mit Figuren zu identifizieren und kann deren Handlungen nachvollziehen. Das bedeutet, dass nun das Kind die psychologischen Mechanismen einsetzen kann und dies auch in der sekundären medialen Realität tut. Der *Wirklichkeitstransfer* wird durch diese Mechanismen stark gefördert und hat damit eine neue Funktion für das Kind bekommen.

In der formal-operationalen Stufe dienen laut verschiedenen Studien die Medien den Kindern oft zum Abtauchen und zur Flucht vor den Problemen des Alltags. Wieder können sich *Wirklichkeitstransfers* beim Medienkonsum des Kindes zu einem bestimmten Zwecke ereignen. Wie im Abschnitt zum Nutzen- und Belohnungsansatz festgestellt wurde (Kapitel V.3.2.1), verwendet das Kind Medieninhalte bewusst für eine Flucht aus der primären Realität und zu deren Bewältigung. Untersuchungen (z.B. das Projekt Jugend und die Medien in Nordrhein-Westfalen von 1989) aus der Medienforschung bestätigen (Baacke 1989) dies⁶³. Ebenso zeigte die Handlungstheorie, dass bei jungen Medienrezipienten der Typus des prozessorientierten Medienkonsums, d.h. der Medienkonsum um seiner selbst willen (Flow, Abtauchen), besonders stark verbreitet (Gattlen/Steinmann 1997/43 und 55) ist.

Wir folgern daraus: Der *Wirklichkeitstransfer* tritt bei Kindern und Jugendlichen noch gehäufte auf als bei erwachsenen Rezipienten. Zusammengefasst sind die wesentlichen Gründe dafür das grosse Angebot von fiktionalen Medieninhalten, die immer häufiger für Kinder gestaltet werden, häufige Nutzung interaktiver Medien durch Kinder ('gamen') und die unterschiedliche Fähigkeit zur kognitiven Leistung. Kinder und Jugendliche nehmen Medieninhalte anders auf als Erwachsene, wie die Darlegung der Entwicklungsstufen gezeigt hat.⁶⁴

⁶³ Anmerkung: Feilitzen (1975) kommt in ihrer Studie mit schwedischen Kindern zum Schluss, dass das häufigste Motiv der Kinder zum TV-Konsum die Unterhaltung und nicht eine „Flucht vor dem Alltag“ sei. Im Vergleich zu anderen Studien stellt man jedoch fest, dass der Begriff Eskapismus ein sehr offener und damit nicht exakt definierter Begriff ist. Sich 'unterhalten wollen' kann auch 'Flucht vor dem Alltag' bedeuten etc.

⁶⁴ Empirische Studien untermauern dies. So zeigen Baacke, Frank und Raade in einer Untersuchung (Baacke/Frank/Raade:1998), dass die Medienkommunikation (oder -rezeption) bei Kindern und Jugendlichen durch 'Unmittelbarkeit, Vertrautheit, Nähe und Distanzlosigkeit' geprägt ist, so dass die

4.3 Antworten zum *Wirklichkeitstransfer*

Folgende Fragen wollen wir nachfolgend direkt beantworten. Wie erleben Kinder die intensive Medienrezeption? Gibt es Veränderungen bezüglich des Medienverhaltens und damit auch im Erleben des *Wirklichkeitstransfers* in der Entwicklung des Kindes? Welche Rolle kann der *Wirklichkeitstransfer* im Leben von Kindern spielen? Warum sind Kinder stark vom *Wirklichkeitstransfer* betroffen?

Kinder schwanken während der kommunikativen Phase zwischen Aufmerksamkeit und Unaufmerksamkeit. Die Konzentrationsfähigkeit hängt mit dem Alter und dem Medieninhalt zusammen. Je älter das Kind, desto besser kann es sich konzentrieren, je verständlicher und ansprechender der Inhalt, desto besser kann sich das Kind konzentrieren.

Wie die unterschiedlichen Entwicklungsstufen des Kindes zeigen, können die Medien je nach Alter unterschiedliche Rollen im Leben des Kindes spielen. Sie können u.a. ein bewusstes Abtauchen provozieren, parasoziale Beziehungen schaffen, Wunschträume erfüllen⁶⁵. Interessant ist, dass die Medien, insbesondere die audiovisuellen, schon auf ganz kleine Kinder grosse Anziehungskraft ausüben und es für das Kind schwierig ist, sich vom Fernsehen zu lösen ('Aufmerksamkeitsträgheit').

Da sich die Medienrezeption von Kindern und von Erwachsenen darin unterscheidet, dass sie einerseits bis zu einem gewissen Alter (bis ca. 7-jährig) gar nicht zwischen Realität und Fiktion zu unterscheiden vermögen, keine Inferenzschlüsse ziehen können und sich andererseits ihre Rezeption durch Unmittelbarkeit, Vertrautheit, Nähe und Distanzlosigkeit auszeichnet, kann davon ausgegangen werden, dass Kinder den *Wirklichkeitstransfer* häufiger erleben als Erwachsene (vgl. Thesen von Steinmann Kapitel II.2). Bei kleinen Kindern (Stichwort 'Egozentrismus' und 'Realismus'), die noch nicht zwischen Fiktion und Realität zu unterscheiden vermögen, geschieht der *Wirklichkeitstransfer* sicher unbewusst. Ohne *Wirklichkeitstransfer* kann das Kind den

Rezeption für die Kinder und Jugendlichen einer face to face Kommunikation nahe kommt. Dies kann para- oder quasisoziale Verhaltensweisen schaffen, was das 'im Bann der Medien liegen' (oder den *Wirklichkeitstransfer*) erklären könnte. Auch Jo Groebel (1998), der die wichtigsten Resultate in seinem Aufsatz 'Kinder und Medien in der internationalen Forschung' zusammenfasst, gibt an, dass durchgängig (abgesehen vom kulturellen und sozialen Hintergrund) festgestellt wird, dass Kinder unter 6–7 Jahren noch deutliche Schwierigkeiten haben, die primäre Realität von der sekundären medialen Realität zu unterscheiden. Eine deutliche Trennung lässt sich erst im Alter von 7–8 Jahren erkennen.

Medieninhalt gar nicht sinnvoll rezipieren, d.h. in seinem Sinne verstehen. Bei älteren Kindern, insbesondere in der Pubertät, kann der Transfer als Flucht vor dem Alltag oder als Abtauchen in eine Phantasiewelt vermutlich bewusst in Gang gesetzt werden.

Weiter zeigt die Publikums- und Programmforschung, dass die Kinder der heutigen Generation bereits besser mit der Medienrezeption vertraut sind, sich mit neuen interaktiven Technologien auskennen (und diese besitzen) und dass die Programmierer spezielle Angebote für die jungen Rezipientengruppen (Kinderkanal etc.) schaffen.

Es wird angemerkt, dass die Forschung zur Mediennutzung der Kinder und zu den Motiven und Auswirkungen meist einen äusserst kritischen, ideologischen Hintergrund hatte. Als Motive zum Abtauchen finden wir wiederum (vgl. Nutzen- und Belohnungsansatz) vor allem die Flucht vor dem Alltag und das Vergessen der Sorgen in der primären Realität. Es soll daher noch einmal betont werden, dass auch dieser Forschungszweig für uns keine vollständig befriedigenden Erkenntnisse zum Phänomen *Wirklichkeitstransfer*, hier in Bezug auf Kinder und Jugendliche, liefern kann. Wir sind der festen Überzeugung, dass auch positive Motive hinter dem *Wirklichkeitstransfer* stehen und dass nicht alle Kinder, die sich in die Welt der Medien ziehen lassen, gestresst sind und sich vor dem Alltag flüchten wollen.

⁶⁵ Vgl. hierzu auch die frühere Rolle der Märchen in Bettelheim (1977).

5. Alternative Konzepte

Bis anhin wurden nur einzelne Aspekte zum *Wirklichkeitstransfer* in bereits bestehenden Theorien, Ansätzen oder Studien gefunden und aufgezeigt. Jetzt sollen jene Ansätze behandelt werden, in denen das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* als etwas Ganzes bereits angedeutet oder in einer verwandten Form darauf hingewiesen wird. Selbstverständlich muss es sich bei diesen Ansätzen um solche mit einem integrativen, offenen Charakter, die sich nicht nur auf die Kommunikationswissenschaft beschränken, handeln. Es sind dies die Cultural Studies und die Screen-Theorie. Beides sind wie der *Wirklichkeitstransfer* keine geschlossenen Theorien und beide beschäftigen sich mit einem dem *Wirklichkeitstransfer* vergleichbaren oder analogen Phänomen. Es geht hier also um die Frage, wie andere Ansätze das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* erfassen.

5.1 Die Cultural Studies

Zuerst soll kurz in die Cultural Studies insgesamt eingeführt werden, um darauf jene Ansätze, die sich mit dem *Wirklichkeitstransfer* als eine Versetzung in die sekundäre mediale Wirklichkeit während der kommunikativen Phase beschäftigen, vorzustellen (vgl. zum ganzen Kapitel Kreiselmaier/Vasella/Lenz 2004:119–222).

Die Relevanz der Cultural Studies für die Medienwissenschaft und umgekehrt wurde schon 1910 von Max Weber erkannt. „Er begriff das Zeitungswesen als ein kulturbedeutsames Forschungsthema, dessen Sinn für das individuelle Leben zu erforschen sei“ (Hepp/Winter 1999:9). Besonders seit den 1970er-Jahren untersuchen die Forscher der Cultural Studies in diesem Kontext die subjektive Bedeutung medialer Formen (ebd.). Indem in den gegenwärtigen Gesellschaften durch die Cultural Studies die Zusammenhänge von Medienprodukten und ihrer Aneignung greifbar gemacht werden, erhält die Beschäftigung mit Medien innerhalb der Cultural Studies einen zentralen Stellenwert (Hepp 1999:13–14). Heute gehören die Cultural Studies zu einer eigenständigen Betrachtungsweise der Kommunikations- und Medienwissenschaften und sind in diese integriert (vgl. Jäckel/Peter 1997).

Bedeutend für den *Wirklichkeitstransfer* sind jene Ansätze, die sich mit der kommunikativen Phase an sich beschäftigen und so aus der Sicht der Cultural Studies das Phänomen des Abtauchens fassen wollen. Dazu gehört das Dekodierungs- und

Kodierungsmodell von Hall, die Rezeptionsästhetik und das Konzept des produktiven Zuschauers von Mikos, sowie der Entwurf der Medienaneignung.

5.1.1 Das Dekodierungs- und Kodierungsmodell

Kommunikation kann alternativ als ein Kodierungs- und Dekodierungsprozess im Sinne von Hall (1999) betrachtet werden. Der traditionellen Darstellungsweise des Kommunikationsprozesses als linearem Prozess – Sender/ Nachricht/ Empfänger oder wie in Kapitel IV mit der Lasswell-Formel K-A-M-R-W⁶⁶ gezeigt – fügt Hall die Elemente des Kodierens und Dekodierens hinzu und lässt somit den linearen Prozess zu einem Kreislauf werden. Ein Kreislauf deswegen, weil sich die Produktion der Nachricht und die Konsumtion des Empfängers gegenseitig bestimmen und ergänzen.⁶⁷ „Der Konsum bzw. die Rezeption [einer, Anm. d. V.] Fernsehnachricht ist mithin also selbst ein 'Moment' des Produktionsprozesses im weiteren Sinne, obwohl letzterer das vorherrschende Element darstellt, weil er der 'Ausgangspunkt für die Realisation' der Nachricht ist“ (ebd. 95). Der Kodierungsprozess ist laut Hall (ebd.) Kodierungsregeln unterworfen, die eingehalten werden müssen, wenn ein Bedeutungsinhalt vermittelt werden soll. So muss ein Ereignis zuerst in seine notwendige Erscheinungsform, z.B. in die Nachrichtenform, umgewandelt werden, bevor es zu einem kommunikativen Ereignis wird und kodiert werden kann. Bevor die Botschaft beim Rezipienten eine Funktion erfüllen kann, wie z.B. ein Bedürfnis befriedigen, muss dieser die Botschaft erkennen und entsprechend dekodieren können: „Es ist diese Reihe von dekodierten Bedeutungen, die eine 'Wirkung' haben, die beeinflussen, unterhalten, instruieren oder überzeugen [...] und deren 'Realisation' am Rezeptionsende der Kette die entsprechende Form verleihen“ (ebd.).⁶⁸

Wirklichkeitstransfer als Dekodierungsprozess

Im Zusammenhang mit dem *Wirklichkeitstransfer* ist neben der Wirklichkeitsproduktion der Medien (Erstellung der sekundären medialen Realität) der Dekodierungsprozess ein interessanter Aspekt. Jeder Rezipient rezipiert eine mediale Aussage auf seine eigene Art und Weise. Man könnte mit der Begrifflichkeit des *Wirklichkeitstransfers* auch behaupten, dass der Rezipient im Dekodierungsprozess seine eigene Realität in die des

⁶⁶ Kommunikator-Aussage-Medium-Rezipient-Wirkung, oder: Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect? (Lasswell 1971:84).

⁶⁷ Vergleiche dazu Kapitel IV, wo Steinmann dieses lineare Modell in ähnlicher Weise durch die Wirklichkeitstransfers erweitert (mutierte Lasswell Formel).

⁶⁸ Vergleiche zu diesem Abschnitt unser Modell der Wirklichkeitsebenen in Kapitel V.1.4.

Mediums einfließen lässt, um die Botschaft überhaupt zu verstehen. Der Rezipient kann nach der Theorie Halls eine Botschaft oder Aussage nur seinem Kontext, seinen Erfahrungen und seinem Wissen entsprechend interpretieren, was einem Transfer respektive der Kreation oder Vermischung von verschiedenen Wirklichkeitsebenen gleichkommt. Was bei Hall jedoch fehlt und in unserem Sinne als Mangel gedeutet wird, ist dass er kaum zwischen den Medieninhalten und Medien differenziert. Die Dekodierung verläuft je nach Medium und medialem Inhalt unterschiedlich ab (primäres Medium versus tertiäres Medium; informationsvermittelnde sekundäre Medienrealität versus unterhaltende fiktionale Medienrealität etc.). Mit der Dekodierung und damit der kommunikativen Phase mit ihrem hohen Stellenwert sowie dem Rezipienten im Mittelpunkt des Prozesses kommt das ganze Kodierungskonzept nahe an den *Wirklichkeitstransfer* heran. Zudem betrachtet Hall die gesamte Medienrezeption und wirft einen neuen Fokus auf die kommunikative Phase. Auch dies ist eine Verwandtschaft zu unserem *Wirklichkeitstransfer*.

5.1.2 Die Rezeptionsästhetik

Durch die Rezeptionsästhetik von Mikos (1997/2001) wird es möglich, einen Einblick in die Beziehung zwischen dem Rezipienten und der medialen Aussage zu bekommen. Auch Mikos betont dabei die kommunikative Phase. Sein Entwurf der Rezeptionsästhetik basiert auf einer Verknüpfung von „[...] Rezeptionsuntersuchungen, welche Texte weitgehend ausblenden und Kommunikatorstudien und Inhalts- bzw. Textanalysen, welche nur selten den konkreten Umgang der Zuschauer mit den Medien [berücksichtigen, Anm. d. V.]“ (Mikos 1997:49). Es findet in der kommunikativen Phase ein Prozess statt, während dem sich der Zuschauer mit den Textinhalten auseinandersetzt und einen individuellen, so genannten rezipierten Text produziert (Mikos 1997:50; 2001:327).

Ähnlich wie beim Dekodierungsmodell ist der Rezipient aktiv und interpretiert die mediale Aussage aus seiner subjektiven Sicht und Situation. Die rezipierte Aussage unterscheidet sich damit von der ursprünglich produzierten Aussage. Mikos (ebd.) spricht von einer Wechselwirkung, einer kontinuierlichen Interaktion zwischen medialer Aussage und Rezipient, bei der sich Aussage und Rezipient gegenseitig realisieren (vgl. den doppelten Transfer in Kapitel IV). Bei der Rezeptionsästhetik geht es nicht nur um die Aussagenrezeption, sondern auch um die Beziehung des Rezipienten zur Aussage.

Das führt dazu, dass die rezipierte Aussage bestimmen kann, inwieweit die mediale Aussage Einfluss auf die Realität des Menschen hat.

***Wirklichkeitstransfer* interpretiert mit der Rezeptionsästhetik**

Der Link der Rezeptionsästhetik zum *Wirklichkeitstransfer* liegt nahe. Durch das Eintauchen in die mediale sekundäre Realität entsteht etwas Eigenes, eine Durchmischung der Realitäten, die ihren Einfluss in der kommunikativen Phase geltend macht. Der *Wirklichkeitstransfer* ist ein Prozess der wechselwirkend stattfindet. Der Rezipient driftet wie im Halbschlaf immer wieder in die sekundäre Realität ab und wird immer wieder durch den medialen Inhalt zum Transfer animiert. Vergleichbare Elemente beschreibt Mikos in seiner Rezeptionsästhetik.

Weiter erlaubt uns der Ansatz der Rezeptionsästhetik eine Differenzierung in Bezug auf den Prozess des *Wirklichkeitstransfers*. Dieser Prozess findet sowohl bei einem aktiven als auch einem passiven Zuschauer statt. Anders ausgedrückt kann unterschieden werden, ob sich der Rezipient des *Wirklichkeitstransfers* bewusst ist, d.h. bewusst abtaucht und eine rezipierte Aussage als solche wahrnimmt oder ob er sich dieses Transfers nicht bewusst ist und von der rezipierten Aussage in eine andere Realität entführt wird.

Mit dem Ansatz der Rezeptionsästhetik wird insgesamt auf ein dem *Wirklichkeitstransfers* vergleichbares Phänomen verwiesen, weil erläutert wird, inwieweit sich der Zuschauer von einem medialen Inhalt in eine andere Wirklichkeit versetzen lässt respektive sich aktiv in jene versetzt mittels einer rezipierten Aussage.

5.1.3 Der produktive Zuschauer

Winter beschreibt in seiner Dissertation 'Der Produktive Zuschauer – Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess' (1995) das Bild eines produktiven Zuschauers. Er stellt darin vor allem die produktive und kreative Dimension des Medienkonsums in den Vordergrund. Kreativität ist aus seiner Sicht erstens von den Interessen und Motivationen der Zuschauer im Alltag und zweitens von den kulturellen und sozialen Kontexten abhängig. Dieser Ansatz eines produktiven Zuschauers, den Winter dann am Beispiel von Fans von Horrorfilmen erläutert, stösst in dieselbe Richtung wie unser *Wirklichkeitstransfer* und zeigt wieder wie die bereits genannten Konzepte aus den Cultural Studies die Betonung der Aktivität des Rezipienten auf. Für Winter kann der

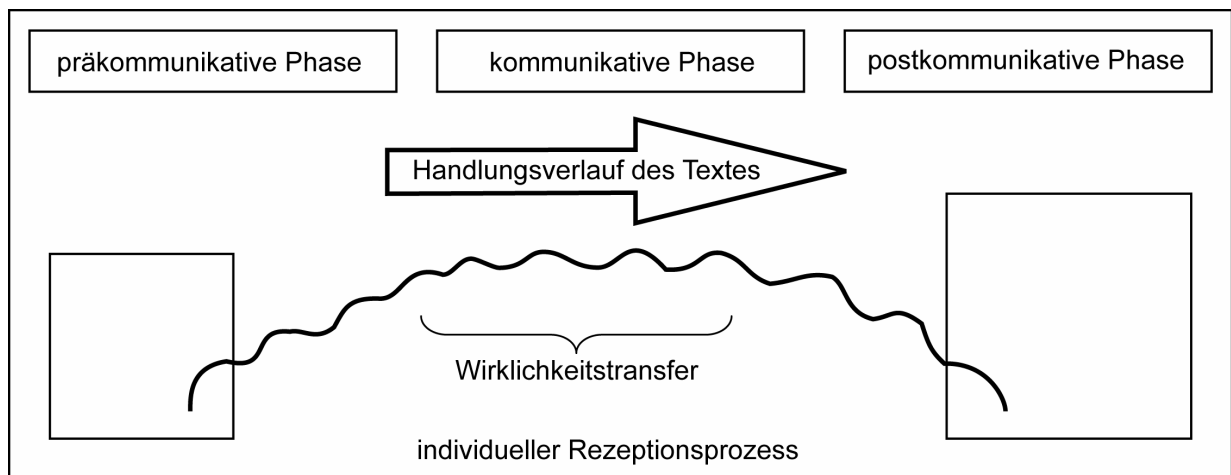
Zuschauer in dreierlei Hinsicht produktiv werden, erstens auf der semiotischen Ebene, d.h. er rezipiert die Inhalte vor dem Hintergrund alltäglicher Erfahrungen und integriert sie in sein eigenes Leben, zweitens auf einer expressiven Ebene, d.h. Bedeutungen werden aus einer Interaktion heraus artikuliert und intersubjektiv geteilt und drittens auf einer Aussagen-Ebene, d.h. es werden eigene Aussagen auf der Basis der Ausgangsaussage produziert.

***Wirklichkeitstransfer* interpretiert mit dem Konzept des produktiven Zuschauers**

Aus dem Konzept des produktiven Zuschauers lässt sich zuerst zeigen, dass damit ebenfalls ein Phänomen beschrieben wird, das nicht als gewöhnliche Kommunikation im Sinne von Bedeutungsvermittlung gefasst werden kann. Die Darstellung, wie der Rezipient seine konventionelle, alltägliche eigene Realität zurücklässt und in die sekundäre mediale Realität eines Films oder eines Buches eintaucht, entspricht im Wesentlichen unseren Merkmalen des *Wirklichkeitstransfers*. Besonders interessant ist das Konzept des aktiven Zuschauers, wenn man es wie Kreiselmaier (2004) ausweitet und ausdifferenziert und noch genauer als bei der Rezeptionsästhetik zwischen aktivem und passivem *Wirklichkeitstransfer* unterscheidet.

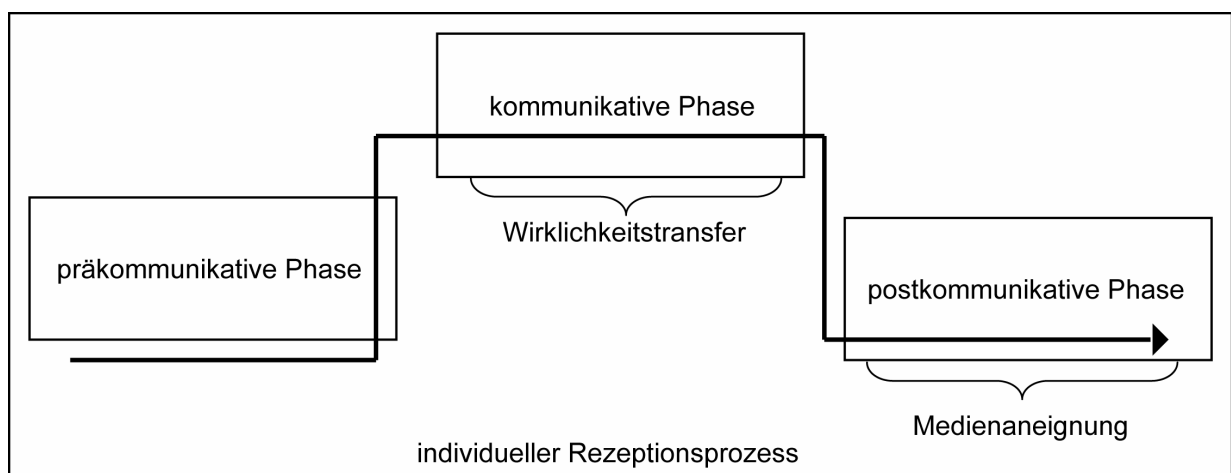
„Der *aktive Zuschauer* versetzt sich aktiv in einen *Wirklichkeitstransfer*. Demnach klinkt sich der Zuschauer bewusst in die mediale Realität ein und wählt somit aktiv einen *Wirklichkeitstransfer*: Das Medium befindet sich für die Zeit der medialen Interaktion im Zentrum der Aufmerksamkeit des Zuschauers, was dazu führen kann, dass alles andere in den Hintergrund rückt. Mit anderen Worten, der Transfer findet während der Interaktion statt und bildet einen kontinuierlichen Prozess, in welchen sich der Zuschauer aktiv einklinkt. Um den Film beispielsweise verstehen zu können, muss der Zuschauer eigenes Wissen und Überlegkraft mitbringen. Auch muss er eigens handeln, um den Film zu konsumieren“ (Kreiselmaier 2004:25).

Abb. 8: Der Wirklichkeitstransfer beim aktiven Zuschauer (aus: Kreiselmaier 2004:26)



„Der *passive Zuschauer* hingegen taucht unbewusst in den medialen Textinhalt ein. Er wird sozusagen vom Inhalt mitgerissen (vgl. Abb. 9). Dies geschieht ausschliesslich in der kommunikativen Phase und unter der direkten Einwirkung des medialen Inhalts. Dieser Vorgang, der einem *Wirklichkeitstransfer* in der kommunikativen Phase entspricht, ist zeitlich auf die Dauer der medialen Handlung beschränkt und kommt mit grösster Wahrscheinlichkeit ausschliesslich zum Zeitpunkt der direkten Interaktion zwischen dem Zuschauer und dem medialen Inhalt zu Stande. In diesem Fall verhält sich der Zuschauer mehr als dass er handelt. Dadurch verleiht er dem medialen Text eine aktive Rolle, welche dazu führt, dass der Wirklichkeitstransfer in seiner Art und in seinem Inhalt von der Art und dem Inhalt des medialen Textes überwiegend geprägt ist“ (ebd.:26).

Abb. 9: Der Wirklichkeitstransfer beim passiven Zuschauer (aus: Kreiselmaier 2004:27)



Wichtig ist, dass sowohl der passive als auch der aktive Zuschauer produktiv ist. Denn beide Erleben den Transfer auf Grund ihrer eigenen primären individuellen Realität und Erfahrung. „Der wesentliche Unterschied für den Zuschauer besteht darin, ob er aktiv oder passiv in den *Wirklichkeitstransfer* einsteigt“ (ebd.:27), mit anderen Worten, ob er sich aktiv in die sekundäre mediale Realität einklinkt oder ob ihn diese Realität so heftig anspricht, dass er unbewusst in diese hineingerissen wird.

Wir denken, die Überlegungen von Kreiselmaier sind richtig und wichtig. Dennoch gelten sie lediglich als Modell oder idealtypische Vorstellung. Vermutlich treten auch Mischformen auf, d.h. man wird beispielsweise als passiver Zuschauer in einen *Wirklichkeitstransfer* gerissen, realisiert aber plötzlich, dass man in diesem drin ist (Zurückdriften in die primäre Realität). Dann verspürt man das Bedürfnis, sich wieder mitreißen zu lassen und wird damit zum aktiven Zuschauer, der sich bewusst wieder in die mediale sekundäre Realität transferiert. Selbstverständlich hängt der prozessuale Verlauf eines aktiven oder passiven *Wirklichkeitstransfers* im Wesentlichen von den Motiven und Dispositionen des Rezipienten ab sowie vom Medium selbst und vom medialen Inhalt. Wir können vermuten, dass ein Buch vermehrte Aktivität benötigt, um einen *Wirklichkeitstransfer* zu erleben als ein interaktives Game.

5.1.4 Die Medienaneignung

Der Rezipient nimmt durch sein Handeln (vorgängig beschrieben) in der kommunikativen Phase Einfluss auf die postkommunikative Phase, in welcher die Medienaneignung zum Zuge kommt. Medienaneignung ist im Sinne von Krotz (1995) und Mikos (2001: 330) als die Übernahme der rezipierten Medieninhalte in die primäre Realität zu verstehen (ebd.:336). Die Medienaneignung beleuchtet daher vor allem die postkommunikative Phase (ist daher eher mit der Wirkungsforschung vergleichbar), und es wird darin aufgezeigt, dass die Übernahme von Medieninhalten zu einer teilweisen oder totalen Verschmelzung der rezipierten sekundären medialen Realität mit der alltäglichen primären Realität des Rezipienten führt.

***Wirklichkeitstransfer* aus der Sicht der Medienaneignung**

Mit der Medienaneignung als Konzept wird etwas dem *Wirklichkeitstransfer* Vergleichbares beschrieben. In beiden Ansätzen geht es darum, dass eine Realität in die andere transferiert (oder angeeignet wird) und es so zu Verschmelzungen der

primären und sekundären Realitäten kommen kann. Damit wird beim *Wirklichkeitstransfer* aus Sicht der Medienaneignung auch deutlich, dass der eigentliche *Wirklichkeitstransfer*, wie laut Definition behauptet, zwar in der kommunikativen Phase stattfindet, dass er sich aber deutlich in die postkommunikative Phase auswirken kann in Form einer nachträglichen Verschmelzung der Realitäten oder einer Medienaneignung. Dabei können diese Auswirkungen direkt nach der Rezeption einer medialen Aussage eintreten, aber auch erst Monate später. Krotz und Mikos greifen hingegen mit der Medienaneignung das Problem der verschiedenen Wirklichkeitsebenen und deren Transfers an sich nicht auf. Vielmehr geht es ihnen um eine Integration rezipierter Textinhalte in den Alltag.

5.1.5 Antworten aus den Cultural Studies

Einige Ansätze innerhalb der Cultural Studies erkennen dem *Wirklichkeitstransfer* vergleichbare Phänomene, die in unterschiedliche Konzepte gefasst werden. Zum einen wird stets von einem produktiven Zuschauer ausgegangen, der während der kommunikativen Phase die Medianaussage entstehen lässt. Dies tut er durch Dekodierung nach seinen eigenen Regeln, die auch durch die mediale Aussage geprägt sind (Dekodierungsprozess von Hall). Oder er lässt die Aussage in einer ständigen Wechselwirkung mit dem Medieninhalt entstehen (Konzept der Rezeptionsästhetik). Zudem erkennen die Forscher, welche die genannten Konzepte innerhalb der Cultural Studies entworfen haben, im produktiven kreativen Rezipienten verschiedene Aktivitätsstufen und Mittel (Konzept des produktiven Zuschauers), mit denen er die Medianaussage während der kommunikativen Phase selbst produziert. Dies erlaubt eine Differenzierung des Prozesses des *Wirklichkeitstransfers*.

Interessant für eine Annäherung an den *Wirklichkeitstransfer* ist, dass bei den genannten Ansätzen aus den Cultural Studies ebenfalls der Rezipient im Mittelpunkt steht und sein Erleben und Wirken in der kommunikativen Phase berücksichtigt wird. Gerade am Konzept des produktiven Zuschauers versuchen wir dies zu erweitern und in einen passiven respektive aktiven Eintritt in den *Wirklichkeitstransfer* zu differenzieren, wobei von der Vorstellung eines produktiven Zuschauers im Allgemeinen nicht abgewichen wurde.

Inwiefern die Merkmale des Mediums und des Inhalts (des Textes) dabei eine Rolle spielen, wird in den genannten Konzepten wenig oder kaum berücksichtigt. Dass in der

kommunikativen Phase jedoch einiges mehr geschieht, als in den linearen Kommunikationsmodellen vorgegeben, untermauern die Ansätze der Cultural Studies eindrücklich.

Als weiterer neuer Aspekt neben dem aktiven/passiven Eintritt in den *Wirklichkeitstransfer* fließt durch das Konzept der Medienaneignung erstmals die postkommunikative Phase verstärkt ein. Es kann aufgrund der Medienaneignung zu einer Vermischung und Integration der Realitäten in der postkommunikativen Phase kommen, die ebenfalls durch einen *Wirklichkeitstransfer* bewirkt werden können. Je intensiver die Medienkommunikation ist, desto intensiver und wirksamer die Medienaneignung.

5.2 Die Screen-Theorie

Die Screen-Theorie als eine lediglich auf das Medium Film (Kino) konzentrierte Theorie kann man schwer eindeutig abgrenzen und definieren. Sie wurde vorwiegend im Heft *Screen* in den Jahren 1971–1980 dargestellt. Sie ist keine monolithische, in sich geschlossene Theorie und ist in ihren Strukturen ähnlich diskursiv wie die oben genannten Cultural Studies. Ihre Entwicklung ist noch nicht abgeschlossen, und im deutschsprachigen Raum erfreut sie sich kaum grosser Bekanntheit (vgl. zum ganzen Kapitel dazu Elmiger/Voumard 2004:313–342).

Die Vertreter der Screen-Theorie befassen sich mehrheitlich damit, zu untersuchen wie die Rezipienten mit dem 'Screen' (der Leinwand) interagieren und wie dieser auf den Rezipienten wirkt. Das heisst die Screen-Theorie setzt beim Rezipienten und Medium direkt in der kommunikativen Phase an und stösst daher vermutlich auf Prozesse wie den *Wirklichkeitstransfer*. Die in der vorliegenden Arbeit bereits genannten psychischen Mechanismen und auch die vorgestellten Ansätze der Cultural Studies werden in der Screen-Theorie mitberücksichtigt. So beschreibt Hepp (1999:10) den Inhalt der Screen-Theorie folgendermassen: „Nach der Vorstellung der Screen-Theorie positionieren Medientexte [gleichbedeutend mit Medieninhalten; Anm. d. V.] wie Filme oder Fernsehsendungen Rezipierende auf eine solche Weise, dass sie während der Rezeption in die Subjektposition einer unproblematischen Identifikation mit den Medieninhalten versetzt werden.“ Wir sehen deutlich, dass man sich in der Screen-Theorie ganz zentral damit befasst, was mit dem Rezipienten in der kommunikativen

Phase geschieht und wie das Medium diese Wirkung beeinflusst. Somit besteht hier eine ähnliche Richtung, wie wir sie mit dem *Wirklichkeitstransfer* verfolgen.

Innerhalb verschiedener Ansätze, die unter der Screen-Theorie subsumiert sind, möchten wir die Theorie der so genannten Suture besonders hervorheben. Es handelt sich dabei um ein filmtheoretisches Konzept, welches zu erklären versucht, wie und warum der Zuschauer in den Film hineingelangt.

5.2.1 Die Suture

Die Theoretiker der Suture gehen davon aus, dass der Rezipient im Film als Wahrzunehmender zuerst abwesend ist und dann durch eine Überlagerung des fiktiven filmischen Raums (in unserer Begrifflichkeit sekundäre mediale Realität) und des realen Zuschauerraums (primäre Realität) in den Film integriert wird (Transfer). Filmtheoretisch (oder: screentheoretisch) gesprochen wird der Blick der Kamera eliminiert und der Betrachter beginnt, sich mit diesem als seinem eigenen zu identifizieren und kann damit seine Lust am reinen Schauen befriedigen (vgl. psychologischer Mechanismus der Identifikation). Der fremde Blick wird als der eigene angenommen (vgl. Heath 1981:76ff.). Als ein bedeutender Vertreter der Suture gilt Lacan. Er bezeichnet die Suture als eine „Verbindung zwischen dem Imaginären und dem Symbolischen, als die Suche nach einer Lücke oder einer Leerstelle, in die das Subjekt einzutreten gezwungen ist, um sich als Individuum, als einheitliches Subjekt in der Gesellschaft wieder finden und behaupten zu können“ (Lacan 1978:125). Nach Lacan tritt der Rezipient dann in den Film ein, wenn eine Leerstelle erscheint. Als Leerstelle gelten Schnitte, Gegenschüsse etc., bei denen der Rezipient sich in den Film versetzen muss, um überhaupt die Handlung weiter nachvollziehen zu können.⁶⁹ Ein Gegenschuss 'suturiert' ein Loch, in das der Zuschauer eintreten muss. Diese Lücke muss dann während des ganzen Films immer wieder vom Zuschauer ausgefüllt werden. Dabei befindet sich der Zuschauer in einem endlosen ständigen Tausch zwischen seiner Position ausserhalb und innerhalb des Filmes.⁷⁰

⁶⁹ Dasselbe Phänomen wurde im Kapitel V.4 zum Wirklichkeitstransfer und den Kindern schon erwähnt. Kinder sind bis zu einem gewissen Alter nicht fähig, in diese Leerstellen zu springen, sie sind also nicht fähig, Inferenzschlüsse zu ziehen und daher wirkt die mediale Aussage oder das Medium auf das Kind anders. Der Erwachsene kann mit Hilfe des Inferenzschlusses in den Film und dessen Handlung eindringen. Bei komplizierten Inhalten vermag das Kind dies nicht.

⁷⁰ Auf dieses Hin und Her sind wir bereits mehrmals gestossen: Hirnströme, die zwischen aktivem und passivem Zustand wechseln, die Kinder, die zwischen Aufmerksamkeit und Unkonzentriertheit schwanken, der produktive Zuschauer der immer wieder durch den medialen Text zur Produktion angeregt wird, Steinmann, der von einer Wechselwirkung im Wirklichkeitstransfer ausgeht. Alle diese

Die Suture ist filmtechnisch gesprochen „[...] die allgemeine Beziehung eines Mangels zu der Struktur, von der das Subjekt selbst das Element ist, insofern die Position eines 'Den-Platz-Einnehmen-von' impliziert wird“ (Miller 1977:25f.). Tritt der Rezipient in den Film ein so wird ein fremdbestimmter Platz eingenommen, das Individuum füllt die Rolle eines imaginären Subjekts aus, dessen Ort es dann aber für seinen eigenen hält. Seine Identität kann gebildet werden, wenn das Subjekt bereit ist, diese zu spalten. Kinder sind laut Lacan sehr gut in der Lage, diese vorgängige Spaltung zu vollziehen. Was darauf hindeuten kann, dass ihre Befähigung, Realitätsräume zu trennen, labiler ist (vgl. Kapitel V.4 zu den Kindern). Die moderne Filmtechnik hat den Realitätseindruck stark vorangetrieben. Die Multiperspektive des Films hebt die Begrenzungen des anwesenden filmischen (Sicht-) Feldes weiter auf und erschafft in der Imagination des Zuschauers einen Raum, der vorgibt, das Ganze zeigen zu können. Damit verschleiert der Film die Ideologie, welche mit dem Medium transportiert und damit unkritisch und mit einem hohen Involvement rezipiert wird. Die 'suturierten' Löcher werden bei moderner Technik vom Zuschauer leichter ausgefüllt (vgl. Donnerberg 1984:68f.).

Die Screen-Theorie befasst sich insbesondere mit den technischen Aspekten des Films und setzt sich damit auseinander, welche Filmtechniken in welcher Weise auf den Zuschauer wirken.

5.2.2 Antworten aus der Screen-Theorie

Die angesprochene Theorie der Suture beschreibt, wie und wann sich der Rezipient in den Film hineinbegibt, also seine primäre Realität in die sekundäre mediale Realität transferiert. Dies hängt laut Suture einerseits mit den Leerstellen im Film zusammen (technischer Aspekt) als auch mit dem Rezipienten, der seine Identität spaltet und sich in den Film hineinbegibt, um dort den fremdbestimmten Platz eines Subjekts einzunehmen. Weiter bestätigt die Suture die für den *Wirklichkeitstransfer* zentrale Aussage, dass es vor allem die realistisch gestalteten und technisch aufwändigen Filme sind, die den Rezipienten dazu bringen, seine Realität zu transferieren, also in den Film einzutauchen.

Beispiele und Erkenntnisse zeigen, dass während der kommunikativen Phase einiges abläuft, was nicht der linearen, gewohnten Aussagenrezeption entspricht.

Die Suture liefert, vergleichbar den psychologischen Mechanismen, einen Erklärungsansatz für die Mechanismen hinter einem Transfer. Sie geht davon aus, dass der Rezipient mit der 'Suturierung' eine Identifikation bilden kann. Damit er aber in die vorgesehene Lücke des Films springen kann, muss der Rezipient seine eigene Identität aufgeben und ablegen. Kinder sind zu dieser Spaltung der Identität besser im Stande als Erwachsene. Ähnliches wurde im Kapitel zu den Kindern unter einem anderen Blickwinkel bereits festgestellt (vgl. Kapitel V.4).

Weiter geht die Suture davon aus, dass es eine Art Wechsel des Rezipienten gibt zwischen den unterschiedlichen Räumen. Er befindet sich in einem ständigen Tausch zwischen der Anwesenheit im Film und der Anwesenheit in seiner eigenen primären Realität (vgl. Hirnstrommessungen, Aufmerksamkeitsverlauf der Kinder, produktiver Zuschauer etc.).

Mit der Suture aus der Screen-Theorie heben wir Überlegungen hervor, die das von Steinmann beobachtete Phänomen bereits isoliert beschreiben und nicht nur als ein Aspekt in eine geschlossene grössere Theorie einbetten. Dennoch kann die Theorie der Suture noch nicht genügen, um den *Wirklichkeitstransfer*, so wie wir ihn als vollständigen Prozess in der Massenmedienkommunikation begreifen, zu beschreiben. Die Suture geht einerseits nur vom kinematografischen Material aus, wobei Steinmann einen *Wirklichkeitstransfer* auch beim Fernsehen, beim Radio, bei den Print- und interaktiven Medien annimmt. Weiter ist die Sichtweise der Suture eine mehrheitlich technische, die sich damit auseinandersetzt, wie die Schnitttechniken etc. einer 'Suturierung' Platz bieten. Der filmtechnische Aspekt ist für die Kommunikationswissenschaften in dieser differenzierten Art auf der Ebene der Rezeption eine Alternative und daher sicher wertvoll. Die Suture ist damit ein wichtiger Schritt hin zu einer Verfestigung der Theorie und zum Nachweis der Existenz eines *Wirklichkeitstransfers*.

6. Die Sozialisation

Mit dem Begriff der Sozialisation betreten wir bereits das Feld der Wirkung bzw. der postkommunikativen Phase. Das Ziel dieses Kapitels soll es sein, die Sozialisation durch den *Wirklichkeitstransfer* mit der Basistheorie des Symbolischen Interaktionismus zu beleuchten.

6.1 Der Symbolische Interaktionismus

Im Kapitel V.1 wurde der Symbolische Interaktionismus bereits zum Verständnis der Wirklichkeitsdiskussion angesprochen. Wir gingen dort insbesondere auf die Grundannahme des Symbolischen Interaktionismus ein, dass der Mensch neben der primären Realität auch in einer symbolischen Umwelt lebt, welche er im Laufe seiner Sozialisation selbst durch Symbole festlegt. Hier interessiert jedoch nicht die symbolische Umwelt, sondern die Sozialisation anhand der erlernten Symbole und der Rollenübernahme während des *Wirklichkeitstransfers*. Im Zusammenhang mit der heutigen Mediensituation soll die Frage beantwortet werden, inwieweit der heute häufig auftretende *Wirklichkeitstransfer* den Rezipienten sozialisiert oder zu sozialisieren vermag (vgl. zum ganzen Kapitel Hug/Schär 2004:179–198).

6.2 Die Grundannahmen Meads

Mead geht davon aus, dass der Mensch die Fähigkeit besitzt, sich in andere Personen hineinzusetzen. Je nachdem, mit welcher Person man sich unterhält verwendet man andere Symbole und passt sich dementsprechend seinem Gegenüber an. Man versucht, sich die Reaktionen des Gegenübers vorzustellen und sich diesen entsprechend zu verhalten (Burkart 1995:146–150).

Als soziale Rolle bezeichnet Mead die Summe von Verhaltenserwartungen, welche dem Inhaber einer sozialen Position von anderen Menschen entgegengebracht werden. Jeder Mensch hat mehrere Rollen inne und vermag sich, dank der Fähigkeit, sich in andere hineinzusetzen, der jeweiligen sozialen Rolle anzupassen (ebd.). Für die Identitätsentwicklung eines Menschen sind die Rollenübernahme und die soziale Rolle von Bedeutung, ja sogar notwendig. Der Mensch kann sich vom Standpunkt des Gegenübers aus betrachten, und aus diesem Prozess entsteht das Selbstobjekt (Blumer 1973:92). Als handelndes Subjekt passt der Mensch sein Verhalten den vermeintlichen Erwartungen der anderen an. Zu dieser Rollenübernahme ist der Mensch ungefähr ab

dem siebten Lebensjahr fähig (vgl. konkret-operationale Stufe aus Kapitel V.4.2). Erst dann kann das Kind sich in eine andere Person hineinversetzen. Andere Rollen im Spiel nachzuahmen vermag das Kind jedoch schon viel früher. Häufig tut das Kind dies beim 'Dökterli'-, 'Pöstler'- oder 'Verkäuferlis'- Spiel. Hier ahmt das Kind Dinge nach, die es aus seiner primären Realität oder bereits aus der sekundären medialen Realität kennt.

Mead geht bei der Identitätsbildung von zwei unterschiedlichen Phasen aus, dem 'I' und dem 'me'. Diese Phasen bedingen einander und bilden zusammen die Persönlichkeit. Das 'I' reagiert auf die Identität, die sich durch die Übernahme der Haltungen anderer entwickelt. Indem der Mensch diese Haltungen übernimmt, führt er das 'me' ein. Im 'me' erkennt sich der Mensch als ein Objekt. Er reagiert auf das Verhalten der anderen, welche wiederum auf ihn reagieren. Der Mensch hat Vorstellungen, wie und was andere über ihn denken. Daraus konstruiert er seine Selbstbewertung. Daher ist 'me' die Identität, welche die Gesetze und die Sitten, die organisierten Codes und Erwartungen der Gemeinschaft reflektiert (vgl. Kim 1999:84). Das 'I' ist die spontane Instanz im Handeln. Durch das 'I' in uns überraschen wir uns selbst. Es ist der Teil der Identität, der im Gegensatz zum objektiven 'me' das subjektive der Identität, die Individualität verkörpert. Das Ergebnis dieser inneren Interaktion zwischen 'I' und 'me' ist die Handlung. In einer gesellschaftlichen Situation vereinigen sich die unterschiedlichen Rollen der anderen im 'me' des jeweiligen Menschen. Hieraus entstehen verschiedene Möglichkeiten an Reaktionen. Durch die Auswahl und Verwirklichung einer Reaktion kommt das 'I' spontanes Element) zum Zug (vgl. Burkart 1995:157f.).

Übertragung auf den Ansatz des *Wirklichkeitstransfers*

Versucht man nun die Idee der Rollenübernahme (was auch die soziale Rolle bedingt) auf die Medienrezeption anzuwenden, so zeigt sich, dass die Medien eine grosse Zahl von sozialen möglichen Rollen vorspielen, in die wir uns versetzen können und die uns als Vorbilder für unsere eigene Selbstfindung dienen. Da der Mensch laut Symbolischem Interaktionismus fähig ist, seine Rolle zu wechseln und in andere Rollen hineinzuschlüpfen, kann er auch in medial vorgegebene Rollen schlüpfen.⁷¹ Durch die Rollenübernahme, z.B. aus einer Fernsehserie, kann ein Mensch stark geprägt werden. Er kann seiner Persönlichkeit weitere medial erlebte Rollen hinzufügen, was seine primäre Realität beeinflusst. Je nachdem wie stark die Rollenübernahme ist, werden die

⁷¹ Wie bereits erwähnt tun Kinder dies besonders häufig und offensichtlich im Spiel. Bei Erwachsenen ist das 'Sich-Versetzen' in andere Rollen ebenfalls vorhanden, jedoch weniger offensichtlich zu beobachten.

Auswirkungen auf die eigene Persönlichkeit und damit die Sozialisation ausfallen.⁷² Es erscheint eindeutig, dass eine Rollenübernahme nur geschehen kann, wenn sich der Rezipient intensiv in den Medieninhalt versetzt (Transfer der eigenen Wirklichkeit in die sekundäre mediale Realität) und darin aufgeht. Der Mensch nimmt danach die Rolle in seine primäre Realität mit (Rückwirkung des Transfers), was sich auf seine Sozialisation auswirkt.⁷³

Um einen *Wirklichkeitstransfer* zu erleben, muss der Mensch die Fähigkeit besitzen, in andere Rollen zu schlüpfen respektive seine Wirklichkeit in eine andere zu transferieren. Diese Fähigkeit spricht der Symbolische Interaktionismus dem Menschen nicht nur zu, sondern zeigt auch, dass sie notwendig ist, um sich in der Gesellschaft zurechtzufinden.⁷⁴ Nach Meads Theorie ist es für die Menschwerdung und die Entwicklung der Persönlichkeit unabdingbar, verschiedene Rollen zu übernehmen und sich in andere Personen hineinzusetzen. Das Unterlassen der Rollenübernahme hat heutzutage keine direkten physischen, lebensbedrohenden Konsequenzen für ein Individuum, das Bestehen und Teilnehmen in einer Gemeinschaft oder Gesellschaft welcher Art auch immer, ist jedoch ohne Rollenübernahme, sprich Sozialisation kaum möglich. In Urzeiten hingegen war das Zusammenschliessen zu einer Gemeinschaft (was nur möglich ist via Sozialisation etc.) absolut notwendig, um zu überleben. Es geht dabei also um eine alte, äusserst wichtige Funktion für das Individuum. Auch heute in unserer modernen, westlichen, industrialisierten und medialisierten Gesellschaft mit komplexen Mustern bekommen gerade die sozialen Rollen aus der sekundären medialen Realität einen immer grösseren Stellenwert. Die Rollenübernahme und damit der Selbstfindungsprozess können heutzutage auch via Medien erfolgen. Da der moderne Mensch ohnehin vor allem durch sekundäre Erfahrungen geprägt ist, liegt es auf der Hand, dass ein Grossteil der Sozialisation auch durch die Medien geschieht. Gerade der *Wirklichkeitstransfer*, bei welchem sich der Rezipient intensiv in die sekundäre Realität transferiert und so auch in andere Rollen schlüpft, kann die

⁷² In überspitzter Form wurde diese Rollenübernahme im Hollywoodstreifen 'Nurse Betty' mit Renée Zellweger im Jahre 2000 gezeigt.

⁷³ Vgl. diese hier kommunikationswissenschaftlich und soziologisch ausgedrückte Rollenübernahme mit den psychologischen Mechanismen der Identifikation, Projektion etc., mit denen sich Freud beschäftigt hat. Im Gegensatz zum Kapitel Psychologie geht es hier vermehrt um die Sozialisationswirkung.

⁷⁴ Vgl. dazu die psychologischen Motive aus Kapitel V.3.1.1: Es handelt sich dabei um ein so genanntes Abundanzmotiv, ein Motiv, das nicht der direkten Lebenserhaltung der Physis dient und das der Mensch im Laufe seiner Sozialisation erlernt oder erfährt etc. Auch die Rollenübernahme und die sozialen Rollen erlernt der Mensch vermutlich von seiner Umgebung und dies schon als ganz kleines Kind (Rollenspiele als Kinder).

Sozialisation des Menschen bedeutend prägen. Die Kraft des Mediums und das grosse Angebot lassen den Menschen vermehrt abtauchen, sich vermehrt in den Medieninhalt hineinversetzen und sein persönliches Rollenset erweitern.

Ähnlich wie bei den psychischen Mechanismen beobachtet, kann der *Wirklichkeitstransfer* in die sekundäre mediale Realität auch im Sinne des Symbolischen Interaktionismus Funktionen erfüllen, die in früheren Zeiten vor allem durch Transfers innerhalb der primären Realität erfolgten. Hierzu wiederum ein Beispiel mit Kindern im Spiel. Während die Generation meiner Eltern als Kinder vermehrt Figuren aus der primären Realität nachahmte (Pöstler, Arzt, Verkäufer etc.), hat sich meine Generation bereits stark an der sekundären medialen Realität orientiert (Ein Colt für alle Fälle, Trio mit vier Fäusten, Anna, Pippi Langstrumpf, Pumuckl etc.).

Der Symbolische Interaktionismus hat mit seinem Begriff der Rolle einen wichtigen Deutungsansatz für den *Wirklichkeitstransfer* geliefert. Zudem wird damit bereits beschrieben, welche Auswirkungen zu erwarten sind, wenn die Sozialisation immer häufiger durch die Medien geschieht. Die sekundäre mediale Realität gewinnt immerzu an Bedeutung, läuft also der primären Realität den Rang ab. Wiederum gilt, dass das heutige Medienangebot, die Technologie sowie die neuen Formate als Katalysator für diese Sozialisation fungieren. Je stärker und häufiger man in die sekundäre mediale Realität abtaucht, je grösser vermutlich auch die Sozialisationswirkung durch diese. Die primäre Realität tritt als Sozialisationsinstanz zusehends hinter die sekundäre mediale Realität zurück.

6.3 Antworten zur Sozialisation durch den *Wirklichkeitstransfer*

Der Symbolische Interaktionismus zeigt, dass der Mensch mit der Übernahme von Rollen und der Bildung von sozialen Rollen sozialisiert wird und das Rüstzeug bekommt, sich in seiner Gesellschaft zu bewegen. Diese Funktion war in früheren Zeiten für den Menschen gar überlebenswichtig, da er ohne eine Gemeinschaft nicht überleben konnte. In der heutigen medialisierten Welt tritt die primäre Realität als Sozialisationsinstanz und als Vorbild für Rollen etc. immer weiter in den Hintergrund. Stattdessen bietet die sekundäre mediale Realität eine Unmenge an sozialen Rollen und Erlebnissen, die der Mensch übernehmen kann und die für seine Sozialisation wichtig sind.

Gerade der *Wirklichkeitstransfer*, so wie wir ihn verstehen wollen als eine intensive Versetzung in einen Medieninhalt, was vor allem bei unterhaltenden fiktionalen Inhalten auftritt, vermag eine grosse Sozialisationswirkung hervorzurufen. Je intensiver der Rezipient sich in den Medieninhalt hineinversetzt, desto eher kann er neue Rollen für seine primäre Realität übernehmen. Genau dies tut er beim *Wirklichkeitstransfer*.

Die neuen Medien und Medieninhalte gehen auf das Bedürfnis des modernen Menschen nach neuen Rollen ein und bieten mit ihrem segmentierten Programm für jede Person die gewünschten Rollen. Zu sagen gilt aber auch, dass die Sozialisation heute nicht zwingend durch die Medien erfolgen muss. Sie kann weiterhin durch die primäre Realität geschehen, dies ist aber bedeutend weniger hilfreich, um in der medialisierten Gesellschaft zu bestehen und verlangt vermutlich mehr Anstrengung und Einsatz (Zeit und Kraft). Ebenso wird, psychologisch gesprochen, das Abundanzmotiv nach Erweiterung des Realitätsraumes und der Identitätsbildung, das als wichtige psychische Kraft für den Menschen gilt, durch den *Wirklichkeitstransfer* mit der Rollenübernahme befriedigt. Aus diesen einfachen ökonomischen Gründen⁷⁵ ist eine Zunahme des *Wirklichkeitstransfers* eine logische Folge.

⁷⁵ Es geht also um eine einfache Kosten-Nutzen-Rechnung. In der sekundären medialen Realität erhält der Rezipient für weniger Kosten deutlich mehr Nutzen.

7. Ein Rückblick zu den einzelnen Betrachtungen

7.1 Eine kurze Zusammenfassung

Bei der Fokussierung auf die unterschiedlichen Forschungsgebiete auf der Suche nach Erklärungsansätzen zum Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* in Kapitel V konnte einiges erreicht werden. So lieferten die Schriften der Philosophie, des Konstruktivismus und des Symbolischen Interaktionismus Anregungen für unsere Eingrenzung des Begriffs Wirklichkeit respektive der verschiedenen Wirklichkeitsebenen. Dies gilt als eine wichtige Grundlage zur weiteren Betrachtung des *Wirklichkeitstransfers*.

Mit Hilfe der Hirnforschung wurde gezeigt, dass es auf physiologischer Ebene Anzeichen dafür gibt, dass sich der Rezipient während der kommunikativen Phase in verschiedenen Zuständen befindet, die sich durch ihren Aktivierungsgrad unterscheiden. Zudem wurden Analogien zwischen *Wirklichkeitstransfer* und Schlaf, Trance und Hypnose erschlossen, die durchaus plausibel erscheinen. Weiter wurde festgestellt, wie die Aufmerksamkeit der Rezipienten in der kommunikativen Phase verläuft, und dass die sekundäre mediale Realität gleichsam auf den Menschen wirkt wie die primäre Realität.

Die Darstellung der psychischen Kräfte, der psychischen Mechanismen, des Nutzen- und Belohnungsansatzes und der Handlungstheorie machte deutlich, mit welchen möglichen Mechanismen ein *Wirklichkeitstransfer* einsetzen kann und welche Funktionen dabei erfüllt werden. Je nach Betrachtungsweise werden unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt, was zu einer interessanten Ausdifferenzierung der Motive, Bedürfnisse und Funktionen führt. Das Bedürfnis, welches hinter dem *Wirklichkeitstransfer* steht, wurde nach psychologischen Überlegungen als Abundanzmotiv gedeutet. Das heisst es geht nicht um ein Bedürfnis, das unmittelbare physische Überlebensfunktionen sichert und nicht genetisch im Menschen verankert ist. Dennoch wird davon ausgegangen, dass dieses Bedürfnis von hoher Bedeutung für das Leben des Menschen in unserer Gesellschaft ist.

Das Kapitel über die Kinder und Jugendlichen liess erkennen, dass diese vermutlich häufiger und leichter in die sekundäre mediale Realität eintreten. Einerseits ist es für Kinder bis zu einem gewissen Alter schwierig oder unmöglich, zwischen primärer Realität und Medienrealität zu unterscheiden, andererseits erfüllt der Medienkonsum

das Escape-Bedürfnis, welches gerade in der Pubertät deutlich stärker auftritt als im Erwachsenenalter. Neben dem eher negativ motivierten Bedürfnis der Flucht vermutet die Autorin auch bei den Kindern das positiv motivierte Bedürfnis nach Lust an einer Realitätserweiterung.

In einigen Teilbereichen der Cultural Studies und der Screen-Theorie werden der *Wirklichkeitstransfer* oder ähnliche Phänomene bereits anerkannt. Mit dem Konzept des produktiven Zuschauers, der während der Rezeption selbst einen grossen Teil des Inhalts konstruiert und somit aktiv an der Entstehung des Inhalts beteiligt ist, oder mit der 'Suturierung' des Zuschauers in die Lücken des Films, welche zu einer Überschneidung der Realitätsebenen führen, wird gezeigt, dass eine Unterscheidung zwischen herkömmlicher Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung und einer intensiven Versetzung im Sinne des *Wirklichkeitstransfers* in den Kommunikations- und Medienwissenschaften de facto schon bekannt ist, bis anhin aber kaum die nötige Beachtung fand. Zudem konnte mit einzelnen Konzepten aus den Cultural Studies der Prozess des *Wirklichkeitstransfers* von Seiten des Rezipienten in einen aktiven und einen passiven *Wirklichkeitstransfer* unterteilt werden.

Der Symbolische Interaktionismus liefert wichtige Deutungsmuster für den *Wirklichkeitstransfer*. Mit dem Konzept der sozialen Rolle und der vermehrten Rollenübernahme aus der sekundären medialen Realität wird dargelegt, dass der *Wirklichkeitstransfer* eine wichtige Sozialisationswirkung hat und die sekundäre mediale Realität zu einer immer bedeutenderen Sozialisationsinstanz geworden ist. Zudem wird im Symbolischen Interaktionismus betont, wie wichtig die soziale Rolle und das Übernehmen von Rollen für den Menschen ist (früher überlebensnotwendig). Gerade in der heutigen medialisierten Welt müssen wir fähig sein, ein vielfältiges Rollenset anwenden zu können, um in der Gesellschaft erfolgreich zu bestehen. Die Fähigkeit zur Übernahme von verschiedenen sozialen Rollen ist daher für den modernen Menschen unbedingt notwendig. Da die sekundäre mediale Realität immer mehr an Stellenwert gewinnt, nehmen Rollensets aus der sekundären medialen Realität auch an Bedeutung zu. Der *Wirklichkeitstransfer*, durch welchen Rollen übernommen, ja geradezu gelebt werden können, erfüllt eine wichtige Funktion in der modernen Gesellschaft.

7.2 Der weitere Verlauf der Arbeit

Die aus Wissenschaft und Literatur vorhandenen wichtigen Ansätze und Deutungsmuster zum *Wirklichkeitstransfer* sind aufgearbeitet, das Phänomen ist beschrieben und die Begrifflichkeit steht fest. Im Folgenden soll der Fokus verstärkt auf das Phänomen alleine gerichtet werden. Dies geschieht zuerst anhand der Steinmannschen Unterhypothesen zum *Wirklichkeitstransfer*. Weiter sollen mit Hilfe der neu gewonnenen Erkenntnisse die am Transfer beteiligten Elemente genauer definiert und abgegrenzt werden. In einem weiteren Kapitel wird auf die Konsequenzen und das Potential des *Wirklichkeitstransfers* eingegangen, welche über die Ausgangsthesen von Steinmann hinausreichen.

VI. Die Strukturierung des *Wirklichkeitstransfers*

Die sieben Unterthesen zum *Wirklichkeitstransfer* wurden am Anfang der Arbeit (Kapitel II.2) vorgestellt. Steinmann hat diese Thesen zu Beginn seiner Überlegungen zum *Wirklichkeitstransfer* formuliert. Die Thesen präzisieren den *Wirklichkeitstransfer*, grenzen ihn ab und arbeiten darauf hin, eine Theorie zu formulieren (vgl. zur Theoriebildung Diekmann 1996:122ff.)

Die Unterthesen sollen nun mit dem in Kapitel V erarbeiteten Wissen diskutiert werden. Zu jeder These sollen anhand der theoretischen Erkenntnisse aus Kapitel V Bestätigungen gesucht werden. Mit anderen Worten wollen wir die plausiblen Hypothesen anhand der Sekundärforschung verifizieren. Wichtig ist, dass es so, also ohne eigens durchgeführte Primärforschung, im Grunde nicht möglich ist, Thesen eindeutig zu stützen respektive zu verwerfen.

Nicht jeder vorgestellte Ansatz vermag in seiner Ganzheit zu jeder These etwas Sinnvolles beizutragen. Es werden deshalb bewusst nur jene Erkenntnisse ausgewählt, die unsern Thesen nahe liegen. Zugleich soll die Diskussion dazu dienen, die Steinmannschen Thesen eventuell zu präzisieren oder anzupassen.

1. Die Thesen

1.1 These 1: Erweiterung des Kommunikationsbegriffs

Je nach Medium und Inhalt kann nicht nur von Kommunikation gesprochen werden.

Die erste These gilt als unproblematisch. Bereits in Kapitel IV wurde dargelegt, dass es sich bei einem Medienkonsum, der bis zur Versetzung des Rezipienten führt (*Wirklichkeitstransfer*), nicht um klassische Kommunikation, also um Bedeutungsvermittlung (vgl. Maletzke und Burkhart) handeln kann. Die klassische, lineare Lasswell-Formel oder daraus abgeleitete Kommunikationsdefinitionen können nicht greifen, wenn man erklären will, wie der Rezipient seine Wirklichkeit in jene des Mediums transferiert, dort verweilt oder hin und her driftet. Beim *Wirklichkeitstransfer* ändert sich der Fokus auf den gesamten Massenmediennutzungsprozess, wir betrachten den Prozess rezipientenzentriert und stellen so fest, dass es erhebliche Differenzen bei der Rezeption gibt, die neben dem Rezipienten auch durch das Medium und dessen Inhalt bestimmt werden (vgl. Kapitel IV).

Was leisten nun die aufgearbeiteten Ansätze, um These 1 zu stützen?

Die Ausführungen aus der **Hirnforschung** zeigen, dass das menschliche Gehirn bei der Medienrezeption von unterhaltenden fiktionalen Inhalten verschiedene Hirnwellen produziert. So wechseln im Gehirn die gemessenen Zustände während der Fernsehrezeption zwischen Aktivität und Passivität ab. Dabei wächst der Anteil der Betawellen (Kennzeichen für den aktiven Zustand) während der Dauer des Fernsehkonsums deutlich und jener der Alphawellen nimmt ab. Zudem wurde festgestellt, dass sowohl die kognitiven als auch die emotionalen, kreativen Strukturen des Gehirns beim Fernsehkonsum genutzt werden, was auf ein breit angelegtes Phänomen deutet und nicht lediglich auf Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung.

Der physiologische Zustand des Gehirns während des Fernsehkonsums gleicht jenem während des Schlafens in der Pseudowachphase. Das ergibt folgende Analogie. In der Pseudowachphase träumt der Mensch intensiv und begibt sich in irrationale Welten. Er braucht das Träumen um seinen eigenen Erfahrungsraum zu erweitern und sich in der

Realität zurechtzufinden. Eine weitere Analogie besteht auch zu Zuständen wie der Hypnose und der Trance, bei denen der Mensch von der primären Realität abgekoppelt und daher nicht mehr fähig ist, rational zu handeln. Wir deuten die wechselnden Zustände und Aktivierungen des menschlichen Gehirns dahingehend, dass es sich beim Fernsehkonsum von unterhaltenden fiktionalen Inhalten nicht nur um Kommunikation handelt, sondern dass auch ein zweites Phänomen auftritt, das mit dem der Pseudowachphase, der Trance oder Hypnose vergleichbar ist.

Der medizinischen Forschung ist bekannt, dass das menschliche Gehirn auf Medien und Medieninhalte gleichermassen reagiert wie auf die primäre Realität. Die Medieninhalte lösen in der kommunikativen Phase Gefühle und Reaktionen aus, die mit jenen in der primären Realität vergleichbar sind, insbesondere wiederum bei unterhaltenden fiktionalen Inhalten. Auch dies deutet darauf hin, dass der Begriff der reinen Kommunikation in solchen Fällen zu kurz greift.

Die physischen Veränderungen beim Fernsehkonsum von unterhaltenden fiktionalen Inhalten untermauern These 1. Es kann sich nicht nur um Kommunikation als reine Bedeutungsvermittlung handeln. Der Rezipient reagiert derart aktiv auf den Fernsehkonsum und befindet sich in Zuständen, die vergleichbar mit dem Traum, der Trance und der Hypnose sind. Es gilt daher beim Mediennutzungsprozess, je nach Medium und Medieninhalt zu differenzieren. Nicht alles kann unter den Begriff Kommunikation subsumiert werden. Die Tatsache, dass Medieninhalte oder gar Medien selbst beim Rezipienten Reaktionen auslösen, die mit denen der primären Realität vergleichbar sind, geben Hinweise, dass es sich nicht immer um Kommunikation handeln kann. Der gesamte Nutzungsprozess ist vielschichtiger und muss daher differenziert werden. Selbstverständlich spielt die Art des Mediums und des Inhalts eine Rolle. So lösen audiovisuelle Medien bekanntlich stärkere Reaktionen aus, als Printmedien, da sie die Realität besser zu simulieren vermögen, und auch unterhaltende fiktionale Inhalte sprechen eher die emotionale Seite des Rezipienten an. Dennoch möchten wir das Phänomen nicht nur auf die audiovisuellen Medien beschränken.⁷⁶

⁷⁶ Im Moment befinden wir uns noch in der rein theoretischen Vorarbeit zum *Wirklichkeitstransfer*. Es konnten noch keine eigenen empirischen Daten erhoben werden. In den meisten interessanten, bereits vorliegenden Daten geht es um den Fernsehkonsum.

Die Aufarbeitung der **psychischen Kräfte, der psychischen Mechanismen, des Nutzen- und Belohnungsansatzes und der Handlungstheorie** kann These 1 in dem Sinne stützen, als mit ihrer Hilfe die unbewussten oder bewussten Motive hinter dem Rezeptionsprozess verdeutlicht werden. Es kann je nach Medium, Inhalt und Rezipient nicht nur um Kommunikation als reine Bedeutungsvermittlung gehen, sondern es geht in erster Linie darum, Abundanzmotive zu verfolgen, psychische Mechanismen auszulösen, vor dem Alltag zu fliehen, Liebe zu erleben, zu genießen oder in einen Flow zu geraten. Manche Bedürfnisse, die durch die Medienrezeption befriedigt werden und Funktionen, die erfüllt werden, gehen weit über das Ziel der Kommunikation (als Bedeutungsvermittlung) hinaus. Die Forderung nach einer Ausdifferenzierung des Mediennutzungsprozesses beziehungsweise der Medienzuewendung ist gerechtfertigt und muss ebenso auf Grund der Motive, Bedürfnisse und Funktionen erfolgen.

Die Vertreter des **Symbolischen Interaktionismus**, des **Konstruktivismus**, der **Screen-Theorie** sowie der **Cultural Studies** negieren a priori, dass es sich bei der Mediennutzung stets um Kommunikation handelt. Der Symbolische Interaktionismus geht davon aus, dass der Mensch zu seiner Sozialisation, zu seiner Selbstwerdung die Medien nutzen kann, ja heutzutage sogar nutzen muss. Im konstruktivistischen Sinne nimmt der Mensch beim Kommunikationsprozess nicht nur an einer Bedeutungsvermittlung teil, sondern er konstruiert aktiv seine eigene Welt, seine eigene Realität. Ähnliches findet sich auch in Teilgebieten der Cultural Studies. Der Rezipient ist aktiv und (unterschiedlich stark) involviert, er dekodiert und beteiligt sich so an der Produktion der Aussage. Er gestaltet die Aussage mit, indem es zu einer Wechselwirkung zwischen Aussage und Rezipient kommt. In der Screen-Theorie begibt sich der Rezipient aktiv in die Lücken des Films und ist so Teil des Films. Es kommt dabei zu Überschneidungen der Realitätsräume.

Ein einfacher Kommunikationsprozess wird in diesen zuletzt genannten Ansätzen nicht anerkannt. Je nach Medium und je nach Aussage stellt sich der Prozess als viel komplexer dar. Der Rezipient ist aktiv in das Geschehen involviert und befindet sich in der Aussage drin. Er fungiert also nicht nur als passiver Rezipient von aussen, welcher die vermittelte Bedeutung aufnimmt.

Mit dem erarbeiteten Hintergrund aus Literatur und Wissenschaft kann die These 1 untermauert werden. Eine Ausdifferenzierung des Begriffs der

Massenmedienzuwendung muss künftig erfolgen. Die Ausdifferenzierung muss sich dabei wesentlich an dem aktuellen medialen Angebot, den neuen Technologien und dem veränderten gesellschaftlichen Hintergrund orientieren.

1.2 These 2: *Wirklichkeitstransfer* als Annäherung

Neben der Medienkommunikation gibt es einen Prozess, der mit dem Begriff „*Wirklichkeitstransfer*“ angenähert werden kann und der sich grundsätzlich von der Aussagenrezeption unterscheidet.

These 2 gehört unmittelbar zu These 1 und könnte auch als deren Unterthese, bzw. Präzisierung begriffen werden. Sie führt genauer aus, was in These 1 bereits angedeutet wird. Mit anderen Worten wird behauptet, dass es neben der reinen Kommunikation als Bedeutungsvermittlung bei der Medienrezeption einen komplexeren Prozess gibt, der mit dem Begriff *Wirklichkeitstransfer* gefasst werden kann.

Bei These 1 wurde auf Grund der theoretischen Erkenntnisse dargelegt, dass neben der Kommunikation als Bedeutungsvermittlung weitere Prozesse ablaufen. Alle dort genannten Argumente zur Unterstützung der These dienen ebenfalls der Untermauerung von These 2.

Physiologisch betrachtet gleicht der Zustand des Menschen in diesen Prozessen jenem des Schlafes respektive der Hypnose oder Trance. Anders ausgedrückt versetzt sich der Mensch während der kommunikativen Phase zeitweise äusserst intensiv und bewegt sich dann - vermutlich ähnlich dem Traum - in einer anderen Welt. Dies entspricht dem, was wir laut Definition unter *Wirklichkeitstransfer* begreifen wollen (Die Definition lautet: Der *Wirklichkeitstransfer* beschreibt ein Phänomen, welches bei der Nutzung von Medieninhalten, insbesondere fiktionaler Art, auftritt. Der Rezipient versetzt sich während der kommunikativen Phase in eine sekundäre [mediale] Realität, was [individuell und situativ unterschiedliche] Auswirkungen auf seine primäre Realität haben kann) und unterscheidet sich deutlich von der gewöhnlichen Aussagenrezeption (im Sinne der Bedeutungsaufnahme).

Die Auslösung von psychischen Prozessen, die Verfolgung der Abundanzmotive (Erweiterung des Realitätsraumes etc.) oder das Erreichen eines Flow-Zustandes gelingen

dem modernen Menschen besonders gut, wenn er sich als Rezipient in die sekundäre mediale Realität versetzt und die primäre Realität um sich herum ausblendet. Dies sind alle Merkmale, die den *Wirklichkeitstransfer*, so wie wir ihn definiert haben, beschreiben. Wir können also davon ausgehen, dass die in These 1 festgestellten Prozesse neben der Kommunikation als ein medialer *Wirklichkeitstransfer* zu fassen sind. Dazu gehören auch Prozesse wie die Konstruktion, Dekodierung, Produktion oder Sozialisation. Während der Rezeption laufen diese Prozesse nur ab, wenn sich der Rezipient in die sekundäre mediale Realität versetzt und seine rationale primäre Realität aufgibt.

Wie oben erwähnt stützen auch die Erkenntnisse aus der Screen-Theorie These 2. Die Vertreter der Suture gehen davon aus, dass der Mensch sich an bestimmten technisch definierten Punkten (Leerstellen) in den Film hineinbegibt und es so zu einer Vermischung der Filmrealität und der primären Realität kommt. Diese Vermischung, die dem *Wirklichkeitstransfer* sehr nahe kommt, kann nicht als gewöhnliche Aussagenrezeption betrachtet werden, sondern es handelt sich um einen Transfer von Realitäten respektive Wirklichkeiten.

Mit dem Begriff *Wirklichkeitstransfer* kann daher die unter These 1 geforderte Ausdifferenzierung der Massenmediennutzung beziehungsweise der Medienzuwendung erfolgen, was logischerweise auch zu einer Differenzierung des Rezeptionsprozesses führt. Wenn es sich beim *Wirklichkeitstransfer* nicht um eine gewöhnliche Bedeutungsvermittlung handelt, so kann es sich auch nicht um eine Aussagenrezeption in Form von Bedeutungsaufnahme handeln.

Damit wird These 2 als Folge von These 1 ebenfalls gestützt.

1.3 These 3: Das basale Handlungsmotiv

Der (symbolische) *Wirklichkeitstransfer* befriedigt ein basales Handlungsmotiv des Menschen, nämlich den Drang, die Realität zu wechseln.

Die dritte These knüpft an die Thesen 1 und 2 in dem Sinne an, als mit ihr erklärt werden soll, welches Motiv hinter dem *Wirklichkeitstransfer* steht. Sie benennt es als 'Drang des Menschen, die Realität zu wechseln'. In der vorliegenden Arbeit wurde aus unterschiedlichen Blickwinkeln nach den möglichen Funktionen, Motiven und Grundstrebungen hinter dem *Wirklichkeitstransfer* gesucht. Die Literatur der

Psychologie, des Nutzen- und Belohnungsansatzes, der Handlungstheorie sowie des Symbolischen Interaktionismus liefern verschiedene Angaben dazu, wie man das 'basale Motiv' hinter dem *Wirklichkeitstransfer* ausdifferenzieren könnte. Darauf werden wir nachfolgend noch genauer eingehen. Zuerst noch einige grundsätzliche Bemerkungen zur dritten These.

Nach Ansicht der Autorin könnte These 3 dahingehend erweitert werden, dass nicht nur vom Motiv des Realitätswechsels, sondern weiterführend von einer Erweiterung respektive Umgestaltung und Erneuerung des Realitätsraumes und der eigenen Person gesprochen werden sollte. Dann entspricht dieses Motiv den Abundanzmotiven, bekannt aus der Psychologie, die da heissen: 'Suche nach neuen lustbetonten Erlebnissen', 'Suche nach Neuheit und Veränderung der Umwelt' und 'Suche nach positiver Identifizierung' (Hobmair 1997:187). Als weitere Erhärtung, dass als eigentlicher Ursprung beim *Wirklichkeitstransfer* diese Abundanzmotive gelten, betrachten wir die in Kapitel V vorgestellten Ansätze. Wir gehen davon aus, dass viele der dort genannten und von uns als wichtig dargestellten Motive oder Bedürfnisse zu einer Ausdifferenzierung des (Abundanz-) Gesamtmotivs hinter dem *Wirklichkeitstransfer* führen. Es wird gezeigt (Pädagogik, Symbolischer Interaktionismus, Psychologie, Nutzen- und Belohnungsansatz, Handlungstheorie), dass es für die Sozialisation, insbesondere in einer modernen medialisierten Gesellschaft, von grosser Bedeutung und Bereicherung ist, (abundare lat.: überfliessen, überladen, anhäufen, bereichern) den Realitätsraum zu erweitern und sich neue Rollen (Identifikationen) anzueignen. Die Erweiterung des Realitätsraumes kann positiv motiviert sein im Sinne von Neugierde oder Wissensbegierde, neutral im Sinne einer Wiederbegegnung mit einer stabilen Welt (vor allem bei habitualisiertem Serienschauen) oder auch negativ im Sinne einer Flucht in eine bessere Welt (vgl. Abbildung 10).

Eine Analogie zum Träumen kann hier, wie es im Kapitel V.2 zur Hirnforschung vorgeschlagen wird, gesehen werden. Durch die Träume wird das Kind ja auf die spätere primäre Realität vorbereitet. Durch eine intensive Versetzung in die mediale Realität lernt der Mensch, in verschiedenen Rollen und Situationen zu handeln, was existentiell ist, um in einer modernen Welt zu bestehen.

Wo dieses ('basale') Motiv anzusiedeln ist, ist schwer zu sagen. Anhand der psychologischen Theorien wird jedoch davon ausgegangen, dass es sich um ein Motiv

(oder um Motive) handelt, das nicht nur trieb- oder instinktgesteuert ist (also nicht biologisch bedingt), sondern dass es eher auf der psychologischen Ebene (durch Erlernen, auf Grund des Angebots und auf Grund kognitiver Bewertung) in Erscheinung tritt. Dies wird vor allem dadurch bestärkt, dass das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* häufiger aufzutreten scheint nach dem in Kapitel III angesprochenen Wandel des Medienangebots (mehr Angebote, neue Formate, neue Technologien, grössere soziale Akzeptanz etc.) und der Veränderung der Gesellschaft hin zu mehr Mobilität und zu häufigen Wechseln im Leben des Einzelnen .

Dass mit dem *Wirklichkeitstransfer* ein ganzer Verbund von existentiellen Bedürfnissen des Menschen befriedigt werden, zeigen auch die Abschnitte über den Nutzen- und Belohnungsansatz, die Handlungstheorie und die Überlegungen aus der Psychologie. Inwiefern jedoch der Begriff 'basal' zutreffend ist, soll noch kurz diskutiert werden.

Zuerst einmal bedeutet 'basal' nichts anderes als 'die Basis betreffend'. In der Psychologie hingegen arbeitet man grundsätzlich mit den Begriffen 'primäre' und 'sekundäre' Bedürfnisse respektive Motive, wobei mit primären Bedürfnissen jene auf der physischen Ebene gemeint sind d.h. Hunger, Durst, Schlaf oder Sexualität. Sekundäre Bedürfnisse hingegen entstehen im Laufe des Lebens eines jeden Menschen im Zuge seiner Sozialisation (Hobmair: 1997). Diese Einteilung in primäre und sekundäre Bedürfnisse ist etwas gar vereinfacht und kann sicherlich nicht genügen, um die hier dargestellten Bedürfnisse befriedigend zu definieren. Dennoch soll zuerst einmal dieser einfachen Einteilung gefolgt werden, um eine grobe Situierung der Bedürfnisse hinter dem *Wirklichkeitstransfer* vorzunehmen.

Weiter oben wurde das hauptsächliche Motiv hinter dem Wirklichkeitstransfer als Abundanzmotiv gedeutet, folglich muss es sich, wenn man der psychologischen Begrifflichkeit folgen will, auch um ein sekundäres Bedürfnis handeln, das hinter diesem Motiv steht. Dies soll nicht bedeuten, dass ein sekundäres Bedürfnis nicht basal sein kann und dass der moderne Mensch die sekundären Bedürfnisse nicht befriedigen muss, um sich in seiner Umwelt zurechtzufinden, ja sogar um zu überleben (also um eine Basis, ein festes Fundament in der modernen Welt zu haben). Gerade in der modernen schnelllebigen Welt werden solche sekundären Motive vermehrt 'basal', um in der Gesellschaft bestehen zu können.

Neben der genannten einfachen Einteilung in primäre und sekundäre Bedürfnisse finden wir bei Farbstein (1980) auch eine auf einer Zweiteilung basierenden Differenzierung, die einerseits mit dem Begriff 'basal' operiert und andererseits bereits auf den Medienkonsum fokussiert und daher von Bedürfnisbefriedigungsmöglichkeiten ausgeht (Farbstein 1980:22f.). Farbstein unterscheidet zwischen realen Bedürfnisbefriedigungsmöglichkeiten, die kaum durch die Massenmedien gegeben sind und emotionalen Bedürfnisbefriedigungsmöglichkeiten, die durch die Massenmedien angeboten werden. Anders ausgedrückt geht er von der Hypothese aus, dass die Massenmedien dem Rezipienten die Möglichkeit bieten, basale Bedürfnisse symbolisch zu befriedigen. Dabei sind dem Mensch diese basalen Bedürfnisse nicht bewusst, sondern er erfährt sie als manifeste (oder überlagerte) Bedürfnisse. Mit der symbolischen Befriedigung der manifesten Bedürfnisse via Massenkommunikation werden sozusagen auf einem Umweg auch die basalen Bedürfnisse befriedigt (ebd.). Als solche manifesten Bedürfnisse zählt Farbstein folgende auf: kognitive Bedürfnisse (Information, Wissen, Verstehen), affektive Bedürfnisse (emotionale und ästhetische Erfahrungen), integrative Bedürfnisse (Vertrauen, Sicherheit, Stabilität) und interaktive Bedürfnisse (ebd. 23–24). Die basalen Bedürfnisse, die nun hinter diesen genannten manifesten Bedürfnissen stehen, analysiert Farbstein mit Hilfe des Strebungsmodells, welches sich auf die Arbeiten der Psychologen Murray (1939) und Berth (1963) stützt. Er anerkennt 17 Grundstrebungen, die er wiederum in fünf Gruppen einteilt: Vitalstrebungen, Vermeidungsstrebungen, Sozialstrebungen, individualistische Strebungen, egoistische Strebungen und Strebungen nach direktem Lustgewinn (Farbstein 1980:27–38). Wichtig ist, dass alle Strebungen auf „[...] eine biologische Urfunktion im Sinne der Selbsterhaltung, der Arterhaltung oder der Gruppenerhaltung zurückgeführt werden können. Sie müssen also einen Sinn haben, der direkt oder indirekt, heute oder vielleicht auch in Urzeiten für das Überleben der Menschheit in irgendeiner Weise irgendwie notwendig war“ (ebd.:27). Wenden wir die Überlegungen Farbsteins auf den hier noch nicht ganz geklärten Begriff des 'basalen Handlungsmotivs' aus These 3 an, so stellen wir fest, dass nach Farbstein der Begriff basal sicherlich richtig gewählt ist und dass so gesehen hinter dem *Wirklichkeitstransfer* Strebungen stehen, die im weitesten Sinne das Überleben eines Individuums sichern. Denn gerade die Sozialstrebungen (Bedürfnis nach Zugehörigkeit) oder die Strebungen nach Lustgewinn können wir hinter dem *Wirklichkeitstransfer* deutlich erkennen. Solche basalen Strebungen werden nach Farbstein nur in manifesten Bedürfnissen sichtbar, zu denen auch die von uns genannten gehören (vgl. Nutzen- und Belohnungsansatz etc.), welche via Medienkonsum befriedigt werden können.

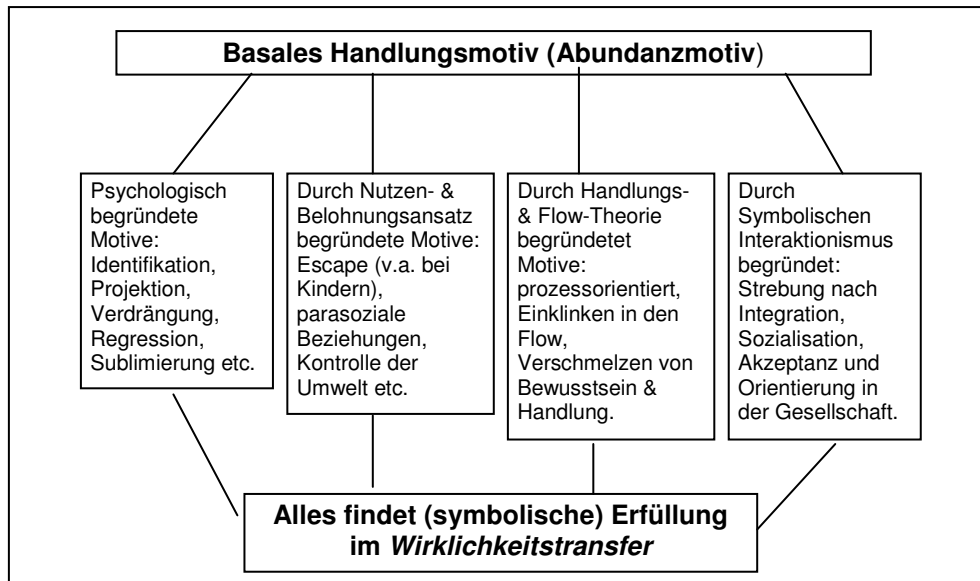
Es sollen hier nicht noch weitere Modelle und Differenzierungen zu den Bedürfnissen und Motiven zitiert werden. Logischerweise würde sich bei jedem Autor eine neue plausible Möglichkeit finden, das nach Steinmann 'basale Handlungsmotiv' einzuteilen oder auszudifferenzieren. Es geht ja letztlich um die Frage, inwiefern dieses Motiv oder das Bedürfnis hinter dem *Wirklichkeitstransfer* von Bedeutung und damit basal ist für den Menschen. Schon die Tatsache, dass der moderne Mensch einen grossen Teil seiner Freizeit (in der Schweiz mehr als 5h pro Tag) dem Medienkonsum widmet und in andere Welten abschweift, zeigt, dass dahinter ein nicht zu unterschätzendes Motiv, Bedürfnis oder eben eine tiefer liegende Strebung stecken muss.

Aus Beobachtung und persönlicher Erfahrung kann man weiter ergänzen, dass der moderne Mensch als kulturelles Wesen vom Bedürfnis nach Flucht aus der Umwelt (Eskapismus als negatives Bedürfnis), nach Erweiterung des Realitätsraumes oder dem Drang nach Neuem (als positives Bedürfnis) und damit dem Transfer der eigenen Realität vermutlich immer stärker getrieben wird. Es besteht ja heute ein nicht zu leugnender Drang nach Mobilität und schnellen Wechseln im Leben und in der Lebensgestaltung der Menschen (vgl. Hackenbruch/Steinmann 2004:348). Der Unterschied zum nicht medialisierten Zeitalter besteht darin, dass die Individuen dieses starke Bedürfnis mehrheitlich mit den Medien und dem Eintauchen in deren Realität befriedigen können.⁷⁷

Abbildung 10 zeigt, wie alle hier genannten Theorien, Ansätze und Modelle dazu dienen, das basale Bedürfnis und das Motiv hinter dem *Wirklichkeitstransfer* zu differenzieren. Besonders interessant ist, dass oft mit einer unterschiedlichen Begrifflichkeit Ähnliches gesagt wird. Eine definitive, befriedigende Antwort kann aber in keinem isolierten Ansatz gefunden werden.

⁷⁷ Nach Farbstein können sie es auf diese Weise symbolisch befriedigen.

Abb. 10: Differenzierung der Bedürfnisse und Motive hinter dem *Wirklichkeitstransfer*



Als Fazit zu These 3 stellt man fest, dass hinter dem *Wirklichkeitstransfer* ganz generell Abundanzmotive stehen, die für den modernen Menschen basal sind und mit dem *Wirklichkeitstransfer* befriedigt werden können. Diese Abundanzmotive lassen sich mit Hilfe der Psychologie, des Nutzen- und Belohnungsansatzes, der Flow-Theorie und des Symbolischen Interaktionismus weiter ausdifferenzieren. Vermutlich wirken die je verschiedenen Bedürfnisse und Motive als Katalysator für den *Wirklichkeitstransfer*. Weiter muss man festhalten, dass die unterschiedlichsten Modelle und Theorien das basale Handlungsmotiv (nach Steinmann) beschreiben und kategorisieren. Oft handelt es sich um gleiche mit unterschiedlichen Begriffen benannte Phänomene.

1.4 These 4: Abdriften aus der primären Realität

Dieser *Wirklichkeitstransfer* führt in einen artifiziellen Medienraum, in welchen der Rezipient eintaucht, dort verweilt und mehr oder weniger intensiv von der primären Realität abdriftet (überwiegend in der kommunikativen Phase).

Mit der These 4 wollte Steinmann den groben Verlauf oder den Prozesscharakter des *Wirklichkeitstransfers* beschreiben.

Vor dem Hintergrund der Diskussion in Kapitel V.1 zu den Vorstellungen der Wirklichkeit möchte die Autorin, der begrifflichen Stringenz halber, den Ausdruck 'artifizieller Medienraum' durch 'sekundäre mediale Realität' ersetzen.

Aufgrund unterschiedlicher Beobachtungen, unter anderem jene von Steinmann bei seiner Tochter Sophie, oder von Untersuchungen aus der Pädagogik respektive Entwicklungspsychologie kann man beim Rezipienten in der kommunikativen Phase eine Versetzung, wie in These 4 formuliert, erkennen. Gerade bei Kindern ist der Medienkonsum durch Unmittelbarkeit, Vertrautheit, Nähe und Distanzlosigkeit geprägt, und so erliegen sie geradezu dem Bann der Medien. Dies äussert sich durch Merkmale wie einem starren Blick, einer ruhigen Körperhaltung, einem Fokussieren und dem Ausblenden der primären Realität.⁷⁸

Wie in Zusammenhang mit These 1 gezeigt wurde ändert sich der physische Zustand des Rezipienten während des intensiven Fernsehkonsums dahingehend, dass er mit der Pseudowachphase, der Hypnose oder Trance vergleichbar ist. Schliesst man die Analogie zwischen den erwähnten Zuständen, so bestätigt sich, dass der Rezipient, wie in These 4 behauptet, im *Wirklichkeitstransfer* abdriftet und die Welt um sich herum vergisst oder ausblendet. Aufgrund der Messungen von Alpha- und Betawellen im menschlichen Gehirn, weiss man, dass sich der Zustand des Rezipienten im Gehirn phasenweise ändert. Daraus kann man schliessen, dass er je nach Intensität der Versetzung und damit des Transfers zwischen beiden Realitäten schneller oder langsamer hin und her pendelt. Weiter zeigen die Messungen der Hirnströme von Miller, dass nach einer gewissen Anlaufphase der Anteil der Betawellen (Zeichen für einen aktiven, wachen Zustand) zunimmt und jener der Alphawellen abnimmt. Dies deuten wir dahingehend, dass die Versetzung während des Fernsehkonsums stärker wird.

Die handlungstheoretisch motivierte Studie von Gattlen und Steinmann zeigt u.a., dass ein Grossteil der Rezipienten das Versinken in einen Flow-Zustand als Motiv zum Medienkonsum nennt. Der Flow-Zustand, wie er von Csikszentmihalyi bei verschiedenen Tätigkeiten beschrieben wird, wurde als mögliche Vorstufe zu einem *Wirklichkeitstransfer* betrachtet. Er zeichnet sich dadurch aus, dass der Mensch in seiner Tätigkeit aufgeht, dass seine Aufmerksamkeit voll zentriert ist, dass seine Handlung mit dem Bewusstsein verschmilzt etc. Übertragen auf die Medienrezeption könnte in einer weiteren Stufe (also nachdem man in den Flow gerissen wurde) das in These 4 beschriebene Abdriften in die mediale sekundäre Realität erfolgen.

⁷⁸ Auch Erwachsene reagieren oft nicht, wenn sie in einen Film vertieft sind und man sie dann etwas fragt. Sie sind absorbiert und ihre Sinne sind vollständig auf den Medieninhalt fokussiert.

Eine weitere Präzisierung dieses Abdriftens wurde im Kapitel V.5.1 zu den Cultural Studies vorgenommen. Im Konzept des produktiven Zuschauers wurde unterschieden in einen aktiven und einen passiven Eintritt in den *Wirklichkeitstransfer*. Bei beiden Formen bleibt der Rezipient aber produktiv, da er immer auf Grund seiner persönlichen primären Realität und Symbolwelt den Transfer erlebt und weiterverarbeitet. Lediglich der Einstieg unterscheidet sich. Wir gehen allerdings auch davon aus, dass es sich beim *Wirklichkeitstransfer* meist um eine Mischform handelt, d.h. der Rezipient wird z.B. passiv in den Transfer gerissen, begibt sich aber nach einem Zurückdriften wieder aktiv in den Transfer zurück. Der prozessuale Charakter des ganzen Ablaufs unterscheidet sich dementsprechend und das Einklinken in die sekundäre Realität kann entweder genau evoziert werden oder es geschieht vielleicht langsamer und über mehrere Intensitätsstufen. Die Resultate einer Gruppendiskussion mit Studenten bestätigen diese Annahme deutlich (Kreiselmaier 2004:64–73). Vermutlich hängt der aktive oder passive Transfer einerseits von den Prädispositionen des Rezipienten ab, im Wesentlichen aber insbesondere auch vom Medium und der medialen Aussage. Die Überlegungen zu einem passiven oder aktiven Eintritt in den *Wirklichkeitstransfer* können zu einer Präzisierung oder Erweiterung von These 4 hinzugezogen werden.

Wie der *Wirklichkeitstransfer* exakt abläuft und wie der Wechsel zwischen primärer und sekundärer medialer Realität zu verstehen ist, müsste mit empirischen Daten erhärtet werden. Der Abschnitt zur Hirnforschung zeigt, dass das menschliche Gehirn seine volle Aufmerksamkeit nicht auf beide Realitäten gleichzeitig zu richten vermag. Infolgedessen driftet die menschliche Aufmerksamkeit zwangsweise von einer Realität zur anderen oder bleibt für längere Zeit in einer der Realitäten hängen. Die nachfolgende postkommunikative Phase gleicht somit nach intensiver Versetzung einem Erwachen aus einem tiefen Schlaf oder Traum, wobei dem Schläfer die sekundäre Realität noch immer stark präsent ist.

Dass es sich beim *Wirklichkeitstransfer*, wie in These 4 gesagt, um ein Abdriften in die sekundäre mediale Realität während der kommunikativen Phase handelt, kann gestützt werden.

1.5 These 5: Durchmischung und Langzeitwirkung

Die Befähigung, die Realitätsräume zu trennen, ist unterschiedlich und daher folgt eine mehr oder weniger intensive Durchmischung bei den einzelnen Rezipienten. Kinder sind davon wohl mehr betroffen und die Langzeitwirkungen sind ungewiss.

These 5 nimmt auf den Rezipienten und dessen Befähigung Bezug, zwischen primärer und sekundärer Realität zu trennen. Die Medien- und Kommunikationswissenschaft zeigt, und hier besteht bekanntlich die Schwierigkeit bei der Untersuchung von medialen Phänomenen, dass verschiedene Faktoren (intervenierende Variablen) beim Rezipienten (Umfeld, Bildung, Alter etc.) die Medienrezeption beeinflussen. So hängt sicherlich die Befähigung, die Realitätsräume zu trennen, von diesen Variablen ab und beeinflusst die Intensität des *Wirklichkeitstransfers*, ja sogar das eigentliche Eintreffen eines *Wirklichkeitstransfers*.

Verschiedene pädagogisch oder psychologisch ausgerichtete Arbeiten weisen darauf hin, dass Kinder bis zum 6./7. Lebensjahr nicht die Fähigkeit haben, zwischen sekundärer medialer und primärer Realität zu unterscheiden. Sie leben entwicklungspsychologisch ausgedrückt in einer 'Ich-Bezogenheit' und einer durch Realismus geprägten Welt. Sie können Medieninhalte nur verstehen, wenn sie Figuren, Geschichten oder Situationen auf sich und ihr eigenes Leben übertragen. Zudem ist für ein Kind in dieser Entwicklungsstufe alles, was es sieht und wahrnimmt, real und in gleicher Weise beseelt wie sein eigenes Leben. Das Kind vermag nicht abstrakt zu denken und kann sich darum nicht vorstellen, dass beispielsweise eine Figur im Fernsehen nicht lebendig und real ist.

Weiter fehlt dem Kind die Fähigkeit, Inferenzschlüsse zu ziehen, was ein rationales Erfassen des medialen Inhalts (des Zusammenhangs) zusätzlich erschwert. Das Kind nimmt daher einzelne Situationen und Bilder als solche wahr und vermag sie nicht in einen Gesamtzusammenhang zu bringen. So erfährt es einzelne Szenen zusammenhanglos noch intensiver und stärker, als sie evtl. im Kontext zu verstehen wären. Später ändert sich dies, und das Kind ist mit ca. 7 oder 8 Jahren fähig, den

medialen Inhalt sinngemäss zu verstehen.⁷⁹ Trotzdem erleben ältere Kinder und Jugendliche vermutlich ebenso einen *Wirklichkeitstransfer*. Ein Grund dafür ist das heutzutage grosse mediale Angebot für diese Zielgruppe und die intensive Nutzung von interaktiven Medien durch Kinder und Jugendliche, denen wir ein grosses Potential zum Transfer zusprechen. Der Medienkonsum der Kinder ist auch auf diese Medien und Inhalte ausgerichtet, wie wir bereits aufgezeigt haben (vgl. Kapitel V.4). Zum anderen sind Kinder und Jugendliche oft in einer schwierigen instabilen Lebensphase und suchen nach Orientierung und nach ihrem eigenen Lebensstil. Die Medien bieten hierzu ein grosses Angebot, seien es fiktionale unterhaltende Inhalte, die zur Flucht vor dem Alltag einladen, seien es Shooting Games und Gewaltinhalte, die das Kind oder den Jugendlichen sich stark und heldenhaft fühlen lassen oder seien es romantische ästhetische Liebesfilme, die der Neugierde und der erwachenden Sexualität der Jugendlichen entsprechen. Wie wir in den vorangegangenen Kapiteln (psychologischer Ansatz, Nutzen- und Belohnungsansatz, Symbolischer Interaktionismus etc.) erfahren haben, liefern die Medien gerade den 'suchenden' Jugendlichen viele Vorbilder, Sozialisationsinstanzen und Figuren, mit denen sie sich identifizieren, ihre Ängste abbauen oder ihre Freuden ausleben können (vgl. dazu Ausführungen von Grossman/De Gaetano 2002).

Eine eindeutige Bestätigung zu den genannten Langzeitwirkungen des *Wirklichkeitstransfers* in These 5, wird durch die bereits erwähnten intervenierenden Variablen erschwert. Die Gewaltforschung hat zwar diesbezüglich einiges geleistet, doch die meisten Untersuchungen zeigen, dass es kaum möglich ist, eindeutige, isolierte Langzeitwirkungen, verursacht durch den Medienkonsum, festzuhalten. Nachahmungstaten wie die Schulmassaker in Littleton 1999⁸⁰ und Erfurt 2002⁸¹, lassen

⁷⁹ Dies selbstverständlich nur, wenn der mediale Inhalt und die Form dem Alter angepasst ist.

⁸⁰ Im April 1999 werden in einer Schule in Littleton zwölf Schüler und ein Lehrer von zwei Jugendlichen getötet. Die beiden Täter gehörten zu der Fangemeinde der 'Doom'-Gamer. 'Doom' ist ein Ego-Shooter und wurde in seiner Ursprungsversion, bevor es auf den Markt kam, zu Übungszwecken als Tötungssimulator bei US-Militär benutzt. Die Jugendlichen Täten hatten als 'Vorbereitung' auf die Tat ihre Schule in das Spiel hinein programmiert (mehr zu diesem Spiel in Kapitel VII.1).

⁸¹ Im April 2002 hat ein der Schule verwiesener Schüler in Erfurt insgesamt 17 Schüler und Lehrer erschossen und dann sich selbst gerichtet. Der Schüler habe, laut Aussagen seiner Klassenkameraden, stundenlang das Spiel 'Counterstrike' gespielt. In diesem Spiel werden Terror und Antiterror 'in Echtzeit' simuliert. Es ist laut der Herstellerfirma Sierra Entertainment das meistgespielte Online-Computerspiel der Welt. In den USA ist dieses Spiel schon lange verboten für Jugendliche unter 18 Jahren. Kommt dazu, dass der verwiesene Schüler, aus schwierigen Verhältnissen kam und als Aussenseiter galt.

den Einfluss der Medien deutlich spüren, müssen aber als Einzelfälle, betrachtet werden.⁸²

Dennoch möchten wir auf Grund von Erfahrungen bezüglich der genannten Langzeitwirkungen in These 5 eine Vermutung anbringen. Man kann davon ausgehen, dass Menschen, die bereits in jungen Jahren häufige und intensive *Wirklichkeitstransfers* erlebt haben und vornehmlich durch diese sozialisiert worden sind, in späteren Jahren starken Auswirkungen ausgesetzt sein dürften. So schildert Steinmann von einem Freund, der in Vietnam diente, dass durch die Rezeption von Kriegsfilmern den jungen Männern ein falsches Bild vom Krieg vermittelt worden war. In Vietnam waren die Folgen verheerend, da manche Soldaten stärker durch das Filmmaterial konditioniert waren als durch die militärische Ausbildung. Das Ergebnis waren unangebrachte, lebensgefährliche Reaktionen und Handlungen, die nicht der Situation angepasst waren. Hierzu ein weiteres Beispiel aus der Alltagserfahrung. Viele von uns sind in Sachen Beziehung/Liebe durch die sekundäre mediale Realität geprägt, d.h. wir finden uns in einer Situation mit einem Partner oder potentiellen Partner und stellen dieselben Ansprüche an die Situation, wie wir sie aus dem *Wirklichkeitstransfer* her kennen. Wir kennen aus dem Fernsehen manche Liebesgeschichte und haben sie selbst im *Wirklichkeitstransfer* miterlebt. Wir erwarten daher feurige, leidenschaftliche Liebhaber, die dennoch von Romantik und Verständnis geprägt sind, endlos lange Nächte voller Glück und Leidenschaft, nach denen man trotzdem noch frisch und fit aussieht etc. Diese Erwartungen sind aber für die primäre Realität viel zu hoch und können kaum erfüllt werden. Die Betroffenen sind enttäuscht, die Beziehung geht in die Brüche, da der Partner oder die Partnerin den Erfahrungen und Ansprüchen - gebildet im *Wirklichkeitstransfer* - niemals gerecht werden kann. Umgekehrt können durch den *Wirklichkeitstransfer* auch positive Wirkungen für den Rezipienten resultieren. In den Medien, vor allem in Serien, Filmen und Romanen sind die meisten Menschen, insbesondere die Helden und Sympathieträger, gut und schön, ja geradezu perfekt. Dies kann einem Rezipienten das Gefühl geben, um Glück zu erfahren und um geliebt zu werden, müsse man einem Schönheitsideal entsprechen. Erfährt man dann dieses

⁸² Hier liegt ein Dilemma der sozialwissenschaftlichen Interpretationsmethode. Eine statistische Signifikanz besteht erst, wenn die Wahrscheinlichkeit einen relativ hohen Prozentsatz erreicht (je nach Fragestellung natürlich). Von 7 Millionen Schweizern müssten vermutlich ein paar Tausend oder mindestens hundert Massenmörder sein, damit das Problem statistisch signifikant auffällt. Der Amoklauf in Zug im Jahre 2001 zeigt aber, dass bereits bei einem Wert von 1 zu 7 Millionen (Wahrscheinlichkeit von 0,000 000 1) eine gesellschaftliche Relevanz vorliegt, wenn sie auch statistisch nicht gegeben ist.

Glück trotz der eigenen 'Unperfektheit' in der primären Realität, ist man positiv überrascht, erlebt Glücksgefühle und überdenkt eventuell kritisch die Bilder und Werte, die die Medien transportieren.

Steinmann hat daher bezüglich Langzeitwirkungen eine neue These (5a) eingeschoben, die wie folgt lautet:

Eine Langzeitwirkung tritt besonders dann auf, wenn sich der Rezipient in einer ähnlichen Situation der primären Realität wieder findet, wie er sie zuvor in der kommunikativen Phase im *Wirklichkeitstransfer* bereits erlebt hat. Er handelt in der primären Realität unbewusst oder bewusst wie in der sekundären, medialen Realität (im *Wirklichkeitstransfer*) erlebt.

Die These 5 wird mit dem theoretisch erarbeiteten Material unterstützt und zudem um die oben zitierte neue These zu den Langzeitwirkungen in der postkommunikativen Phase erweitert. Zudem könnte sie dahingehend differenziert werden, dass neben dem Alter als intervenierende Variable noch auf weitere Faktoren wie der soziale Hintergrund, die Rezeptionssituation, die Bildung etc. eingegangen würde.

1.6 These 6: Zunahme des Einflusses

Der Einfluss dieses Transfers in die artifizielle Medienwelt nimmt im realen Leben eine zunehmend wichtige Stellung ein, zumal die einschlägigen Angebote der Medien in den letzten Jahren exponentiell angestiegen sind und noch weiter ansteigen werden.

These 6 soll hier bezüglich ihrer Begrifflichkeit an die vorliegende Arbeit angepasst werden. Wiederum wird der Begriff 'artifizielle Medienwelt' durch 'sekundäre mediale Realität' und 'reales Leben' durch 'primäre Realität' ersetzt.

Die theoretischen Überlegungen aus Kapitel V vermögen zu dieser These kaum etwas zu leisten. Geht man aber davon aus, dass ein Phänomen wie der *Wirklichkeitstransfer* existiert (und das tun wir hier), muss man These 6 gutheissen. Der Einfluss der Medien wird grösser und auch die medialen Angebote sind unbestritten am wachsen (vgl. Kapitel III.2 Nutzungszahlen aus der Publikumsforschung). Daten, mit denen man den

Einfluss des Medienkonsums hinreichend beweisen könnte, liegen keine vor.⁸³ Auch hier sind sinnvolle Untersuchungen auf Grund der intervenierenden Variablen kaum durchzuführen. Dennoch mehren sich Ereignisse und Pressemeldungen, die den zunehmenden Einfluss des *Wirklichkeitstransfers* tendenziell bestätigen.

Trinks schildert hierzu Beispiele, die den Einfluss des *Wirklichkeitstransfers* belegen: „[...] wenn Fernsehzuschauer etwa um Aufnahme in die Schwarzwaldklinik bitten, selbstgehäkelte Babyhöschen an die Sendeanstalt schicken, wenn eine Serienheldin ein Kind bekommen hat oder sich um eine Wohnung in der Lindenstrasse bewerben“ (Trinks 2000:46). Ebenso auf humoristischer Ebene anzusiedeln ist die folgende Meldung aus der Zeitschrift 'annabelle': „Auf ein ungewöhnliches Verständigungsproblem sind Therapeuten im US-Bundesstaat Oregon gestossen. Einige ihrer psychisch kranken Patientinnen und Patienten wollen sich nur auf Klingonisch unterhalten. Diese Kunstsprache wurde für die Fernsehserie 'Star Trek' erfunden und wird von manchen Fans der Serie beherrscht. Nun sucht die Gesundheitsbehörde in Oregon einen Dolmetscher, der die Sprache von Enterprise-Offizier Worf ins Englische übersetzen kann“ (annabelle 2003:40).

Traurige und beunruhigende Zeugen des Einflusses des *Wirklichkeitstransfers* auf die primäre Realität sind im Extremfall solche wie in Littleton und in Erfurt oder die in Steinmanns Aufsatz erwähnte SDA⁸⁴-Meldung von einem Teenager, der sich wegen eines verlorenen Computerspiels umbrachte (Steinmann 2002:12). Die Zeitung 'Der Bund' berichtete im Oktober 2003 (Calonego:2003) etwas Ähnliches über junge Inuits in Kanada, bei denen sich wegen falscher Erwartungen an die Liebe, die durch das Fernsehen geweckt worden waren, immer häufiger Selbstmorde ereigneten (weitere Beispiele finden sich in Bodmer 2003).

Selbstverständlich können diese einzelnen Hinweise nicht als Beweis gelten, sie zeigen aber ernstzunehmende Tendenzen auf. Es wäre daher falsch, nur auf Grund der schwierigen Untersuchungssituation davon auszugehen, dass der Einfluss der medialen sekundären Realität nicht zunimmt. Es wird weitere Forschungsarbeiten benötigen, die den Einfluss des Transfers zweifelsohne untermauern werden.

⁸³ Auch hier spielt wieder der Faktor der statistischen Relevanz eine Rolle. Ein Nachahmungstäter unter 7 Millionen gilt statistisch nicht als signifikant sondern als Einzelfall.

1.7 These 7: Interdisziplinarität

Die erweiterte Sicht auf das Potential der Medien wird die Grenzen der Medienwissenschaft sprengen und auch in anderen Disziplinen von Bedeutung sein, z.B. Psychologie und Sozialpsychologie.

These 7 knüpft unmittelbar an These 6 an. Der Einfluss des *Wirklichkeitstransfers* wird sich künftig noch vergrössern, parallel zum zunehmenden Potential der Medien. Die Medien- und Kommunikationswissenschaft zum einen mit ihrer traditionellen Sicht der Kommunikation und zum anderen mit den soziologischen Untersuchungsmethoden wird nicht fähig sein, die Auswirkungen oder den Prozess an sich zu erfassen. Dies wird in der Medienwirkungsforschung allgemein und insbesondere in der Gewaltforschung, die sich mit ihren Untersuchungen in einer Sackgasse befindet, deutlich (Kunczik in: Schenk 2002:206–238, Ammitzböll 1995 etc.).

Die hier angestellten theoretischen Überlegungen, welche zwar weitreichend aber nur oberflächlich getätigt werden konnten, haben gezeigt, dass beim *Wirklichkeitstransfer* insbesondere psychologische und neurologische Erkenntnisse mitberücksichtigt werden müssen. Das Paradigma einer Reduktion aller Prozesse auf die Kommunikation muss aufgebrochen werden und eine neue weitreichende Sichtweise muss Platz finden. Somit wird sich die Medienwissenschaft in Zukunft ganz klar zu neuen Disziplinen hin öffnen, deren Methoden noch stärker anwenden und diese in die Diskussion mit einbeziehen müssen.

Die Forderung nach Interdisziplinarität, gerade in diesem Themenbereich wird heute von verschiedenen Seiten gefördert und verlangt. Wie schwierig dies ist und dementsprechend auch selten tatsächlich interdisziplinär gearbeitet wird in den Medien- und Kommunikationswissenschaften zeigte sich deutlich in der Podiumsdiskussion an der Tagung „Unterhaltung. Konzepte. Formen. Wirkungen“ am 3./ 4. 2005 Juni in Zürich (erscheint in: Frizzoni / Tomkowiak 2006)

These 7 kann als bestätigt gelten, weil sich das Phänomen des *Wirklichkeitstransfers* schon jetzt auf verschiedene Erkenntnisse aus anderen Disziplinen stützt.

⁸⁴ SDA= Schweizerische Depeschagentur.

1.8 Fazit zu den Thesen

Wie die Thesendiskussion zeigt, können alle sieben Thesen Steinmanns im Grundsatz unterstützt werden. Einige Thesen werden lediglich begrifflich leicht angepasst, andere erfahren Erweiterungen und Präzisierungen.

Steinmann hat die Thesen bewusst sehr offen formuliert, damit ein Interpretationsspielraum gegeben ist. Dies ist richtig und sinnvoll. So besteht keine Gefahr, eine Diskussion bereits im Keim zu ersticken. Um das Phänomen *Wirklichkeitstransfer* dennoch etwas besser einzugrenzen, sollen mit Hilfe des erarbeiteten Materials aus den vorangegangenen Kapiteln weitere Präzisierungen vorgenommen werden.

2. Präzisierungen zum *Wirklichkeitstransfer*

2.1 Die beteiligten Elemente

Zuerst sollen die am Prozess beteiligten Elemente präzisiert werden. Aufgrund der bisher erarbeiteten Erkenntnisse ist es möglich, Aussagen darüber zu machen, welche Eigenschaften Medium, Aussage, Kommunikator und Rezipient tendenziell aufweisen müssen, damit es zum *Wirklichkeitstransfer* kommt respektive ein *Wirklichkeitstransfer* erlebt wird. Es gilt zu bemerken, dass es sich bei allen nachfolgend genannten Merkmalen und Eigenschaften nur um potentielle Katalysatoren für den *Wirklichkeitstransfer* handelt. Es ist im Hinblick auf die Elemente Kommunikator, Aussage, Medium und Rezipient nicht möglich, Eigenschaften oder Merkmale zu benennen, die eindeutig zu einem *Wirklichkeitstransfer* (respektive eben nicht zur Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung) führen. Die beiden Prozesse – *Wirklichkeitstransfer* und Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung – wechseln sich vermutlich ab. Das heisst, wenn auch die Prozesse an sich völlig unterschiedlich sind und anderen Mechanismen gehorchen, so können die Eigenschaften der beteiligten Elemente dennoch nicht eindeutig voneinander unterschieden werden. Dies liegt daran, dass der *Wirklichkeitstransfer* stark vom Rezipienten abhängt und er schliesslich – bewusst oder unbewusst – bestimmt, welcher Prozess mehrheitlich eintritt.

Weiter stützen sich die nachfolgenden Präzisierungen auf die in dieser Arbeit präsentierte Sekundärforschung. Eigens zum *Wirklichkeitstransfer* durchgeführte Forschungen fehlen und müssten noch geleistet werden.

2.1.1 Der Kommunikator

Im Abschnitt aus der Psychologie (Kapitel V.3.1) wurde gezeigt, dass ein möglicher Auslöser für einen *Wirklichkeitstransfer* die psychischen Mechanismen beim Rezipienten sein könnten, die durch den Kommunikator evoziert werden. Auch andere Ansätze gehen davon aus, dass es eine wichtige Funktion der Medien ist, Identifikationsmöglichkeiten, Projektionsflächen und Sozialisationsinstanzen zu bieten (Entwicklungspsychologie, Nutzen- und Belohnungsansatz, Symbolischer Interaktionismus). Das heisst, wenn die Figur des Kommunikators zur Projektion, Identifikation etc. einlädt, wird ein *Wirklichkeitstransfer* eher möglich. Aus der Warte des Symbolischen Interaktionismus im Speziellen kann man sagen, dass sich der Rezipient

in einen *Wirklichkeitstransfer* einlässt respektive in diesen hineingezogen wird, wenn der Kommunikator sich so präsentiert, dass der Rezipient angeregt wird, in seine Rolle zu schlüpfen oder wenn er eine Rolle vorgibt, die das Rollenset des Rezipienten positiv (sinnvoll) erweitern könnte.

Diese Eigenschaften des Kommunikators hängen mit jenen des Rezipienten eng zusammen. Die Rezipienten sind geprägt durch unterschiedliche Prädispositionen (Alter, Bildung, Geschlecht, soziales Umfeld etc.) und verfolgen unterschiedliche Präferenzen bezüglich des Kommunikators. So leuchtet es ein, dass ein 6-jähriges Kind von einem anderen Kommunikator zum *Wirklichkeitstransfer* angeregt wird als ein 50-jähriger Geschäftsmann. Aufgrund des vielfältigen Angebots (Schenk 2002:698) kann man davon ausgehen, dass die Medien heutzutage für jeden Rezipiententyp aus der westlichen Industrie- und Mediengesellschaft geeignete Kommunikatoren für einen *Wirklichkeitstransfer* bieten.

2.1.2 Die Aussage

Die mediale Aussage oder der Medieninhalt und seine Gestaltung bestimmen wesentlich, ob sich ein *Wirklichkeitstransfer* ereignet. Dies haben wir bei den verschiedensten Beispielen und Überlegungen immer wieder festgestellt. Das Konzept des produktiven Zuschauers, die Rezeptionsästhetik und der Kodierungs- respektive Dekodierungsprozess aus den Cultural Studies zeigen, wie stark mit der Gestaltung einer Aussage der Freiheitsgrad in der Konstruktion des Rezipienten mitbestimmt wird. So gibt es Medieninhalte, die wenig Interpretationsspielraum lassen und damit nur eine bestimmte Zielgruppe in den *Wirklichkeitstransfer* führen können, andere hingegen, die sehr offen sind, können ein breiteres Publikum in den *Wirklichkeitstransfer* entführen. Je nach Interpretationsspielraum wird vom Rezipienten mehr oder weniger Aktivität gefordert, wenn er durch den Medienkonsum einen *Wirklichkeitstransfer* erleben will.

Sowohl Ergebnisse aus der Hirnforschung als auch Erkenntnisse aus der Handlungstheorie weisen darauf hin, dass der Rezipient durch eine mediale Aussage weder über- noch unterfordert werden darf, damit er seine optimale Aufmerksamkeit entfalten kann. Die Aussage soll also so gestaltet sein, dass die kognitiven Fähigkeiten optimal beansprucht werden und den Rezipienten so einnehmen, bis er seine Wirklichkeit in den Medieninhalt transferieren kann.

Aufgrund des Erfahrungsaustausches unter den Seminarteilnehmern zum Thema *Wirklichkeitstransfer* an der Universität Bern im Wintersemester 03/04, des enormen Wachstums der Unterhaltungsbranche und des anteilmässigen breiteren Angebots und erhöhter Nutzung kann man davon ausgehen, dass unterhaltende fiktionale Inhalte oder Aussagen, die den Rezipienten vermehrt auf einer emotionalen Ebene ansprechen, bessere Auslöser für einen *Wirklichkeitstransfer* sind als informierende, dokumentarische oder gar politische Inhalte, die eher auf die kognitive Ebene abzielen. Ähnliches findet sich beim Nutzen- und Belohnungsansatz und der Handlungstheorie. So befriedigen unterhaltende fiktionale Inhalte vermehrt das eskapistische Nutzungsmotiv (Schenk 2002:629–630) und für ein Einklinken in den Flow eignen sich ebenfalls in erster Linie unterhaltende fiktionale Inhalte.

In der nachfolgenden Tabelle wird versucht, die Darstellung desselben Inhalts in den verschiedenen Ausprägungen aufzulisten. Das Beispiel zeigt, dass nicht nur das im Inhalt gezeigte Objekt, sondern dass auch die Aufbereitung und der entsprechende Kontext, mit denen etwas präsentiert wird, von Bedeutung sind. Der Begriff oder das Objekt 'Baum' kann in der sekundären medialen Realität völlig unterschiedlich dargestellt werden und so je nachdem einen *Wirklichkeitstransfer* tendenziell evozieren oder nicht.⁸⁵ Dieses erste Beispiel 'Baum' ist bewusst einfach und gegenständlich gewählt, es folgen weitere Beispiele, die bereits vielschichtiger sind. Natürlich gibt es andere weit komplexere Inhalte und Ideen, die in einer solchen Darstellung gar nicht aufgefangen werden können, weil sie evtl. per se bereits Phantasieprodukte sind.

⁸⁵ Es wird hier zwecks einer modellhaften und klaren Trennung unter VI.2.1.2 nur vom Element der Medienaussage ausgegangen. Selbstverständlich definiert der Rezipient letztlich selbst, was in seinen Augen unterhaltsam ist und was nicht (Bosshart 1996:46) und selbstverständlich wird der Transfer von weiteren Faktoren massgebend beeinflusst.

Tabelle 1: Darstellungsformen auf den verschiedenen Ebenen

Primäre Realität	Persönliche symbolische Wirklichkeit	Mediale Realität mit informierendem dokumentarischem Charakter	Fiktive unterhaltende mediale Realität. → Regt <i>Wirklichkeitstransfer</i> tendenziell an.
Baum im Garten	Abbild eines Baumes in meiner Vorstellung. Je nach Gesellschaft unterschiedlich: für mich ein Apfelbaum, für einen Brasilianer wahrscheinlich eine Palme. Ein Kind, das in einer Grossstadt ohne Bäume aufwächst, sieht vielleicht bereits einen Baum aus den Medien vor sich etc.	Nachricht über Waldsterben. Biologische Abhandlung zu Kokospalmen etc.	Film, Buch Geschichte z.B. das Apfelmännchen: Baum, der Apfel erzeugt, der so gross ist wie ein Haus. Oder Phantasiefilm von Baum, der bis in den Himmel wächst. Film über Dinos, in dem Urzeitbäume vorkommen. Geschichte über wunderschönen Baum, der abgeholzt werden muss und einen zu Tränen rührt. Gerichtsshow, bei der es um Nachbarschaftsstreit mit Baum geht etc.
Zwei Menschen, die sich küssen	Vorstellung oder Erinnerung an einen idealen Kuss mit einem idealen Partner in einer perfekten Situation (ohne störende Elemente wie Lärm, Gestank etc.).	Bericht über David Beckham und seine Victoria. Der informative Bericht zeigt u.a. auch, wie sich die beiden flüchtig küssen.	Liebesfilm, in dem sich zwei Menschen kennen lernen und nach einigen Wirren endlich zueinander finden. Der fulminante Kuss am Schluss ist zugleich das Happy End.
Soldaten im Irak, die kämpfen.	Vorstellung von einem Soldaten. Wesentlich geprägt durch mein kulturelles Umfeld (kein Krieg). Unterscheidet sich stark von der Vorstellung meines Vaters, der den 2. WK als Kind miterlebt hat.	Kriegsberichterstattung in den Nachrichten. Ulrich Tilgner ordnet die Situation vor Ort fachmännisch und sachlich ein.	Kriegsfilm über Vietnam, Napoleons Eroberungen, Römerfilme, Kriege im Weltall oder Shooting Games. Krieg wird entweder sehr real dargestellt und gilt dann als Haupthandlung oder er ist nur Nebenhandlung eines übergeordneten Handlungsstranges.

2.1.3 Das Medium

In Kapitel II sind die neuen Massenmedien und ihre Einflussmöglichkeiten auf einen *Wirklichkeitstransfer* dargestellt. Die Berichterstattungen in der Presse, die Erfahrungen der Seminarteilnehmer und die Resultate aus Gruppendiskussionen (Kreiselmaier 2004:65ff.) lassen vermuten, dass besonders audiovisuelle Medien zu einem *Wirklichkeitstransfer* anregen. Die meisten Untersuchungen und Beobachtungen aus den Medienwissenschaften zu vergleichbaren Phänomenen fanden zum Thema Film und Fernsehen statt. Grundsätzlich darf man nicht davon ausgehen, dass nur bestimmte Medien einen *Wirklichkeitstransfer* anregen, Unterschiede auf Grund der technischen Möglichkeiten werden aber klar festgestellt.

So liegt der Anreiz beim Fernsehen in seiner Privatheit, das Kino kann den Transfer wegen seiner aufwändigen technischen Möglichkeiten (Grossleinwand, Stille, Dunkelheit, Dolby Surround System) besonders gut anregen, Computerspiele ziehen den Rezipienten stärker in ihren Bann mit Hilfe der Interaktivität und die Literatur auf Grund des grossen Freiheitsgrades in Interpretation und Visualisierung.⁸⁶ Das Wachstum und die zunehmende Bedeutung und Akzeptanz der elektronischen Medien steht in engem Zusammenhang mit dem häufiger auftauchenden Phänomen des *Wirklichkeitstransfers*, so wie es Steinmann aufgefallen ist. Die Tabelle gibt die für den *Wirklichkeitstransfer* wichtigsten Eigenschaften (anregende oder nicht anregende) der entsprechenden Medien im Überblick an.⁸⁷

Tabelle 2: Eigenschaften in Bezug auf den *Wirklichkeitstransfer* der einzelnen Medien

Gedruckte Medien (Buch, Zeitschrift etc.)	Audiomedien (Radio, Tonträger)	Audiovisuelle Medien (TV, Kino, Video, DVD)	Interaktive Medien (Gameboy, Computerspiel, Playstation, X-Box)
+ Grosser Freiheitsgrad. Verlangt Aktivität vom Rezipienten (Vorstellungskraft). - Sehr abstrakt und kognitiv. Lediglich Symbole.	+ Spricht Gehörsinn an. Lädt dazu ein, die Augen zu schliessen und abzuschalten. - Weitere Sinne werden nicht angesprochen. Augen schweifen umher, und Rezipient wird so vom Inhalt abgelenkt. Es besteht die Möglichkeit, anderen Gedanken nachzuhängen.	+ Spricht Seh- und Hörsinn an. Technische Möglichkeiten riesig, imitiert Realität beinahe perfekt. - Tendenziell geringer Freiheitsgrad für eigene Konstruktion. Spricht der Inhalt nicht an, verliert man sofort die Motivation.	+ Spricht den Menschen praktisch auf allen Sinnesebenen an (abgesehen vom Geruchsinn). Immer perfektere Imitation der Realität. Hohes Involvement, da der Rezipient selbst auch aktiv sein muss. - Spricht das Spiel nicht an, verliert man schnell die Motivation.

2.1.4 Der Rezipient

Der Rezipient als Hauptakteur ist zugleich der grösste Einflussfaktor im *Wirklichkeitstransfer*. In den Medien- und Kommunikationswissenschaften wird davon ausgegangen, dass die Prädispositionen des Rezipienten (Geschlecht, Alter, Bildung, Charakter, Attitüdenstruktur, Sozialstatuts, soziales Umfeld etc.) einen grossen Einfluss auf die Medienrezeption ausüben. Diese Variablen sind aber kaum zu isolieren und zu gewichten in Bezug auf den ganzen Prozess. In dieser Arbeit wurden ebenfalls

⁸⁶ Vgl. dazu die Bemerkung von Schenk 2002: 699f. Die Wirkungen der Medientypen wurden bisher in der Medienwissenschaft meist vernachlässigt im Vergleich zur Wirkung der Inhaltskategorien.

⁸⁷ Auch hier geht es um eine isolierte, modellhafte und zusammenfassende Betrachtungsweise des Elements Medium. Dies kann nicht eins zu eins der Wahrheit entsprechen, weil durch den Rezipienten als Hauptperson im Prozess des *Wirklichkeitstransfers* schliesslich bestimmt wird (bewusst oder unbewusst), ob er in die sekundäre mediale Realität abtaucht oder nicht.

Merkmale herausgearbeitet, die beim Rezipienten bezüglich des *Wirklichkeitstransfers* betont werden müssen.

Die Entwicklungspsychologie zeigt eindrücklich den Einfluss der aktuellen Entwicklungsstufe des Rezipienten auf sein Medienverhalten und die Wirkungen des Medienkonsums. Auch die Bedürfnisse und Erwartungen des Rezipienten an den Medienkonsum sind durch seine Prädispositionen geprägt. Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang aus der vorliegenden Arbeit die psychischen Mechanismen (Identifikation, Projektion etc. aus der Psychologie), das Bedürfnis nach einer Flucht vor dem Alltag (Escape-Motiv aus dem Nutzen- und Belohnungsansatz), der Flow (Handlungstheorie) oder der Drang nach Neuem, der je nach Rezipient unterschiedlich stark ausgeprägt ist. Diese Faktoren beeinflussen wesentlich, ob der Rezipient einen *Wirklichkeitstransfer* erlebt, insbesondere in welcher Situation und mit welcher Häufigkeit (vgl. dazu auch Kunz 1994).

Doch wir können in jedem Fall davon ausgehen, dass jeder Mensch⁸⁸ von psychischen Kräften geprägt ist, die ihn erstens dazu bringen, physisch zu überleben (Defizitmotive) und die zweitens für Befriedigung und Anregung sorgen (Abundanzmotive) und so erst ein sinnvolles, befriedigendes, menschenwürdiges Leben ermöglichen. Erst diese Abundanzmotive bringen die Rezipienten in einer modernen medialisierten Welt dazu, einen *Wirklichkeitstransfer* zu erleben. Jeder moderne Mensch erlernt heutzutage im Laufe seiner Sozialisation, welche Befriedigung er durch den Medienkonsum (oder durch den *Wirklichkeitstransfer*) erreichen kann. Lernt er dies nicht von seinem primären Umfeld, so spätestens dann, wenn er mit der sekundären Umwelt in Berührung kommt und dort früher oder später mit den Medien konfrontiert wird. Wir müssen davon ausgehen, dass so gesehen, jeder Mensch in der modernen medialisierten Gesellschaft einen *medialen Wirklichkeitstransfer* erleben kann und dies auch will. Schliesslich werden die Abundanzmotive nirgends so leicht befriedigt wie in einem medialen *Wirklichkeitstransfer*.

Die Frage nach der Häufigkeit und der Intensität des eintretenden *Wirklichkeitstransfers* ist damit nicht beantwortet. Hier spielen, wie bereits gesagt, die Prädispositionen als intervenierende Variablen eine wesentliche Rolle. Doch wir behaupten, dass der

⁸⁸ Ausgenommen psychisch oder physisch kranke Menschen.

moderne Mensch, der Medien konsumiert, auf Grund seiner Abundanzmotive mit dem *Wirklichkeitstransfer* nach neuen lustbetonten Erlebnissen sucht, seine Umwelt erweitert und positive Identifizierungen sucht (vgl. Hobmair 1997:187). Der Rezipient muss sich des Motivs zum *Wirklichkeitstransfer* nicht bewusst sein, er kann auch unbewusst und passiv in den Transfer hineingerissen werden (vgl. aktiver und passiver Rezipient in Kapitel V.5.1.3).

2.2 Der Prozess

Wie der Prozess des *Wirklichkeitstransfers* abläuft oder ablaufen kann, wird durch die Unterthesen nicht schlüssig aufgezeigt. Aufgrund der theoretischen Erkenntnisse kann man aber von folgendem modellhaftem Verlauf ausgehen.

In der präkommunikativen Phase kommen bereits intervenierende Faktoren⁸⁹ zum Tragen. Es kann sich auf Grund der intervenierenden Faktoren bereits entscheiden, ob und wie ein Transfer geschehen wird (vgl. Klapper 1960:19ff.). Selbst wenn sowohl Medium als auch Inhalt und Art der Aussage einen *Wirklichkeitstransfer* fördern, hängt das tatsächliche Ereignen eines Transfers wesentlich vom Rezipienten ab. Hat der Rezipient gar keine Lust, sich dem Medieninhalt zuzuwenden (d.h. die psychische Kraft des Abundanzmotivs ist nicht aktiviert), hat er andere dominierende Probleme, von denen er sich nicht lösen kann (Prädispositionen), oder ist die Rezeptionssituation so gestaltet, dass ein Abtauchen nicht möglich ist (z.B. zu viel Lärm) wird ein *Wirklichkeitstransfer* kaum stattfinden.

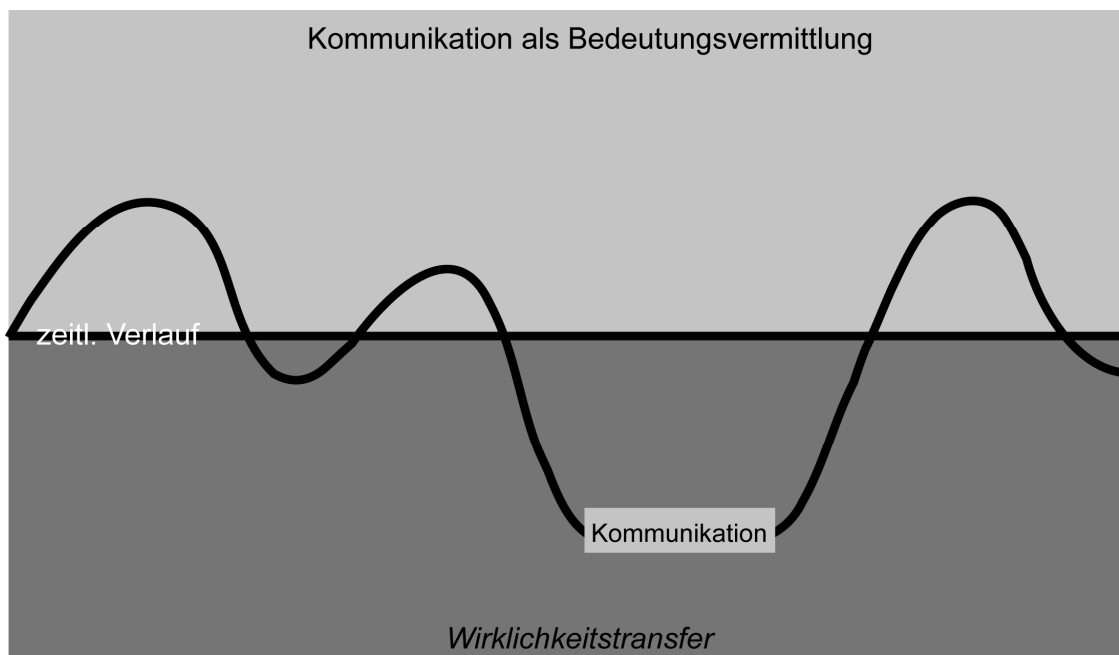
Wenn die kommunikative Phase einsetzt, kann man davon ausgehen, dass es nicht sofort zu einem *Wirklichkeitstransfer* kommt. Der Rezipient muss zuerst seine Aufmerksamkeit auf das Medium richten, muss sich der Aussage hingeben und darf nicht von aussen abgelenkt werden. Die Untersuchungen der Hirnströme von Miller weisen auch darauf hin, dass erst nach einer gewissen Zeitspanne eine Dominanz der Beta-Wellen auftritt. In diesem Moment wird die primäre Wirklichkeit vermutlich immer stärker ausgeblendet, der Rezipient begibt sich in die sekundäre mediale Wirklichkeit oder er wird von ihr hineingerissen. Die primäre Realität tritt immer mehr aus dem Bewusstsein des Rezipienten und er fokussiert stärker auf die sekundäre mediale Realität. Bei entsprechender medialer Aussage und passendem Medium gleitet der

⁸⁹ Z.B. die Situation des Medienkonsums, weitere anwesende Personen, die Tagesform des Rezipienten etc.

Rezipient in die sekundäre mediale Welt ab und transferiert seine eigene Wirklichkeit an diesen artifiziellen Ort. Je nach Handlung oder äusserem Einfluss kann der Rezipient wieder in die primäre Realität zurückkehren oder zwischen den beiden Realitäten hin- und herdriften⁹⁰. Die Messungen der Alpha- und Betawellen aus der Hirnforschung weisen deutlich auf den unterschiedlichen Aktivierungsgrad beim Rezipienten hin. Das heisst auch, dass in der bedeutenden kommunikativen Phase neben dem *Wirklichkeitstransfer* auch Kommunikation im Sinne von einer Bedeutungsvermittlung stattfinden kann. Die Zustände wechseln sich vermutlich ab (vgl. Abbildung 11).

Nun zu einer weiteren Überlegung, die wir hier einbringen möchten. Innerhalb eines *Wirklichkeitstransfers* kann wiederum Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung stattfinden. Das heisst, der Rezipient kann in der sekundären medialen Realität Bedeutungen erfassen und so beispielsweise mit irgendwelchen Filmfiguren kommunizieren (vgl. Abbildung 11).

Abb. 11: *Wirklichkeitstransfer* & Kommunikation als Bedeutungsvermittlung während der kommunikativen Phase



Ist der Kommunikationsprozess abgeschlossen, kann es sein, dass der Rezipient aus der sekundären medialen Realität abrupt herausgerissen wird (vgl. Erwachen aus einem Traum, aus der Hypnose in Kapitel V.2), oder dass er bereits selbst vor dem Ende der

⁹⁰ Die Emotionspsychologie spricht hier auch von einem Kontrollverlust und dem Kontrollgewinn als Wechselspiel während der Medienrezeption (z.B. bei Horrorfilmen).

medialen Aussage langsam in die primäre Realität zurückgleitet. Der Rezipient befindet sich zwar wieder in der primären Realität und nimmt dies auch so wahr. Die sekundäre mediale Realität ist aber weiterhin äusserst präsent, und dies kann sich entweder sofort oder auch viel später mannigfach auswirken. Wie wir festgestellt haben (Erweiterung der These 5) kann es besonders dann zu späteren Auswirkungen kommen, wenn der Rezipient im Alltag in eine ähnliche Situation gelangt, wie im *Wirklichkeitstransfer* erlebt.

Der geschilderte mögliche Ablauf eines *Wirklichkeitstransfers* hat selbstverständlich lediglich Modell-Charakter. Zahlreiche andere Faktoren können in den Prozess mit hineinwirken, die hier Zwecks einer modellhaften Beschreibung vernachlässigt wurden. Auch hier könnte eine empirische Untersuchung, eigens zu diesem Zwecke durchgeführt, weitergehende Informationen liefern. Wir stützen uns hier deshalb wiederum auf die Resultate aus der Sekundärforschung. Eine weitere Darstellung zum Ablauf des Prozesses aus Sicht des Rezipienten wurde bereits mit dem aktiven und passiven Eintreten in den Wirklichkeitstransfer erläutert (vgl. Kapitel V.5.1.3).

2.3 Die Abgrenzung zu anderen Phänomenen

Wir sind der Meinung, dass die Abgrenzung des hier beschriebenen nicht monolithischen, sehr komplexen *Wirklichkeitstransfers* nicht problematisch ist. Denn eine Abgrenzung auf der Ebene einzelner Prozesse (Identifikation, Rollenübernahme, Trance etc.) muss gar nicht stattfinden. Im Gegenteil sollen all diese Prozesse und Mechanismen unter den *Wirklichkeitstransfer* subsumiert werden. Der *Wirklichkeitstransfer* steht auf der gleichen Ebene mit dem, was in der Medien- und Kommunikationswissenschaft als Kommunikation respektive Bedeutungsvermittlung bezeichnet wird. Anders gesagt nehmen wir eine Ausdifferenzierung des gesamten Umgangs mit den Massenmedien vor (der Massenmedienzuwendung), was angesichts der gewandelten Medienwelt und Gesellschaft unbedingt notwendig ist. Neuen Medienformaten, der Dominanz der audiovisuellen und interaktiven Medien und der schnelllebigen globalisierten Industriegesellschaft kann man mit dem Paradigma der Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung alleine nicht mehr gerecht werden.

Zu beachten ist, dass hier ein Phänomen, welches in anderen Ansätzen und Theorien als untergeordnet erscheint, im Mittelpunkt steht und als eigener Ansatz neben der Kommunikation betrachtet wird. Mit anderen Worten ändert mit der Einführung des *Wirklichkeitstransfers* der Fokus bei der Medienrezeption auf einen Prozess, der täglich

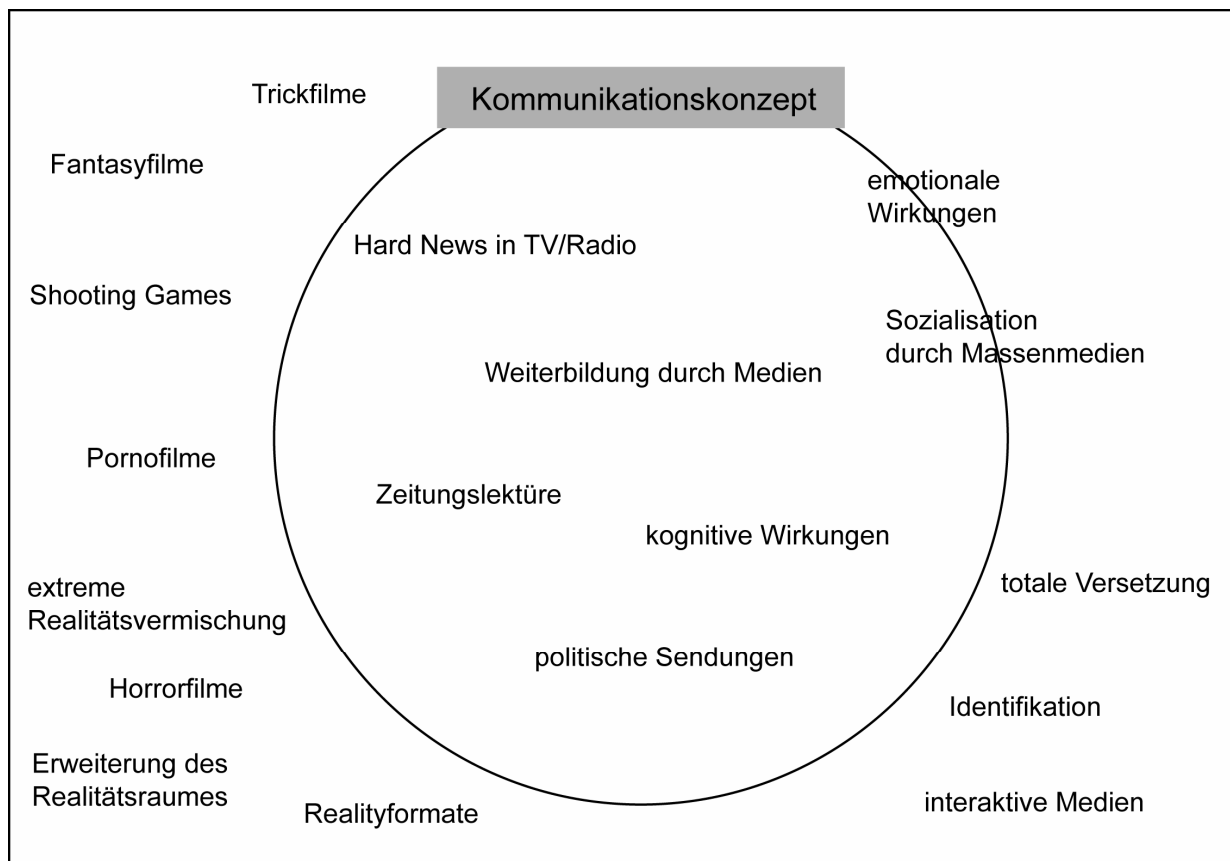
an Bedeutung gewinnt. Damit ist der Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* eine grosse Chance für die Medienwissenschaften und eröffnet eine Diskussion, die die Medienwissenschaften aus ihrer Sackgasse befreien könnte.

Im Inneren, d.h. innerhalb des Ansatzes selbst, werden hingegen weitere Differenzierungsschritte nötig sein. Es geht dabei darum, das Phänomen empirisch zu erfassen und insbesondere Typologien zum *Wirklichkeitstransfer* zu bilden. Dies wird in einer Folgearbeit auch geschehen, da wir fest davon überzeugt sind, dass dieser Ansatz ein grosses Potential besitzt.

VII. Das Potential des *Wirklichkeitstransfers*

Mit dem *Wirklichkeitstransfer* als neuem Ansatz kann ein grosser Teil des heutigen Medienkonsums in einer modernen medialisierten Gesellschaft erfasst und erklärt werden. Er steht dabei, wie vorgängig bemerkt, als Dach über so unterschiedlichen Phänomenen wie der Identifizierung mit Filmhelden, der Sozialisation durch Medienaussagen, der Befriedigung von Bedürfnissen nach Neuem, einer starren Haltung beim Medienkonsum, starken Auswirkungen des Medienkonsums wie dem Verwechseln der Realitäten etc. Mit anderen Worten werden mit dem *Wirklichkeitstransfer* all jene Phänomene, die mit dem Begriff der Kommunikation als Bedeutungsvermittlung nicht ausreichend erklärt werden können und die vermutlich besonders durch unterhaltende fiktionale Inhalte evoziert werden, erfasst. Damit steht der *Wirklichkeitstransfer* im Sinne einer neuen Betrachtungsweise der gesamten Massenmedien gleichbedeutend neben der Theorie der klassischen Kommunikation als Bedeutungsvermittlung. Wir sind der Meinung, dass das Konzept der klassischen Kommunikation und Rezeption in der modernen Gesellschaft mit ihren neuen Medienformen nicht mehr greift und dass dies unbedingt erweitert respektive differenziert werden muss.

Abb. 12: Erfassung von massenmedialen Phänomenen mit dem Paradigma der Kommunikation; ein Grossteil des Angebots, der Wirkungen etc. kann nicht erfasst werden.



In Abbildung 12 wird illustriert, welche Angebote, Wirkungen und Phänomene durch das Paradigma der Kommunikation im Sinne der Bedeutungsvermittlung nicht zwingend erfasst werden.⁹¹ Manches steht aussen vor. Der *Wirklichkeitstransfer* kann dieses Dilemma lösen und die Bereiche ausserhalb des Kreises erfassen. Von Bedeutung ist, dass es dabei nicht nur um Medien oder um Medienaussagen geht. Nein, das ganze Set der beteiligten Elemente der modernen Medien und der Mediennutzung wird durch den *Wirklichkeitstransfer* erfasst. Dass einzelne Aspekte in vorhandenen theoretischen Ansätzen schon behandelt werden, hat uns Kapitel V gezeigt. Jedoch gingen all diese Ansätze nicht davon aus, dass es, um gewisse erkannte Phänomene zu fassen, eine Perspektivenverbreiterung braucht, und dass viele Beobachtungen nicht mehr unter das Paradigma der klassischen Medienkommunikation subsumiert werden können.

⁹¹ Es gilt, daran zu erinnern, dass es von vielen Faktoren abhängt, ob ein *Wirklichkeitstransfer* eintritt oder nicht. Zudem können durch denselben Medieninhalt beide Prozesse evoziert werden (siehe Kapitel VI.2).

Abb. 13: Differenzierung durch den *Wirklichkeitstransfer*

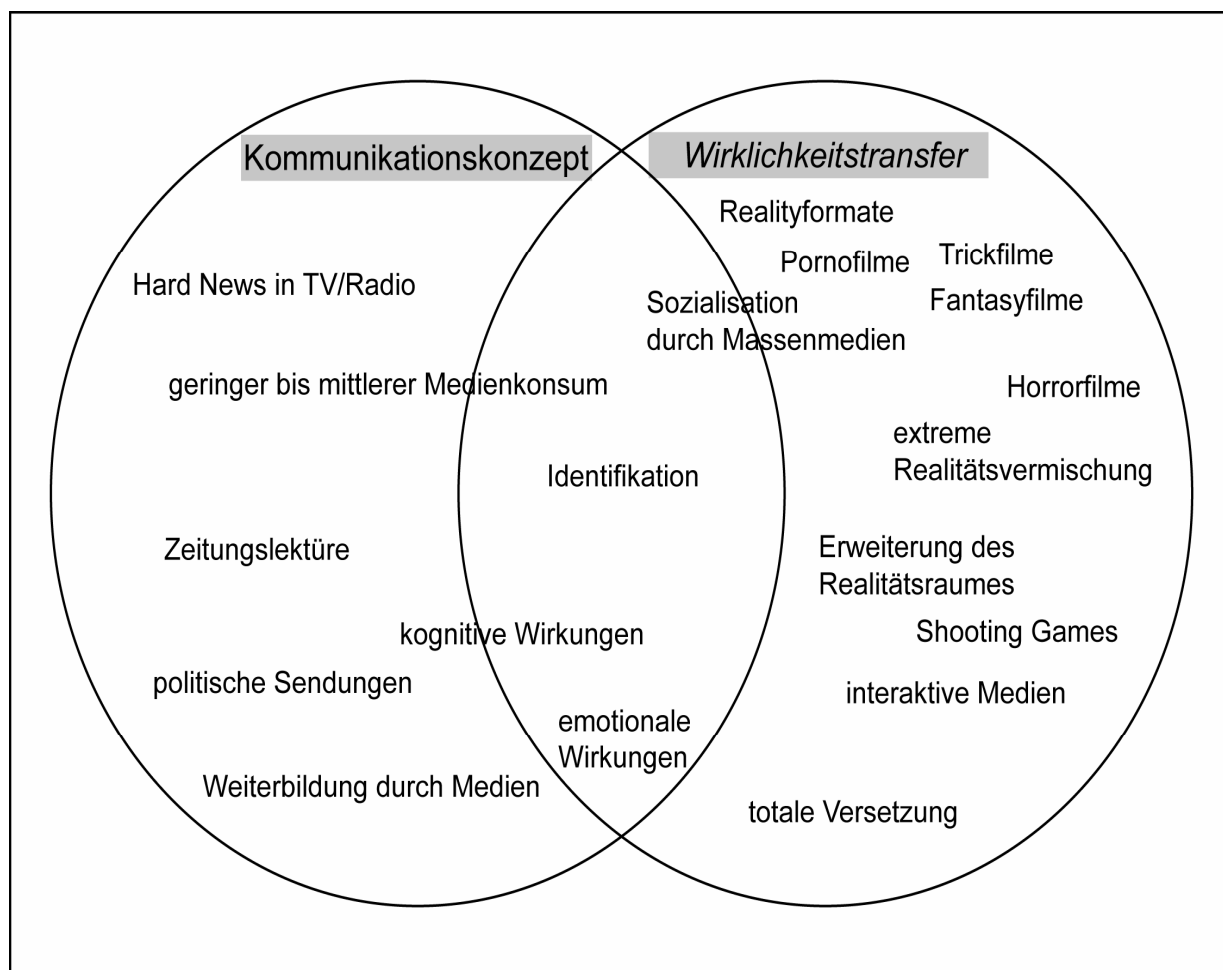


Abbildung 13 gilt als Erweiterung der Darstellung in Abbildung 12 und hat zur Betrachtung des gesamten Medienkonsums mit allen beteiligten Elementen (ohne hierarchische Ordnung) den *Wirklichkeitstransfer* als zweiten Ansatz neben die Kommunikation als Bedeutungsvermittlung gestellt. Wir sehen, dass so der gesamte Bereich abgedeckt wird und nichts mehr aussen vor steht. Dabei muss beachtet werden, dass gewisse Elemente nicht eindeutig zugeordnet werden können. Es handelt sich um Tendenzen. So ist beispielsweise die Tendenz für einen *Wirklichkeitstransfer* bei einem Horrorfilm grösser. Doch je nach Rezipient und je nach Ausprägung des Films kann auch ein Horrorfilm nicht zu einer Versetzung und zu emotionalen Wirkungen führen. Einige Begriffe sind aus diesem Grunde bewusst innerhalb der Schnittmenge der beiden Paradigmen platziert.

Mit dem *Wirklichkeitstransfer* wird also eine starre Situation in den heutigen Medienwissenschaften aufgebrochen, und die Perspektive wird in jedem Sinne erheblich verbreitert. Bricht man das Konzept der Kommunikation auf und stellt das

vielschichtige offene Konzept *Wirklichkeitstransfer* daneben, so kann man die Kommunikationswissenschaften aus ihrer Sackgasse herausführen und eröffnet damit neue wichtige Perspektiven. Diese Perspektiven beziehen sich auf:

- 1) die Wirkungen der Medien,
- 2) die grundsätzlichen philosophischen Fragen nach unserer neuen modernen Lebenswelt,
- 3) den wissenschaftlichen Aufbruch zu neuen Ufern.

1. Die Medienwirkungen

Die Medienwirkungsforschung kann durch den Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* neue Impulse bekommen und neue Wege beschreiten. So kann der stärkere Miteinbezug der medizinischen und der psychologischen Fachrichtungen zu einer breiter angelegten Betrachtung führen und der Alleingang der Kommunikations- und Medienwissenschaften wird so zurückgebunden. Die Forderung nach Interdisziplinarität in dieser Frage besteht schon länger. Dennoch gibt es wenige theoretische, konsequent interdisziplinäre Ansätze, in denen also auch ausserhalb der Sozialwissenschaften Forschung betrieben wird. Wie bereits mehrmals erwähnt besteht gerade bei der Wirkungsforschung das Dilemma darin, dass mehrheitlich sozialwissenschaftlich gearbeitet wird. Wirkungen eindeutig statistisch festzuhalten, ist mit der sozialwissenschaftlichen Methode alleine kaum möglich. Bis eine Signifikanz, also eine statistische Relevanz, im Wirkungsbereich erreicht wird, muss die untersuchte Fallzahl unglaublich hoch sein. Eine gesellschaftliche Relevanz ist hingegen bereits sehr viel früher (bei kleiner Fallzahl) gegeben.⁹² Dies kann auch als Grund gelten, warum kaum eine Hypothese der Gewaltforschung⁹³ je mit Hilfe von Experimenten und empirischen Untersuchungen eindeutig belegt werden konnte (Schenk 2002: 206–233).

1.2 Die physischen Aspekte

Die medizinische Betrachtungsweise zeigt deutlich, dass intensiver Medienkonsum auf den Rezipienten wirkt. Dies ist während des Konsums anhand der Veränderungen der Hirnströme, der Schweissabsonderung, eines erhöhten Pulses etc. festzustellen.⁹⁴ Die Reaktionen des Körpers deuten darauf hin, dass der Rezipient so reagiert, als würde er das Geschehen im Film am eigenen Körper in der primären Realität miterleben. Damit wird implizit ganz klar gezeigt, dass der Medienkonsum, insbesondere bei einer intensiven *Versetzung (Wirklichkeitstransfer)* starke Auswirkungen auf den Rezipienten hat. Wir wissen, dass Leute, die extreme Situationen in der Realität erleben, Schäden davontragen können (Kriegsopfer, Vergewaltigungsopfer etc.). Wenn nun der Rezipient körperlich auf die sekundäre mediale Realität ähnlich reagiert wie auf die primäre

⁹² Man denke hier an die bereits erwähnten Massaker von Littleton, Erfurt oder Zug.

⁹³ Bekannte Forschungen zu medialer Gewalt und ihrer Wirkung auf das Verhalten wurden von Bandura et al. schon sehr früh durchgeführt (1961; 1963).

⁹⁴ Bei einer Testperson, die den Film 'Alien' anschaute, wurden Pulsmessungen vorgenommen, welche aufzeigten, dass sich die Person während der kommunikativen Phase in einer extremen Stresssituation befand. Die Reaktion des Zuschauers entsprach gar dem realen Erlebnis einer Schocksituation (Heuermann/Kuzina 1995:161; Aeberhard/Frösch/Ingold/Rentsch 2004).

Realität, so erscheint es plausibel, dass die sekundäre mediale Realität gleichsam wirkt wie die primäre Realität, wenn auch vermutlich in abgeschwächtem Masse.

Weiter ist aus der medizinischen Forschung bekannt, dass der häufige Medienkonsum von Kindsbeinen an zu einer Konditionierung der Hirnverknüpfungen führt. Wenn ein Kind den ganzen Tag vor dem Fernseher sitzt, im Internet surft oder Computerspiele spielt, dann werden andere Hirnstrukturen genutzt und geprägt als bei einem Kind, das mehrheitlich Sport treibt und in der freien Natur ist. Die Informationsverarbeitung in den Gehirnen junger Menschen, die weniger sprachliche und dafür umso mehr bildliche 'Nahrung' zu sich nehmen, hat eine andere strukturelle Prägung zur Folge (vgl. Pöppel 2003a). Deshalb ist die Struktur des Gehirns eines erwachsenen Menschen das Resultat der Nutzung des Gehirns im Kindesalter, was u.a. auch mit körperlichen Langzeitwirkungen verbunden ist. Der Einfluss des Medienkonsums auf die Leistungen des Gehirns und damit auf die Leistungen des Menschen für die Gesellschaft, ist beträchtlich.

Beispielweise werden Kinder, die häufig Shooting Games spielen, dazu konditioniert zu zielen, zu schießen und schnell zu reagieren. Die modernen Spiele sind sehr professionell. Einige davon sind lediglich abgeänderte Versionen von Kampf simulatoren des Militärs und der Polizei, so das äusserst beliebte Shooting Game 'Doom', das eine Version des 'Marine Doom' ist, einem Ausbildungsinstrument des US-Marine Corps. In der Marine wird 'Marine Doom' konkret dazu eingesetzt, den Rekruten das Töten beizubringen. Dies beinhaltet in erster Linie motorische Übungen und Waffengewandtheit und zum anderen, was viel gravierender ist, besteht die Hauptfunktion darin „[...] den Willen zu töten auszubilden, indem der Tötungsakt so oft wiederholt wird, bis er ganz natürlich wirkt“ (Grossmann/DeGaetano 2002:91). Es besteht kein Zweifel, dass solche Spiele in den Händen der Medienrezipienten zu Wirkungen führen, die kaum sozialwissenschaftlich erfasst werden können. Vielmehr geht es um körperliche (Reflexe, Reaktionen, Handhabung) und mentale Konditionierung, die interdisziplinär insbesondere mit Hilfe der Medizin (Psychiatrie) erfasst und beurteilt werden müssten.

Neben diesen Wirkungen, die in der Literatur beschrieben werden, müssen wir davon ausgehen, dass der Medienkonsum im umgekehrten Sinne, also auch positiv wirken kann. Abgesehen von Medienaussagen mit Gewaltinhalten besteht ein beträchtlicher

Teil des unterhaltenden fiktionalen Angebots auch aus amüsanten, romantischen oder schönen (im ästhetischen Sinne) Inhalten. Es wird davon ausgegangen, dass solche Inhalte beim Rezipienten anstatt der Angst, wie z.B. in einem Horrorfilm, freudige Reaktionen wie Glücksgefühle, Rührung oder gar Verliebtheit evozieren können. Wirkungen dieser Art können auf die die Psyche, aber auch auf die Physis des Menschen einen durchaus positiven Einfluss haben (Ausschüttung von Glückshormonen etc.). Dieser Einfluss dank des Eintauchens in die sekundäre mediale Realität darf nicht vernachlässigt werden, und es soll damit auch gezeigt werden, dass der *Wirklichkeitstransfer* für den Rezipienten nicht einfach nur als negativ sondern auch positiv gewertet werden kann .

Gehen wir künftig weiterhin vom klassischen Kommunikationsparadigma aus, verstellen wir uns die Sicht auf einen wichtigen Teil der Medienwirkungen. Mit der modernen Mediennutzung (in der neben der Bedeutungsvermittlung der *Wirklichkeitstransfer* zentral ist) entstehen Wirkungen, welche weder theoretisch noch empirisch mit den gängigen Instrumenten der Medien- und Kommunikationswissenschaften gefasst werden können. Das Konzept des *Wirklichkeitstransfers* öffnet die Medien- und Kommunikationswissenschaften dahingehend, dass jede Art der modernen Medienkommunikation inklusive deren Wirkungen z.B. mit Hilfe der Medizin respektive der Psychiatrie erfasst werden kann.

1.3 Die psychischen Aspekte

Die Wirkungen auf der psychischen Ebene stehen in enger Verbindung mit den oben Genannten physischen Wirkungen. Der *Wirklichkeitstransfer* kann in diesem Bereich der Wirkungsforschung sein Potential entfalten, weil er einen neuen Schwerpunkt setzt. Es geht auf Seiten der Psyche verstärkt um Wirkungen auf der emotionalen Ebene, die sozialwissenschaftlich schwierig zu fassen sind. Kognitive Wirkungen können leichter abgefragt und ergründet werden, emotionale affektive Wirkungen sind hingegen kaum festzuhalten. Der *Wirklichkeitstransfer* legitimiert es, auch extreme Wirkungen mit einzubeziehen, die bis zu Veränderungen der Psyche führen können. Mit anderen Worten öffnet der *Wirklichkeitstransfer* das Tor zur Betrachtung der Veränderungen der Psyche des Menschen durch die Medien, Veränderungen, die bis anhin nur als 'Ausnahmeerscheinungen' abgetan worden sind und statistisch als irrelevant gegolten haben.

Wir haben festgestellt, dass der *Wirklichkeitstransfer* nicht nur einzelne punktuelle, dezentrale Bedürfnisse befriedigt, sondern dass er als ein Abundanzmotiv ein zentrales Motiv im Leben des modernen Menschen darstellt. Dahinter steht eine psychische Kraft des Menschen, die nach Befriedigung und Anregung im Hinblick auf den Körper, die Umwelt, die Beziehungen untereinander und die eigene Psyche zielt. Die Suche des Menschen nach lustbetonten Erlebnissen, nach Neuem, nach Veränderung der Umwelt und nach positiven Identifizierungen ist ein zentrales Motiv jedes modernen Menschen, der sich nicht nur dem täglichen Kampf des physischen Überlebens widmen muss. Dieses Bedürfnis muss und will jeder Mensch stillen und gerade in der medialisierten Welt findet dies zu einem grossen Teil durch die Versetzung in die sekundäre mediale Realität statt. Die Medien stellen unserer Psyche einen wahren Spielgarten zur Verfügung, welcher unseren Abundanzmotiven entgegenkommt.

Es kann auf Grund dieser zentralen psychischen Kraft im Leben eines modernen Menschen auch vermutet werden, dass diese sich stark auf den Medienkonsum konzentriert. Gefühle des Ungenügens, der Unzufriedenheit, der Langeweile oder auch der Lust und der Neugierde werden mit einem *Wirklichkeitstransfer* befriedigt und kompensiert. Dies wiederum kann dazu führen, dass der *Wirklichkeitstransfer* zwanghaft gesucht und erlebt wird. Denn ohne *Wirklichkeitstransfer* können die dargelegten Motive nur schwerlich und aufwändig befriedigt werden.

Neben diesem möglichen Zwang zum *Wirklichkeitstransfer* können als weitere Wirkungen auf die Psyche des Rezipienten, wie schon im obigen Abschnitt dargestellt, die moralischen Grenzen des Gewissens verwischt werden. Durch die Shooting Games wird ja nicht nur die Physis (z.B. Muskelreflexe) trainiert und verändert, sondern auch die Psyche (z.B. durch das Heruntersetzen der Hemmschwelle, um zu töten). Das Beispiel der Shooting Games, bei denen es tatsächlich um das Töten geht, gilt als Extremfall. Doch auch moralische Grenzen im Allgemeinen, z.B. was die Vorstellungen von Gut und Böse, Recht und Unrecht angeht, können durch einen allzu häufigen *Wirklichkeitstransfer* vermutlich abgesenkt werden. Das neue Medienangebot ist besonders gefährlich in dieser Hinsicht. Gerade in unterhaltenden fiktionalen Inhalten werden immer häufiger 'böse' Figuren so dargestellt, dass sie als Identifikationsfiguren positiv gewertet werden können. So stellte das 'Center for Media and Public Affairs' in einer Untersuchung im Zeitraum von 10 Jahren fest, dass beinahe die Hälfte aller Gewaltakte durch 'the good guys' ausgeübt wurden und in weniger als 10% der

untersuchten Fernsehsendungen, Filme, Games und Musikvideos wurde die Gewalt in einen moralischen Kontext gestellt oder deren Konsequenzen aufgezeigt (Media Awareness Network 2004). Auch wir kennen den edlen Gauner, den sympathischen Mörder, die sexy Spionin etc. Die Orientierung für den Menschen, vor allem für junge Menschen, deren Geist noch nicht gefestigt ist und die in dieser bunten Medienwelt aufwachsen, wird schwierig. Das Set der Rollen wird so gross und übersteigt jenes, welches die primäre Realität anbietet. Die Frage nach der Orientierung kann Wirkungen auf die Psyche des Menschen haben und teilweise auch zu neuen Verhaltensmustern führen.

Neben den genannten Wirkungen auf die Psyche, die vornehmlich durch gewalttätige Medieninhalte auftreten, möchten wir wiederum jene Wirkungen betonen, die durch amüsante, romantische und schöne Inhalte evoziert werden. Durch den Medienkonsum und das Miterleben des dargebotenen Inhalts, kann die Psyche des Menschen auch durch positive Gedanken, Ermutigung, Glücksgefühle oder Spass beeinflusst werden. Nicht zuletzt werden uns in den Medien immer wieder Vorbilder im positiven Sinne geboten, die uns als Orientierungshilfen im Leben dienen und uns vielleicht dazu bringen, moralischer und ethischer zu handeln. Empirische Daten zu dieser Art der Wirkungen finden sich selten, es muss aber davon ausgegangen werden, dass sie in nicht zu unterschätzender Masse vorhanden sind.

All die obigen Überlegungen gehen deutlich über die bis anhin bekannten aus den Kommunikations- und Medienwissenschaften hinaus. Die Perspektive wird durch den *Wirklichkeitstransfer* abermals breiter, weil wir das Abtauchen in eine sekundäre mediale Realität in den Mittelpunkt stellen und sich dadurch die möglichen Wirkungen, welche auch in Betracht gezogen werden müssen, stark erweitern. Die Kommunikations- und Medienwissenschaften dürfen sich dieser Wirkungen auf die Psyche, hervorgerufen durch neue Medien, neue Inhalte, neue Technologien und neue Rezeptionsformen nicht verschliessen und müssen auch den Mut haben, über die engen Grenzen des eigenen Fachs hinauszudenken.

1.4 Die gesellschaftlichen Aspekte

Die bis anhin geschilderten Auswirkungen auf die Psyche und die Physis der Rezipienten gingen vom Individuum aus. Sie wirken aber zweifellos auf die ganze Gesellschaft zurück, was eine gesamtgesellschaftliche Betrachtung unverzichtbar

macht. Gerade der genannte Aspekt des Heruntersetzens der Moral und der Akzeptanz von mancherlei 'negativen' Handlungen wirkt sich auf der Ebene der Gesellschaft stark aus. Kommt hinzu, dass kaum eine Sozialkontrolle⁹⁵ für die *Wirklichkeitstransferinhalte* besteht. Die unterhaltenden fiktionalen Medieninhalte sind scheinbar weniger machtnahe (vgl. Kapitel IV) und stehen daher auch weniger im Interesse von Politik und Wissenschaft. Hinter diesen Inhalten stehen hingegen starke wirtschaftliche Interessen. Die Wirtschaft wird nicht von Moral geführt, sondern die Gewinnoptimierung steht im Vordergrund. Der daraus resultierende Zustand des 'Laisser faire' verstärkt die Auswirkungen auf die Individuen, indem sie in den öffentlichen Raum getragen und toleriert werden. Gesellschaftliche Verpflichtungen werden in diesen Inhalten selten gefordert, was zu einer noch grösseren Individualisierung führt. Gleichzeitig beeinflussen die Wirkungen, die der Mensch als positiv erfährt, ebenfalls das ganze soziale Umfeld. Wie gross die Beeinflussung der Gesellschaft durch die jeweiligen Wirkungen ist, kann nicht abgeschätzt werden. Die eher negativen Wirkungen zeigen sich vermutlich deutlicher und sind auffälliger und können daher besser diskutiert werden. Wie sich jedoch positive Wirkungen manifestieren, ist kaum feststellbar, da diese eventuell lediglich auf einem 'Unterlassen' bestimmter Handlungen beruhen.

Der genannte wirtschaftliche Hintergrund legt auch die Vermutung nahe, dass der mediale *Wirklichkeitstransfer* Hand in Hand mit der wirtschaftlichen Globalisierung verläuft. Die drängende Frage lautet daher, werden durch den zunehmenden Konsum der unterhaltenden fiktionalen Medieninhalte, die weltweit ähnlich sind, die Leute gleichermassen konditioniert? Ob Südamerikaner, Europäer oder Asiat, alle Rezipienten transferieren sich heutzutage in ähnliche Wirklichkeiten und identifizieren sich mit ähnlichen Figuren. Das Motiv nach Lebensraumerweiterung wird in der ganzen Welt gleichermassen befriedigt und erfüllt. Der Einheitsbrei der unterhaltenden fiktionalen Inhalte kann sich direkt auf die Psyche des Menschen übertragen und dies weltweit. Im Extremfall bewegen wir uns alle in denselben fiktionalen Welten und befriedigen so unsere Abundanzmotive auf der Suche nach Abenteuer, Lebensraumerweiterung und Lust.

Die Wirkungen auf die Gesellschaft sind so betrachtet nicht zu unterschätzen (wenn auch indirekt), ebenso die Relevanz des *Wirklichkeitstransfers* für die Gesellschaft. Die

⁹⁵ Ausnahme: Brutalo-Verbot, Pornobeschränkung und das Verbot einzelner Spiele für Jugendliche unter 18 Jahren.

Medienwissenschaften müssten sich mit der Anerkennung des *Wirklichkeitstransfers* vermehrt diesen gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen stellen und dürften sich nicht vornehmlich auf die Auswirkungen auf das Individuum beschränken. Dem Vorwurf, dass die Medienwissenschaft als 'Wasserträgerin' der Unterhaltungsindustrie gilt, kann mit einer Integration des neuen Ansatzes *Wirklichkeitstransfer* ebenfalls begegnet werden, weil dieser viel offener gefasst ist und sich nicht selbst unnötige Grenzen setzt.

1.5 Direkte Wirkungen und Langzeitwirkungen

Der *Wirklichkeitstransfer* kann zu direkten Wirkungen in der kommunikativen Phase führen. In dem Moment, in dem der Rezipient in der sekundären medialen Realität weilt, können seine Physis und seine Psyche direkt beeinflusst werden. Die direkte Wirkung äussert sich, wie mehrmals beschrieben, in einer starren Haltung, einem Versinken im Medieninhalt und einer geistigen Abwesenheit. Der Rezipient nimmt dann die primäre Realität nicht mehr wahr, lebt gewissermassen in einer anderen Welt, erlebt neue Situationen und macht neue Erfahrungen. Je nach Rezipient wird der *Wirklichkeitstransfer* wohl mehr oder weniger intensiv erlebt und zieht daher auch unterschiedlich starke Wirkungen nach sich. Vermutlich führt ein intensiver *Wirklichkeitstransfer* auch zu intensiveren direkten Beeinflussungen, die sich beispielsweise in einem erschwerten Auftauchen aus der sekundären medialen Realität zeigen oder zu späteren Realitätsvermischungen führen.

Es sei hier an die Erweiterung von These 5 erinnert, welche sich mit den möglichen Langzeitwirkungen beschäftigt: „Eine Langzeitwirkung tritt besonders dann auf, wenn sich der Rezipient in einer ähnlichen Situation der primären Realität wieder findet, wie er sie zuvor in der kommunikativen Phase im Wirklichkeitstransfer bereits erlebt hat. Er handelt in der primären Realität unbewusst oder bewusst wie in der sekundären medialen Realität (im *Wirklichkeitstransfer*) erlebt“ (Kapitel VI.1.5). Verfolgen wir diese Aussage weiter, so müssen wir davon ausgehen, dass die sekundäre mediale Realität beim modernen Rezipienten immer präsent ist und gerade in bestimmten Situationen derart stark in den Vordergrund rückt, dass eine Vermischung der beiden Realitäten wahrscheinlich wird. Je mehr Menschen den *Wirklichkeitstransfer* erleben desto unscharfer werden die Grenzen zwischen sekundärer medialer Realität und primärer Realität, dies nicht nur in der kommunikativen Phase, sondern auch zu einem späteren Zeitpunkt in der postkommunikativen Phase.

Es muss hier aber auch erwähnt werden, dass sich schliesslich doch immer noch sehr wenige äusserst starke (negative) Auswirkungen des *Wirklichkeitstransfers* zeigen. Wenn man bedenkt, wie viel und wie häufig Massenmedien konsumiert werden, und wie viele Menschen dabei einen *Wirklichkeitstransfer* erleben, so erstaunt es, wie wenige relevante sichtbare Probleme dadurch evoziert werden. So gesehen sollen noch einmal die ebenso wahrscheinlichen positiven oder zumindest neutralen Auswirkungen des *Wirklichkeitstransfers* erwähnt werden, von denen wir kaum etwas bewusst spüren oder die uns im Moment des Transfers sogar beglücken.

Mit diesen Überlegungen wird wiederum das Potential des Ansatzes gezeigt. Die Wirkungsforschung hätte mit der Anerkennung des *Wirklichkeitstransfers* die Legitimation, Fragen zu stellen, die weit über den kommunikativen Akt und die direkte Verbindung mit den Medien hinausgehen. Ein bunter Strauss an neuen Möglichkeiten und Erklärungsansätzen für manches Phänomen könnte mit Hilfe des *Wirklichkeitstransfers* angeboten werden.

1.6 Anwendung des *Wirklichkeitstransfers* im Bereich der Medienwirkung

Bevor das Thema der Wirkungen, evoziert durch den *Wirklichkeitstransfer*, abgeschlossen wird, soll anhand eines Beispiels verdeutlicht werden, wie uns der *Wirklichkeitstransfer* hilft, Phänomene wie jene aus Littleton und Erfurt zu erklären oder zu deuten.⁹⁶ Diese kurze Anwendung des *Wirklichkeitstransfers* wurde während der Korrektur-Lektüre dieser Arbeit durch Steinmann entwickelt und in seiner Vorlesung (Rezeptionsforschung im Wintersemester 2004/2005) bereits präsentiert.

Abbildung 14 geht von einem Kind oder einem Jugendlichen aus, das/der sich gerne und häufig in die sekundäre mediale Realität versetzt. Es/er tut dies gerne mit interaktiven Spielen, wobei es sich vor allem um Shooting Games handelt. Beim interaktiven Rollenspiel transferiert sich das Kind/der Jugendliche in die sekundäre mediale Realität hinein (*Wirklichkeitstransfer*) und hat dank der Interaktivität sogar die Möglichkeit, dort zu handeln. Dabei kann in der sekundären medialen Realität mit Erfolg gehandelt werden (z.B. Punkte erhalten für Treffer), es wird Respekt entgegengebracht (z.B. durch eine gute Platzierung in der Rangliste am Schluss des Spiels), Macht kann

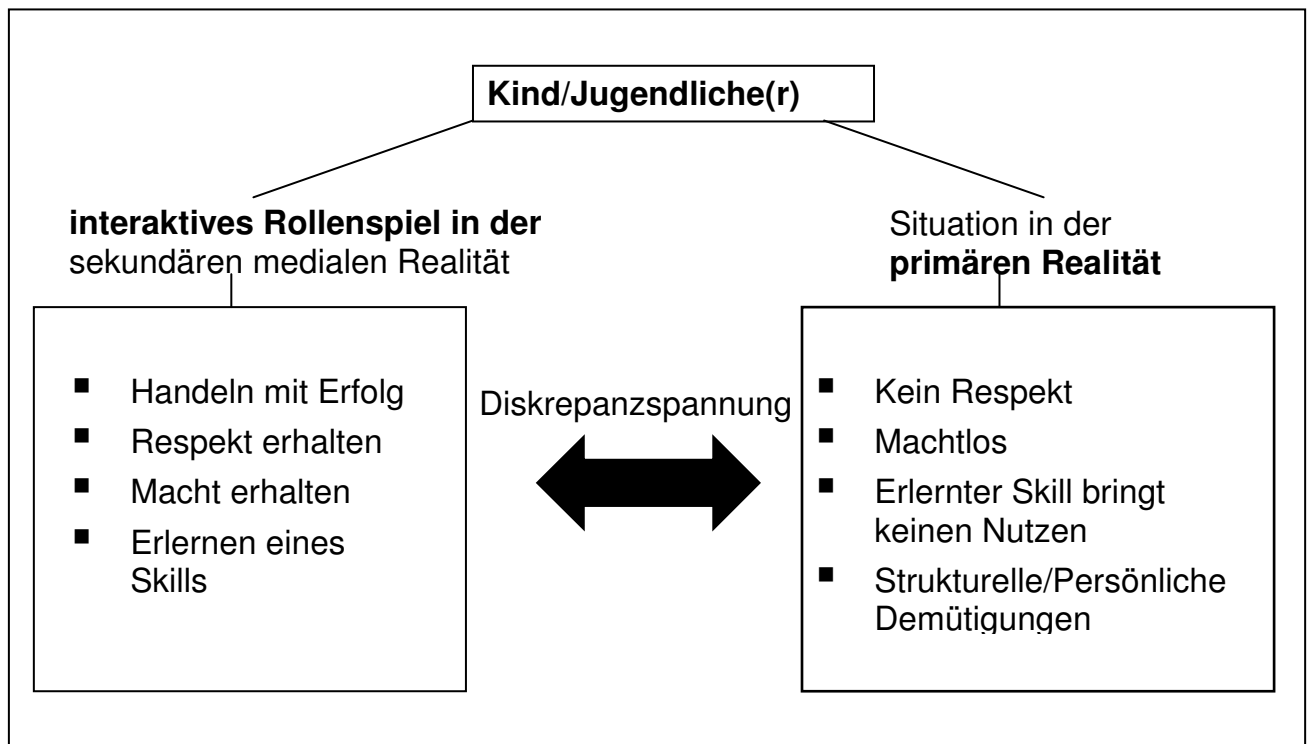
⁹⁶ Hier wird zweifellos einzig von einer negativen Wirkung des *Wirklichkeitstransfers* ausgegangen. Dies dient nur als exemplarisches Beispiel. Wie bereits erwähnt lassen sich positive Beispiele schwieriger beobachten und feststellen, was keinesfalls bedeutet, dass es sie nicht gibt.

ausgeübt werden (z.B. indem sie Personen, die sonst mächtiger sind als sie selbst, töten können) und Skills werden erlernt (z.B. treffsicheres und schnelles Schiessen).

In der primären Realität hingegen ist das Kind/der Jugendliche, von dem wir hier exemplarisch ausgehen, in einer Lebenssituation, in der es/er keinen Respekt bekommt (da es/er z.B. kein guter Schüler, Sportler etc. ist), keine Macht hat zu handeln (z.B. gegenüber den Lehrern, Eltern etc.), die erlernten Skills nicht anwenden kann und es/er sogar gedemütigt wird (z.B. durch erziehungsberechtigte Personen).

Diese Situation führt zu einer Diskrepanzspannung beim betroffenen Kinde/Jugendlichen, die je nach Intensität abgebaut werden muss.

Abb. 14: Exemplarisches Beispiel zur Anwendung des *Wirklichkeitstransfers* (1)⁹⁷



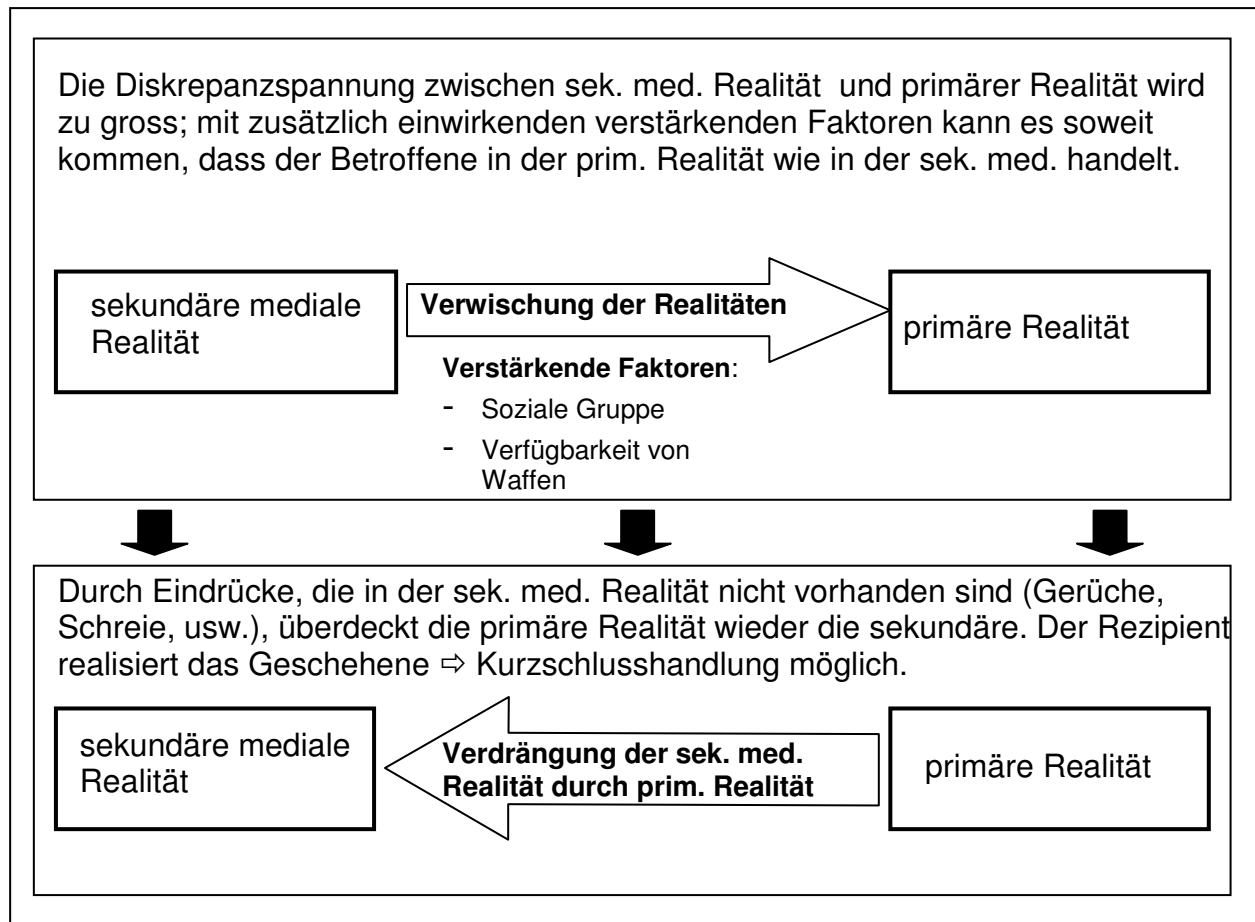
Wird diese Diskrepanzspannung zu gross (Abbildung 14), so dass sie vom Betroffenen nicht mehr ausgehalten werden kann und kommen zusätzlich einwirkende verstärkende Faktoren hinzu, so kann es soweit kommen, dass der/die Betroffene in der primären Realität gleich handelt wie in der sekundären medialen Realität während des *Wirklichkeitstransfers*. Die Verwischung der Realitätsebenen ist in diesem Fall so stark, dass der Betroffene nicht mehr deutlich zwischen sekundärer medialer und primärer Realität unterscheiden kann. Als verstärkende Faktoren, ja als Katalysatoren, sehen wir

⁹⁷ Quelle: Das Modell stammt aus der Vorlesung über die Rezeptionsforschung von M. Steinmann, Wintersemester 2004/ 2005. Lediglich die Begriffe wurden leicht angepasst.

die soziale Gruppe (man handelt im Verbund, alle erleben die gleichen Transfers und stacheln sich noch gegenseitig an, oder man ist ein Aussenseiter und ist von der Gruppe ausgeschlossen) sowie die Verfügbarkeit der Waffen (vor allem in den USA ein Problem). Der/die Betroffene handelt also in der primären Realität wie in der sekundären medialen Realität (indem er z.B. mit einer Waffe in seiner Schule rumballert). Im ersten Moment erscheint vermutlich alles dem im *Wirklichkeitstransfer* Erlebten vergleichbar: Er/sie handelt erfolgreich (da treffsicher), bekommt Respekt (die Mitschüler, die ihn hänselten, winseln jetzt um Gnade), er/sie hat auch über Personen Macht, denen er/sie sonst unterlegen ist (Erziehungsberechtigte) und kann die erlernten Skills anwenden.

Doch nach diesem Moment des Triumphs (wie aus der sekundären medialen Realität gewohnt), holt die primäre Realität den Betroffenen ein. Dies geschieht durch Gerüche, Schreie und Berührungen, die sich der Betroffene aus der sekundären medialen Realität nicht gewohnt ist (Blut stinkt, Leute machen vor Angst in die Hosen, Körperteile fliegen durch die Luft etc.). Steinmann geht davon aus, dass dieses Einholen oder Zurückkommen der primären Realität den Handelnden derartig schockiert, dass es zu Kurzschlusshandlungen kommen kann (Selbstrichtung). Steinmann ist überzeugt, dass die meisten Täter nicht im Voraus planen, sich nach vollendeter Tat selbst zu richten, sondern dass dies erst durch die Rückwirkung des *Wirklichkeitstransfers* soweit kommt.

Abb. 15: Exemplarisches Beispiel zur Anwendung des *Wirklichkeitstransfers* (2)⁹⁸



Der *Wirklichkeitstransfer* als disziplinenübergreifende Theorie kann hier eine grundsätzliche Erklärung für ein Thema leisten, welches von gesellschaftlicher Relevanz ist und welches mit Hilfe der sozialwissenschaftlichen Untersuchungsmethoden nur annähernd geklärt werden kann. Es handelt sich dabei selbstverständlich um eine Ausnahme mit pathologischem Charakter. Doch mit Hilfe des *Wirklichkeitstransfers* könnten zur Vermeidung solcher Fälle beispielsweise die Diskrepanzspannungen gemessen werden (anhand von Indikatoren und den zusätzlichen verstärkenden Faktoren) und so mit einer Art Täterprofil gefährdeten Personen herausfiltriert werden.

Natürlich wurde dieses exemplarische Beispiel rein theoretisch dargelegt. Eine wissenschaftliche Überprüfung mit den Methoden der Medizin (Psychiatrie) und Psychologie müsste diesbezüglich stattfinden.

⁹⁸ Quelle: Das Modell stammt aus der Vorlesung über die Rezeptionsforschung von M. Steinmann, Wintersemester 2004/2005. Lediglich die Begriffe wurden leicht angepasst.

2. Die neuen Lebenswelten

Neben der Ausweitung der Perspektiven im Bereich der Medienwirkungen führt uns der *Wirklichkeitstransfer* auch an philosophische Fragen nach unseren Lebenswelten. Ganz konkret geht es doch in der von den Medien derart durchdrungenen Welt darum, sich mit der Frage auseinanderzusetzen, in welcher Wirklichkeit oder gar in welchen Wirklichkeiten wir leben. Oder auch umgekehrt, wie wir von diesen Wirklichkeiten gelebt werden.⁹⁹

Dass der Einfluss der sekundären medialen Realität immer grösser wird, haben wir in dieser Arbeit mehrfach bestätigt gefunden. Beziehen wir die vermuteten Wirkungen und die Überlegungen, die wir uns zu dem Motiv nach dem *Wirklichkeitstransfer* als Gegensatz zur Rezeption als Bedeutungsaufnahme und –vermittlung gemacht haben, mit ein, so muss man sich tatsächlich fragen, in welcher Realität der moderne Mensch lebt.

Einerseits wollen wir eine primäre Realität (vgl. Kapitel V.1) anerkennen, und es ist nicht zu leugnen, dass wir uns alle tatsächlich in der primären Realität aufhalten und dort handeln. Körperlich sind wir Menschen an diese primäre Realität gebunden. Sie setzt uns mit den Gesetzen der Natur (Schwerkraft etc.) Grenzen und erlaubt uns nicht, sie zu missachten (vgl. Schütz 1971). In Wahrheit zeigt sich die Situation anders. Einen grossen Teil unserer Zeit (vgl. Kapitel III.2.2) verbringen wir eben auch in unseren Gedanken, Vorstellungen und damit auch in der sekundären medialen Realität. Die Erlebnisse, die wir in der sekundären medialen Realität in unserer Vorstellungswelt mitmachen, beeinflussen unser Handeln und Denken in der primären Realität weitgehend. Wir haben in dieser Arbeit von der Sozialisation durch die Medien, von den Wirkungen auf Psyche und Physis gehört, und wir wissen aus eigener Erfahrung, wie sehr wir uns von der sekundären medialen Realität führen oder beeinflussen lassen. Dies kann zu Dissonanzen führen, die einerseits neue

⁹⁹ An der Tagung mit dem Titel „Unterhaltung. Konzepte, Formen, Wirkungen“ vom 3.-4. Juni 2005 in Zürich, stellte Peter Vorderer in seinem Referat „Unterhaltung: Lust, Leiden, Lernen“ ähnliche Fragen, die hier leider nur sinngemäss zitiert werden können, da die schriftliche Version erst 2006 im Chronos Verlag erscheinen wird (unter gleichnamigem Titel wie die Tagung): „Wie sehr sind unsere Köpfe und Herzen in den virtuellen Welten? Unterhalten wir uns nur, weil wir gar nicht mehr wissen wo wir sind und was wahr ist?“ etc. ebenso stellte Vorderer fest, dass wir teilweise noch nicht mal die richtigen Fragen in der Medien- und Kommunikationswissenschaft stellen und gestellt haben. Unterhaltsam umgesetzt werden diese Frage auch bei Gabler Neal (2001): *Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment*, München.

Probleme generieren und andererseits auch Probleme auflösen. Wir werden geistig von einer Welt beeinflusst und handeln sogar in einer Welt, die nicht unserer primären Realität, also unserem eigentlich vorgesehenen Lebensraum, entspricht. Wir können so in mancherlei Hinsicht suboptimal beeinflusst und konditioniert werden oder Erfahrungen sammeln, die uns in der primären Realität helfen, uns zurechtzufinden. Unsere Realitätswahrnehmung und unsere Realitätserwartung werden durch den geistigen Aufenthalt in der sekundären medialen Realität verzerrt, gestört oder auch geschärft. Durch diesen grossen Einfluss der sekundären medialen Realität entstehen beispielsweise falsche Bilder von Schönheit, Liebe, Sexualität, Gewalt, Glück und Problemlösung.¹⁰⁰ Es können andererseits aber auch hilfreiche Erfahrungen in all diesen Bereichen quasi virtuell gewonnen werden. Aus Ersterem ergibt sich die Frage, woher, wenn nicht aus den Medien, die falschen Bilder und Vorbilder, die als Grund für die vielen Gesellschaftskrankheiten wie Magersucht respektive Fettsucht, Gewalt in den Schulen, gestörtes Sexualverhalten, Mediensucht etc. gelten, kommen. Selbstverständlich sind solche durch die Medien vermittelten negativen Bilder auffälliger als eventuelle positive. Die Wertmassstäbe, Handlungsvorgaben und die Moralvorstellungen sind heutzutage stark durch die Medien geprägt und dies insbesondere durch die unterhaltenden fiktionalen Inhalte.

Menschen, die in dieser unterhaltenden fiktionalen Branche tätig sind (Schauspieler, Showmaster etc.), spüren am eigenen Leibe, wie dominant ihre Rolle aus der sekundären medialen Realität in die primäre Realität wirkt. So werden Schauspieler, die die 'Bösen' mimen, in der primären Realität von Rezipienten angegriffen oder verpönt (Steinmann 2004:7). Nichtprofessionelle Personen, die plötzlich in die sekundäre mediale Realität hineingerissen werden, bekunden oft riesige Probleme, wenn sie wieder in der primären Realität sind und sich dort zurechtfinden müssen (Musicstars, Big Brother Kandidaten etc.). Oft ist Orientierungslosigkeit bis hin zu psychischen Schäden die Folge.¹⁰¹

Ein unserer primären Realität angepasster natürlicher Umgang und ein angemessenes Handeln werden durch den grossen Einfluss der sekundären medialen Realität empfindlich gestört. Daher müssen wir uns die berechtigte Frage

¹⁰⁰ Vgl. dazu auch das Kapitel zur Sozialisation durch den Wirklichkeitstransfer anhand der Symbolbildung (Kapitel V.6).

¹⁰¹ Weil man sich dieses Einflusses bewusst ist, wird solchen Personen, beispielsweise den Musicstars, psychologische Betreuung angeboten.

stellen, ob es so ist, dass die sekundäre mediale Realität uns lebt und ob diese der dominierende Faktor im Leben eines modernen Menschen ist oder nicht. Extrem formuliert sind wir körperlich in einer Realität gefangen und werden geistig von einer zweiten Realität gesteuert, ja oft dominiert.

Selbstverständlich gilt es, die hier aufgeworfenen Fragen differenziert zu betrachten. Es wäre falsch, den modernen Menschen als virtuell gesteuertes Wesen zu betrachten. Die Dominanz der sekundären medialen Realität ist nicht ausschliesslich als negativ zu werten und die Rezipienten dürfen keineswegs nur als Opfer betrachtet werden. Vielmehr geht es darum, die Fragestellungen der Medienwissenschaften dahingehend zu erweitern, dass solchen Überlegung mehr Gewicht gegeben werden kann.

Es ist unumstritten, dass wir unseren Medienkonsum bis zu einem gewissen Grad selbst steuern können, und dass die Gestaltung unserer Lebenswelt auch Freiheiten bietet, in der primären Realität aufzugehen. Es gibt immer noch Momente und Situationen, in denen Geist und Körper einig in derselben Realität leben. Dies sind vermutlich jene Momente des Glücks, in denen sich der Mensch befreien kann und zu sich selbst zurückfindet. Aus eigener Erfahrung sind der Autorin diese Momente aus dem Sport bekannt. Man ist in der Natur, spürt die Gesetze der Natur, muss sich diesen unterwerfen und anpassen; Körper und Geist werden dabei eins, der Ritt auf einer grossen Welle, das Hinabgleiten von einem Pulverschneehügel, das Besteigen eines Berges etc. Geht der Mensch zur Natur zurück und unterwirft sich ihren Gesetzen, wird die Zerrissenheit zwischen Geist und Körper aufgehoben, und man befindet sich ganz und gar in der primären Realität.

Es soll hier, um es nochmals zu wiederholen, nicht darum gehen, moralisierend zu wirken. Es ging lediglich darum, aufzuzeigen, dass mit dem *Wirklichkeitstransfer* auch die Medien- und Kommunikationswissenschaftler angeregt werden sollen, sich wieder verstärkt solch philosophischen Fragen zu stellen. Die Medien- und Kommunikationswissenschaft ist eine Wissenschaft, die heutzutage ein grösseres Gewicht erhalten könnte, wenn sie sich solchen Fragen nicht verschliesst. Sie ist aber derzeit noch zu eng an ihre alten Fragestellungen und Perspektiven gebunden. Sie sollte vermehrt versuchen, die Perspektive auch wieder auf philosophische und auf ganzheitliche Problemkreise zu richten (was einzelne

Vertreter ja auch tun). Sie sollte verstärkt die Macht der Medien anerkennen und den gesellschaftlichen und individualpsychologischen Auswirkungen mehr Aufmerksamkeit widmen.

3. Ein Aufbruch zu neuen Ufern

Die Argumente, warum der Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* ein Potential besitzt, wurden in den vorangehenden Abschnitten genannt. Mit der Anerkennung des *Wirklichkeitstransfers* als einem zweiten Prozess neben der allgemein bekannten Bedeutungsvermittlung in der Massenkommunikation, kann die Medien- und Kommunikationswissenschaft zu neuen Ufern aufbrechen und ihre selbst gesetzten Grenzen sprengen.

Die Medien sind stark präsent, das ist unbestritten, die Medien wirken, auch dies ist unbestritten und die Medien transferieren uns (ob aktiv oder passiv) teilweise in ihre selbst geschaffene Realität, dies versuchten wir hier aufzuzeigen. Die genannten Tatsachen lassen keinen Zweifel daran, dass sich die Medien- und Kommunikationswissenschaft weiterhin nicht mehr auf die Untersuchung von Einzelthemen und die empirische Untermauerung alter Fragestellungen konzentrieren darf.

Die Medien- und Kommunikationswissenschaft muss sich öffnen, muss wieder versuchen, neue Theorien und Ansätze zu entwickeln, die der Beschränktheit des Kommunikationsansatzes entgegenwirken. Der *Wirklichkeitstransfer* könnte ein Anfang sein, der die Wissenschaft in eine solche Richtung führt. Das Potential der Medienwissenschaften ist noch lange nicht ausgeschöpft und muss dringend neu stimuliert und gefördert werden.

VIII. Gesamtzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit hat den Leser anfangs anhand spontaner Beobachtungen aus dem Alltag und der Literatur an ein mediales Phänomen herangeführt, das sich direkt bei der Medienrezeption zeigt. Äusserlich ist dies in einer Versetzung des Rezipienten und einer starren Haltung erkennbar. Das Phänomen wird mit dem Begriff *Wirklichkeitstransfer* bezeichnet, da angenommen wird, der Rezipient transferiere in dieser Phase des Medienkonsums seine Realität in jene des Mediums (sekundäre mediale Realität). Dieser Prozess unterscheidet sich grundsätzlich von der gewohnten Aussagenrezeption als Bedeutungsaufnahme oder -austausch.

Die erste Schlussfolgerung daraus lautet, dass solche Prozesse, die immer häufiger beobachtet werden, mit dem Paradigma der Kommunikation nicht erfasst werden können. Gerade das grosse, vielfältige Medienangebot, die dominierenden unterhaltenden fiktionalen Inhalte und die neuen Technologien, die die Realität perfekt zu imitieren vermögen, lassen es zum *Wirklichkeitstransfer* kommen. Die Forderung wird laut, mit neuen Ansätzen an die Medienkommunikation heranzugehen. Neben dem traditionellen Paradigma der Kommunikation muss der Ansatz des *Wirklichkeitstransfers* in die wissenschaftliche Betrachtung miteinbezogen werden. Nur so können alle Spielarten der Medienrezeption, wie auch der Medienformen und der Medienwirkungen erfasst werden. Dabei wird der *Wirklichkeitstransfer* wie folgt definiert: Der *Wirklichkeitstransfer* beschreibt ein Phänomen, welches bei der Nutzung von Medieninhalten, insbesondere fiktionaler Art, auftritt. Der Rezipient versetzt sich während der kommunikativen Phase in eine sekundäre (mediale) Realität, was (individuell und situativ unterschiedliche) Auswirkungen auf seine primäre Realität haben kann.

Mit Hilfe unterschiedlicher Theorien und Fachdisziplinen wurde darauf die Existenz dieses Phänomens untersucht und untermauert. Als besonders ergiebig erwiesen sich dabei die physiologischen, die psychologischen und die entwicklungspsychologischen Betrachtungen. Bei den verschiedenen Ansätzen aus den Medien- und Kommunikationswissenschaften wurde das Hauptinteresse darauf gerichtet, dass das Phänomen zwar bereits erkannt worden ist (in einzelnen Fragmenten oder Aspekten), dass der Prozess an sich aber nie isoliert und immer nur unter dem Blickwinkel ganz bestimmter Ansätze oder Überlegungen betrachtet wurde.

Weiter wurden die sieben Thesen, die Steinmann zu Anfang dieses Ansatzes formuliert hat, mit dem erarbeiteten theoretischen Hintergrund diskutiert. Alle Thesen konnten untermauert werden und erfuhren lediglich begriffliche Anpassungen oder Erweiterungen. Weitere Präzisierungen zu den am Prozess beteiligten Elementen und zum Ablauf des *Wirklichkeitstransfers* wurden ebenfalls mit Hilfe der theoretischen Grundlagen vorgenommen.

Zum Abschluss haben wir das Potential dieses Ansatzes thematisiert. So wurde aufgezeigt, dass die Anerkennung des *Wirklichkeitstransfers*, neben der bekannten Medienkommunikation als Bedeutungsvermittlung, zu einer Ausweitung der Perspektiven führen dürfte. Zum einen können mit dem Einbezug dieses Ansatzes alle modernen Formen der Medienkommunikation erfasst werden, zum anderen ergibt sich eine deutliche Verbreiterung bei der Betrachtung der Medienwirkungen, eine Öffnung bis hin zu philosophischen Fragen nach unseren neuen Lebenswelten, und damit wird ein wissenschaftlicher Aufbruch zu neuen Ufern gewagt. Gesamthaft ergibt sich daraus für die Medienwissenschaften die Chance, gesellschaftlich relevante Phänomene zu betrachten und so neue Bedeutung zu erlangen.

Wie bereits in der Einleitung bemerkt, muss hier noch einmal darauf hingewiesen werden, dass es sich bei dieser Arbeit nicht um die Darstellung einer ausformulierten, abgeschlossenen Theorie handelt sondern um einen Denkanstoss, und damit um eine Perspektivenerweiterung. Viele Facetten und Überlegungen innerhalb des *Wirklichkeitstransfers* sind noch unklar und empirische Daten fehlen beinahe gänzlich.¹⁰²

Wir wollen in einem zweiten Schritt den *Wirklichkeitstransfer* empirisch genauer zu erfassen suchen. Es wird ein wichtiges Ziel sein, Typologien auf Seiten des Rezipienten, des Mediums und des Inhalts zu bilden um so den *Wirklichkeitstransfer* oder dessen Potential einordnen zu können.¹⁰³

¹⁰² Eine Ausnahme bilden die Gruppendiskussionen von Kreiselmaier 2004.

¹⁰³ Die Zusammenarbeit zum Lehrstuhl für Medienpsychologie der Universität Bern (namentlich Prof. Dr. Rudolf Groner) wurde bereits lanciert und im Sommersemester 2005 wird ein gemeinsames Kolloquium an der Universität Bern durchgeführt. Im Wintersemester 2005/06 ist ein inhaltsanalytisches Seminar geplant.

IX. Bibliografie

Abel Karl-Dietrich (1994): Kommunikations-Technik, Trends und Entwicklungen, Berlin.

Aeberhard Robert, Frösch Barbara, Ingold Franziska, Rentsch Andrea (2004): Gewaltforschung und Wirklichkeitstransfer. In: In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 257-295.

Altenthan Sophia, Düerkop Gesa, Hagemann Christine (1996): Erziehungslehre, Köln.

Amman Daniel, Doelker Christian (Hrsg.) (1995): Tatort Brutalo: Gewaltdarstellungen und ihr Publikum, Zürich.

Ammitzböll Johanna Margrethe (1995): Funktion und Wirkung von Videogewalt bei Jugendlichen. In: Amman Daniel, Doelker Christian (Hrsg.) (1995): Tatort Brutalo: Gewaltdarstellungen und ihr Publikum, Zürich.

annabelle (2003): Dringend gesucht: Klingone. In: annabelle, 5. November 2003, H. 20/40.

Auer Alfons (1980): Ist Unterhaltung vertane Zeit? Überlegungen aus der Sicht einer theologischen Ethik. In: Rummel Alois (Hrsg.) (1980): Unterhaltung im Rundfunk, Berlin, 7–22.

Baacke Dieter, Günter Frank, Radde Martin (1989): Jugendliche im Sog der Medien, Medienwelten Jugendlicher und Gesellschaft, Opladen.

Baacke Dieter, Günter Frank, Radde Martin (1998): Medienwelten – Medienorte. In: <http://www.medienpaedagogik-online.de/mf/2/00687/druck.pdf> (8.2003).

Bandura Albert, Ross Dorothea, Ross Sheila A. (1963): Imitation of Film mediated Aggressive Models. In: Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol. 66 (1963), 3–11.

Bandura Albert, Ross Dorothea, Ross Sheila A. (1961): Transmission of Aggression Through Imitation of Aggressive Models. In: Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol. 63 (1961), 572–582.

Bartels Heinz, Bartels Ruth (1991): Physiologie, Lehrbuch und Atlas, München, Wien, Baltimore.

Bartels Heinz, Bartels Ruth (1998): Physiologie, München.

Bartz Christina (2002): Telepathologien. Der Fernsehzuschauer unter medizinischer Beobachtung. In: Schneider Irmela, Spangenberg Peter (Hrsg.) (2002): Medienkultur der 50er-Jahre, Diskursgeschichte der Medien nach 1945. Wiesbaden, Bd. 1, 373–386.

Begert Regula, Steinmann Matthias (1997): Kinder und Medien in der Schweiz, Die Bedeutung der Medien im Alltag der 5- bis 14jährigen Kinder, Studie des SRG Forschungsdienstes, Zusammenfassung, Bern.

Berghaus Margot (1999): Wie Massenmedien wirken, Ein Modell zur Systematisierung. In: Rundfunk und Fernsehen. 47. Jg. (1999), 181–198.

Berth Rolf E. (1963): Wähler- und Verbraucherbeeinflussung, Stuttgart.

Bettelheim Brunni (1977): Kinder brauchen Märchen, Stuttgart.

Bilandzic Helena; Trapp Bettina (2000): Die Methode des lauten Denkens: Grundlagen des Verfahrens und die Anwendung bei der Untersuchung selektiver Fernsehnutzung bei Jugendlichen. In: Paus-Hasse Ingrid; Schorb Bernd (Hrsg.) (2000): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung, München, 183–209.

Blumer Herbert (1973): Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus, In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.), 80-146.

Blumer Herbert (1969): Symbolic Interactionism, Perspective and Method, New Jersey.

Bochsler Simona, Kull Miriam (2004): Handeln und Medienrezeption. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 257–274.

Bodmer Marc (2003): "Peng, peng! – Du bist tot". In: Weltwoche Nr. 24, 2003, 68–70.

Bosshart Louis (2003): Unterhaltung aus anthropologischer Sicht. In: Früh Werner, Stiehler Hans-Jörg (Hrsg.) (2003): Theorie der Unterhaltung, ein interdisziplinärer Diskurs, Köln, 274–284.

Bosshart Louis (1998): Media Entertainment. In: Communication Research Trends, Vol. 18, Nr.3 , St. Louis, 3–38.

Bosshart Louis (1996): Unterhaltungs-Trilogien, Zur Kategorisierung medien-vermittelter Unterhaltung. In: Medienwissenschaft Schweiz, 2/1996, 43–47.

Bosshart Louis (1991): Infotainment im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung. In: Medienwissenschaft Schweiz, 2/1991, 1–4.

Brügger Niels (2003): Why Theories of Media and Communication? In: Nordicom Review, Volume 24, Nr. 2, Dezember 2003, 143–146.

Burkart Roland (2002): Kommunikationswissenschaft, 4. Auflage, Wien, Köln, Weimar.

Burkart Roland (1995): Kommunikationswissenschaft, Grundlagen und Problemfelder, 2. Auflage, Wien, Köln, Weimar, Böhlau.

Buss Michael (1985): Die Vielseher. Fernseh-Zuschauerforschung in Deutschland. Theorie-Praxis-Ergebnisse, Frankfurt a. M..

Calonego Bernadette (2003): Aus Liebe wählen junge Eskimos in Kanada den Tod. In: Der Bund, Oktober 2004.

Codes Pedro, Menotti Marcel, Wartenweiler Urs (2004): Psychologische Theorien und der Wirklichkeitstransfer. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 119–154.

Csikszentmihalyi Mihaly (1985): Das Flow-Erlebnis: Jenseits von Angst und Langeweile im Tun aufgehen, Stuttgart.

Dehm Ursula (1984): Fernseh-Unterhaltung. Zeitvertreib – Flucht oder Zwang? Eine sozialpsychologische Studie zum Fernsehen, Mainz.

Diekmann Andreas (1996): Empirische Sozialforschung, Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg.

Doelker Christian (2002): Kaleidoskop der medialen Wirklichkeiten, Anmerkungen zu einem zentralen Thema der Medienpädagogik. In: Oppenheim Roy, Stolte Dieter, Zölch Franz A. (Hrsg.) (2002), Das Publikum als Programm, Bern. 125–131.

Donnerberg Gabriele (1984): Warum die Stille um Christine M. kein „patriarchalisches Erzählkino“ ist, obwohl theoretisch alle Bedingungen dazu erfüllt sind. In: Frauen und Film, Heft 36.

Drabczynski Michael (1982): Motivationale Ansätze in der Kommunikationswissenschaft, Theorien, Methoden, Ergebnisse, Berlin.

Elmiger Iwan, Voumard Frank (2004): Screen-Theorie als Ansatz für den Wirklichkeitstransfer. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 313–342.

Enzensberger Hans Magnus (1988): Mittelmass und Wahn, Frankfurt a.M.

Enzensberger Hans Magnus (1988): Das Nullmedium oder warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind. In: Enzensberger Hans Magnus (1988): Mittelmass und Wahn, Frankfurt a.M., 89–103.

Erigena Ioannes Scotus (1968): Periphyseon, Bd. 2 (Reihe: Scriptorum Latini Hiberniae), Dublin.

Farbstein Wolf (1980): Zum Mediennutzungs- und Medienbedürfnisbefriedigungsverhalten des schweizerischen Rezipienten, Basis-Modell für eine Motivforschung, Zürich.

Faulstich Werner, Corinna Rückert (1993): Mediengeschichte in tabellarischem Überblick von den Anfängen bis heute, Teil I, Lüneburg.

Feierabend Sabine, Klingler Walter (2003): Kinder und Medien 2002, Ergebnisse der Studie KIM 2002 zum Medienumgang Sechs- bis 13-Jähriger in Deutschland. In: Media Perspektiven 6/2003, 278–289.

Feilitzen von Cecilia (1979): Funktionen der Medien: Bericht über eine schwedische Studie. In: Sturm Hertha, Brown Ray J. (Hrsg.) (1979): Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen, Nutzen und Wirkung eines Mediums, Stuttgart, 155–176.

Firnkes Marita, Keilhacker Margarete, Vogg Günther (1972): Das Fernsehen im Vorschulalter. Eine empirische Studie über Funktion und Wirkung des Fernsehens bei Kindern im Vorschulalter. In: Jugend Film Fernsehen, 16/1972/1, 3–11.

Fischer Burkhard (2003): Aufmerksamkeit ist ein lebenswichtiges Auswahlverfahren. Burkhard Fischer im Gespräch mit Florian Rötzer. In: <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2077/1.html> (8.2003).

Florey Ernst (1996): Geist – Seele – Gehirn. Eine kurze Ideengeschichte der Hirnforschung. In: Roth Gerhard, Prinz, Wolfgang (Hrsg.) (1996): Kopf-Arbeit. Gehirnfunktionen und kognitive Leistungen, Heidelberg, 38–86.

Flückiger René, Frey Michelle, (2004): Der Medienrezipient im Wirklichkeitstransfer?. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 47–78.

Flusser Villém (1997): Medienkultur, Frankfurt a. M..

Forschungsdienst (2004), Jahresbericht, Band 1: Allgemeine Daten 2003, Bern.

Forschungsdienst (2004), Jahresbericht, Band 2: Zuschauerdaten 2003, Bern.

Frischknecht Paula, Weilenmann Katrin (2004): Der Wirklichkeitstransfer aus medizinischer Sicht. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 79–118.

Frizzoni Brigitte, Tomkowiak Ingrid (Hrsg.) (erscheint 2006): Unterhaltung. Konzepte, Formen, Wirkungen, Zürich.

Früh Werner, Stiehler Hans-Jörg (Hrsg.) (2003): Theorie der Unterhaltung, ein interdisziplinärer Diskurs, Köln.

Früh Werner (2002): Unterhaltung durch das Fernsehen, eine molare Theorie, Konstanz.

Gabler Neal (2001): Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment, München.

Gattlen Roman, Steinmann Matthias (1997): Nutzungsmotive und Handlungsmuster zu Radio und Fernsehen, SRG Forschungsdienst, Bern.

Gerbner George (1981): Die „angsterregende Welt“ des Vielsehers. In: Fernsehen und Bildung, Sonderheft: Der Vielseher – Herausforderung für Fernsehforschung und Gesellschaft, Jahrgang 15 (1981) 1–3, 16–42.

Geretschlaeger Ingrid (1991): Kindermedien – eine Berg- und Talfahrt in die Wunderwelt, Graz/Budapest.

Glaserfeld Ernst (1996): Radikaler Konstruktivismus, Ideen, Ergebnisse, Probleme, Frankfurt a.M..

Groebel Jo (1998): Kinder und Medien in der internationalen Forschung. In: <http://www.medienpaedagogik-online.de/mf/2/00689/druck.pdf> (25.08.2003).

Grossberg Lawrence (1999): Was sind Cultural Studies? In: Hörning Karl H., Winter Rainer (Hrsg.) (1999): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung, Frankfurt, 43–83.

Grossmann Dave, DeGaetano Gloria (2002): Wer hat unseren Kindern das Töten beigebracht, Ein Aufruf gegen Gewalt in Fernsehen, Film und Computerspielen, Stuttgart.

Hackenbruch Tanja, Steinmann Matthias F. (2004): Der Wirklichkeitstransfer im Fokus – Zusammenfassung der Betrachtungen. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 343–350.

Haffner-Marti Hedi (1980): Das psychoanalytische Verständnis, Zürich.

Hall Peter Christian (Hrsg.) (2002): Fernsehen für die Spassgesellschaft, Wettbewerbsziel Aufmerksamkeit, Mainz.

Hall Stuart (1999): Kodieren / Dekodieren. In: Bromley Roger, Göttlich Udo, Winter Rainer (Hrsg.): Cultural Studies, Grundlagentexte zur Einführung, Lüneburg, 92–110.

Heath Stephen (1981): On Suture. In: Heath Stephen (1981): Question of Cinema. London.

Heath Stephen (1976): Narrative Space. In: „SCREEN“, Nr. 17/3.

Heath Stephen (1974): Lessons from Brecht. In: „SCREEN“, Nr. 15/2.

Heil Klaus D. (1975): Programmierte Einführung in die Psychologie, Reinbeck.

Hepp Andreas (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung Opladen/Wiesbaden.

Hepp Andreas, Rainer Winter (1999): Vorwort. In: Hepp Andreas, Winter Rainer (1999): Kultur – Medien – Macht, Cultural Studies und Medienanalyse, Opladen/Wiesbaden, 8–11.

Herzog Herta (1944): What do We Really Know About Daytime Serial Listening. In: Lazarsfeld Paul F., Stanton Frank Nicholas (Hrsg.) (1944): Radio Research 1942–1944, 3–33.

Herzog Herta (1941): On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches. In: Studies of Philosophy and Social Science. Vol. 9, 65–95.

Herzog Herta (1940): Professor Quiz: A Gratification Study. In: Lazarsfeld Paul F. (Hrsg.) (1940): Radio and the printed Page, New York, 64–93.

Heuermann Hartmut, Kuzina Matthias (1995): Gefährliche Musen: Medienmacht und Medienmissbrauch, Stuttgart.

Hickethier Knut (2002): Dalli Dalli – Tutti Frutti – TV Total, Wege in die Spassgesellschaft. In: Hall Christian (2002): Fernsehen für die Spassgesellschaft, Wettbewerbsziel Aufmerksamkeit, Mainz, 83–97.

Hickethier Knut (2001): Film- und Fernsehanalyse, Dritte Auflage, Stuttgart/Weimar.

Hobmair Hermann (1997): Psychologie, Köln

Horton Donald, Wohl Richard (1956): Mass Communication and Para-Social Interaction, Psychiatry 19, 215–219.

Hübener Karl-Ludolf, Telenovela – Melodrama zum Nachtisch? In: Brasilien verstehen Nr. 57., 25.

Hug Malaika, Schär Sabine (2004): Der Symbolische Interaktionismus im Wirklichkeitstransfer. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 179–198.

Jäckel Michael, Peter Jochen (1997): Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive, Grundlagen und grundlegende Probleme. In: Rundfunk und Fernsehen, 45. Jahrgang 1997/1, 46–68.

Jäggi Natalie, Mlakar Nives, Sigg Sabine, Zaugg Sabrina (2004): Wirklichkeitstransfer - Themenkreis Pädagogik. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 155–178.

Kant Immanuel (1798): Der Streit der Facultäten, in: Kants Werke, Akademie-Ausgabe Bd. VII, Berlin.

Kant Immanuel (1787): Kritik der reinen Vernunft, 2. Auflage, in: Kants Werke, Akademie-Ausgabe Bd. III, Berlin.

Kant Immanuel (1783): Prolegomena zu einer jeden künftigen Metaphysik, die als Wissenschaft wird auftreten können, in: Kants Werke, Akademie-Ausgabe Bd. IV, Berlin.

Kant Immanuel (1781): Kritik der reinen Vernunft, 2. Auflage. In: Kants Werke, Akademie-Ausgabe Bd. IV, Berlin.

Katz Elihu, Blumler Jay G., Gurevitch Michael (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, Jay G., Katz, Elihu (Hrsg.) (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research, Beverly Hills/ London, 21–32.

Kim Tae-Won (1999): G. Simmel, G.H. Mead und der Symbolische Interaktionismus, Würzburg.

Klapper Joseph T. (1960): Effects of Mass Communications, Toronto.

Klaus Elisabeth (erscheint in schriftlicher Form 2006): Grenzenlose Erfolge: Entwicklungen und Merkmale des Reality TV, Zürich. In: Frizzoni Brigitte, Tomkowiak Ingrid (Hrsg.) (erscheint 2006): Unterhaltung. Konzepte, Formen, Wirkungen, Zürich.

Knorr Wolfram (2004): Computerspiele - Der Tod und das Märchen. In: Weltwoche 43/04, 92–94.

König Karl (1996): Abwehrmechanismen, Göttingen.

Kreiselmaier Felicia, Lenz Sarah, Vasella Lucia (2004): Wirklichkeitstransfer aus Sicht der Cultural Studies, In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 199–222.

Kreiselmaier Felicia (2004): Zwischen Wirklichkeit und Fiktion, Auf der Suche nach einem Wirklichkeitstransfer in der kommunikativen Phase mit Hilfe von Theorien aus den Cultural Studies, Universität Bern.

Krotz Friedrich (1995): Kultur, Kommunikation und die Medien. In: Saxer Ulrich (Hrsg.) (1995): Kulturkommunikation. Publizistik. Sonderheft 2, Opladen, 67–85.

Krüger Udo Michael, Programmanalyse 2003 von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Spartenstruktur und Informationsprofile im deutschen Fernsehangebot. In: Media Perspektiven 5/2004.

Kunczik Michael, Bleh Wolfgang, Maritzen Sabine (1993): Audiovisuelle Gewalt und ihre Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche. Eine schriftliche Befragung klinischer Psychologen und Psychiater. In: Medienpsychologie, 5, 1993, 3–20.

Kunz Bernhard U. (1994): Medienselektion, Theoretische Beiträge und angewandte Medienforschung in der Schweiz, Zürich.

Lacan Jacques (1978): Linie und Licht. In: Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse, Freiburg.

Lasswell Harold D. (1971): The Structure and Function of Communication in Society. In: Schramm/Roberts (Hrsg.) 1971, 84–99.

Lateral Michael, Tucker David (1981): Brain function, emotion and conceptualization. In: Psychological Bulletin 89, 19–46.

Lempp Reinhart (2003): Das Kind im Menschen, Stuttgart.

Levy Mark R., Windhal Sven (1984): Audience Activity and Gratifications: A Conceptual Clarification and Exploration, Communication Research 11, 51–78.

Linke Detlef (2003): Der letzte Mensch blinzelt. Ein Gespräch mit dem Hirnwissenschaftler Detlef Linke. In:<http://222.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2000/1.html> (8.2003).

Luhmann Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien (2. Auflage), Opladen.

Maccoby Eleanor E. (1954): Why do children watch television?. In: Public Opinion Quarterly, Nr. 3, 18.

Malär Lucia, Moser Elisabeth (2004): Gratifikationsansatz und Wirklichkeitstransfer. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 223–256.

Maletzke Gerhard (1979): Kinder und Fernsehen. In: Sturm Hertha, Brown Ray J. (Hrsg.) (1979): Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen, Nutzen und Wirkung eines Mediums, Stuttgart, 21–83.

Maletzke Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg.

Maturana Humberto R (1998.): Biologie der Realität, Frankfurt a.M..

Maturana Humberto R (1985): Erkennen: Die Organisation und Verkörperung von Wirklichkeit, Braunschweig.

McDonald Dwight (1957): A Theory of Mass Culture. In: White David Manning, Rosenberg Bernhard (Hrsg.) (1957): Mass Culture: The Popular Art in America. Free Press, Glencoe.

McGuire William J. (1969): The Nature of Attitudes and Attitude Change. In: Lindezey, G.E. Aronson (Hrsg.) (1969): Handbook of Social Psychology. Vol. III Cambridge, Mass. 1969, 163–314.

McLeod James R, Becker Lee B. (1981): The Uses and Gratifications Approach. In: Nimmo Dan D., Sanders Keith R. (Hrsg.) (1981): Handbook of Political Communication, Beverly Hills/ London, 67–99.

McQuail Denis (1994): Mass Communication Theory. An Introduction. 3. Aufl., London/ Thousand Oaks.

McQuail Denis, Blumler Jay G., Brown Ray J. (1972): The television audience: A revised perspective. In McQuail, Denis (Hrsg.) (1972), Sociology of mass communications, 135–165, Hammondsworth.

Media Analysis Laboratory (1998): Video Game Culture: Leisure and Play Preferences of B.C. Teens, Simon Fraser University, Burnbay B.C.

Media Awareness Network (2004): Violence in Media Entertainment. In: <http://www.media-awareness.ca> (11.2004).

Mentzos Stavros (1993): Abwehr. In: Mertens, Wolfgang (Hrsg.) (1993): Schlüsselbegriffe der Psychoanalyse. Stuttgart, 191–198.

Merten Klaus, Schmidt Siegfried, Weischenberg Siegfried (1994) (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen.

Merten Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft, Münster.

Mertens Wolfgang (1998): Psychoanalytische Grundbegriffe. Ein Kompendium. Weinheim.

Mikos Lothar (2001): Cultural Studies, Medienanalyse und Rezeptionsästhetik. In: Göttlich Udo, Mikos Lothar, Winter Rainer (Hrsg.) (2001): Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen. Bielefeld, 323–342.

Mikos Lothar (1997): Cultural Studies als Grundlage einer Rezeptionsästhetik der audiovisuellen Medien. In: Cultural Studies. Forschung und Rezeption. Medien Journal 1997, H. 4, 49–57.

Mikos Lothar (1994): Fernsehen im Erleben der Zuschauer, Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium, Berlin-München.

Miller Jaques Alain (1977): Suture. Elements of the Logic of the Signifier. In: „SCREEN“, Nr. 18/4.

Miller William (1985): A View from the Inside: Brainwaves and Television Viewing. In: Journalism Quarterly 62, 508–514.

Monaco James (1980): Filmverstehen, Kunst Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films, Hamburg.

Morosoli Marco, Marinka Claudia (2004): Fernsehen immer extremer. In: Tele 19/04, 14–16.

Murray Henry A. (1939): Explorations in Personality, New York.

Nass Clifford, Reeves Byron (1996): The media equation: how people treat computers, television, and new media like real people and places, Cambridge.

Nass Clifford, Steuer Jonathan, Tauber Ellen (1994): Computers are social actors. Proceeding of the CHI Conference, Boston, 72–77.

Noelle-Neumann Elisabeth (1977): Der getarnte Elefant. Über die Wirkung des Fernsehens. In: Wilke Jürgen (Hrsg.) (1977): Öffentlichkeit als Bedrohung, Freiburg/München, 115–126.

Noldin Nadja, Schaber Carole (2004): Philosophische Theorien bezogen auf das Phänomen des Wirklichkeitstransfers. In: Steinmann Matthias F. (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 17–46.

Nordstreng Kaarle (1970): Comments on „Gratifications Research“ in Broadcasting, Public Opinion Quarterly 34, 130–132.

Oppenheim Roy, Stolte Dieter, Zölch Franz A. (Hrsg.) (2002), Das Publikum als Programm, Bern.

Pearlin Leonard I. (1959): Social and Personality Stress and Escape Television Viewing. Public Opinion Quartlery Nr. 12, 255–259.

Pflüger Ulrike, Winkert Gerhard (1974): Vorschulfernsehen. Untersuchung von Sendungen aus der Vorschulreihe „Das feuerrote Spielmobil“. Ergebnisbericht. München: Wiss. Inst. für Jugend- und Bildungsfragen in Film und Fernsehen, 87.

Piaget Jean (1975): Gesammelte Werke, Stuttgart.

Piaget Jean (1950): La construction du réel chez l'enfant, Neuchâtel.

Platon (1980): Politeia, Ausgewählt und erläutert von Dr. Otto Schönberger, Bamberg.

Pöppel Ernst (2003a): Auf der Suche nach der Landkarte des Wissens. In: <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2651/1.html> (8.2003).

Pöppel Ernst (2003b): In: <http://www.journalistenakademie.de/lesepr/mm92.htm> (8.2003).

Pöppel Ernst (2000): Grenzen des Bewusstseins, Frankfurt a. M..

Postman Neil (1992): Das Technopol. Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft, Frankfurt a.M..

Postman Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, Frankfurt a.M..

Postman Neil (1983): Das Verschwinden der Kindheit, Frankfurt a. M..

Pross Harry (1980): Informative Unterhaltung und unterhaltende Information. In: Rummel Alois (Hrsg.) (1980) Unterhaltung im Rundfunk, Berlin, 86–98.

Pschyrembel Willibald (Hrsg.) (1990): Klinisches Wörterbuch, Berlin, New York.

Rattner Joseph (1994): Kritisches Wörterbuch der Tiefenpsychologie für Anfänger und Fortgeschrittene, Berlin.

Rattner Joseph (1990): Klassiker der Tiefenpsychologie, München.

Reimann Horst (1989): Die Anfänge der Kommunikationsforschung, Entstehungsbedingungen und gemeinsame europäisch-amerikanische Entwicklungslinien im Spannungsfeld von Soziologie und Zeitungswissenschaft. In: Massenkommunikation, Theorien, Methoden, Befunde, Herausgegeben von Max Kaase und Winfried Schulz, 30/1989, Opladen.

Renckstorf Karsten (1973): Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- vs. Nutzenansatz, in: Rundfunk und Fernsehen 21, H. 2.

Riley John W., Riley Mathilda W. (1951): A sociological approach to communication research. In: Public Opinion Quarterly Vol. 15, 444–460.

Rosengren Karl Erik (1974): Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined. In: Katz Elihu, Blumler Jay G. (Hrsg.) (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research, Beverly Hills/ London, 269–286.

Rosengren Karl Erik, Windhal Sven (1972): Mass Media Consumption as a Functional Alternative. In: MCQuail Denis (Hrsg.) (1972): *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth, 166–194.

Roth Gerhard (2002): Gleichtakt im Neuronennetz. In: *Gehirn & Geist*, H. 1, 38–46.

Roth Gerhard (1996a): Das Gehirn des Menschen. In: Roth Gerhard, Prinz Wolfgang (Hrsg.): *Kopf-Arbeit. Gehirnfunktionen und kognitive Leistungen*, Heidelberg, 119–180.

Roth Gerhard (1996b): *Schnittstelle Gehirn. Zwischen Geist und Welt*, Bern.

Roth Gerhard (1992): Das konstruktive Gehirn: Neurobiologische Grundlagen von Wahrnehmung und Erkenntnis. In: *Kognition und Gesellschaft*, Frankfurt a.M., 277–336.

Roth Gerhard (1987): Erkenntnis und Realität: Das reale Gehirn und seine Wirklichkeit, In: Schmidt Siegfried (Hrsg.), 229–255.

Rubin Alan M. (1994): Media Uses and Effects: A Uses and Gratifications Perspective. In: Bryant Jennings, Zillmann Dolf (Hrsg.) (1994): *Media Effects. Advances in Theory and Research*, Hillsdale/ New Jersey, 417–436.

Rummel Alois (Hrsg.) (1980): *Unterhaltung im Rundfunk*, Berlin.

Saxer Ullrich, Bonfadelli Heinz, Hättenschwiler Walter (1979): Fernsehen im Leben der Zürcher Kinder. In: Sturm Hertha, Brown Ray J. (Hrsg.) (1979): *Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen, Nutzen und Wirkung eines Mediums*, Stuttgart, 99–114.

Schenk Michael (2002): *Medienwirkungsforschung*, 2. Auflage, Tübingen.

Schmidt Siegfried (1994a): Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten Klaus, Schmidt Siegfried, Weischenberg Siegfried (1994) (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen, 3–19.

Schmidt Siegfried (1994b): Konstruktivismus in der Medienforschung: Konzepte, Kritiken, Konsequenzen. In: Merten Klaus, Schmidt Siegfried, Weischenberg Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen, 212–236.

Schmidt Siegfried (1990): Medien, Wir verstehen uns doch? Von der Unwahrscheinlichkeit gelingender Kommunikation. In: Deutsches Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hrsg.) (1990): Funkkolleg: Medien und Kommunikation, Studienbrief 1, Weinheim, 50–78.

Schmidt Siegfried (1987): Der Diskurs des radikalen Konstruktivismus, Frankfurt a.M.

Schorb Bernd, Hans-Jörg Stiehler (Hrsg.) (1996): Medienlust – Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten?, München.

Schramm Wilbur, Donald F. Roberts (1971): The Process and Effects of Mass Communication, London.

Schramm Wilbur, Lyle Jack, Parker Edwin .B. (1961): Television in the lives of our children, Stanford.

Schulz Winfried (1993): Medienwirklichkeit und Medienwirkung, Aktuelle Entwicklungen der Massenkommunikation und ihrer Folgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung 'Das Parlament', Band 40 (1993), 16–26.

Schulz Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien, Analyse der aktuellen Berichterstattung, München.

Schütz Alfred (1971): Das Problem der sozialen Wirklichkeit, Gesammelte Aufsätze I, Den Haag.

Schwab Frank (1996): Reality-TV- Die Wirklichkeit der Medien. Realität, Wirklichkeit und Wahrheit. In: Schorb Bernd, Hans-Jörg Stiehler (Hrsg.) (1996): Medienlust – Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten?, München, 79-92.

Singer Rolf (2003): Zur Neurowissenschaft der Aufmerksamkeit. In: <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/2002/1.html> (8.2003).

Steinmann Matthias F. (2004): Sophies zweite Welt – das Publikum im Wirklichkeitstransfer. In: Steinmann Matthias F. (Hrsg.) (2004), Sophies zweite Welt, Bern, 5–16.

Steinmann Matthias F. (Hrsg.) (2004), Sophies zweite Welt, Bern 2004.

Steinmann Matthias F., Jedele Markus, Messerli Franco (2003), Video in der Schweiz, Die Videonutzung 2001 der Schweizer Bevölkerung, Bern.

Steinmann Matthias F. (2003): Vorlesung Rezeptionsforschung, gelesen an der Universität Bern.

Steinmann Matthias F. (2002): Sophies zweite Welt, das Publikum im Wirklichkeitstransfer, Vortrag gehalten an der Tagung „Wes Land ich bin, des Lied ich sing“ zum 10jährigen Jubiläum des IMW am 1./2. November 2002 an der Universität Bern.

Stephenson William (1967): The Play Theory of Mass Communication. University of Chicago Press, Chicago.

Störig Hans Joachim (2003): Kleine Weltgeschichte der Philosophie, 4. Auflage, Frankfurt a. M..

Stumm Mascha-Maria (1996): Unterhaltungstheoreme bei Platon und Aristoteles, Berlin.

Sturm Hertha (1991): Fernsehdiktate: Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für rezipientenorientierte Mediendramaturgie, Gütersloh.

Sturm Hertha, Brown Ray J. (Hrsg.) (1979): Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen, Nutzen und Wirkung eines Mediums, Stuttgart.

Sturm Hertha, von Haebler Ruth, Helmreich Reinhard (1972): Medienspezifische Lerneffekte. Eine empirische Studie zu Wirkungen von Fernsehen und Rundfunk, München.

Tannenbaum Percy H. (Hrsg.) (1980): The Entertainment Functions of Television, Hillsdale.

Tannenbaum Percy H. (1980): An Unstructured Introduction to an Amorphous Area. In: Tannenbaum Percy H. (Hrsg.) (1980): Entertainment Functions of Television, Hillsdale.

Tebonin online (2003): In: http://www.tebonin.de/gehirn/gehirn_1_5.php?id=5 (8.2003).

Television 2003 (2003): International Key Facts, IP and RTL Group.

Teichert Will (1975): Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des "Uses and Gratifications Approach". In: Rundfunk und Fernsehen 23, 3–4, 269–283.

Theunert Helga (1994): Zwischen Vergnügen und Angst. Fernsehen im Alltag von Kindern, Berlin.

Trinks Jürgen (2000): Faszination Fernsehen, Frankfurt a. M..

Vaihinger Hans (1913): Die Philosophie des Als Ob, 2. Auflage, Berlin.

Vorderer Peter (erscheint 2006): Unterhaltung:Lust, Leiden Lernen. In: Frizzoni Brigitte, Tomkowiak Ingrid (Hrsg.) (erscheint 2006): Unterhaltung. Konzepte, Formen, Wirkungen, Zürich.

Vorderer Peter (1996): Fernsehen als „Beziehungskiste“: Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen, Opladen.

Wagner Hans (1994): Von der Lust, in andere Welten zu wandern, Unterhaltung – sozialer Unterhalt. In: Bosshart Louis, Hoffmann-Riem (Hrsg.) (1994): Medienlust und Mediennutz, Unterhaltung als öffentliche Kommunikation, München, 126–143.

Watzlawik Paul (1976): Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen, München.

Weibel Erwin (1980): Publikumserwartungen im Bereich Unterhaltung (am Beispiel der Schweiz). In: Rummel Alois (Hrsg.) (1980): Unterhaltung im Rundfunk, Berlin, 43–51.

Winn Marie (1979): Die Droge im Wohnzimmer, Reinbeck bei Hamburg.

Winter Rainer (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. Diss. München.

Wyss Werner (2001): E-Generation, Demoscope, Adligenswil.

Zielinski Siegfried (1986): Zur Geschichte des Video-Recorders, Berlin.

Zillmann Dolf, Bryant Jennings (1986): Exploring the entertainment experience. In: Bryant Jennings, Zillmann Dolf (Hrsg.) (1986): Perspectives on Media Effects, Hillsdale, 303–324.

X. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb.1: Der <i>Wirklichkeitstransfer</i>	S.12
Abb. 2: Verschiedene Grade der Teilnahme am <i>Wirklichkeitstransfer</i>	S. 15
Abb. 3: Die primäre Realität	S. 53
Abb. 4: Die sekundäre mediale Realität	S. 54
Abb. 5: Differenzierung der sekundären medialen Realität nach Inhalten	S. 55
Abb. 6: Die verschiedenen Wirklichkeiten	S. 58
Abb. 7: Die vier Hirnwellen	S. 62
Abb. 8: Der <i>Wirklichkeitstransfer</i> beim aktiven Zuschauer	S. 114
Abb. 9: Der <i>Wirklichkeitstransfer</i> beim passiven Zuschauer	S. 114
Abb. 10: Differenzierung der Bedürfnisse und Motive hinter dem <i>Wirklichkeitstransfer</i>	S. 139
Abb.11: <i>Wirklichkeitstransfer</i> und Kommunikation als Bedeutungsvermittlung während der kommunikativen Phase	S. 156
Abb. 12: Erfassung von massenmedialen Phänomenen mit dem Paradigma der Kommunikation; ein Grossteil des Angebots, der Wirkungen etc. kann nicht erfasst werden	S. 160
Abb. 13: Differenzierung durch den <i>Wirklichkeitstransfer</i>	S. 161

Abb. 14: Exemplarisches Beispiel zur Anwendung des <i>Wirklichkeitstransfers</i> (1)	S. 171
Abb. 15: Exemplarisches Beispiel zur Anwendung des <i>Wirklichkeitstransfers</i> (2)	S. 173
Tabelle 1: Darstellungsformen auf den verschiedenen Ebenen	S. 152
Tabelle 2: Eigenschaften in Bezug auf den <i>Wirklichkeitstransfer</i> der einzelnen Medien	S. 153