

Horrorvideos – Verbreitung und Wirkung

Helmut Lukesch

1. Gibt es überhaupt Medienwirkungen?

Bei der Auseinandersetzung mit den neuen Medien, speziell mit dem Distributionsmedium Video, ist die Frage zentral, ob Medien überhaupt Wirkungen auf Menschen entfalten können. Erst wenn Art oder Ausmaß des Medienkonsums das Wissen, die Emotionen und das Verhalten von Rezipienten (im allgemeinen oder bei spezifischen Gruppen, z. B. Kindern und Jugendlichen) zu beeinflussen vermögen, sind weitergehende Maßnahmen legitimierbar, wie z. B. gesetzliche Restriktionen hinsichtlich Medienproduktion und -verleih, aber auch jegliche medienpädagogische Maßnahme in- und außerhalb von Schulen.

Bei der Beantwortung von Wirkungsfragen könnte man meinen, ist Kompetenz in Fragen sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden eine selbstverständliche Voraussetzung. Diese an sich naheliegende Forderung nach Sachverstand bei den an der öffentlichen Diskussion Beteiligten wird aber in keiner Weise eingelöst. Dies hat vielerlei Gründe:

(1) Schriftsteller, Regisseure, Filmproduzenten fühlen sich primär ästhetischen Standards verpflichtet. Selbst dies gilt nicht für alle, manche sehen ihr Geschäft von vorne herein in zynischer Weise auf die Bedienung eines wie auch immer gearteten Marktsegmentes beschränkt. Zwar werden Schriftsteller, Drehbuchautoren oder Redaktionschefs des Fernsehens vermutlich auch Überlegungen und Vermutungen über die Wirkung ihrer Produkte auf Menschen anstellen, für diese in der Psychologie seit langem untersuchten „Alltagstheorien“ kann ein Wahrheitsanspruch, außer in dem Sinn, daß es sich hierbei eben um subjektive Wahrheiten in der Bedeutung von persönlichen Überzeugungen handelt, nicht erhoben werden.

Wie bekannt, ist für solche subjektiven Weltdeutungen typisch, daß sie in Richtung Selbstwertstabilisierung ausgestaltet werden, d.h. mit ihnen wird sowohl Selbstwerterhöhung wie auch Selbstkonsistenz angestrebt (Filipp, 1984). So wird etwa gerne die aufklärerische Funktion der Presse betont, die gesellschaftsverändernde Funktion des Buches herausgestellt oder die bewußtseinsbildenden Effekte des Films gelobt. Daß Medien auch zu Effekten führen können, die nicht in gleicher Weise einer positiven Wertschätzung unterliegen, wird eher gelehnet. So hat z. B. der methodisch gut abgesicherte Nachweis eines „Werther-Effektes“ im Anschluß an die ZDF-Sendung „Tod eines Schülers“ (Schmidtke & Häfner, 1986) in den Fernsehanstalten nicht zu Selbsteinsicht, sondern zu massiver Abwehr geführt.

Hier sei als zusätzlicher Aspekt noch das gut funktionierende Zusammenspiel zwischen Filmproduktion und Filmkritik erwähnt: „Es kann nicht oft genug darauf hingewiesen werden, daß Bedürfnisse mit gewaltigen Vermarktungsstrategien geweckt und – um bei den Medien zu bleiben – durch positive Kinokritiken verstärkt werden. Die Freiheit des Gewerbebetriebes wird höher bewertet als die schutzwürdigen Interessen der Bürger. Daran können auch Filmkritiken, die sich auf die Freiheit der Kunst berufen, nichts ändern. Der Filmkritiker Arnold bespricht den Film ‚Nekromantik‘ von Buttgeriet: Der Vorspann als elegante Ellipse funktioniert: danach sehen wir, was übrigbleibt vom Menschen nach einem Autounfall. Ein Fall für ‚Joe’s Säuberungsaktion‘, spezialisiert auf Leichenbeseitigung. Für einen vom Trupp ist die Arbeit mehr als ein Job: Mit seiner Freundin Betty teilt Rob nicht nur die Wohnung, sondern auch die Vorliebe für Leichen. Welche Bereicherung der nekrophilen Erfahrung, als Rob eines Tages einen zwar vermoordeten, aber ziemlich vollständigen Leichnam

mitbringt. Die sexuelle Erfüllung zu Dritt ist heftig, aber nicht von Dauer: aus seinem Job gefeuert, wird Rob von Betty verlassen, die zudem noch die Leiche mitnimmt (. . .). Nekromantik ist ein großer und reifer Film“ (Rieseberg & Martin-Newe, 1988, S. 88).

Sicherlich ist aus guten Gründen eine wissenschaftliche Basis für die Berufsausübung als Medienschaffender keine einforderbare Voraussetzung (dies etwa im Unterschied zum Apotheker, der zwar auch am Verkauf seiner Produkte interessiert ist, aber aufgrund eines Pharmaziestudiums sehr wohl Auskunft über die Wirkung der von ihm hergestellten oder vertriebenen Substanzen geben kann), die dadurch bedingte Inkompetenz in Fragen der Medienwirkung sollte aber eine deutliche Selbstbeschränkung bei Wirkungsvermutungen zur Folge haben.

(2) Naheliegend ist auch, daß die Lobbyisten der Filmindustrie, der Vertriebsfirmen, der Buchverleger oder auch der Buchhändler nur solche Argumente in die öffentliche Diskussion einbringen, die ihre Position stärken. Im langjährigen Umgang mit Machtinstrumentarien erfahren, wird durch intensive Werbemaßnahmen Meinungsbeeinflussung betrieben:

Wird in der Forschungslandschaft etwa ein Wissenschaftler gefunden, der einen insignifikanten Medieneffekt feststellte oder auch nur festzustellen meinte, so wird sein Resultat gepusht. Als Beispiel sei auf das presse- und parlamentswirksame Herausstellen der Popularisierungen des Wissenschaftsjournalisten Rolf Degen (1988) verwiesen, der sich auf ein Sammelreferat von McGuire (1986) stützte. In gekonnt rhetorischer Manier hat Degen diesen amerikanischen Autor zu einem Papst der Medienforschung hochstilisiert, der – und das sollte man wissen – als Wissenschaftler selbst so gut wie nichts im Medienbereich, sondern nur Fragen der Einstellungsforschung in der Sozialpsychologie untersucht hat. Illustrativ ist in diesem Zusammenhang auch, daß bei der Erstveröffentlichung von Degen (1988) in der populärwissenschaftlichen Zeitschrift „Psychologie heute“ ein zweiter Beitrag von Böhme-Dürr (1988) mit dem Titel „Und sie wirken doch – irgendwie“ folgte. Bei dem Nachabdruck der Degenschen Ergebnisse im „Ikarus“, dem Presseorgan der Interessengemeinschaft der Videothekare Deutschlands (IVD), fehlt naheliegender und bedauerlicher Weise dieser zweite Artikel.

(3) In der öffentlichen Diskussion wird aber auch auf die angebliche Uneinigkeit der Wissenschaft verwiesen. Auch dieses Argument verdient Beachtung und Differenzierung.

Wenn sich etwa Literaturwissenschaftler an der Medienwirkungsdiskussion beteiligen, so sind sie sicherlich kompetent, eine Aussage über den ästhetischen Gehalt eines Werkes zu tätigen. Es bedeutet aber in der Regel eine Grenzüberschreitung, wenn außer diesem Urteil (eventuell noch einer historischen Aussage zur Entstehungs- und Rezeptionsgeschichte eines Werkes) auch Wirkungsaussagen getroffen werden. Diese sind eben nur bei Einsatz des Forschungsinstrumentariums der Sozialwissenschaften zu treffen, und dieses ist normalerweise nicht bei Literaturwissenschaftlern angesiedelt.

Denkt man an den Wissenschaftsbereich und an die Vielfalt der Disziplinen, die unter dem Dach einer Universität vereinigt sind, so ist noch eine weitere Verkomplizierung zu bedenken. Diese gilt vor allem für den Bereich der Medienpädagogik und sie besteht darin, daß „in der Pädagogik . . . eine Interessengemeinschaft entstanden (ist), die für sich das Erkenntnisideal, den Wissenschaftsbegriff und die methodologischen Grundnormen der Erfahrungswissenschaften ganz oder in wesentlichen Teilen ablehnen“ (Brezinka, 1989, S. 79). So muß man zugestehen, daß es für den Außenstehenden nicht gerade leicht ist zu unterscheiden, ob es sich bei jemand, der sich durch die Zugehörigkeit zu einem „Institut“ als Wissenschaftler ausgibt, tatsächlich um jemand handelt, der das Wissen über die Welt vermehren möchte, oder um ein schwarzes Schaf, das unter dem Deckmantel der Wissenschaft andere Zielsetzungen verfolgt.

Zurück zu der eingangs gestellten Frage, ob es überhaupt Medienwirkungen gibt. Im vorliegenden Rahmen kann keine auch nur annähernd seriöse Zusammenfassung über die in der Zwischenzeit in zigtausendfacher Weise vorliegenden Ergebnisse der Wirkungsforschung gegeben werden (vgl. Groebel & Winterhoff-Spurk, 1988); allerdings sollen einige für den Bereich der Horror-Videos spezifische Untersuchungen erwähnt werden. Vorausgeschickt seien aber drei aus dem Alltag stammende Beispiele, mit denen die Medienwirkungsthematik zumindest illustriert werden kann:

(1) Der tiefverwurzelten Überzeugung, daß Medien in den Rezipienten etwas bewirken,

gibt bereits Dante Alighieri (1265–1321) in seiner *Divina Commedia* Ausdruck, wenn er dort (*Inferno* V, 73–142) die Geschichte des Liebespaars Paolo da Rimini und Francesca da Polenta beschreibt, die durch die Lektüre der Lancelotsage zum Ehebruch verleitet wurden und jetzt im Höllenfeuer für ihren Fehltritt büßen müssen.

(2) Wem diese Geschichte zu fern liegt, der sei an das triviale Beispiel der Umsatzeinbußen der Fischindustrie nach einer *Monitor*-Sendung im Jahre 1987 erinnert. Offensichtlich geht von Medienbotschaften doch ein bedeutsames Beeinflussungspotential aus, das hier unter den speziellen Randbedingungen (mögliche Gefährdung der eigenen Person, da systematische Kontrollen gegen gefährliche Parasiten nicht durchgeführt wurden) verhaltenswirksam war.

(3) Aber auch für weniger rationale Verhaltensweisen lassen sich aktuelle Beispiele aufweisen. Nachdem zu Weihnachten 1987/88 eine Fernsehserie über ein körperbehindertes Mädchen („Anna“) ausgestrahlt worden war, das ihre Krankheit überwindet und eine Karriere als Primadonna verwirklicht, nahmen die Anmeldungen bei den Ballettschulen sprunghaft zu. Dieser Effekt hält – soweit dies überschaubar ist – bis heute noch an.

Nach dieser pointilistischen und keineswegs Vollständigkeit anstrebenden Einleitung, soll auf die Forschungslage bezüglich des Videokonsums, speziell des Horrorvideokonsums, eingegangen werden. Wenn eigene Daten verwendet werden, stammen sie entweder aus der Multi-Media-Studie von 1985, in die 4089 12- bis 16jährige Kinder und Jugendliche einbezogen waren (Lukesch u. a., 1989a), oder aus der speziell auf das Medium Video ausgerichteten Erhebung von 1988 mit 3935 12- bis 18jährigen Befragten (Lukesch u. a., 1989 b).

Generell sei den Ausführungen vorangestellt, daß Video als das „Leitmedium“ unter den sogenannten Neuen Medien angesehen werden kann. Die Hauptattraktivität dieser Neuen Medien liegt in der Erhöhung der Freiheitsgrade des eigenen Verhaltens in Form der selbstbestimmten Programmwahl. Nach unseren Ergebnissen war 1988 in 40% der Haushalte ein Videorecorder verfügbar, bereits 8% der befragten Kinder und Jugendlichen besaßen selbst ein solches Gerät. Neben dem häuslichen Konsumort gibt es naheliegender Weise auch noch andere Zugangswege zu Video: Während

1985 drei Viertel aller Befragten sich einen oder mehrere dieser Zugangswege erschlossen hatten, waren es 1989 bereits 90%, die mindestens über einen Konsumort für Video verfügten. Die Nutzung des Distributionsmediums Video hat einen festen Platz im Freizeitverhalten von Jugendlichen erobert.

2. Verbreitung von Horrorvideos und verwandter Genres

Nutzungsaspekte

Für 1988 läßt sich feststellen, daß Horrorfilme in der Konsumhäufigkeit einen mittleren Rangplatz einnehmen (vgl. Tab. 1). Andere Sparten werden auf Video wesentlich häufiger konsumiert. An der Spitze liegen Klamauk- und Actionfilme, auch das Gruselfilm-Genre besitzt mit seinem vierten Rangplatz eine höhere Nutzung als der Bereich der Horrorfilme. Etwas anders sieht es aus, wenn man die Nennungen zu den drei beliebtesten Videofilmen auswertet (Lukesch u. a., 1989b, S. 66). Bei dieser Fragestellung schieben sich die Horrorfilme auf den 5. Platz vor.

Der intensive Horrorfilmmutzer kann so beschrieben werden, daß es sich hierbei typischerweise um einen männlichen, 15 Jahre alten Hauptschüler oder auch einen etwas älteren Berufsschüler handelt, der nach seiner Herkunft zumeist der sozialen Unterschicht zuzuordnen ist (ähnlich auch Brosius & Hartmann, 1988, S. 96 f.; in bezug auf Schulartunterschiede vgl. auch Rieseberg & Martin-Newe, 1988, S. 53).

Wie die Gegenüberstellung mit anderen auf Video konsumierten Filmsparten zeigt (vgl. Tab. 2), ist für alle diese einander ähnlichen Sparten die größere Nutzung durch männliche Befragte sowie durch Haupt- oder Berufsschüler augenfällig. Etwas unterschiedliche Tendenzen sind an das Alter gebunden (z.B. höhere Nutzung der weniger harten Sparten Action oder Abenteuer durch jüngere Befragte), wobei mit dem Erreichen von 15 Jahren eine bedeutsame Umorientierung einzusetzen scheint.

Im Vergleich mit den Angaben von 1985 (Lukesch u. a., 1989a, S. 121 und 127) ist die Konsumhäufigkeit der Horrorfilme zurückgegangen, während sich in der Einschätzung der beliebtesten Genres (Action-, Klamauk-, Abenteuer-, Gruselfilme) nichts wesentliches geändert hat. Auch die typischen Nutzergruppen sind die gleichen geblieben.

Tabelle 1: Rangreihe der Konsumhäufigkeit einzelner Videofilm-Genres

Frage: „Welche Arten von Videofilmen schaust du dir an?“, vorgegebene Kategorien: 1 = nie, 5 = sehr häufig; nur Befragte mit Zugang zu Video, Angabe des Mittelwerts = aM), Gesamtverteilung und nach Hintergrundmerkmalen¹ (Lukesch u. a., 1989b, S. 64)

Video-genre	Gesamt-vert. aM.	Geschl. Rang	Alter	Schul-art	Sozial-schicht
Klamauk	3,18	1	M	–	HS US
Action	3,12	2	M	15	HS US
Liebesfilm	2,74	3	W	17	BS US
Grusel	2,72	4	M	16	HS US
Abenteurer	2,67	5	M	–	HS US
Krieg	2,60	6,5	M	16	HS –
Science-Fiction	2,60	6,5	M	–	HS US
Videoclips	2,58	8	–	15	RS –
Kung Fu	2,50	9	M	–	HS US
Komödie	2,49	10	W	ab 18	GY –
Horror	2,46	11	M	16	BS US
Fantasy	2,45	12	W	12–13	HS US
Musik/1 anz	2,44	13	W	7	BS –
Western	2,39	14	M	12–13	HS US
Erotik	2,32	15	M	ab 18	BS US
Problem	2,14	16	W	ab 18	BS –
Krimi	2,13	17,5	M	–	HS –
Zeichentrick	2,13	17,5	W	12–13	HS US
Monumental-film	2,07	19	W	–	GY –
Porno	1,98	20	M	ab 18	BS US
Heimat	1,89	21	W	12–13	HS US
Lehrfilm	1,70	22	M	12–13	–

¹ Es wird, wenn Unterschiede signifikant sind, jeweils angegeben, welche Untergruppe die größte Nennungshäufigkeit zeigt

Hinsichtlich der Nutzungsdaten muß noch ergänzt werden, daß Videos zumeist im Freundeskreis konsumiert werden; nach Brosius und Hartmann (1988, S. 98) schauen etwa zwei Drittel der deutschen Horrorvideokonsumenten diese Filme mit Freunden an. Durch die Freundesgruppe kommt es aber wieder zu spezifischen Verstärkungswirkungen für diese Filme, wie wir generell für den Videobereich feststellen konnten.

Über freie Titelnennungen („An welche Titel von Videofilmen aus dem letzten halben Jahr kannst Du Dich erinnern, die Dir gut gefallen haben?“) wurde von uns der Konsumentenkreis von indizierten und beschlagnahmten Videofilmen bestimmt.

32% bzw. 10,4% aller Befragten mit Zugang zu Video nannten dabei einen indizierten bzw.

Tabelle 2: Konsum von Videofilmen mit Gewalt- und Gruseltematik (Angaben in %)

	Action-	Grusel-	Horror-	Abenteurer-
	film	film	film	film
Gesamtgruppe				
nie/selten	30,4	46,0	56,8	45,2
manchmal	29,8	26,0	18,0	31,7
häufig/sehr häufig	39,9	27,9	25,2	23,1
Geschlecht (Angaben nur in % von „häufig/sehr häufig“)				
männlich	51,3	30,6	30,4	25,7
weiblich	24,9	24,2	18,6	19,8
p	**	**	**	**
Alter (Angaben nur in % von „häufig/sehr häufig“)				
12. 13	43,7	22,3	19,8	24,8
14. 15	41,8	28,4	26,3	24,4
16. 17	37,4	30,3	26,8	21,2
18 u. ä	33,0	27,2	25,1	21,6
p	**	**	**	**
Schulart (Angaben nur in % von „häufig/sehr häufig“)				
Hauptschule	46,2	34,8	32,1	29,1
Realschule	39,6	24,7	22,9	21,0
Gymnasium	33,3	18,7	14,2	16,7
Berufsschule	38,7	31,4	29,4	24,0
p	**	**	**	**

beschlagnahmten Titel (Lukesch u. a., 1989 b, S. 73 ff.). Betrachtet man die Nutzung indizierter oder beschlagnahmter Videofilme nach einzelnen Genres, so geben zwar die meisten der Befragten (18%) Titel aus dem Bereich der Actionfilme an, Horrorfilme machen aber mit 11% das zweitgrößte Kontingent der Titelnennungen aus. Unter den beschlagnahmten Videofilmen werden fast ausschließlich Horrorfilme erwähnt (9% aller Videonutzer). Man kann demnach davon ausgehen, daß ein großer Teil der genutzten und als jugendgefährdend eingestuft Filme aus dem Horrorgenre stammen.

Gratifikationen des Horrorfilmkonsums

Ein erster über die Nutzung hinausgehender Aspekt von Filmen könnte sein, daß damit vorhandene Bedürfnisse erfüllt werden. Hierbei ist nicht außer acht zu lassen, daß Bedürfnisbefriedigung auch heißt, daß diese Bedürfnisse stabilisiert werden und der Wunsch nach weiteren solchen Inhalten geweckt wird.

In der 1988er Studie (Lukesch u. a., 1989b) wurde u. a. in Form einer Hitliste der Titel des beliebtesten Videofilms erfragt. Sodann konn-

Tabelle 3: Bewertungen unterschiedlicher filmischer Genres (Angaben in % „trifft zu“)

Merkmale	Filmgattung			
	Action-film (N=718)	Grusel-film (N=52)	Horror-film (N=170)	Abenteurer-film (N=53)
Spannung	74,1	70,6	83,9	71,4
Action	74,4	33,3	49,7	28,6
Gewalt/Härte	46,1	29,4	67,1	2,0
Erotik/Sex	8,8	11,8	7,7	4,1
Gags	22,6	29,4	16,8	49,0
technische Tricks				
Tricks	37,4	45,1	47,7	22,4
Musik/Tänze	20,7	11,8	12,3	18,4
Darsteller	60,6	33,3	27,1	53,1
Handlung	60,6	68,6	44,5	53,1

ten die Jugendlichen angeben, was ihnen an diesem Film besonders gefallen habe. Bezogen auf vier ausgewählte Filmgenres ergaben sich folgende Tendenzen (vgl. Tab. 3):

An einem Horrorfilm gefallen besonders die mit diesem Film erzeugte Spannung und die dargestellte Gewalt und Härte. Letztere Gratifikation wird Horrorfilmen wesentlich häufiger entnommen als anderen Filmarten. Auch die in diesen Filmen angewandten technischen Tricks werden gehäuft positiv hervorgehoben. Auf die Handlung oder die Darsteller kommt es bei diesen Filmarten weniger an.

Erwähnenswert sind noch einige geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Bewertung der hier ausgewählten vier Filmarten. Männliche Befragte machen ihre Hochschätzung vorwiegend an den Aspekten Action, Gewalt/Härte und technische Tricks fest, weibliche Befragte akzentuieren eher die Aspekte Erotik/Sex, die allerdings kaum vorkommen, Musik/Tänze und Darsteller. Diese unterschiedliche Bewertung ist vor allem bei den Action- und Gruselfilmen statistisch signifikant ausgefallen. D.h., selbst dann, wenn Jungen und Mädchen das gleiche filmische Genre wählen, ziehen sie daraus unterschiedliche Gratifikationen.

Brosius und Hartmann (1988) haben auf die naheliegende Tatsache verwiesen, daß Horrorvideokonsumenten diese Filme positiver bewerten als Nichtseher von Horrorvideos. Die Autoren gehen davon aus, daß bei Jugendlichen eine Gefährdung dann als wahrscheinlich angesehen werden kann, wenn die Betrachter an diese Filme eng gebunden sind und die gezeigten Filme gleichzeitig positiv bewerten. Für diese Gruppen werden Identifikationsprozesse mit den

Protagonisten oder den Handlungsstrukturen dieser Filme vermutet. Nach diesen Kriterien sind 16% der befragten Schüler als gefährdet zu bezeichnen. „im eingeschränkten Sinne gefährdet erscheinen weiterhin Schüler mit umgebungsbezogener Motivation (ca. 33%)“ (a. a. O., S. 102).

Diese Motivation (schauen, weil andere diese Filme ansehen), ist mit geringerer positiver Bewertung dieser Filme gekoppelt. Der Rest der Befragten kann zwar auch das eine oder andere Mal mit solchen Filmen in Kontakt gekommen sein, konnte aber diesen keinen Gewinn entnehmen. In diesen Fällen (negative Bewertung der Filme, keine Identifikationsprozesse) kann eine Gefährdung im Sinne einer Übernahme der in diesen Filmen dargestellten Handlungsmuster ausgeschlossen werden.

Die nachgewiesenen Nutzungsunterschiede, welche durch die aus der Nutzung gezogenen Gratifikationen nochmals verstärkt werden, führen zu der Schlußfolgerung, daß ausgehend von den Merkmalen Geschlecht, Bildung und Sozialschicht bzw. dem damit verbundenen Peergroupsbezug die von Six (1989) aufgestellte Vermutung, Medien könnten eine polarisierende Funktion besitzen, bestätigt wird. Durch den selbstgewählten Medienkonsum werden Barrieren in der Jugend aufgebaut, die bei Extrapolierung dieses Gedankens zu einer weitgehenden Segmentierung der Gesellschaft führen können.

3. Effekte des Horrorfilmkonsums

Einleitend zu dieser Frage sei auf ein weit verbreitetes Mißverständnis verwiesen. Man findet in der Literatur oft die Behauptung, es sei sinnvoller, den Motivationen des Videokonsums nachzugehen als seinen Wirkungen. Bisweilen wird auch davon gesprochen, daß die im Rahmen des Nutzen-Ansatzes wichtigen motivationalen Klärungen Voraussetzung für Wirkanalysen seien: Um „zu erfassen, wie die Gewaltvideos auf die Jugendlichen wirken und warum sie motiviert sind, sich diesen Videos zu widmen, muß intensiver auf die subjektive Seh-motivation eingegangen werden“ (Oswald, 1984, S. 33).

Selbst wenn nachgewiesen werden kann, daß diese Videos zur Aufrechterhaltung eines optimalen Erregungszustandes („sensation-seeking“-Bedürfnis) eingesetzt werden, so heißt dies nicht, daß damit nicht auch massive Wir-

Tabelle 4: Gefühle bei Horrorfilmen (Angaben in %, aufgeteilt nach Geschlecht; Rieseberg & Martin-Newe, 1988, S. 51)

Gefühle	Jungen	Mädchen	Videoten
manchmal habe ich Angst	17,9	34,4	10,0
läßt mich kalt	40,2	13,6	30,0
ich werde ganz aufgeregt	23,0	15,2	20,0
mir wird schlecht	6,9	12,8	3,3
ich werde aggressiv	8,2	6,4	16,7
ich reagiere emotional	3,8	17,6	3,3

kungen, z. B. im Sinne von Habituation, verbunden sein können.

Im subjektiven Erleben (Brosius & Hartmann, 1988, S. 107) kann es nach dem Konsum eines Horrorvideos zu entsprechenden Träumen (23%), zu mehr Angst (20%) und auch zu Lust, etwas kaputtzuschlagen (12%), kommen. Diese selbsteingeschätzten unmittelbaren Folgen sind – wie eine Untersuchung von Rieseberg und Martin (1988) zeigt – geschlechtstypisch ausgeprägt (vgl. Tab. 4).

Die Autorinnen meinen allerdings, daß beide Geschlechter gleichermaßen mit Angst auf diese Filme reagieren, diese aber unterschiedlich bewältigen: „Unempfindlichkeit, Coolness sind männliche Artikulationsmuster, beides Resultate aus der Unfähigkeit, Gefühle zu formulieren und sich einzugestehen. Frauen sind eher bereit, Angst zuzugeben, Gefühle zu benennen“ (a.a.O., S. 51; ähnlich interpretierbar sind Beobachtungen von Lutz, 1984, über den Umgang mit bedrohlichen Inhalten in einer Jugendclique).

Faßt man diese Befunde zusammen, so sind zwei Wirkdimensionen zu unterscheiden: einmal die Steigerung der Gewaltbereitschaft (z. B. Lust, etwas kaputtzuschlagen, der Abbau von Hemmungen, gegen andere mit Gewalt vorzugehen) und zum anderen die Auslösung von Ängsten (z. B. belastende Träume, psychosomatische Reaktionen). Beide Wirkdimensionen können miteinander verbunden sein, wie z. B. aus ethologischen Konzeptionen (Eibl-Eibesfeldt, 1975, S. 48) und auch aus der Streßtheorie von Lazarus und Launier (1981) hervorgeht. Unter Umständen kann aber auch die Konstellation aufgewiesen werden, von der die Reaktion in die eine oder die andere Richtung abhängt (vgl. hierzu weiter unten).

Erste Wirkungsdimension: Steigerung der Gewaltbereitschaft

Eine der wenigen, speziell auf das Medium Video ausgerichteten Wirkungsstudien wurde von Brosius (1987) veröffentlicht. Die Untersuchung war so angelegt, daß man die Effekte des Konsums eines realitätsfernen Horrorfilmes (als Beispiel wurde der Film „Zombie“ unter der Regie von George A. Romero gewählt) und eines realitätsnahen grausamen Filmes untersuchen wollte (verwendet wurde der Film „The New York Ripper“ von Lucio Fulci); eine Kontrollgruppe wurde keinem Film ausgesetzt.

Gefragt wurde, ob sich nach einem solchen Filmkonsum die „Legitimation von Gewalt“ verändert. Der Aspekt der Gewaltlegitimation ist eine bedeutsame Vorbedingung für eigenes aggressives Verhalten und hängt eng mit Aggressionsmaßen zusammen (spontane Aggressivität: $r = .32$, reaktive Aggressivität: $r = .63$).

In einer Vorphase wurde zuerst eine Ausgangsmessung vorgenommen, dann erfolgte nach der Filmvorführung (bzw. in der Kontrollgruppe ohne Filmvorführung) eine zweite Messung und nach drei Wochen eine dritte. Als Ergebnis ist festzuhalten:

Bei realitätsfernen Horrorfilmen steigt nach dem Filmkonsum die Bereitschaft, Gewalt zu akzeptieren. Der Effekt bleibt über einen Drei-Wochen-Zeitraum erhalten. Die Darstellung fiktiver Gewalt erhöht also die Gewaltakzeptanz, die Darstellung realitätsnaher Gewalt besitzt kurzfristig keinen Effekt, längerfristig bewirkt sie sogar eine Abnahme der Gewaltakzeptanz.

Zudem wurde untersucht, inwieweit das Alter der Probanden in diesem Experiment von Bedeutung sei. Hier kam folgendes heraus:

Bei jüngeren Zuschauern erfolgt in allen Fällen eine Aktivierung in Richtung höherer Gewaltakzeptanz. Bei älteren Zuschauern ist bei realitätsnahen Gewaltdarstellungen die Gewaltakzeptanz nach der Filmvorführung geringer. Bei ihnen bewirkt allerdings auch die Darstellung der fiktiven Gewalt des Zombie-Filmes eine Zunahme der Gewaltakzeptanz.

Diese Effekte lassen sich durch Beobachtungen während der Filmvorführungen im häuslichen Milieu gut illustrieren: „Während die jüngeren bei beiden Filmen ‚mitgingen‘, die Situation praktisch miterlebten (Beispiele hierfür sind Äußerungen wie: ‚Nun schieß‘ ihm doch endlich in den Kopf), führte der „New York Ripper“ bei den älteren Personen deutlich sicht-

bar zu Betroffenheit. Der Zombiefilm hingegen löste bei diesen Personen eher Ärger aus... Die Zunahme an legitimierter Gewalt kann in dieser Gruppe auf Verärgerung zurückgeführt werden, die Abnahme nach dem „New York Ripper“ auf Betroffenheit.“

Zusammenfassend stellt der Autor fest, „unter den meisten Bedingungskombinationen... kommt es zu einem Aktivierungseffekt medialer Gewaltdarstellung für die Legitimation von Gewalt“ (a.a.O., S. 89). Realitätsnahe Gewalt kann, wenn sie als sehr glaubwürdig rezipiert wird, zu einem hohen Grad an Betroffenheit führen, der „eine Ablehnung von Gewalt in Alltagssituationen nach sich zieht“. Bei jüngeren Zuschauern ist der Aktivierungseffekt durch Identifikationsprozesse zu erklären, bei älteren eher durch Verärgerung. Der Aktivierungseffekt realitätsferner Horrorfilme bleibt auch über einen längeren Zeitraum erhalten.

Bei unserer retrospektiv und auf den Medienkonsum insgesamt abstellenden Erhebung von 1985 wurde nicht speziell untersucht, ob Befragte mit höherem Horrorvideokonsum auch eine deutlichere Disposition zu aggressiven Handlungen haben. Die Nutzung von Horrorvideos erschien als nur eine Variante gewalthaltigen Medienkonsums, d.h. nach unseren Ergebnissen stellt der Konsum gewalthaltiger Filme insgesamt eine wesentliche Wirkungsdimension dar. Ausgehend von diesem Videogewaltkonsum konnten aber nicht nur korrelative Beziehungen zu den Bereichen spontane Aggressivität und Kleinkriminalität (bzw. vielen anderen Aspekten eher schulbezogener Verhaltensabweichungen) gefunden werden, die vorgefundenen Beziehungen erlaubten auch eine kausale Interpretation in dem Sinn, daß diese Qualität des Videokonsums eine ursächliche Bedeutung für die angesprochenen Bereiche habe.

Wie sich solche Einwirkungen längerfristig im Verhalten äußern, kann im Anschluß an Rieseberg und Martin-Newe (1988, S. 78) aufgezeigt werden. Diese werteten Selbstangaben über das potentielle eigene Verhalten in einer Schlagersituation danach aus, ob die Befragten Video-Vielseher („Videoten“) oder Nicht-Video-Vielseher ($N = 594$) seien.

Die Autorinnen schließen aus diesen und anderen Angaben (z. B. Verhalten, wenn einem Freund übel wird: weniger trösten, häufiger auslachen, häufiger Gleichgültigkeit), daß bei Videoten eine starke Tendenz zu „unsozialen Reaktionen“ vorhanden ist und auf eine „Un-

terentwicklung sozialer und menschlicher Fähigkeiten“.

Zweite Wirkungsdimension: Angst, Niedergeschlagenheit, Depressivität

Von Luca-Krüger (1988) wurde eine qualitative Pilotstudie vorgelegt, mit der mittels einer projektiven Methodik das im Zusammenhang mit Horrorvideos stehende Erleben erfaßt werden sollte. Dabei mußten 47 Jugendliche (15 bis 18 Jahre alt) zu drei Bildern, auf denen Rezeptionssituationen angesichts von Horrorvideos gezeigt werden, Phantasiegeschichten notieren.

Ein wesentliches Ergebnis aus dieser Untersuchung scheint zu sein, daß Geschichten, in denen die Themen Schock, Schrecken, Hoffnungslosigkeit, Verzweiflung, depressive Gefühle, Einsamkeit und Weinen enthalten sind, bis zu zehnfach häufiger vorkommen als Geschichten mit nach außen gewandter Aggression. Mädchen äußern daneben noch wesentlich häufiger Angstphantasien als Jungen.

Eine der von Luca-Krüger (1988, S. 487) wiedergegebenen Erzählungen lautet (Tom, 16 Jahre):

„Ein Winterabend vor dem Fernseher, der Vater hat mal wieder Filme besorgt. Es läuft natürlich ein verbotener, besonders brutaler, blutiger und häßlicher Horrorfilm, der seinem Namen alle Ehre macht. Vater und Mutter sind geschockt und haben Schweißausbrüche. Die Söhne hingegen sind fasziniert und voller Erwartungen, ja sie sind abgehärtet und gefühllos, denn sie haben keinen Bezug mehr zur Realität.“

„Sie fürchteten sich nicht, denn das ist nicht ihr erster Horror-Trip. Der Film hat eine kleine unbedeutende Handlung, aber sie war nebensächlich. Es ging darum, daß sich eine Mutter rächt, deren Tochter vergewaltigt worden ist. In den Gesichtern der Kinder zuckte kein Muskel, nur ihre Pupillen verfolgten das schreckliche Geschehen. Es war, als wenn sie sich nicht abenden könnten. Waren sie süchtig?“

„Sie war verstört, es schien, als könne sie die Welt nicht mehr verstehen, wenn sie die Augen zumachte, sah sie die Gestalten. In jeder dunklen Ecke saß sie, die Angst. Auf schreckliche Weise stieg der Horrorfilm in die Realität ein. Sie bekam Angst. Verhaltensstörungen und brutale Schockwirkungen. Nun wird es lange dauern, bis ihre Wunden heilen – Amen.“

Die in den Horrorvideos gezeigten Bilder

können sich immer wieder aufdrängen und eine bedrückende Wirkung entfalten; dies bestätigten drei Viertel aller von Brosius und Hartmann (1988, S. 107) befragten Schüler, das Faktum selbst wird auch von Melchers und Seifert (1984) beschrieben.

Zusammenfassend kommt Luca-Krüger zu dem Schluß, „die Phantasiegeschichten der Vielseher (...) deuten auf ein großes Maß von Angst hin, ein großes Maß an unerfüllter Hoffnung, das Gute möge gewinnen. Zusammen mit der hohen Anzahl von Schreckphantasien halte ich dieses Ergebnis für einen weiteren Hinweis darauf, daß Horrorvideos psychologisch lebenszerstörend statt lebenserhaltend wirken... Die Angst geht einher mit der Gewißheit, sich dem Bösen zuwenden zu müssen“ (a.a.O., S. 490).

Zu diskutieren bleibt, unter welchen Bedingungen die erste oder die zweite Wirkdimension im Vordergrund steht. Der Schlüssel zur Beantwortung dieser Frage liegt trivialerweise in der individuellen Lerngeschichte. Waren frühzeitige und optimal dosierte Habitationsbedingungen in bezug auf gewalthaltigen Filmkonsum gegeben, wurde nie die Schwelle, ab der ein lustvoll erregendes Medienereignis in ein traumatisierend-bedrückendes umschlägt, überschritten und kamen aus dem Umfeld des Rezipienten nie gegensteuernde, auf Empathiestimulierung und moralische Entwicklung abstellende Anregungen, dann konnte eine progressive Gewöhnung an Gewaltbilder erfolgen. Eine solche Entwicklung wird durch das frühzeitige Aussetzen gegenüber harmloseren Gewaltformen, wie sie etwa im Fernsehen gezeigt werden, unterstützt. Sie wird ferner von einer Lebenswelt gefördert, die befürwortend auf audio-visuelle Gewalt reagiert und solche Umgangsformen auch selbst als Teil ihrer Kultur enthält.

Liegen solche Bedingungen, vor allem die der gering dosierten und gestuften Gewöhnung, nicht vor, wird also der den Medienkonsum Lernende überfordert, so schlägt die Wirkung in Richtung der zweiten Dimension um. Daß dies für Formen der Sozialisation von Mädchen häufiger der Fall ist, entspricht vorhandenen Stereotypen. Dies wird üblicherweise einen Meidungseffekt zur Folge haben, d.h. die Angstprovokation wird kurzfristig behebbar sein. Hingegen werden Erlebnisse oberhalb einer nicht genau bestimmbar Schwellen aufgrund der eintretenden Traumatisierung längerfristige Anpassungsleistungen erfordern.

Literatur

- Böhme-Dürr, K. (1988). Und sie wirken doch irgendwie. *Psychologie heute*, 15 (1988), Nr. (März), 28–31.
- Brezinka, W. (1989). Empirische Erziehungswissenschaft und andere Erziehungstheorien: Differenzen und Verständigungsmöglichkeiten. In H. Röhrs & H. Scheuerl (Hrsg.), *Richtungsstreit in der Erziehungswissenschaft und pädagogische Verständigung* (S. 71–82). Frankfurt: Lang.
- Brosius, H.-B. (1987). Auswirkungen der Rezeption von Horror-Videos auf die Legitimation von aggressiven Handlungen. *Rundfunk und Fernsehen*, 35, 71–91.
- Brosius, H.-B. & Hartmann, Th. (1988). Erfahrungen mit Horror-Videos bei Schülern unterschiedlicher Schultypen. Eine Umfrage unter 12- bis 15jährigen Schülern. *Communications*, 14 (1988), 91–112.
- Degen, R. (1988). Medienwirkung: Der große Bluff. *Psychologie heute*, 15 (1988), Nr. (März), 20–27.
- Eibl-Eibesfeld, I. (1975). *Krieg und Frieden aus der Sicht der Verhaltensforschung*. München: Piper.
- Filipp, S.-H. (Hrsg.) (1984). *Selbstkonzept-Forschung. Probleme, Befunde, Perspektiven*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Groebel, J. & Winterhoff-Spurk, P. (Hg.) (1989). *Empirische Medienpsychologie*. München: Psychologie Verlags Union.
- Lazarus, R. S. & Launier, R. (1981). Streßbezogene Transaktionen zwischen Personen und Umwelt. In J. R. Nitsch (Hg.), *Streß. Theorien, Untersuchungen, Maßnahmen*. Bern: Huber.
- Luca-Krüger, R. (1988). „Das Gute soll gewinnen“. Gewaltvideos im Erleben weiblicher und männlicher Jugendlicher. *Publizistik*, 33 (1988), 481–492.
- Lukesch, H., Kischkel, K.-H., Amann, A., Birner, S., Hirte, M., Kern, R., Moosburger, R., Müller, L., Schubert, B. & Schuller, H. (1989 a). *Jugendmedienstudie. Verbreitung, Nutzung und ausgewählte Wirkungen von Massenmedien bei Kindern und Jugendlichen*. Regensburg: S. Roderer.
- Lukesch, H., Karger, G., Kaegi, H. & Taschler-Pollacek, H. (1989 b). *Video im Alltag der Jugend*. Regensburg: S. Roderer.
- Lutz, J. (1984). Subkultureller Gebrauch von Videoschockern. Umgang mit Horrorfilmen bei Arbeiterjugendlichen. *Medien praktisch*, Nr. 2 (Juni), 21–24.
- McGuire, W. J. (1986). The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. *Public Communication and Behavior*, 1 (1986), 173–257.
- Melchers, C. B. & Seifert, W. (1984). „... das Bild ist jetzt noch nicht weg“. *Psychologische Untersuchungen und Überlegungen zum Video-Horror*. *Medium*, 14, Nr. 6 (Juni), 21–31.
- Orwaldi, D. (1984). „Ich sehe sie mir gerne an, obwohl mir dabei schlecht wird“. Zum Gebrauch von Videofilmen durch Kinder und Jugendliche. *Medium*, 14, Nr. 6 (Juni), 31–34.
- Rieseberg, A. & Martin-Newe, U. (1988). *Macho-, Monster-, Medienfreizeit*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Schmidtke, A. & Häfner, H. (1986). Die Vermittlung von Selbstmordmotivation und Selbstmordhandlung durch fiktive Modelle. *Der Nervenarzt*, 9, 502–509.
- Six, U. (1989). *Kognitive Aspekte der Mediensozialisation. Gruppenpolarisierung durch Medien*. Universität Regensburg: Vortragsmanuskript.

*Prof. Dr. Helmut Lukesch
Lehrstuhl Psychologie VI
Universität Regensburg
Universitätsstraße 31
8400 Regensburg*