



Bildschirm als Entwicklungshelfer

Medien und die Identitätskonstruktion
Heranwachsender

Zwischen Wirkungsabwägung und kultureller Grenzziehung

Woher nimmt der Jugendschutz seine Kriterien?

Auf den ersten Blick klingt die Zielsetzung des Jugendmedienschutzes ganz plausibel: Inhalte, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu eigenständigen oder gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten beeinträchtigen oder gar gefährden können, sollen so reglementiert werden, dass die entsprechenden Altersgruppen sie nicht wahrnehmen können. Konsens herrscht vor allem darüber, dass wir keine Inhalte zulassen wollen, die Kinder dazu erziehen, ihre Interessen mit Gewalt durchzusetzen.

Aber wie kann man solche Inhalte identifizieren? Spätestens, wenn wir mit anderen darüber diskutieren, welche Filme eine gewaltfördernde Wirkung haben könnten, merken wir, wie subjektiv solche Beurteilungen sind. Filmen, die man selbst mag, unterstellt man eine antisoziale Wirkung nur ungern. Auch wenn sie Gewalt darstellen, empfindet man den Kontext als durchschaubar, die Motive als gerechtfertigt. Gewaltdarstellungen hingegen, die wir nicht genießen können, unterstellen wir eher eine negative Wirkung – vor allem dann, wenn bei uns die Art der Darstellungen unangenehme Gefühle hervorruft. Aber warum mögen wir den einen Film und den anderen nicht? Warum mögen selbst Menschen, die wir gut kennen und die uns in vielem ähnlich sind, ganz andere Filme?

Im Jugendschutz wollen wir solche subjektiven Zugänge so weit es geht vermeiden und suchen nach möglichst plausiblen Kriterien. Die Wissenschaft hilft uns dabei zumindest insofern, als dass sie Wege aufzeigt, unsere subjektiven Reaktionen auf einen Film oder eine Sendung zu hinterfragen. Weil es nie ganz gelingt, sich von persönlichen Eindrücken frei zu machen, werden im Jugendschutz Entscheidungen in Ausschüssen getroffen. Dieses Verfahren hilft, eigene Eindrücke mit denen anderer abzugleichen, durch Mehrheitsentscheidungen werden extreme persönliche Reaktionen aufgefangen.

Der Regensburger Psychologe Helmut Lukesch hat Anfang des Jahres eine Studie mit dem Titel *Das Weltbild des Fernsehens* vorgelegt, in der er eine Inhaltsanalyse verschiedener Fernsehprogramme mit einer Gesamtschau der Studien zur Medienwirkungsforschung verbindet. Lukesch wirft dem Jugendschutz vor, wenig bewirkt zu haben und

außerdem die Wirkung von Gewaltdarstellungen zu unterschätzen. Gleichzeitig grenzt er sich gegenüber den gängigen Forschungsansätzen ab, indem er dem Fernsehen recht pauschal eine negative gesellschaftliche Wirkung unterstellt. Allerdings erhält er tendenziell Unterstützung durch den Saarbrückener Medienpsychologen Peter Winterhoff-Spurk und den Aachener Hirnforscher Manfred Spitzer, die fast zeitgleich in ihren Veröffentlichungen das Fernsehen kritisieren.

Allen Autoren ist eines gemein: Es wird überdeutlich, dass sie das Fernsehen nicht mögen. Ob das eine gute Voraussetzung ist, um in der Einschätzung der Wirkungen objektiv sein zu können, darf bezweifelt werden. Allerdings, das zeigt die Erfahrung, werden negative Aussagen zum Fernsehen vor allem in den Printmedien eher wiedergegeben als differenzierende Betrachtungen.

Hilfreich für den Jugendschutz ist das allerdings nicht. Gingen wir nicht davon aus, dass Medien eine antisoziale Wirkung haben können, würden wir unsere Arbeit einstellen. Doch hilft diese allgemeine Befürchtung wenig, wenn Prüfer über Altersfreigaben, Sendezeitbeschränkungen oder Indizierung entscheiden müssen. Der Jugendschutz braucht Differenzierungen, um seine Kriterien zu überprüfen und weiterzuentwickeln. Er braucht den kritischen Diskurs mit der Wissenschaft, aber auch mit der Öffentlichkeit.

Ob die Spruchpraxis, die sich daraus entwickelt, tatsächlich Wirkungen realistisch bewertet, weiß wohl niemand. Aber sie setzt kulturelle Grenzen, indem sie letztlich entscheidet, was die Gesellschaft Jugendlichen zumuten will und was nicht. Und das schafft, wenn Entscheidungen plausibel begründet werden, eine wichtige Orientierung – sowohl für die Zuschauer als auch für die Medien selbst.

Ihr Joachim von Gottberg

Titel *Identität*



Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten 20

Medien – Identität – Identifikationen
Prof. Dr. Lothar Mikos

Erotische Körperinszenierungen 26

Lesarten von 16- bis 18-jährigen Jugendlichen
*Dr. Dagmar Hoffmann, Florian Krauß
 und Maren Gäbel*

„If they're happy they're happy...“ 34

Wie Heranwachsende in Großbritannien mit Darstellungen von Liebe und Sexualität in den Medien umgehen
*Dr. Sara Bragg
 und Prof. Dr. David Buckingham*

„An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten“ 38

Plädoyer für eine gesellschaftskritische Analyse medialer Unterhaltungsangebote
Prof. Dr. Tanja Thomas

Lara Croft: Ein neues Vorbild für Actionheldinnen und Frauen? 44

Dr. Elisa Giomi



Editorial

Joachim von Gottberg 1

Thema *International*

Filmprüfung in Frankreich 4

Ulrich Farrenkopf

Jugendmedienschutz in Europa 10

Filmfreigaben im Vergleich

Thema *Serie*

Medien und Gewalt: 12

Teil 2: Methodische Entwicklungen
*Prof. Dr. Michael Kunzlik
 und Dr. Astrid Zipfel*

Thema	<i>Interview</i>		Service	<i>Literatur</i>	
	Verwirrung oder Hilfestellung?	50		Literaturbesprechungen	82
	Das schwierige Verhältnis von Wissenschaft und Jugendschutz				
	Gespräch mit			<i>Rechtsreport</i>	
	Prof. Dr. Jürgen Grimm			Entscheidung	94
	und Prof. Dr. Peter Vitouch			BGH, Urteil vom 10.02.2005 – III ZR 294/04 – .	
Thema	<i>Wissenschaftskritik</i>			Buchbesprechungen	97
	Öffentliche Wahrheit	58		Thomas Nessel:	
	Eine fast kriminologische Betrachtung			Das grundgesetzliche Zensurverbot	
	Prof. Dr. Wolfgang Michaelis			Prof. Dr. Helmut Goerlich	
Thema	<i>Suizid</i>			Michael Stulz-Herrnstadt:	
	Suizid im Film – eine Herausforderung für den Jugendmedienschutz	64		Nationale Rundfunkfinanzierung und europäische Beihilfenaufsicht im Lichte des Amsterdamer Rundfunkprotokolls	
	Nils Brinkmann			Prof. Dr. Helmut Goerlich	
Thema	<i>Fernsehserien</i>			Johannes Fechner:	
	Auf den Spuren der Spurensucher: Forensische Wissenschaft auf Erfolgskurs	68		Die Aufsicht über den Privatrundfunk in Deutschland	
	Annette Freytag			Prof. Dr. Christoph Degenhart	
Thema	<i>Medienpädagogik</i>			Elmar Mand:	
	Auf das persönliche Engagement kommt es an!	72		Das Recht der Kabelweitersendung. Kabelweiterleitung von Rundfunkprogrammen im Licht des § 20b UrhG	
	Beispiele europäisch orientierter Netzwerke der Medienarbeit			Prof. Dr. Christian Berger	
	Gespräch mit Armin Hottmann und Bernhard Stolz		Service	<i>Info</i>	
Thema	<i>Fernsehnutzung</i>			Reiner Calmund, Zigarettenmädchen und HDTV	104
	Programmflucht	78		Klaus-Dieter Felsmann	
	Warum Fernsehzuschauer umschalten			Ins Netz gegangen:	106
	Tabea Böcking und Dr. Andreas Fahr			www.bundespruefstelle.de	
				www.handysektor.de	
				Dr. Olaf Selg	
				Materialien, Termine	108
				Panorama	110
				Das letzte Wort	112
				Impressum, Abbildungsnachweis	

Ulrich Farrenkopf

FILMPRÜFUNG IN FRANKREICH



Anmerkungen:

1

Um welche Szene es sich handelt, ist im Jugendent-scheid nicht vermerkt. Aus anderen Quellen habe ich aber erfahren, dass es sich um die Voyeurszene handelt: Ein Voyeur zahlt dafür, dem Transvestiten und einem zuvor ebenfalls von ihm ausgewählten Stricher beim Verkehr zusehen zu dürfen, er gibt dabei auch Anweisungen.

Ein kleines Kino mitten in Paris: Wie an den meisten Dienstag und Donnerstagen

kommt hier um 18.00 Uhr das Plenum der französischen *Commission de classification* zur Filmprüfung zusammen; in der Regel werden zwei Filme geprüft.

Beim Vergleich der Freigaben verschiedener Filme durch französische und deutsche Prüfer fällt auf, dass diese höchst unterschiedlich ausfallen.

So gab das französische Plenum den Film *Wild Side* am 25.03.2004 ab 12 Jahren frei. Bei der FSK bekam er dann eine Freigabe ab 16 Jahren (24.05.2005).

In der Begründung zu *Wild Side* heißt es im französischen Gutachten lediglich: „Die Kommission schlägt ein Verbot unter 12 Jahren vor in Verbindung mit folgendem Warnhinweis: Die generelle Stimmungslage und manche Szenen, darunter ganz besonders eine Szene¹, können die Empfindsamkeit der Zuschauer erschüttern.“ Der Prüfausschuss der FSK bezieht sich ganz ähnlich auf die Trostlosigkeit und die generelle atmosphärische Leere sowie auf die Schwierigkeit für Jugendliche, eine distanzierte Sichtweise einzunehmen zu der auch in der Darstellung sexueller Inhalte sowie in der Sprache harten Außenseiterwelt des Strichers und Transvestiten; in seiner Einstufung ist aber auch hier der FSK-Prüfausschuss strenger und kommt zu einer Freigabe ab 16 Jahren.

Im Falle von *Land of Plenty* wurde in Frankreich für „tous publics“ – ohne Altersbeschränkung – entschieden (01.09.2004). Schon ein Unterausschuss war zu diesem Ergebnis gelangt, was auch zur Folge hat, dass keine schriftliche Begründung abgegeben wird.



Wild Side

Die FSK hingegen sah für Jugendliche unter 12 Jahren durchaus die Möglichkeit einer Übererregung oder Ängstigung, wobei sie sich auf optische Gewaltspitzen (ein brennender und ein erschossener Mensch) bei Übergriffen auf Obdachlose beruft. Sie gab den Film erst ab 12 Jahren frei (08.09.2004).

The Punisher bekam in Frankreich am 13.05.2004 eine Freigabe ab 16 Jahren (bzw. ein Verbot für Jugendliche unter 16 Jahren, wie das in Frankreich heißt). In der Begründung wird ausgeführt, dass dieser Film aufgrund der Anhäufung von Gewaltszenen und der Gefahr einer Anregung zur Selbstjustiz für junge Heranwachsende verstörend sei. In Deutschland dagegen wurde der Film mit dem Siegel „Keine Jugendfreigabe“ (02.06.2004) versehen. Die Argumente der FSK-Ausschüsse sind denen der französischen Kommission hier sehr ähnlich. Sie heben auch auf die brutale nicht reflektierte Selbstjustiz und die hemmungslosen, teilweise sadistischen Gewaltdarstellungen ab. Die daraus resultierende Alterseinstufung ist jedoch deutlich strenger: Weder die ungekürzte noch eine gekürzte Fassung können in der Folge im Arbeitsausschuss ein Kennzeichen erhalten, erst im Berufungsausschuss erhält die gekürzte Fas-

sung schließlich überhaupt eine Kennzeichnung ab 18 Jahren – der Hauptausschuss verneint schließlich die Möglichkeit einer schweren Jugendgefährdung mit dem Verweis auf die comichaften, nicht sehr realen Darstellungen und beurteilt den Film schließlich als nicht wirkungsmächtiger als *Kill Bill* oder *Natural Born Killers*.

Filmfreigaben in Frankreich sind also oft deutlich permissiver als in Deutschland: 92% aller Filme wurden im Jahre 2004 in Frankreich als „tous publics“ freigegeben². Nur in einem einzigen Fall erhielt ein Film ein Verbot für Jugendliche unter 18 Jahren. Dabei handelt es sich paradoxerweise um *9 Songs* von Michael Winterbottom (geprüft am 21.10.2004), der in Deutschland eine Freigabe ab 16 Jahren erhielt (30.12.2004).

In der Begründung durch die französischen Prüfer zu *9 Songs* heißt es: „Die Kommission empfiehlt für diesen Film ein Verbot für Jugendliche unter 18 Jahren aufgrund sehr zahlreicher nicht simulierter Sexszenen, die das Wesentliche des Films ausmachen und z. T. mit Drogenkonsum verbunden sind.“

Die FSK sieht hier eher ein der Lebenswirklichkeit ab 16-Jähriger entsprechendes erotisches Spiel gleichberechtigter Partner, darge-

² Zum Vergleich die Zahlen bei der FSK im Jahre 2004 (für Langfilme): Kino 29,2% (VHS/ DVD/CD-ROM zusammen 16,5%).



Land of Plenty



Baise-moi

3 Als Alterseinstufungen kennen die Franzosen: „pour tous publics“, also ohne Altersbeschränkung, Verbot für Jugendliche unter 12, 16 und 18 Jahren; außerdem ist es möglich und üblich, in manchen Fällen die Freigabe mit einem Warnhinweis (avertissement) zu versehen – über den Inhalt oder gewisse Besonderheiten des Films. Im Vergleich zu Deutschland gibt es also keine Altersgrenze bei 6 Jahren. „Parental Guidance“ – oder erste Versuche damit wie in Deutschland bei der Freigabe ab 12 – gibt es in Frankreich nicht. Es handelt sich also – ganz parallel zum deutschen System – um ein klassisches Verbotssystem mit kleinen Anteilen eines Empfehlungssystems.

stellt als poetisches Liebespiel ohne physische oder psychische Gewalt, ein Ausloten der Grenzen, welches aus der Beziehung der beiden Protagonisten erwächst und nicht einem Selbstzweck dienend dargestellt wird. Die Kameraführung wird vom Ausschuss weder als spekulativ noch als voyeuristisch beurteilt. Auch der Drogenkonsum wird vom Ausschuss als nicht animierend eingestuft. Entlastend wird angeführt, dass der Drogenkonsum auch in einem Dialog problematisiert wird.

Hier entspricht die Entscheidung der *Commission de classification* also eher der Meinung einer Minderheit im FSK-Ausschuss, die sich auf eine mögliche Überforderung sensibler Jugendlicher durch die explizite Sexualität beruft.

Gründe für eine unterschiedliche Freigabepraxis

Die *Commission de classification* ist also bezüglich der Entscheidungen in der Regel freizügiger als die FSK. Die Freiheit der Kunst und der Meinungsäußerung steht hierbei im Vordergrund. Freiheit ist bekanntlich neben Gleichheit und Laizität seit der Französischen Revolution ein Wert der französischen Gesellschaft an sich,

verkörpert durch einen gut ausgestatteten Staat. In Deutschland geben eher durch traditionelle Normen geprägte Werte den Ton an, Schutz und Kontrolle sind wichtiger als in Frankreich.³

Sehr konservative protektive Meinungen werden in Frankreich nur durch kleine Splittergruppen vertreten, wie z. B. durch die der rechtsextremen Partei MNR (Mouvement National Républicain) nahestehende Vereinigung Promouvoir. Sie steht für die Verteidigung jüdisch-christlicher Werte. Auf ihr Betreiben hin wurde z. B. dem Film *Baise-moi* im Juni 2000 gegen den Willen der allermeisten Franzosen vom Staatsrat die Freigabe ab 16 Jahren entzogen, woraufhin der Film bis zu einer dadurch ausgelösten Wiedereinführung der Altersgrenze „ab 18“ ein Jahr später fast nicht öffentlich zugänglich war. George Renier, der Vorsitzende der belgischen Prüfstelle, berichtete, dass manche Franzosen sogar in eigens dafür angemieteten Bussen nach Brüssel fahren, um den Film zu sehen. Dies illustriert eine Protestbereitschaft gegen staatliche Eingriffe, Kontrollen und Restriktionen, die in Deutschland viel weniger vorhanden ist.

Auch die Ergebnisse der Abstimmungen in der *Commission de classification* zeugen oft von dieser, aus unserer selbstkontrollierten deut-



The Punisher

schen Sicht starken Protestbereitschaft gegen zu viele Restriktionen und sind im Ergebnis der geheimen Abstimmungen in der Tendenz wohl eher permissiver als sich zuvor in der Diskussion andeutete.

Die Auseinandersetzung um *Baise-moi* führte wie schon erwähnt dazu, dass ein Jahr später eine Wiedereinführung der Altersgrenze ab 18 Jahren durchgesetzt wurde. Die „interdiction aux mineurs de 18 ans“ hatte man 1990 abgeschafft, alle zuvor erteilten derartigen Kennzeichen (mit Ausnahme der als Pornofilm eingestuften Filme) waren damals in Kennzeichen mit „interdiction aux mineurs de 16 ans“ (Verbot für Jugendliche unter 16 Jahren) umgewandelt worden.

Die Struktur der Prüfpraxis in Frankreich

Von der *Commission de classification* werden ausschließlich für das Kino bestimmte Produktionen geprüft, für reine Video- oder DVD-Produktionen gibt es keine Einstufung. Bei Fernsehproduktionen kümmert sich die CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) im Nachhinein um eventuelle Problemfälle. Die Filme werden im Original mit französischem Untertitel geprüft: Die Kenn-

zeichnung des Originals ist laut Gesetzestext sogar die unabdingbare Voraussetzung einer Kennzeichnung synchronisierter Fassungen.

Für die synchronisierte Fassung wird dann ein separates Kennzeichen erteilt. In der Regel findet hierfür aber keine erneute Prüfung statt, sondern die Alterseinstufung wird übernommen.

Filmprüfungen im Plenum werden nur dann einberufen, wenn die Unterausschüsse (*sous-commissions*), die in der Regel aus sechs Personen bestehen, sich nicht einstimmig für eine Freigabe ohne Altersbeschränkung – der allerhäufigste Fall in Frankreich – entschieden haben.

Dieser Berufungsausschuss im Plenum, eine Art Hauptausschuss, besteht aus 27 Mitgliedern, von denen neben dem Vorsitzenden mindestens 14 anwesend sein müssen. Für jedes Mitglied sind zwei Stellvertreter ernannt. Der Vorsitzende hat nur einen Stellvertreter. Die Kommission setzt sich aus vier verschiedenen Collèges zusammen:

- Erstes Collège (Premier collège): 5 Mitglieder (und 10 Stellvertreter), die den Justiz-, Bildungs-, Innen-, Familien- und Jugendminister vertreten;



9 Songs

- Collège der Filmindustrie (Collège des professionnels):
9 Vertreter der Filmbranche und der Filmkritik;
- Collège der Experten (Collège des experts):
9 Experten (und doppelt so viele Stellvertreter) aus Pädagogik und Jugendschutz. Je zwei werden auf Vorschlag des Gesundheits- und Familienministers und ein Experte auf Vorschlag des Justizministers ernannt, weiter zählt der „Défenseur des enfants“ (ein im Jahr 2000 eingerichteter staatlicher Vertreter der Rechte der Kinder in Frankreich) sowie ein Vertreter der obersten Aufsichtsbehörde für Funk und Fernsehen (CSA), ein Vertreter des Dachverbands der Familienverbände und ein Vertreter des Verbands der Bürgermeister zu diesem Collège;
- Collège der Jugendlichen (Collège des jeunes):
Vier Jugendliche, die zum Zeitpunkt der Ernennung 18 bis 24 Jahre alt sind – ausgewählt auf Vorschlag des Erziehungs-, Jugend- und Familienministers sowie des Generaldirektors des CNC (Centre national de cinématographie, dem französischen Zentrum für Filmwesen).

Nach der Sichtung eines Films findet unter der Leitung des Vorsitzenden eine Diskussion statt. Danach wird geheim abgestimmt. Die Tatsache, dass die Abstimmung geheim abläuft und dass außerdem mehr Personen abstimmen als bei der FSK, die sich zudem für gewöhnlich in der Diskussion nicht alle zu Wort melden und ihre Einschätzung kundtun, macht das Abstimmungsergebnis oft ziemlich unvorhersehbar. Auch hierin zeigt sich ein zentraler Unterschied zur Abstimmung in der FSK.

Im Vergleich zur FSK in Deutschland fehlt in Frankreich das Föderale in der Gremienbesetzung. Ein Versuch, kleinere Verwaltungseinheiten mit einzubeziehen, ist im Vertreter des Verbands der Bürgermeister zu sehen. Selbstverständlich werden in einem laizistischen Staat keine Kirchenvertreter in die Ausschüsse entsandt.

Für pornographische oder gewaltverherrlichende Filme ist es möglich, neben dem Verbot für Jugendliche unter 18 Jahren eine Listeneintragung vorzunehmen. Dann darf der Film z. B. nur in ganz bestimmten Pornokinos gezeigt werden. Schließlich gibt es theoretisch auch noch die Möglichkeit eines totalen Verbots bei schwerer Verletzung der Menschenwürde sowie bei

**4**

Von den geprüften Trailern und Werbefilmen erhielten nur zwei ein Verbot unter 12 Jahren, alle anderen waren ohne Altersbeschränkung frei.

5

Die Warnhinweise werden von der Kommission frei formuliert, z. B. im Falle von *Dead or alive* (Japan 1999), frei ab 16 Jahren: Des scènes de très grande violence peuvent heurter la sensibilité des jeunes spectateurs (Szenen sehr großer Gewalt können die Empfindsamkeit der jugendlichen Zuschauer erschüttern). Ähnliches gilt, wie schon zu Anfang des Beitrags erwähnt, für *Wild Side* (Frankreich 2004), frei ab 12 Jahren (FSK 16 – 24.05.2005).

kinderpornographischen oder anderen strafrechtlich relevanten Inhalten. Von dieser Eingriffsmöglichkeit hat die Kommission seit 1981 allerdings nicht mehr Gebrauch gemacht.

Ulrich Farrenkopf ist seit dem Jahre 2000 Prüfer bei der FSK und war Gast in der Commission de classification.

2004	absolute Zahl	ca. in %
Filme insgesamt – davon		
411 Kurz- und 594 Langfilme ⁴	1.005	100,00 %
ohne Altersbeschränkung	925	92,00 %
ab 12	57	6,00 %
ab 16	22	2,00 %
ab 18	1	0,10 %

Warnhinweise (avertissements)⁵ 2004 bei ca. 4 % der Filme

2004 insgesamt	43
ohne Altersbeschränkung	40
ab 12	2
ab 16	1
ab 18	0



JUGENDMEDIENSCHUTZ IN EUROPA

FILMFREIGABEN IM VERGLEICH

In den europäischen Ländern sind die Kriterien für die Altersfreigaben von Kinofilmen unterschiedlich. *tv diskurs* informiert deshalb regelmäßig über die Freigaben aktueller Spielfilme. Die einzelnen Titel sind entnommen aus der Top 30 in Deutschland (Quelle: *Blickpunkt Film*; die Reihenfolge entspricht nicht der Top 30-Rangfolge).

o. A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied/mit erwachsener Begleitung
 P. G. = Parental Guidance/in Begleitung der Eltern
 ! = Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. Das Comeback OT: The Cinderella Man	12	16	12	12A	o. A.	11	11
2. Dark Water – Dunkle Wasser OT: Dark Water	16	16	14	15	12	—	15
3. Dear Wendy OT: Dear Wendy	18	16	—	15	12!	15	—
4. Fantastic Four OT: Fantastic Four	12	6	10	P. G.	o. A.	11	11
5. Die Insel OT: The Island	16	12	14	12A	o. A.!	11	11
6. Inside Deep Throat OT: Inside Deep Throat	16	16	—	18	12	15	15
7. L. A. Crash OT: Crash	12	12	12	15	o. A.	11	7
8. Land of the Dead OT: Land of the Dead	18	16	16	15	16	15	15
9. Red Eye OT: Red Eye	12	12	12	12A	—	11	15
10. Stealth – Unter dem Radar OT: Stealth	12	12	12	12A	o. A.	11	11
11. Der verbotene Schlüssel OT: The Skeleton Key	16	16	12	15	12	15	11
12. Verflucht OT: Cursed	16	12	—	15	12	15	15

Michael Kunczik und Astrid Zipfel

MEDIEN UND GEWALT:

Teil 2:

Methodische Entwicklungen

Vorbemerkungen

In der Medien-und-Gewalt-Forschung untersucht ein großer Teil der vorliegenden Studien noch immer mit geringfügig modifizierten Methoden dieselben Themenaspekte. Nach wie vor handelt es sich bei den meisten Studien um *Laborexperimente*, bei denen teilweise äußerst problematische Versuchsanlagen zum Einsatz kommen. Die Operationalisierungen von Gewalt bzw. Aggression sind zwar häufig sehr phantasievoll, damit aber noch lange nicht valide (z. B. Auslösen unangenehmer Geräusche oder das Eintauchen der Hand einer anderen Person in Eiswasser als Aggressionsmaße). Hinzu kommt, dass die „Wirkung“ von Gewalt häufig nur über kognitive und affektive Effekte, nicht aber über eine Beeinflussung des Verhaltens untersucht wird. Auch die Methode der *Befragung* wird häufig angewandt. Bei der Interpretation der Ergebnisse wird die Problematik von Selbstangaben, insbesondere im Hinblick auf Motive für die Mediengewaltnutzung sowie mögliche Folgen des Gewaltkonsums, nicht immer ausreichend berücksichtigt. Einige Untersuchungen bedienen sich auch *qualitativer Methoden*, vor allem Intensivinterviews mit einigen wenigen Probanden oder auch Verhaltensbeobachtungen. Solche Verfahren sind besonders für explorative Untersuchungen sinnvoll. Nicht selten werden die Befunde allerdings unzulässig verallgemeinert oder auch in anekdotischer Manier zur Illustration von Wirkungsspekulationen der Autoren herangezogen. All diese Untersuchungsmetho-

den besitzen – richtig angewandt – ihre Berechtigung. In diesem Beitrag soll jedoch ein Blick auf Studien geworfen werden, die mit seltener eingesetzten und z. T. komplexeren Methoden vorgegangen sind und damit Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Medien-und-Gewalt-Forschung aufgezeigt haben.

Inhaltsanalysen

Die Inhaltsanalyse ist eine Methode, die allenfalls das Gefährdungspotential von Mediengewalt beschreiben, jedoch keine Aussagen über tatsächlich stattfindende Wirkungsvorgänge liefern kann. Dennoch sind in den letzten Jahren Fortschritte erzielt worden, da Inhaltsanalysen, wie vor allem die den Zeitraum von 1994 bis 1997 und 8.200 Sendungen umfassende *National Television Media Violence Study* in den USA, zumindest in stärkerem Maße Kontextfaktoren berücksichtigt haben, von denen anzunehmen ist, dass sie einen Einfluss auf Gefährlichkeit von Mediengewalt besitzen (z. B. Darstellung von Gewalt als explizit, realistisch, belohnt, gerechtfertigt, Leiden verursachend).

Einen wesentlich bedeutsameren methodischen Fortschritt stellt allerdings die Studie von Werner Früh dar, die von folgender Grundüberlegung ausgeht (2001, S. 16): „[...] nur wenn sichergestellt ist, dass der Stimulus ‚Gewalt‘ in der Wahrnehmung des Publikums überhaupt

existent war, lässt sich behaupten, dass TV-Gewalt zu entsprechenden Wirkungen führte [...].“ Früh kombinierte eine Inhaltsanalyse der fünf reichweitenstärksten überregionalen Fernsehprogramme (ARD, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben) zwischen 16.00 und 24.00 Uhr während einer „künstlichen Woche“ 1996 mit einer Rezeptionsanalyse, bei der 921 Versuchspersonen Fernsehsequenzen mit verschiedenen Gewaltvarianten vorgeführt bekamen. Diese Szenen sollten die Rezipienten nach mehreren kognitiven und affektiven Wahrnehmungsdimensionen beurteilen (Gewalthaltigkeit, Angsterregung, Mitgefühl, Faszination und intellektueller Nutzen). Anschließend führte Früh beide Analysen zusammen, indem er jeder Gewaltvariante einen spezifischen „Rezeptionswert“ zuwies. Auf diese Weise entstanden Werte für den durch das Publikum wahrgenommenen Gewaltgehalt verschiedener Programme. Schließlich erfolgte eine „Gewichtung der zielgruppenspezifisch evaluierten Medienstichprobe mit den tatsächlichen Einschaltquoten der Zielgruppen im betreffenden Zeitraum“ (ebd., S. 67). Das Ziel dieses Vorgehens beschreibt Früh (ebd., S. 183) folgendermaßen: „Danach wissen wir erstens, wie viel Gewalt gemäß der normativen Definition von Gewalt im untersuchten Medienangebot enthalten war, zweitens wie aus Sicht des Publikums das Mischungsverhältnis ‚starker‘ und ‚weniger starker‘ Gewaltvarianten in den Programmen gewesen ist, drittens wie viel Gewalt die Publika von Sendungstypen, Programmen etc. an einem bestimmten Tag oder durchschnittlich tatsächlich wahrgenommen haben, wenn man die jeweilige Zusammensetzung aus den sozio-demographischen Zielgruppen mit ihren unterschiedlichen Wahrnehmungen berücksichtigt [...].“

sischer Gewalt gewalthaltiger als solche mit fiktiver und solche mit psychischer Gewalt. Die Inhaltsanalyse ergab einen besonders hohen Gewaltgehalt in der Prime Time von 20.00 bis 21.00 Uhr. Spielfilme enthielten mit Abstand die meisten Gewaltvarianten. Kindersendungen waren nicht gewaltfrei, aber auch nicht in besonders hohem Maße gewalthaltig. Bei den Rezeptionsurteilen lagen die Kindersendungen (einschließlich Zeichentricksendungen) auf dem vorletzten Platz. Die Kombination von Inhaltsanalyse und Rezeptionsdaten sowie Einschaltquoten führte zu dem Ergebnis, dass die meisten als gewalthaltig empfundenen Szenen in den Nachrichten zu finden waren. Auffällig war auch das Genre „Sport“, das trotz einer geringen Zahl von Gewaltszenen von vielen Probanden als überproportional gewalthaltig eingestuft wurde.

Das Programmangebot von ProSieben enthielt die meiste Gewalt, gefolgt von RTL, Sat.1, ARD und ZDF. Dies galt nach Früh (ebd., S. 209) auch für „die Gewichtung mit den unterschiedlich starken Gewaltvarianten und [...] für die weitere Gewichtung mit der Zusammensetzung der einzelnen Senderpublika.“ Wird die Reichweite berücksichtigt, dann war RTL der Sender mit der meisten vermittelten Gewalt. Früh (ebd., S. 212) gelangt zu dem Schluss, „dass ProSieben zwar sehr viele, im Durchschnitt aber weniger starke Gewaltszenen anbietet.“ Ferner kann Früh (ebd., S. 211) dokumentieren, „dass beim Publikum des ZDF der Anteil der hochsensiblen Zielgruppen, wie etwa Ältere und Frauen, höher ist als bei der ARD, so dass das Publikum einfach mehr Gewalt wahrgenommen hat.“ RTL wiederum hatte einen deutlich höheren Anteil gewaltsensibler Zielgruppen unter sei-

»Die Kombination von Inhaltsanalyse und Rezeptionsdaten sowie Einschaltquoten führte zu dem Ergebnis, dass die meisten als gewalthaltig empfundenen Szenen in den Nachrichten zu finden waren.«

Es zeigte sich, dass Frauen und Ältere mehr Gewalt als Männer und Jüngere wahrnahmen und identische Gewaltakte auch als deutlich angsterregender einstufen. Der Bildungsstand spielte bei der Gewaltwahrnehmung nur eine geringe Rolle. Wichtiger als die Personenmerkmale war der Einfluss der Medienmerkmale. So erschienen den Rezipienten z. B. Szenen mit realer und mit phy-

nen Zuschauern als Sat.1. Dieser Sender verdankte nach Früh (ebd., S. 212) seine im Vergleich der Sender „moderate Mittelposition bei der Gewalthaltigkeit des Programms insbesondere der speziellen Zusammensetzung seines Publikums, das mehrheitlich relativ unempfindlich für Gewalt erscheint.“ Frühs Untersuchung bestätigt, dass das alleinige Zählen von Gewaltakten über die Wir-

kung von Gewalt in den Medien nichts aussagt. Entscheidend ist, wie Gewalt wahrgenommen wird. Früh (ebd., S. 215) schreibt treffend: „[...] beim Rezipienten wirkt nicht das, was der Inhaltsanalytiker, sondern das, was er selbst als Gewalt interpretiert.“ Insgesamt hat Früh mit seiner Studie eine Pionierleistung erbracht, die sich deutlich von den reinen „Leichenzähler“-Studien abhebt, die unter den Inhaltsanalysen zur Mediengewalt so weit verbreitet sind.

»Frühs Untersuchung bestätigt, dass das alleinige Zählen von Gewaltakten über die Wirkung von Gewalt in den Medien nichts aussagt. Entscheidend ist, wie Gewalt wahrgenommen wird.«

Langzeituntersuchungen

Die meisten Untersuchungen zur Wirkung von Mediengewalt sind auf eine Analyse kurzfristiger Effekte beschränkt. Eine wichtige Methode, um insbesondere kumulative Auswirkungen von Mediengewalt zu bestimmen und bessere Aussagen über die Kausalitätsrichtung des Zusammenhangs zwischen Mediengewalt und realer Gewalt treffen zu können, sind *Langzeituntersuchungen*. Leider werden hier häufig Studien als vorgebliche Beweise für die Gefährlichkeit von Mediengewalt zitiert, die diesen Befund nicht erbracht haben. So wird z. B. eine Untersuchung, in der die Einführung des Fernsehens in remoten Gemeinden in Kanada untersucht wurde und in der kein negativer Effekt von Mediengewalt aufgezeigt werden konnte (Joy u. a. 1977; Williams 1986), hartnäckig als vorgeblicher Beweis für die Gefährlichkeit von Mediengewalt herangezogen (z. B. Kleiter 1997, S. 85 f.; Potter 1999, S. 168 f.; Weiß 2000, S. 99 f.; Sparks/Sparks 2002, S. 275; Lukesch u. a. 2004, S. 202). Selbst die auf einer „Klapperstorchlogik“ (wo es viele Störche gibt, gibt es viele Kinder – also bringt der Storch die Kinder) basierende Studie von Centerwall (1992) wird immer wieder als Beweis für die Gefährlichkeit von Mediengewalt angeführt (zur Kritik vgl. Kunczik 1998, S. 193 f.; Jensen 2001; Kunczik/Zipfel 2004). Dessen ungeachtet gilt aber, dass die Feld- und vor allem Langzeitstudien in ihrer Gesamtheit durchaus als Nachweis für die Gefährlichkeit von Mediengewalt dienen können. Nahezu in al-

len Studien wurde ein (wenn auch schwacher) positiver Zusammenhang zwischen Mediengewalt und Aggressivität der Rezipienten festgestellt. Es sei nochmals betont, dass eine im Schnitt recht schwache Beziehung für alle Probanden eines Samples für einige Probanden bzw. bestimmte Subpopulationen eine durchaus starke Beziehung bedeuten kann. In diese Richtung weisen alle neueren Untersuchungen (z. B. Johnson u. a. 2002; Gentile/Linder/Walsh 2003; Slater u. a. 2003). Lediglich eine Studie, in der die Auswirkungen der Einführung des Fernsehens auf der kleinen Insel St. Helena untersucht wurden, konnte bei Kindern auch fünf Jahre nach Einführung des Fernsehens keine Steigerung des antisozialen Verhaltens feststellen, obwohl das Ausmaß der Fernsehgewalt ungefähr dem in Großbritannien entsprach. Dies führen die Autoren (Charlton/Gunter/Hannan 2002) auf die intakte Sozialstruktur und die starke soziale Kontrolle in der kleinen Gemeinschaft zurück, die dafür Sorge, dass gewalttätiges Verhalten zwar möglicherweise gelernt werde, sich Fernsehgewalt aber nicht in gewalttätigem oder anderem antisozialen Verhalten niederschlage.

Eine der jüngsten Langfriststudien haben Huesmann u. a. (2003) vorgelegt. Circa 330 Kinder, die bei Untersuchungsbeginn 1977 6 bis 10 Jahre alt waren, wurden nach 15 Jahren nochmals hinsichtlich potentieller Effekte von Fernsehgewalt untersucht. Der wichtigste Befund war, dass der Konsum von Fernsehgewalt in der Kindheit bei männlichen und weiblichen Personen das spätere Auftreten aggressiven Verhaltens begünstigte. Insbesondere die Identifikation mit aggressiven Protagonisten und die Einstufung des Fernsehens als realistisch förderten nach Huesmann eine solche positive Beziehung. Die Wirkung des Fernsehens war unabhängig von Schichtzugehörigkeit und intellektuellen Fähigkeiten. Besonders überraschend erscheint der Befund, dass der elterliche Erziehungsstil, der sowohl mit dem aggressiven Verhalten der Kinder als auch mit deren Gewaltkonsum „kurzfristig“ korrelierte, langfristig keine Auswirkungen zeigte (damit wird von den Autoren aber nicht behauptet, der Einfluss der Eltern könne ignoriert werden).

Meta-Analysen

Bei *Meta-Analysen* handelt es sich um eine statistische Reanalyse von Datenmaterial bzw. um eine quantitative Zusammenfassung von Forschungsergebnissen aus verschiedenen Studien zu einem bestimmten Gegenstand, bei der der Effekt über mehrere Studien hinweg geschätzt wird. Meta-Analysen können keine „neuen“ Ergebnisse liefern, aber die wichtige Aufgabe erfüllen, den gerade in der Medien- und Gewalt-Forschung sehr verwirrenden und z. T. widersprüchlichen Forschungsstand auf den Punkt zu bringen und offene Fragen deutlich zu machen.

Betrachtet man die vorliegenden Meta-Analysen,¹ so zeigt sich, dass die festgestellten Effekte nicht besonders groß sind. In den seit 1977 durchgeführten Meta-Analysen rangieren die Zusammenhangsmaße zwischen $r = 0,11$ (Hogben 1998) und $r = 0,31$ (Paik/Comstock 1994).² Der Beitrag von Mediengewalt zur Erklärung des Gewaltverhaltens beträgt damit höchstens 9%, wobei allerdings zu beachten ist, dass einigen Meta-Analysen auch methodisch nicht einwandfreie Studien zugrunde liegen. Dennoch unterstreicht dieses Resultat, dass Mediengewalt nur einen von vielen Faktoren beim Zustandekommen von Aggression darstellt. Dabei sollte jedoch nicht übersehen werden, dass es sich bei dem Ergebnis um einen Durchschnittswert handelt und die Wirkung von Mediengewalt bei bestimmten Medieninhalten bzw. bei bestimmten besonders gefährdeten Personengruppen stärker ausfallen kann.

Problemgruppenanalysen

In diesem Kontext ist als weitere wichtige Methode die *Problemgruppenanalyse* zu erwähnen. In Expertenbefragungen (Kunczik 1998, S. 172 ff.) wurde z. B. versucht, bei Psychiatern und Psychologen sowie Richtern und Staatsanwälten Informationen über die Auswirkungen von Mediengewalt bei Risikogruppen zu erhalten. Das überraschendste Ergebnis bestand darin, dass Kinder und Jugendliche, wenn sie darauf angesprochen werden, versuchen, ihr eigenes aggressives Verhalten durch Vorbilder aus Gewaltfilmen zu rechtfertigen. Auch dass Kinder oder Jugendliche von sich aus sagen, das Fernsehen habe Einfluss auf ihr Verhalten genommen, ist keine Seltenheit in der beruflichen Praxis der Psychologen und Psychiater. Die Richter und Staatsanwälte berichteten ebenfalls von einem vergleichbaren Verhalten vor Gericht. Dies ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass die intensive öffentliche Diskussion, in der dem Fernsehen ein großer Einfluss auf die Gewalt in der Gesellschaft zugebilligt wird, von den Jugendlichen aufgegriffen und zur Rechtfertigung des eigenen Verhaltens genutzt wird. Ein weiterer zentraler Befund beider Untersuchungen bestand darin, dass die Befragten zwar diverse negative Auswirkungen von Mediengewalt betonten, den Fernseh- bzw. Gewaltfilmkonsum jedoch nicht als Alleinverursacher anführten. Vielmehr wurde vor allem die Bedeutung des erzieherischen Umfelds, sowohl in Bezug auf den dort vorherrschenden Fernseh- und Videokonsum als auch auf Aggressivität, betont.

Auch einige qualitative Studien mit straffällig gewordenen „Problemjugendlichen“ deuten darauf hin, dass ein Erziehungsstil der Eltern, der Gewaltakzeptanz bei den Jugendlichen fördert, eigene Gewaltanwendung hervorrufen und zudem auch Interesse an medialen Gewaltdarstellungen fördern kann (vgl. z. B. Böttger 1998;

Browne/Pennell 1998). Thomas Döbler, Birgit Stark und Michael Schenk (1999) stellten allerdings in 32 Interviews mit Jugendlichen, die z. B. in Heimen wohnten oder sich an sogenannten „Brennpunkten“ (z. B. öffentlichen Plätzen und Parks) aufhielten, keinen Zusammenhang zwischen (gewalthaltigem) Medienkonsum und eigenem Gewaltverhalten fest. Gerade die violenten Jugendlichen wiesen nicht zuletzt aufgrund ihrer Lebensumstände (nicht mehr daheim wohnend) im Vergleich zu den in eher „geordneten Verhältnissen“ lebenden Jugendlichen einen eher geringen Medien(gewalt)konsum auf. Hinsichtlich der eigenen Gewaltbereitschaft zeigten sich Letztere jedoch deutlich zurückhaltender. In einer weiteren quantitativen Studie mit 200 männlichen Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 18 Jahren im Großraum Stuttgart unterschieden Döbler u. a. eine Risiko- (Jugendliche mit hoher Gewaltneigung) und eine Vergleichsgruppe (geringe Gewaltneigung). Der Fernseh- und Videokonsum, insbesondere von Action-, Ghetto-/Rapfilmen und Psychothrillern nahm einen zentralen Stellenwert im Leben der Jugendlichen ein. Die zur Risikogruppe gehörenden Jugendlichen besaßen ein vergleichsweise niedriges Bildungsniveau und waren häufig arbeitslos. Auch wiesen sie einen höheren Fernsehkonsum mit einer Präferenz für Gewaltfilme auf, der mit dem Motiv der Wirklichkeitsflucht begründet wurde. Döbler u. a. schlussfolgerten, dass die Rezeption von Mediengewalt und die Wirkung auf die eigene Gewaltbereitschaft besonders durch das soziale Umfeld (vor allem Alkohol- und anderer Drogenkonsum) begünstigt werde. Insbesondere Hauptschüler lebten den Ergebnissen dieser Studie zufolge in einer Umgebung, in der reale Gewalt und Mediengewalt Unterstützung fanden. Die Befunde von Döbler u. a. deuten darauf hin, dass die jeweiligen sozialen Netzwerke für abweichendes Verhalten sowie die Einstellung zu realer und medialer Gewalt von entscheidender Bedeutung sind.

»Nahezu in allen Langzeitstudien wurde ein (wenn auch schwacher) positiver Zusammenhang zwischen Mediengewalt und Aggressivität der Rezipienten festgestellt.«

Anmerkungen:

1 Für einen Überblick vgl. Comstock/Scharrer 2003; Strasburger/Wilson 2003, S. 72–75; Comstock 2004.

2 In der jüngsten Meta-Analyse (Anderson/Bushman 2002a; 2002b) zeigten sich ungefähr gleich starke Effekte für Querschnitt- und Längsschnittstudien ($r = 0,18$ bzw. $r = 0,17$). Höher war auch die Korrelation für Feldexperimente nicht ($r = 0,19$); Laborexperimente fanden eine etwas größere Effektstärke ($r = 0,23$). Nach einem vielfach angewandten, von Cohen (1977) vorgeschlagenen Kriterium werden Korrelationskoeffizienten von $r = 0,10$ als klein, von $r = 0,30$ als mittel und von $r = 0,50$ als groß bezeichnet.

Hinsichtlich der möglichen Größe der durch Mediengewalt potentiell gefährdeten Subpopulationen (Problemgruppen) existieren variierende Angaben. Franz Petermann (1997, S. 29) schätzte, dass 5 bis 10 % aller Kinder und Jugendlichen von aggressiven Verhaltensstörungen betroffen seien. Marek Fuchs, Siegfried Lamnek und Jens Luedtke (2001) kamen in einer in Bayern durchgeführten Längsschnittstudie, die vier Schulformen berücksichtigte (Haupt-, Berufs- und Realschule sowie Gymnasium; Alter: von der 5. bis zur 13. Klasse), zu dem Ergebnis, Gewalt an Schulen sei „[...] ganz deutlich die Angelegenheit eines kleinen sehr gewaltaktiven ‚harten Kerns‘ [...]“ (ebd., S. 372). Dieser harte Kern umfasste 3,4 % (1994) bzw. 3,1 % (1999) der bayerischen Schüler. Ferner gab es „Intensivtäter“: Von 1 % der Schüler ging über ein Sechstel der Schulgewalt aus. Zudem galt, dass nur eine kleine Minderheit (je nach Gewaltform) von 1 bis 3 % der Schüler Opfer waren. Die Verfasser betonten die Bedeutung des sozialen Umfelds für das Entstehen von Gewalt, die gleichsam in die Schule hineingetragen werde.

Eine im Auftrag des Bundeskriminalamts von Friedrich Lösel und Thomas Bliesener (2003) durchgeführte Befragung einer repräsentativen Stichprobe von Schülerinnen und Schülern aus Erlangen und Nürnberg (N = 1.163) identifizierte einen harten Kern von 5 % gewaltbereiter, überwiegend männlicher Schüler, die regelmäßig Mitschüler bedrohten, beschimpften oder schlugen. Während der allgemeine Medienkonsum kaum mit aggressivem, delinquentem und dissozialem Verhalten korrelierte, war dies beim Mediengewaltkonsum sehr deutlich der Fall.³ Lösel und Bliesener (ebd., S. 169) argumentieren, zwar sei der Nachweis eines Kausalzusammenhanges nicht gelungen, aber ein verstärkender Effekt bei gewaltbereiten Jugendlichen liege nahe. Die Ergebnisse bestätigten, „dass zur Aggression neigende Jugendliche solche Medieninhalte bevorzugen, die ihre bestehenden Dispositionen ausrichten und intensivieren [...]. Ähnlich wie bei Aggressionserfahrungen in der Familie und Peer-Gruppe können dabei die aggressionsfördernden Schemata der sozialen Informationsverarbeitung verfestigt werden [...]. Auch scheinen gewaltfördernde Medienwirkungen dann wahrscheinlicher zu sein, wenn der Konsum in ein emotional wenig unterstützendes Familienleben eingebettet ist [...]“ (ebd., S. 151).

Schlussbemerkungen

Betrachtet man die methodische Entwicklung der Medien- und Gewalt-Forschung, so muss noch immer als gültig betrachtet werden, was Mike Friedrichsen und Stefan Jenzowsky (1995, S. 323) bereits in Bezug auf die Situation in den 90er Jahren konstatierten, nämlich dass „einer Vielzahl von neuen Untersuchungsfragen eine nur geringe Weiterentwicklung der Designs und Forschungsmethoden gegenübersteht.“ Allerdings ist zu berücksichtigen, dass viele theoretisch wünschenswerte Versuchsanlagen aufgrund forschungspraktischer Gründe nicht realisierbar sind. Dolf Zillmann und James B. Weaver (1999, S. 147) haben diese Problematik so beschrieben: „It seems that critics of media-violence research could only be satisfied with longitudinal experimental studies in which, within gender and a multitude of personality variables, random assignment is honoured and exposure to violent fare is rigorously controlled – that is, with research that in a free society simply cannot be conducted.“ Diese Problematik gilt für die meisten Fragestellungen der Medienwirkungsforschung; in Bezug auf die Untersuchung von Gewalt kommt ein ethisches Problem bei der Provokation und Messung von Gewaltverhalten hinzu. In diesem Beitrag wurden Studien vorgestellt, die dennoch methodisch gangbare und erfolgversprechende Wege aufzeigen und die in der künftigen Forschung in stärkerem Maße weiterverfolgt werden sollten. Dies gilt insbesondere für den Problemgruppenansatz.

Prof. Dr. Michael Kunczik ist Professor für Kommunikationswissenschaften an der Universität Mainz.

Dr. Astrid Zipfel ist Akademische Rätin am Sozialwissenschaftlichen Institut, Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaft, an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

»Auch einige qualitative Studien mit straffällig gewordenen ›Problemjugendlichen‹ deuten darauf hin, dass ein Erziehungsstil der Eltern, der Gewaltakzeptanz bei den Jugendlichen fördert, eigene Gewaltanwendung hervorrufen und zudem auch Interesse an medialen Gewaltdarstellungen fördern kann.«

3

Eine hierarchische Regressionsanalyse ergab, dass der Medienkonsum im Hinblick auf die erklärte Varianz von Schul-Bullying bei 15 einbezogenen Faktoren auf dem 6. Platz lag (bei 44,8 % insgesamt erklärter Varianz entfielen auf den Medienkonsum 3,2 %). Bei Delinquenz war es der 9. Platz (2,1 % bei insgesamt 51,3 % Gesamtaufklärung) und bei Dissozialität der 11. Platz (1,7 % / 64,5 %) (Lösel/Bliesener 2003, S. 81).

Literatur:

- Anderson, C. A./ Bushman, B. J.:**
The effects of media violence on society. In: Science, 295/2002(a), S. 2377–2379.
- Anderson, C. A./ Bushman, B. J.:**
Media violence and the American public revisited. In: American Psychologist, 57/2002(b), S. 448–450.
- Böttger, A.:**
Gewalt und Biographie – eine qualitative Analyse rekonstruierter Lebensgeschichten von 100 Jugendlichen. Baden-Baden 1998.
- Browne, K./Pennell, A.:**
The effects of video violence on young offenders. In: Home Office Research and Statistics Directorate: Research Findings, No. 65/1998, S. 1–4.
- Centerwall, B. S.:**
Television and violence. The scale of the problem and where to go from here. In: Journal of the American Medical Association, 267/1992, S. 3059–3063.
- Charlton, T./Gunter, B./Hannan, A. (Hrsg.):**
Broadcast television effects in a remote community. Mahwah, NJ 2002, S. 43–63.
- Cohen, J.:**
Statistical power analysis for the behavioral sciences. New York 1977.
- Comstock, G.:**
Paths from television violence to aggression: Reinterpreting the evidence. In: L. J. Shrum (Hrsg.): *The psychology of entertainment media. Blurring the lines between entertainment and persuasion.* Mahwah, NJ/London 2004, S. 193–211.
- Comstock, G./Scharer, E.:**
Meta-analyzing the controversy over television violence and aggression. In: D. A. Gentile (Hrsg.): *Media violence and children. A complete guide for parents and professionals.* Westport, CT/London 2003, S. 205–226.
- Döbler, T./Stark, B./Schenk, M.:**
Mediale und reale Gewalt. Eine Untersuchung sozialer Netzwerke von Jugendlichen. München 1999.
- Friedrichsen, M./Jenzowsky, S.:**
Methoden und Methodologie: Ein Vergleich ausgewählter Studien der 90er Jahre zur Gewalt in den Medien. In: M. Friedrichsen/ G. Vowe (Hrsg.): *Gewaltdarstellungen in den Medien. Theorien, Fakten und Analysen.* Opladen 1995, S. 292–330.
- Früh, W.:**
Gewaltpotentiale des Fernsehangebots. Programmangebot und zielgruppenspezifische Interpretation. Wiesbaden 2001.
- Fuchs, M./Lamnek, S./Luedtke, J.:**
Tatort Schule: Gewalt an Schulen 1994–1999. Opladen 2001.
- Gentile, D. A./Linder, J. R./Walsh, D. A.:**
Looking through time: A longitudinal study of children's media violence consumption at home and aggressive behaviors at school. Paper presented at the Biennial Conference of the Society for Research in Child Development. Tampa, FL April 2003.
- Hogben, M.:**
Factors moderating the effect of televised aggression on viewer behavior. In: Communication Research, 25/1998, S. 220–247.
- Huesmann, L. R. u. a.:**
Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977–1992. In: Developmental Psychology, 39/2003, S. 201–221.
- Jensen, G. F.:**
The invention of television as a cause of homicide. The reification of a spurious relationship. In: Homicide Studies, 5/2001, S. 114–130.
- Johnson, J. G. u. a.:**
Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. In: Science, 295/2002, S. 2468–2471.
- Joy, L. A. u. a.:**
Television exposure and children's aggressive behavior. Paper presented at the meeting of the Canadian Psychological Association. Vancouver 1977.
- Kleiter, E. F.:**
Film und Aggression – Aggressionspsychologie. Theorie und empirische Ergebnisse mit einem Beitrag zur Allgemeinen Aggressionspsychologie. Weinheim 1997.
- Kunczik, M.:**
Gewalt und Medien. Köln/Weimar/Wien 1998, 4. Auflage.
- Kunczik, M./Zipfel, A.:**
Medien und Gewalt. Befunde der Forschung seit 1998. Projektbericht für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Mainz 2004 (als PDF-Dokument abrufbar unter: <http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/forschungsberichte,did=28078.html>).
- Lösel, F./Bliesener, T.:**
Aggression und Delinquenz unter Jugendlichen. Untersuchungen von kognitiven und sozialen Bedingungen. München/Neuwied 2003.
- Lukesch, H. u. a.:**
Das Weltbild des Fernsehens. Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland. Theorie – Methode – Ergebnisse. Eine inhaltsanalytische Studie über die Senderangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland. Regensburg 2004.
- National Television Violence Study.* Vol. I – III. Thousand Oaks, CA 1996–1998.
- Paik, H./Comstock, G.:**
The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. In: Communication Research, 21/1994, S. 516–546.
- Petermann, F.:**
Auswirkungen von Medien auf die Entstehung von Gewalt im Kindes- und Jugendalter. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 19–20, 1997, S. 28–33.
- Potter, W. J.:**
On media violence. Thousand Oaks, CA/London/New Delhi 1999.
- Slater, M. D. u. a.:**
Violent media content and aggressiveness in adolescents. A downward spiral model. In: Communication Research, 30/2003, S. 713–736.
- Sparks, G. G./Sparks, C. W.:**
Effects of media violence. In: J. Bryant/D. Zillmann, (Hrsg.): *Media effects. Advances in theory and research.* Hillsdale, NJ 2002, S. 269–285.
- Strasburger, V. C./Wilson, B. J.:**
Television violence. In: D. A. Gentile (Hrsg.): *Media violence and children. A complete guide for parents and professionals.* Westport, CT/London 2003, S. 57–86.
- Weiß, R. H.:**
Gewalt, Medien und Aggressivität bei Schülern. Göttingen u. a. 2000.
- Williams, T. M. (Hrsg.):**
The impact of television. A natural experiment involving three towns. Orlando, FL 1986.
- Zillmann, D./Weaver, J. B.:**
Effects of prolonged exposure to gratuitous media violence on provoked and unprovoked hostile behavior. In: Journal of Applied Social Psychology, 29/1999, S. 145–165.

Bildschirm als Entwicklungshelfer


Medien und die Identitätskonstruktion Heranwachsender

Medien, insbesondere das Fernsehen, bieten nicht nur Unterhaltung und Information. Sie transportieren auch Lebensvorstellungen, den Blick auf die eigene Gesellschaft sowie auf fremde Kulturen, sie zeigen Helden, Gewinner und auch Verlierer. Vor allem für Heranwachsende bilden Medien ein Fenster zur Welt der Erwachsenen – wer durch dieses Fenster schaut, erfährt viel über das, was später auf ihn zukommen wird: Leistungserwartungen, Konflikte im Beruf, in der Beziehung oder der Familie, Erfolg und Misserfolg. Gerade der Trend in neuen Fernsehformaten, Fiktionales und Reales zu vermischen, zeigt, dass Orientierung gefragt ist und dass sie angeboten wird. Kurzum: Bei der Konstruktion der eigenen Vorstellung vom Leben und von der Welt spielen Medien vor allem für Kinder und Jugendliche eine wichtige Rolle. Die Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg führte im Februar 2005 gemeinsam mit der FSF eine Tagung durch, auf der Wissenschaftler aus verschiedenen Ländern über die Bedeutung des Fernsehens für die Identitätsbildung debattierten. *tv diskurs* veröffentlicht die wichtigsten Beiträge der Veranstaltung in dieser Ausgabe.

Prof. Dr. Lothar Mikos, Professor für Fernsehwissenschaft an der HFF, weist darauf hin, dass die Medien zwar wichtige Vorgaben für die eigene Identitätsentwicklung bieten, Jugendliche durch die Medienangebote jedoch nicht dominiert werden. Vielmehr wird die Bedeutung, die die Medienerfahrungen gewinnen, in der Interaktion zwischen Individuum, Medien und sozialem Umfeld ausgehandelt.

Dr. Dagmar Hoffmann, Dozentin an der HFF, Florian Krauß und Maren Gäbel untersuchten Jugendliche zu ihrem Umgang mit der Darstellung von Sexualität und Körperinszenierungen in den Medien. Sie kommen dabei zu einem für manche überraschenden Ergebnis. Offenbar hat die in den letzten Jahren zunehmende Liberalisierung im Hinblick auf das, was





gezeigt und dargestellt werden darf, bei den Jugendlichen keineswegs die Grenzen dessen, was als intim betrachtet wird, verschoben. Eine Lockerung des Jugendschutzes, so die Autoren, scheint sich jedenfalls keiner der Befragten zu wünschen.

Dr. Sara Bragg, Dozentin am Centre for Continuing Education der University of Sussex, Brighton, und David Buckingham, Professor am Institute of Education der University of London, gehen der Frage nach, welche Rolle die Medien bei der Entwicklung der Geschlechteridentität und der sexuellen Entwicklung bei Jugendlichen spielen. Ausgehend von ihrer Beobachtung, dass den Medien in der britischen Gesellschaft eher eine negative Rolle zugeschrieben wird, befragten sie im Rahmen eines Forschungsprojekts Kinder und Jugendliche zu deren Umgang mit den Medien.

Prof. Dr. Tanja Thomas, Professorin für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur an der Universität Lüneburg, untersucht das Lebens- und Leistungskonzept, welches in Castingshows vermittelt wird. Dabei stellt sie den dort propagierten Anspruch, allein durch Leistung könne man alles erreichen, in Frage. Letztlich gehe es um Erfolg, nicht allein um Leistung. Abschließend untersucht Dr. Elisa Giomi, wissenschaftliche Assistentin am Institut für Kommunikationswissenschaften an der Universität Siena, den Erfolg der Actionheldin Lara Croft. Giomi geht der Frage nach, warum es zum ersten Mal gelungen ist, in der männerbeherrschten Welt der Computerspiele erfolgreich eine Frau zu platzieren.

Lothar Mikos

Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten

Medien – Identität – Identifikationen

Ein Leben ohne elektronische Medien ist Mitte des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts kaum noch möglich, selbst wenn es eine wachsende Zahl von Menschen gibt, die offenbar ohne Fernsehen leben. Die nutzen dann andere Medien wie Bücher und Zeitungen, Radio und Handy. Denn wir leben in einer Gesellschaft, in der Menschen, die nicht kommunizieren, vom sozialen und kulturellen Leben ausgeschlossen sind. Zur Kommunikation werden allerlei Medien benutzt, die damit eine sozial integrative Funktion haben. Kinder und Jugendliche wachsen in dieser von Medien durchdrungenen Welt auf. Sie müssen lernen, mit Medien umzugehen und sie für ihre Zwecke zu nutzen – Letzteres kann auch heißen, bewusst auf sie zu verzichten. Medien sind zu einer Sozialisationsinstanz geworden, mit und in ihnen handeln Kinder und Jugendliche ihre Identität aus. Bereits vor 15 Jahren haben die Bielefelder Erziehungswissenschaftler und Medienpädagogen Dieter Baacke, Uwe Sander und Ralf Vollbrecht festgestellt, dass Lebenswelten Medienwelten sind und demzufolge Lebensgeschichten auch Mediengeschichte (Baacke/Sander/Vollbrecht 1990a, 1990b). Das, was wir sind und wie wir leben, ist entscheidend von Medien

mitgeprägt – nicht nur, aber auch – oder wie es der amerikanische Soziologe Manuel Castells (2001, S. 382) ausgedrückt hat: „Wir leben mit den Medien und durch die Medien.“ Es gibt kein Leben und kein Aufwachsen jenseits der Medien.

Mediatisierter Alltag

Dennoch ist es keineswegs so, dass Medien den Alltag der Menschen determinieren (vgl. Denzin 1992, S. 146), sondern die Menschen handeln in ihrem Alltag mit Medien (vgl. Mikos 2004a, S. 26 ff.). Das hat zu einer wechselseitigen Durchdringung von Medien und Alltag geführt (vgl. Bachmair 1996, S. 11 ff.). Besonders die audiovisuellen Medien Film und Fernsehen auf ihren unterschiedlichen technischen Verbreitungswegen spielen dabei eine nicht unerhebliche Rolle. So hat der Erfurter Kommunikationswissenschaftler Friedrich Krotz (2001, S. 29) festgestellt, „dass sich die audiovisuellen Medien dem Alltag der Menschen annähern, und zwar auf viele Weisen. Sie stiften neue Beziehungen und offerieren Sinnzusammenhänge, setzen alte Handlungsregeln außer Kraft, stellen neue Bedingungen für Alltag her

und beziehen immer mehr Alltagspraktiken auf Medien oder mediale Operationen.“ Im Informationszeitalter sind die Medien „ein Ausdruck unserer Kultur, und unsere Kultur funktioniert in erster Linie durch die von den Medien zur Verfügung gestellten Materialien“ (Castells 2001, S. 385). Informationen, die wir aus dem Fernsehen bekommen, werden für unseren Alltag relevant, beeinflussen unsere Einstellungen und Werte, liefern uns Rollenmodelle, lassen uns lachen oder weinen, fördern die Kommunikation mit Partnern, Kindern, Freunden und Bekannten, regen uns zu Aktivitäten an, bereichern unser Wissen und machen uns klar, wo unsere Position in der Gesellschaft ist. Das passiert alles nur teilweise bewusst, sondern vor allem vor- und unbewusst. Oft wissen wir nicht mehr, woher wir bestimmte Informationen haben, wie unsere Haltungen und Werte zustande gekommen sind. Wir erinnern uns zwar möglicherweise daran, dass wir Goethes *Faust* in der Schule und die Bibel im Konfirmationsunterricht gelesen haben, woher wir aber wissen, dass Alkoholismus ein gesellschaftliches Problem ist und wir meinen, dass man etwas dagegen tun müsse, lässt sich nicht so leicht rekonstruieren. Haben wir darüber in

einer Zeitung gelesen, einen Bericht in einem politischen Magazin des Fernsehens gesehen, bei einem Film mit einem Alkoholiker als Antihelden im Kino mitgelitten oder haben es uns Freunde erzählt? Vor allem die audiovisuellen Medien sind es, die uns helfen, „die Welt zu deuten und Sinnperspektiven zu entwickeln“ (Bachmair 1996, S. 19).

Die Auseinandersetzung mit dem symbolischen Material, das uns die Medien bereitstellen, findet im sozialen Leben statt. Erst in der Kommunikation mit anderen Personen handeln wir aus, welche Bedeutung eine Fernsehsendung für uns hat. In Bezug auf die Gespräche in Familien hat die Soziologin Angela Keppler in einer empirischen Studie festgestellt, dass Familien in Diskussionen über das Fernsehen ihren „privaten Horizont für den Horizont der weiteren Welt zumindest ihres größeren Kulturkreises“ erweitern. Auf der Basis des eigenen Selbstverständnisses werden die Themen aus dem Fernsehen aufgegriffen, die Familien leisten eine „individuelle Aneignung überindividueller Wissensbestände und Orientierungsformen“ (Keppler 1994, S. 263). Im Gespräch über das Fernsehen wird die eigene

milien und Peergroups insgesamt zu *sozialem Lernen* bei und fördert somit vor allem die pädagogische Zielsetzung der *Empathie* und *Frustrationstoleranz*: Miteinander reden und streiten; gegenseitig Toleranz zeigen; Kompromisse finden; auf den anderen Rücksicht nehmen; nachgeben können u. Ä.“ (Barthelmes/Sander 1997, S. 327, H. i. O.).

Während Kinder hier noch mehr auf das Gespräch mit Eltern und Großeltern vertrauen, setzen sich Jugendliche aufgrund der Ablösung vom Elternhaus stärker mit den gleichaltrigen Peers auseinander. Diese Gemeinschaft basiert u. a. auf gemeinsamen ästhetischen Erlebnissen aus dem Umfeld der audiovisuellen Medien (vgl. ebd., S. 326). Die Jugendlichen teilen nicht nur einen gemeinsamen Geschmack, sondern auch „gemeinsame Bedeutungen, Praktiken und Verpflichtungen“ (Lash 1996, S. 273). Diese Vermischung von medialer und sozialer Kommunikation, die für moderne Lebenswelten typisch ist, führt dazu, dass die Bedeutung von Medien für die Identitätsbildung wächst. Der Kulturwissenschaftler Douglas Kellner (1995, S. 237) geht daher davon aus, dass dem „Fernsehen und anderen Formen der Me-

nen) und Schule (für die Älteren) noch die Medien, vor allem klassische Kindermedien und das Fernsehen; für Jugendliche sind dies neben Familie und Schule sowie der Arbeit (für die Berufstätigen) ebenfalls die Medien und die Gruppe der Gleichaltrigen. In der Sozialisation vermischen sich mediale und soziale Aspekte. Medien üben für Kinder und Jugendliche eine gewisse „Attraktion und Faszination“ aus (Hoffmann 2002). Ihre Faszination beruht u. a. darauf, dass sie sehr unterschiedliche Bedürfnisse befriedigen und unterschiedlichen Zwecken dienen können, von der Information und Unterhaltung über die Regulierung von Stimmungen und die Meinungsbildung bis hin zu „Modell-Lösungen für persönliche und entwicklungsbezogene Themen“ (Vollbrecht 2003, S. 14 f.). Die Medien spielen vor allem bei der Ablösung vom Elternhaus eine Rolle – das mag auch ein Grund sein, warum die Rolle und Bedeutung der Medien für die Kinder und Jugendlichen von den Erwachsenen so häufig kritisiert wird: Letztere sehen sich in ihrer Autorität bedroht. „Jüngere Jugendliche nutzen Medienumgebungen relativ unspezifisch und entwickeln erst mit 15/16 Jahren deutliche Vor-

Die Jury der dritten Staffel von *Deutschland sucht den Superstar* (DSDS): Dieter Bohlen, Sylvia Kollek und Heinz Henn



Position ausgehandelt und dem eigenen Leben eine weitere Sinnperspektive hinzugefügt.

Diese Auseinandersetzung mit Medienthemen spielt bereits bei Kindern und Jugendlichen eine große Rolle. Sie positionieren sich aber nicht nur im Gespräch mit Eltern und Geschwistern, sondern vor allem auch mit Gleichaltrigen. In diesen sogenannten Peergroups werden Normen und Werte, Einstellungen und Rollenbilder ausgehandelt. Die Medien geben Anregungen, deren Bedeutung für die Kinder und Jugendlichen erst in der Kommunikation mit anderen entsteht. „Der Umgang mit Medien sowie das Reden über Medien trägt in Fa-

dienkultur eine Schlüsselrolle bei der Strukturierung zeitgenössischer Identität“ zukomme. Medien spielen so zunehmend eine bedeutende Rolle in der Sozialisation von Kindern und Jugendlichen.

Medien als Sozialisationsinstanz

In der Sozialisationstheorie wird mittlerweile davon ausgegangen, dass für Kinder und Jugendliche spezifische Sozialisationsinstanzen relevant sind (vgl. Hoffmann 2002, S. 49 ff.; Mikos 2004b). Für Kinder sind dies neben Elternhaus und Kindergarten bzw. -hort (für die Klei-

lieben und Präferenzen. In diesem *Drehpunktalter* tritt die Bedeutung der Familie (auch) hinsichtlich der Mediennutzung in den Hintergrund, während die Gleichaltrigen die Meinungsführerschaft übernehmen“ (Baacke/Sander/Vollbrecht 1990a, S. 249, H. i. O.). Inzwischen tritt diese Entwicklung schon etwas früher ein, da z. T. selbst 10-Jährige bereits in relativ stabilen Gruppen eingebunden sind. Medien regen zu den Themen an, mit denen sich die Peergroups befassen (vgl. Barthelmes/Sander 2001, S. 274 ff.). Im Mittelpunkt der Peerkommunikation (vgl. Schmidt 2004, S. 227 ff.) stehen jedoch die sozialen Erfahrungen der Alltags- und Lebenswelt.



Die stärkere Zuwendung zu den Medien geht mit einer größeren Bedeutung der Peer-group einher. Das hat u. a. auch damit zu tun, dass sowohl die Medien als auch die Freunde es ermöglichen, sich mit den Entwicklungsthemen auseinander zu setzen, die mit Gefühlen wie Scham und Peinlichkeit (z. B. Sexualität) oder mit mehr oder weniger illegalen Praktiken (z. B. Drogenkonsum) verbunden sein können. Die Rolle der Gleichaltrigen wächst dabei, weil sie eine „Art Solidargemeinschaft“ bilden, „in der relativ ungehemmt und ungezwungen z. B. über biologisch bedingte Reifungsprozesse, über Ablösungsschwierigkeiten von den Eltern, über Identitätsfindung und Selbstdarstellungen gesprochen und verhandelt werden kann“ (Hoffmann 2002, S. 56). Die Freundinnen und Freunde können dabei helfen, dass eigene Leben und die eigenen Lebensentwürfe kritisch zu hinterfragen – und die Medien stellen eine Vielzahl von Lebensmodellen vor, deren Relevanz in der Gruppe diskutiert werden kann.

Das trifft insbesondere auf die Darstellung von Sexualität zu (vgl. die Beiträge in dieser Ausgabe von Bragg/Buckingham [S. 26 ff.] und Hoffmann u. a. [S. 34 ff.]) zu. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Sexualität ist für die Kinder und Jugendlichen in der eigenen Familie zwar nicht unbedingt mit Tabus behaftet, stößt aber auf Hindernisse. Während sich vor allem Mütter nach Ansicht der Mädchen bei ihnen „stark einmischen“, wird die Sexualität der Jungen kaum thematisiert, es herrscht Sprachlosigkeit vor (vgl. Klein 2003, S. 60). In dieser Situation regen Sexualitätsdarstellungen in den Medien zur Kommunikation mit Freundinnen und Freunden an. In einer Studie zur Bedeutung medialer Angebote für die sexuelle Aufklärung stellt die Erziehungswissenschaftlerin Alexandra Klein entsprechend fest: „Jungen (und Mädchen) suchen und schaffen sich niedrigschwellige Vergewisserungsmöglichkeiten, um über strategische Zwischenschritte der Beobachtung, der medialen Information und intimen (im Sinne von vertrauten) Freundschaftsbeziehungen sexuelle Orientierung und Selbstvertrauen zu erwerben“ (ebd., S. 61). Film und Fernsehen sind in diesem Zusammenhang bedeutsam, weil sie geschlechtsspezifisches Rollenhandeln vorführen, und sei es im Kontext von Teenie-Komödien wie *American Pie* oder Serien wie *Schulmädchen*. Das Internet spielt eine Rolle, weil Kinder und Jugendliche hier relativ anonym Informationen erhalten können,



American Pie, Schulmädchen

ohne auf kommunikative Hindernisse zu treffen. Sie können in diesem „geschützten Raum aktiv und kreativ sexuelles Wissen“ erwerben (ebd.). Medien spielen so eine wichtige Rolle bei der Ausbildung der Geschlechtsidentität (vgl. auch Gauntlett 2002), und nicht nur da.

Identitätsbildung mit Medien

Seit der Durchsetzung des Fernsehens als alltägliches Massenmedium in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts spielen die audiovisuellen Medien eine wesentliche Rolle bei der Identitätsbildung (vgl. Kellner 1995; Mikos 1999 sowie die Beiträge in Winter/Thomas/Hepp 2003). Sie haben sich als Sozialisationsinstanz etabliert – zumal gerade der Zugang zu Informations- und Kommunikationsstrukturen inzwischen über die Position und die Perspektiven in der Gesellschaft entscheidet (vgl. Lash 1996, S. 212). Das eigene Selbstbild und -verständnis sowie Lebensperspektiven werden mit Hilfe des symbolischen Materials der Medien gebildet. Die vielfältigen Lebensformen, Ideen, Werte und Rollenbilder, die in den Medien thematisiert werden, dienen als Ressource für die eigene Identitätsbildung (vgl. Gauntlett 2002, S. 256; Krotz 2003). Das kann zur Festigung eigener Vorstellungen führen, kann aber auch das eigene Selbstbild in Frage stellen. Im Gespräch mit den Freundinnen und Freunden wird dann entschieden, ob neue Wege ausprobiert werden oder ob man doch bei den alten Mustern der eigenen Lebensführung bleibt. In diesem Sinn sind insbesondere Medienhelden für Kinder und Jugendliche von Bedeutung (vgl. auch Paus-Haase 1998). Sie dienen als Rollenmodell, an denen die kindlichen und jugendlichen Mediennutzer eigene Rollenvorstellungen erproben können. So müssen Mädchen sich nicht unbedingt wie Actionheldinnen prügeln, um von Figuren wie Lara Croft zu mehr Unabhängigkeit und Stärke ermutigt zu werden (vgl. Gauntlett 2002, S. 216). Denn es geht nicht darum, dass die Mädchen Lara Croft in ihrem Alltag kopieren, sondern dass sie sie als Rollenmodell akzeptieren (vgl. auch den Beitrag in dieser Ausgabe von Giomi [S. 44 ff.]) und sich im Kreis der Gleichaltrigen mit den damit verbundenen Werten, Einstellungen und Selbstbildern auseinander setzen.

Identitätsbildung findet aber nicht im gesellschaftsfreien Raum statt. Vielmehr ist sie in den Prozess der gesellschaftlichen Selbstver-

ständigkeit eingebunden. Es geht also nicht nur um die individuellen Identitäten von Kindern und Jugendlichen, sondern auch um deren Verortung in der gesellschaftlichen Formation. Medien tragen ganz wesentlich zur Verständigung über die in der Gesellschaft geltenden Normen und Werte bei. Die Medienwissenschaftlerin Tanja Thomas (2003) hat am Beispiel von Talkshows im deutschen Fernsehen gezeigt, welche Bedeutung hier Konstruktionen von nationaler Identität haben. Zuschauer werden über die verhandelten Themen und die Art und Weise des Gesprächs in den gesellschaftlichen Konsens eingebunden (vgl. Mikos 2002, S. 77 ff.). In Castingshows wie *Deutschland sucht den Superstar* werden Jugendlichen z. B. Möglichkeiten für einen öffentlichen Auftritt und damit Lebensperspektiven angeboten. Zugleich findet aber eine Einübung in die Leistungsgesellschaft statt (vgl. den Beitrag in dieser Ausgabe von Thomas [S. 38 ff.]), denn im Mittelpunkt vieler Auftritte stehen Leistung und Wettbewerb. Außerdem sind Auftritte in Realityshows mit einem gewissen Risiko verbunden (vgl. Mikos 2003, S. 314 ff.). Die Teilnehmer von Shows können ihr Selbstbild lediglich in der Wirkung auf andere Teilnehmer überprüfen und durch die Abstimmung der Zuschauer auch in der Wirkung auf das Publikum. Allerdings haben sie keinen Einfluss auf die Inszenierungsstrategien von Redaktion und Regie. Sie wissen daher nicht, welches Bild von ihnen in der Sendung gezeigt wird, können also auch keine Gegenstrategien entwickeln. So kann es passieren, dass sie bei der Rückkehr in die soziale Realität Enttäuschungen ausgesetzt sind, um anschließend wieder in der Öffentlichkeit ihr vermeintlich wahres Selbst zu legitimieren.

Auch wenn Medien einen Einfluss auf das Selbstbild und die Identität von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen haben, ist die soziale Realität, in die Kinder und Jugendliche eingebunden sind, wichtiger. „Die mediale Unterhaltung ermöglicht den Jugendlichen eine Selbstverortung in der dargestellten Welt“ (Vollbrecht 2003, S. 23), die dann in der Kommunikation mit den Peers an die soziale Realität im eigenen lebensweltlichen Horizont rückgebunden wird. Es ist zwar richtig, „dass Medien [...] einen hohen Stellenwert für Jugendliche haben, jedoch [genießt] das Zusammensein mit Freundinnen und Freunden weit höhere Priorität“ (ebd., S. 17). So gaben die



Münchener Jugendforscher Jürgen Barthelmes und Ekkehard Sander der Darstellung ihrer Studie zu den Medienerfahrungen Jugendlicher auch den Titel: *Erst die Freunde, dann die Medien* (Barthelmes/Sander 2001). Die Identitätsbildung im Sozialisationsprozess vollzieht sich als dynamischer Prozess, bei dem die in der sozialen Realität und mit Medien gemachten Erfahrungen immer wieder durch neue Erfahrungen mit Medien und Freunden revidiert und erweitert werden.

Die Mediatisierung im Alltagsleben von Kindern und Jugendlichen führt jedoch „zu keiner Verarmung ihrer Alltagsgestaltung oder ihrer sozialen Beziehungen [...]. Im Gegenteil, eine entsprechende Nutzung der Medien ist für die soziale Integration sowohl innerhalb der Familie als auch in den Gleichaltrigen-Gruppen bzw. in den Freundschaftsbeziehungen hilfreich und unterstützend, unabhängig davon, dass mit zunehmendem Alter die Distanz zu den Medien größer wird und die Jugendlichen sich immer mehr von der Geschmackskultur ihrer Eltern absetzen“ (ebd., S. 294). Medienkonsum und die Anschlusskommunikation mit Familienmitgliedern und Freunden leisten zusammen einen wesentlichen Beitrag zur Identität und dem Selbstverständnis von Kindern und Jugendlichen. Medien spielen somit neben den anderen Sozialisationsinstanzen wie Familie, Kindergarten, Schule und der Gruppe der Gleichaltrigen eine besondere Rolle im Sozialisationsprozess.

Prof. Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und Prüfer bei der FSE

Literatur:

Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R.: *Lebenswelten sind Medienwelten. Lebenswelten Jugendlicher 1.* Opladen 1990a.

Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R.: *Lebensgeschichten sind Mediengeschichten. Lebenswelten Jugendlicher 2.* Opladen 1990b.

Bachmair, B.: *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder.* Opladen 1996.

Barthelmes, J./Sander, E.: *Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-Jährige. Medienerfahrungen von Jugendlichen.* Band 1. München 1997.

Barthelmes, J./Sander, E.: *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen.* Band 2. München 2001.

Castells, M.: *Das Informationszeitalter. Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur. Teil 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft.* Opladen 2001.

Denzin, N.: *Symbolic Interactionism and Cultural Studies. The Politics of Interpretation.* Oxford/Cambridge 1992.

Gauntlett, D.: *Media, Gender and Identity. An Introduction.* London/New York 2002.

Hoffmann, D.: *Attraktion und Faszination Medien. Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung.* Münster 2002.

Kellner, D.: *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern.* London/New York 1995.

Keppler, A.: *Tischgespräche. Über Formen kommunikativer Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien.* Frankfurt am Main 1994.

Klein, A.: *„Musst dich nicht schämen?“ Sexuelle Aufklärung Jugendlicher und die Bedeutung medialer Angebote.* In: tv diskurs, Ausgabe 23, (Januar 2003), S. 58–61

Krotz, F.: *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien.* Wiesbaden 2001.

Krotz, F.: *Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des Symbolischen Interaktionismus.* In: C. Winter/T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003, S. 27–48.

Lash, S.: *Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft.* In: U. Beck/A. Giddens/S. Lash: *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse.* Frankfurt am Main 1996, S. 195–286.

Mikos, L.: *Erinnerung, Populärkultur und Lebensentwurf. Identität in der multimedialen Gesellschaft.* In: *Medien Praktisch*, 23/1999/1, S. 4–8.

Mikos, L.: *Wertekonservatismus und moralische Diskussionen in Daily Talks.* In: C. Gerhards/R. Möhrmann (Hrsg.): *Daily Talkshows. Untersuchungen zu einem umstrittenen TV-Format.* Frankfurt am Main 2002, S. 63–83.

Mikos, L.: *Aspekte mediatisierter Identität. Risiken öffentlicher Selbstdarstellung im Fernsehen.* In: C. Winter/T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003, S. 309–327.

Mikos, L.: *Medienhandeln im Alltag – Alltagshandeln mit Medienbezug.* In: U. Hasebrink/L. Mikos/E. Prommer (Hrsg.): *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen.* München 2004a, S. 21–40.

Mikos, L.: *Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz.* In: D. Hoffmann/H. Merckens (Hrsg.): *Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung.* Weinheim/München 2004b, S. 157–171.

Paus-Haase, I.: *Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten.* Opladen/Wiesbaden 1998.

Schmidt, A.: *Doing peer-group. Die interaktive Konstitution jugendlicher Gruppenpraxis.* Frankfurt am Main 2004.

Thomas, T.: *Deutsch-Stunden. Zur Konstruktion nationaler Identität im Fernsehtalk.* Frankfurt am Main 2003.

Vollbrecht, R.: *Aufwachsen in Medienwelten.* In: K. Fritz/S. Sting/R. Vollbrecht (Hrsg.): *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten.* Opladen 2003, S. 13–24.

Winter, C./T. Thomas/A. Hepp (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur.* Köln 2003.

Dagmar Hoffmann, Florian Krauß und Maren Gäbel

Erotische Körperinszenierungen

Lesarten von 16- bis 18-jährigen Jugendlichen

Anmerkungen:

1

Stolle, O./Wewer, A.:
Prima Porno. In: NEON,
Ausgabe Juli/August 2005,
S. 68–74.

2

Die Rezeption des Musikclips *Call on me* von Eric Prydz und die Beiträge der Boulevardmagazine *taff* und *Blitz* sind nachzulesen in *TelevIZion*, 18/2005/1, S. 55–59.

„Nicht nur zu Hause still und heimlich wird Sex konsumiert. Pornographie ist überall“, heißt es in der Zeitschrift NEON im Juli/August 2005 zum Thema „Prima Porno“ (S. 70). Berichtet wird über den selbstverständlichen Konsum von Pornofilmen durch Twens, die Pornofilmrezeption für unverzichtbar halten. Da man Pornofilme häufig als frauenfeindlich einstufe, diffamiere man diejenigen, die sie gucken. Das Bedürfnis und der Konsum von Pornographie sei nicht verwerflich, bedauerlich – so die Autoren – ist vielmehr die schlechte Qualität und das fehlende Niveau. Schade sei, dass man in Deutschland so wenig Pornos im Fernsehen zu sehen bekäme und der Jugendschutz so streng gehandhabt werde¹. Mit diesen Aussagen ist im Prinzip die Forderung nach der Veralltäglichsung von Pornographie verknüpft, die aber vielleicht doch nicht von allen jungen Menschen so geteilt wird. Insbesondere ist fraglich, ob Jugendliche tatsächlich Darstellungen von Sexualität im Fernsehprogramm sehen möchten. Vielleicht macht es auch einen Unterschied, ob Sex über das Internet geordert, über DVD oder im Kino gesehen oder aber über das Fernsehen distribuiert wird (vgl. Eckert u. a. 1991). Sexualität ist im Jugendalter trotz aller Kommerzialisierung und Entmys-

tifizierung (vgl. Schmidt 2005; Sigusch 2005) eine sehr persönliche Angelegenheit, und Jugendliche zeigen sich auch recht empfindsam, wenn es um Intimitäten, um ihre Geschlechtsidentität und ihr Körper selbstkonzept geht (vgl. Hoffmann 2005). Die folgende Untersuchung geht der Frage nach, ob Jugendliche einen verschärften Blick auf mediale Inszenierungen von Sexualität haben und wie sie das, was im Spätabend- und Nachtprogramm des Fernsehens an Erotik und Sex zu sehen ist, erleben und bewerten. Insbesondere interessieren wir uns für die Einstellungen von Jugendlichen zu den Körperpräsentationen und -inszenierungen in Werbespots bzw. Dauerwerbesendungen sowie in Erotikfilmen.

Fokussierte Interviews mit 16- bis 18-jährigen Jugendlichen

Für unsere Untersuchung, die in einen komplexen mediensoziologischen Forschungszusammenhang eingebettet ist, befragten wir in 30 fokussierten Einzelinterviews in der Zeit von November 2004 bis März 2005 an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg 15 weibliche und 15

männliche Jugendliche im Alter von 16 bis 18 Jahren. Den Jugendlichen wurden insgesamt zwölf verschiedene Filmsequenzen präsentiert, darunter ein Musikvideo, Werbung sowie Ausschnitte aus Boulevardmagazinen², auch Ausschnitte aus Studentenfilmen, verschiedene Szenen aus Kinofilmen sowie ein Mitschnitt aus einer Live-Brust-Operation. Ziel war es, ein möglichst breites Spektrum an Genres und Stilen den Jugendlichen zu präsentieren. Die hier zu thematisierenden Sequenzen der Werbesendungen und eine Sequenz aus dem Spielfilm *Show Girls* wurden den Jugendlichen zum Ende des Interviews vorgeführt. Die Jugendlichen aus dem Raum Berlin-Brandenburg waren thematisch nicht auf das Gezeigte vorbereitet worden. Allerdings ahnten einige, was auf sie zukommen würde, da die unter 18-Jährigen eine Einverständniserklärung der Eltern mitbringen mussten. In dieser wurde darauf hingewiesen, dass die Teilnehmenden Filmsequenzen zu sehen bekämen, die eine Altersfreigabe ab 16 Jahren bekommen hätten.

Die Jugendlichen wurden jeweils von einem gleichgeschlechtlichen Interviewer in einer der Videovorführungen der Hochschule befragt. Die Interviewerin war zum Befragungszeitpunkt sieben bzw. maximal neun Jahre älter als die befragten Mädchen, der Interviewer neun bis maximal elf Jahre älter als die Jungen. Von ihren Erfahrungen, von der Ansprache und vom Sprachjargon schienen beide ausreichend nah an der Alltags- und Lebenswelt der Jugendlichen zu sein, was sich auch bewahrheitete, indem nur wenige Befragte im Interview auf Distanz gingen. Die gleichgeschlechtliche Befragungssituation hielten wir für vorteilhaft, weil die meisten Heranwachsenden über Fragen des eigenen sexuellen Erlebens und Empfindens lieber mit gleichermaßen „Betroffenen“ sprechen und dies ungern mit Personen des anderen Geschlechts verhandeln. Dies zeigte sich auch in den Antworten der Jungen, die bei Szenen mit explizit sexuellem Inhalt angaben, dass sie sich diese eher nicht mit Mädchen ansehen würden.

Die drei Sequenzen, die den Jugendlichen gegen Ende des Interviews, das zwischen 60 und 100 Minuten dauerte, gezeigt wurden, werden im Folgenden kurz beschrieben:



0190

Bei den sogenannten „0190-Nummern“ handelt es sich um Werbesendungen für verschiedene Telefonsex-Hotlines, die nach 22.00 Uhr in den privaten Fernsehprogrammen geschaltet werden. Dabei werden meist frech-frivole Mädchen bzw. Frauen in eindeutigen Posen gezeigt. Wir führten den Jugendlichen eine 53 Sekunden dauernde Sequenz vor, in der sich eine junge Frau (etwa Anfang 20), nur mit einem weißen String bekleidet, auf einem Sofa räkelt. Sie flirtet quasi mit dem Zuschauer durch die Kamera hindurch, lächelt ihn an, berührt und streichelt dabei ihren Körper. Im weiteren Verlauf des Spots bewegt sie sich lasziv auf dem Sofa, indem sie ihr Becken leicht vor- und zurückschiebt und damit einen Geschlechtsakt andeutet. Im Off wird der folgende Text gesprochen: „Hier gibt es Spaß mit süßen Girls, ruf an [...]. Du darfst auch nur lauschen [...]. Verführe schüchterne Girls [...].“

DSF-Sportclip

Das Deutsche Sportfernsehen präsentiert ab 24.00 Uhr sogenannte *Sportclips*, in denen sich Frauen (eine oder mehrere) an vermeintlichen Sportgeräten oder in einem sportlichen Umfeld meist entkleiden bzw. autoerotisch zu populärer Musik bewegen. Ein Clip dauert wenige Minuten, die Sendung zwischen 30 und 45 Minuten. In der gezeigten Sequenz von 1:45 Minuten sieht man eine dunkelhäutige, kaum bekleidete Frau, die sich auf einem Abschlagplatz eines Baseballfelds rhythmisch zur Musik bewegt. Im Laufe des Spots zieht sie ihre Hot Pants aus, unter denen sich ein weißer String befindet. Sie benutzt beim Tanzen einen Baseballschläger, um sich darauf zu stützen und um ihn herumzutanzten. Die Sequenz endet in dem Moment, wo die Tänzerin den BH-Träger abstreift und eine Brust zu sehen ist, die sie zärtlich streichelt. Die Kamera ist ständig in Bewegung und zeigt auch Detailaufnahmen von Po und Brust.

Show Girls

Die dritte Sequenz stammt aus dem Erotikfilm *Show Girls* von Paul Verhoeven (1995) mit einer Altersfreigabe ab 16 Jahren. Er wurde hier stellvertretend für Filme gewählt, die erst ab 22.00 Uhr im Fernsehen gezeigt werden dürfen. Erzählt wird die Geschichte der attraktiven, jungen Nomi, die vor ihrer Vergangenheit flüchtet

und ihre Chance am Las Vegas Strip sucht. Sie nimmt einen Job als erotische Tänzerin bzw. „Lap Dancer“ an. Die Sequenz (2:40 Minuten) zeigt die Tänzerin, wie sie, ausschließlich mit einem String und High Heels bekleidet, einen im Sessel sitzenden Mann durch ihren Tanz sexuell erregt. Der Lap Dance wird von einer Frau – vermutlich der des Mannes – beobachtet, die die Leistung auch letztlich bezahlt. Im Laufe ihrer „Arbeit“ lässt die Tänzerin ihren String fallen. Man sieht, wie sie im Genitalbereich rasiert ist. Die Tänzerin hat ein vielfältiges Repertoire von Stimulanzen, leckt z. B. an ihrer Brustwarze, bewegt ihr Becken auf dem Schoß des bekleideten Mannes, reibt sich an ihm, um ihn so zum Höhepunkt zu bringen.

Lesarten und Reflexionen der weiblichen Interviewteilnehmer

Die Interviewteilnehmerinnen zeigten sich überwiegend recht aufgeschlossen dem Thema gegenüber. Insgesamt bewerteten die Schülerinnen die gezeigten Beiträge jedoch recht unterschiedlich. Die Beurteilungen reichten von stimulierend bis ekelnerregend. Die Auswertungen der Interviews lassen erkennen, dass weniger das Alter der weiblichen Teilnehmer ausschlaggebend ist für ihre Beredsamkeit und Reflektiertheit. Vielmehr macht sich an der sexuellen Erfahrung der Schülerinnen fest, inwieweit sie bereit sind, sich auf das Thema einzulassen. So zeigte sich eine 16-jährige Jugendliche, die bereits seit zwei Jahren eine Beziehung hat, toleranter in ihren Antworten als eine 18-jährige Jugendliche, die sich offensichtlich für ihr Single-dasein schämte. Im Gegensatz zu den Jungen antworteten die Mädchen recht emotional. Sie äußerten im Interview neben ihrer Meinung auch offen ihre Gefühle und Ängste. Es ist zu vermuten, dass der anonyme Rahmen zu ihrer Aufgeschlossenheit beigetragen hat. Primär nahmen die Teilnehmerinnen einen persönlichen Standpunkt ein, aber es beschäftigte sie auch die Frage, wie andere Jugendliche darüber denken und fühlen könnten. Teilweise zeigten sich die Mädchen besorgt über eine von ihnen wahrgenommene „Enttabuisierung“ und „Erotisierung“ des Lebensalltags. So wurde beispielsweise kritisiert, dass nackte Haut in immer mehr Musikvideos eine wichtige Rolle spielt. Auch dass erotische Darstellungen verkaufsfördernd wirken, wurde verurteilt. Dass Frauen in den Medien als Sex- und Lustobjekte präsentiert und darauf

reduziert werden, empörte einige Mädchen. Überhaupt wird die Tatsache moniert, dass es meistens Frauen sind, die sich entblößen und zu viel Haut zeigen. Leicht bekleidete Frauen oder eine Kameraeinstellung hingegen, die noch Raum für Phantasie lässt, wurden begrüßt.

Die Darstellungen von Körperlichkeiten mit eindeutigen Posen in einem kommerziellen Kontext wurden allgemein negativ bewertet. So fand die 18-jährige Kathrin³ den 0190-Spot „obszön“, vor allem „das Mädchen auf der Couch, wie sie sich ausgezogen hat, ihre Unterwäsche, ihre Geräusche. Also für mich ist das immer so, dass es mir zu weit geht, dass ich das von anderen wissen will. Das will ich vielleicht selber erleben oder ... aber ich will das von anderen einfach nicht sehen, das finde ich befremdlich und das möchte ich ... nicht wissen. [...] Also, dass der Sex so extrem angedeutet wird, dass die da fast auf der Couch so mit sich selber Freude hatte, also [...] das war mir irgendwie zu viel. Also man sollte ja sehen, dass die so völlig aus sich rausgeht und sich fast nicht mehr unter Kontrolle hat vor Erregung, und das ist mir ... das finde ich viel zu viel.“ Ohne Ausnahme stieß die erste Sequenz bei den Mädchen auf Ablehnung. Einige Schülerinnen spekulierten darüber, was Männern wohl an diesem Werbespot gefällt. Denn dass diese Spots nicht für Frauen produziert würden, darüber waren sich alle einig. Solveig, 17 Jahre, distanziert sich zu 0190-Spots, gibt aber zu, sich diese anzusehen: „Wenn ich im Fernsehen durchschalte und ich sehe so was, dann gucke ich mir das eigentlich nur an, weil ich es einfach total dämlich finde! Weil ich es nicht fassen kann, wie man so einen Scheiß machen kann! Also für mich war das kein bisschen erotisch, im Gegenteil. Ich mache mich über so was immer eher lustig. Ich kann auch die Frau nicht verstehen – wie kann die nur so was machen?“ Offensichtlich verhandeln weibliche Jugendliche in der Auseinandersetzung mit den Clips von Sex-Hotlines einen Teil ihrer Geschlechtsidentität, indem sie die junge „Darstellerin“ noch ihrer eigenen Altersstufe zu rechnen und ihren Job und ihre Rolle als Frau stark in Frage stellen. So auch Marie, ebenfalls 17 Jahre: „Also, ich persönlich, ähm, find’s, ähm, nicht so toll, dass sich junge Mädels da vor die Kamera stellen und für so was Werbung machen und... [...] Also ich könnt’s mir gar nicht vorstellen, so was zu machen. Einfach aus dem Grund, die sind ein bisschen älter als ich und die geben sich für so was her, wirklich halbnackt vor

3 Die Namen der Interviewteilernehmer und -teilnehmerinnen wurden geändert.



der Kamera zu posieren, um da halt irgendwelchen Männern da, ähm, diese, ähm, Sex-Hotline schmackhaft zu machen.“

Die Sendung *DSF-Sportclip* war den wenigsten Teilnehmerinnen bekannt. Der Clip fand insgesamt eine größere Akzeptanz als der 0190-Spot, weil nach Ansicht der Befragten Sex hier nicht so sehr kommerzialisiert würde. So meinte z. B. Kathrin: „[...] die Betonung lag erst mal auf ihrem schönen Körper, dass der gezeigt wurde, was ich auch nicht unästhetisch fand, der sah wirklich schön aus.“ Die meisten Mädchen sind auch hier der Meinung, dass diese Art von Clips für das männliche Publikum gemacht ist und Männer das gut finden: „Ist ja nicht so das Alltägliche, dass man eine Frau auf einem Baseballplatz sieht, die sich da so bewegt und sich auszieht und selbst, wenn man selbst eine Freundin hat oder eine Frau, die macht das ja sicherlich auch nicht täglich. Also, da ist dann mehr vielleicht der Alltag drin und dann ist so was mal Abwechslung, so eine Frau auf dem Sportplatz“ (Sabrina, 18 Jahre). Die 17-jährige Alina beschreibt die Situation der männlichen Rezipienten so: „Jeder Mensch hat seine Schwächen. Und Männer haben die Schwäche, dass sie sich gerne schöne nackte Frauen angucken. Das wird hier ausgenutzt. Und das finde ich von den Medien in dieser Art und Weise nicht okay.“ Auf die Frage, ob Männer durch solche Beiträge im Fernsehen stimuliert werden, antwortet die 16-jährige Sibylle: „Ich selbst kann's mir immer nicht vorstellen, dass man jetzt nur von Bildern oder irgendwie so... Ja, dass einen das antörnt oder irgendwie so, aber... Ich denke, aus Gesprächen, die ich geführt habe, glaube ich schon, dass es so ist bei den Männern.“ Ihr passiert das eher selten, dass sie durch solche Darstellungen erregt wird, lediglich wenn eine zwischenmenschliche Beziehung dargestellt wird „[...] dass man da vielleicht denkt, oh, das sieht schön aus oder so, aber so einer alleine, nee.“

Die interviewten Mädchen akzeptieren mediale Körperinszenierungen und Darstellungen von Sexualität am ehesten, wenn sie im Zusammenhang mit einer Liebesbeziehung stehen. Der Ausschnitt aus dem Film *Show Girls* wurde entsprechend positiv bewertet, weil die Szene offensichtlich in eine Dramaturgie eingebettet ist, die eine Beziehung zwischen Mann und Frau thematisiert. Mehrheitlich hat der Ausschnitt die jungen Frauen neugierig auf den Spielfilm gemacht. Die wenigsten würden allerdings den Film im Fernsehen weitergucken, wenn sich die

Handlung des Films ausschließlich aus solchen Sexdarstellungen speisen würde. Für Sabrina war allerdings zu viel zu sehen: „Also ich finde, den Tanga hätte sie noch anlassen können. [...] Weil: Ist ja unten nun mal nicht viel Stoff und hätte dieselbe Wirkung gehabt, vielleicht eine bessere sogar, wenn man nicht so ganz weiß, was so alles da ist und ja, wie sie sich eben bewegt hat, wie sie auf ihm drauf saß und wirklich so hinten runter mit den Haaren so immer wieder auf den Boden geschlagen ... so wirklich heftig die Bewegungen eben, so doll, so extrem eben. Ein bisschen weniger hätte es auch getan, wäre glaub ich, auch erotisch.“ Gefragt danach, ob Jugendliche so etwas allgemein sehen wollen, antwortet Solveig mit Bezug auf die gesehene Sequenz: „Es kommt immer drauf an, wie man erzogen worden ist und wie man selber drauf ist. Ob man ein offener Mensch ist. Und manche gucken sich das ja auch an und sagen: ‚O Gott!‘ Aber innerlich schauen sie doch noch hin, weil sie es irgendwie sehen wollen. Die sind total verklemmt und wollen nicht dazu stehen, dass sie so was gucken wollen.“

Lesarten und Reflexionen der männlichen Interviewteilnehmer

Die männlichen Jugendlichen äußerten sich z. T. sehr indifferent zu den vorgeführten Film- und TV-Sequenzen, weshalb nur schwer allgemeine Tendenzen anhand ihrer Aussagen auszumachen sind. Nach Auswertung der 15 Interviews lässt sich festhalten, dass ein Altersunterschied von wenigen Jahren im Jugendalter für die Rezeption von inszenierten Körperlichkeiten und Sexualität eine große Rolle zu spielen scheint. Den älteren Jungen fiel es deutlich leichter, über das Thema „Sexualität“ zu sprechen als den jüngeren Jugendlichen. Ebenso schienen die Jungen offener und reflektierter, wenn sie bereits eigene sexuelle Erfahrungen gemacht hatten. Es war auch zu beobachten, dass viele Jungen sehr bemüht waren, „cool“, erwachsen und reif zu wirken. Entsprechend kommentierte etwa der 16-jährige Daniel die 0190-Sex-Hotline: „Wenn man jünger ist, hat man mehr Interesse daran. Wenn man 12, 13 oder vielleicht auch früher 11 so war, dann findet man das: Ah toll, nackte Frauen und so! Dann ist man neugierig, wie das aussieht und man interessiert sich mehr dafür. Ich habe jetzt meine Freundin, das reicht mir dann auch. Ich weiß Bescheid, was soll ich mir irgendwelche Frauen angucken, die sich für

10 Euro da mal ausziehen oder so.“ Die Werbung für die 0190-Nummer wurde von den Jungen fast durchgehend negativ bewertet (wie Sex-Hotlines im Allgemeinen). Oft wurde argumentiert, dass das ganze „Verarsche“ sei und das Mädchen gezwungen aussehe. Der 18-jährige Ralf findet, dass das Mädchen „billig und flittchenhaft“ wirkt: „Na, dieses In-die-Kamera-Lächeln und dieses ganze Drumherum, das hat mir das Gefühl gegeben, dass das nicht ehrlich war, dass das nur für diese Sendung und für dieses... für diesen Veranstalter dort gemacht wurde. Also für den Fernsehsender... Und überhaupt nur, um zu verkaufen.“

Ebenso wie die weiblichen Jugendlichen bewerten auch die männlichen den *DSF-Sportclip* weitaus wohlwollender als die 0190-Werbung. Die Jungen sind sich bewusst, dass solche Clips explizit sie und ihre Geschlechtsgenossen ansprechen sollen. Sebastian, 17 Jahre, kommentiert den Ausschnitt wie folgt: „Es gibt ja diesen bekannten Werbespruch: Sex sells, und so wird es wahrscheinlich auch sein. Man ist darauf fixiert und dadurch zieht man halt schnell die Aufmerksamkeit auf sich oder auf das, was man halt zeigen will. Also wenn ich jetzt eine Cola-Dose hinstelle, dann guckt da wahrscheinlich keiner hin, und wenn ich da eine Cola-Dose hinstelle und dahinter noch eine nackte Frau, dann guckt man zuerst mal auf die nackte Frau und sieht dann noch die Cola-Dose [...]“. Auf die Frage, ob andere Jugendliche sich das wohl gerne ansehen, antwortet er: „[...] vielleicht, aber dann werden sie es nicht zugeben. Weil man ja dann auch gepiesackt wird und geoutet und dann häh und... Ja, ich denke, da gibt es etliche, die so was gut finden. [...] Mädchen gucken sich so etwas weniger an... bis gar nicht. Weil die das nicht so interessant finden, irgendwie eine nackte Frau zu sehen, weil die wissen ja, wie sie selber aussehen, sehen sich jeden Tag. Und in solchen Filmen werden ja meistens nur Frauen gezeigt, weniger Männer, und da denke ich, steckt nicht das Interesse hinter.“ Gemeinsam mit seiner Freundin würde er sich den Clip nicht angucken: „Da ich ja dann meine Freundin neben mir habe [lacht], brauche ich mir ja keine nackten Personen irgendwie so anschauen.“

Viele Jungen sagten, dass sie der Ausschnitt aus *Show Girls* fasziniert habe. Sie betonten zugleich, dass es sich nicht um einen Porno-, sondern um einen Spielfilm handele. Sie verwiesen auf die Rahmenhandlung, die sie vermuteten. So äußert sich beispielsweise Daniel, 16 Jahre



4

Sigusch zitiert von Ira Schaible (dpa) in einem Beitrag „Asexualität im Trend“ vom 9. Juni 2005 bei n-tv anlässlich des Erscheinens des Buches *Neosexualitäten*. Dokumentiert unter <http://www.n-tv.de/541870.html> [Zugriff 29.8.2005].

Literatur:

Eckert, R./Vogelgesang, W./Wetzstein, T. A./Winter, R.:

Grauen und Lust – Die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum. Pfaffenweiler 1991.

Hoffmann, D.:

Körpererfahrungen, Sexualität und Geschlechtsidentität – Jugendliche auf der Suche nach der Norm, dem Ideal und nach sich selbst. In: H. Merckens/J. Zinnecker (Hrsg.): *Jahrbuch Jugendforschung 5/2005.* Wiesbaden 2005, S. 199–218.

Schmidt, G.:

DerDieDas. Über die Modernisierung des Sexuellen. Gießen 2005, 2. Auflage.

Sigusch, V.:

Neosexualitäten. Über den kulturellen Wandel von Liebe und Perversion. Frankfurt am Main 2005.

alt: „Der letzte Ausschnitt hat mir gefallen. Ich gucke mir gern so Spielfilme an, wo solche Szenen vorkommen, das war auch keine Billigproduktion. Würde ich mir ansehen, ist ja kein Pornofilm. Man sieht ja nicht alles.“ Auch der 16-jährige Henning würde sich den Film gerne angucken: „Aber um Ihre Frage zu beantworten: Ja, ich würd’ mir so was angucken. Weil, es scheint ja aber auch mehr irgendwie ein Actionfilm oder so zu sein, weil da wirklich nicht weiter darauf eingegangen wurde, oder ein Thriller.“ Der 16 Jahre alte Tim hingegen bildet eher eine Ausnahme, wenn er den Sexismus der verschiedenen Ausschnitte kritisiert: „Na, ich fand’s ein bisschen... geschmacklos. Weil: Manchmal werden Frauen dargestellt als... als, sag ich mal, Objekt... von Männern, die... als Spielzeuge dargestellt werden, wo die Männer sich dran erfreuen können und dann noch da anrufen und die dann genau das tun, was die wollen. Und da wird so der Wille aufgezwungen und das finde ich nicht gut, weil: Ich glaube manchmal, da werden doch die Rechte der Frauen manchmal doch verletzt, indem man so was zeigt. Sie werden ja als Marionetten dargestellt, da wird wirklich bloß der Körper betrachtet... und so eine Art Showobjekt, was ich nicht so toll finde.“ Seiner Ansicht nach sollte eine Frau so dargestellt werden, „wie sie es gerne haben möchte [...], dass zum Beispiel nicht bei einem Pornodreh der Regisseur sagt, du machst das und das und wenn nicht, fliegst du raus, sondern dass die Frau selber entscheiden kann, was sie macht und was nicht, dass sie ihren eigenen Willen da noch hat und selber sagen kann, das kommt mir nicht in die Tüte [...]. Aber so weiß ich nicht... Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass die sich dabei wohl fühlen, was die da machen.“ Den Filmausschnitt aus *Show Girls* findet er „pervers“, weil: „Das hat nicht mehr wirklich was mit Liebe zu tun, das ist einfach bloß so eine Show“.

Viele der Jungen gingen auch in den Interviews auf Distanz und redeten nicht unmittelbar über sich selbst, sondern verwendeten statt der ersten Person die Formulierung „man“ und sprachen mit Hilfe des Konjunktivs über Dinge, die möglicherweise der Fall sein könnten. Einigen männlichen Jugendlichen fiel es sichtlich schwer, sich klar zur Rezeption von erotischen Ausschnitten zu bekennen und relativierten Bemerkungen, die ausschließlich positiv gewertet werden könnten.

Fazit

Unsere Auswertungen weisen darauf hin, dass für viele Jugendliche mediale Inszenierungen von nackten Körpern und von Sexualität weitgehend normale Phänomene sind, die sie im Alltag wenig in Frage stellen. Viele der Interviewteilerinnen und -teilnehmer sagten am Ende des Interviews, dass sie sich nie zuvor ernsthaft mit der Akzeptanz von Körperlichkeiten und Sexualität in Film und Fernsehen auseinandergesetzt hätten. Die 16-jährige Sibylle erklärt sich das so: „Irgendwie ist man schon durch die Medien... also irgendwie ist das schon so normal geworden [...]... ist nichts mehr so der Schocker [...]. Also im Prinzip finde ich, in der heutigen Gesellschaft ist man schon so ziemlich vorbereitet auf alles [...]. Deshalb würde ich eigentlich sagen, könnte ich mir alles angucken irgendwie so.“ Das oftmals kritisierte „tägliche Bombardement der Sexualisierung“⁴ verwirrt eigentlich kaum jemanden und stößt auch nicht prinzipiell ab. Jungen stören sich weniger an der Quantität, sondern eher an der Qualität der Darstellungen. Mädchen kritisieren das ungleiche Geschlechterverhältnis, d. h. die Dominanz von weiblichen Körpern. Wenn also bei Jugendlichen mediale Körperinszenierungen ins Bewusstsein gerufen werden, dann differenzieren sie genau und wägen ab, was für sie akzeptabel, schambefahet, was moralisch-ethisch grenzwertig und eventuell sexistisch ist. Die von uns befragten Jugendlichen akzeptieren den Jugendmedienschutz im Fernsehen weitgehend und melden keinen Mehrbedarf an sexuellen Inhalten an. Eher sorgen sich sowohl die Jungen als auch die Mädchen um die jüngeren Jugendlichen, die schon genug inszenierte Erotik und Sexualität zu sehen bekämen, wobei sie ihre eigene Rezeption in dem frühen Alter nicht problematisieren.

Dr. Dagmar Hoffmann ist wissenschaftliche Assistentin im Studiengang AV-Medienwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf«, Potsdam-Babelsberg.

Florian Krauß und Maren Gäbel sind Studierende dieses Studiengangs.



Sara Bragg
David Buckingham

„If they're happy they're happy ...“

Wie Heranwachsende in Großbritannien mit Darstellungen von Liebe und Sexualität in den Medien umgehen

Es wird oft beklagt, dass Kinder heutzutage viel zu früh erwachsen würden und die kindliche Unschuld – wenn nicht gar die Kindheit selbst – verloren gegangen sei. Die „Sexualisierung“ von Kindern setze in viel zu jungem Alter ein. Für diesen Verlust der Kindheit werden, zumindest in Großbritannien, die Konsumgesellschaft im Allgemeinen und insbesondere die Medien verantwortlich gemacht.

Es gibt aber auch andere Stimmen: Mit dem Hinweis auf steigende Zahlen von Schwangerschaften und von sexuell übertragbaren Krankheiten bei Teenagern in Großbritannien fordern vor allem Sexualpädagogen und Jugendschutzbeauftragte mehr statt weniger Aufklärung in Fragen der Sexualität. Doch selbst in diesem Zusammenhang werden die Medien in aller Regel als Quellen der Fehlinformation, grober Klischees und schlechter Vorbilder angeprangert, in denen ein „schädlicher Lebensstil“ propagiert werde. Kurz gesagt: Wenn es um die Entwicklung der sexuellen Identität von Kindern und Jugendlichen und um sexuelle Aufklärung geht, haben die Medien eher einen schlechten Ruf. Nur selten wird überhaupt in Erwägung gezogen, dass sie auch einen positiven Beitrag dazu leisten können.

In diesen Debatten kommen Kinder und Jugendliche selbst kaum zu Wort. Erklärtes Ziel unseres Forschungsprojekts *Kinder, Medien und Beziehungen* (2001–2003) war es deshalb, herauszufinden, was Kinder und Jugendliche eigentlich selbst zu diesem Thema zu sagen haben. Die unter der Leitung von David Buckingham am Forschungszentrum für Kinder, Jugend und Medien am Institute of Education in London durchgeführte Untersuchung wurde von einem Konsortium von Regulationsbehörden gefördert: der Advertising Standards Authority (ASA), dem British Board of Film Classification (BBFC), der British Broadcasting Corporation (BBC), der Broadcasting Standards Commission (BSC) und der Independent Television Commission (ITC). Im Rahmen der Studie interviewten wir 120 Kinder und Jugendliche im Alter von 9 bis 17 Jahren sowie 60 Eltern persönlich und befragten über 800 Jugendliche in den Altersstufen 10, 12 und 14 schriftlich. Zusätzlich wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, Tagebücher bzw. „Einklebebücher“ zu führen, damit sie neben den Interviews auch auf eigene Themen zu sprechen kommen und eigene Beiträge zur Debatte formulieren konnten (vgl. Buckingham/Bragg 2003, 2004).

Medien sind Informationsquellen über Sexualität

Ausgangspunkt unserer Studie war die These, dass die Medien nicht als Quellen der Fehlinformation oder Unterdrückung zu betrachten sind, sondern als komplexe, vielschichtige Hilfsmittel, die zu einem besseren Verständnis der Welt beitragen. Im Laufe der Studie ergab sich im Zusammenhang mit dem Thema „Geschlechteridentität und Medien“ als weitere Fragestellung, ob sich unter dem medialen Einfluss Anzeichen für die Entstehung neuer, anderer Moralvorstellungen bzw. Identitäten von Jugendlichen beobachten lassen.

Die öffentliche Debatte über den schädlichen Einfluss der Medien war allen Teilnehmern an unserer Studie durchaus vertraut. Gelegentlich bedienten sie sich auch geläufiger Argumente aus dieser Debatte, etwa wenn sie über bestimmte Medienfiguren sagten, sie seien „keine guten Vorbilder“ (allerdings immer nur für Jüngere, nie für sie selbst). Meist aber entwickelten die Jugendlichen einen „Gegendiskurs“, der dem von den Erwachsenen entworfenen Bild ihrer Schutzbedürftigkeit widersprach. Sie gaben sich weitaus kompetenter

und „gerissener“ im Umgang mit Sexualität und den Medien als Erwachsene ihnen zutrauen. Stellvertretend dafür kann die Äußerung der 14-jährigen Krystal stehen: „Unsere Eltern würden auf der Stelle tot umfallen, wenn sie auch nur die Hälfte von dem mitkriegen würden, worüber Kinder sprechen!“

Unsere Ergebnisse liefern einen Hinweis darauf, dass Kinder und Jugendliche in der Tat häufig mit Darstellungen von Sexualität in den Medien in Berührung kommen. Allerdings lassen sich davon nur relativ wenige als „explizite“ Darstellungen sexueller Aktivitäten bezeichnen. Außerdem verstanden die Jugendlichen die „Botschaften“ dieser Darstellungen auch auf vielfältigste, gelegentlich sogar auf widersprüchliche Weise. Vor allem jüngere Kinder bemerkten sexuelle Anspielungen oder Anzüglichkeiten nicht oder missverstanden sie, was natürlich die Frage aufwirft, inwiefern sie dann dadurch überhaupt zu beeinflussen sind. Entgegen der landläufigen Ansicht, Kinder und Jugendliche seien leichtgläubige Medienkonsumenten, denen es an Urteilsfähigkeit mangle, zeigten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an unserer Studie bei der Interpretation von sexuellen Inhalten eine große Bandbreite an analytischen Fähigkeiten und kritischen Herangehensweisen, die mit zunehmendem Alter und wachsender Medienerfahrung stiegen. Mit sichtlichem Vergnügen bedienten sie sich oft ihrer Medienkenntnis und -kompetenz, um komplizierte Argumente und facettenreiche Identitäten unter Beweis zu stellen.

Als Informationsquellen über Sexualität wurden die Medien von den Jugendlichen äußerst positiv beurteilt. Ihnen wurde ein höherer Informationswert, geringere Peinlichkeit und bessere Vertrautheit mit den eigenen Bedürfnissen und Sorgen bescheinigt als den Eltern oder dem Sexualkundeunterricht in der Schule. Unverhohlene Belehrungsversuche über Sexualität in den Medien stießen allerdings bei den Jugendlichen auf Ablehnung und Ratschläge (etwa auf Ratgeberseiten oder in Talkshows) eher auf Skepsis. Vorschriften und Maßnahmen zur Regulierung ihres Medienkonsums hielten die Schülerinnen und Schüler für überflüssig. Ihr Argument lautete, es gebe bereits genügend gesetzliche Regelungen, die ihnen eine Abschätzung der vermutlichen Inhalte ermöglichten (z. B. dass es im Spätabendprogramm explizitere Darstellungen von Sexualität gibt als am frühen Abend), und sie



würden ihre Entscheidung lieber selbst treffen. Medien, die sie für unangemessen hielten, würden sie auch nicht nutzen.

Die Auseinandersetzung mit dargestellter Homosexualität

Kindern bietet der Medienkonsum eine Gelegenheit, Geschlechteridentitäten auszuprobieren und zu kontrollieren bzw. zu „zensieren“. Wenn sich die Mädchen etwa mit weiblichen Charakteren in typischen „Frauenfilmen“ identifizierten und Jungen sich über die romantischen Stellen in solchen Texten mokierten,

dann ging das über eine Interpretation von Medienprodukten hinaus und enthielt auch Elemente der „Inszenierung“ einer bestimmten Form von Weiblich- oder Männlichkeit. So gesehen ermöglichen die Medien ihnen auch die Zugehörigkeit zu bestimmten „Interpretive Communities“, d. h. sozialen Gruppen, die sich über gemeinsam geteilte Bedeutungen von Medientexten zusammenfinden. Das wurde besonders deutlich beim Thema „Homosexualität“. Alle von uns Befragten wussten mit den Kategorien „lesbisch“ und „schwul“ etwas anzufangen und sie zuzuordnen. Dabei spielte es keine Rolle, ob es um die sexuelle Orientierung

von in den Medien dargestellten Gruppen ging oder um das vermeintliche Zielpublikum für bestimmte Texte. Manche Kinder erlebten das Erkennen dieser Kategorie des „Anderen“ als eine Bedrohung: Vor allem die jüngeren männlichen Jugendlichen reagierten in Diskussionen über entsprechende Mediendarstellungen mit „Homophobie“. Sie fürchteten, allein das Betrachten solcher Darstellungen könnte sie „schwul machen“ oder behaupteten, Jungen, die sich solche Bilder anschauten, seien schwul. „Schwul“ fungierte dabei als ein Sammelbegriff zur Abwehr des als bedrohlich Empfundene und zur Kontrolle oder Zensur des eigenen Verhaltens, aber auch des Verhaltens und der Äußerungen von Mitschülern.

Ausdrückliche Zustimmung zu der Schwulen- und Lesbenbewegung und Kritik daran, dass schwule oder lesbische Paare in den Medien unterrepräsentiert seien, äußerten nur ältere Schülerinnen und Schüler aus der Mittelschicht. Wir sehen darin einen Hinweis darauf, dass ihnen diese Ansichten dazu dienten, eine „liberale“ Identität und Zugehörigkeit zu toleranten, „inklusiven“ Gemeinschaften unter Beweis zu stellen. Ihre Vorliebe für unsere Auswahl an Filmen mit homosexueller Thematik, die häufig im großstädtischen Milieu spielten, war auch ein geeignetes Mittel zur Identifikation mit einer als „cool“ empfundenen kulturellen Avantgarde in den Metropolen, der man naheifert. Allerdings benutzten sie dieses Geschmacksurteil auch, um sich von einem (imaginierten) weniger aufgeklärten und liberalen Zuschauer abzuheben (der, auch wenn das nicht immer ausdrücklich gesagt wurde, in der Regel dem Arbeitermilieu zugerechnet wurde). Daraus kann geschlossen werden, dass die Debatte heute unter umgekehrtem Vorzeichen geführt wird: Während früher jede vom Mainstream abweichende Form von Sexualität mit Hass, Angst und Spott verfolgt wurde, ist es heute eher die Arbeiterschicht, die Anfeindungen ausgesetzt ist, weil ihr Homophobie unterstellt wird. Eine Konstante ist dieser Debatte allerdings erhalten geblieben: Die Herausbildung der eigenen Identität vollzieht sich nach wie vor durch Abgrenzung von einem als unerwünscht erlebten „Anderen“.

Ein weiterer Aspekt war an der Diskussion von schwulen bzw. lesbischen Identitäten interessant: Die Frage, ob Homosexualität gemessen an vorgegebenen traditionellen Moralvorstellungen „richtig“ oder „falsch“ sei,

spielte für die Jugendlichen kaum eine Rolle. Im Vordergrund ihrer Diskussionen standen für sie Fragen der praktischen Ethik (der Arbeit an sich selbst). Eine homosexuelle Identität wurde von den Jugendlichen als angeboren betrachtet, als etwas, was man ist. Aspekte der Moral traten für sie nur insofern hinzu, als man zu seiner Sexualität, „zu dem, wie man ist“ zu stehen habe. Um glücklich und zufrieden zu werden, müsse jeder so leben, wie es zu ihm passt. So schreibt etwa bereits die 10-jährige Tina unter ein aus der Fernsehzeitung ausgeschnittenes Bild von einem lesbischen Liebespaar: „Es ist okay, dass so ein Bild in der Zeitung ist, weil die beiden glücklich sind, und darauf kommt es schließlich an.“ Demnach scheint für die Jugendlichen weniger das Befolgen moralischer Vorschriften im Vordergrund zu stehen als vielmehr die Suche nach Erfüllung der eigenen Sehnsüchte und ethische Werte wie Aufrichtigkeit, Glück und die Freiheit des Einzelnen.

Rückschlüsse auf die Reaktionen von lesbischen oder schwulen Teenagern auf Darstellungen von Liebe, Sexualität und Beziehungen lässt unsere Studie nicht zu. Keiner der von uns Befragten war bereit, sich selbst als lesbisch oder schwul zu bezeichnen. In den Gesprächen thematisierten die Jugendlichen ihre Toleranz gegenüber Menschen mit sexueller Identität, nicht aber, ob eine solche Identität auch auf sie selbst zuträfe. Die Vermutung liegt nahe, dass es nicht ganz so einfach ist, den Worten auch Taten folgen zu lassen, wie die Toleranzbekundungen der Jugendlichen erwarten lassen. Wie in der Forschung häufig angemerkt wird, legitimiert die Konsumkultur neben der Heterosexualität ein breites Spektrum an sexuellen Identitäten, Formen und Subjekten, und zwar als potentielle Zielgruppen. Im Verlauf dieses Prozesses werden Schwule und Lesben zu Objekten von Konsumentenneugier und Wissensansprüchen. Es wäre aber ein Irrtum, daraus auch schon schließen zu wollen, die sexuelle Befreiung habe eine neue Stufe erreicht und allen Menschen die Möglichkeit eröffnet, jede Form von Geschlechts- und Geschlechteridentität auch zu leben.

Konsumkultur und Geschlechteridentität

Welche Rolle die Medien und die Konsumwelt im Leben der Kinder und Jugendlichen spielen und wie groß ihre Bedeutung ist, lässt sich an den Illustrationen in ihren Einklebebüchern ablesen – Bilder von Produkten (Lippenstifte, Turnschuhe, Kleidung, Essen, Musik), von Film- und Fernsehstars, Auflistungen von „coolen“ Firmennamen usw. Unsere Datensammlung lässt den Schluss zu, dass sich Kinder und Jugendliche durch Konsum unablässig und stets aufs Neue selbst erfinden. Das hat möglicherweise für Jungen größere oder zumindest andere Auswirkungen als für Mädchen. Während junge Frauen in der Regel Konsumverhalten durchaus gewohnt sind, leitet sich für junge Männer unter Umständen daraus ein neues, von traditionellen Vorstellungen abweichendes Bild von heterosexueller Männlichkeit ab. Dazu gehört etwa die Beschäftigung mit vormals „weiblichen“ Domänen wie Mode und Einkaufen und eine Beziehung zum eigenen Körper bzw. ein Selbstverständnis, das „fließend“ ist: stets offen für neue Einflüsse, Entscheidungen, Veränderungsmaßnahmen.

Es gab aber auch Schüler, die eher dem traditionellen Männerbild entsprachen, das durch Unverwundbarkeit, Individualismus und „Allwissenheit“ gekennzeichnet ist. So bestand etwa Wesley (12) bei einem Gespräch über eine „Anleitung zum Küssen“ in einer Mädchenzeitschrift darauf, dass solche Anweisungen für Jungen überflüssig seien. „Das ist doch ein Junge!“, entrüstete er sich. „Der sollte längst wissen, wie man ein Mädchen anmacht, wie man knutscht und so was!“ Solche Männlichkeitsideale können mit der in der Konsumkultur propagierten Neudefinition des Individuums in Konflikt geraten, derzufolge der Einzelne stets verbesserungs- und ergänzungsbedürftig ist und fortwährend an sich zu arbeiten hat.

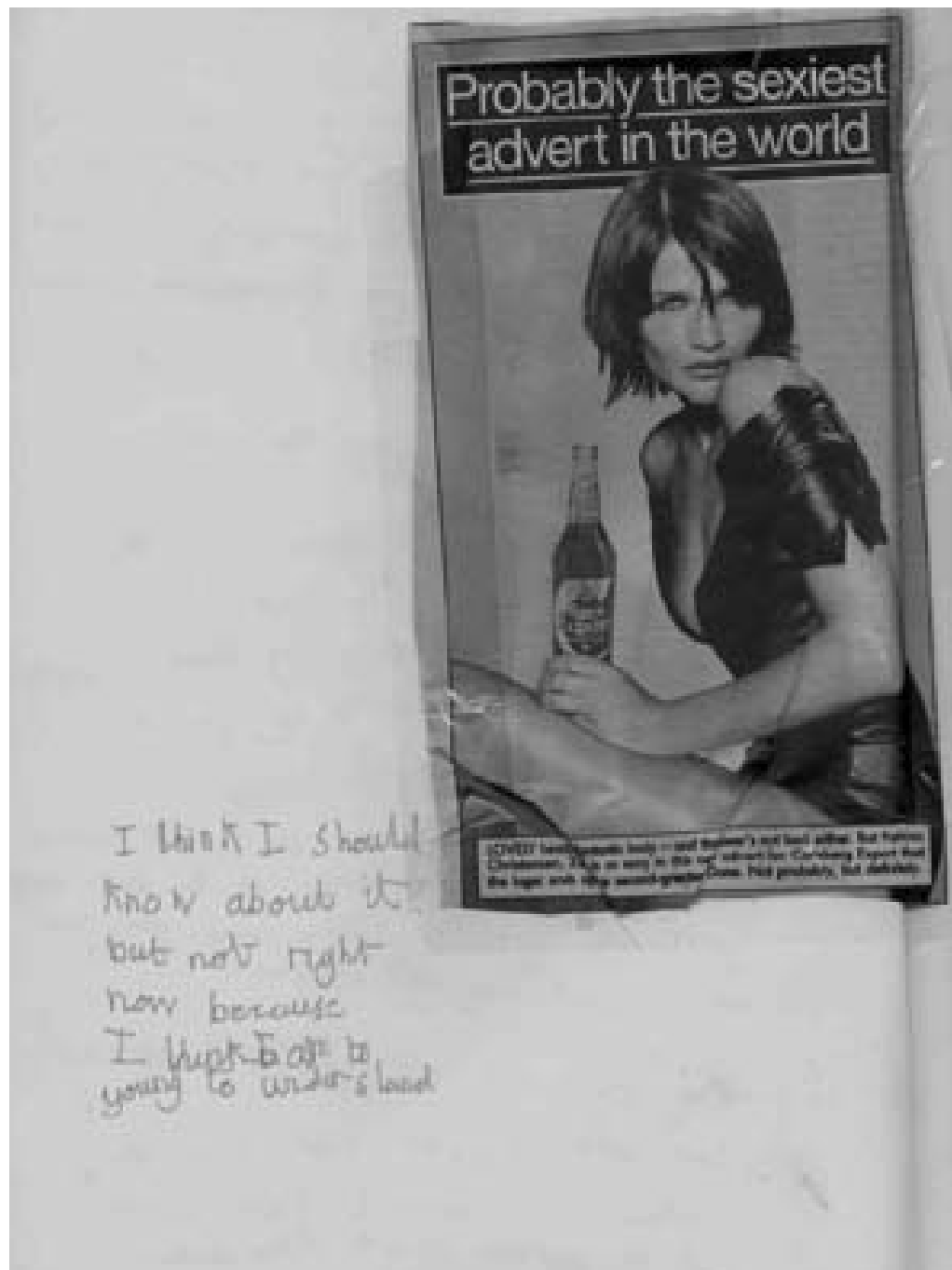
Kinder und Jugendliche, so lautet unsere These, werden von dem vielfältigen Medienkonsum nicht überwältigt. Vielmehr bedeutet die Medienkultur den Eintritt in eine Welt, die ihnen unablässig Entscheidungen abfordert – darüber, wer sie sein wollen, was sie denken sollen und für wie alt sie sich halten wollen. Die Medien spielen dabei insofern eine konstitutive Rolle, als sie Entwicklungsstufen für die Jugendlichen festlegen. Dies geschieht etwa mit Hilfe bestimmter Regulierungssysteme wie der

Eine Seite aus dem „Einklebebuch“ des 10-jährigen Will

Altersfreigabe für Filme, aber auch in der Art und Weise der Zielgruppenansprache: Die 10-jährige Rachel hielt sich etwa selbst für „ziemlich weit für mein Alter“, weil sie schon eine Zeitschrift las, von der sie glaubte, sie richte sich an Ältere. In ihrer Zielgruppenansprache von Kindern und Jugendlichen als unabhängige, autonome Persönlichkeiten stimmen die Medien mit dem Selbstverständnis der Jugendlichen überein, die diese Selbständigkeit auch durchaus für sich beanspruchen. Am treffendsten kommt das vielleicht in einem Kommentar zum Ausdruck, den der 10-jährige Will über eine „sexy“ Werbekampagne für Bier in sein Tagebuch schrieb: „Ich glaube, ich sollte so was wissen, aber vielleicht nicht schon jetzt, weil ich vielleicht noch zu jung bin, um das zu verstehen.“ Will wägt nachdenklich ab, was er wissen will, dass er etwas wissen will und ob er schon reif genug dafür ist. In diesem Sinne mag es durchaus stimmen, dass die Medien die Kindheit verändert haben – wenn auch nicht, wie ihre Kritiker behaupten, indem sie sie verdorben hätten. Vielmehr konfrontieren die Medien Kinder und Jugendliche ständig mit der Entscheidung, ob sie noch Kind bleiben oder ob – und wann – sie die „Erwachsenenwelt“ der „Mediensexualität“ betreten wollen.

Dr. Sara Bragg ist Dozentin am Centre for Continuing Education der University of Sussex, Brighton.

Professor David Buckingham lehrt am Institute of Education der University of London.



Literatur:

Buckingham, D./Bragg, S.:

Children, Media and Personal Relationships.
London 2003. Advertising Standards Authority, British Board of Film Classification, BBC, Broadcasting Standards Commission, Independent Television Commission.
Onlinepublikation unter:
www.mediarelate.org.

Buckingham, D./Bragg, S.:

Young People, Sex and the Media: the facts of life?
Basingstoke 2004.

Tanja Thomas

„An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten“

Plädoyer für eine gesellschaftskritische Analyse medialer Unterhaltungsangebote



DSDS und die „neuen Superstars des Neoliberalismus“

„Der Kapitalismus ist Sieger“ lautete die Überschrift im „Rheinischen Merkur“ zum Thema „Castingshow“ im Jahr 2003, als *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*, *Star Search*, *Popstars – Das Duell*, *Die Deutsche Stimme* oder *Fame Academy – Dein Weg zum Ruhm* als deutsche Entsprechungen der ursprünglich britischen Sendungen *Pop Idol*, des neuseeländischen Formats *Popstars*, *Star Search* des Senders CBS bzw. *Fame Academy* von Endemol International ausgestrahlt wurden. Anlässlich des Finales von *Deutschland sucht den Superstar* im März 2003 urteilte Karin Ceballos Betancur in der „Frankfurter Rundschau“ (10.03.2003): „Was die Finalisten von all ihren 10.077 Mitbewerbern unterscheidet, sind [vielmehr] ihre widerstandslose Anpassungsbereitschaft und der Wille zu einer gnadenlosen Selbstaussbeutung. Alexander und Juliette sind die Superstars des Neoliberalismus.“ Im Juni und Juli 2004 lockten „Pre-Castings“ erneut Tausende junger Staranwärterinnen und Staranwärter in über 30 deutschen Städten vor eine Jury; das Unternehmen Grundy Light Entertainment organisierte die Vorauswahl für die

weitere Staffel der *Popstars*. Im Sommer 2005 hofft nun der Bertelsmannkonzern, der die Produktvermarktung über Produktpartner koordiniert, mit der dritten Staffel von *DSDS* erneut auf hohe Einschaltquoten. Gern erinnert man sich daran, dass am 8. März 2003 15 Millionen Zuschauer das Finale der ersten Staffel auf RTL verfolgten und die Sendung den beteiligten Unternehmen Rekordumsätze durch Verkäufe der CDs und Merchandising verschaffte. Zunehmend planen Medienunternehmen, mit crossmedialen Produktkonzepten sowohl ihre Marken als auch den dazugehörigen Content gezielt mehrfach in verschiedenen Produkten, Medienformen und Absatzwegen zu nutzen. Dieser Trend ist Teil eines Prozesses, in das Medienunternehmen als Teilbereich kapitalistischer Wirtschaft ebenso wie die in ihren Produkten angebotenen Deutungsmuster eingebunden sind. Vor diesem Hintergrund entsteht die dringende Herausforderung, medien- und zugleich gesellschaftskritische Analysen medialer Angebote und ihrer Identifikationsangebote vorzulegen. Entsprechende Ansätze insbesondere einer gesellschaftskritischen Analyse sollen in diesem Beitrag am Beispiel der „Castingshows“ entwickelt werden.



Anmerkungen:

1

Man denke etwa an Peter Frankenfeld und *Wer will, der kann* – die Talentprobe für jedermann, *Toi Toi Toi* – Der erste Schritt ins Rampenlicht, *Und Ihr Steckenpferd*, an Hans Pröttels *Talentschuppen*, Michael Schanzes *Hätten Sie heute Zeit für uns?* oder Heinz Quermanns *Die waren noch nie da* (später bekannter als *Herzklopfen kostenlos*, seit 1971 umbenannt in *Heitere Premiere*). In der jüngst wiederbelebten *Gong-Show* (1992/1993 unter Moderation von Götz Alsmann auf RTL, aktuell samstags auf Sat.1 zu sehen) durften auch früher schon Untalentierte „weggegongt“ werden. Insofern ist die Einübung in solcherart medial vermittelte Selbstaufführungen als auch die Einübung in Abstimmungsprozeduren unter Beteiligung des Publikums Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern seit Jahrzehnten bekannt (vgl. Thomas 2005).

Koformierungsprozesse: Vermarktlichung in Alltagsleben und Show

Es wird hier dafür plädiert, eine Herangehensweise zu entwerfen, die es ermöglicht, nach Homologien, strukturellen Ähnlichkeiten und Differenzen in Medienangebot, Mediengebrauch und gesellschaftlichen Formationen zu suchen, in die Identitätsprozesse eingebunden sind. Ohne Kausalitätsannahme verstehe ich Veränderungen im Medienangebot als einen Prozess, der zusammenfällt mit Veränderungen sozialer Lebensbedingungen und Alltagserfahrungen, aber auch mit unterschiedlichen sozialen Kompetenzen, die gewissermaßen durch Selbstsozialisation im Gebrauch der medienbezogenen Kommunikation entstehen und in Alltagspraxen aktualisiert und reproduziert werden können (vgl. Krotz 2003, S. 23).

„An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten“, so lautete ein in ähnlicher Formulierung häufig verwendeter Kommentar der *Deutschland sucht den Superstar*-Jury gegenüber den Kandidatinnen und Kandidaten. Er steht einerseits als Hinweis darauf, dass Selbst- und damit auch Weltdeutungen ein zentraler Bestandteil dieser Formate sind. Andererseits bezeichnet dieses Zitat paradigmatisch Identitätsangebote, die für Castingshows charakteristisch sind: Das Zitat kann als Metapher für die Anrufung eines „unternehmerischen Selbst“ gelesen werden, das in einer vielfach als individualisiert charakterisierten Gesellschaft mit den Anforderungen an individuelle Eigenverantwortlichkeit konfrontiert ist. Das Spezifische an diesem „unternehmerischen Selbst“, das in den Castingshows auftritt, ist die Tatsache, dass die Personen selbst die Produkte ihres unternehmerischen Handelns sind.

Die Ökonomisierung aller Lebensbereiche ist mittlerweile ein weithin erkanntes und mehr oder minder akzeptiertes Phänomen (vgl. Fraser 1989; Altvater 1996; Negt 2002). Um diese Entwicklungen und ihre symbolischen Reproduktionen in medialen Unterhaltungsformaten einer empirisch gesättigten detaillierten Analyse zu unterziehen, liefert das Phänomen „Castingshows“ in verschiedener Hinsicht ideales Untersuchungsmaterial:

In diesen Sendungen wird die Selbstvermarktungsidee – häufig unverhohlen mit Zumutungen und Disziplinierungen verbunden – in Szene gesetzt und der „Leistungsgedanke“ mittels Selektionsriten perpetuiert. „Neu“ an den

aktuell ausgestrahlten Castingshows im Vergleich zu den Talentshows, die die deutsche Fernsehgeschichte seit ihren Anfängen begleiten¹, ist meines Erachtens, wie der Selektionsprozess an sich nicht nur veröffentlicht, sondern auch über Wochen verlängert und mit diversen Formen der Herabwürdigung und Erniedrigung medial in Szene gesetzt wird. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stellen sich im Wettbewerb der harten Arbeit an sich selbst – und zwar mental und körperlich. „Burnen musst du!“, lautet die pathetisch ausgerufene Parole, mit der Coach Detlef „D!“ Soost die Kandidatinnen und Kandidaten in der Sendung *Popstars – Das Duell* im Jugendslang anfeuerte. Sie veranschaulicht sinnfällig die Anforderung der Inanspruchnahme aller Poren des Subjekts in den Prozessen der Selbstrepräsentation, -aufführung und -inszenierung. Der Appell lautet, kurz gesagt: Jede bzw. jeder ist Experte in eigener Sache, verantwortlich dafür, sein eigenes Humankapital – und dies bedeutet in den Shows zugleich geschlechtsspezifisch, in den meisten Fällen heterosexuell und gemäß der (zugeschriebenen) ethnischen Zugehörigkeit – mit maximalem Gewinn und auf eigenes Risiko zu verwalten und zu vermarkten.

Um keine Missverständnisse entstehen zu lassen: In den Prozessen der Selbstvermarktung stellt „Leistung“ nicht nur für Unternehmen, sondern auch für die Individuen keinen Garant zur Verringerung der Lebensrisiken dar. Sicherlich gilt „Leistung“ immer noch als legitimes Mittel der Statusverteilung – obwohl Goffman (1986), Offe (1970) und Bourdieu/Passeron (1971) die offiziell geltende Realität des „Leistungsprinzips“ schon vor mehr als drei Jahrzehnten schonungslos destruiert haben. „Leistung“ garantiert weder Arbeitsplatz noch ausreichendes Einkommen und beschützt weniger denn je vor der Undurchschaubarkeit von Erfolg und Misserfolg (vgl. Sennett 1998, 2003). „Leistung“ wird zunehmend retrospektiv – vom Marktergebnis her gesehen – bestimmt und wird somit immer weniger vorhersehbar. Vor dem Hintergrund der Destandardisierung und Dynamisierung von Leistungskriterien im Neoliberalismus haftet auch den damit verbundenen Prozessen sozialer Anerkennung (vgl. dazu u. a. Negt 2002) etwas Unsicheres, ja Willkürliches an; Neckel (2002, S. 115) spricht daher in diesem Zusammenhang sogar von einer „lottery of success“. In dieser „Erfolgslotterie“ schätzen die Spieler ihre Chancen schicht-, milieu-, geschlechter-, ethnizitäts- und generationenspezifisch ein.



Showtime für das „unternehmerische Selbst“: Ansätze zur Analyse der Selbstinszenierungspraktiken

Während der Castingshows kommt dem Bewertungsprozess eine zentrale Rolle zu, auch und nicht selten werden dabei allerdings weniger der Gesang als die Attraktivität der Körperlichkeit – die keine Gerechtigkeit kennt – zum Kriterium des Auserwähltseins. Der Körper wird in den Shows als konstitutiver Referenzpunkt stets relevant gesetzt, dient häufig explizit als Auslesekriterium, erträgt und erwidert als Leib die Gefühle der Erniedrigung und wird zum zentralen Gegenstand bewusster Selbstdisziplinierung wie Selbstformierung. Diese Beobachtungen einer Bedeutungsaufwertung des Körpers korrespondieren mit den Ergebnissen einer Vielzahl körpersoziologisch angelegten Arbeiten, die von einem Entsprechungsverhältnis zwischen den sozialen Strukturen einer Gesellschaft und den Wahrnehmungs-, Umgangs- und Verhaltensweisen des Körpers bzw. mit dem Körper ausgehen (vgl. exemplarisch Gugutzer 1998, 2004; Schuster 2004). Körper wird, so könnte man mit Duttweiler (2003, S. 31) zusammenfassen, „als Medium vorgestellt, in dem sich Machtwirkungen, (Selbst-)Unterwerfung und die Herstellung von Identität vermitteln“.

Die Formen der Körperthematization in den Castingshows als Formen der Disziplinierung zu betrachten, wird wohl kaum mehr bestritten werden. Eine Bearbeitung der Fragen nach dem Zusammenhang zwischen neoliberal formulierten Rationalitäten, medialen Angeboten und Handlungspraxen verlangt meines Erachtens dringend eine Analyse der Prozesse unter einer Perspektive, die die Körperlichkeit des Handelns selbst in seiner Sozialität zu fokussieren vermag. Die Tatsache, dass „die Art, wie der Organismus tätig ist [...], den Stempel der Gesellschaftsstruktur trägt“ (vgl. Berger/Luckmann 1980, zitiert nach Meuser 2002, S. 21), wurde in den letzten Jahren vermehrt thematisiert. Es wurde deutlich, dass „jede Kultur bzw. Gesellschaft, ja auch jede Schicht oder jedes Milieu, eine je eigene somatische Kultur aufbauen“ (Rittner 1999, S. 104). Eine verstärkte Untersuchung somatischer Kultur(en) im Neoliberalismus könnte den Blick dafür schärfen, dass sich eine gesellschaftliche Formation nicht nur in kognitiven, sondern wesentlich in performativen Prozessen in Köpfe und Leiber einzuschreiben vermag. Dabei kann der französische Philosoph Michel

Foucault zum Referenzpunkt einer Theorie des Performativen werden: In seinen letzten Arbeiten (*Der Gebrauch der Lüste; Die Sorge um sich* [1984]) entwickelte Foucault die „Idee einer (performativen) Subjektkonstituierung durch ‚Umbildung‘ oder ‚Selbsterzeugung““ (Althans 2001, S. 150), an die auch Judith Butler anknüpft, um die Bedeutung der gesellschaftlichen Normen als auch der Eigenaktivität im Prozess des Geschlecht-Werdens zusammen zu denken. So entstehen aktuell im Anschluss an Foucault Studien der Gouvernementalität (für einen Einstieg vgl. Bröckling/Krasmann/Lemke 2000), die keineswegs von einem beherrschten, passiven Subjekt, sondern von einem aktiven, reflektierenden Subjekt ausgehen, das in Beziehung steht zu den Strategien der Macht und in dessen vielfältigen Verfahren des (vergeschlechtlichten) Selbstbekenntnisses, der Selbstexploration und der Selbstmodellierung gleichwohl Fremd- und Selbstführung unauflösbar miteinander verwoben sind.

Wer *Popstars – Das Duell* unter dieser Perspektive verfolgt, findet rasch Belege für die These: In der Sendung werden die Kandidatinnen und Kandidaten nach Phänotypen zu einer Girl- und einer Boyband zusammengestellt. Die Jury sucht eine gute Mischung. Zwei dunkelhäutige Frauen (mit unterstellt) ähnlichem „Temperament“ oder blonde Männer gleichen Typs in einer Band vermindern die zukünftigen Absatzchancen, und so widmen sich die Dunkelhäutigen und die Blondes untereinander der genauen Analyse der eigenen und fremden Schwächen. Unter dem ökonomischen Primat verschränken sich Geschlechterinszenierung und Ethnizitätszuschreibung zu Kennziffern des Markterfolgs, und die Materie des Körpers wird zum Ort des Vollzugs der Macht: So kritisierten Jurymitglieder das Körpergewicht der Kandidatinnen, wünschten sich ihr Benehmen mehr „ladylike“ und stellten für die *Popstar*-Band eine hellhäutige Blonde vom deutschen Dorf, eine brünette gebürtige Albanerin, eine Italienerin, eine Schwarzhäutige mit asiatischem Aussehen und eine dunkelhäutige Südafrikanerin zu einer Girlband mit dem Namen *Preluders* zusammen, die gegen die Boyband antrat.

Castingshows, Deutungsangebote und Anschlussfähigkeit an Alltagserfahrungen

Diese Schilderung der Szenen aus *Popstars – Das Duell* zeigen meines Erachtens dreierlei:





2
Um die mediale Erzeugung und Verfestigung von Wahrnehmungs-, Deutungsmustern und Handlungsmustern und die Anschlussfähigkeit von Medien- an Alltagserfahrungen zu erhellen, wurden von der Autorin Gruppeninterviews in einem Forschungsseminar mit Studierenden der TU Ilmenau mit ca. 75 Schülerinnen der Klassenstufen 6, 8, 9 und 11 durchgeführt.

Erstens wird deutlich, dass die Analyse des medialen Angebots – als auch die Prozesse der Medienrezeption und -aneignung² – mit der Analyse struktureller Bedingungen und Zusammenhänge, die Wahrnehmungs-, Deutungs- und Handlungsmuster prägen, verbunden werden müssen. Zweitens sind mit einer solchen Perspektive und einem solchen Anspruch umfassende Einsichten in dominante gesellschaftliche Prozesse, wie z. B. institutionalisierte Regulierungspraxen, gefordert, um den Zusammenhang zwischen Medienhandeln, Alltagshandeln und der Reproduktion gesellschaftlicher Verhältnisse zu verstehen.

Drittens schließlich gilt es, Mediendiskurse und Medienaneignung als soziales, gesellschaftliches Handeln zu verstehen. Dies beinhaltet die in den Traditionen der Cultural Studies verwurzelte Einsicht, Mediendiskurse und Alltagspraxen nicht als unabhängige Sphären der Bedeutungsproduktion zu konzeptualisieren, sondern als miteinander verwobene Formen der Produktion „geteilten Sinns“ zu betrachten, über die Menschen bestehende gesellschaftliche Verhältnisse reproduzieren oder aber in Frage stellen. Hierbei kommt Medienangeboten eine prominente Stellung zu. Gerade populärkulturelle Angebote bieten sich als Forschungsfelder an, um den „Prozess der gesellschaftlichen Selbstverständigung als konfliktgeladene Aushandlung geteilter Bedeutung“ (vgl. Klaus 2002, S. 54 f.) zu untersuchen.

Prof. Dr. Tanja Thomas ist Juniorprofessorin für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur an der Universität Lüneburg.

Literatur:

- Althans, B.:** *Transformationen des Individuums. Michel Foucault als Performer seines Diskurses und die Pädagogik der Selbstsorge.* In: C. Wulf/M. Göhlich/J. Zirfas (Hrsg.): *Grundlagen des Performativen. Eine Einführung in die Zusammenhänge von Sprache, Macht und Handeln.* Weinheim/München 2001, S. 129–156.
- Altwater, E.:** *Grenzen der Globalisierung: Ökonomie, Ökologie und Politik in der Weltgesellschaft.* Münster 1996.
- Bourdieu, P./ Passeron, J. C.:** *Die Illusion der Chancengleichheit. Untersuchungen zur Soziologie des Bildungswesens am Beispiel Frankreich.* Stuttgart 1971.
- Bröckling, U./Krasmann, S./ Lemke, T. (Hrsg.):** *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen.* Frankfurt am Main 2000.
- Duttweiler, S.:** *Body-Consciousness – Fitness – Wellness – Körpertechnologien als Technologien des Selbst.* In: *Widersprüche: Selbsttechnologien – Technologien des Selbst*, Heft 87/2003, S. 31–43.
- Fraser, N.:** *Unruly practices: power, discourse, and gender in contemporary social theory.* Minneapolis 1989.
- Goffman, E.:** *„Wo was los ist – wo es action gibt.“* In: E. Goffman (Hrsg.): *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation.* Frankfurt am Main 1986, S. 164–292.
- Gugutzer, R.:** *Zur Körperthematisierung in einer individualisierenden Gesellschaft.* In: *Kulturosoziologie. Aspekte, Analysen, Argumente. Halbjahreshefte der Gesellschaft für Kulturosoziologie e.V. Leipzig*, 2/1998, S. 33–54.
- Gugutzer, R.:** *Soziologie des Körpers.* Köln 2004.
- Klaus, E.:** *Plädoyer für eine nachhaltige Wissenschaft.* In: *Medien Journal*, 2/2002, S. 50–57.
- Krotz, F.:** *Zivilisationsprozess und Mediatisierung. Zum Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel.* In: M. Behmer/F. Krotz/R. Stöber/C. Winter (Hrsg.): *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung.* Wiesbaden 2003, S. 15–38.
- Meuser, M.:** *Körper und Sozialität. Zur handlungstheoretischen Fundierung einer Soziologie des Körpers.* In: K. Hahn/M. Meuser (Hrsg.): *Körperrepräsentationen. Die Ordnung des Sozialen und der Körper.* Konstanz 2002, S. 19–44.
- Neckel, S.:** *Ehrgeiz, Reputation und Bewährung. Zur Theoriegeschichte der Soziologie des Erfolgs.* In: G. Burkhart/J. Wolf (Hrsg.): *Lebenszeiten. Erkundungen zur Soziologie der Generationen.* Opladen 2002, S. 103–117.
- Negt, O.:** *Arbeit und menschliche Würde.* Göttingen 2002.
- Offe, C.:** *Leistungsprinzip und industrielle Arbeit.* Frankfurt am Main 1970 (englische Übersetzung: *Industry and inequality: The achievement principle in work and social status.* London 1976).
- Rittner, V.:** *Körper und Identität. Zum Wandel des individuellen Selbstbeschreibungsvokabulars in der Erlebnisgesellschaft.* In: H. G. Homfeldt (Hrsg.): *„Sozialer Brennpunkt“ Körper. Körpertheoretische und praktische Grundlagen für die soziale Arbeit.* Hohengehren 1999, S. 104–116.
- Schuster, N.:** *Paradies Fitness. Körper- und Gesundheitsbilder im gesellschaftlichen Wandel.* In: E. Rohe (Hrsg.): *Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben.* Königstein/Taunus 2004, S. 161–183.
- Sennett, R.:** *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus.* Berlin 1998.
- Sennett, R.:** *Respect in a world of Inequality.* New York 2003.
- Thomas, T.:** *„Mensch, burnen musst Du!“ Castingshows als Werkstatt des neoliberalen Subjekts.* In: T. Kliche/L. Hermes da Fonseca (Hrsg.): *Jahre der Entantwortung. Fallstudien in gesellschaftlicher Entsolidarisierung und öffentlicher Entwertung.* Lengerich 2005 (im Erscheinen).



Casting bei *Star Search* (links) und die Jury bei *Die deutsche Stimme*: Jule Neigel, Ralph Siegel, Oli P. und Stefanie Tücking (von links nach rechts)

Elisa Giomi

Lara Croft: Ein neues Vorbild für Actionheldinnen und Frauen?

Kaum zwei Monate dauerte es, da war das 1996 lancierte Videospiel *Tomb Raider* bereits 50.000 Mal über den Ladentisch gegangen. Nur ein Jahr später, 1997, war die abenteuerlustige Archäologin Lara Croft, die Protagonistin des Spiels, in 40 Zeitungen erschienen, mit U2 auf Tournee gegangen, als Model für Gucci aufgetreten und auf einer Single des ehemaligen *Eurythmics*-Gitarristen Dave Stewart zu hören. 1999 dann hatten es die ersten drei Versionen von *Tomb Raider* auf insgesamt 17 Millionen verkaufte Exemplare gebracht und in ihrem Gefolge auch den Verkauf von Sony PlayStations und 3-D-Graphikkarten für PCs in die Höhe getrieben. Zum Erscheinungstermin von *Tomb Raider IV* waren dann bereits Lara-Croft-Comics, Lara-Croft-Schokoriegel und Lara-Croft-Puppen erhältlich.

Wie sich dieser ungeheure Erfolg erklären lässt, darüber herrscht in der akademischen und nicht akademischen Welt Einigkeit: „Lara ist die erste weibliche Hauptfigur auf einem Feld, das von Karikaturen des traditionellen Machos wie des Terminators beherrscht wird“ (Taylor 1999). Das Vordringen von Figuren vom Schlage Lara Crofts in den Computerspiel-Mainstream gilt manchen Analysen als Beitrag zur Emanzipation der Frau. So heißt es etwa: „Wenn Mädchen in Videospiele auf aktive Figuren des eigenen Geschlechts treffen, ist darin ein weiteres Signal zur Stärkung ihres Selbstbewusstseins zu sehen“ (Edmonds 1998, S. 28). Ein anderes Argument lautet, Lara Croft habe den Weg für weibliche Avatars geebnet und damit zur Entstehung einer spezifisch weiblichen Computergameskultur beigetragen, „die ganz bewusst auf subversive Praktiken der Appropriation setzt, um die Geschlechteridentitäten zu de-essentialisieren“ (Polsky 2001, S. 7).

Angesichts dieser Vereinnahmungsversuche des sogenannten „Croftness“-Phänomens möchte ich im Folgenden die Kinoadaptation der Figur analysieren, um nachzuprüfen, ob das Emanzipationspotential der Cyber-Lara auch bei der auf der Kinoleinwand zum Leben er-



LEBEN
TOMBE
RAIDER
DIE WIEGE DES LEBENS

© 2003 Eidos Interactive Ltd. Alle Rechte vorbehalten. Eidos Interactive ist eine Tochtergesellschaft von Square Enix. Alle Rechte vorbehalten. Eidos Interactive ist eine Tochtergesellschaft von Square Enix. Alle Rechte vorbehalten. Eidos Interactive ist eine Tochtergesellschaft von Square Enix.

weckten Figur beibehalten oder gar weiterentwickelt wurde. Meine Frage lautet: Spricht etwas dafür, auch die Filmversion als Kritik an normativen Geschlechterrollen zu verstehen? Wenn der Kassenerfolg eines Films als Indikator für seinen Erfolg dienen kann, scheint die Kino-Lara mit ihrem digitalen Gegenstück problemlos mithalten zu können: Unter der Regie von Simon West und mit Angelina Jolie in der Hauptrolle eroberte der von Twentieth Century Fox produzierte Film in den Staaten schnell Platz 1 der Bestenliste. Am ersten Wochenende spielte er bereits satte 47,7 Millionen US-



Dollar ein und hatte innerhalb von 17 Tagen die 100-Millionen-Dollar-Grenze erreicht (Corliss 2001). Auch die zweite Folge *The Cradle of Life* (*Die Wiege des Lebens*) von 2003 hatte großen Erfolg.

Bei der folgenden Analyse, die zum Ziel hat, die politische Valenz der Actionheldin und des Frauenbildes in der Verfilmung von *Tomb Raider* einzuschätzen, stehen zwei Aspekte im



Vordergrund: Zunächst wird der Versuch unternommen, die Konstruktion von Lara Croft als Actionheldin zu analysieren. Danach wird es um die Frage gehen, wie ihr Körper dargestellt ist. Meine These lautet, dass beide Konstruktionen – Laras Persönlichkeit und ihr Körper – auf Stereotypen und Tropen zurückgreifen, die aus anderen Formen der Unterhaltungskultur stammen: dem Actionfilm einerseits, dem Videospiele andererseits.

Die Fragestellung wird meines Erachtens noch dadurch interessanter, dass sowohl die Kino-Lara als auch ihre computergenerierte Namensvetterin der Phantasie von rein männli-

chen Kreativteams entspringen. Für ihre „Väter“ ist Lara eine „bahnbrechende weibliche Heldenfigur“, die die „Frau von heute“ repräsentiert.

Lara Crofts Design: „stark“, aber „sanft“

Dem Produzenten und Regisseur Simon West schwebte eine Figur vor, die als Actionheldin überzeugen sollte, ohne deswegen bloß eine weibliche Version von Sylvester Stallone zu sein. Anders gesagt, er musste die vorliegenden Gattungsstrukturen des Actionfilms innovativ umgestalten. In seinen eigenen Worten sollte die Figur „alle Attribute des männlichen Helden aufweisen, aber trotzdem eine weibliche, weiche Seite“ haben. Dieser Satz wird uns im Laufe meiner Interpretation noch mehrfach beschäftigen. Sowohl die Erzählstruktur als auch die visuelle Ebene des Films sind darauf angelegt, ein Bild der weiblichen Heldenfigur zu konstruieren, das zwei Seiten in sich vereint: eine „starke“ Seite mit den traditionellen Eigenschaften des Actionhelden und eine „sanfte“ Seite, die entsprechend den Intentionen des Regisseurs mit innovativen Charakteristika ausgestattet ist.



Anmerkung:

¹ „feisty“ = wörtlich „lebhaft“ mit Konnotation „streitsüchtig“, „leicht erregbar“



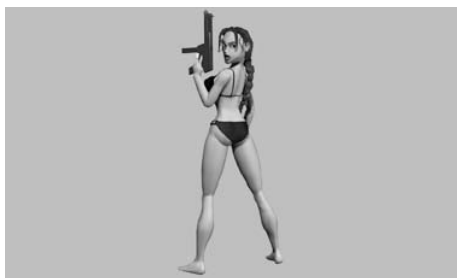
Diese sowohl auf charakterliche wie körperliche Merkmale der Protagonistin bezogene dualistische Struktur zeigt sich bereits, wenn wir die ersten beiden Szenen vergleichend nebeneinander stellen. In der ersten Szene kämpft Lara gegen einen Roboter – eine typische, adrenalingesättigte Actionszene, in der Laras kämpferische Fähigkeiten im Mittelpunkt stehen und die den mit *Tomb Raider* vertrauten Zuschauer an Szenen aus dem Computerspiel erinnert. Damit ist für den typischen Spieler nicht nur der Wiedererkennungswert der Hauptfigur gewährleistet, sondern auch die Möglichkeit gegeben, eine gewisse Komplizenschaft mit ihr zu etablieren.

Die erste Szene macht also bereits unmissverständlich klar, um wen es sich bei Lara handelt: Sie ist eine Kriegerin. Dabei werden der Vorlage noch keine neuen Eigenschaften hinzugefügt: Die Rolle der Actionheldin wird, wie in Hollywood für weibliche Kämpfer üblich, anhand des Stereotyps des „feisty girl“¹ konstruiert (das trifft etwa auf Sigourney Weaver in *Alien* zu oder auch auf die sehr beliebte Fernsehserie *Xena, the warrior princess*). Nach Yvonne Tasker ist das „feisty girl“ die beliebte Heldin, die sich durch „als untypisch geltende körperliche Stärke und Temperament“ auszeichnet“ (Tasker 1998, S. 70).

Im Stereotyp des „feisty girl“ kommt eine Geschlechteridentität und Sexualität zum Ausdruck, die der dann folgenden Kombination von konventionellen männlichen und weiblichen Elementen als Folie dient. Lara Crofts weibliche Anteile, ihre körperliche Attraktivität, treten erst in der zweiten, durchaus erotischen Szene zutage. Hier steht die Heldin, wie es das Klischee will, unter der Dusche. Duschszenen gehören zu den am häufigsten benutzten Taktiken im Unterhaltungsfilm, um ungeachtet der gewaltsamen Aktionen einer Actionheldin ihre „Weiblichkeit“ zu betonen (Inness 1999, S. 151).

Doch bereits in der nächsten Einstellung lässt der Regisseur Lara in ein weißes Handtuch gewickelt aus der Dusche treten, als wol-

le er diesen Einwand vorwegnehmend entkräften und Laras Frauenrolle neu verhandeln. Ihr Butler Hillary (Chris Barrie) reicht ihr ein hübsches weißes Kleid und weiße Stöckelschuhe. Mit einem kurzen Blick darauf sagt sie: „Sehr witzig!“ Großaufnahme des Butlers: „Ich versuche nur, Sie zu einer Lady zu machen! Und einer Lady steht Bescheidenheit.“ Währenddessen ist die Kamera wieder auf Lara geschwenkt, Rückenansicht: Aus der Halbtotale sehen wir ihre nassen, langen Haare über den nackten Schultern. Sie lässt das Handtuch fallen und wendet sich gerade so weit zu ihrem



Butler um, dass der Blick auf ihre linke Brust frei wird. „Ja, einer Lady steht Bescheidenheit.“ Im Hintergrund ist nun der Sessel zu sehen, auf dem ihre Stiefel, T-Shirts und Hosen liegen, einfarbige, unpersönliche Kleidung.

Für Laras Rolle als Kriegerin wird also nicht allein das Stereotyp des „feisty girl“ herangezogen, sondern auch das Bild der transgressiven Heldin. Lara hält sich nicht an die für



Frauen gültige Etikette: Sie tritt herrisch und unfreundlich auf. Sie kann keine Mikrowelle bedienen. Bei der Arbeitsaufteilung in ihrer „Familie“, die aus ihrem Butler und einem Informatiker besteht, fallen ihr alle Aufgaben zu, die Mut und Kraft erfordern. Sie unternimmt waghalsige und halsbrecherische Fahrten auf ihrem Motorrad, auf dem sie stets mit quietschenden Reifen davonfährt und das sie mitten auf der Straße abstellt. Damit bricht Lara nicht nur mit „typisch weiblichem“ Benehmen, sondern zugleich mit dem Verhaltenskodex für die obere Mittelschicht, der sie zweifellos zuzurechnen ist.



Sanft und emotional

Kein Zweifel: Lara ist also stark. Wir haben aber auch behauptet, dass sie eine andere Seite hat: sanfte, weibliche Züge. Was darunter zu verstehen ist, erläutert der Regisseur: „Sanft“ ist jemand, der „zu seinen Gefühlen stehen kann“, „der gefühlsbetont ist“. Simon Wests Modell der Actionheldin besteht also in einer Kombination aus Härte und Emotionalität. Das ist nichts Neues: Hollywood hat bereits mehrfach versucht, das Stereotyp des Actionhelden als Muskelprotz zu durchbrechen – und das immer mit derselben Strategie: Dem Actionhelden werden sensible Züge verliehen, um ihn von der Machorolle abzuheben. Das gilt etwa für Stallone in *Tango & Cash* und *Lock Up – Überleben ist alles* oder für Bruce Willis in *Die Hard (Stirb langsam)* (Tasker 1993, S. 234).

Was bei unserer weiblichen Heldenfigur als innovativ zu gelten hat, ist die Art und Weise, in der ihr eine „emotionale“ Seite verliehen wird. Das geschieht mit Hilfe der Vater-Tochter-Beziehung: Nur wenn sie an ihren verstorbenen Vater denkt oder über ihn spricht, wird Lara „emotional“, worunter zu verstehen ist, dass ihre Verletzlichkeit und Einsamkeit zum Vorschein kommen. Nur dann verzichtet sie auf das aggressive, defensive und herrische Verhalten, das sie gegenüber allen anderen männlichen Charakteren – auch gegenüber den sympathischen – an den Tag legt.

Triebfeder der gesamten Geschichte und für ihren Verlauf bestimmend ist die Figur des verstorbenen Vaters, die den Mittelpunkt des Films bildet. Lara hat ihren Vater im Kindesalter verloren und diesen Verlust, in ihren eigenen Worten, „nie verkraftet“. Vor seinem Tod hat ihr Vater ihr noch einen Brief hinterlassen, einen Brief mit der Bitte, den Auftrag zu voll-

enden, den er nicht zu Ende bringen kann (sie soll einen Talisman finden und zerstören, bevor er Mr. Powell, ihrem bösen Gegenspieler, in die Hände fällt). Lara identifiziert sich vollkommen mit ihrem Vater und nimmt alle Gefahren auf sich, die mit seinem Auftrag verbunden sind. Sie wird zur Kriegerin, um sich der Liebe ihres Vaters würdig zu erweisen und seinen Wünschen zu entsprechen. Das Motiv für ihren Heroismus, ihre Stärke und Härte ist also ganz allein der Vater.

Die Actionheldin als „liebende Tochter“ ist nach Tasker ein durchaus gebräuchliches Motiv in Hollywoodfilmen:

„[...] die Vateridentifikation der Heldin wird manchmal durch ihre Suche nach Autorität oder aber im erfolgreich gelösten Machtkonflikt dargestellt. Ihr Heroismus bezieht seine Berechtigung gewissermaßen aus der Beziehung zu dem geliebten, möglicherweise bereits verstorbenen Vater, was auf so verschiedene Filme wie die beiden Folgen von *China O'Brien* mit Cynthia Rothrock, *The Silence of the Lambs* und *Twister* zutrifft. Diese Filme wenden den Ödipusmythos auf ein jungenhaftes Mädchen an, das erwachsen werden und im Rahmen seiner Heterosexualität lernen muss, Grenzen und Verantwortung zu akzeptieren“ (Tasker 1998, S. 69).

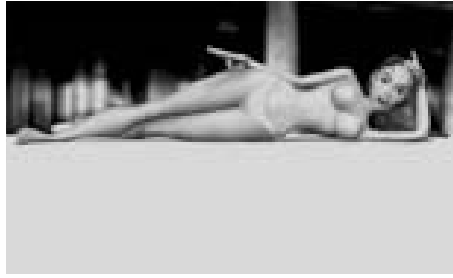
Diese Interpretation trifft auf Lara zu, die im Laufe des Films zu einer adäquaten heterosexuellen Identität findet und sich mit den Autoritäten aussöhnt. Nachdem sie ihre Feinde besiegt, den Auftrag ihres Vaters zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht und die Welt gerettet hat, tritt Lara in der letzten Szene als „echte“ Frau auf: Ganz in Weiß und mit einem breitrandigen, altmodischen Hut erscheint sie oben auf dem Treppenabsatz. Sie geht noch einmal an das Grab ihres Vaters, allerdings – anders als vorher – heiter und gelassen. Nun,

da der Ödipuskonflikt gelöst ist, ist Lara „erwachsen“ geworden und bereit, „die Grenzen und die Verantwortung zu akzeptieren, die ihr im Rahmen ihrer Heterosexualität gesetzt sind“. In Laras Fall bedeutet das, sich den Normen weiblichen Aussehens entsprechend zu kleiden und, allgemeiner gesagt, die obligate weibliche Rolle einzunehmen.

Lara Crofts Körper

Um der Konstruktion von Laras Körper als weibliche Heldenfigur auf die Spur zu kommen, müssen wir noch einmal auf das Videospiel zurückgehen, für das die Figur und ihre Ikonographie ursprünglich entwickelt wurden. Interpretationen der Cyber-Lara heben immer wieder auf ihre Ähnlichkeit mit den Actionheldinnen des Comics ab (Schleiner 2001, S. 223), die Fetischfiguren mit überbordender Sexualität sind – man denke nur an *Wonder Woman*, *Cat Woman* und viele andere. Im Verbund mit ihrer außergewöhnlichen körperlichen Kraft machen die bis zum Extrem getriebenen femininen Attribute diese Figuren zu „transgressiven und perversen“ Charakteren, wobei unter „pervers“ in diesem Zusammenhang „die Abwendung vom Vater, die Verweigerung einer ‚normalen‘ Entwicklung zur (Hetero)Sexualität und der restriktiven Rolle, die damit einhergeht“ (Tasker 2002, S. 30), zu verstehen ist.

Das gleichzeitige Vorhandensein von femininen und maskulinen Eigenschaften bei den Comic-Heldinnen ließe sich durchaus als Infragestellung von Geschlechterdichotomien betrachten, wenn nicht die politische Valenz dieser Figuren entschärft wäre: Einerseits scheinen ihre Körper, die ein neues, subversives Bild von Weiblichkeit entwerfen, das patriarchale Herrschaftssystem herauszufordern, anderer-



seits sind diese Frauen nichts anderes als die Weiterführung längst bekannter Klischees. So ist auch unschwer herauszufinden, wem sie ihre Popularität verdanken: dem guten alten Sex-Appeal. „Sie sind von betonter Weiblichkeit, oft handelt es sich um Darstellungen von Frauen mit riesigen Brüsten und von betonter Fügürlichkeit“ (Inness 1999, S. 145).

All diese bis zur Karikatur verzerrten Attribute von Comic-Heldinnen – inklusive des Gewehrs – tauchen auch im Videospiel *Tomb Raider* auf, nur sind sie dort aufgrund der 3-D-Animation sogar noch prononcierter als im Comic. Die Verfilmung versucht, diese Optik zu reproduzieren. Um Angelina Julies Körper so „synthetisch“ aussehen zu lassen wie den Avatar, bedient der Film sich bestimmter Hilfsmittel: So wird der Schauspielerin ein BH verpasst, in dem der Busen noch bei den wildesten Sprüngen und Radschlägen bewegungslos verharrt. Ihre engen, am Körper anliegenden Kostüme haben große Ähnlichkeit mit den glitzernden Polygonen der Cyber-Lara. Laras Körper wird im Film durchgängig fetischisiert: Es ist der Körper einer Actionheldin, die sich mit enormer Wendigkeit und Kraft bewegt – und dabei doch immer wieder zum Objekt eines voyeuristischen Spektakels wird. Lara Croft ist mit einer erotisch aufgeladenen Kraft ausgestattet, die den männlichen Blick auf sich zieht und zurückspiegelt.

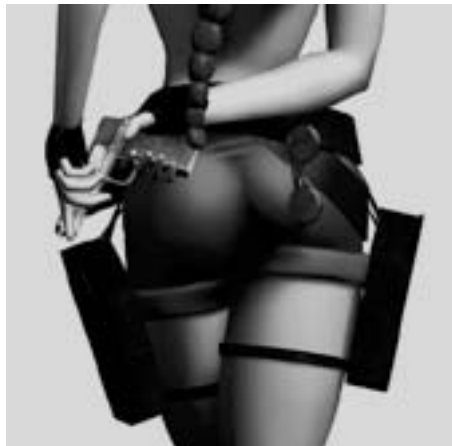
Schlussfolgerungen

Was die Konstruktion von Körper betrifft, kann zusammenfassend festgestellt werden, dass das geschlechtssubversive Potential von Lara Crofts Körper – der athletischer und wendiger ist als der männliche und diesem auch im Kampf überlegen – von zwei Faktoren neutralisiert wird: Erstens wird ihr Körper zu einem Fetischobjekt gemacht (ein in Hollywoodfilmen durchaus geläufiger Mechanismus). Zweitens büßt die Aneignung von gewöhnlich als männlich geltenden körperlichen Merkmalen ihr Bedrohungspotential weitgehend dadurch ein, dass nicht auch die entsprechenden intellektuellen Fähigkeiten hinzutreten. Während die digitale Lara noch durchaus pffig ist, komplizierte Rätsel löst und schwierige Situationen zu bewältigen weiß, steht ihrem Kinopendant im Grunde nur noch eine einzige Reaktion auf alle erdenklichen Probleme zur Verfügung: Sie eröffnet das Feuer. Ihr männlicher Gegenspie-

ler Powell ist ihr intellektuell weit überlegen und kämpft nicht nur mit Mitteln der Gewalt. In der Verfilmung werden also die Gegensatzpaare Denken – männlich/Körper – weiblich bestätigt und wiederholt, statt Geschlechterrollen in Frage zu stellen.

Im Hinblick auf die von Lara verkörperte Rolle der Actionheldin konnte festgestellt werden, dass ihre Unerbittlichkeit und Kraft in transgressivem Verhalten in Bezug auf Macht, Autorität und gesellschaftliche Regeln zum Ausdruck gebracht wird. Es wurde aber auch deutlich, dass dieses Verhalten ausschließlich durch den Vater motiviert ist. Lara setzt nicht aus einem spontanen Wunsch heraus oder weil ihr wirklich etwas daran läge, alles daran, die Welt zu retten, sondern allein deswegen, weil sie den Auftrag ihres Vaters zu Ende führen und seine Liebe verdienen will. Da das einzige Motiv für ihre heroischen Taten der Vater ist, entpuppt sich Lara als reine Attrappe, als Vorgespiegelung falscher Tatsachen – egal, ob sie nun als Wohltäterin auftritt oder als Rebellin. Sie ist allein um ihres Vaters willen gut und auch rebellisch nur „im Namen des Vaters“. Auch das ist eine in den Unterhaltungsmedien häufig benutzte Strategie, um die Bedrohung herunterzuspielen, „die eine starke Frau darstellt“ (ebd., S. 151).

Aber Lara bezieht nicht nur ihre Stärke vom Vater, sondern auch ihre Affektivität. Lara Croft ist alles andere als eine selbständige, eigenständige Person. Vielmehr basiert die Erzählstruktur auf einem männlichen Charakter, dem sich ihr Vorhandensein in der Geschichte überhaupt erst verdankt. Hinzu kommt, dass ihr Körper als geradezu perfekte Inkarnation der sexuellen Sehnsüchte eines heterosexuellen Mannes gelten kann. In diesem Lichte betrachtet, ist die Figur ein weiterer Ausdruck männlichen Machtstrebens, die Verkörperung eines Klischees, das ersonnen wurde, um männliche Phantasien wahr werden zu lassen und die Angst des Mannes zu vertreiben. Nichts anderes also als ein Bild, das von Männern angefertigt und betrachtet wird, weil es der Aufrechterhaltung ihres Selbstbildes dient.



Literatur:

Corliss, R.:

Have Gun, Will Shower: Angelina Jolie Brings Video-Game Vixen Lara Croft to Full-bosomed Life in the Summer Hit Tomb Raider.
In: Time International, 9. Juli 2001, S. 56.

Edmonds, L.:

A Joy Stick of One's Own.
In: Herizons, 12/2/1998, S. 20–23.

Inness, S.:

Tough Girls: Women Warriors and Wonder Women in Popular Culture.
Philadelphia 1999.

Polsky, A. D.:

Skins, Patches, and Plug-ins: Becoming Woman in the New Gaming Culture.
Genders, Fall 2001 (<http://www.lib.utexas.edu/indexes/s-womensstudies.html>).

Schleiner, A.-M.:

Does Lara Croft Wear Fake Polygons? Gender and Gender-Role Subversion in Computer Adventure Games. In: Leonardo, 34/3/2001, S. 221–226.

Tasker, Y.:

Dumb Movies for Dumb People: Masculinity, the Body, and the Voice in Contemporary Action Cinema.
In: S. Cohan/I. R. Hark (Hrsg.): *Screening the Male: Exploring Masculinities in Hollywood Cinema.* London 1993, S. 230–245.

Tasker, Y.:

Working Girls. Gender and Sexuality in Popular Cinema. London 1998.

Tasker, Y.:

Spectacular bodies: Gender, Genre, and the Action Cinema. London 2002.

Taylor, C.:

The Man Behind Lara Croft: Adrian Smith's well-endowed computer heroine is back – better, brainier and bustier than ever. In: Time, 6. Dezember 1999, S. 78.

Dr. Elisa Giomi ist wissenschaftliche Assistentin am Institut für Kommunikationswissenschaften der Universität Siena.

Verwirrung oder Hilfestellung?

Das schwierige Verhältnis von Wissenschaft und Jugendschutz

Folgt man der Studie *Das Weltbild des Fernsehens* von Helmut Lukesch, so hat der Jugendschutz in den letzten Jahren wenig bewirkt. In Verbindung mit seiner Analyse des Forschungsstands der Gewaltwirkungsforschung zeichnet Lukesch ein finstere Bild, kommt er doch zu dem Ergebnis, mediale Gewalt bewirke reale Gewalt. Michael Kunczik, der Lukeschs Studie analysierte, lässt an der Untersuchung allerdings kaum ein gutes Haar. Zusammen mit der Reaktion von Lukesch auf die Analyse Kuncziks bleiben verwirrte Jugendschützer zurück. Gibt es in der Wissenschaft differenzierende Aspekte für den Jugendschutz? *tv diskurs* sprach mit Jürgen Grimm, Professor für Kommunikationswissenschaft, und Peter Vitouch, Professor für Psychologie, beide an der Universität Wien.

Literatur:

Vitouch, P.:
Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerhaltens. Opladen 1993.

Grimm, J.:
Fernsehgewalt. Opladen 1999.

Lukesch, H./Bauer, C./Eisenhauer, R./Schneider, I.:
Das Weltbild des Fernsehens. Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland. Regensburg 2004.

Jürgen Grimm (links)
und Peter Vitouch



Helmut Lukesch stellt eine Inhaltsanalyse mit dem Titel *Das Weltbild des Fernsehens vor. Ist dieser Anspruch nicht ein wenig hochgegriffen?*

Peter Vitouch (PV): Es ist problematisch, denn diese Inhaltsanalyse ist als Momentaufnahme zu sehen, die noch dazu verzerrende Elemente hat, weil auch die Einteilung in Kategorien nicht absolut objektivierbar ist und somit bestimmte Sichtweisen beinhaltet. Es entsteht Zahlenmaterial, das eine Objektivität suggeriert, die der Untersuchung aber nicht wirklich innewohnt – ganz abgesehen davon, dass dieses Material und seine Auswirkungen auf die Rezipienten sehr differenziert gesehen werden müssen, es keine lineare Richtung hat.

Jürgen Grimm (JG): Die Untersuchung steht in einer US-amerikanischen Forschungstradition, die dort seit den 60er Jahren von Gerbner praktiziert wurde. Gerbner allerdings hat etwas bescheidener von Weltbildaspekten gesprochen. Er vermutete beispielsweise, bestimmte Angst machende Aspekte des Fernsehens würden vom Zuschauer auf die Dauer entsprechend übernommen. Aber generell muss man natürlich sagen, dass es nicht möglich ist, das Weltbild des Fernsehens per Inhaltsanalyse zu ermitteln. Man definiert einzelne Aspekte als Indikatoren, die letztendlich definitionsabhängige Setzungen sind, die auf die eine oder auf die andere Weise gemacht werden können. Insofern hat ein Objektivitätsanspruch hier überhaupt nichts verloren.

Bei FSK, FSF oder der Bundesprüfstelle wird in Gremien entschieden. Bei Lukesch reicht der Codierer, der Filme, die nicht indiziert sind, als indizierungswürdig einordnet, um damit weiterzurechnen.

JG: Man kann prinzipiell jede Inhaltsanalyse unter dem Gesichtspunkt kritisieren, dass entsprechende Kategorien gebildet und andere weggelassen wurden. Letztendlich handelt es sich bei der Bewertung der „Indizierungswürdigkeit“ um eine Ratingskala, die natürlich im Bereich der Inhaltsanalyse normalerweise die Reliabilitätskriterien nicht erfüllen kann, da man Grundübereinstimmungen von einem bestimmten Prozentsatz haben muss, der bei

Ratingskalen in der Regel gar nicht einlösbar ist. Dazu kommt noch die berechtigte Frage, was eigentlich die Kompetenz der Codierer ausmacht. Selbst wenn sie übereinstimmen würden, könnten sie sich ja in bestimmten Vorurteilen treffen.

Man kann allerdings versuchen, anhand von Inhaltsanalysen bestimmte programmliche Realitäten abzubilden. Der Autor bestreitet auch gar nicht, dass die Studie insgesamt eine Tendenz erkennen lässt. Er gehört zu denen, die grundsätzlich den Medien eine antisoziale Wirkung zuschreiben. Die wesentliche Botschaft lässt sich in der Behauptung zusammenfassen, dass Fernsehen gefährlich und aggressionssteigernd sei. Genau diese Debatte wird seit spätestens den 30er Jahren in der amerikanischen Kommunikationswissenschaft und Psychologie mit großer Ausdauer und bescheidenem Erkenntnisgewinn geführt. Meiner Meinung nach ist sie jetzt nicht mehr ganz auf der Höhe der Zeit. Die Forschung ist in eine andere, differenziertere Richtung gelaufen.

PV: Vor allem stört mich in diesem Zusammenhang der Wirkungsbegriff, weil im Grunde genommen Material untersucht wird, das ein bestimmtes Bild liefert. Welche Wirkung dieses Material schließlich hat, liegt nicht an dem Material allein. Dabei müssten andere Forschungsansätze berücksichtigt werden, die wir schon seit längerer Zeit verfolgen. Die Wirkung dieses Materials entsteht erst in der Interaktion mit den Rezipienten.

Wie ernst sollte der Jugendschutz diese Untersuchung nehmen, welche Hinweise könnten für die Praxis darin liegen?

JG: Meine Kritik richtet sich erstens darauf, dass Lukesch seine Inhaltsanalyse wie Gefährdungstatbestände präsentiert, die aber über die wirklichen Gefahren schon aus prinzipiellen methodischen Gründen nichts aussagen können. Zweitens – und dies ist noch gravierender – beschränkt er sich auf eine sekundäranalytische Auswertung von Rezeptions- und Nutzungsstudien innerhalb eines pauschalisierenden Fragehorizonts: Wirkt das Fernsehen in toto nun aggressionssteigernd oder nicht? Was nützt es aber zu sagen, Film oder Fernsehen sind generell gefährlich, wenn der Filmprüfer jeden Tag konkret entscheiden muss, einen

Film zu reglementieren oder nicht. Das braucht ein Wissen, welches erlaubt, zwischen riskanten und weniger riskanten Inhalten zu unterscheiden. Genau dieses Wissen liefert Lukesch nicht, und deswegen halte ich es auch für unzuverlässig, aus seiner Studie auf konkrete Risiken zu schließen.

PV: Ich vergleiche das oft mit den Problemen, die der Umweltschutz hat, wo es darum geht, bestimmte Risikogrenzen zu ziehen, die größtenteils absolut beliebig sind, und wo man sich auf bestimmte Werte einigt und hofft, dass ein möglichst großer Teil des Risikos damit ausgeschaltet ist. Es ist immer so, dass es Menschen gibt, die sensibler in Bezug auf bestimmte Stoffe reagieren und dann viel früher unter der Belastung leiden. Menschen, die vielleicht noch andere Krankheitssymptome haben, welche sich gefährlich summieren. Schwierig ist es auch dort, eindeutige Grenzwerte aufzuzeigen. Die Interaktion ist notwendig, und es ist unerlässlich, Fälle individuell zu betrachten.

In den meisten Studien untersucht man die Korrelation zwischen Vielsehern von Gewalt und deren realer Neigung zu Gewalt.

PV: Man muss sich fragen, warum jemand zum Vielseher wird? Welche Voraussetzungen gibt es dafür, dass diese Person zum Vielseher wird und ist in diesen Voraussetzungen nicht schon die Reaktion, die man misst, impliziert? In diesem Falle gibt es keine Wirkung.

JG: Die Korrelation zwischen Fernsehkonsum und Aggression, die diese Studien ergeben, ist mehrfach deutbar. Es ist der Zusammenhang einer Variable A mit einer Variable B. Dieser lässt keine Aussage darüber zu, was die Ursache und was die Wirkung ist. Es gibt immer mindestens vier mögliche Interpretationen: Erstens: A verursacht B, zweitens: B verursacht A. Drittens: Es gibt eine Interaktion zwischen A und B. Es ist viertens auch möglich, dass es eine dritte Variable gibt, die beide beeinflusst, dann besteht überhaupt kein direkter Zusammenhang zwischen A und B. Das ist diesen Korrelationskoeffizienten grundsätzlich nicht anzusehen, insoweit ist es eigentlich auch unzulässig, Korrelationen in Querschnittsanalysen als Kausalität, in welcher Richtung auch immer, zu interpretieren.

Bei allen Untersuchungen werden die bevorzugten Gewaltsendungen weder qualitativ noch vom Genre her differenziert. Das würde nur Sinn machen, wenn man jeder Gewaltdarstellung die gleiche Wirkung unterstellt.

PV: Wir müssen uns fragen: Warum schauen Kinder und Erwachsene Gewalt überhaupt gerne an? Niemand wird dazu gezwungen. Ich denke, mit Gewalt sind andere Faktoren gekoppelt, wie zum Beispiel: Diejenigen, die Gewalt ausüben, haben Kompetenz, sie besitzen Handlungsmöglichkeit, sie haben Macht. Das ist das Gegenteil von Hilflosigkeit. Könnte es nicht so sein, dass Menschen, die unter Hilflosigkeit leiden, die einen Mangel an Kompetenz und Einflussmöglichkeiten verspüren, Gewaltinhalte anschauen, um für einige Zeit an dieser Kompetenz mit zu naschen? Das sind Untersuchungen, die ich schon vor mehr als zehn Jahren durchgeführt habe: Schauen sich Menschen Gewalt an, weil sie entweder Kompetenzverluste empfinden oder weil sie Schwierigkeiten mit der Angstbewältigung haben? Der Umgang mit Angst ist etwas, was man als Individuum von klein auf erlernt. Ich konnte in Untersuchungen empirisch zeigen, dass diejenigen, die sehr viele derartige Gewaltsendungen anschauen, nicht die Tapfersten oder Gewalttätigsten sind, wie immer vermutet wird.



JG: Das ist eine Übereinstimmung mit unseren Forschungsergebnissen. Wir haben das in den späten 90er Jahren systematisch untersucht. Es gibt ein paar generelle Effekte, die sich bei allen Gewaltszenarien als Wirkungen nachweisen lassen. Einer der konstantesten Befunde ist die Zunahme der internalen Kontrollenerwartung. Es ist unter motivationspsychologischen Gesichtspunkten viel plausibler anzunehmen, dass sich jemand solche Gewaltfilme anschaut, um seine internalen Kontrollenerwartung zu steigern, weil er dadurch selbstbewusster wird und er Handlungskompetenz erwirbt, als anzunehmen, dass er sich die Filme anschaut, um möglichst aggressiv zu werden, weil es so wunderbar ist, in Wut zu verfallen und andere zu verprügeln. Kennen Sie ein solches Motiv: Ich möchte gerne aggressiver werden, weil das so prima ist? Ich habe den Eindruck, aus psychologischer Sicht wäre das eher umgekehrt begründbar.

PV: *Es gibt auch eindeutige Ergebnisse, was die Kontrollenerwartung betrifft. Der Drang, etwas bewirken zu können, ist für Menschen etwas ganz Wesentliches. Jeder möchte gerne den Zusammenhang erkennen zwischen seinen Handlungen und den Konsequenzen, die diese Handlungen hervorrufen. Bleiben die Handlungen vollkommen konsequenzenlos, dann lebt man an der Gesellschaft vorbei. Das ist belastend. Seligmann hat das sehr schön mit der gelernten Hilflosigkeit beschrieben, die letztendlich zu Apathie und Depressionen führt. Menschen versuchen natürlich, dies zu vermeiden und Kompetenz zurückzubekommen, wobei meiner Meinung nach Medien Kompensationsmöglichkeiten bieten. Diese Möglichkeiten werden aber von verschiedenen Rezipienten ganz unterschiedlich genutzt.*

JG: Peter Vitouch hat das Konzept der Angstbewältigung und des Angstmanagements in die Mediengewaltdiskussion eingeführt, mit gutem Recht. Ich habe davon auch deutlich profitiert und versucht, diese Linie zu systematisieren und weiterzuentwickeln. Daraus wurde dann die *Gefühlsmanagementthese*. Die grundlegende Frage ist: Warum wenden sich Menschen bestimmten Inhalten zu? In Bezug auf Angst ist es schon deutlich gemacht worden. Sie haben offenbar ein Angstkontrollbedürfnis, weil sie übermäßig ängstlich sind. Es ist längst nachgewiesen, dass Horrorfilmfans

überproportionale Ängstlichkeit mitbringen. Ich versuchte dann, dies experimentell zu überprüfen und habe den überdurchschnittlich ängstlichen Horrorfilmfans entsprechende Horrorszene vorgespielt. Mehr als andere waren sie in der Lage, ihre Ängstlichkeit zu reduzieren bzw. zu kontrollieren, woraus dann, wenn man es zusammenbringt, ein starkes Argument wird, um diesen Zusammenhang zwischen Ängstlichkeit und Konsum von Horrorfilmen zu erklären. Es gibt ein Übermaß an Ängstlichkeit, das irgendwie ein Problem darstellt für die Person. Die Person will damit umgehen und versucht nun, über Horrorfilme eine gewollte Abstumpfung bewusst herbeizuführen, sozusagen ein Training im Umgang mit der Angst, was letztendlich die Angstbewältigung erleichtert. Etwas Ähnliches lässt sich auch für den Umgang mit Aggression und den Umgang mit Einfühlungsstress zeigen, die beide ebenfalls zu einem spezifischen Mediennutzungsverhalten führen, das die Kontrollfähigkeit gegenüber diesen Emotionen erhöhen soll.

PV: *Als Ergänzung: Die Medien eignen sich deswegen so gut dafür, weil man da eine permanente Kontrollmöglichkeit hat. Man kennt sich aus, entwickelt spezielles Wissen und kann letztendlich immer abschalten.*

Neben der gewaltorientierten Story spielt auch eine Rolle, wie detailliert Gewalthandlungen dargestellt werden. Ist es im Hinblick auf die Wirkung problematischer, Gewalt auszumalen oder die schlimmsten Aspekte wegzulassen?



JG: Es gibt bereits Schnittexperimente von Tannenbaum aus den 70er Jahren, bei denen die expliziten Gewaltdarstellungen herausgeschnitten wurden. Dann hat man geschaut: Was ist aggressionssteigernder, der Film mit der gezeigten Gewalt oder der mit der Lücke? Das Ergebnis: Jener mit der Lücke war aggressionssteigernder. Hier liegt auch einer der Gründe, weshalb Alfred Hitchcock in seiner berühmten Szene in *Psycho*, wo die Frau beim Duschen erstochen wird, nicht gezeigt hat, wie das Messer einsticht – und trotzdem glaubte jeder, es gesehen zu haben. Warum? Weil der Zuschauer das in seiner eigenen Phantasie ergänzt. Lässt man solch eine Lücke, verstärkt man unter Umständen ungewollt den Effekt. Im Hinblick auf den Jugendschutz ist es daher keine prinzipiell zu befürwortende Möglichkeit, das Gewaltdetail einfach herauszuschneiden. Allerdings ist das Schneiden von Gewaltdetails noch nicht systematisch genug untersucht worden, um eine allgemeine Aussage zu rechtfertigen. Hierzu wären weitere Experimente erforderlich, bei denen der Gestaltungsfaktor *explizites Zeigen von Gewalt* versus *impliziten Formen von Gewaltdarstellung* variiert wird. Ein solches Wissen ist für den Jugendschutz – im Unterschied zu den generell alarmistischen oder generell verharmlosenden Medienwirkungsansätzen – sehr wohl relevant.

Während der Nazizeit, als es in Deutschland sehr grausam zugeht, gab es vergleichsweise viele gewaltfreie Filme; in der heutigen, relativ friedlichen Gesellschaft ist fiktionale Gewalt gefragt. Kompensieren Filme das, was man gerade nicht hat?

JG: In einer generellen Sicht kann man das schon so sagen. Wir haben das auf der Ebene von Individuen diskutiert: Es gibt welche, die ängstlich sind und sich dann bestimmten Medieninhalten zuwenden. Es gibt welche, die aggressiv reagieren und Actionfilme präferieren. Es gibt auch immer eine alternative Strategie im Umgang mit demselben Gefühlsproblem. Wir kennen das aus dem Bereich der Angstforschung: Die *Sensitizer* konfrontieren sich mit dem, was ihnen Probleme macht und wollen möglichst viele Informationen darüber haben. Die *Represser* dagegen versuchen, ihre Angst dadurch zu bewältigen, dass sie allen Informationen, die sie irgendwie verängstigen könnten, aus dem Wege gehen. So könnte man das auch auf einer gesellschaftlichen Ebene sehen: Es gibt Phasen, in denen Gesellschaften, die ein Gewaltproblem haben, die Medien benutzen, um einen inneren Diskurs zu führen, der einfach eine Beschäftigung mit diesem für die Gesellschaft relevanten Thema gestattet. Aber ich kann mir auch eine andere Situation vorstellen – vor allem, wenn sich eine Gesellschaft im Krieg befindet. Dann funktioniert dieses Modell des inneren Diskurses nicht mehr, die Medien funktionieren eher kompensatorisch im Sinne der represserfunktionalen Strategie *Vermeidung des Gewalttätigen*. Das ist von historischen und kulturellen Bedingungen abhängig.

Lukesch vertritt in seinem Buch die Auffassung, dass Fernsehgewalt durchaus in der Lage ist, aus einem friedlichen Menschen einen Gewalttäter zu machen. Welche Gruppen sind in dieser Hinsicht am meisten gefährdet?

JG: Ich kann aus der Sicht meiner eigenen Forschung sagen, dass die beliebte These, vor allem hochaggressive Menschen würden durch mediale Gewaltdarstellungen eine Aggressionssteigerung erfahren, nicht belegbar ist, sondern im Gegenteil. Ich habe vorhin versucht, dies auch schon motivationspsychologisch zu erklären: Die, die hochaggressiv sind, haben in der Regel kein zusätzliches Motiv, ihre Aggression weiter zu steigern, weil es für sie zusätzliche Probleme bringen würde. Also ist es durchaus plausibel, anzunehmen – was wir auch aus der Diskussion über die Gewalttätig-



keit junger Frauen kennen – dass diejenigen, die traditionell ein geringes Aggressionsniveau haben und vielleicht deshalb auch in gesellschaftliche Situationen kommen, in denen sie sich bedroht fühlen, gewalttätig werden. Insofern ist es nicht unplausibel, was Lukesch sagt, dass nicht nur die problematischen, bereits hochaggressiven Gruppen beeinflusst werden. Ich würde sogar sagen, dass man das umdrehen könnte. Die Niedrigaggressiven werden aufgrund der Rezeption von Mediengewalt viel eher ihre Gewaltdisposition erhöhen. Aber die Frage ist natürlich, ob es für die Gesellschaft problematisch ist, wenn ein schwachaggressiver Mensch ein bisschen aggressiver wird.

PV: Wenn ich es gesamtgesellschaftlich sehe, dann würde ich die Habituationsthese ins Spiel bringen, nämlich, dass man eben durch eine gewisse Menge an Gewalt in den Medien doch trainiert wird auf Gewöhnung. Man erträgt bestimmte Dosen von Gewalt und gewöhnt sich dadurch daran, so dass man nicht mehr so sensibel dafür ist, wenn im täglichen Leben plötzlich Gewalt auftaucht. Hinzu kommt, dass wir in einer Gesellschaft leben, in der Konkurrenz und Wettkampf groß geschrieben werden. Wo ist da die Grenze zu Aggression im Einzelfall? Da dürfen wir nicht sagen, Aggressionsprobleme finden nur in den Medien statt. Auch unsere Jugendlichen werden explizit auf Leistung und Wettbewerb getrimmt. Beim Wettbewerb wird im Grunde verschleiert, dass es immer einen Gewinner und einen Verlierer gibt. Es wird nur über den Gewinner gesprochen. Der Verlierer wird schon damit zurechtkommen. Das sind alle Aspekte, bei denen ein Rad ins andere greift.

Im Bereich des Jugendschutzes wird die Meinung vertreten, dass die sozial-kognitive Lerntheorie von Bandura besonders gut geeignet sei, um diese Effekte zu erklären.

JG: Ich zähle mich eher zu den Bandura-Kritikern. Das Problem war aus meiner Sicht, dass er von linearen Wirkungsvorstellungen ausgeht, dass ich ein Modell zeige und dies dann imitativ adaptiert und schließlich übernommen wird. Was dabei nicht berücksichtigt wird, ist so etwas wie *negatives Lernen*. Also, ich zeige etwas, was in negativer Weise wirkt, und die Wirkung ist nicht, das

zu imitieren, sondern es zu vermeiden. Zumindest in dieser Hinsicht ist Bandura ergänzungsbedürftig.

PV: Ich verteidige Bandura, weil er viel zu oberflächlich interpretiert wird. All die Kritikpunkte, die gegen ihn angeführt wurden, hat er in seinen fünf Büchern über Lerntheorie abgehandelt. So zeigt er beispielsweise eindeutig auf: Je ähnlicher die Situation, die ich im Modell beobachte, dem eigenen Lebenskontext ist, desto eher werde ich diese Situation imitieren. Das ist beim Fernsehen so gut wie nie oder kaum der Fall. Trotzdem haben alle die Lerntheorie linear interpretiert und behauptet, das Fernsehen sei das Modell. Ironisch zugespitzt hieße das: Wenn der Seeräuber einen anderen ersticht und ein Kind schaut zu, dann wird es, wenn es irgendwann einmal auf einem Seeräuberschiff kämpft und einen Säbel mit sich trägt, zustechen. Sonst nie.

JG: Das ist alles zutreffend. Bandura ist von seiner ursprünglichen These des *Imitationslernens* zum *Modelllernen* gekommen. Dabei war es eine wesentliche Entwicklungsstufe, die Bedingungen zu differenzieren, unter denen das *Imitationslernen* wahrscheinlicher ist oder nicht. Er geht von einer Vorstellung aus, dass ich etwas zeige, was möglicherweise übernommen wird. Jetzt differenziere ich empirisch die Bedingungen, unter denen das wahrscheinlich oder weniger wahrscheinlich ist. Mir geht es nicht darum, diese Differenzierung zu leugnen. Mir fehlt bei Bandura ganz einfach der Aspekt des *negativen Lernens*, also die Möglichkeit, dass ich aus dem handelnden Modell ableite: „So mache ich es nicht“, „Genau das will ich vermeiden“. Bandura differenziert nur die Wahrscheinlichkeiten, mit denen eine vorge-



gebene Lernrichtung: „So mache ich es“ eintritt oder nicht. Aber das Fundamentale ist doch, dass ich aus einem gezeigten Modell grundsätzlich immer mindestens zwei Konsequenzen ziehen kann. Wir haben Untersuchungen zu *Talkshowmotiven* gemacht. Warum schauen sich die Leute solche Sendungen an? Es spielt offenbar ein gewisses Orientierungsbedürfnis die Rolle, es geht um Alltagsthemen wie Beziehungen und so weiter. Aber das Hauptmotiv ist nicht etwa, dass die Zuschauer da Vorbilder oder Ähnliches vorfinden, sondern dass es Leute gibt, von denen man sich abgrenzen kann. Die Talkshowgäste verhalten sich in Situationen gerade so, wie man es als Zuschauer selbst nicht möchte, beispielsweise Unterschichtsangehörige, die versuchen, mit Alkohol ihr Arbeitslosenproblem zu lösen. Die Zuschauer sagen: „Nein, so machen wir es nicht“ – und das ist dann negatives Lernen. Oder ich zeige einen Kriegsfilm, *Der Soldat James Ryan* zum Beispiel, und ziehe für mich als Zuschauer mit mehr oder minderer Wahrscheinlichkeit am Ende den Schluss: „Krieg ist schrecklich“, „Krieg möchte ich vermeiden.“ Natürlich hat der Zuschauer auch die Möglichkeit zu sagen: „Krieg ist prima, da mache ich mit.“ Das wäre dann im Sinne von Bandura Modelllernen, wahrscheinlich ist das aber im Falle von Gewaltdarstellungen nicht.

Nach Bandura ist Lernen an die positive Akzeptanz des Modells und an den Erfolg der Gewalthandlung gebunden. Auch die Erwartung, ob die Gewalt letztlich ungestraft bleibt, spielt eine große Rolle. In den meisten Filmen geht die Gewalt vom Bösen aus und wird benutzt, um darzustellen, wie grausam der Böse ist, dass der Kampf des Helden gegen ihn gerechtfertigt ist...

PV: Ja, das ist richtig. Es gibt aber noch einen anderen Punkt. Dabei geht es um die Konsequenzen von Gewalthandlungen. Ich plane eine Untersuchung darüber, welche Effekte es hat, wie unverletzt Hollywoodschauspieler aus Schlägereien und derartigen Dingen herauskommen, obwohl jeder weiß, welche Konsequenzen ein Faustschlag aufs Auge eigentlich hat und wie das Opfer nach kürzester Zeit ausschaut. Das ist der Punkt, den ich für sehr gefährlich halte. Da geht es nicht darum, wer Täter und

Opfer ist, sondern um die gefährliche Botschaft, dass man auf Menschen einschlagen kann, ohne dass etwas passiert.

JG: Wenn es eine Ästhetik der Gewalt gibt, die Modelllernen im Sinne von Bandura wahrscheinlich macht, dann ist es eine Form der ästhetisierten Gewalt, die die Wirkung am Opfer eher ignoriert. Das haben wir auch bei Kampfsportfilmen untersucht. In einem Fall sind die Kombattanten spielerisch miteinander umgegangen und es gab keine besonderen Verletzungen beim Opfer. Im anderen Fall untersuchten wir die *schmutzige Gewalt*, bei der es regelüberschreitend Verletzte gab, einer kam sogar zu Tode. Eine aggressionshemmende Wirkung war bei der ästhetisierten Variante nicht festzustellen. Es ging nicht so weit, dass sie dann wirklich aggressionssteigernd wirkte, aber andersherum haben die Blutszenen einen hemmenden Effekt ausgeübt. Schneidet man das heraus und entfernt alles, was an der Gewalt irritiert, dann schützt man die Gesellschaft vielleicht vor unangenehmen Empfindungen, aber nicht vor möglicher Gewalt.

Actionfilme arbeiten damit, dass sie durch die Gewaltdetaillierung einen Hass gegenüber dem Bösen entwickeln, was später dadurch aufgehoben wird, dass der Böse vernichtet wird.

JG: Ich habe das *Standarddramaturgie* genannt, dass man in der Tat einen Bösewicht hat, der eine Regelverletzung begeht. Dann gibt es einen Helden, der darauf reagiert, um die Gemeinschaft zu beschützen, und in der Regel als Happy End, dass der Held den Bösen besiegt. Das ist eine monomythische Grund-



struktur, die ganz weit über die Filmgeschichte hinausreicht, die man in allen möglichen kulturellen Kontexten findet. Offenbar ist das eine Konstante der Kulturgeschichte, die eine Grundfunktion der Gemeinschaften erfüllt. Es geht einfach darum, wie Gemeinschaften Herausforderungen und Bedrohungen bestehen, und offenbar werden in vielen Kontexten Heldenfiguren benötigt. Die stellen wiederum ein Problem dar, weil die Gemeinschaft die Sonderstellung des Helden auch als Bedrohung erleben kann. Also eine Legitimierung von Gewaltanwendung, die normalerweise geächtet werden würde.

Problematisch wird es, wenn der Held, unterstützt von der Emotion des Zuschauers, Gewalt anwendet, die über das hinausgeht, was eigentlich zum Bekämpfen des Bösen nötig wäre.

JG: Das würde ich auf jeden Fall unterstützen, weil – betrachtet man es in einem generellen Kontext – unsere Form der Staatlichkeit ein Gewaltmonopol beinhaltet, das den Krieg jeder gegen jeden, also den permanenten Bürgerkrieg beendet hat. Damit verbunden ist nun leider das Problem eines exzessiven Gebrauchs der staatlichen Gewalt. Deshalb wurde der Rechtsstaat erfunden, in dem das Prinzip der Verhältnismäßigkeit gilt. Die Polizei darf nicht unter allen Bedingungen jeden erschießen, den sie für einen Verbrecher hält, auch wenn das im Eifer des Anti-Terrorkampfes gelegentlich geschieht. Man versucht also, die an den Staat delegierte Gewalt zu reglementieren und für die Gemeinschaft erträglich zu machen. Damit soll auch die Gewalt in der Gesellschaft selbst eingegrenzt werden, da exzessive Staatsgewalt gewalttätige Gegen-

reaktionen provozieren würde. Ich glaube, dass Filme das in gewisser Weise mitkultivieren, aber es auch in die falsche Richtung untergraben können.

PV: Das ist das Interessante: Der Held kann sich aus diesen Regeln, zumindest zeitweise, heraussprengen, denn er hat die übermäßige Kompetenz. Die Frage ist dann: Wie geht der Held damit um? Stellt er sich total außerhalb oder kehrt er in die Gemeinschaft zurück?

Welche Art von Filmen beinhaltet nach Ihrer Meinung für den Jugendschutz das größte Wirkungsrisiko?

PV: Es ist eine spezielle Vermischung von realen und nicht realen Aspekten: Die Ausführungsaspekte der Gewalt werden detailgetreu zelebriert, die Wirkungen am Opfer jedoch völlig unrealistisch vernachlässigt. Problematisch ist auch eine Heldenmythologie, die nicht aufgelöst, sondern perpetuierend als sich ständig wiederholende Bedrohung aufgeführt wird. Der Aspekt der Paranoia, aus der Gesellschaft heraustreten zu dürfen und dann unkontrolliert zu sein und der Aspekt, dass das Ganze hyperrealistisch dargestellt wird, mit Ausreißern, die dann gar nicht mehr auffallen.

JG: Ich möchte vollkommen zustimmen und noch einen Aspekt hinzufügen: Es gibt die Situation, in der man sich über bestimmte Personen moralisch so empört, dass man selbst gewalttätig wird. Das ist besonders gefährlich, weil es subjektiv das Gefühl der moralischen Berechtigung vermittelt. Wenn diese mit einem Feindbild zusammentrifft, dann ist jeder Mensch bis zu einem gewissen Grad bereit, Gewalt auszuüben. Ich denke an die Situation, dass ich einen Kindesmissbrauch zeige und dann als Täter einen fremdländischen Bösewicht konstruiere, der dadurch als Feindbild angeboten wird. Es sind besonders empörungswürdige Taten plus glaubwürdige Feindbilder, die die Menschen enthemmen. Kommt dann zusätzlich noch ein Vorbild dazu, wäre das eine weitere Verstärkung. Doch das Entscheidende sind die Empörung und das Wissen, wer Schuld hat.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.



Wolfgang Michaelis

Öffentliche Wahrheit

Eine fast kriminologische Betrachtung

Die moderne (empirisch basierte) Wissenschaft hat bis tief ins 20. Jahrhundert hinein geglaubt, sie könne Wahrheit als eine endgültige (universelle und generelle) finden, sofern sie einen korrekten Regelkanon verwendet und dies lege artis tut. Der typische Wissenschaftsnovize durchläuft auch heute noch den ernüchternden Bewusstwerdungsprozess, den die Wissenschaft in toto durchlitten hat: Es ist unbestimmt, ob Wahrheit je erreicht werden kann¹, auch wenn die „richtigen“ Regeln korrekt angewendet werden. Typische Laien, und solche sind allemal die öffentlichen Wortführer, glauben unbeirrt, dass die Wahrheitsfindung nicht nur im juristischen Sinn (was „gestanden“ wird oder kriminaltechnisch „erwiesen“ ist), sondern auch im wissenschaftlichen (metakonventionellen) Sinn möglich ist. In einer säkularen Gesellschaft ist dieser Glaube eine sichere Zuflucht: Politiker (so gut wie andere Wissenschaftslaien) beanspruchen für ihre Entscheidungen Gültigkeit, sofern diese auf Wahrheiten fußen, die sie der Wissenschaftssphäre entlehnen.

Meine Kritik richtet sich nicht auf das Nächstliegende: dilettantisch oder fahrlässig betriebene Wissenschaft (von Betrügereien ganz zu schweigen) oder missverstandene Wissenschaft (der Normalfall schon aus Gründen des unumgänglichen Wissenschaftsjargons), auch nicht kriminelle oder aus sonstigen unakzeptablen Gründen (Selbstbestätigung, politisches Programm etc.) gespeiste Anwendung dessen, was Wissenschaft zur Verfügung stellt. Wie gravierend die Folgen auch sein mögen, derartige Anomalien sind prinzipiell erkennbar und werden irgendwann entlarvt. Mein Unbehagen betrifft den weitaus größeren Bereich der Wissenschaft, der der Öffentlichkeit als unverdächtig, wenn nicht untadelig gilt, weshalb sie sich guten Gewissens auf dessen Vorgaben beruft.

Diese so „rechtschaffene“ Wissenschaft ist, blanke Ironie der Geschichte, gerade aus *den* zwei Gründen auf die schiefe Bahn geraten, deretwegen die Öffentlichkeit sie heute mehr denn je akzeptiert. Die eine Wurzel ihrer Fehlentwicklung liegt in der erkenntniskritischen Reflexion der Dekaden 1960/70, in deren Verlauf sich Wissenschaft den Zahn der Unvoreingenommenheit ziehen lassen musste – mit einem paradoxen Ergebnis: Zwar gelten nun nicht mehr allein die Erkenntnisbemühungen von Laien und Klerikern, sondern auch diejenigen der Wissenschaftler als durch vorgängige Glaubenssätze und Interessen geleitet. Das reuige Eingeständnis beschert der Wissenschaft Unangreifbarkeit fürderhin: Die Fehler der Vergangenheit erkannt zu haben, bewahrt sie – vornehmlich in ihren eigenen Augen – vor einer Wiederholung. Bedenklicher noch, auch penetranter: Es gibt kaum einen Wissenschaftler mehr, der sich nicht von „richtigen“ (vulgo: politisch korrekten) Glaubenssätzen und von „guten“ Interessen geleitet sieht. Wissenschaft ist nicht nur zum Heros moderner Zeiten geworden, sondern sie ist nach der Läuterung erhaben über jeden Zweifel.

Der andere Grund für meine kritische Distanz ist eine empirische Rückbindung der Wissenschaft, die über Erleben resp. Kasuistik hinausreicht. Um kanonisierte empirische Prüfkriterien bemühen sich alle „modernen“ Disziplinen, abgesehen von wenigen berechtigten (Mathematik) oder fragwürdigen Ausnahmen (Teile der Philosophie, Ethik, Kulturwissenschaften, Psychoanalyse etc.). Der begrüßenswerte Bezug auf regelhaft erhobene Daten verführt jedoch viele Wissenschaftler zu einer überheblichen Haltung, die sie leicht vergessen lässt, dass die Daten zwar objektiv im *messtechnischen* Sinne sein mögen, aber dennoch nicht voraussetzungslos sind. Hier findet sich dieselbe Tücke

Anmerkungen:

1

Die positive Aussage, sie könne niemals erreicht werden, kann eo ipso nicht als wahr gelten.

»Der begrüßenswerte Bezug auf regelhaft erhobene Daten verführt viele Wissenschaftler zu einer überheblichen Haltung, die sie leicht vergessen lässt, dass die Daten zwar objektiv im messtechnischen Sinne sein mögen, aber dennoch nicht voraussetzungslos sind.«

wie bei der Reflexion über Erkenntnisinteressen, jedoch in einer Form, die womöglich noch tragischer ist: Die (annähernde) Messobjektivität wird zum Fetisch, der blind macht für die viel schwerer wiegenden Einflüsse, die *vor* und *nach* aller Messung wirksam werden.

Ich thematisiere die unzuträglichen und weitgehend unkontrollierten (auch schwer kontrollierbaren) Einflüsse in absteigender Bedeutung: 1. Der schwerste Brocken, der Erkenntnis (ver-)leitet: *Zu welchen Fragen* werden überhaupt Daten erhoben? Welche tentativen *Antworten (Thesen)* ergeben sich aus den Fragen, welche Antworten (potentiellen Erkenntnisse) werden durch Inhalt und Rahmen der Frage *ausgeschlossen*? 2. *Wie gestalte* ich die Situation der Datenerhebung (Labor, komplexe Wirklichkeit etc.) und wie operationalisiere ich die in den Thesen aufgestellten Zusammenhänge so, dass sie überhaupt messbar werden? Welche Auswirkungen hat das – über die einschränkende Fragestellung hinaus – auf die *Ausblendung* eines großen Teils des möglichen Erkenntnisraumes? 3. *Welches deskriptive und inferentielle Modell* wende ich auf die erhobenen Daten an, d. h. wie setze ich die aufgestellten Thesen mit den erhobenen Daten in Beziehung? Schlussfolgerungen „ergeben“ sich beileibe *nicht objektiv* und „von selbst“. 4. *Wie deute* ich meine Ergebnisse, d. h. wie *übertrage* ich die Beziehungen, die ich in meiner den Forschungsmöglichkeiten angepassten Miniwelt erschlossen habe, auf die um viele Dimensionen komplexere Empirie der täglichen Lebenswelt?

An dieser letzten, eigentlich am wenigsten bedeutsamen Stelle fällt dem Laien am ehesten auf, wie sehr Wissenschaftler und deren „Abnehmer“ Erkenntnis stützen, biegen, erweitern oder sonst wie modifizieren; nicht aus kriminellen Motiven, sondern um sie „verständlich“

und „sinnhaft“ zu machen, sei es für ihre eigene Vorstellungswelt oder für die breitere Öffentlichkeit. Wenn etwa Zusammenhänge zwischen gewalthaltigen Medieninhalten und bestimmten psychischen Indizes (meistens hochartifizuell, selten Verhalten) gefunden werden, dann *kann* dies im Sinne einer Ursache-Wirkungs-Relation interpretiert werden, mit *genauso* viel Plausibilität aber auch *ganz anders* (zeitliche Parallelität, Konzessivrelation etc.). Wenn schon eine Ursache unterstellt wird, dann muss mitnichten der Medieninhalt Ursache für gemessene psychische Indizes sein, sondern es kann ebenso eine psychische Befindlichkeit der Gesellschaft und ihrer (Sub-)Kulturen zu vermehrten Gewaltinhalten in den Medien führen. Und wenn die Zusammenhänge typischerweise im Bereich zwischen 1 und 4% liegen, dann kann man dies als lebensweltlich sehr bedeutsam hinstellen². Man kann – vielleicht mit mehr Berechtigung – solch niedrige Aufklärungsrate auch als Forschungsmisserfolg werten, schamhaft schweigen oder sich selbst und die Öffentlichkeit auffordern, nach den restlichen 96 bis 99% an Aufklärung zu fragen. Es gibt keinerlei Konventionen, die solche weit voneinander abweichenden Interpretationen regeln – nicht nur offiziell, auch inoffiziell nicht.

² Nicht zu verwechseln mit der ganz anders definierten metrischen Bedeutsamkeit = Signifikanz.

Ich habe angreifbar pauschal über „die“ empirischen Wissenschaften gesprochen. Eine graduelle Abstufung ist angebracht. Die Analyse gilt zwar auch für die „harten“ Naturwissenschaften wie Physik oder Chemie, aber doch ganz besonders für die „weichen“ empirischen Disziplinen (Psychologie, Sozialwissenschaften etc.), zumal dort, wo sie höhere kulturwissenschaftliche Anteile aufweisen (Soziologie, Politologie etc.). Diese Wissenschaften befinden sich in einem kindlichen, teilweise gar embryonalen Entwicklungsstand (Erziehungswissenschaft, Medienwissenschaften), was die empirische Ab-

schaften müssen sich – unter neuerlich immer härteren Bedingungen – Brot und Zuwendung (in mehrfacher Bedeutung) verdienen. Das resultiert nicht nur in einer Entwicklungsverzögerung, sondern schädigt die fordernde Gesellschaft auch in direkter Weise: Die „Kinder“ liefern, was sie liefern können, nicht das, was die Gesellschaft braucht. Übersetzt: Ein hoher Anteil dessen, was die Wissenschaftsbabies erzwungen (teilweise vielleicht aus kindlicher Geltungssucht) von sich geben, „reimen“ sie sich zusammen; sie extrapolieren es aus den wenigen empirisch robusten Erkenntnissen, über die sie wirklich verfügen. Nach meiner Schätzung sind zwischen 80 und 95 % des „Fachwissens“, das Lehrbücher und befragte Experten³ liefern, auf dünner empirischer Basis „frei entwickelt“.

Hier nun erst gewinnt an Brisanz, was oben analysiert wurde: Ist Wissenschaft durchaus nicht frei von subjektiven Zutaten, weil sie sonst nicht „verständlich“ wäre, und trifft dies insbesondere für die „weichen“ Wissenschaften zu, dann liegt die Mutmaßung nicht fern, dass diese das tun, was alle Kinder tun, die überleben und geliebt werden wollen: Sie reden den Erwachsenen nach dem Munde. Dies nicht im Sinne einer Lüge, also gesteuerter Täuschung, sondern im Sinne der Konfabulation: Es werden auf der Basis von Erkenntnisplittern aus der eigenen Anschauung *und* aus den Stichworten, die die Erwachsenen bei der Befragung liefern, die bestmöglichen – und das heißt: subjektiv wahre – Antworten gegeben. In der gesellschaftlichen Wirklichkeit entsteht ein Teufelskreis gegenseitiger Wahrheitshörigkeit: Die öffentliche Meinung produziert zu virulenten Fragen auf der Hand liegende Antworten⁴; in der Forschergemeinschaft schränkt diese Vorgabe den Suchraum ein, alles andere wäre (und war im Falle der Geozentrität) Harakiri; die Forschungsergebnisse liegen dann wegen der Einschränkung des Suchraumes nicht allzu weit von der Evidenz entfernt; wo doch, werden sie nicht veröffentlicht (nicht eingereicht oder abgelehnt) oder nicht beachtet. Noch weniger durchbrechbar ist dieser *Circulus vitiosus*, wenn die Wissenschaft in Ermangelung empirisch fundierter Antworten⁵ mit *Expertisen* antwortet. In der Öffentlichkeit beachtet wird dann (allein) diejenige Expertenmeinung (denn genau darum handelt es sich), die der vorgefassten Meinung entspricht. Es wäre übermenschlich, fände sich nicht jemand, der die öffentliche Erwartung erfüllt. Forscher *sind* Menschen.

3

In der wissenschaftlichen Primärliteratur, die der Öffentlichkeit weitgehend verschlossen bleibt, sieht es glücklicherweise positiver aus.

»Nach meiner Schätzung sind zwischen 80 und 95% des ›Fachwissens‹, das Lehrbücher und befragte Experten liefern, auf dünner empirischer Basis ›frei entwickelt‹.«

sicherung ihrer Erkenntnisse angeht. Dies kann nicht anders sein, weil sie nicht nur später geboren worden sind, sondern sich ihre Entwicklung viel schwieriger gestaltet als die der Naturwissenschaften. Gleich ihr Erkenntnisgegenstand doch in mehrfacher Hinsicht einem Wechselbalg, so dass selbst ein flexibles biodynamisches Regelkreismodell für die Theoriebildung und deren Bezug auf erhobene Daten zu kurz greift.

Das Defizit an empirisch robuster Erkenntnis wäre zwar bedauerlich, aber keineswegs bedenklich, würde nicht die Öffentlichkeit Nützlichkeitsforderungen stellen, die erst mit Eintreten in die Adoleszenz schrittweise erfüllbar werden. Der öffentliche Druck erzwingt Kinderarbeit: Auch die „Babies“ unter den Wissen-

4

Evident ist etwa, dass die Sonne um die Erde kreist, wir „sehen“ (wortwörtlich) das jeden Tag.

5

Die Zahl aussagekräftiger Langzeitstudien über Medienwirkung lässt sich an den Fingern einer Hand abzählen (vgl. Freedman 2002).

Wie nicht alle Wissenschaften gleichgewichtig von der Verschränkung öffentlicher Erwartung und produzierter Erkenntnis betroffen sind, so auch nicht alle Forschungsfelder. Wissenschaftlich fundierte Wahrheit verbiegt sich am deutlichsten dort zu öffentlicher Wahrheit, wo aus drängendem Anlass Antworten *schnell* und *eindeutig* gefordert werden. Ein solches Thema ist seit geraumer Zeit die Gewalt und der Beitrag möglicher Determinanten zur Ausprägung von Gewalt. Ich werde – nicht misszuverstehen als Beweis, sondern zur Veranschaulichung der abstrakten Lagebeschreibung – aus diesem Bereich drei Beispiele jüngerer Datums anreißen, in die ich selbst involviert war.

Beispiel 1: Die Rolle der Staatsvertreter bei der Wahrheitsfindung

Im Februar 2003 bat mich die Leiterin einer Behörde des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend um einen Forschungsüberblick zur Wirkung gewalthaltiger Bildschirmspiele. Die Sichtung der bis zu diesem Zeitpunkt zugänglichen fast 70 Originalstudien und Metaanalysen überraschte mich selbst: Je nach Wahl der Gewaltindikatoren konnten zwischen 0,38% (beobachtete Gewalt) und 1,71% (erschlossene Gewalt) durch gewalthaltige Spielinhalte als erklärt gelten. Rechnete ich überschlagsweise⁶ die Ergebnisse eines bestimmten Forschungslabors heraus, dann sank die Klärungsquote auf null. Es ging allein um kurzfristige Wirkung unter restriktiven Laborbedingungen. Zu langfristiger Wirkung nach massiver Spielzuwendung lagen keine Ergebnisse vor, so dass die in der Öffentlichkeit nach dem Massaker in Erfurt als dringlich empfundene Frage durch empirisch basierte Forschung nicht beantwortet werden konnte.

Nach Einreichung meines Berichts (Michaelis 2003b), um den beschleunigt gebeten worden war, hörte ich lange Zeit gar nichts. Dann wurden mir durch eine Mitarbeiterin der Behörde einige wenige Änderungswünsche redaktioneller Art vorgetragen. Das sich wiederum anschließende Schweigen wurde durch eine E-Mail der Leiterin beendet, in der sie mich um Verständnis dafür bat, dass sie den selbst erbetenen Bericht nicht veröffentlichen könne. Was war geschehen? Eine aus aktuellem Anlass (das Massaker in Erfurt) staatlich zusammengerufene „Expertenrunde“ war zwischenzeitlich zu der Ansicht gelangt, dass gewalthaltige Bildschirmspiele für

gewalttätiges Verhalten verantwortlich gemacht werden könnten. Damit „verbot“ sich mein ganz anders lautender Forschungsüberblick. Da dieser für ein Laienpublikum maßgeschneidert war, hätte er nur nach aufwendiger Umarbeitung in einem Fachorgan publiziert werden können. Darauf habe ich in Ermangelung eines entsprechenden Zeitbudgets verzichtet.

Eine Zensur liegt hier im formalen Sinn so wenig vor wie bei der Selbstbescheidung aller der Forscher (darunter meine sämtlichen eigenen Untersuchungen zur Verifikation des sogenannten Bandura-Paradigmas zur Wirkung gewalttätiger Filminhalte), die nicht zu den Ergebnissen kamen, die die Öffentlichkeit von ihnen erwarten konnte.

Beispiel 2: Die Rolle des Journalismus bei der Wahrheitsfindung

Sat. 1 bat mich im Oktober 2000 um Mitwirkung als „Experte“ in einer Sendung, in der es um eine „aufsehenerregende“ Studie ging, der endlich und zweifelsfrei der Nachweis eines Kausalzusammenhangs zwischen gewalthaltigem Bildschirmspiel und gewalttätigem Verhalten gelungen sei. Die Redakteurin präsentierte mir als Grundlage dafür eine knappe Meldung des Presdienstes dpa, die sich wiederum auf die Zeitschrift „MMW – Fortschritte der Medizin“ berief. Dort findet sich eine nicht weniger knappe Notiz über die Fachpublikation der Psychologen Anderson/Dill (2000): „Aggressive Spiele hatten tatsächlich aggressive Gedanken und aggressives Verhalten zur Folge. [...] Die Autoren folgern, dass aggressive Videospiele aggressives Verhalten fördern.“ (Ernst 2000). Bezeichnend im Sinne meiner obigen Analyse der Abschlusskommentar des Wissenschaftsjournalisten: „Dem ist kaum etwas hinzuzufügen: Gelegentlich finden Forscher genau das, was jeder mit gesundem Menschenverstand schon wusste.“

6

Eine exakte Berechnung konnte ich in Ermangelung der Originaldaten nicht vornehmen.

»Wissenschaftlich fundierte Wahrheit verbiegt sich am deutlichsten dort zu öffentlicher Wahrheit, wo aus drängendem Anlass Antworten schnell und eindeutig gefordert werden.«

»Ein Publikum, das es immer schon gewusst hat, bekommt endlich ein bestätigendes Ergebnis vorgesetzt, das auf der laienhaften Interpretation eines Wissenschaftsjournalisten beruht, die – gute Einschaltquoten garantiert – medienwirksam vermarktet werden kann.«

7

Der Einfluss von *non governmental organizations* (bei der UNO akkreditiert) auf die öffentliche Meinung muss zufolge soziologischer Untersuchungen als enorm eingeschätzt werden. Sie sind unverdächtiger als staatliche Organe oder als solche klar erkennbare *pressure groups*.

Die Studie von Anderson/Dill ist so angelegt, dass Laien kaum eine Chance haben, sie nicht misszuverstehen. Die Crux liegt darin, dass in der Forschung (nicht nur in der hier diskutierten) aus ethischen und rechtlichen Bedenken nicht wirklich gewalttätiges Verhalten provoziert werden kann. Deshalb wird auf artifizielle Quasi-Maße ausgewichen: Im vorliegenden Fall wird „Aggression“ in der *Dauer* eines Tones gemessen (die Lautstärke war nicht beeinflussbar und variierte stark), der in einem Wettspiel dem (vermeintlichen) Gegner ins Ohr geleitet wird – auch das nur vermeintlich, alles in raffinierter Täuschung durch ein unbeeinflussbares Computerprogramm gesteuert (eine übliche Anordnung, die kaum hinterfragt wird). Das Ergebnis: Untersuchungsteilnehmer, die zuvor dreimal ein gewalthaltiges Spiel gespielt hatten, lieferten dem „Gegner“ einen geringfügig *längeren* Ton, wenn sie in dem vorgeblichen Wettspiel gerade einen Durchgang verloren hatten. Dazu Anderson/Dill (a. a. O., S. 786, Spalte 2) erläuternd (nach ihrer eigenen Auffassung nicht interpretierend!): „In other words, playing a violent video game increased the aggressiveness of participants after they had been provoked by their opponent’s noise blast.“ Dies ist, vorsichtig ausgedrückt, eine kühne Erläuterung. Einmal abgesehen davon, dass die beiden grundverschiedenen Phänomene Aggression und Gewalt vermengt werden, ja sogar Aggression und Aggressivität (siehe dazu Michaelis 2003b), kann die geringfügig längere Dauer des Tones eine ganz

andere Bedeutung haben, z. B. Folge eines höheren Erregungszustands nach einem aktionsgeladenen Bildschirmspiel sein, worauf die Autoren an anderer Stelle (S. 786, Spalte 1) selbst hinweisen (verneinend).

Zu der Sendung in Sat. 1 ist es aufgrund meiner Bedenken nicht gekommen. Unter geringfügig anderen Umständen (ein fernsehgeneigter Kollege, der sich gerne dem Kommentar des Journalisten Ernst angeschlossen hätte) wäre es zu einer Kettenreaktion der Wahrheitsfindung gekommen: Ein Publikum, das es immer schon gewusst hat, bekommt endlich ein bestätigendes Ergebnis vorgesetzt, das auf der laienhaften Interpretation eines Wissenschaftsjournalisten beruht, die – gute Einschaltquoten garantiert – medienwirksam vermarktet werden kann. Dies schlägt dann unweigerlich zurück auf den Wissenschaftsbereich und erhöht die Wahrscheinlichkeit, demnächst wiederum ein bestätigendes Ergebnis zu produzieren.

Beispiel 3: Die Rolle einflussreicher NGOs⁷ bei der Wahrheitsfindung

Im Zusammenhang mit einem unter meinen Fittichen stehenden Projekt zur Gewaltprävention an Schulen (mit dem breiteren Ansatz der Stärkung der Lebenskompetenz) erging an mich die Bitte, eine Kolumne für den *Rotary Club* zu verfassen, der seit längerem solche Präventionsprogramme finanziell unterstützt (z. B. die Einführung von Streitschlichtern in Schulen). Ich äußerte starke Bedenken, da meine Ansichten „unkonventionell“ seien und die Leserschaft des Nachrichtenblattes aufwühlen könnten. Meine Bedenken wurden mit einem „desto besser“ zerstreut. Im Beitrag (Michaelis 2003a) plädiere ich (1) für eine entgegen der bisherigen Fetischisierung nüchtern-realistische Betrachtung der Gewalt und (2) für neuartige Präventionsmaßnahmen, von denen ich mir eine höhere Effizienz verspreche. Kinder und Jugendliche sollten *konfliktwahrnehmungsfähig* und *konfliktlösungsfähig* gemacht werden. Statt Gewalt auf dem Boden einer Doppelmoral *generell* zu pönalisieren (Erwachsene und staatliche Organe üben Gewalt tagtäglich aus, auch in schwerster Form), sollte eine *differenzierende Ethik der Gewalt* vermittelt werden: Unter welchen Umständen darf ein Mensch allenfalls, ja muss er sogar gewalttätig werden (z. B. um Leben zu retten oder vor irreversiblen Schaden und Leid zu bewahren)? Wie kann ein Mensch in die Lage

gebracht werden zu erkennen, ob er zu einer Gewalttat berechtigt oder verpflichtet ist?

Meine Bedenken erwiesen sich als allzu berechtigt: Der Abdruck des Beitrags wurde entschieden abgelehnt; er störe die derzeitige Diskussion empfindlich.

Das Fazit aus allen drei Beispielen: In der Öffentlichkeit wird als vertretbare Wahrheit nur akzeptiert, was im Trend liegt. Wie dieser Trend vorgewusster Wahrheit zustande kommt, wird nicht hinterfragt. Wie stark die Rückwirkung der Vorwahrheit auf die Wissenschaft und die Wissenschaftler ist, bleibt ebenso im Verborgenen.

Prof. Dr. Wolfgang Michaelis war bis 2004 Universitätsprofessor für Psychologie mit Schwerpunkt Lernen/kognitive Prozesse. Er ist Mitglied im Kuratorium der FSE

Kontakt: w.michaelis@michaelisw.de

Literatur:

Anderson, C. A./Dill, K. E.: *Videogames and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in the Laboratory and in Life.* In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 78/2000, S. 772–790.

Ernst, E.: *Gewaltspiele machen aggressiv – besonders Männer.* In: *MWW – Fortschritte der Medizin*, 118/39/2000, S. 24.

Freedman, J. L.: *Media Violence and Its Effect on Aggression. Assessing the Scientific Evidence.* Toronto 2002.

Michaelis, W.: *Erziehungsziel Gewaltlosigkeit?* 2003a. Siehe unter: <http://www.fsf.de/fsf2/publikationen/publikationen.php>.

Michaelis, W.: *Die Auswirkungen gewalthaltiger Bildschirmspiele – Der Stand der empirischen Forschung und was von ihr zu halten ist.* 2003b. Siehe unter: <http://www.usk.de/docs/videogames.pdf> (automatische Weiterleitung zur Datenbank http://helliwood.mind.de/~usk/katalog/leave.php?lin_id=144).

»In der Öffentlichkeit wird als vertretbare Wahrheit nur akzeptiert, was im Trend liegt.«

Nils Brinkmann

Suizid im Film – eine Herausforderung für den Jugendmedienschutz

Von stiller Nachdenklichkeit bis hin zu blankem Entsetzen reichten die Reaktionen unter den anwesenden Jugendschutzsachverständigen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) nach der Sichtung des Films *Suicide – Selbstmörder*, der im Rahmen der jährlichen Regionaltagung am 20. Januar 2005 im Konferenzsaal des Rundfunks Berlin-Brandenburg (RBB) gezeigt wurde. Was ist das für ein Film, in dem ein junges Pärchen mit einer Digitalkamera unter dem Motto „Jeder hat das Recht auf 15 Minuten Berühmtheit!“ fortlaufend Dutzende Menschen zeigt, die sich auf unterschiedlichste Art und Weise vor laufender Kamera das Leben nehmen? Handelt es sich um ein „Snuff“-Video, in dem reale Verbrechen gezeigt werden? Die verwackelten Bilder der Handkamera sowie der oft unzureichende Ton und das unstete Licht suggerieren in der Tat ein hohes Maß an Authentizität, das die anwesenden Jugendschützer lange im Zweifel ließ. Erst als Sabine Seifert, Ständige Vertreterin der Obersten Landesjugendbehörden bei der FSK, anhand einer Vielzahl von Kriterien nachweisen konnte, dass die vermittelte Authentizität Absicht des Regisseurs Raoul W. Heinrich sei, konnten die letzten Zweifler in der Runde überzeugt werden. Damit war allerdings nicht die schwierige Frage beantwortet, ob für den Film eine Jugendfreigabe (in diesem Falle ab 16 Jahren) in Betracht kommt. Nach einer intensiven Diskussion, in der auch lange die Frage diskutiert wurde, ob ab 16-Jährige überhaupt in der Lage seien, die Fiktionalität des Films zu erkennen, votierten die Sachverständigen schließlich einhellig für die Kennzeichnung „Keine Jugendfreigabe“ und bestätigten damit das Votum des FSK-Arbeitsausschusses. Zu detailliert sind Vorbereitungen und Durchführung der Suizide zu sehen, wobei in nur ganz

wenigen Fällen Motive und Hintergründe der handelnden Personen aufgezeigt und bearbeitet werden. Besonders eindringlich wird der Doppelselbstmord zweier junger Frauen gezeigt, die sich mit Tabletten und viel Wodka vergiften, nicht ohne sich zuvor einige Male zu übergeben. Erst nachdem offenkundig der Tod eingetreten ist, entfernt sich die Kamera langsam vom Ort des Geschehens. Weitere Suizide folgen im Fünfmintentakt: der Sturz vom Hochhaus, ein bewusst gesetzter „goldener Schuss“, die Selbstertrückung mit Gewichten im Rucksack, auch die aufgeschnittene Pulsader in der Badewanne darf natürlich nicht fehlen! Eine dem Film innewohnende Medienkritik (analog zu Oliver Stones Film *Natural Born Killers*) konnte vom Prüferkreis nicht hinreichend nachvollzogen werden. Auch die Tatsache, dass *Suicide – Selbstmörder* auf internationalen Festivals des Independent Films in New York und Los Angeles als „best experimental feature film“ ausgezeichnet wurde, stimmte die Prüferinnen und Prüfer keinesfalls wohlwollend mit Blick auf das beantragte 16er-Kennzeichen.

Die Verweigerung der Jugendfreigabe konnte der eingeladene Kinder- und Jugendpsychotherapeut Michael Witte, Mitherausgeber des Buches *Neue Medien und Suizidalität* und Geschäftsführer des Vereins NEUuhland, einer Beratungsstelle und Krisenunterkunft für suizidgefährdete Kinder in Berlin, nur bestätigen. Witte führte aus, dass sich im Jahr 2003 insgesamt 11.150 Menschen in Deutschland das Leben genommen hätten (Quelle: Statistisches Bundesamt). Davon seien 8.179 Männer und 2.971 Frauen. In die Altersgruppe bis 25 Jahren fallen 715 Selbsttötungen (554 Männer und 161 Frauen). Nach Verkehrsunfällen ist der Suizid somit die zweithäufigste Todesursache bei jungen Menschen. Experten schätzen,

dass auf einen „erfolgreichen“ Suizid zwischen 10 bis 20 Suizidversuche bei Männern bzw. 20 bis 30 Versuche bei Frauen zu zählen sind.

Besonders während persönlicher Krisen oder Phasen der Neuorientierung werden Suizidgedanken in Erwägung gezogen. Davon sind keineswegs nur sogenannte Außenseiter oder sozial Ausgegrenzte betroffen: 60 bis 80 % der gesamten Bevölkerung, so Witte, spielen im Laufe ihres Lebens mindestens einmal mit dem Gedanken, Selbstmord zu begehen. Trotz dieser alarmierenden aktuellen Zahlen wird der Suizid in der Gesellschaft weitgehend tabuisiert. Die Gründe hierfür sind vielschichtig und durchaus ambivalent zu betrachten. Der Suizid – gleichzeitig Höhepunkt und Elend der Individualität – wird von kollektiven Morallehren wie auch von der christlichen Ethik, nur durch extreme Grenzsituationen gemildert, abgelehnt.

Die Wirkung von Medien in Bezug auf Suizid

Schon im Jahr 1910 wurde aus Anlass des „Wiener Symposions über den Schülerelbstmord“ über die Wirkung von Medien in Bezug auf Selbstmord spekuliert. Hieraus haben sich über die Jahre hinweg zwei kontroverse Standpunkte über den Zusammenhang zwischen der Medienberichterstattung und dem Einfluss von Medien auf suizidales Verhalten herauskristallisiert (vgl. Schmidtke u. a., S. 152, zit. in: Etzersdorfer u. a. 2003): Zum einen wird konstatiert, dass Berichte über suizidales Verhalten lediglich Tatsachen, Einstellungen und Meinungen wiedergeben. Zum anderen wird als These formuliert – und dies bedeutet nichts anderes als die Bestätigung der Modellerntheorie Banduras –, dass Medienberichte Änderungen von



Suicide – Selbstmörder:
keine Jugendfreigabe
der FSK für den Film, der
scheinbar authentische
Suizide zeigt

Einstellungen und Verhalten insbesondere bei der Präsentation von Suizidmodellen bewirken können. Hierzu gibt es – wiederum in Wien – eine bemerkenswerte Initiative. In den 80er Jahren wurde vielfach über Selbstmorde in U-Bahnstationen berichtet, was den Österreichischen Verein für Suizidprävention bewog, auf die Medien dahin gehend einzuwirken, dass künftig eine zurückhaltende Berichterstattung über diese Selbstmorde stattfindet. Ab 1987 reduzierte sich die Zahl der U-Bahn-Suizide daraufhin um mehr als 70 % und bleibt seitdem auf niedrigem Niveau.



Die Serie *Tod eines Schülers* aus dem Jahr 1981 zeigte den Selbstmord eines 19-Jährigen aus sechs verschiedenen Perspektiven

Eine geradezu katastrophale Wirkung verursachte die Ausstrahlung der sechsteiligen ZDF-Serie *Tod eines Schülers* aus dem Jahr 1981. In jeder der sechs Episoden wird die Selbsttötung eines 19-jährigen Schülers aus einer anderen Perspektive nachgezeichnet (aus der Sicht der Eltern, der Lehrer, der Mitschüler, der Polizei, der Freundin und seiner eigenen Perspektive), wobei die suizidpräventive Zielsetzung der Redaktion durchaus zu begrüßen ist. Durch den suggestiven Filmvorspann, der zeigt, wie sich der Schüler vor den Zug wirft, wurde die insgesamt als gelungen bewertete Serie allerdings um ihre Meriten gebracht: Die Suizidrate in der betreffenden Altersgruppe stieg, wie Armin Schmidtke von der Universität Würzburg nachwies, zeitnah signifikant an! Als die Serie im Jahr 1988 wiederholt wurde, kam daher nur eine bearbeitete Fassung in Betracht, in welcher die schockierenden Bilder der Selbsttötung entfernt wurden.

Ähnlich rigide urteilte vor kurzem auch ein Arbeitsausschuss der FSK, der die Folge *Adelle Coffin* aus der auf ProSieben ausgestrahlten Serie *Nip/Tuck* erst in der 2. Instanz ab 16 Jahren freigab. Die Erstinstanz verfügte das Kennzeichen „Keine Jugendfreigabe“, weil der durch Tabletten verursachte Freitod einer unheilbar krebserkrankten Frau vom Ausschuss als verbotene aktive Sterbehilfe angesehen wurde. Der Freitod unter Zuhilfenahme einer die Sauerstoffzufuhr verringernenden Plastiktüte wurde zudem sehr ausführlich en détail geschildert, was überdies zu dem strengen Urteil ge-



führt haben mag. Der FSK-Berufungsausschuss hob das Kennzeichen „K. J.“ jedoch zugunsten einer Freigabe ab 16 Jahren wieder auf, da der insgesamt humane Umgang mit der todkranken Frau als entlastend empfunden wurde. Eine Ausstrahlung im Fernsehen im Hauptabendprogramm ab 20.00 Uhr wurde von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) erst bei der dritten Vorlage und nur für eine erheblich gekürzte Fassung genehmigt. Einer der Hauptgründe war auch hier die mögliche Gefahr einer Nachahmung durch die detaillierte Schilderung des Selbstmords mittels Tabletten und der über den Kopf zu ziehenden Plastiktüte. In der zur Ausstrahlung gelangten Fassung wird der Selbstmord nur noch angedeutet und nicht mehr detailliert beschrieben.

Suizid in den Medien – ein Thema für den Jugendschutz

Die aufgeführten Beispiele zeigen ein offensichtliches Dilemma auf: Einerseits ist Suizid ein gesellschaftlich brisantes Thema. Es erscheint daher dringend notwendig, über die Kanäle der Massenkommunikation (Film, Rundfunk, Presse, Internet) eine breite Basis für die Sui-

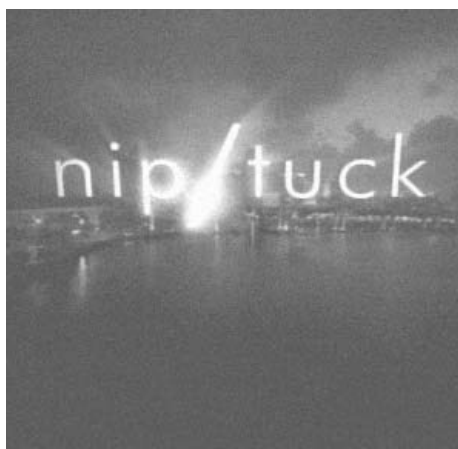
zidprävention zu schaffen. Andererseits zeigen überaus ambitionierte Projekte die Grenzen der Prävention – trotz guten Willens, siehe *Tod eines Schülers* – auf. Immer besteht die Gefahr, dass Menschen sich in extremen Situationen befinden und mit suizidalen Gedanken spielen. Dabei jedoch ist die Mehrheit der Menschen, die einen Suizid erwägen, so die Deutsche Gesellschaft für Suizidprävention (DGS), ihrem Entschluss gegenüber häufig ambivalent. Im Vordergrund stehe nicht der Wunsch zu sterben, sondern allein die Vorstellung, so wie bisher nicht weiterleben zu können. In die-



sem extrem krisenhaften emotionalen und psychischen Ausnahmezustand können Medieninhalte den endgültigen Entschluss oder Impuls zum Suizid geben. Andererseits können Medien aber auch dazu beitragen, dass die Suche nach Hilfe gefördert wird. Die DGS nennt in ihrer Broschüre *Zwischen Selbstzerstörung und Lebensfreude – Hinweise für die Suizidprävention bei jungen Menschen* Kriterien, die bei der Berichterstattung zum Thema „Suizid“ Berücksichtigung finden sollten. Diese Kriterien lassen sich auch für die Bewertung von Medieninhalten aus jugendschützerischer Sicht anwenden.

In der Berichterstattung und in Filminhalten sollte – entsprechend der Empfehlungen der DGS – alles vermieden werden, was zur Identifikation mit der Motivation eines Suizidenten führen kann. So sollte vermieden werden, die Suizidmethode und die Orte detailliert zu beschreiben, an denen Suizide gehäuft vorkommen (bestimmte Brücken, Hochhäuser, U-Bahn-Tunnel). Verabredungen zwischen Medien und Verkehrsunternehmen – wie in Wien – werden mittlerweile fast überall getroffen.

Der Suizid sollte ferner nicht als nachvollziehbare, konsequente oder unausweichliche Reaktion dargestellt oder gar gebilligt werden, etwa durch Kommentare wie: „Für ihn gab es keinen Ausweg“ oder: „In dieser Situation war es nur allzu verständlich, dass ...“ Ferner sollten Medieninhalte den Selbstmord weder romantisieren noch idealisieren („Er/sie war zu sensibel für diese Welt!“). Keinesfalls sollte die Haltung oder die Handlung eines Suizidenten als heroisch oder bewundernswert dargestellt werden. Kommentare wie z. B.: „Einer musste der Gesellschaft einmal zeigen, was wirklich los



ist!“ billigen und legitimieren den Suizid. Filme oder Medienberichte sollten ferner darauf verzichten, einfache Gründe für einen Suizid zu nennen. Erklärungsversuche wie: „Seine Freundin hat ihn in den Suizid getrieben“ oder einfach nur schlechte Schulnoten greifen oft nicht und können überdies identifikatorische Wirkungen auf Kinder und Jugendliche entfalten.

Filme und Medieninhalte, die den Suizid zum Gegenstand haben, sollten ferner vermeiden, diesen als besonders spektakulär, etwa in der Wahl der Suizidmethode, hervorzuheben. Dies gilt auch für das Zustandekommen von suizidalen Handlungen, wie etwa die Schilderung von Verabredungen zum Gruppensuizid über das Internet oder per SMS. Ferner sollte auch darauf verzichtet werden, ein Foto der entsprechenden Person zu präsentieren oder Abschiedsbriefe zu veröffentlichen. Auch Hinweise auf „Suizidforen“ im Internet oder auf Webseiten, die den Suizid propagieren, sollten unterbleiben.

Dabei können die Medien auch positiv an der Suizidprävention mitwirken. Werden Suizide in Filmen oder in der Berichterstattung thematisiert, sollte auf die Hintergründe der Suizidgefährdung eingegangen und die Mög-

lichkeiten der Prävention zumindest erwähnt werden, wobei idealerweise auch auf regionale und überregionale Hilfsangebote (wie Beratungsstellen, Telefonseelsorge oder Krisendienste) verwiesen werden sollte. Nicht zuletzt sollte ein einfühlsames Umgehen mit den Angehörigen und ihrer Trauer stattfinden, da sie häufig durch die Selbsttötung eines engen Verwandten in große seelische Not geraten. Im Schnitt sind pro Suizid immerhin fünf weitere Angehörige unmittelbar betroffen. Medien können auch positiv wirken, indem Warnsignale von Suizidenten und entsprechende Risikofaktoren kommuniziert und erklärt werden.

Die Wirklichkeit in den Medien sieht allerdings anders aus: Fast täglich sind Schlagzeilen über Suizide und genaueste Beschreibungen der Tathergänge zu lesen oder in Boulevardmagazinen des Fernsehens zu sehen, wobei die Sensationslust eindeutig überwiegt und von einem allgemeinen Interesse gerade an dieser Form der Darstellung nun wahrlich nicht gesprochen werden kann.

Mit dem Votum, den Film *Suicide – Selbstmörder* die Jugendfreigabe zu verweigern, lag die FSK also goldrichtig. Auch die starke Kürzung der Suizidszenen bei der Serie *Nip/Tuck* ist demnach aus Jugendschutzsicht nur zu begrüßen. In letzter Zeit häufen sich Filme, die mehr oder weniger den Suizid thematisieren, z. B. *Ken Park*, *La Mala Educación – Schlechte Erziehung*, *Ellen Calling – Nachricht vom Schicksal*, *Rhythm is it!* oder *Life without Men*. Eine weitergehende Auseinandersetzung und eine Fortentwicklung der Kriterien sind deshalb unerlässlich. Der Suizid im Film bleibt eine echte Herausforderung für jeden an der Prüfung Beteiligten.

Nils Brinkmann ist hauptamtlicher Prüfer bei der FSF und seit 1991 Prüfer bei der FSK.

Literatur und Anmerkungen zum Thema:

Etzersdorfer, E./Fiedler, G./Witte, M. (Hrsg.): *Neue Medien und Suizidalität. Gefahren und Interventionsmöglichkeiten.* Göttingen 2003. Das Werk gibt einen guten Überblick zur Thematik „Suizid und Internet“, es stellt einige Internetpräventionsprojekte vor.

Deutsche Gesellschaft für Suizidprävention (DGS) e. V. in Kooperation mit der Landesarbeitsgemeinschaft der Arbeitskreise Leben Baden-Württemberg (LAG-AKL) (Hrsg.): *Zwischen Selbstzerstörung und Lebensfreude. Hinweise für die Suizidprävention bei jungen Menschen.* Stand 10/2002. Die Broschüre ist gegen Erstattung des Portos zu beziehen über: Deutsche Gesellschaft für Suizidprävention c/o NEUhand Nikolsburger Platz 6 10717 Berlin Telefon 0 30 / 8 73 01 11 E-Mail DGS.GF@suizidprophylaxe.de

Die Broschüre gibt einen guten Überblick über Möglichkeiten der Suizidprävention. Besonders erwähnenswert ist der umfangreiche Serviceteil mit umfassenden Literatur- und Medienangaben sowie Kontaktadressen von Beratungsstellen.

Informationen zum Film *Suicide – Selbstmörder* sind im Internet unter www.outpostmovie.de abrufbar.

Annette Freytag

Auf den Spuren der Spurensucher: Forensische Wissenschaft auf Erfolgskurs

Verbrechen üben von jeher eine große Faszination auf Menschen aus. Auch das Fernsehen bedient sich dieser menschlichen Leidenschaft – oder Schwäche. Ob Columbo oder Kojak, der Alte oder Derrick – jahrzehntelang dominierten clevere Polizisten deutsche und internationale Kriminalserien. Als Einzelkämpfer oder im kleinen Kreis von Kollegen zogen sie aus, um dem Verbrechen den Garaus zu machen.

In den vergangenen Jahren lässt sich hier aber ein völlig neuer Trend entdecken. Nicht mehr die klassische Detektivarbeit ist gefragt, heutzutage steht die forensische Wissenschaft bei fast allen Krimiproduktionen im Vordergrund. Die Zeiten ausschließlich wilder Verfolgungsjagden sind vorbei – die Waffen der modernen Ermittler sind Mikroskope, ihr Arbeitsplatz ist das Labor. Die akribische Feinarbeit und das perfekte Zusammenspiel von Gerichtsmedizinern und Spurensachverständigen, von Ballistikern und Biologen erfreuen sich einer stetig wachsenden Zuschauernachfrage. Ob Reality-Crime wie *Autopsie*, *Medical Detectives*, *Anwälte der Toten* oder fiktive Serien wie *Gerichtsmedizinerin Dr. Samantha Ryan*, *Der letzte Zeuge* oder *Numb3rs* – bei den Krimis von heute wird auf die Wissenschaft gesetzt.

Die Stars unter den forensischen Ermittlern im deutschen Fernsehen sind jedoch ohne Zweifel die Teams der *CSI* (Crime Scene Investigation). In jeder Episode kann man zusehen, wie smarte Wissenschaftler die kompliziertesten Fälle mit modernsten Ermittlungsmethoden lösen. Dabei greift Produzent Jerry Bruckheimer (*Fluch der Karibik*, *Pearl Harbour*, *Armageddon* etc.) ganz tief in Hollywoods Trickkisten. High-Tech-Effekte, sekundenschnelle Schnitte und Computeranimationen verleihen seinen Serien ein rasantes Tempo und garantieren Höchstspannung. *CSI* hat dem Sender Vox einen der größten Quotenhits der vergangenen Jahre beschert. Branchenführer RTL, selbst mit schwindenden Marktanteilen konfrontiert, holte erst im April 2005 den ersten Ableger *CSI Miami* in das eigene Programm. Ende August wurde das zweite Spin-off der US-Erfolgsserie bei Vox auf Sendung geschickt. Nach *CSI-Las Vegas* und *CSI Miami* stellen nun jeden Montag die Spurensachverständigen aus New York ihr Können unter Beweis. In den USA erreichen die *CSI*-Serien wöchentlich bis zu 60 Millionen Zuschauer – in Deutschland liegt, so Vox, der Marktanteil im Schnitt bei 14% in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

Mittlerweile aber stehen die Serien nicht nur für eine garantierte Quote: In den USA wird bereits seit der Premiere von *CSI-Las Vegas* im Jahr 2000 über den sogenannten „CSI-Effekt“ diskutiert. Ein gesellschaftspolitisches Phänomen mit zwei Ausrichtungen.

Folgen für das reale Gerichtswesen

Besonders deutlich wird der Einfluss von *CSI* im amerikanischen Gerichtswesen: In den USA verzeichnen Gerichte und Ermittler einen drastischen Anstieg der Forderungen nach forensischen Beweisen. In einer Zeit, in der Begriffe wie Luminol-Verfahren, DNA-Analyse oder Hyperspektral-Methoden für einen regelmäßig schauenden und interessierten Fernsehkonsumenten fast zur alltäglichen Sprache gehören, sehen sich Gerichte zunehmend unter Handlungsdruck. Selbst bei kleineren Vergehen werden von Seiten der Geschworenen zunehmend forensische Beweismittel gefordert. *CSI*-Schöpfer Anthony Zuiker sieht darin „eine der interessantesten Nachwirkungen der Serie. Zum ersten Mal in der amerikanischen Geschichte darf man die Jury nicht mehr an der Nase herumführen“¹. So wurde beispielsweise Robert Blake,

der des Mordes an seiner Frau angeklagt war, im März dieses Jahres von einem kalifornischen Gericht freigesprochen. Zwar hatte die Anklage mehr als 70 Zeugen vorgeladen, doch die Juroren bestanden auf forensische Beweismittel, die die Anklage nicht ausreichend vorweisen konnte. Fehlende Schmachspuren und nicht eindeutig zuzuordnende Blutspritzer führten letztendlich zu einem Freispruch Robert Blakes.²

Das Fachwissen, das Serien wie *CSI* vermitteln, wird vor allem von Verteidigern gern genutzt. So wurde im Vorfeld der Gerichtsverhandlung gegen den Millionenerben Robert Durst, der angeklagt wurde, seinen Nachbarn ermordet und zerstückelt zu haben, eine Jurorenbefragung durchgeführt: Aus einem Pool von 500 potentiellen Geschworenen waren 70 % begeisterte Zuschauer von *CSI* oder ähnlichen Produktionen. Ein Fakt, der für die Durst-Verteidiger immens wichtig war, bauten sie doch ihre Strategie im Wesentlichen auf das Fehlen forensischer Beweismittel. Auch hier stimmten die Juroren der Verteidigung zu, und Robert Durst wurde freigesprochen. Für amerikanische Gerichtsbeobachter wurde dieser Fall zu einem Paradebeispiel, inwieweit Sendungen wie *CSI* Einfluss auf amerikanische Gerichtsverfahren nehmen. Robert Hirschhorn, der im Durst-Fall von der Verteidigung als Berater herangezogen wurde, erklärte in „USA Today“: „Wenn bei früheren Gerichtsverhandlungen über (forensische) Wissenschaft gesprochen wurde, war das, als würde man über Geometrie sprechen – eine vollkommene Überforderung für die Geschworenen. Nachdem heutzutage eine wahre Besessenheit für Sendungen wie *CSI* herrscht, kann man nicht nur völlig frei [über wissenschaftliche Beweismittelführung] sprechen, man sieht sogar in den Gesichtern der Geschworenen die Faszination, die von forensischer Wissenschaft ausgeht.“³

Doch nicht jeder ist glücklich über das neu erlangte Wissen über Wissenschaft. Vor allem Ankläger und Polizisten sehen sich mit unrealistischen Erwartungen konfrontiert. Zwar entsprechen fast alle bei *CSI* gezeigten Ermittlungsmethoden dem derzeitigen Stand der Technik, doch im realen Leben ticken Uhren eben anders. Kriminal-Labore sind hoffnungslos überlastet und können die Flut an Anfragen kaum noch bewältigen. In einem BBC-Interview erklärte Dr. Max Houck, Seminarleiter für

Forensische Wissenschaften an der West Virginia University: „Der *CSI*-Effekt basiert auf der Annahme der Unfehlbarkeit von forensischer Wissenschaft, wie sie durch Fernsehsendungen vermittelt wird. [...] Nach dem Start dieser Sendungen hat fast jeder [Amerikaner] diese verfolgt, und die Anforderungen für forensische Labore stiegen ins Unermessliche. Allein der Rückstau an zu bearbeitenden DNA-Tests beläuft sich auf zweihundert- bis dreihunderttausend, und diese machen nur 10 % der gesamten Zahl an ausstehenden Anfragen aus.“⁴

Auch die Polizei klagt zunehmend über die hohen Anforderungen, die an ihre Ermittlungsarbeit gestellt werden. Wolle man so arbeiten wie in den Serien, beklagen amerikanische Polizisten zunehmend, so bräuchte man entweder Monate, wenn nicht Jahre, oder eben das dreifache Personal.

Ausbildung zum Forensiker so gefragt wie nie

Genau hier greift vielleicht die zweite Seite des *CSI*-Effekts: Immer mehr junge Menschen fühlen eine Faszination gegenüber der foren-



sischen Ermittlungsarbeit, die das Maß an reinem Fernsehkonsum übersteigt. An amerikanischen Universitäten lässt sich ein deutlicher Anstieg an Bewerbungen für forensische Wissenschaften verzeichnen. Immer mehr Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 22 Jahren geben als Berufswunsch „Forensiker“ an, wobei es hier eine breite Fächerung in verschiedenste Fachbereiche gibt: vom Schriftgelehrten bis zum Insektenspezialisten, vom Biologen bis zum Anthropologen – Spaß macht, was Forensik ist. Auch hier kann Dr. Max Houck aus seinem Berufsalltag Auskunft geben: „Mein Seminar startete im Jahr 1999 mit

vier Studenten. Heute sind wir die bestgehörte Vorlesung mit rund 400 Studenten.“⁵ Über die gesamten USA verstreut gibt es zurzeit mehr als 90 verschiedene Institute für forensische Wissenschaften, die sich allesamt vor Bewerbungen nicht retten können. Allein an der Michigan State University in East Lansing kamen auf 20 ausgeschriebene Stellen über 180 Bewerber.⁶

In Deutschland gibt es noch kaum repräsentative Untersuchungen zu diesem Thema. Karin Fries vom Institut für Jugendforschung (IJF) in München ist sich aber sicher, dass dieser Trend auch uns bald erreichen wird. Professor Dr. Volkmar Schneider, Direktor des Instituts für Gerichtsmedizin in Berlin, kann das nur bestätigen: „Ich hatte noch nie einen solchen Andrang an Bewerbungen wie in der vergangenen Zeit. Täglich bekommen wir eine Vielzahl an Anfragen für Praktikumsplätze.“ Professor Schneider sieht hier ganz deutlich einen engen Zusammenhang zu Fernsehserien wie *CSI*. „Natürlich ist es erfreulich, dass sich so viele junge Menschen für unseren Beruf interessieren, und es ist erstaunlich, wie diszipliniert unsere Neulinge heutzutage auf Autopsien rea-

gieren. In sogenannten Berufsvorbereitungseminaren gibt es kaum noch jemanden, der bei einer ersten Leichenöffnung in Ohnmacht fällt.“ Verwunderlich ist das auch kaum, denn die Bilder entsprechen lediglich dem, was wir fast täglich in Krimiserien oder Reality-Crime-Sendungen zu sehen bekommen. Es ist sicherlich fraglich, ob es solcher Sendungen bedarf, um Menschen, vor allem Jugendliche, für wissenschaftliche Arbeit – gleich welcher Ausrichtung – zu interessieren.



CSI Las Vegas

Der biedere Polizist hat ausgedient – Wissenschaftler sind auf dem Vormarsch

Vor allem Sendungen wie *Autopsie* oder *Medical Detectives* sehen sich immer wieder mit dem Vorwurf des Voyeurismus konfrontiert. Bei diesen Reality-Crime-Formaten werden authentische Kriminalfälle mit Original-Tatort-Aufnahmen aus den Polizeiarchiven vorgestellt und rekonstruiert. Hier werden Bilder von realen Opfern gezeigt, deren brutale Verletzungen das Maß an Vorstellbarkeit nicht selten übersteigt. Als Kommentatoren dieser Sendungen dienen insbesondere Gerichtsmediziner und andere forensische Wissenschaftler, die zumeist als jeweilige Experten bei den Fällen zur Aufklärung beigetragen haben. Der Zuschauer kann detailgenau miterleben, wie Polizeiarbeit und Wissenschaft zur Lösung eines Verbrechens führen. Es wird dem Zuschauer die Möglichkeit eröffnet, ganz nah bei einem Verbrechen dabei zu sein, in Bereiche einzudringen, die ansonsten hinter den verschlossenen Türen der Polizei stattfinden und dem Normalbürger unzugänglich sind. Sicher wird sich hier auch an der ausgeprägten Gier nach Sensation und dem Hang zur „Gafferei“ bedient.⁷ Doch für Dr. Manuel Ladas, Redakteur für Jugendschutz bei Vox, ist die Motivation der Zuschauer, solche Sendungen zu sehen, eine andere: „Bei diesen Formaten – ebenso wie bei Serien wie *CSI*, stehen vor allem die Ermittlungsmethoden im Vordergrund. Sicher gibt es den einen oder anderen, der es auf die blutrünstigen Bilder abgesehen hat, doch normalerweise sind die Zuschauer dieser Formate daran interessiert, mit welchen Mitteln der modernen Wissenschaft in der heutigen Verbrechensbekämpfung gearbeitet wird.“ In Zeiten, in denen unsere Pässe bald gespickt sind mit bio-

CSI Miami



metrischen Informationen, in denen wir fast täglich der Zeitung entnehmen können, wie sich vor langer Zeit begangene Verbrechen mit modernen Methoden aufklären lassen, in denen wir beobachten können, wie spektakuläre Mordfälle wie der des Rudolf Mooshammer durch DNA-Verfahren in Eilgeschwindigkeit gelöst werden können, sind es eben diese Sendungen, die uns Erklärungen bieten: Wie selbst der kleinste Krümel, die winzigste Faser oder der fast unsichtbare Blutspritzer mit Hilfe der modernen Technik zur Überführung von Tätern beiträgt. Dass es möglich ist, mit Hilfe von Insektenexperten den genauen Todeszeitpunkt zu ermitteln und dass sich mit moderner Sprachwissenschaft jede noch so verzerrte Mitteilung auf den jeweiligen Sprecher zurückführen lässt. All diese Sendungen stellen die forensische Wissenschaft in den Vordergrund – es sind letztendlich die Wissenschaftler mit ihren hochmodernen Ausrüstungen, die heutzutage Mordfälle lösen. Die Reality-Crime-Sendungen haben fiktiven Serien wie *CSI* den Weg geebnet. Der biedere Polizist hat ausgedient, Wissenschaftler sind auf dem Vormarsch. Figuren, mit denen sich manch Jugendlicher leicht-

ter identifizieren kann, Figuren, die nicht nur cool, sondern vor allem intelligent sind. Denn auch die Arbeit der Ermittler ist präziser geworden. Mordfälle werden nicht mehr nur mit vorgehaltener Waffe gelöst, sondern mit fundiertem Wissen. Serien wie *CSI* oder *Dr. Samantha Ryan* – auch mit ihren teilweise drastischen Gewaltdarstellungen – tragen zu einer steigenden Begeisterung Jugendlicher für die Wissenschaft bei. Etwas, womit sich Schulen bisher sehr schwer tun. Es ist zunehmend chic, ein Ass in Mathe, Physik, Bio oder Chemie zu sein, denn die Helden von heute sind dies auch. Aktuellstes Beispiel ist die ProSieben-Serie *Numb3rs*, die Anfang September 2005 in Deutschland startete. Star der Serie ist ein Mathematiker, der dem FBI zur Seite steht. Wann immer ein Serienkiller, Vergewaltiger oder Bombenleger Los Angeles unsicher macht, hilft Zahlengenie Charlie Eppes mit mathematischen Formeln, die Lösung des Falls zu finden. Unverkennbar ließen sich hier Erfolgsregisseur Ridley Scott (u. a. *Alien*) und sein Bruder Tony (Co-Produzent u. a. *Top Gun*) von *CSI* inspirieren. War es vor Jahren noch undenkbar, einen Vertreter der bei vielen unbeliebten Wissen-

schaft zu einem Krimiprotagonisten zu machen, verbuchte *Numb3rs* die beste Quote für einen Serienstart in den USA.

Ob und inwieweit sich dieser Trend auch bei uns langfristig durchsetzt, bleibt abzuwarten. Es wäre sicherlich interessant, den *CSI*-Effekt auch hierzulande genauer unter die Lupe zu nehmen. Wie weit hat dieses Phänomen bereits an deutschen Schulen seinen Einzug gehalten? Werden es moderne Krimiserien sein, die es schaffen, auch auf lange Sicht Jugendliche zu motivieren, mehr Spaß an Fächern wie Mathematik, Biologie oder Chemie zu entwickeln, die ihnen aufzeigen, wie nützlich Wissen sein kann? Momentan basieren alle Aussagen mehr auf einer „gefühlten Wahrnehmung“ als auf konkreten Zahlen. Es wird seine Zeit brauchen, um genau belegen zu können, ob die neue Lust auf Wissenschaft sich auch dauerhaft durchsetzt oder eben doch nur ein Trend bleibt: Fernsehen lebt von Schnelligkeit – der Weg zum Wissenschaftler ist lang.

Annette Freytag studierte Politische Wissenschaft an der LMU in München und arbeitete lange Jahre für private Fernsehsender. Sie lebt als freie Journalistin in Berlin.



CSI New York



Anmerkungen:

1 Interview CBS: *The Early Show*, 21. März 2005.

2 Siehe Anm. 1.

3 Robert Hirschhorn, zitiert in: Richard Willing: *CSI effect has juries wanted more evidence*. In: *USA Today*, 8. Mai 2004.

4 Dr. Max Houck, zitiert in: Paul Rincon: *CSI shows give unrealistic views*. In: *BBC News*, 21. Februar 2005.

5 Siehe Anm. 4.

6 Vgl. hierzu auch Stefan Lovgren: *CSI effect is a mixed blessing for real crime labs*. In: *National Geographic News*, 23. September 2004.

7 Vgl. hierzu u. a. W. Wirth/W. Früh: *Sich ergötzen an der Not anderer...* In: B. Schorb/H.-J. Stiehler (Hrsg.): *Medienlust/Medienlast. Was bringt die Rezipientenforschung den Rezipienten?* München 1996.

Genannte Sendungen:

Anwälte der Toten – Gerichtsmediziner decken auf: RTL
Autopsie: RTL II
CSI Las Vegas: Vox
CSI Miami: RTL
CSI New York: Vox
Der letzte Zeuge: ZDF
Gerichtsmedizinerin Dr. Samantha Ryan: RTL
Medical Detectives: Vox
Numb3rs: ProSieben

Auf das persönliche Engagement kommt es an!

Beispiele europäisch orientierter Netzwerke der Medienarbeit



Bernhard Stolz (links) und Armin Hottmann

Europa entwickelt zunehmend eine spezifisch kulturelle Identität.

Trotz einer Europäisierung von Recht und Politik bleiben die zahlreichen kulturellen Traditionen und die lebensweltlichen

Kontexte mit verschiedenen Sprachen und vielfältigen kulturellen

Denk- und Verhaltensweisen unterschiedlich. Eine der

spannendsten Herausforderungen für die Zukunft ist daher ein

anregender Dialog der Länder untereinander.

Für kinder- und jugendgerechte Medienprojekte im europäischen

Kontext sind phantasievolle Arbeitsansätze und innovative Bildungs-

programme nötig. tv diskurs sprach dazu mit Armin Hottmann,

Leiter des Bildungswerks des Kulturrings in Berlin e. V., und

Bernhard Stolz, Lebenskundelehrer einer Berliner Grundschule.

Sie arbeiten beide im Kontext einer europäischen Medienarbeit, aber mit völlig unterschiedlichen Ansätzen. Was hat Sie dazu bewogen, Ihre Projekte auf europäischer Ebene zu realisieren?

Armin Hottmann (AH): 1996 habe ich in Berlin mit einem Projekt angefangen, das Meine Welt, Deine Welt hieß. Das Grundprinzip funktionierte ganz einfach: Die Kinder stellten sich innerhalb der Klasse vor. Dasselbe haben wir dann auf Nachbarschulen ausgeweitet, aber mit der Zeit hatte ich das Gefühl, dass an diesen Schulen eine Art „Monokultur“ herrscht. Es gab durchweg nur deutsche Kinder, so dass ich auf den Gedanken kam, etwas Neues auszuprobieren. Ich habe begonnen, alte Kontakte wieder aufzufrischen, wie etwa in England, wo ich eine Zeit lang studiert habe. Die Zusammenarbeit empfand ich als sehr spannend. Nicht nur das primär medienpädagogische Ziel, sondern auch der interkulturelle Gedanke stand für mich im Mittelpunkt. Europäische Medienprojekte sind inzwischen zu meinem Schwerpunkt geworden.

Mit welchen Ländern arbeiten Sie zusammen?

Bernhard Stolz (BS): Meine Idee war vor einigen Jahren, die eigene medienpädagogische Arbeit in einem internationalen Netzwerk vorzustellen. Es ging darum, Lehrer, Wissenschaftler und Angestellte aus der Verwaltung aus den verschiedenen europäischen Ländern, die alle mit dem Thema „Schule“ vertraut sind, an einen Tisch zu bringen und einen Austausch anzuregen.

BS: In der Regel arbeiten neun Länder an dem Projekt mit. Das sind: Portugal, Irland, Norwegen, Schweden, Tschechoslowakei, Slowenien, Spanien, Kroatien und Deutschland. Jedes Jahr gibt es zwei Treffen, ein Seminar, das der Fortbildung dient und eine Konferenz. Bei beiden Events stellen wir neue Projekte vor. Nachdem ich mein Projekt präsentiert hatte, entstand letztes Jahr der Plan, dass auch andere Länder dieses

In Deutschland laufen verschiedene Projekte, wie etwa die Produktion kleiner Filme, in denen Kinder ihren eigenen kulturellen – überwiegend nicht deutschen – Hintergrund vorstellen. Allerdings werden 95 Prozent der Dinge, die die Kinder können müssen, ausschließlich über Lesen und Schreiben vermittelt. Andere Ausdrucksformen kommen zu kurz. Gerade für Kinder, die Probleme mit der Sprache haben, ist aber das Medium Film ein gutes Mittel, sich auszudrücken. Es ist natürlich toll, wenn ich in anderen europäischen Ländern einen Film zeige, der, auch wenn jemand die Sprache nicht beherrscht, über die Bilderwelt einen Eindruck unserer Lebens- und Arbeitsrealität vermittelt. Der erste Film, den ich gezeigt habe, drehte sich um einen Außerirdischen, der auf einem Schulgelände landete. Die Kinder mussten ihm erklären, warum es verschiedene Länder und verschiedene Sprachen auf dieser Erde gibt. Die Kinder, denen ich diesen Film gezeigt habe, konnten alle kein Deutsch, haben aber trotzdem diesen Film verstanden.

Projekt umsetzen könnten. Vor allem die Portugiesen und Schweden waren sehr interessiert. In diesem Frühjahr haben wir dann ein kleines internationales Filmfest veranstaltet. Die Grundidee ist, daraus ein längerfristiges Projekt zu entwickeln.

Wie wählen Sie die Länder aus, mit denen Sie zusammenarbeiten?

AH: Da ich im Sokrates-Bildungsprogramm der EU arbeite, gibt es da eine klare Regel, welche Länder mitmachen können. Das sind alle EU-Mitglieder sowie Norwegen, Island, Liechtenstein, die Türkei, Bulgarien und Rumänien. Bei mir ist es so, dass ich Projekte mit Leuten mache, die ich bei den Treffen oder Lehrerfortbildungen kennen gelernt habe. Sehr viel läuft über persönliche Kontakte, denn diese Projekte sind keine großen kommerziellen Vollfinanzierungsprojekte, sondern werden häufig durch Eigenmittel der Lehrer finanziert. Wenn man das als Lehrer macht, muss man schon einen gesunden Idealismus haben.



Funktioniert dieses Netzwerk der Zusammenarbeit generell besser als Eigeninitiative oder sollte es dafür eine Organisation geben?

BS: Das Netzwerk ist schon eine Art Reaktion auf diese Forderung. Es gibt innerhalb des Sokrates-Bildungsprogramms Comenius-Projekte, bei denen Schulen direkt kooperieren. Das ist wirklich eine gute Sache, bei der das persönliche Engagement der zentrale Punkt ist. Über die Lehrer, die an den Fortbildungen teilnehmen, wird später Kontakt zur Schule aufgenommen.

Es gibt allerdings auch genügend Steine, die den Lehrern bei ihrer Eigeninitiative in den Weg gelegt werden.

AH: Ich habe von einem Kollegen aus Griechenland gehört, dem für die Tage seiner Teilnahme an den Treffen etwas vom Lohn abgezogen wird. In England ist das ähnlich streng: Wenn ein Lehrer fehlt, muss eine Vertretung da sein. Das kostet viel Geld und darf natürlich durch die Projekte auch nicht

finanziert werden. Eine Schule ist selten bereit, diese Kosten zu übernehmen. Was das Netzwerk angeht, merke ich, dass die meisten, die etwas von unseren Projekten gehört haben, in einem ersten Schritt ein Netzwerk oder eine Betreuung im eigenen Land suchen, möglichst in der gleichen Stadt. Diese direkte Kommunikationsmöglichkeit kann man auf Europaebene nicht anbieten. Für diejenigen, die darüber hinaus an einem Austausch interessiert sind, hält das Internet verschiedene Angebote bereit. Ich war an einem Projekt beteiligt, das sich in diesem Jahr leider aufgelöst hat. Es hieß Virtual School. In diesem Medienklassenzimmer haben sich auch recht viele Lehrer zusammengefunden. Aber ich denke, da gibt es genügend Raum, um mehr zu machen. Auf meinem Weg durch die Foren des Internets merke ich, dass die Leute viel Interesse an den unterschiedlichsten Themengebieten haben. Weiterhin findet interessanterweise sehr viel Austausch auf höherer Ebene statt. Unter den Universitäten in Europa gibt es einen regen Austausch in Form von Kongressen. Ein Universitätsprofessor hat da sicherlich mehr Freiraum als ein Lehrer.

Welche Unterschiede zur medienpädagogischen Arbeit in Deutschland können Sie in den europäischen Ländern feststellen?

AH: Wenn ich in Deutschland ein Projekt mache, muss meistens zuerst eine offizielle Erlaubnis eingeholt werden. Es gibt Länder, in denen solche Projekte von der Bildungspolitik stärker vorangetrieben bzw. unterstützt werden.

In England wird beispielsweise das Fach Medienpädagogik – Media Studies – als richtiges Schulfach angeboten, worin man ein General Certificate of Secondary Education, kurz ein GCSE machen kann, was bei uns dem Niveau der mittleren Reife entspricht. Das gibt es sonst kaum in anderen Ländern und wird von den Schülern sehr gut angenommen. In Polen gab es eine Initiative, zehn Stunden Medienpädagogik zu lehren. Mittlerweile wurde das leider wieder gestrichen, weil der Minister ausgetauscht wurde. An Spanien gefällt mir die Begeisterung des Lehrerkollegiums für die neuen Medien. In Griechenland gibt es überhaupt keine Gelder dafür, aber auch von dort kom-

men immer wieder Lehrer, die an meinen Kursen teilnehmen. Schweden ist von der Schulstruktur her für mich immer noch ein Vorzeigeland. In Schweden gibt es auf diesem Gebiet unheimlich viel Freiheit und viel Zusammenarbeit zwischen Schule und dem Umfeld. Ich würde mir am liebsten mein eigenes europäisches Curriculum aus den Highlights der verschiedenen Länder zusammenbasteln: Medienpädagogik als Schulfach wie in England, eine offene Schule wie in Schweden und die Offenen Fernsehkanäle aus Deutschland, die es möglich machen, die kleinen Filme auch auszustrahlen. Das wiederum gibt es in diesem Umfang sonst in keinem anderen Land.

BS: In Deutschland zeigt man sich häufig eher zögerlich, vor allem Schulleitungen oder die Verwaltung. In den skandinavischen Ländern ist wesentlich weniger vorge-schrieben, was die Schulsysteme vielleicht auch erfolgreicher macht. Auch in Deutschland würde ich mir wünschen, dass die Kolleginnen und Kollegen mehr ausprobieren können.

AH: Das Interessante ist ja, dass in Deutschland diese Freiheit eigentlich auch existiert, aber von vielen Lehrerinnen und Lehrern nicht so wahrgenommen wird. Denn in der Grundschule muss man sich zu einem gewissen Prozentsatz nicht strikt an den Lehrplan halten. Hier kann man oft durch ein Pilotprojekt Überzeugungsarbeit leisten und die Kolleginnen und Kollegen für weitere Medienprojekte gewinnen. Generell gibt es in Deutschland großartige Pilotprojekte mit wirklich tollen Inhalten, wo alles zusammenpasst. Oft werden diese Ideen jedoch nicht fortgeführt.

Inwiefern können die Kinder selbst in einen kommunikativen Austausch treten?

BS: Geplant ist, dass wir die Filme innerhalb der Länder austauschen. Wenn finanzielle Mittel zur Verfügung stünden, könnten sich einige der Schüler später auch gegenseitig besuchen, um die Eindrücke, die sie über die Filme gewonnen haben, auch in der Realität zu erfahren. Im Jahr 2008 ist Stavanger in Norwegen Kulturhauptstadt Europas, das Schwerpunktthema lautet Migration.

Diese Gelegenheit wollen wir nutzen, dass sich die Kinder dort kennen lernen und sich über ihre Beiträge unterhalten können. Allerdings ist das derzeit leider noch nicht die Realität und eine zukünftige Umsetzung schwierig.

Bei diesen Projekten steht ganz allgemein die Migrationspädagogik im Vordergrund. Welche Themen werden von den Kindern bearbeitet?



BS: Die Ansätze der Themen, die umgesetzt werden, ähneln sich überraschenderweise. In einem portugiesischen Film hatten die 8- bis 9-Jährigen an der Algarve filmisch herausgearbeitet, was die typischen Bewohner dieser Küstenregion sind. In Schweden hat man mit Schülern aus 9. und 10. Klassen gearbeitet und Interviews darüber geführt, was schwedisch ist und was nicht. Der Hintergrund bei fast allen Filmen ist identisch, da es in allen Ländern einen sehr hohen Anteil an Migranten gibt. In Malmö ist dieser beispielsweise noch höher als in Berlin. In Slowenien hat man einen hohen Anteil an Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien, also sehr viele bosnische Schüler, die auch eine ganz andere Sprache sprechen, in andere Kirchen gehen usw. Diese Gruppe hatte als Thema antibosnische Graffiti in Ljubljana – dazu wurden Passanten befragt, wie es auf sie wirkt, wenn sie solche Dinge sehen.

AH: Aber auch ein einfaches Vorstellungsprojekt kann interessant sein. Wie stelle ich mich selbst dar und wie kommt es bei dem anderen an? Da entdeckt man schnell Klischees und eine Art Abgrenzung. Die Kinder haben eine Vorstellung darüber im Kopf, wie ein anderes Kind in Spanien lebt, ohne dass sie jemals dort gewesen sind. Dadurch entstehen Vorurteile und Distanz.

Inwieweit gelingt es Ihnen, sich über die entstandenen Inhalte und Ergebnisse mit den anderen europäischen Projektteilnehmern auszutauschen?

BS: Man versucht vor allem, einen Austausch über Probleme und Möglichkeiten der eigenen Arbeit und einer eventuellen Zusammenarbeit zu entwickeln. Natürlich beurteilt man auch die anderen Arbeiten. Weil man sich aber nicht näher kennt, ist man mit Kritik schon eher zurückhaltend.

AH: Man muss aufpassen, dass man nicht die ganze Energie in die Produktion steckt, wie zum Beispiel bei Projekten, bei denen ein Video entstehen soll. Im letzten Jahr hatten wir die Olympiade als Thema und konzentrierten uns auf das Medium Zeitung. Wir haben die Kinder in Griechenland, Spanien, Deutschland, Polen und Schweden dazu aufgefordert, sich an einem bestimmten Tag drei oder vier verschiedene Zeitungen zu schnappen und sich nur die Bilder zum Thema „Olympiade“ anzuschauen. Diese Fotos haben wir dann ausgetauscht. Sofort tauchen nationalistische Tendenzen auf, denn offensichtlich hatten die Kinder Bilder von den Sportlern ihres eigenen Landes ausgewählt. Das haben die Kinder auch selbst schnell begriffen. Vor allem ist man an den eigenen Leuten und deshalb auch an der Sportart der eigenen Leute interessiert. Ich habe mit älteren Schülern etwas zum Jahrestag von Hiroshima gemacht. Sie sollten auf den nationalen Webseiten schauen, was zu diesem Thema zu finden ist. Wenn in diesem Zusammenhang Diskussionen entstehen, ist das die Richtung des Austauschs, die man entwickeln muss. Bei dem MEAC-

Projekt – Media Education across the Curriculum – verfolgen wir das Motto: *Think critical, mach dir kritische Gedanken.* Wir versuchen beispielsweise, das Internet mit einzubeziehen. Man kann ja mit ganz simplen Fragen beginnen, um einen kritischen Diskurs zu starten. Die alte Frage, woher die Information kommt, ist heute noch genauso aktuell wie vor 50 Jahren.

Vor allem zu offene Konzepte sollen überarbeitet werden. Oft werden die Sachen dann spontan gemacht und der Inhalt leidet darunter. Wichtig sind gute Konzepte, die die Reflexion mit einbauen, damit die Kinder nicht einfach so mit der Videokamera losmarschieren. Wichtig ist, dass danach die Arbeit fortgesetzt wird. Zudem sollte man sich die Kritik von anderen einholen. Das kann wirklich spannend sein.

Wird darüber hinaus über die Filme gesprochen, also nicht nur über das Inhaltliche, sondern auch über die Technik, darüber, wie ein Film gemacht wird, über das Medium selbst?

BS: Die Kinder arbeiten mit eigenen Drehbüchern, sie lernen mit der Kamera und der Technik umzugehen. Das heißt, sie haben zum einen Produktionserfahrung, zum anderen aber auch eine Teamworkerfahrung. Nicht nur das Ergebnis macht sie stolz, sondern natürlich auch die Präsentation des Ergebnisses, sie stellen es einem Publikum vor, sie werden dazu interviewt. Gleichzeitig sehen sie andere Filme, die von Kindern gemacht wurden. So entwickeln sie immer mehr Wissen über das Filmemachen, welche Probleme aufgetaucht sind und wie sie sich lösen lassen.

Medienarbeit hat immer auch etwas mit dem Zugang zu Medien zu tun. Welche Unterschiede können Sie hier feststellen?

BS: Ich war sehr überrascht, dass das extrem unterschiedlich war. Zum Beispiel sind unsere portugiesischen Partnerschulen sehr gut ausgestattet. In Schweden haben die Schulen Kameras und Computer. Die Schüler erledigen daran ihre Hausaufgaben und tauschen sich per E-Mail aus. Oder sie machen mal eben einen kleinen Film über die Leber für das Fach Biologie. Trotz der strukturellen Voraussetzungen hängt viel von der Einzelinitiative ab. Es gibt auch den umgekehrten Fall: Die Schulen sind relativ großzügig mit Computern ausgestattet worden, aber es wurde völlig vergessen, jemanden zu beauftragen, der sich um die Angelegenheit kümmert. So bleiben die Geräte häufig einfach stehen. Ich habe auch ein beeindruckendes Projekt mit bosnischen Kindern erlebt, da gab es eigentlich gar keine Technik, aber der Inhalt war trotzdem überzeugend.



Wie steht es um die Zukunft der Projekte?

BS: Das Netzwerk wurde gerade für weitere drei Jahre verlängert. Dazugekommen sind Bulgarien, Estland und die Schweiz. Die Rolle der Türkei ist noch unklar. Meine medienpädagogische Arbeit läuft sowieso auf nationaler Ebene weiter. Ich hoffe in Zukunft weitere Projekte zu initiieren und selbst von dem Austausch profitieren zu können.

AH: Das MEAC-Projekt läuft noch ein zusätzliches Jahr. Wir überlegen zurzeit, wie wir die Zusammenarbeit fortsetzen und vor allem eine größere Breitenwirkung für die kritische Medienpädagogik finden können.

Das Interview führten Leopold Grün und Christian Kitter.

Armin Hottmann ist auch Initiator des Projekts *Media Education across the Curriculum* (MEAC), das sich auf die Entwicklung fächerübergreifender sowie fachspezifischer medienpädagogischer Konzepte konzentriert.

Bernhard Stolz legt den Schwerpunkt bei seiner medienpädagogischen Video-Projektarbeit auf das Thema „Migration“. Sein Arbeitgeber, der Humanistische Verband, ist Partner im Comenius 3-Netzwerk „Migration and Interculture Relation“ (MIR), einem Netzwerk, in dem sich neun europäische Länder über die Bereiche Migration und Schule austauschen.

Weitere Informationen:
www.23muskeltiere.de,
www.mediaEducation.net

Tabea Böcking und Andreas Fahr

Programmflucht

Warum Fernsehzuschauer umschalten

Die Frage nach den Motiven der Fernsichtnutzung ist eine der zentralen Herausforderungen der Zuschauerforschung. Eine kaum überschaubare Menge an Studien beschäftigt sich damit, warum wir welche Programme sehen. Zur Erklärung greifen diese Studien in der Regel auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz (Katz/Blumler/Gurevitch 1974) zurück. Dieser beschreibt die Fernsichtnutzung als proaktiven Zuwendungsprozess zu Inhalten, die individuelle Bedürfnisse zu erfüllen versprechen. Im Mittelpunkt dieses Zuwendungsprozesses steht das „Gratifikations-

»Es ist davon auszugehen, dass sich Ziele, Motive, Nutzungsverhalten, erwartete und tatsächlich erfolgte Bedürfniserfüllungen während der Fernsichtnutzung fortwährend verändern.«

diskrepanzmodell“. Ihm zufolge verweilt der Zuschauer so lange bei einer bewusst ausgewählten Sendung, wie diese seine Bedürfniserwartungen erfüllt. Die Forschung hat vor diesem Hintergrund in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Bedürfniskataloge formuliert und verschiedene Bedürfnisdimensionen abgeleitet, die im Kern kognitive, affektive, integrative und interaktive Bedürfnisse umfassen.

Verschiedene Forschungsergebnisse stellen unterdessen die alleinige Modellierung der Fernsichtsituation als Zuwendung in Frage. Zum einen lässt sich die konkrete Programmauswahl auf Basis genereller und vergleichsweise abstrakter Erwartungen über die Erfüllung von Bedürfnissen nur schlecht vorhersagen. Neben generellen Bedürfnissen und Gewohnheiten existieren zahlreiche weitere Faktoren (z. B. Empfangsbedin-

gungen, Persönlichkeitsmerkmale, Programmattraktivität, situative Rezeptionsbedingungen, Gewohnheiten), die die Fernsichtnutzung im konkreten Fall beeinflussen. Zum anderen erfolgen die Programmauswahl als auch die Nutzung selbst oftmals alles andere als „bewusst“. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich Ziele, Motive, Nutzungsverhalten, erwartete und tatsächlich erfolgte Bedürfniserfüllungen während der Nutzung fortwährend verändern. Damit rückt nicht nur die konkrete Nutzungssituation in den Mittelpunkt. Zugleich stellt sich die Frage, ob das Nutzungsverhalten tatsächlich überwiegend von einer proaktiven, bedürfnisgesteuerten Zuwendung bestimmt ist oder ob nicht häufig eher von einer reaktiven, „schadensminimierenden“ Vermeidungsstrategie ausgegangen werden muss. Dass insbesondere die Aversion vor Verlust bzw. Schaden häufig die Nutzenmaximierung beherrscht, ist psychologisch gut belegt (Kahneman/Knetsch/Thaler 1991). Auch andere Ergebnisse verweisen auf die Bedeutung der Vermeidungsperspektive bei der Fernsichtnutzung (Heeter/Greenberg 1985; Perse 1998; Walker/Bellamy 1991). Das Ziel der hier vorgestellten Studie bestand deshalb darin, den Programmwechsel in der konkreten Nutzungssituation nicht – wie allgemein üblich – als Zuwendungs-, sondern als Vermeidungssituation zu betrachten und ihre Ursachen zu erforschen. Pointiert ausgedrückt: Warum schauen wir uns bestimmte Dinge gerade *nicht* an?

Mögliche Ursachen der Programmflucht

Zur genaueren Erklärung einer situations- und rezeptionsspezifischen Programmflucht bieten sich verschiedene theoretische Ansätze an. Entscheidungstheoretische Ansätze gehen von einem rational handelnden Akteur aus, der Kos-

ten und Nutzen der Medienzuwendung gegeneinander aufrechnet. Aus dieser Perspektive laufen Vermeidungs- und Zuwendungsprozesse parallel ab und werden fortwährend gegeneinander verrechnet. Nutzenfaktoren sind vor allem der Informationsgehalt des Medieninhalts sowie dessen Übereinstimmung mit den eigenen Einstellungen und Werten. Typische Kostenfaktoren sind dagegen Geld, Zeit, körperliche und geistige Anstrengung sowie psychisch als unangenehm empfundene Gefühle und Zustände. Den stärker kognitiv ausgerichteten Konsistenztheorien zufolge versuchen die Zuschauer, durch Umschalten einem psychischen Spannungszustand aus dem Weg zu gehen, der durch die Aufnahme von zu ihrem Wissen, ihren Meinungen, Einstellungen und Verhalten dissonanten Informationen entsteht. Diese können u. a. auf kognitive Überforderung, abnehmen des inhaltlichen Interesse oder auch auf den Eindruck eines Beeinflussungsversuchs zurückzuführen sein. Nach wahrnehmungspsychologischen Ansätzen führen sowohl zu starke als auch zu schwache Reize zu Vermeidungsverhalten, da die Zuschauer sich entweder überfordert fühlen oder gelangweilt sind. Aus emotionspsychologischer Perspektive ist Vermeidungsverhalten als mögliche Reaktion auf negativ erlebte Emotionen oder auf fehlende Möglichkeiten zur Stimmungsregulation interpretierbar. Vor diesem theoretischen Hintergrund wurden in mehreren Stufen 53 Aussagen mit möglichen Wegschaltursachen aus Rezipientenperspektive formuliert und anschließend 264 Personen ab 14 Jahren gebeten, diese Aussagen mit Blick auf ihr eigenes Wegschaltverhalten zu beantworten (vgl. ausführlich Fahr/Böcking 2005).

Negativ erlebte Emotionen als Fluchtursache

Zentrales Ziel der Analyse war es, die Dimensionen der Programmflucht hinter den einzelnen erfragten Fluchtmotiven bzw. Vermeidungsursachen aufzudecken. Die Antworten auf die Aussagen wurden deshalb mit einer Faktorenanalyse verdichtet. Insgesamt konnten auf diese Weise sechs Dimensionen der Programmflucht identifiziert werden, die im Folgenden kurz beschrieben werden.

Authentizität

Der erste Faktor repräsentiert mangelnde Authentizität als Wegschaltursache. Zuschauer strafen Sendungen durch Wegschalten, wenn sie diese subjektiv als oberflächlich, realitätsfern, unprofessionell und unglaubwürdig wahrnehmen; sie bemängeln Künstlichkeit und geringe Qualität. Zu beachten ist dabei, dass beide Aspekte in dem vom Format selbst vorgegebenen Rahmen beurteilt werden. Das heißt, dass die Zuschauer bis zu einem gewissen Maß durchaus bereit sind, fehlenden Realismus, schlechte Darsteller oder Brüche in der Handlung zu ertragen – solange es eben im Rahmen des genutzten Formats noch in Ordnung ist. Wird diese Schwelle – die *suspension of disbelief* – allerdings überschritten, wird das Programm als zu künstlich wahrgenommen und umgeschaltet.

»Das Ziel der Studie bestand darin, den Programmwechsel in der konkreten Nutzungssituation nicht als Zuwendungs-, sondern als Vermeidungssituation zu betrachten und ihre Ursachen zu erforschen.«

Ekel und Abscheu

Der zweite Faktor steht mit den negativen Emotionen *Ekel* und *Abscheu* in Verbindung. Manche Zuschauer fühlen sich angewidert und abgestoßen, wenn sie Gewalt, Ekelerregendes, Schockierendes oder Anstößiges sehen und schalten dann weg. Hinter Ekel und Abscheu steht eine extreme Missbilligung eines Gegenstands oder einer Verhaltensweise. Einige Aussagen in diesem Faktor deuten zudem auf das Erleben von Peinlichkeit und Scham hin. Scham und Peinlichkeit entstehen durch die Diskrepanz zwischen realem und idealem Selbst, sind also bezogen auf subjektive Wertvorstellungen, die durch den Medieninhalt „gestört“ bzw. stark bewusst gemacht werden. Der Zuschauer wird unerwartet in einen Zustand starker erhöhter Selbstaufmerksamkeit katapultiert – erlebt sich als entlarvt, hilflos, befangen, blockiert, einsam, schuldig oder abgelehnt. Auch Mitgefühl lässt sich in dieser Dimension entdecken: Leid, Schmerz und Not anderer werden als eigenes Leid erlebt und lösen Betroffenheit aus. Das Schuld-

gefühl oder die Hilflosigkeit wird von manchen als unangenehm empfunden und führt daher zu emotionaler Flucht.

Niedergeschlagenheit und Distanzverlust

Im dritten Faktor finden sich Merkmale der Emotionen *Niedergeschlagenheit* sowie *Kummer* und *Trauer*. Aus emotionspsychologischer Perspektive schalten die Zuschauer hier weg, weil sie ihren Zustand als unangenehm, elend, deprimierend, leer oder einsam empfinden. Solche Emotionen können durch Medieninhalte ausgelöst werden, die den Zuschauer an eigenen Verlust, eigene Verletzungen, Krankheit oder Trennung erinnern. Die Gefahr des Kontrollverlusts bzw. ihre möglicherweise mangelnde Bewältigungsfähigkeit wird den Zuschauern latent bewusst. Der Faktor ließe sich daher auch als Distanzverlust interpretieren und weist auf deutliche Parallelen zum Eskapismus-Motiv des Uses-and-Gratifications-Ansatzes hin: Bestimmte Inhalte behindern offensichtlich die gewünschte Flucht aus der Realität. Der Zuschauer fühlt sich unangenehm auf sich selbst zurückgeworfen, möchte jedoch nicht mit sich selbst und seinen möglichen Unzulänglichkeiten konfrontiert werden und schaltet deshalb weg.

»Aus eigener Sicht schalten die Zuschauer dann am häufigsten um, wenn sie sich ärgern. Fast genauso häufig wechseln sie das Programm aus Furcht, wenn die Inhalte nicht authentisch sind oder wenn sie Ekel und Abscheu empfinden.«

Ärger, Wut und Zorn

Der vierte Faktor verweist auf die Emotionen *Ärger*, *Wut* und *Zorn*. Diese entstehen dann, wenn Menschen in ihrem Handlungsablauf auf unnötige, als ungerechtfertigt angesehene Hindernisse stoßen. Der Zuschauer erlebt sich in seiner Zielerreichung grundlos behindert und beeinträchtigt, dabei gleichzeitig angespannt, übererregt und reizbar. Ärger, Wut und Zorn werden daher oft mit der Frustrations-Aggressions-Theorie in Zusammenhang gebracht. Bei Färbung der Emotion in Richtung Wut überwiegt die affektive Erregung, bei Zorn die moralische Entrüstung. Derartiges Erleben lässt sich in den Aussagen wiederfinden: Die Zuschauer ärgern

sich über die geäußerten Ansichten oder fühlen sich für dumm verkauft. Auch Verachtung findet sich in diesem vierten Faktor. Sie entsteht im Erleben der eigenen Überlegenheit, der Geringschätzung von Personen oder der Missbilligung von Verhaltensweisen der Medienfiguren; dies spiegelt sich auch in einem Teil der Aussagen wider. Der kognitive Schwerpunkt der Items in diesem Faktor erinnert insgesamt an das kommunikationswissenschaftliche Verständnis von Dissonanz, die ebenfalls eine Abwertung des Gegenstands bzw. Abwendung zur Folge haben kann (Festinger 1957).

Anspruch und Langeweile

Wie der fünfte Faktor zeigt, ist ein weiteres Fluchtmotiv durch *Langeweile* einerseits und *Überforderung* andererseits gekennzeichnet. Beide Phänomene korrespondieren sowohl mit den Befunden des Uses-and-Gratifications-Ansatzes als auch der Emotionspsychologie. Die Zuschauer vermeiden ein subjektiv zu hohes oder zu niedriges Komplexitäts- und Anspruchsniveau: Wenn sie gedanklich nicht abschalten, ihren Alltag nicht vergessen oder nichts Neues erfahren können, schalten sie weg.

Furcht und Nervosität

Der sechste Faktor beschreibt vor allem die Emotionen *Furcht* und *Nervosität* als Ursachen der Programmflucht. Beides wird dabei von den Befragten selbst ausdrücklich als Umschaltursache genannt. Angst wird als unspezifische, starke Beunruhigung erlebt, in der man sich beengt, nervös und unsicher fühlt. Wie weitere Aussagen innerhalb dieses Faktors zeigen, verhindern übermäßige Furcht und Nervosität offenbar außerdem das Eintauchen in das Geschehen. Kognitiv gesehen, schätzen die Zuschauer die Situation als bedrohlich und heilversprechend ein, gepaart mit Unsicherheit über die eigenen Bewältigungsmöglichkeiten.

Angesichts der verschiedenen Fluchtursachen stellt sich die Frage, welche Bedeutung sie für das Umschaltverhalten im Verhältnis zueinander haben. Ein entsprechender Vergleich zeigt, dass das Umschaltverhalten vor allem von unmittelbar erlebten, starken negativen Emotionen bestimmt wird. Aus eigener Sicht schalten die Zuschauer dann am häufigsten um, wenn sie sich ärgern. Fast genauso häufig wechseln sie

das Programm aus Furcht, wenn die Inhalte nicht authentisch sind oder wenn sie Ekel und Abscheu empfinden. Zu anspruchsvolle oder langweilige Inhalte führen dagegen seltener zu einem Programmwechsel. Am wenigsten für einen Programmwechsel verantwortlich sind Medieninhalte, die zu dicht am eigenen Leben der Befragten sind oder Gefühle von Traurigkeit und Kummer auslösen.

Die Bedeutung der Vermeidungsperspektive

Die Ergebnisse der Befragung sprechen dafür, dass es durchaus lohnt, nicht nur Zuwendungsmotive, sondern auch Vermeidungsursachen der TV-Nutzung genauer zu betrachten. Die Befunde bieten einen genaueren Einblick in die Erlebensstruktur der Zuschauer. Zunächst schalten Zuschauer offensichtlich nicht nur deswegen um, weil das aktuelle Programm bestimmte Bedürfnisse nicht erfüllt und sie diese Bedürfniserfüllung dann bei einem anderen Programm suchen. Vielmehr haben negative Affekte ebenfalls einen Einfluss auf die Programmabwahl – nicht nur proaktiv, sondern auch reaktiv. Diesen Fluchtanlässen kommt vor allem in der konkre-

ten Auseinandersetzung mit dem gerade genutzten Inhalt besondere Bedeutung zu. Über das genaue Verhältnis von Zu- und Abwendungsprozessen im Verlauf der Fernsehnutzung lassen sich allerdings keine endgültigen Aussagen treffen. Die Ergebnisse sind kein Beleg dafür, dass die Zuschauer nicht auch wegen nicht erfüllter Bedürfnisse wegschalten. Wahrscheinlicher ist, dass Vermeidungs- und Zuwendungsprozesse parallel ablaufen und ineinander verwoben sind. Was genau für einen konkreten Umschaltvorgang verantwortlich ist, hängt vermutlich von der aktuellen Nutzungssituation, den genauen Programminhalten und der Persönlichkeit des Zuschauers ab. Zu beachten ist außerdem, dass Wegschalten nur *eine* Bewältigungsstrategie für den Umgang mit unangenehmen Medieninhalten ist. Ebenso sind auch Distanzierung, konfrontative Bewältigung, Kontrolle oder ein Wech-

»Die Ergebnisse der Befragung sprechen dafür, dass es durchaus lohnt, nicht nur Zuwendungsmotive, sondern auch Vermeidungsursachen der TV-Nutzung genauer zu betrachten.«

sel der Rezeptionsmodalität denkbar (Suckfüll 2004). So kann man etwa beim Auftreten negativer Affekte das Programm durchaus weiter „aushalten“, weil man sich am Ende einen positiven Nutzen davon verspricht. Auch die absichtliche Auseinandersetzung mit den eigenen negativen Affekten, deren Zulassen, Durchspielen und Bewältigen kann durchaus als Bedürfniserfüllung erlebt werden (Früh 2002). Medieninhalte erscheinen hier besonders geeignet: Die fortwährende Option ab- oder wegzuschalten sowie das Wissen um die Fiktionalität der Bedrohung gibt Zuschauern die Möglichkeit, ihre negativen Affekte mehr oder weniger „light“ zu durchleben (vgl. Vorderer/Wulf/Friedrichsen 1996). Insgesamt lässt sich Programmselektion in einer konkreten Nutzungssituation besser beschreiben, begründen und vorhersagen, wenn neben Zuwendungsmotiven auch Vermeidungs- und Abwehrreaktionen als Erklärung für einen Programmwechsel einbezogen werden. Vermutlich bestimmen bei der Fernsehnutzung – ebenso wie im Alltag – neben der Suche nach Bedürfniserfüllung auch Schadensaversion und Risikovermeidung den Weg zum Ziel.

Dipl.-Medienwiss. Tabea Böcking hat Medienwissenschaft, Angewandte Kommunikationsforschung und Psychologie in Hannover studiert und ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dr. Andreas Fahr hat Publizistik, Psychologie und Volkswirtschaft in Mainz studiert und ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Literatur:

- Fahr, A./Böcking, T.:** *Nichts wie weg? Ursachen der Programmfucht.* In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 53/2005, S. 5–25.
- Festinger, L.:** *A theory of cognitive dissonance.* Stanford 1957.
- Früh, W.:** *Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie.* Konstanz 2002.
- Heeter, C./Greenberg, B. S.:** *Cable and program choice.* In: D. Zillmann/J. Bryant (Hrsg.): *Selective exposure to communication.* Hillsdale, NJ 1985, S. 203–224.
- Kahneman, D./Knetsch, J. L./Thaler, R. H.:** *Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias.* In: *Journal of Economic Perspectives*, 5/1991, S. 193–206.
- Katz, E./Blumler, J. G./Gurevitch, M.:** *Utilization of mass communication by the individual.* In: J. G. Blumler/E. Katz (Hrsg.): *The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research.* Beverly Hills 1974, S. 19–32.
- Perse, E. M.:** *Implications of cognitive and affective involvement for channel changing.* In: *Journal of Communication*, 48/1998, S. 49–68.
- Suckfüll, M.:** *Rezeptionsmodalitäten.* München 2004.
- Vorderer, P./Wulf, H. J./Friedrichsen, M.:** *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explanations.* Mahwah, NJ 1996.
- Walker, J. R./Bellamy, R. V.:** *The gratifications of grazing: An exploratory study of remote control use.* In: *Journalism Quarterly*, 68/1991, S. 422–431.

Literaturbesprechungen – Inhalt:

Peter Winterhoff-Spurk: Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt <i>Dr. Dagmar Hoffmann</i>	82
Klaus Plake: Handbuch Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven <i>Prof. Dr. Lothar Mikos</i>	84
Hans-Dieter Kübler: Mythos Wissensgesellschaft – Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung <i>Klaus-Dieter Felsmann</i>	85
Manfred Spitzer: Vorsicht Bildschirm! Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit und Gesellschaft <i>Prof. em. Dr. Joachim H. Knoll</i>	86
Klaudia Brunst: Je später der Abend ... Über Talkshows, Stars und uns <i>Tilman P. Gangloff</i>	88
Mike Friedrichsen (Hrsg.): Kommerz – Kommunikation – Konsum. Zur Zukunft des Fernsehens <i>Prof. Dr. Lothar Mikos</i>	89
Horst W. Opaschowski: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft <i>Prof. Dr. Lothar Mikos</i>	90
Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005 <i>Prof. Dr. Lothar Mikos</i>	91
Kurzbesprechungen	92

Kalte Herzen

Medienpsychologen haben in den vergangenen Jahren aus Sicht all ihrer Teildisziplinen verständlich die Funktionen der Medien im Hinblick auf die Kognitions- und Wahrnehmungsfähigkeiten der Menschen herausstellen können. Überzeugend konnten sie deutlich machen, dass sowohl Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung von Menschen einen Einfluss haben als auch die Persönlichkeit eines Menschen die Rezeptionsweise bestimmt. Winterhoff-Spurk befindet sich mit seinem neuen Buch mit dem reißerisch anmutenden Titel *Kalte Herzen* nicht im Einklang mit der zeitgenössischen Medienpsychologie, sondern knüpft eher an die Tradition der kulturpessimistischen Vertreter an. Die Kernaussage verrät bereits der Untertitel: Fernsehen formt den Charakter! Der Autor, der sich jahrelang sehr für die Etablierung seines Fachs engagiert hat, versucht zu erklären, wie das im Einzelnen abläuft: Seiner Auffassung nach forciert im Wesentlichen die Modernisierung und Mediatisierung der Gesellschaft einen Menschentyp, den er als den neuen Sozialcharakter beschreibt und mit dem Begriff „Histrion“ versieht. Dieser antike Terminus bezieht sich im ursprünglichen Sinne auf Schauspieler, Tänzer oder Musiker. Er war bislang eher dem klinischen Diagnosesystem vorbehalten, wo er derzeit den hysterischen Persönlichkeitstyp ablösen soll, der in der Neuzeit als diffamierend eingeschätzt wird und zu sehr auf das weibliche Geschlecht fokussiert zu sein scheint. Bis vor kurzem war der histrionische Persönlichkeitstyp nur in psychiatrischen Kontext-

ten bekannt, doch seine Persönlichkeitsstörung, die auch als Neurose klassifiziert wird, findet Winterhoff-Spurk nun in großem Ausmaß in der Gegenwartsgesellschaft.

Beim Histrion handelt es sich um ein Individuum, das sich neben vielen anderen Eigenschaften vor allem durch eine starke Bindungsunsicherheit auszeichnet und zwecks Kompensation dieses Unsicherheitsgefühls stets durch Selbstinszenierungen in sozialen Kontexten hervortut. Dass Inszenierungen nützlich sein können, haben ihm die Programme des „heimlichen Erziehers“ vermittelt, denn auch auf der Angebotsseite – in Film und Fernsehen – gibt es histrionische Persönlichkeitstypen. Sie überzeugen das Publikum, weil sie mitunter Erfolg haben, Ruhm ernten und auf die eine oder andere Art Aufsehen erregen. Die von den histrionischen Rezipienten favorisierten Medienakteure finden sich speziell in den Programmen des Privatfernsehens. Insbesondere das „Affektfernsehen“ kommerzialisiert Gefühle so weit, dass Rezipienten zur Nachahmung angeregt werden. Sowohl die künstlerische oder politische Prominenz als auch Sportstars wirken auf eine Generation ein, deren Kindheit schon – bedingt durch gesellschaftliche Modernisierungsprozesse – von Bindungsunsicherheiten geprägt ist und der Unmöglichkeit, ein stabiles Selbstkonzept zu entwickeln. Die „chronische Schwäche des eigenen Selbst“ generiert einen Charakter, der starke narzisstische Züge hat, der egozentrisch, anti-sozial und sehr erlebnishungrig ist, zudem aber auch oberflächlich sowie zu differenzierendem Denken unfähig. Für seine Umwelt ist er interessant und anstrengend zugleich, denn

er ist im Prinzip – wie Bernstein (2002) sagt – ein „emotionaler Vampir“. Da Histrionen sehr labil, lebens- und liebensüchtig sind, sehnen sie sich nach stabilen, verlässlichen Persönlichkeiten, die sie sicher führen und tragen können. Wenn sie diese im unmittelbaren sozialen Kontext nicht finden, gehen sie gerne parasoziale Beziehungen zu Medienakteuren ein. Im Fernsehen finden sie eine Vielfalt von Images bzw. Beziehungsangeboten, so dass für sie ein kompatibles, d. h. lebbares Persönlichkeitsmuster zumindest temporär vorhanden ist. Winterhoff-Spurk erläutert mit Bezug auf Studien der letzten fünf Jahrzehnte aus den USA und dem europäischen Raum ausführlich, wie das Fühlen, Denken und Handeln des Individuums durch die Nutzung von Informations- und Unterhaltungsprogrammen des Fernsehens stark beeinflusst und gesteuert wird. Bei der Genese seines Sozialcharakters interessieren den Autor der Wandel des Fernsehens, Medienkonvergenzen und veränderte Rezeptionsweisen wenig. Seine Thesen versucht er z. T. mit vertrauten Beispielen aus vergangenen Zeiten zu veranschaulichen, wobei er sogar auf altbekannte Medienfiguren wie Marlene Dietrich, Leni Riefenstahl, aber auch Yoko Ono und John Lennon zurückgreift, die seiner Ansicht nach prototypische histrionische Mythen verkörpern. Für seine Gesellschaftsdiagnose zieht er außerdem kultursoziologische Studien aus den 80er Jahren heran, die nie einen Anspruch auf gesamtdeutsche Gültigkeit hatten und nie mehr vollständig repliziert werden konnten. Schulzes Erlebnisgesellschaft (1992) etwa wird als „Mentalitätsmodell“

interpretiert, in der Winterhoff-Spurk nach seiner vermeintlichen Neuentdeckung, dem Histrion, fahndet und ihn – soziologisch eher unbedarft – auch findet. Interkulturelle und intergenerationale Unterschiede im Hinblick auf Mediennutzungsweisen und Medienaneignungen kümmern den Autor dabei kaum. Überhaupt sucht er nicht nur in Studien, sondern auch in Anekdoten und Alltagsbeobachtungen nach dem „dominierenden Typus unserer Zeit“. Das Buch endet – wen wundert es – mit dem obligatorischen „Apocalypse-now“-Appell nach (mehr) Medienkompetenz, die das Szenario einer absolut bindungsgestörten Gesellschaft vielleicht noch in letzter Minute verhindern kann. Alternativ weist der Autor auch auf die Kombination medienpädagogischer Aktivitäten mit gesellschaftspolitischem Engagement hin, speziell auf TV-Diäten, TV-Boykotte und das Recht des Zuschauers auf Anzeige des Intendanten bei die Menschenwürde verletzenden Darstellungen im Fernsehprogramm. Zu guter Letzt erinnert er daran, dass niemand fernsehen muss und die 2 bis 4 % der deutschen Bevölkerung, die nicht fernsehen, keine erkennbaren Schäden vorweisen können. Was bleibt nach der kurzweiligen Lektüre dieses Buches? Der Respekt vor einem nicht ganz widerspruchsfreien und empirisch fragwürdigen Sendungsbewusstsein, mit dem Winterhoff-Spurk eine Platzierung auf der Bestsellerliste der Sachbücher neben vielen anderen populärwissenschaftlichen Büchern mit Titeln wie *Schluss mit lustig* oder *Simplify your life* (Der Spiegel, 33/2005) beanspruchen kann.

Dr. Dagmar Hoffmann



Peter Winterhoff-Spurk: *Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt.* Stuttgart 2005: Klett-Cotta. 19,50 Euro, 271 Seiten.



Klaus Plake:
Handbuch Fernsehfor-
schung. Befunde und
Perspektiven. Wiesbaden
2004: VS Verlag für Sozial-
wissenschaften. 29,90 Euro,
404 Seiten m. Abb. u. Tab.

Befunde zum Fernsehen

Um es vorwegzunehmen: Das Buch hält nicht, was der Titel verspricht. Weder handelt es sich um ein Handbuch im klassischen Sinn, das sich auch als Nachschlagewerk eignet, noch geht es um Fernsehforschung. Stattdessen stellt dieses umfangreiche Werk eine – zumindest teilweise gelungene – Zusammenstellung wichtiger Erkenntnisse, eben Befunde, zum Fernsehen dar. Es ist so eher der Fernsehtheorie denn der Fernsehforschung verpflichtet. Letztere findet lediglich im Kapitel über das Fernsehpublikum Erwähnung. Welches Konzept steckt hinter dem Buch, wenn der Titel schon in die Irre führt? Im Vorwort formuliert der Autor: „Ein möglicher Zielpunkt wäre eine theoretisch verankerte Systematik der Medien, die eine heute noch vorhandene Widersprüchlichkeit oder Inkonsistenz von Befunden in einen übergreifenden und erklärenden Zusammenhang zu bringen vermag“ (S. 10). Diesen Versuch unternimmt der Autor, wobei er den übergreifenden und erklärenden Zusammenhang allerdings schuldig bleibt. Dennoch kommt dem Buch das Verdienst zu, ein wenig Licht in den mittlerweile etwas undurchsichtigen Dschungel der Sach- und Fachliteratur zum Fernsehen gebracht zu haben. Das Buch gliedert sich in insgesamt zwölf Kapitel, die verschiedene Teilaspekte der Fernsehtheorie behandeln. Es beginnt mit der Geschichte des Fernsehens und den theoretischen Grundlagen der Fernsehkommunikation. Es endet mit den Rechts- und Organisationsgrundlagen und einem Kapitel zum Fernsehen in Zeiten des Umbruchs, das sich vor allem

mit dem digitalen und interaktiven Fernsehen auseinandersetzt. Warum das Rechts- und Organisationskapitel am Ende des Buches steht und mit der Einführung des dualen Rundfunks endet, bleibt ein Rätsel, das nur der Autor zu lösen vermag. Es hätte eher an den Anfang gepasst, um die Geschichte des Fernsehens abzuschließen. Die einzelnen Kapitel sind in ihrer Abfolge kaum systematisiert, auch wenn sie in sich stimmig und geschlossen sind. Der Umfang des Gesamtwerkes und der Anspruch, einen breiten, wenn auch nicht vollständigen Überblick – das wäre auch gar nicht möglich – über die verschiedenen Befunde zum Fernsehen zu geben, führt leider auch dazu, dass einzelne Thematiken äußerst knapp behandelt werden, andere dagegen ausführlicher. Für den bereits vorinformierten Leser enthält das Buch zahlreiche Ungereimtheiten. So ist zu fragen, warum im Kapitel „Das Fernsehen zwischen Wirklichkeit und Fiktion“ eine konstruktivistische Position eingenommen und eine konstruktivistische Theorie der Programme entworfen wird (S. 91 ff.), wenn hier auch andere Perspektiven, z. B. wissenssoziologische, eine gewisse Bedeutung haben. Außerdem wird die konstruktivistische Perspektive in den anderen Kapiteln nicht durchgehalten. Der geneigte Leser hat auch Schwierigkeiten nachzuvollziehen, warum das Kapitel zu den informativen Programmen nicht systematisch mit den Kapiteln über Fernsehen und Politik sowie über „Inszenierungen, Kampagnen, Wahlen“ verbunden ist, zumal Letzteres mit einem Unterkapitel über die „Visualisierung des politischen Geschehens“ beginnt (S. 281).

Während in allen Kapiteln die einzelnen Unterkapitel thematisch benannt sind und verschiedene Befunde versammeln, sind die Unterkapitel zu „Fernsehen und Politik“ teilweise nach verschiedenen Autoren gegliedert, die sich auch mit den politischen Funktionen des Fernsehens beschäftigt haben (von Adorno über Baudrillard und Habermas bis hin zu Postman). Inhaltlich steht nichts Falsches im vorliegenden Buch. Der Autor entfaltet ein breites theoretisches Wissen über das Fernsehen, nur leider unsystematisch, so dass der Erklärungswert eingeschränkt ist. Das Buch hätte besser einen Titel wie „Plakes Sammelsurium zum Fernsehen“ verdient. Denn es lädt zum Blättern und Verweilen ein, nicht aber zur systematischen Suche nach Information, wie sie ein Handbuch liefern sollte. Für Studierende der Medienwissenschaft enthält es zahlreiche Anregungen, sich eingehender mit dem Fernsehen zu beschäftigen. Für den geneigten Wissenschaftler und den interessierten Praktiker hat es dagegen leider nur geringen Nutzwert.

Lothar Mikos

Mythos Wissensgesellschaft

Der vorliegende Band ist keine Streitschrift im eigentlichen Sinne, obwohl er durchaus das Potential dazu hat. Immerhin setzt der Autor hinter zwei beliebte Floskeln, die immer dann gebraucht werden, wenn gesellschaftliche Entwicklung als etwas ausgesprochen Optimistisches dargestellt werden soll, nämlich „Informationsgesellschaft“ bzw. „Wissensgesellschaft“, ein kräftiges Fragezeichen.

Hans-Dieter Kübler ist aber vor dem Hintergrund von 30 Jahren erlebter medientheoretischer Debatte, mit all den jeweiligen Konsequenzen oder eher den nicht gezogenen Konsequenzen, vorsichtig geworden. So beansprucht der Autor nicht mehr, als eine „Einführung“ zur Thematik vorgelegt zu haben. In zahlreichen Exkursen stellt Kübler sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene den Gebrauch der beiden zentralen Begriffe sowohl aus historischer als auch aus aktueller Sicht dar. Er ruft dabei eine große Anzahl relevanter Meinungsäußerungen, Prognosen und Interpretationen auf und benennt die wichtigsten kontroversen Positionen zum Thema, die er dann weitgehend dem Urteil des Lesers anheim stellt. Das umfangreiche Literaturverzeichnis erweist sich allein unter diesem Aspekt als höchst nützliche Handreichung für eine vertiefende Recherche der angesprochenen Problemfelder. Besonders erfreulich ist zudem auch, dass dem Band ein Register beigegeben wurde. So ist für den Leser eine schnelle Orientierung entsprechend seiner jeweiligen Ansprüche möglich. Kübler sieht den Terminus „Informationsgesellschaft“ (die

dazu in Korrelation stehende „Wissensgesellschaft“ kennzeichnet er als einen deutschen Sonderweg) als einen Versuch an, gesellschaftliche Entwicklung nach dem Ende der Moderne, mithin der Wirtschaftswunderjahre der Nachkriegszeit, zu beschreiben. Die Gesellschaft zeichnet sich seither durch tiefgreifende Transformationen aus, die sich zudem unaufhaltsam beschleunigen. Daraus erwächst, so Kübler, bei den Zeitgenossen das Bedürfnis, „solche Veränderungen zu identifizieren, zu interpretieren und mit einprägsamen Termini zu versehen“ (S. 21). Solcherlei Klassifizierungsversuche benennt und erläutert die vorliegende Publikation, um dann die aktuell favorisierte Bezeichnung „Informationsgesellschaft“ genauer zu hinterfragen. Dieser Begriff eigne sich besonders gut, die momentane Unübersichtlichkeit zu kaschieren, weil er „neutral, angenehm und verführerisch fortschrittlich, technologisch fast zwingend und bar jeden politischen und instrumentellen Interesses, jedenfalls im Vergleich zu früher gehandelten Etiketten wie Industriegesellschaft und erst recht wie Spätkapitalismus“ ist (S. 9). Unter solchem Blickwinkel verwundert es nicht, dass sich die Politik so vehement dieser euphemistischen Phrase annimmt. Zu nennen sind hier etwa das „Aktionsprogramm Informationsgesellschaft Deutschland 2006“ (S. 72) der Bundesregierung oder das EU-Programm zur Informationsgesellschaft, mit dessen Hilfe nicht nur das Breitband zur „dominierenden Zugangstechnologie“ (S. 73) ausgebaut, sondern auch rechtliche Rahmenbedingungen weitreichend modifiziert werden sollen. Beide Beispiele machen

deutlich, dass der Informationsbegriff weitgehend in einem technologischen Kontext gesehen wird. Gerade hier setzt die Kritik Küblers an. Der Terminus wird zwar „inflationär“ (S. 82) gebraucht, doch er ist trotz vielfacher Umschreibung keineswegs exakt definiert. Als gesellschaftsstrukturierende Kategorie ist er ob seiner Unschärfe und letztendlich nur partiellen Wirkungsmächtigkeit kaum zu gebrauchen. Kübler spricht daher auch vom Mythos „Informationsgesellschaft“, der sich an einem Wunschbild festmacht.

Insbesondere das Wissen sei „nach wie vor ein analytisch intransparentes, diffuses Phänomen“ (S. 118), bei dem man sich „seiner prinzipiell humanen, vom Subjekt nicht lösbaren Qualität“ kaum stellt. In diesem Spannungsfeld verlässt der Autor seine rezepptive Haltung und entwickelt als Diskussionsanregung eine eigene Wissenstypologie. Dabei fragt er nach der Funktionalität von Wissen und leitet daraus aus heuristischer Sicht einzelne Segmente wie Erkenntnis(wissen), Alltagswissen etc. ab, um sie unter typologischen Gesichtspunkten voneinander abzugrenzen. Damit bekennt er sich letztendlich zu einer Utopie, die eine „Wissensgesellschaft“ irgendwann sein könnte, für die aber die Parameter nicht im Wissen an sich, sondern in „veränderten Konstitutions- und Kontextbedingungen zu suchen“ (S. 130) sind und die es heute höchstens in Ansätzen gibt und von der man keinesfalls sagen könnte, es sei eventuell eine neue Gesellschaftsformation.

Klaus-Dieter Felsmann



Hans-Dieter Kübler:
Mythos Wissensgesellschaft – Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung. Wiesbaden 2005: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 17,90 Euro, 220 Seiten.



Manfred Spitzer:

Vorsicht Bildschirm! Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit und Gesellschaft. Transfer ins Leben, Band 1. Stuttgart/Düsseldorf/Leipzig 2005: Ernst Klett Verlag. 16,95 Euro, 303 Seiten.

Vorsicht Bildschirm!

Angestoßen durch das Beispiel von Jugendgewalt in einer Erfurter Schule haben Bund und Länder in der Bundesrepublik mit einem neuen Jugendschutzgesetz reagiert, das, seit dem 1. April 2003 in Kraft, bereits einige positive Ergebnisse nachweist. Nicht zuletzt ist eine erhöhte Sensibilität gegenüber dem nahezu unbedachten Umgang mit modernen Unterhaltungstechnologien zustande gekommen. Einige Mechanismen des Jugendschutzes sind durch das neue Gesetz verändert, verbessert und verschärft worden. Im Bereich der Selbstkontrolle von Mittlern elektronischer Unterhaltung ist durch das Prinzip der „regulierten Selbstregulation“ Vergleichbarkeit und vermehrte Eindeutigkeit bei den Prüfungen von Video- und Computerangeboten und deren Zuordnung zu bestimmten Altersgruppen hergestellt worden.

Die Unterhaltungsindustrie hat die übergeordneten staatlichen Rechtsnormen akzeptiert und auch vielfach umgesetzt, freilich ist damit nicht ein Freifahrtsschein für eine Reise ins Unbedenkliche ausgestellt. Der insgesamt medienkritische Neurowissenschaftler Spitzer kann sich immerhin zu dem halbwegs gerechten Urteil durchringen, dass „das Jugendschutzgesetz ein Schritt in die richtige Richtung gewesen sei, wenn auch nur ein kleiner“ (S. 202). Aber gleichwohl zeigt sich der Autor nicht eben zutreffend orientiert, wenn er das Gesetz auf das Jahr 2004 nachdatiert und von den Prüfkriterien in den verschiedenen Einrichtungen der Selbstkontrolle allenfalls eine näherungsweise Vorstellung hat.

Die Unterstellung, dass die in den Selbstkontrollenrichtungen Tätigen durch die Unterhaltungsindustrie korrumpiert seien, ist in solch pauschaler Form in einer sich als wissenschaftlich empfindenden Publikation fehl am Platz. Dass Spitzer für die Medienpädagogik nicht viel übrig hat, wäre sein gutes Recht, wenn diese Behauptung belegt wäre. Da wird abschwächend gelegentlich von „manchen“ (Medienpädagogen) gesprochen, und gelegentlich schrammen seine verbalen Aggressionen an der rechtsnotorischen Beleidigung haarscharf vorbei, so wenn er Fritz und der Bundeszentrale für Politische Bildung die Eigenschaften zuweist: „dreist, dümmlich-intellektualisierend“ (S. 272).

Man sollte sich durch Untersuchungen des International Clearinghouse on Children, Youth and Media at Nordicom, Universität Göteborg darüber belehren lassen, dass Medienwissenschaft und Kommunikationswissenschaft etwas mehr vermögen als hier angedeutet; der Aufguss der Katharsistheorie (S. 273) kann jedenfalls heutzutage niemanden mehr hinter dem Ofen vorlocken. Wir beginnen mit diesen Ärgernissen, um die Ergebnisse und Ansichten der Arbeit vor der Verbalgewalt seines Autors in Schutz zu nehmen.

Es lohnt sich fraglos, sich auf diese Sekundäranalyse einzulassen, nicht nur wegen des umfangreichen Materials, das ausgebreitet wird, sondern auch, weil hier über die Kommunikationswissenschaft hinausgesehen wird und die Verhaltensänderungen durch elektronische Medien mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften sicherer angegeben

werden können.

Das geschieht dann u. a. in den Kapiteln über:

Körperliche Gesundheit (S. 13 ff.), hier spricht eindringlich der Arzt, der exzessiven Fernsehkonsum als Krankheit diagnostiziert; Gehirnentwicklung und Werbung (S. 93 ff.), Leistungen in der Schule (S. 121 ff.), Gewalt im Fernsehen (S. 155 ff.), Computer- und Videospiele (S. 207 ff.).

Das Buch wird mit Wegweisungen beschlossen, die in einigen Forderungen gipfeln, die gewiss irritieren werden und auch wollen.

Grundakkord der Arbeit ist die Annahme, dass elektronische Medien eher schädlich als förderlich sind, dass die Öffentlichkeit die Gefährdungen nicht wahrnimmt und die Eltern offenbar zu sorglos mit der Komplettausstattung der Kinderzimmer mit elektronischem Gerät umgehen.

Das liest sich im Realbefund so: „Fernsehen führt dosisabhängig zu Übergewicht. [...] Je mehr ferngesehen wird, desto größer sind die ungünstigen Auswirkungen auf die Gesundheit der Kinder und der späteren Erwachsenen [...]“ (S. 48). Übergewicht, Altersdiabetes im Kindesalter, Bluthochdruck, erhöhter Cholesterinspiegel, Depression, Gelenkbeschwerden im Bereich der Beine – diese durch das Fernsehen mitbedingten Krankheiten zusammengefasst erfordern Therapiekosten in zweistelliger Milliardenhöhe (S. 49). Dieses Szenario wird noch greller, wenn man Video- und Computerspiele hinzunimmt, zumal dann, wenn man Ursache und Wirkung gleichsam gradlinig, also monokausal verbindet: „[...] ist festzustellen, dass Gewalt in diesen Spielen nicht

nur passiv konsumiert, sondern aktiv trainiert wird. Aktives Training führt zu einem besseren Lernerfolg als nur passives Zusehen, wie die Lernforschung seit langem weiß“ (S. 213). Ist indes dieses Wissen so einfach in die Feststellung zu verlagern: „Die meisten Video- und Computerspiele dienen also dazu, dass Gewalt, Verrohung und Geschmacklosigkeit aktiv trainiert werden“ (S. 214)? Zusammenfassend (S. 281) wird die Befundliste noch einmal auf den Punkt gebracht: „Bildschirm-Medien machen dick und krank, wirken sich in der Schule ungünstig auf die Aufmerksamkeit und das Lesen lernen der Kinder aus und führen zu vermehrter Gewaltbereitschaft sowie tatsächlicher Gewalt.“

Die nachfolgenden Forderungen nehmen sich ebenfalls rigoros aus: „Eltern sollten sich darüber im Klaren sein, dass Bildschirm-Medien für Kleinkinder und Vorschulkinder sicher schädlich, für Grundschulkindern sehr wahrscheinlich schädlich und für Schüler der Sekundarstufe I (bis zum 10. Schuljahr) wahrscheinlich schädlich sind.“

Da helfen dann nur: drastische Erhöhung der Fernsehgebühren, um „pädagogisch wertvolle“ Produktionen – Spitzer nennt das prosoziale Programme – herstellen zu können, die Verbannung der Computer aus dem Kinderzimmer und eine Familienatmosphäre, in der Erwachsene und Jugendliche noch gesprächsfähig sind und sich über einen dosisabhängigen Medienkonsum verständigen. Bei Spitzers gibt es übrigens zu Hause keinen Fernsehapparat.

Man fragt sich gelegentlich erschrocken, ob hier tatsächlich das Bild unserer Zeit gemalt

wird. Im Hinblick auf die medizinischen Befunde kann ich darüber nicht in einen Streit eintreten. Aber mich hat eine Voraussetzung der Arbeit irritiert. Spitzer legt seiner Darstellung vor allem amerikanische Untersuchungsergebnisse zugrunde und folgt einem in der Komparatistik nicht zulässigen Analogieschluss: „Überträgt man die Zahlen auf Deutschland, so kann man wiederum davon ausgehen, dass wir mit den üblichen etwa 10 Jahren Verzögerung amerikanische Verhältnisse bekommen, und berücksichtigt man zweitens die Tatsache, dass die Auswirkungen des Medienkonsums mit einer Verspätung von 10 bis 15 Jahren manifest werden, so ergibt sich folgendes Bild [...]“ (S. 8).

Schon im Blick auf das Verhältnis der Rechtsgüter Pressefreiheit und Jugendschutz erweist sich der Analogieschluss von Amerika auf Deutschland als Kurzschluss. Diese Form der Komparatistik ist aus der Wissenschaft seit den 40er Jahren des vorigen Jahrhunderts zu Recht entschwunden.

Joachim H. Knoll



Klaudia Brunst:

Je später der Abend ... Über Talkshows, Stars und uns. Freiburg 2005: Herder Verlag. 7,00 Euro, 190 Seiten.

**Gedächtnis des Fernsehens
Ein unterhaltsames und kluges
Buch über Talkshows**

Zwei interessante Fragen, und dazu völlig berechtigt: „Was macht das Fernsehen mit uns? Und wie macht es das?“ Seit vielen Jahren widmet sich die Kritikerin Klaudia Brunst, ob schon Jahrgang 1964, dem Medium mit immer noch fast kindlicher Neugier. Anders als diverse weniger renommierte Kollegen tut sie das ohne jeden Dünkel. Sie sei „Gedächtnis und Geschmacksnerv des Fernsehens“, hat Sandra Maischberger einmal über die freie Autorin gesagt. Das stimmt, doch es kommt noch ein entscheidendes Element hinzu: Brunsts Analysen sind nicht bloß klug, sondern auch ungewöhnlich unterhaltsam. Und bewusst subjektiv; deshalb heißt ihr neues Buch *Je später der Abend ...* im Untertitel auch *Über Talkshows, Stars und uns*.

Brunst erzählt die deutsche Geschichte des Genres, indem sie sich ganz bestimmte Ausgaben herauspicks und diese prototypisch seziert. Ein raffinierter Ansatz, denn das Zuschauerkollektiv erinnert sich selbstverständlich an den Flirt zwischen Romy Schneider und Burkhard Driest, an Thomas Gottschalks peinliches Scheitern am Republikaner Schönhuber oder an das Duell „Brain vs. Body“ zwischen Schwarzer und Feldbusch. Und natürlich an jene Marathonsendungen, bei denen Margarethe Schreinemakers in Blut, Schweiß und Tränen watete.

Nur selten verliert Brunst die gewohnte Sicherheit, wenn sie etwa im Zusammenhang mit Dietmar Schönherrs WDR-Talkshow *Je später der Abend...* über das gesellschaftspolitische

Klima der 70er Jahre schreibt und dabei etwas ins Dozieren gerät. Gleichzeitig wird in diesem Auftaktabsatz bereits das Muster deutlich: Der essayistische Stil erlaubt ein exkursives Schreiben, das allerdings nie abschweifend wird. Zur Einführung des neuen Genres in Deutschland gehört eben auch ein Rückblick auf die US-Geschichte der TV-Plauderei. Außerdem kehrt Brunst ja immer wieder zum Ausgangspunkt zurück und entzaubert bei der Gelegenheit den Mythos: Der Flirt zwischen der schüchternen Schauspielerin und dem Ex-Knacki war nichts anderes als eine Inszenierung durch die Bildregie. Immer wieder rückt Brunst die Dinge solchermaßen zurecht und vermeidet es dadurch konsequent, die Gegenstände der Rückblicke zu verklären. Allerdings geht es ihr keineswegs um Denkmalstürze. Man kann sich für das Medium eben auch begeistern, ohne die Protagonisten distanzlos zu bewundern.

Am reizvollsten sind naturgemäß die Aufsätze, in denen Brunst die veränderten Spielregeln erläutern kann; und das klappt am besten, wenn die handelnden Personen die gleichen sind. Deshalb ist der Text über zwei Talkshows mit Alice Schwarzer einer der faszinierendsten: 1975 setzte sich die streitbare Journalistin mit Esther Vilar auseinander, 26 Jahre später konfrontierte sie Johannes B. Kerner mit Verona Feldbusch. Brunst-Fans, die das Thema schon aus ihrer Sammlung *Leben und leben lassen* (2003) kennen, sei versichert, dass dieser Text weit über den damaligen hinausgeht. Hier wie auch gerade in den Betrachtungen zu Auftritten von Rechtspopulisten wie Schön-

huber (1990, 1992) und Haider (2000) oder einem komplett gescheiterten ZDF-„Hearing“ mit Politikern und Hausbesetzern (1981) kommt noch eine weitere Besonderheit hinzu: Brunst beschränkt sich nie bloß auf die ausgestrahlte Sendung, sie bezieht auch den Kontext stets mit ein; und das kann durchaus bedeuten, dass die Zuschauer im Studio ein ganz anderes Erlebnis hatten. Diese Berücksichtigung der Atmosphäre erweitert die Aufsätze mitunter fast zu Reportagen. Brunsts Schilderung der Sendungsabläufe, die alsbald eine Eigendynamik annahmen, zeigt zudem, dass den Rechtspopulisten mit guten Absichten allein nicht beizukommen ist. Die Hilflosigkeit mancher Journalisten im Umgang mit den sächsischen NPD-Abgeordneten hat nachhaltig vor Augen geführt, wie zeitlos aktuell dieses Thema ist. Erich Böhme z. B. wollte in seinem *Talk in Berlin* den „Mythos Haider entzaubern“. Das scheiterte, weil der Moderator seinen Gast mit vorher nicht durch Recherche verifizierte falsche Zitate und Fakten konfrontierte, die dieser kalt lächelnd und zu Recht weit von sich weisen konnte. Beiläufig lernt man auf diese Weise zudem, wie das Medium funktioniert: „Im Fernsehen ist nicht wahr, was stimmt, sondern was stimmig aussieht“. Ein fesselndes Buch, das jeden packt, der das Fernsehen mag.

Tilmann P. Gangloff

Die Zukunft des Fernsehens

Auf einer Tagung der Fachgruppe der Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Stuttgart wurde im Jahr 2001 über die Zukunft des Fernsehens diskutiert. Der vorliegende Band versammelt die Beiträge, in deren Zentrum „die Perspektiven und Entwicklungsszenarien des digitalen Fernsehens auf Basis kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlicher Konzepte und empirischer Befunde“ stehen (S. 8). Die einzelnen Beiträge widmen sich drei Bereichen: 1) Kommerz und Wettbewerb, 2) Kommunikation und Regulierung, 3) Konsum und Märkte. Der Herausgeber Mike Friedrichsen leitet den Band mit einem Text zu den Grundlagen des deutschen Fernsehmarktes ein. In Bezug auf die Digitalisierung stellt er fest, dass „der Konsument der entscheidende Faktor für die zukünftige Weiterentwicklung des deutschen Fernsehmarktes und damit auch des digitalen Fernsehens“ ist (S. 20). Grundlegende Veränderungen erwartet er deshalb nicht, denn der gemeine Konsument ist träge. Wie Erfahrungen aus anderen Ländern zeigen, ändern sich die Gewohnheiten kaum, und wenn, dann eher bei den jüngeren Zuschauern. So stellt der Autor abschließend fest: „Es ist davon auszugehen, dass die Einführung des digitalen Fernsehens und damit die Einführung von interaktiven TV-Anwendungen keine schlagartige Veränderung des bisherigen Fernsehens zur Folge haben wird. Es gilt vielmehr von einem Prozess auszugehen, der durchlaufen wird und sich zeitlich hinausziehen dürfte“ (S. 22). Diese Prognose

mag wohl zutreffen, denn seit der Tagung hat sich einiges auf dem dynamischen deutschen Fernsehmarkt geändert, allerdings eher in wirtschaftlicher und technischer Hinsicht, während die Fernsehgewohnheiten sich kaum geändert haben. Die einzelnen Beiträge behandeln so unterschiedliche Themen wie „Pleiten, Pech und Potenziale“ des Pay-TV in Deutschland (Döbler/Stark/Schenk), die Frage von Schutzlisten für besonders bedeutende Veranstaltungen, die damit nicht im Pay-, sondern im Free-TV bleiben (Kruse), die Perspektiven des interaktiven Fernsehens im Schnittpunkt von Fernsehen und Online (Beckert), die Frage der digitalen Kluft bzw. digitalen Spaltung und den Zugangsbarrieren zum Internet (Klimmt), die Rolle von Mehrwertdiensten für das interaktive Fernsehen (Mödinger) und das sogenannte Transaktionsfernsehen (Goldhammer/Wiegand), das alle Fernsehdienste umfasst, „die eine direkt messbare Transaktion, den Verkauf eines Produktes oder einer Dienstleistung (oder die direkte Anbahnung der Transaktion) zwischen Anbieter und Zuschauer zum Ziel hat“ (S. 225). Der Begriff wird dann auch mit T-Commerce gleichgesetzt und umfasst die Bereiche Pay-per-view, Tele- und Reiseshopping, Direct-Response TV-Versandhandel, Verkauf von Merchandising-Artikeln sowie Telefon-Mehrwertdienste. Inwieweit sich hier Potentiale für die Anbieter ergeben, hängt allerdings nicht nur von der Verbreitung des digitalen Fernsehens ab, sondern gerade auch von der Akzeptanz der Nutzer. Vor dem Hintergrund der Übernahme von ProSiebenSat.1

Media AG durch den Axel Springer Verlag ist vor allem der Beitrag von Ulrike Handel lesenswert, wenn auch als ein eher historischer Rückblick. Sie stellt die crossmedialen Diversifizierungsstrategien in konvergierenden Medienmärkten am Beispiel des Fernsehens dar, und zwar anhand der Strategie und Positionierung des Springer Verlags. Wir erinnern uns: Im Jahr 2001 hielt der Verlag lediglich Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG, die zur Kirch-Gruppe gehörte. Bereits damals stellte die Autorin fest, dass der Axel Springer Verlag gut für die digitale Fernseh Zukunft gerüstet sei: „Vor allem im TV-Bereich befinden wir uns noch in einer Phase des Ausprobierens und Testens, um bei günstigen Marktbedingungen startbereit zu sein“ (S. 184). Offenbar sind diese günstigen Marktbedingungen nun eingetreten. Trotz aller Veränderungen im deutschen Fernsehmarkt in den letzten Jahren besitzt das vorliegende Buch noch genügend Aktualität. Das liegt vor allem daran, dass die Autoren sich nicht an kurzfristigen Trends orientieren, sondern sich mit grundlegenden Fragen der Zukunft des digitalen Fernsehens befassen.

Lothar Mikos



Mike Friedrichsen (Hrsg.):
Kommerz – Kommunikation – Konsum. Zur Zukunft des Fernsehens. Baden-Baden 2004: Nomos Verlag. 33,00 Euro, 246 Seiten m. Abb. u. Tab.



Horst W. Opaschowski:
Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. Wiesbaden 2004: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 39,90 Euro, 520 Seiten m. Tab.

Agenda 2020

Vor acht Jahren hat der Freizeit- und Zukunftsforscher Horst W. Opaschowski erstmals Prognosen für die gesellschaftliche Entwicklung in Deutschland vorgelegt, damals mit dem Titel *Deutschland 2010*. Ob das für Bundeskanzler Schröder und die SPD als Anregung diente, die Agenda 2010 aufzulegen, mag dahingestellt sein, doch schon damals prognostizierte Opaschowski wichtige Herausforderungen für den Wohlstands- und Wohlfahrtsstaat Deutschland: „Die Balance von wirtschaftlichen Leistungen und sozialen Wohltaten gerät ins Wanken. Ein Ende der Anspruchsgesellschaft zeichnet sich ab“ (S. 13). Wie Recht er doch hatte. Nun hat er sich wieder mächtig ins Zeug gelegt, um die Trends der nächsten 15 Jahre bis 2020 aufzuzeigen und dazu viel Material aus verschiedenen Disziplinen der Wissenschaft zusammengetragen. Das Buch gliedert sich in elf Kapitel, die sich den Prognosen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen widmen, von der Arbeitsüber die Konsum-, Medien- und Sportwelt bis hin zu Bildung, Kultur, Sozialem und Werten. Zentrale Ausgangsthese ist, dass der Wohlfahrtsstaat am Ende sei, oder wie es der Autor sehr populistisch ausdrückt: „Das Schlaraffenland ist abgebrannt“ (S. 18). Wir befinden uns nach Auffassung des Autors auf dem Weg vom Wohlstand zum Wohlbefinden. Daraus folgt für ihn, dass nicht Wohlstandssteigerung, sondern soziale Absicherung die „wichtigste Aufgabe der Zukunft“ ist (S. 25). Wenn er dann die Zukunftsperspektiven der Gesellschaft anhand von Stichworten wie Globalisierung, Flexibilisierung,

Individualisierung, Leistungslust, Überalterung, Dienstleistung, Vereinzelung, Mobilisierung, Erlebnissteigerung und Beschleunigung diskutiert, offenbart sich ein grundlegendes Problem des Buches. Da der Autor viele Themen abhandeln will, bleiben verschiedene Darstellungen des Ist-Zustands und Prognosen sehr knapp und skizzenhaft. Opaschowski entpuppt sich als – zugegeben amüsanter – Vereinfacher. Das Problem ist dabei, dass die knappen Darstellungen leider nicht immer der sozialen Wirklichkeit gerecht werden.

Die Medienwelt von morgen umschreibt er mit den Begriffen „zappen, surfen, telefonieren“ (S. 161), auch wenn er meint, dass die vierte Medienrevolution noch auf sich warten lässt: „Die erste gehörte dem Fernsehen, die zweite der Fernbedienung, die dritte dem Internet. Die vierte Medienrevolution soll das TV-PC-Handy-Set sein (UMTS)“ (S. 168). Daneben sieht er vor allem Veränderungen im Fernsehen, in dem die Sendungen immer kürzer werden und „die inflationäre Verbreitung von Unterhaltungssendungen“ das „Wegwerf-TV“ hervorbringt (S. 167). Neben solchen Vereinfachungen, die eher populistisch zu nennen sind, räumt der Autor aber auch mit Vorurteilen auf: „Die kulturpessimistisch begründete Zerfallsthese, wonach mit Einführung der neuen Informationstechnologien andere Kommunikationsformen zerfallen, muss mit Skepsis aufgenommen werden. Denn die Kommunikation ‚zerfällt‘ hier nicht, sondern findet lediglich ‚zusätzlich‘ über ein anderes Medium statt. Die Kommunikation wird eher ausgeweitet als eingeschränkt“ (S. 198). So viel zu den neuen Formen

der Kommunikation wie Internet-Chats oder SMS. Angesichts der zunehmenden Durchdringung des Alltags mit Kommunikations- und Informationstechnologien sieht Opaschowski die Erziehung zu Medienkompetenz als die Bildungsaufgabe der Zukunft schlechthin. Die zehn Forderungen des Autors für eine Zukunfts-Agenda bringen nicht wirklich Überraschendes: Wer hätte nicht gedacht, dass man aus der Geschichte lernen sollte, dass es besser ist, für generationenübergreifende Kontakte zu sorgen und dass Arbeit und Leistung neu definiert werden müssten (vgl. S. 430 ff.)? Das Buch bietet in den verschiedenen Themengebieten eine oft oberflächliche Zustandsbeschreibung der Gesellschaft. Viele Fakten wurden zusammengetragen, um sie an verschiedenen Stellen zu platzieren. So taucht eine Tabelle von S. 173 auf S. 185 nahezu identisch wieder auf, allerdings mit einem kleinen Fehler (Achtung: Suchaufgabe für geneigte Leser!). Die Überlegungen aus den verschiedenen Bereichen werden leider nur selten zusammengeführt. So bleiben die Prognosen dann ebenfalls einfach und bieten kaum Neues.

Lothar Mikos

Medien international

Standardwerke veralten nicht, besonders dann, wenn sie regelmäßig aktualisiert werden. Das Internationale Handbuch Medien des Hans-Bredow-Instituts in Hamburg ist inzwischen in der 27. Auflage erschienen. Es kann erneut seinen Anspruch erfüllen, einen Überblick über die publizistischen Massenmedien weltweit zu bieten. „Dazu wählt das Internationale Handbuch traditionell zwei Zugänge, nämlich zum einen Querschnittsdarstellungen, die einen Überblick über globale oder länderübergreifende Entwicklungen geben und auch Vergleiche zwischen der Entwicklung unterschiedlicher Regionen ermöglichen. [...] Zum anderen ist die Zugangsweise länder- bzw. regionenorientiert [...]“ (S. 5). Das Handbuch ist klar gegliedert und strukturiert, so dass der geneigte Nutzer keine Mühe hat, die gesuchte Information zu finden. Die Überblicksdarstellungen in Teil A behandeln rechtliche, politische und ökonomische Strukturen der internationalen Medienentwicklung sowie Medienangebot und Medienutzung. Hervorzuheben sind hier die Überblicksartikel des Mainzer Juristen Dieter Dörr über die europäische Medienordnung sowie des Hamburger Politikwissenschaftlers Hans. J. Kleinsteuber und der Bochumer Medienwissenschaftlerin Barbara Thomaß, die nationale Entwicklungen in der Kommunikationspolitik vergleichen. Die neueren Trends des internationalen Medienmarktes werden im Artikel der Hamburger Wirtschaftswissenschaftlerin Insa Sjurts mit dem Titel „Medienkrise und Unternehmensstrategien der Global Player“

beschrieben und analysiert. Bei Jugendschützern dürften besonders die Artikel der Hamburger Medien- und Kommunikationswissenschaftler Uwe Hasebrink und Anja Herzog zur Mediennutzung im internationalen Vergleich sowie des Siegener Medienwissenschaftlers Gerd Hallenberger über Fernsehformate und internationalen Formathandel Interesse finden. Hier ist zu lesen, dass sich der Formathandel internationalisiert und intensiviert hat: „Mittlerweile kann man davon sprechen, dass hinsichtlich der Format-Nachfrage tatsächlich so etwas wie ein ‚globaler‘ Markt existiert“ (S. 166), auf dem nicht mehr nur amerikanische Produzenten und Formathändler eine Rolle spielen, sondern zunehmend auch Europäer. Zugleich zeichnen sich die globalen Formate dadurch aus, dass sie neben der reinen Fernseh- und Sendung auf verschiedenen medialen Plattformen die Wertschöpfungskette für die Produzenten erweitern. Auch die Entwicklung des Internets in globaler Perspektive, so der Titel des Beitrags des Frankfurter Journalisten Jochen Zimmer, dürfte bei den Lesern dieser Zeitschrift auf Interesse stoßen. In Teil B werden die Mediensysteme in Europa von Albanien bis Weißrussland dargestellt. Die einzelnen länderspezifischen Beiträge behandeln sowohl die Printmedien als auch die elektronischen Medien Rundfunk und Fernsehen sowie die Onlinemedien. Einzig das Kino findet keine Erwähnung. Die Beiträge in Teil C bieten dann einen Überblick über die Mediensysteme in ausgewählten Ländern außerhalb Europas von Ägypten bis Usbekistan. Zu den Golfstaaten, Mittelamerika und Westafrika gibt es Sammel-

beiträge, die mehrere Länderdarstellungen vereinen. Teil D erfasst abschließend noch eine nach Sachgebieten geordnete Auswahlbibliographie von vorwiegend deutsch- und englischsprachigen Büchern zum Themengebiet „Medien und Kommunikation“, die auf den ersten Blick recht umfangreich erscheint. Tatsächlich enthält sie doch einige Lücken. Das mag aber auch der mittlerweile unüberschaubaren Fülle von Publikationen geschuldet sein, die jedes Jahr auf den Markt geworfen werden. Insgesamt bietet das Handbuch ebenso zuverlässige wie aktuelle Informationen und ist als Nachschlagewerk wichtig für jeden, der international auf dem Laufenden sein möchte.

Lothar Mikos



Hans-Bredow-Institut (Hrsg.):
Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden 2004: Nomos Verlag. 27. Auflage. 128,00 Euro, 1.200 Seiten m. Tab.

KURZBESPRECHUNGEN

**Sissi Pitzer/
Ingrid Scheithauer (Hrsg.):**
*20 Jahre nach dem Urknall.
Zur Zukunft des privaten
Rundfunks.* Berlin 2004:
Vistas. 15,00 Euro,
134 Seiten.

In dem Band sind die Beiträge eines Symposiums vom Juni 2004 in Mainz dokumentiert. Neben einem Beitrag von Kulturstaatsministerin Christina Weiss zu Programmentwicklung, Öffentlichkeitswandel und kultureller Identität kann der Leser ein Interview mit Ministerpräsident Kurt Beck sowie Beiträge zum Medien-Europa und zur digitalen Technik nachlesen. Informativ ist der Beitrag von Tonio Kröger zu neuen Werbeformen. Das Highlight des Buches findet sich am Ende: ein Gespräch zwischen Helmut Thoma und Jürgen Doetz: „Die Männer der ersten Stunde.“

Torsten Maurer:
*Fernsehnachrichten und
Nachrichtenqualität. Eine
Längsschnittstudie zur
Nachrichtenentwicklung in
Deutschland.* München
2005: Verlag Reinhard
Fischer. 22,00 Euro,
330 Seiten m. Tab.

Im Mittelpunkt dieser Studie, die als Dissertation an der Freien Universität Berlin verfasst wurde, steht die Frage, wie sich die Qualität von Nachrichten in den Programmen der großen Free-TV-Anbieter ARD, ZDF, RTL und Sat.1 über einen Zeitraum von neun Jahren entwickelt hat. Als Kriterien für Qualität wertet der Autor die in der Journalismusforschung üblichen Kategorien Vielfalt und Relevanz sowie journalistische Professionalität. Letztere zeigt sich in den Eigenschaften Ausgewogenheit, Neutralität, Richtigkeit und Vollständigkeit. Warum das Kriterium Aktualität nicht berücksichtigt wird, bleibt ein Geheimnis. Die Ergebnisse sind wenig überraschend. So wird politischen Nachrichten in ARD und ZDF mehr Bedeutung beigemessen als bei der privaten Konkurrenz. Die konkrete journalistische Arbeit unterscheidet sich jedoch kaum. Die Rahmenbedingungen der Programme sind entscheidend für die inhaltlich-thematische Qualität der Nachrichten.

**DVB Multimedia Bayern
(Hrsg.):**
*Merging Media – Potenziale
und Konsequenzen der
Digitalisierung. Dokumenta-
tion der Medientage
München 2004.* Berlin 2005:
Vistas. 28,00 Euro,
299 Seiten m. Abb.

Die Vorträge und Diskussionen der letztjährigen Medientage in München sind in diesem Band dokumentiert. Für die geeigneten Leser dieser Zeitschrift sind besonders die beiden Vorträge von Jürgen Doetz und Wolf-Dieter Ring zum Thema „Jugendmedienschutz heute – zu wenig oder zu viel Selbstkontrolle“ empfehlenswert. Es dürfen vorher Wetten abgeschlossen werden, wer zu wenig und wer zu viel Selbstkontrolle sieht. Über die im letzten Jahr heiß diskutierte Schönheits-OP-Sendungen fand ein Podiumsgespräch statt, das hier ebenso zusammengefasst wiedergegeben wird wie die anderen Gespräche zu Themenfeldern wie Medienpolitik, Medienkompetenz, Werbung, Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Multimedia und Internet.

Gernot Gehrke (Hrsg.):
*Netzwerke zur Medienkom-
petenzentwicklung – Er-
folgskriterien und Hand-
lungsoptionen.* München
2004: kopaed. 14,80 Euro,
112 Seiten.

Im Auftrag der nordrhein-westfälischen Staatskanzlei führte das Europäische Zentrum für Medienkompetenz in Marl einen Workshop durch, um die unterschiedlichen Netzwerke, die allein in Nordrhein-Westfalen an der Entwicklung von Medienkompetenz arbeiten, an einen Tisch zu bringen. Im Zentrum der Beiträge steht die Leistungsfähigkeit von Netzwerken und die Frage: „Netzwerke – Königswege zur Kompetenz?“ Der Plural zeigt an, dass es den Königswege nicht gibt, sondern viele Wege zu Medienkompetenz führen.

**Jo Groebel/
Gernot Gehrke (Hrsg.):**

Internet 2002. Deutschland und die digitale Welt. Internetsnutzung und Medien-einschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 46. Opladen 2003: Leske+Budrich. 45,50 Euro, 334 Seiten m. Tab.

Jan Schmidt:

Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München 2005: Verlag Reinhard Fischer. 22,00 Euro, 308 Seiten m. Abb.

Wolfgang Schil/Jürgen Linke/Dieter Wiedemann (Hrsg.):

Kinder & Radio. München 2004: kopaed. 16,80 Euro, 238 Seiten m. Abb. u. Tab.

BLM (Hrsg.):

BLM-Symposium Medienrecht 2002. Die Trennung der Werbung vom „übrigen Programm“. BLM-Schriftenreihe, Band 76. München 2004: Verlag Reinhard Fischer. 15,00 Euro, 149 Seiten m. Abb.

Die Studie zur Internetsnutzung mit dem Schwerpunkt auf den sogenannten Offlinern stammt aus dem Jahre 2002. Die Daten dürften sich folglich bereits wieder geändert haben. Der Band schließt mit einem Maßnahmenkatalog „zur Förderung der digitalen Teilhabe“. Hier ist nach Ansicht der Autoren die Politik gefordert. „In den verschiedenen Politikbereichen sind zusätzliche Maßnahmen für verbesserte Struktur- und Rahmenbedingungen ebenso erforderlich wie ein kontinuierliches internationales Benchmarking zur Überprüfung nationaler und regionaler Entwicklungen und Wirkungen. Hintergrund ist die Einsicht, dass der Erwerb von Kompetenz für den Einzelnen wie auch ihre Entwicklung in Institutionen und Organisationen einen entsprechenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmen benötigt“ (S. 311). Dazu soll auch das Vertrauen in E-Commerce und E-Government verstärkt werden.

Die vorliegende Studie zeigt anhand mehrerer Beispiele (öffentlichen Internetszugängen in Bamberg, bayerischen Bürger-netzen, dem Bürgernetz in Bamberg und dem Tourismusportal bamberg.info), dass sich die theoretischen Annahmen vom Verschwinden des Raumes und des globalen Dorfes durch das Internet als einseitig erweisen. „Entgegen mancher Vermutungen hat das globale Informations- und Kommunikationsnetzwerk nicht dazu geführt, dass der Nahraum an Bedeutung verliert. Stattdessen existiert eine Vielzahl von lokalbezogenen Onlineangeboten, auf die eine große Zahl der Nutzer zugreift“ (S. 10). Es gelingt dem Autor auf eindrucksvolle Weise, mit Vorurteilen aufzuräumen und eine nüchterne Perspektive auf die Bedeutung des Internets zu liefern.

Das Buch versammelt die Beiträge einer Tagung zum Thema „Kinder und Radio“, die im Jahr 2003 in Berlin stattfand. Grundlegend wurde dabei Radio für Kinder als eine medienpädagogische Aufgabe angesehen. Die Beiträge zur Sicht auf das Radio aus der pädagogischen Praxis und der Perspektive von Hörfunkwerkstätten für Kinder überwiegen. Daneben finden sich grundlegende Informationen zur Radionutzung der Kinder in Deutschland und den USA. Schließlich werden die Chancen für ein bundesweites Kinder-radio diskutiert, einem „Ki.Ka“ für die Ohren. Das bestehende Radioangebot für Kinder wird im Anhang dokumentiert. Der Band liefert zuverlässige Informationen und interessante Positionen zu einem häufig vernachlässigten Thema.

Die Beiträge stammen zwar aus dem Jahr 2002, haben aber an Aktualität nichts eingebüßt. In Anbetracht der jüngsten Schleichwerbung-Debatte kann man im Beitrag von Axel Beater noch einmal die Leitlinien zur Trennung von Programm und Werbung nachlesen. Dort heißt es: „Werbung im Programm muss stets unzulässig sein, wenn der Sender dafür vom Hersteller des umworbenen Produkts eine Gegenleistung erhält oder infolge kostenloser Leistungen Aufwendungen erspart“ (S. 133). Allerdings sind die Grenzen zwischen erlaubter und nicht erlaubter Werbung fließend. Das Recht bedarf eben immer der Interpretation.

Entscheidung

BGH, Urteil vom 10.02.2005 – III ZR 294/04 – .

Der Auskunftspflicht nach § 4 Abs. 1 Nds-PresseG (bzw. den entsprechenden Bestimmungen in den Pressegesetzen der anderen Bundesländer) unterliegen auch Betriebe der kommunalen Daseinsvorsorge, die in Form von Gesellschaften mit beschränkter Haftung geführt werden, aber unter beherrschendem Einfluss der öffentlichen Hand stehen.

Zum Sachverhalt:

Der Kläger zu 1, der Bund der Steuerzahler Niedersachsen und Bremen e.V., ist Herausgeber der Zeitschrift „BdSt-Nachrichten Niedersachsen und Bremen“, der Landesbeilage zur Mitgliederzeitschrift des Bundes der Steuerzahler „Der Steuerzahler“. Die Landesbeilage erscheint alle zwei Monate in einer Auflage von 50.000 Exemplaren. Der Kläger zu 2 ist der verantwortliche Redakteur der Landesbeilage. Die Kläger sehen deren Aufgabe darin, sich kritisch mit Vorgängen der öffentlichen Finanzen und der öffentlichen Haushaltswirtschaft auseinander zu setzen.

Die Beklagte ist eine GmbH, die Aufgaben der kommunalen Energieversorgung wahrnimmt. An ihrem Stammkapital von insgesamt 6.805.700 Euro sind die Bückeburger Bäder GmbH, deren alleinige Gesellschafterin die Stadt Bückeburg ist, mit einem Kapitalanteil von 3.575.300 Euro, die Wirtschaftsbetriebe Stadthagen GmbH mit einem Kapitalanteil von 1.799.300 Euro, die Elektrizitätswerk Minden-Ravensberg GmbH (EMR) mit einem Kapitalanteil von 1.087.400 Euro und die Stadt Obernkirchen mit einem Kapitalanteil von 343.700 Euro beteiligt. Die Kapitalanteile der Gesellschafterin EMR werden ihrerseits zu 50,65 % von der E.ON Energie AG gehalten.

Nach Presseberichten über eine angebliche Vervierfachung der Sitzungsgelder des Aufsichtsrates der Beklagten begehren die Kläger, gestützt auf § 4 des Niedersächsischen Pressegesetzes (NdsPresseG), mit der vorliegenden Klage von der Beklagten Auskunft zu folgenden Fragen:

1. Ist es zutreffend, dass die Sitzungsgelder für die Mitglieder des Aufsichtsrates der Beklagten zum 1. Januar 2002 angehoben worden sind? Wenn ja, auf welche Höhe?

2. Wie häufig tritt der Aufsichtsrat der Beklagten zusammen und wie ist der Aufsichtsrat im Einzelnen besetzt (wie viele Mitglieder, Vorsitzender, Stellvertreter)?

3. Auf welche Höhe belaufen sich insgesamt die jeweils bislang gezahlten Sitzungsgelder für die Mitglieder des Aufsichtsrates der Beklagten? Welche zusätzlichen Belastungen entstehen durch eine etwaige Erhöhung der Sitzungsgelder ab dem 1. Januar 2002?

Das Amtsgericht, an welches der Rechtsstreit durch das ursprünglich angerufene Verwaltungsgericht Hannover verwiesen worden ist, hat die Klage abgewiesen; das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß zur Auskunftserteilung verurteilt. Mit der vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter.

Aus den Gründen:

Die Revision ist nicht begründet.

Den Klägern steht nach § 4 Abs. 1 NdsPresseG der mit der Klage geltend gemachte Auskunftsanspruch gegen die Beklagte zu.

1. Nach dieser Vorschrift sind Behörden verpflichtet, den Vertretern der Presse, zu denen insbesondere (auch) Herausgeber und Redakteure gehören können (Löffler/Wenzel, Presserecht, 4. Aufl. 1997 § 4 LPresseG Rn. 42, 43; Soehring, Presserecht, 3. Aufl. 2000 Rn. 4.10), die für die Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben dienenden Auskünfte zu erteilen. Dieser Informationsanspruch soll der Presse die Wahrnehmung ihrer Aufgabe im Rahmen der demokratischen Meinungs- und Willensbildung dadurch ermöglichen, dass sie umfassend und wahrheitsgetreu Informationen über Geschehnisse von öffentlichem Interesse erhält und dadurch in die Lage versetzt wird, die Öffentlichkeit entsprechend zu unterrichten (vgl. VG des Saarlandes, AfP 1997, 837, 839; OVG des Saarlandes, AfP 1998, 426, 427). Auf diese Weise kann der Staatsbürger

zutreffende und umfassende Informationen über tatsächliche Vorgänge und Verhältnisse, Missstände, Meinungen und Gefahren erhalten, die ihm sonst verborgen bleiben würden, die aber Bedeutung für eine abgewogene Beurteilung der für seine Meinungsbildung essentiellen Fragen haben können. Erst diese für eine möglichst unverfälschte Erkenntnis notwendige Übersicht über Tatsachen und Meinungen, Absichten und Erklärungen ermöglicht eine eigene Willensbildung und damit die Teilnahme am demokratischen Entscheidungsprozess überhaupt (vgl. BVerfGE 20, 162, 174f.; 83, 238, 295f.; 97, 228, 257f.). Die Vorschrift des § 4 NdsPresseG weist daher enge Bezüge nicht nur zur Pressefreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, sondern auch zur Informationsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG und zu Art. 20 Abs. 2 Satz 1 GG auf. Hieran müssen sich die Auslegung des Art. 4 Abs. 1 NdsPresseG und insbesondere auch die Grundsätze zur Bestimmung des im konkreten Falle Auskunftspflichteten orientieren.

2. Unter diesem Gesichtspunkt ist den Landespressegesetzen ein eigenständiger Behördenbegriff zu Eigen, der auch juristische Personen wie eine GmbH erfasst, deren die öffentliche Hand sich zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben bedient (OVG des Saarlandes aaO). Dabei ist nicht erforderlich, dass sich die GmbH vollständig – unmittelbar oder mittelbar – in öffentlicher (kommunaler) Hand befindet (so die Fallkonstellation bei VG und OVG des Saarlandes aaO). Es reicht aus, dass die GmbH von der öffentlichen Hand beherrscht wird (im Ergebnis wohl ebenso Löffler/Wenzel aaO Rn. 57; Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 4. Aufl. 2000 Kap. 19 Rn. 10; Meier, NZG 1999, 196, 197; Endter, Der Städtetag 1998, 780, 781).

a) Der Behördenbegriff des Presserechts ist nicht organisatorisch-verwaltungstechnisch, sondern funktionell-teleologisch zu begreifen. Sinn und Zweck des § 4 NdsPresseG ist es, der Presse die ihr durch Art. 5 GG garantierte und in § 3 NdsPresseG manifestierte Funktion im Rahmen der demokratischen Meinungs- und Willensbildung zu gewährleisten und es ihr so zu ermöglichen, ihre Informationen über Geschehnisse von öffentlichem Interesse umfassend und wahrheits-

getreu zu erhalten. Die Berichterstattung der Presse über Vorgänge im staatlichen Bereich beschränkt sich nicht lediglich auf die staatliche Eingriffsverwaltung, die typische Form staatlichen Handelns. Vielmehr nimmt die Verwaltung eine Fülle sonstiger Aufgaben gerade im Bereich der Leistungsverwaltung wahr. Überall dort, wo zur Wahrnehmung staatlicher Aufgaben öffentliche Mittel eingesetzt werden, von deren konkreter Verwendung Kenntnis zu erlangen ein berechtigtes öffentliches Interesse besteht, wird auch ein Informationsbedürfnis der Presse und der Bevölkerung begründet. Auf dieses Bedürfnis hat es keinen Einfluss, ob sich die Exekutive zur Wahrnehmung öffentlicher Aufgaben im Einzelfall einer privatrechtlichen Organisationsform bedient (VG des Saarlandes aaO).

b) Als eine der Wasser- und Energieversorgung dienende Gesellschaft erfüllt die Beklagte Aufgaben der Daseinsvorsorge. Die Daseinsvorsorge ist Gegenstand der Leistungsverwaltung zur Schaffung und Unterhaltung öffentlicher Einrichtungen und stellt einen Schwerpunkt der kommunalen Tätigkeit zum Wohle der Gemeindebewohner dar, wobei die Gemeinden das Recht haben, im örtlichen Bereich Aufgaben der Daseinsvorsorge eigenverantwortlich aufzunehmen und niederzulegen (Endter aaO S. 781; Waechter, Kommunalrecht 2. Aufl. Rn. 104). Dieses kommunale Selbstverwaltungsrecht wird durch Art. 28 Abs. 2 GG geschützt. Unter den Begriff der Daseinsvorsorge sind alle zur Befriedigung der Grundbedürfnisse der Bürger erforderlichen Leistungen der Verwaltung zu fassen (Meier aaO S. 196; Köhler, BayVBl. 2001, 1, 6). Traditionell gehören gerade die Strom-, Gas- und Wasserversorgung zu den typischen kommunalen Aufgaben (vgl. BVerfG, NJW 1990, 1783; BGH, Urteil vom 14. November 2003 - 2 StR 124/03 = NJW 2004, 693; Senatsurteil BGHZ 91, 84, 86; Senatsurteil vom 24. September 1987 - III ZR 91/86 = NVwZ-RR 1989, 388 f.).

c) Zwar ist die Beklagte als GmbH mit eigener Rechtspersönlichkeit rechtlich, organisatorisch und rechnungsmäßig gegenüber den sie tragenden Kommunen verselbständigt. Es handelt sich auch um eine Gesellschaft, an der nicht nur unmittelbar oder mit-

telbar Gemeinden beteiligt sind. Gleichwohl wird sie faktisch von der öffentlichen Hand beherrscht. Der Anteil der Bückeburger Bäder GmbH, die zu 100% in kommunaler Hand liegt, am Gesellschaftsvermögen der Beklagten beträgt 53%, der der Wirtschaftsbetriebe Stadthagen GmbH 26%, der der EMR 16% und der der Stadt Obernkirchen 5%. Selbst wenn die privatrechtliche E.ON AG Mehrheitsgesellschafterin der EMR ist, ergibt sich, dass der Einfluss der öffentlichen Hand auf die Beklagte insgesamt wenigstens bei über 70%, wenn nicht sogar bei über 80% liegt. Der bestimmende Einfluss der öffentlichen Hand wird auch an der Zusammensetzung des 15-köpfigen Aufsichtsrates der Beklagten deutlich, dem laut Gesellschaftsvertrag umfassende Befugnisse zukommen. So sind die Hauptverwaltungsbeamten der Städte Bückeburg, Stadthagen und Obernkirchen kraft Amtes Mitglied. Vier weitere Aufsichtsratsmitglieder werden vom Rat der Stadt Bückeburg und drei weitere vom Rat der Stadt Stadthagen entsandt. Der Vorsitz im Aufsichtsrat soll alternierend von Vertretern der Städte Bückeburg und Stadthagen wahrgenommen werden.

d) Die hier einschlägige niedersächsische Gemeindeordnung – andere Gemeindeordnungen enthalten vergleichbare Regelungen – lässt eine wirtschaftliche Betätigung der Kommunen ohnehin nur zu, wenn sie durch einen öffentlichen Zweck gerechtfertigt bzw. gefordert ist (vgl. § 108 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 NGO). Dies gilt unabhängig davon, ob diese Betätigung in Form eines Eigenbetriebs (§ 108 Abs. 2 Nr. 1 NGO), in Form einer (öffentlich-rechtlich oder privatrechtlich organisierten) Eigengesellschaft (§ 108 Abs. 2 Nr. 2 NGO) – d. h. eines Unternehmens, dessen sämtliche Anteile der Gemeinde gehören – oder aber, wie hier, dergestalt erfolgt, dass sich Gemeinden oder „kommunale“ Gesellschaften mit beschränkter Haftung an einer (weiteren) GmbH beteiligen (vgl. § 109 Abs. 1 und 2 NGO). Den Gemeinden steht insoweit die – gerichtlich nur in beschränktem Maße überprüfbare – Einschätzungsprärogative zu (BVerwGE 39, 329, 334). Ob die öffentliche Hand bzw. das von ihr beherrschte Unternehmen im Bereich der erbrachten Leistungen ein Monopol innehat oder auch rein private Unternehmen vergleichbare Leistungen er-

bringen und insoweit in Konkurrenz zu den öffentlichen oder öffentlich beherrschten Einrichtungen stehen, ist dabei ohne entscheidende Bedeutung.

3. Die hier vorgenommene Bestimmung des Anwendungsbereichs des § 4 Abs. 1 NdsPresseG verstößt weder gegen Art. 72 GG, noch führt sie zu einer verfassungsrechtlich nicht hinnehmbaren Schlechterstellung der Beklagten gegenüber konkurrierenden „privaten“ Gesellschaften.

a) Das Gesellschaftsrecht ist Teil der konkurrierenden Gesetzgebung des Bundes gemäß Art. 74 Abs. 1 Nr. 1 GG. Nach Art. 72 Abs. 1 GG haben die Länder in diesem Bereich die Befugnis zur Gesetzgebung, solange und soweit der Bund von seiner Gesetzgebungszuständigkeit nicht durch Gesetz Gebrauch gemacht hat. Das Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung enthält keine Vorschriften, die sich mit der Beteiligung der öffentlichen Hand an der Gesellschaft befassen. Eine ausdrückliche Regelung einer Auskunftspflicht findet sich nur in § 51a GmbHG. Weder diese, allein das Innenverhältnis zwischen Gesellschaftern und Geschäftsführern betreffende noch andere Bestimmungen des Gesetzes stehen einer Auskunftspflicht im Sinne des § 4 Abs. 1 NdsPresseG entgegen.

b) Da die Beklagte bei der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben unter richtungsweisendem Einfluss der öffentlichen Hand steht, ist sie nicht in jeder Hinsicht mit einem Unternehmen (völlig oder überwiegend) in privater Hand zu vergleichen. Deswegen ist es gerechtfertigt, die Beklagte Auskunftspflichten zu unterwerfen, denen ihre etwaigen privat beherrschten Mitbewerber nicht unterliegen. Soweit bei „gemischtwirtschaftlichen Gesellschaften“, wie hier, auch „private (Minderheits-)Gesellschafter“ von der Auskunftspflicht tangiert werden, haben deren private Interessen – vorbehaltlich eines Auskunftsverweigerungsrechts (§ 4 Abs. 2 Nr. 3 NdsPresseG) – hinter den überwiegenden öffentlichen Interessen zurückzutreten.

c) Die Feststellung des Berufungsgerichts, dass die Offenlegung der Sitzungsgelder nicht in schützenswerte Interessen der Aufsichts-

ratsmitglieder der Beklagten eingreift, wird von der Revision nicht angegriffen. Auch im Übrigen ist für das Vorliegen etwaiger Auskunftsverweigerungsgründe nach § 4 Abs. 2 Nr. 1 bis 4 NdsPresseG nichts dargetan oder sonst ersichtlich.

Buchbesprechungen

Die knappe Dissertation – betreut und angenommen an der juristischen Fakultät in Gießen – kommt zu klaren Ergebnissen: Das Zensurverbot des Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG ist wie Art. 19 Abs. 2 GG als eine Grenzziehung zur Abwendung zu weit gehender Grundrechtsbeschränkungen zu verstehen und hat so einen Ort zwischen den Freiheitsgewährleistungen des Art. 5 Abs. 1 und den Beschränkungsmöglichkeiten des Art. 5 Abs. 2 GG. Es ist im Jargon der Repetitoren, Paukheftchen und Studierenden des Rechts eine „Schranken-Schranke“.

So verstanden sucht die Arbeit das Zensurverbot voll auszuschöpfen und aus dem Dornröschenschlaf seiner bisherigen restriktiven Deutung zu erwecken. Heutige mögliche informationstechnologische Kontrollmöglichkeiten veranlassen dieses Wiederaufgreifen eines alten Problems. Daher kommt die Arbeit zu dem genannten Ergebnis, das Vor- und Nachzensur gleichermaßen umfasst und jede generelle Kommunikationsüberwachung meint, der ein zurechenbares Sanktionspotential zur Verfügung steht. Voraus geht eine Darstellung der bisherigen Konzeptionen, die Erörterung der jahrhundertealten Zensurerfahrungen und der daran anknüpfenden Zensurverbote.

Dabei arbeitet die Schrift historisch akkurat, nicht zu breit und sehr informativ. Das zeigt die Tiefenschärfe der Untersuchung. Darauf folgt eine Entfaltung der Entwicklungsgeschichte und des Regelungskonzeptes des Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG. Hier wird zunächst die Entstehungsgeschichte des Normtextes im Parlamentarischen Rat erschlossen und neu bewertet. Daneben tritt eine akkurate Auseinandersetzung mit der Geschichte der Interpretation des Normpro-

gramms bis in die letzten Jahre, welche umfangreiche Reinterpretationen des Zensurverbots brachte. Darauf folgt die Abgrenzung der Zensur von sonstigen Grundrechtseingriffen. Das führt dann zu dem Ergebnis, dass die Funktion des Zensurverbots darin liegt, die Installation lähmungsgerechter Inhaltskontrollverfahren zum Schutz dynamischer Kommunikationsprozesse zu verhindern. Damit wird das Zensurverbot zu einem Kürzel für einen umschreibbaren Grundrechtseingriff. Es hat ebenso absoluten Charakter wie andere Klauseln des Grundgesetzes, die bestimmte Eingriffe in Grundrechte schlechthin untersagen.

Das Buch ist sorgfältig gearbeitet, belegt gut und zeugt von erheblichem Können. Es ist sprachlich zugänglich und leicht lesbar. Daher dürfte es auch für Laien nicht ohne Interesse sein, obwohl es noch nicht die zur Zeit herrschende Meinung zum Ausdruck bringt.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig



Thomas Nessel:
Das grundgesetzliche Zensurverbot (Schriften zum Öffentliches Recht, Band 973). Berlin 2004: Verlag Duncker & Humblot. 68,00 Euro, 237 Seiten.



Michael Stulz-Herrnstadt:

Nationale Rundfunkfinanzierung und europäische Beihilfenaufsicht im Lichte des Amsterdamer Rundfunkprotokolls. Eine Untersuchung zur wettbewerbsrechtlichen Bedeutung des „Protokolls über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Mitgliedstaaten“ für die mediale Daseinsvorsorge (Schriften zu Kommunikationsfragen, Band 37). Berlin 2004: Verlag Duncker und Humblot. 98,00 Euro, 483 Seiten.

Die umfangreiche Arbeit, eine Göttinger Dissertation, die bei *Volkmar Götz* gefertigt wurde, erscheint mehr als ein Jahr nach Abschluss, was dem *Verf.* nicht zu verdenken ist, wo doch in diesem Lebensabschnitt junger Autoren meist auch andere Dinge dringlich sind. Sie macht sich allerdings eine Fragestellung zum Gegenstand, die fortgesetzt bearbeitet wird, so dass eine solche Verzögerung doch große Nachteile hat. Dies wird hier auch in der angeführten Literatur sichtbar, wenn etwa das anerkannte Lehrbuch des Rundfunkrechts von *Albrecht Hesse* in einer Auflage von 1999 und nicht in der nächsten aus dem Jahre 2003 herangezogen wird. Unbeschadet dessen aber zur Sache:

Im Ergebnis stellt die Arbeit fest, dass das Beihilferegime des EG-Vertrags gegenüber der nationalen Rundfunkfinanzierung durch Gebühren nicht greift, weil Art. 86 Abs. 2 Satz 1 EGV einschlägig ist, da es sich um mediale Daseinsvorsorge handelt, die zu privilegieren ist. Der Duktus der Arbeit zielt mithin nicht darauf ab, den Beihilfecharakter der Rundfunkgebühr deutschen Typs von vornherein zu verneinen, was bisher üblich war, sondern beansprucht eine Ausnahmeregelung, deren

Auslegung mit dem genannten Ergebnis durch das Amsterdamer Rundfunkprotokoll wesentlich erleichtert wird. Damit prüft die Arbeit das Beihilferegime im Ganzen, bricht also nicht im Einstieg ab. Dies ist indes die Linie des Gerichtshofes der Gemeinschaft, nach dessen Ansicht es an einer staatlichen Zuwendung fehlt, wenn die betreffenden Mittel nicht aus einem öffentlichen Haushalt stammen, was bei der deutschen Rundfunkgebühr bekanntlich nicht der Fall ist.

Im Amsterdamer Rundfunkprotokoll hatten die Mitgliedstaaten festgehalten, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den Mitgliedstaaten unmittelbar mit den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen jeder Gesellschaft ebenso verknüpft ist wie mit dem Erfordernis, den Pluralismus in den Medien zu wahren. Im Blick darauf sind die Mitgliedstaaten über die auslegende Bestimmung übereingekommen, wonach die Bestimmungen des EG-Vertrags nicht die Befugnis der Mitgliedstaaten berühren, diesen Rundfunk zu finanzieren, sofern diese Finanzierung dem öffentlich-rechtlichen Auftrag der Anstalten dient, den die Mitgliedstaaten den Anstalten übertragen, festgelegt

und ausgestaltet haben. Dabei soll diese Auslegungshilfe nur gelten, sofern die Handels- und Wettbewerbsbedingungen dadurch nicht in einem Ausmaß beeinträchtigt werden, das dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft, wobei bei der Bestimmung dieser Grenze den Erfordernissen der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags der Rundfunkanstalten Rechnung zu tragen ist.

Eingehend behandelt die Untersuchung auch die vertragliche Rechtslage vor der Protokoll-erklärung dieses Inhalts. Dabei werden alle kulturorientierten Ausnahmetatbestände abgearbeitet. In diesem Zusammenhang sind die Erwägungen zum europarechtlichen Kulturbegriff von besonderem Interesse. Die Ausnahmeklauseln, ihre Auslegung ebenso wie die Anwendung allgemeiner Auslegungsregeln etwa der Verhältnismäßigkeit, scheinen für die Gebührenfinanzierung keine sichere Basis zu bieten. Daher leuchtet es ein, zu einer Protokollerklärung als auslegender Bestimmung zu greifen, die größere Klarheit verspricht. Die Vorfrage, ob überhaupt eine Beihilfe vorliegt, die aus staatlichen Mitteln fließt und eine Marktintervention mit der erforderlichen Wirkung darstellt, beantwortet die Arbeit bei näherer Betrachtung dahingehend, dass nur die „dogmatisch fragwürdige“ Rechtsprechung des Gerichtshofes, wonach die Zuwendung aus Haushaltsmitteln erfolgen müsse, einer Qualifikation der deutschen Rundfunkgebühr als Beihilfe entgegenstehe. Das heißt, dass auch etwa das Verfahren der Festsetzung der Höhe der Rundfunkgebühr nicht von Interesse ist. Das liegt daran, dass die Arbeit nicht an der selbstregulativen Struktur hin zur Gebührenfestsetzung interessiert ist; sie ist dagegen ganz auf den Markteffekt der Gebühr aus und meint, die Gebühr führe dazu, dass der zwischenstaatliche Rundfunkhandel verfälscht werde. Von Interesse ist zudem, dass letztlich eine staatliche Finanzierungsgarantie im Sinne einer Gewährträgerschaft zugrunde liegt, die ihrerseits dann nur durch eine entsprechende Auslegung der Ausnahme des Art. 86 Abs. 2 Satz 1 EG-Vertrag als mediale Daseinsvorsorge privilegiert werden kann. Schlüssig ist unter diesen Voraussetzungen der Aufbau der Arbeit. Nach Feststellung einer bedeutsamen Marktwirkung des Gebührenaufkommens im zwischenstaatlichen Handel sieht sie unabhängig von der Autonomie der

Anstalten und der rechtlichen Staatsferne des Gebührenfestsetzungsverfahrens schlicht die Finanzgarantie und die Gewährträgerschaft in einem ersten Teil als beihilferelevante Maßnahmen. Dann befasst sie sich mit der Lage vor dem Rundfunkprotokoll – mit dem genannten Ergebnis, dass insoweit damals kein gesicherter Boden eines Ausnahmetatbestands oder einer anerkannten Auslegung zugunsten der Rundfunkgebühr zu erreichen war. Sodann folgt eine Darstellung der Entstehungsgeschichte des Protokolls, seine Anwendung auf den Ausnahmetatbestand zugunsten der medialen Daseinsvorsorge sowie – und dies ist für die weitere Entwicklung wichtig – ein Unterabschnitt über Kontrollkompetenz der Kommission am Beispiel der deutschen Rundfunkfinanzierung. Diese erlaubt bekanntlich bis heute, fortgesetzt den Aktivitäten der Anstalten nachzuspüren, etwa auch mit Hilfe der Transparenzrichtlinie, die Querfinanzierungen und Teilprivatisierungen als gefährliche Methoden erscheinen lässt, den spezifischen Auftrag zur medialen Daseinsvorsorge zu verwischen, wenn etwa Ausgründungen in Kooperation mit privaten Unternehmen oder in deren Auftrag auch wirtschaftlich tätig zu sein scheinen. Die Ablehnung der Rechtsprechung des Gerichtshofes zum Zuwendungsbegriff ist nicht nur in ihrer ökonomisierenden Sicht etwas irritierend, zumal einschlägige literarische Äußerungen, etwa von Autoren, bei denen sich der *Ver.* im Vorwort bedankt, wie *Carl-Eugen Eberle*, insoweit herangezogen sind. Aus dieser marktfixierten Sicht haben auch das Gutachten von *Fritz Ossenbühl* zum Gebührenfestsetzungsverfahren und die ebenfalls 2003 erschienene Kommentierung zum Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag keine Relevanz – obwohl sie zeigen, dass in der deutschen Rundfunkgebühr keine Beihilfe des Staates im Sinne einer Zuwendung aus Haushaltsmitteln liegt. Die marktbetonte Sicht lässt solche Mechanismen, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk befähigen, seinen Auftrag autonom zu erfüllen, als mitgliedstaatliches Beiwerk erscheinen, das zur Sache nichts beiträgt. Die so sichtbar werdenden Ausblendungen haben indes für den *Autor* einen Vorzug: Er muss sich nicht in das Getümmel der Auseinandersetzungen zwischen kommerziellem und öffentlichem Sektor begeben, kann sich insoweit vielmehr auf eine

höhere Ebene der bloßen Vertragsauslegung zurückziehen, muss also nicht nationales und Europarecht einander zuordnen, um festzustellen, ob Letzteres greift. Das befriedigt dennoch nicht ganz, weil die Rechtsfragen regelmäßig aus der nationalen Perspektive kommerzieller Betreiber und ihrer Verbände nach Brüssel getragen worden sind und mit dieser Lösung die weitere Europäisierung der Rechtsfragen der medialen Daseinsvorsorge eben nicht von vornherein abgewendet ist. Allerdings hätte sich die Arbeit dann wohl nicht nur im Grundsätzlichen dem genannten Getümmel nicht mehr fern halten können, sondern auch im konkreten Zusammenhang die Gebührenrunde des 8. Rundfunkstaatsvertrags mit all ihren leidigen Erscheinungen einbeziehen müssen. Jedenfalls unterstützt die Arbeit die Rundfunkanstalten in ihrem Abwehrkampf gegen die These vom Beihilferegime über die Rundfunkgebühr nicht auf einer Linie mit dem Gerichtshof. Dennoch hat der NDR die Drucklegung der Arbeit großzügig gefördert, wie man im Vorwort liest – eine Hilfe zur Publizität eigener Positionen, die sicher im Sinne des einschlägigen Rechts sparsam und wirtschaftlich ist, sofern sie Gutachteraufträge meidet und dennoch sichtbare akademische Beiträge ans Licht befördert.

Insgesamt liegt mit der Arbeit eine außerordentlich umsichtige Untersuchung vor, die das Material eingehend erschließt, einsetzt und zu klaren und auf längere Sicht relevanten Ergebnissen in dem einmal gewählten Rahmen kommt. Dies gilt, obwohl sie eher der Kommission denn dem Gerichtshof folgt. Die Kommission ist als Hüter der Verträge allerdings gerade in der Praxis oft in der Vorhand.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig



Johannes Fechner:

Die Aufsicht über den Privatrundfunk in Deutschland (Schriftenreihe zur Rechtssoziologie und Rechtsstaatsforschung, Band 83), Berlin 2003: Duncker & Humblot, 56,00 Euro, 149 Seiten.

Die im Jahr 2003 erschienene Freiburger Dissertation wurde 2001/2002 abgeschlossen, befindet sich also im Wesentlichen auf dem Bearbeitungsstand des Jahres 2001. Zugrunde gelegt wird damit der Rundfunkstaatsvertrag in der seinerzeitigen Fassung des 5. Rundfunkänderungsstaatsvertrags. Nun haben sich die verfassungsrechtlichen Grundlagen und auch die Rechtsgrundlagen für den privaten Rundfunk seither nicht tiefgreifend verändert und es sind auch keine grundlegenden Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts ergangen. So wird hier durch die zeitliche Distanz die Aktualität der Untersuchung nicht entscheidend geschwächt, zumal diese insgesamt eher grundsätzlich angelegt ist. Ihr Gegenstand ist die Darstellung des bestehenden Modells der Aufsicht über den Privatrundfunk und die Untersuchung möglicher Alternativen.

In einer einleitenden kurzen Darlegung der verfassungsrechtlichen Grundlagen für die Aufsicht über den Privatrundfunk orientiert *Verf.* sich an den einschlägigen Rundfunkentscheidungen des Bundesverfassungsgerichts. Der anschließende einleitende Überblick über Aufgaben und Struktur der Landesmedien-

anstalten (S. 19 f.) bleibt eher oberflächlich, berücksichtigt nicht die doch erheblichen landesspezifischen Besonderheiten, wie dies von einer Darstellung der Rundfunkaufsicht in Deutschland erwartet werden sollte. Die Bestimmungen verschiedener Landesmediengesetze über die Wahl der „Vorstandsmitglieder“ sieht *Fechner* im Widerspruch zum Gebot der Staatsferne, ohne seine Thesen näher zu belegen. Dass etwa keine Auseinandersetzung mit der einschlägigen Entscheidung des Sächsischen Verfassungsgerichtshofes erfolgt, überrascht. Unklar bleibt auch, was etwa die Veranstaltung von Rundfunk durch die politischen Parteien mit der Zusammensetzung der Gremien der Landesmedienanstalt zu tun haben soll (S. 37). Mangelnde Präzision in der Darstellung ist insgesamt kritisch zu vermerken, wenn auf Regelungen „in einigen Landesmediengesetzen“ (z. B. S. 38) verwiesen wird, ohne dass dann belegt würde, welche Landesmediengesetze dies im Einzelnen sind. So vermag es auch nicht zu überzeugen, wenn *Fechner* zu dieser pauschalen Schlussfolgerung gelangt (S. 39): „Die Landesmedienanstalten unterliegen in erheblichem Maße dem Einfluss von Staat

und Parteien. Mit dem vom Bundesverfassungsgericht postulierten Gebot der Staatsferne ist dies nicht vereinbar.“

Nicht weniger pauschal und undifferenziert werden die Ergebnisse des anschließenden Kapitels formuliert, in dem *Fechner* sich mit dem Gebot der Effektivität der Aufsicht befasst. Dabei bringt *Verf.* durchaus zutreffende Beobachtungen, etwa des Standortwettbewerbs zwischen den Ländern (S. 66). Dass allerdings die Entscheidungsfindung der Landesmedienanstalten oft undurchsichtig bleibt, dieser pauschalen Kritik vermag der Rezensent als Mitglied des Exekutivorgans einer Landesmedienanstalt nicht beizutreten. Wenn *Fechner* schließlich einen vormaligen ARD-Vorsitzenden mit der Bezeichnung der Landesmedienanstalten als „zahnlose Tiger“ (S. 71) zitiert, so fragt der geneigte Leser sich angesichts aktueller Ereignisse, wie dann wohl die Aufsichtsorgane der ARD-Anstalten treffend zu charakterisieren wären. Dass der „bewusste Verzicht auf eine effektive Aufsicht“ eine „nicht gesetzeskonforme Umsetzung der Aufsichtsaufgaben der Landesmedienanstalten“ belege, ein derartiger Vorwurf sollte in einer rechtswissenschaftlichen Arbeit nicht ohne Begründung aufgestellt werden.

Die Begriffe der Konvergenz und der Globalisierung dürfen natürlich nicht fehlen. Dass damit erhebliche Herausforderungen für die künftige Aufsichtstätigkeit der Landesmedienanstalten verbunden sein werden, mit dieser Prognose liegt *Fechner* sicher richtig. Konkrete Folgerungen hieraus werden nicht entwickelt. Dass schließlich die Regelungen über die Kabelbelegung in den Bundesländern teilweise aus verfassungsrechtlicher wie europarechtlicher Sicht einer Rechtfertigung und teilweise auch Modifizierung bedürfen, ist sicher zutreffend beobachtet, doch vermag im Hinblick auf Art. 5 GG die schlichte Verhältnismäßigkeitsprüfung unter dem Aspekt der Informationsfreiheit der Zuschauer der Komplexität der Thematik nicht gerecht zu werden. Eine kursorische rechtsvergleichende Betrachtung gelangt zu dem durchaus plausiblen, freilich überall passenden Ergebnis, dass sich neben vielen Ähnlichkeiten auch deutliche Unterschiede ausmachen lassen (S. 111).

In einem abschließenden Kapitel bietet *Fechner* Alternativen zum bestehenden Modell der Aufsicht an. Inwieweit *Verf.* nun das Mo-

dell der regulierten Selbstregulierung als den verfassungsrechtlichen Anforderungen genügend sieht, bleibt offen. Eine deutliche Präferenz hat *Fechner* jedenfalls für die Einrichtung einer zentralen Medienanstalt, deren Verfassungsmäßigkeit unter bundesstaatlichen Gesichtspunkten sehr viel differenzierter dargelegt werden müsste, als *Verf.* dies tut. Dem Einwand der Länder, die Einrichtung einer zentralen Aufsicht für Rundfunk- und Telekommunikation könnte zu einer substantiellen Verminderung des Aufgabenbestands der Länder führen, begegnet *Verf.* leichthin mit dem Argument, eine Steuerung der Rundfunkaufsicht dürfe es aufgrund des Gebots der Staatsferne des Rundfunks gar nicht geben, so dass den Ländern auch nichts genommen werden könnte. Dass es hierbei nicht um konkrete Befugnisse hoheitlicher Aufsicht geht, sondern um einen sehr viel differenzierteren Bestand an landeseigenen Gestaltungsmöglichkeiten, auch dieser Gesichtspunkt gerät nicht in den verengten Blickwinkel *Fechners*.

Man mag mit guten Gründen an der hinreichenden Effizienz der Aufsicht über privaten Rundfunk im Rahmen der aktuellen Ausformung der dualen Rundfunkordnung zweifeln – an der Effizienz der Aufsicht über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk freilich nicht weniger. Die hier anzuzeigende Freiburger Dissertation, die insgesamt besser im Dissertationsdruck veröffentlicht worden wäre, führt als Diskussionsbeitrag nicht weiter. Zu dünn bleibt die empirische Grundlage, zu fragwürdig die Methodik, zu oberflächlich die Argumentation, zu undifferenziert die Bewertung.

Prof. Dr. Christoph Degenhart, Leipzig

I.

Die Monographie behandelt das Recht der Kabelweiterleitung, das zu einem umstrittenen Bereich des Urheberrechts zählt. Es ist in §§ 20b, 87 UrhG nur unvollständig geregelt. Besondere Probleme wirft das Rechtsverhältnis zwischen den Kabelnetzbetreibern und den Sendeunternehmen auf. Wie so häufig im Urheberrecht geht es dabei um die Frage der Zahlung besonderer Vergütungen, im vorliegenden Zusammenhang durch die Kabelunternehmen. § 20b Abs. 2 UrhG sieht insofern einen gesetzlichen Vergütungsanspruch vor, der im Rahmen der zu besprechenden Monographie breiten Raum einnimmt (Teil 3, S. 93 – 146). Zuvor behandelt die Arbeit die Marktstruktur und die Vertragspraxis im Bereich der Kabelweiterleitung von Rundfunkprogrammen in Deutschland (Teil 1, Seite 4 – 13). Daran schließen sich Ausführungen zur Kabelweiterleitung als urheberrechtlicher Verwertungstatbestand an (Teil 2, S. 14 – 92). Die Arbeit schließt mit einer kurzen Zusammenfassung in Thesen (S. 147).

II.

Im ersten Teil stellt *Verf.* die Marktstruktur und insbesondere die Vertragspraxis im Bereich der Kabelweiterleitung von Rundfunkprogrammen dar. Die sehr komplizierten Vertragsbeziehungen auf insgesamt vier Netzebenen werden knapp und präzise herausgearbeitet.

In Teil zwei behandelt die Arbeit die Kabelweiterleitung als urheberrechtlichen Verwertungstatbestand. Die Argumentationslinie ist folgerichtig: § 20b Abs. 1 UrhG bestätigt, dass das dem Urheber gemäß § 20 UrhG zustehende Senderecht auch die zeitgleiche, vollständige und unveränderte Weiterübertragung von Rundfunkprogrammen über das Kabelnetz umfasse. Trotz der Ausübungsregel in § 20b Abs. 1 UrhG bleibe die Basis des Kabelweiterleitungsrechts das allgemeine urheberrechtliche Senderecht gemäß § 20 UrhG (Seite 17 f.). Das Kabelweiterleitungsrecht sei danach kein selbständiges urheberrechtliches Nutzungsrecht. Dem stehe nicht entgegen, dass auf Sende- und Empfangsseite besondere technische Einrichtungen erforderlich sind. Der Vorgang der Werkvermittlung bleibe



Elmar Mand:

Das Recht der Kabelweiterleitung. Kabelweiterleitung von Rundfunkprogrammen im Licht des § 20b UrhG. Frankfurt am Main 2004: Peter Lang GmbH Europäischer Verlag der Wissenschaften. 39,00 Euro, 160 Seiten.

gegenüber der herkömmlichen Übertragung als Rundfunksendung im Wesentlichen unverändert. Für den Endverbraucher sei in der Regel nicht erkennbar, auf welchem Weg die Sendung sein Fernsehgerät erreicht habe.

Nicht folgen möchte *Mand* der herrschenden Meinung, soweit sie das Kabelweitersenderecht als Zweitverwertungsrecht qualifiziert. Das Kabelweitersenderecht unterscheidet sich wesentlich von den typischen Zweitverwertungsrechten, insbesondere weil die Urheber für die Einräumung der Kabelweitersenderechte in einem bestimmten Gebiet eine besondere Vergütung verlangen könnten (S. 22). Vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten erlaubten es überdies, Art und Reichweite der Auswertung ihrer Werke vertraglich näher zu bestimmen.

III.

Geht man davon aus, dass das Senderecht jeden Kabelweitersendevorgang umfasst, würde auch die Kabelweitersendung von Rundfunkprogrammen im Versorgungsbereich des Ursprungssendeunternehmens erneut in das Senderecht eingreifen. Für den Verbraucher hätte das zur Konsequenz, dass er für den Empfang der Sendung über das Kabelnetz doppelt belastet würde: Neben der Vergütung für die Erstsendung (bezahlt entweder über Rundfunkgebühren oder über auf die Konsumentenpreise umgelegte Werbeaufwendungen) würde auf den Endverbraucher eine zweite gesonderte Urheberrechtsvergütung für die Kabelweitersendung umgelegt. Der *Bundesgerichtshof* dürfte die Problematik möglicher Doppelbelastung des Verbrauchers nicht auf der Basis des Erschöpfungsgrundsatzes lösen wollen (S. 27 f.). Der Gesetzgeber sei daher in der Pflicht, klarzustellen, dass die Weitersendung von Programmen im Versorgungsbereich des Sendeunternehmens keinen vergütungspflichtigen Eingriff in das Senderecht darstellt (S. 29 ff.). *Mand* begründet dies mit rechtsvergleichenden Überlegungen und nimmt dabei Bezug auf die Rechtslage in Österreich, Großbritannien und den USA. Diese Rechtsordnungen räumen zwar den Urhebern ebenfalls das Recht der Kabelweitersendung ein, sie beschränken dieses Recht jedoch ausdrücklich auf Weitersendevorgänge außerhalb des intendierten Sendebereichs der Ursprungssendung.

Damit wird eine Doppelbelastung der Verbraucher verhindert, andererseits erhält der Urheber einen Anspruch auf eine zusätzliche Vergütung für die weitergehende Nutzung seines Werkes außerhalb des Sendebereichs. *Mand* stellt klar, dass gegen eine Herausnahme der Kabelweitersendung innerhalb des Sendebereichs der Ursprungssendung weder europarechtliche Vorgaben (S. 40 f.) noch die Berner Übereinkunft (RBÜ) sprechen (S. 41). Die zu der RBÜ angestellten Überlegungen gelten nach Auffassung von *Mand* entsprechend im Rahmen des Art. 8 des WIPO-Urheberrechtsvertrags (WCT).

IV.

Auf S. 54 ff. wendet sich *Mand* der Frage zu, wer bei der Kabelweiterleitung von Rundfunkprogrammen außerhalb des Versorgungsbereichs des Ursprungsunternehmens entsprechende Kabelweitersenderechte erwerben muss. Adressat entsprechender Haftungsansprüche (und damit der Obliegenheit zum Rechteerwerb belastet) ist der Sendende. Wer sendet, hängt nicht von der Mitwirkung am technischen Prozess der Verbreitung ab, sondern davon, wer sich die technischen Sendemittel zunutze macht, mit deren Hilfe die Sendungen der Öffentlichkeit mitgeteilt werden. Sendender ist daher derjenige, der die Initiierung und Kontrolle des jeweiligen Nutzungsvorgangs in der Hand halte, also der Sendeveranstalter (S. 56 ff.). Bei der Umsetzung dieser Vorgaben ist zu beachten, dass in Deutschland jedenfalls für die Weiterleitung inländischer Programme in der Netzebene drei das „Transportmodell“ gilt (S. 74; im internationalen Vergleich hingegen überwiegt das „Vermarktungsmodell“). Das wiederum hat zur Folge, dass der Kabelbetreiber lediglich eine dem Telekommunikationsrecht unterstehende, entgeltpflichtige Transportleistung vollbringt, aber keine eigenen Rundfunksendungen veranstaltet. Daher verbietet es sich, mit Blick auf internationale Gepflogenheiten ohne nähere Begründung aus dem Transport der programmtragenden Signale durch die Kabelbetreiber auf deren urheberrechtliche Verantwortung zu schließen (S. 89). Die Unterscheidung zwischen dem in Deutschland praktizierten „Transportmodell“ und dem „Vermarktungsmodell“ erweist sich damit als zentrale Weichenstellung für die urheberrechtliche Verantwortlichkeit.

V.

Der dritte Teil der Monographie behandelt den gesetzlichen Vergütungsanspruch gemäß § 20b Abs. 2 UrhG. Danach hat das Kabelunternehmen dem Urheber einen unverzichtbaren Anspruch auf eine angemessene Vergütung für die Kabelweitersendung zu zahlen, selbst wenn der Urheber das Recht der Kabelweitersendung einem Sendeunternehmen eingeräumt hatte. *Mand* sieht diesen gesetzlichen Vergütungsanspruch überaus kritisch. *Verf.* befasst sich (S. 94 ff.) zunächst mit der Entstehungsgeschichte der Bestimmung. Sie war von Anfang an rechtspolitisch überaus umstritten. Sie findet weder in den nationalen Rechtsordnungen der EU-Mitgliedstaaten eine Parallele und ist auch durch die Satelliten- und Kabelrichtlinie nicht zwingend vorgezeichnet.

§ 20b Abs. 2 Satz 1 UrhG sei daher restriktiv auszulegen. Insbesondere findet die Bestimmung keine Anwendung, wenn der Urheber sein Kabelweitersenderecht nicht vertraglich dem Werkverwerter eingeräumt, sondern zurückbehalten bzw. unmittelbar einer Verwertungsgesellschaft übertragen hat. Insoweit verbleibt es bei der kollektiven Wahrnehmung seines Rechts (S. 114 ff.). Dogmatisch ist § 20b Abs. 2 UrhG als gesetzlicher Vergütungsanspruch zu behandeln, denn er richtet sich nicht gegen den Vertragspartner des Urhebers, sondern gegen das Kabelunternehmen. Besondere Aufmerksamkeit verdiene das Verhältnis des § 20b Abs. 2 UrhG zu den neuen §§ 32, 32a UrhG, die durch das am 1. Juli 2002 in Kraft getretene „Gesetz zur Stärkung der vertraglichen Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern“ geschaffen worden sind. Nach Auffassung von *Mand* ist das Verhältnis zwischen § 20b Abs. 2 UrhG und §§ 32 und 32a UrhG überaus kompliziert. § 20b Abs. 2 UrhG sei nicht als eine die allgemeinen vertraglichen Korrekturanprüche verdrängende Sonderregelung zu deuten. Allerdings sei § 20b Abs. 2 UrhG einschränkend auf Sachverhalte zu begrenzen, in denen die vertragliche Vergütung mit Berücksichtigung auch der §§ 32, 32a UrhG insgesamt als unzureichend erscheint.

Vor diesem Hintergrund wendet sich *Verf.* abschließend der rechtspolitischen Frage der Streichung des § 20b Abs. 2 UrhG zu (S. 129 ff.). Insbesondere kollidiere § 20b

Abs. 2 UrhG mit dem Regelungsziel von Art. 10 der Richtlinie. Daneben treten erhebliche verfassungsrechtliche Bedenken (S. 134 ff.). Die Bestimmung greife in den Schutzbereich der verfassungsrechtlich durch Art. 2 Abs. 1 GG geschützten Privatautonomie ein. Dies gelte insbesondere, nachdem der Gesetzgeber das Urhebervertragsrecht im Hinblick auf Vergütungsansprüche novelliert hatte. Vor diesem Hintergrund sei § 20b Abs. 2 UrhG nicht erforderlich (S. 138). Im Übrigen ist der gesetzliche Vergütungsanspruch nach § 20b Abs. 2 UrhG auch nicht verhältnismäßig. Vernünftige Alternativen zur Streichung der Bestimmung sind nicht ersichtlich.

VI.

Der *Autor* der vorliegenden Monographie ist bereits gemeinsam mit *Georgios Gounalakis* als Mitverfasser der Schrift *Kabelweiterleitung und urheberrechtliche Vergütung*¹ hervorgetreten. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die hier besprochene Arbeit in den inhaltlichen Aussagen an das Werk von *Gounalakis/Mand* anknüpft. Einzelne Abschnitte sind sogar identisch (Beispiel: S. 14 zweiter Absatz und erster Teil des dritten Absatzes entsprechen *Gounalakis/Mand*, S. 30 Absatz 3/4) bzw. nahezu identisch (S. 14 erster Absatz entspricht in den wesentlichen Zügen *Gounalakis/Mand*, S. 23 zweiter Absatz). Trotz dieser inhaltlichen Überschneidungen handelt es sich vorliegend nicht um eine Wiederholung des vorbezeichneten Werkes, sondern um eine darauf aufbauende Fortentwicklung, die durchaus als eigenständiges wissenschaftliches Werk anzusehen ist. Beispielsweise werden bei *Gounalakis/Mand* die verfassungsrechtlichen Bedenken gegen § 20b Abs. 2 UrhG im Wesentlichen nur angedeutet, während sich *Mand* in der vorliegenden Schrift für eine Streichung der Bestimmung einsetzt. Hervorzuheben sind ferner die rechtsvergleichenden Überlegungen (S. 32 – 39).

Die Monographie behandelt das Recht der Kabelweiterleitung in den Grundlagen kritisch und mit einer deutlichen rechtspolitischen Ausrichtung. Der Gesetzgeber sollte sich im Rahmen der anstehenden Reformen des Urheberrechts insbesondere mit der geforderten Streichung des § 20b Abs. 2 UrhG näher befassen.

Fußnote:

1

**Georgios Gounalakis/
Elmar Mand:**

Kabelweiterleitung und urheberrechtliche Vergütung (Information und Recht, Band 45). München 2003. Vgl. die Besprechung von Berger: *tv diskurs*, Ausgabe 27 (Januar 2004), S. 98 ff.

Reiner Calmund, Zigarettenmädchen und HDTV

Einer der Höhepunkte der Medienwoche Berlin-Brandenburg 2005 war das zweitägige Medienforum im Berliner Olympiastadion. Dafür spricht schon allein das Ambiente, das den mehr als 1.000 Teilnehmern einen einmaligen Einblick in einen der modernsten Showtempel der Gegenwart gab. Ein Seminarraum der Tagung befand sich in der sogenannten „Wartzone Spieler“, von wo aus ansonsten die Stars des Weltfußballs in die Arena treten. Neun Stufen nach oben – und man steht winzig klein unterhalb der gewaltigen Traversen des Stadions. Nun stelle man sich nur noch 70.000 aufgepeitschte Fans vor, und es ist zu ahnen, welch gewaltiger psychischer Druck auf jenen liegt, die hier ansonsten für Unterhaltung sorgen.

Der Veranstaltungsort war nicht zufällig gewählt. Medien und Sport, und hier insbesondere Fußball, stellen längst eine symbiotische Einheit dar, und wenn im nächsten Jahr die Weltmeisterschaft in Deutschland stattfindet, dann ist das für beide Bereiche nicht nur ein einmaliges Event, sondern auch eine gewaltige Entwicklungschance.

Genau darum ging es beim Medienforum. Die Inhalte waren mit dem Fußball zum großen Teil gesetzt, und so konzentrierte man sich überwiegend auf neue technische Entwicklungen, die via hochauflösendes Digital-TV und großformatige LCD- oder Plasmaflachbildschirme der Medienindustrie insgesamt erfreuliche Gewinnaussichten bescheren sollen. Nach den Vorstellungen der Unterhaltungselektronikindustrie soll der Konsument, der hierzulande ansonsten dazu neigt, seinen Fernsehapparat nur alle zehn Jahre auszu-

tauschen, im Umfeld der Fußballweltmeisterschaft möglichst flächendeckend seine gesamte Gerätegeneration erneuern. Wolfram Winter, seines Zeichens nicht nur Honorarkonsul der Republik Namibia für Bayern, sondern neben vielen anderen Funktionen seit Juli 2005 Geschäftsführer von NBC Universal Global Networks Deutschland, zeigte in seinem Forumsbeitrag die Zusammenhänge zwischen den Ansprüchen der Medienwirtschaft und dem Fußballgroßereignis sehr deutlich auf. Jede Vertriebsform, die sich über die Technik allein zu profilieren sucht, sei hoffnungslos verloren. Letztendlich wolle man vom Konsumenten im Fernsehmarkt Geld für etwas, was er im Prinzip schon habe. Von daher ginge es darum, die Dinge, die man verkaufen möchte, emotional aufzuladen. Ein Bedürfnis wird entwickelt, und dafür erscheint im Umfeld der elektronischen Medien nichts geeigneter als König Fußball. Der diesbezügliche Optimismus wird durch die Geschichte geradezu überdeutlich bestätigt. 1954 steckte die Fernsehtechnologie noch in den Kinderschuhen, es war damals die WM, die für einen Boom beim Verkauf von Fernsehgeräten sorgte. Nicht anders war es 1974, als Hunderttausende vom Schwarzweißmonitor auf ein Farbgerät umstiegen.

Auch im Jahr 2006 soll über den Fußball eine Revolution des Fernsehens in Gang gesetzt werden. Hierbei geht es tatsächlich um einschneidende technische Veränderungen. Hochauflösendes digitales Fernsehen liefert Bilder mit 720 Zeilen und im Format 16:9. Dagegen verblasst das herkömmliche Geflimmer der PAL-Norm mit nur 576 Zeilen. HDTV ist damit die entscheidende



Media.Night.2005
Festivalspektakel
Gedächtnisolympiastadion Berlin
1936/2000

Voraussetzung, um flache Großbildschirme optimal nutzen zu können. Das ist, wie man auf der dem Medienforum folgenden Internationalen Funkausstellung sehen konnte, ein Genuss. Nur braucht man neben dem Fernsehgerät mit dem „HD ready“-Logo auch noch eine neue Satellitenschüssel und einen HDTV-Decoder. Wer gar eine Sendung aufzeichnen möchte, der muss zusätzlich in einen Festplatten- und DVD-Rekorder investieren. Das ist alles zusammen genommen, auch wenn es da noch Spielräume bei der Preisgestaltung geben wird, nicht billig. Momentan kostet ein Fernsehapparat mit einer Bilddiagonalen von 94 cm etwa 1.800 Euro. Bei aller Verlockung, hier überlegt der Kunde, ob er das wirklich braucht, weil er ja im Prinzip mit seiner alten Technik bislang auch alles sehen kann. Genau hier bedarf es demzufolge hoher emotionaler Anreize. Diese bietet die bevorstehende Fußballweltmeisterschaft, das Medienforum war eine kleine Einstimmung für Insider und Multiplikatoren. Im Rahmen der dem Forum angegliederten „Media.Night.2005“ gab es ein Podiumsgespräch zwischen dem rheinischen Ur-

Media.Night.2005

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

Media.Night, Medienforum, seit dem 7. Media.Night Forum und die IFA 2005 freuen sich sehr, Sie am 11. August 2005 von 19:00 bis 21:00 Uhr im Media.Night Forum im Olympiastadion Berlin begrüßen zu dürfen.

gestein und ehemaligen Manager von Bayer 04 Leverkusen, Reiner Calmund und dem Geschäftsführenden Gesellschafter der Werbeagentur Scholz & Friends, Prof. Sebastian Turner, das vom Hamburger Sportreporter Gerhard Dellling moderiert wurde. Auch hier ging es um die emotionale Wirkung des bevorstehenden Sportereignisses, die allerdings weit über eventuelle geschäftliche Bezüge hinausging. Währenddessen Dellling – im bekannten gegenwärtigen Mäkelstil des deutschen Journalismus – immer wieder nach Aschekörnchen im Erbsentopf fragte, betonten seine Gesprächspartner weiterblickend das positive gesamtgesellschaftliche Stimmungspotential, das von der WM für Deutschland ausgehen kann. Irgendwann platzte Calmund beim leidigen Kartenthema dann der Kragen: Er verwies entschieden darauf, dass auch die modernsten Stadien der Welt nur eine begrenzte Platzkapazität haben. Das Motto der WM hieße nun einmal: „Die Welt zu Gast bei Freunden“. Und wenn die Welt kommen solle, dann müsse man sie auch offenen Armes empfangen, bestens platzieren und daraus Freude und Stolz schöpfen.

Bei allen Anforderungen und Härten, die das Leben stellt – gerade um nicht dauermürrisch zu werden –, muss man sich an dem Besonderen, was es gibt und was man sehen muss, erfreuen können. Wie leicht das gehen kann, zeigte sich auf der anschließenden Party, wo in Zeiten so angestrengt wirkender Antiraucherkampagnen schon lange nicht mehr gesehene Zigarettenmädchen auftauchten. Das war einfach nett und lenkte zumindest für Momente von all den hochkonzentrierten Finanzierungs- und Strategiegesprächen ab.



Das Thema „Fußball“ stand zu Beginn des zweiten Forumtages nochmals ganz im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Der „Kaiser“ Franz Beckenbauer selbst war gekommen und stellte gemeinsam mit Innenminister Otto Schily die Bedeutung der WM als solche, aber auch als Anlass für ein einzigartiges Kunst- und Kulturereignis heraus. Karl-Heinz Rummenigge, als Vertreter des deutschen Fußballs leicht frustriert, weil die UEFA beim gerade erfolgten Verkauf der Exklusivrechte der Champions League an Premiere den nationalen Verband übergangen hat, stellte sich auf die Seite der Mahner, die darauf verweisen, dass der Sport seinen Volkscharakter durch verschlüsselte Zuteilung nicht verlieren dürfe. Hans Mahr, neuer Vorstand Sport und New Business der Premiere AG, antwortete, dass man durchaus über Fenster für das Free-TV nachdenke. Fritz Pleitgen sah seinerseits die Sache ganz gelassen und meinte, der Fan und die Sponsoreninteressen sorgten schon dafür, dass die Bundesliga im frei empfangbaren öffentlich-rechtlichen Fernsehen bleibe. Ansonsten steuert aber auch die ARD auf die neuen

Technikformate zu: Die WM wird im 16:9-Format ausgestrahlt, und spätestens 2008 würde man HDTV realisieren wollen. Wenn Fußball auch von großer Wichtigkeit für das Fernsehen ist und wenn man damit den Zuschauer auch für Kaufentscheidungen hinsichtlich neuer Techniken besonders emotionalisieren kann, allein lassen sich damit die TV-Kanäle nicht füllen. Da gibt es etwa noch Informationsansprüche, über deren Befriedigung auf dem Medienforum auch gesprochen wurde. So könnte die These von Roger Schawinski von Sat.1, dass

das Fernsehen kein analytisches Medium und deshalb für Hintergrundinformationen schlecht geeignet sei, das zentrale Thema für ein nächstes Medienforum darstellen. Darüber hinaus widmeten sich einzelne Gesprächsrunden im Olympiastadion auch dem weiten Feld der fiktionalen Filmproduktion, wobei es eine relativ einhellige Meinung unter Politikern und Produzenten gab, dass man Wege finden müsse, um mehr privates Kapital für die Filmwirtschaft in Deutschland einzusetzen.

Klaus-Dieter Felsmann

bundespruefstelle.de www.



Der Internetauftritt der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) setzt neue Schwerpunkte. Sinnvoll und nötig ist dies wegen „der seit Anfang diesen Jahres erweiterten Aufgabenstellung der BPjM: Der Stärkung der Medienkompetenz von Eltern und Familien, von Fachkräften sowie der interessierten Öffentlichkeit“ (Pressemitteilung vom 23.08.2005).

Die Orientierung in Richtung Medienkompetenz ist auch bedingt durch die veränderte Aufgabenverteilung nach Inkrafttreten des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) und des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV) im Jahr 2003. Die Liste der „Nichtzuständigkeit“ der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien ist danach länger, womit allerdings auch die Diskrepanz zum nach wie vor allumfassenden Namen der Bundesoberbehörde deutlicher geworden ist.¹

Neben der Aufgabe, „Jugendgefährdende Medien [...] strafbewehrten Verboten zu unterwerfen, damit sie nur noch Erwachsenen, nicht aber Kindern oder Jugendlichen zugänglich sind“, stehen nun ausdrücklich die Zuständigkeiten für „Förderung wertorientierter Medienerziehung“, „Sensibilisierung der Öffentlichkeit für Probleme des Jugendmedienschutzes“, „Orientierung im

Medienalltag“ und „Förderung von Selbstkontrolle der Gewerbetreibenden“.

Dass bezüglich Film und Fernsehen allein auf eine Beschwerdemöglichkeit unter Federführung der Landesmedienanstalten hingewiesen wird, nicht aber auch auf die Hotlines der Selbstkontrollenrichtungen, müsste im Rahmen der obengenannten Zielstellungen geändert werden.

Die Selbstdarstellung im Bereich „Die Bundesprüfstelle“ ist übersichtlich und erläutert die aktuelle Arbeitsweise ebenso wie die historische Entwicklung der BPjM.

Der Bereich „Gesetzlicher Jugendmedienschutz“ bietet zunächst einen „Wegweiser Jugendmedienschutz“, der das insbesondere für Laien oftmals schwer nachvollziehbare Nebeneinander verschiedener Aufsichtsorgane für die verschiedenen Medien verständlich darstellt.

Hier – und nicht unter der Rubrik „Aufgaben“ im Bereich der Selbstdarstellung „Die Bundesprüfstelle“ – wird auch sehr ausführlich und informativ das „Indizierungsverfahren“ erläutert. Die fehlende Verlinkung aus der Rubrik „Aufgaben“ hin zum „Indizierungsverfahren“ sollte eingerichtet werden, denn auch hier wird sicher mancher nach der Vorgehensweise bei einer Indizierung suchen.

Mit der neu bereitgestellten „Orientierung im Medienalltag“ richtet sich die BPjM gezielt „an Eltern, Erziehende, medienpädagogische Fachkräfte sowie an die Kinder und Jugendlichen selbst“, also an eine breite Öffentlichkeit.

Die Rubriken „Für Eltern und Erziehende“, „Für medienpädagogisch Tätige“, „Strittige Medieninhalte“, „Kinder- und Jugendprojekte“, „Medienkompetenz vor Ort“ und

„Fachleute für Vorträge“ bieten gute und unaufgeregte Hilfestellung, etwa zu Fragen wie:

„Mediengewalt sinnvoll einschränken – was können Eltern und Erziehende tun?“

Weniger Mediengewalt ist besser! Eltern und Erziehende sollten möglichst den Konsum von Mediengewalt beschränken und begrenzen. Doch es sollte beachtet werden, dass generelle Verbote über bestimmte Medieninhalte oder Kommunikationsplattformen (z. B. Chat) problematisch sind. Es besteht die Gefahr, dass Eltern ihr Verhältnis zu den Kindern belasten und die Attraktivität der entsprechenden Medien und der problematischen Inhalte erhöhen. Der Medienkonsum wird dann häufig auf den Freundeskreis verlagert und der Aufsicht der Eltern entzogen. Insbesondere bei Jugendlichen können somit Verbote kontraproduktiv wirken.

Auch deshalb sollten Medien nicht als Mittel für Belohnung und Strafe eingesetzt werden. Dem Medium wird dadurch eine Bedeutung verliehen, die mit dem eigentlichen Grund der Bestrafung (z. B. das Zimmer wurde nicht aufgeräumt) nichts zu tun hat, und das Interesse am Medium wird durch das Verbot noch gesteigert.“

Wo dagegen die eigenen Informationen knapp ausfallen, wird in der Regel auf Projekte bzw. Internetseiten verwiesen, die hier schon ganze Arbeit leisten, wie etwa die im Folgenden erörterte Seite www.handysektor.de.

Anmerkungen:

1

Vgl. „Die Bundesprüfstelle“/ „Aufgaben und Zuständigkeiten der BPjM“ unter www.bundespruefstelle.de

www.handysektor.de



Gefahren scheinen nun auch im Umgang mit einem Gerät zu drohen, welches zunächst insbesondere nützlich und der Sicherheit dienlich erscheint: dem Handy. Gerade im Notfall wird es inzwischen für Kinder außer Haus als unverzichtbar angesehen. Doch mittlerweile beeinflusst es offenbar nicht nur direkt und indirekt Schulnoten – durch das von Lehrern oftmals unbemerkte Versenden von SMS mit Lösungen von Aufgaben während einer Klassenarbeit und durch das Verursachen eines gehörigen Maßes an Unaufmerksamkeit während des Unterrichts² –, sondern das Handy wird noch unberechenbarer durch seine Erweiterung zur Basis für Multimediaanwendungen.

Mit Hilfe drahtloser Schnittstellen bekommen die Handys und mit ihnen die jungen Besitzer nicht nur mobilen Zugriff etwa auf das Internet und damit auf eventuell jugendgefährdende Inhalte (wobei man hier etwa die Größe und Qualität des Displays als relativierenden Aspekt im Auge behalten sollte), sondern umgekehrt wird der Übergriff durch Dritte auf das Handy möglich. Was also aus dem Internetzugang via Computer bestens bekannt ist – etwa die Gefähr-

dung durch Dialer – betrifft nun ebenfalls Mobiltelefone. In diesem Zusammenhang bekommt die Rede von den „verdeckten Kosten“, mit denen gerade Kinder und Jugendliche ihr Taschengeldkonto weit ins Minus treiben können, eine völlig neue Dimension.

Auch das Ausspionieren persönlicher Datenbanken bzw. Adressbücher via Bluetooth wird als Gefahrenquelle benannt. Wie zu erwarten, wird umgehend erklärt, wie man sein Handy vor möglichen Zugriffen technisch „verstecken“ bzw. – zielgruppen-gerecht formuliert – „sicher blau machen“ kann.

Die Risiken betreffen außerdem die mobile Nutzung von Notebooks, so dass auch dies problematisiert wird. Die Seite versteht sich hier als umfassendes Infoportal: „Sicherheit in mobilen Netzen – Die Internetseite www.handysektor.de ist ein werbefreies Informationsangebot für Jugendliche. Die sichere Nutzung von WLAN, Mobiltelefon, Notebook, Game Konsole, Bluetooth usw. steht dabei im Vordergrund. Ferner erhält man Informationen zu verdeckten Kosten, euren Rechten als Kunden und gesundheitlichen Risiken, die sich in mobilen Netzen so ergeben können.“³

Daneben wird auf Positives verwiesen, etwa unter der „Kategorie Geräte“:

„Wenn das Handy für dich zum Arzt geht [...]. Ein Chip an deinem Arm misst deinen Puls und Blutdruck. Über Bluetooth werden die Daten auf dein Handy übertragen. Von dort wandern die Werte regelmäßig zu deinem Arzt. Noch ist das Zukunftsmusik, aber ein amerikanisches Unternehmen will diese Technik bald auf den Markt bringen.“ Und da hier ebenso – wie könnte es anders sein

– Gefahr droht, wird natürlich auf den nötigen Datenschutz verwiesen.

Die Menüführung der Seite in den Bereichen „Aktuelles“, „Tipps“, „Alle Nachrichten“ (unterteilt in die Rubriken „Geräte“, „Anwendungen“, „Netzwerk“, „Sicherheit“ und „Dies und Das“), „Fragen und Antworten“, „Von A – Z“, „Links“ und „Downloads“ ist einfach und in der Regel schlüssig. Um den noch gezielteren Zugriff auf Informationen zu ermöglichen, wäre in einigen Bereichen bzw. Rubriken eine tabellarische Übersicht über die vielen Themen, Fragen bzw. Antworten sehr nützlich. Unter der Rubrik „Links“ wäre es darüber hinaus u. a. angebracht, den Bereich „Meldestellen“ – wie schon oben zur Internetseite der BPjM bemerkt – um einige Links zu ergänzen.

Auch die Mobilfunkanbieter haben inzwischen mögliche Gefahren erkannt und einen gemeinsamen „Verhaltenskodex der Mobilfunkanbieter und Deutschland zum Jugendschutz im Mobilfunk“ verabschiedet, der allerdings auf den Seiten der Anbieter leider nicht immer leicht zu finden ist.⁴

Olaf Selg

² Klingelton-Pest an Berlins Schulen. – Fast alle Schüler haben ein Handy. Die Schulen setzen strenge Regeln für die Benutzung. In: Berliner Zeitung, 22. September 2005.

³ Getragen wird das Projekt von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs).

Kino im Klassenzimmer

Um eine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Unterrichtsmedium Film ist die Tagung „film kreativ – neue Wege in der schulischen und außerschulischen Medienbildung“ am 2. und 3. Dezember 2005 in Ludwigsburg bemüht. Nicht nur für Gymnasiallehrer, sondern auch für Unterrichtende anderer Schulstufen und Freizeitpädagogen ist es von Vorteil, sich intensiv mit kulturellen, ästhetischen, sozialen und technischen Aspekten des Mediums auseinander zu setzen. Die Tagung vermittelt filmpädagogische Konzepte und stellt praktische Einrichtungen und Projekte vor.

Infos und Anmeldung unter:

Horst Niesyto
Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Institut für Erziehungswissenschaft
Abteilung Medienpädagogik
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg
Telefon 0 71 41 / 14 0 - 2 21
E-Mail niesyto@ph-ludwigsburg.de
www.ph-ludwigsburg.de/2078.html

GMK Forum:

Globalisierung, Migration, Medien

Das 22. Forum Kommunikationskultur der GMK vom 18. bis 20. November 2005 in Bielefeld findet in diesem Jahr unter dem Titel „Globalisierung, Migration, Medien: neue Konzepte für Pädagogik und Bildung“ statt.

Die FSF wird sich innerhalb dieses Forums dem Thema „Jugendschutz und kultureller Kontext – Jugendschutzkriterien im internationalen Vergleich“ annehmen und in Form eines Workshops bearbeiten.

Am 18. November 2005 wird im Rahmen eines Empfangs der von der GMK und FSF gestiftete *Medienpädagogische Nachwuchspreis für wissenschaftlich außergewöhnliche Leistungen (WAL)* verliehen.

Beginn ist um 19.00 Uhr in der Ravensburger Spinnerei, Ravensburger Park 1, Bielefeld.

Anmeldung und Infos unter:

GMK-Geschäftsstelle
Körnerstraße 3
33602 Bielefeld
Telefon 05 21 / 6 77 88
Telefax 05 21 / 6 77 27
E-Mail gmk@medienpaed.de
www.gmk-net.de/forum.htm

Preise für Selbständigkeit

Schülerinnen und Schüler aller Schularten können sich in Gruppen mit selbstorganisierten Projekten aus den Fächern Politik, Sozialkunde, Geschichte, Deutsch, Religion, Philosophie, Ethik, Erdkunde, Kunst, Wirtschaft und Sport um einen Preis beim Schülerwettbewerb der Bundeszentrale für politische Bildung bewerben. Eine Broschüre informiert Lehrende über die konkreten Projektvorschläge. Einsendeschluss ist der 1. Dezember 2005!

Infos und Bestellung unter:

Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn
Telefon 0 18 88 / 51 52 84
Telefax 0 18 88 / 51 52 93
E-Mail sw@bpb.de
www.schueler-wettbewerb.de

Innenperspektiven

Wir denken, lernen, entspannen und artikulieren uns in und mit Bildern. Die Aneignung von Bilderwelten ist daher eine zentrale Frage der Pädagogik. Was passiert im Kopf eines Jugendlichen, wenn er am Computer spielt? Wie kann man die Wahrnehmungsprozesse beim Fernsehen beschreiben? Wie lassen sich die symbolischen Systeme festhalten, die zum Erstellen einer Webseite aufgerufen werden? Zur interdisziplinären Beantwortung dieser und ähnlicher Fragen treffen sich Wissenschaftler aus den Bereichen Medienpädagogik, Neurowissenschaft, pädagogische Psychologie und Entwicklungspsychologie am 4. November 2005 zur Fachtagung „Bilderwelten im Kopf“ in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien in München.

Infos und Anmeldung unter:

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Bundeszentrale für politische Bildung
Heinrich-Lübke-Straße 27
81737 München
Telefax 0 89 / 68 98 91 11
E-Mail jff@jff.de
www.jff.de/bilderwelten

Musik für alle

Die Akademie Remscheid hat ihr aktuelles Jahresprogramm komplett. 105 Kurse im Bereich Musik- und Theaterpädagogik, Literatur, Bildende Kunst und Medienpädagogik können von Pädagogen, Künstlern und Sozialberuflern, die mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen kultur- und medienpraktisch arbeiten, online oder analog gebucht werden.

Infos unter:

Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V.
Küppelstein 34
42857 Remscheid
Telefon 0 21 91 / 7 94 - 0
Telefax 0 21 91 / 7 94 - 2 05
E-Mail info@akademieremscheid.de
www.akademieremscheid.de

Lebensgeister und Laster

Die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen organisiert zwei Veranstaltungen mit jugendspezifischen Themen. Die Fortbildung „Gemischte Gefühle – Sexualpädagogik interkulturell“ findet vom 5. bis 6. November 2005 in Hof Oberlethe (bei Oldenburg) statt. Am 8. November 2005 sind pädagogische Fachkräfte in Schule, Jugendhilfe und Suchtprävention zu der Fachtagung „Werbung für Alkohol und Zigaretten – Eine Gefahr für Kinder und Jugendliche?“ ins Hanns-Lilje-Haus in Hannover eingeladen.

Infos unter:

Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen
Leisewitzstraße 26
30175 Hannover
Telefon 05 11 / 85 87 88
E-Mail info@jugendschutz-niedersachsen.de
www.jugendschutz-niedersachsen.de

Was bleibt?

Das Adolf Grimme Institut und der Rat für Nachhaltige Entwicklung stellen im Rahmen einer Fachkonferenz am 1. Dezember 2005 die Frage der Effektivität unserer Medienbespielung. „Fern-Sehen: Zukunftsthema Nachhaltigkeit“ findet in Kooperation mit dem Bundespresseamt in Berlin statt. Es sollen medienpolitische Grundsätze diskutiert und Möglichkeiten der medialen Umsetzung analysiert werden. Produzenten, Redakteure, Programmverantwortliche sowie interessierte Journalisten aus allen Medienbereichen und Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft und Bildung sind angesprochen, gemeinsam Konzepte von Nachhaltigkeit und Perspektiven zu entwickeln. Die Studie *TV-Medien und Nachhaltigkeit* ist bereits online einzusehen (www.grimme-institut.de/scripts/download/NHTV.pdf).

Infos und Anmeldung unter:

www.grimme-institut.de

Neue Heimat, neue Medien

Eine Broschüre der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz beschäftigt sich mit „Jugendlichen mit Migrationshintergrund als Zielgruppe des Jugendschutzes“. Essay-Themen sind z. B.: „Migrantenjugendliche – eine Sondergruppe in der Jugendarbeit?“ oder: „Das schwache Geschlecht – die türkischen Jungen“. Kostenpunkt: gestaffelt zwischen 3,00 und 5,00 Euro pro Heft.

Bestellung unter:

Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz e. V.
Mühlendamm 3
10178 Berlin
Telefax 0 30 / 40 04 03 33
material@bag-jugendschutz.de

Krieg und Krisen in den Medien

Journalisten, die aus Kriegs- und Krisengebieten berichten, bewegen sich mit großer Verantwortung auf unsicherem Terrain. Wie viel kann, wie viel muss gezeigt werden? Wie wirken mögliche Kommentare oder Bilder? Was ist Fakt, was Annahme, wie weit darf ein Urteil gehen, wo beginnt Feindbildkonstruktion? Auf der Tagung „Opfer in den Medien – Opfer der Medien?“, die am 29. und 30. November 2005 als Veranstaltung des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien in Zusammenarbeit mit der FSF stattfindet, werden erstmals empirische Befunde zum Kriegs- und Krisenjournalismus und der Wirkung von Opferdarstellungen vorgestellt und im Hinblick auf historische, systematische, medienpsychologische und ethische Gesichtspunkte diskutiert. Die Tagungsgebühr beträgt 20,00 Euro (erm. 10,00 Euro). Veranstaltungsort ist das Siemens Forum Wien, Dietrichgasse 25.

Infos unter:

www.krisenjournalismus.at

Eine andere Seite

Ein neues Internetportal für Pädagogik ist eröffnet. Mit Hilfe eines Onlineinformationssystems können Themen und Fachliteratur recherchiert werden. Ein Branchenverzeichnis gibt fachsystematisch gegliederte Informationen zu Personen, Institutionen, etc. Entwickelt und betrieben wird der Service vom Informationszentrum Bildung des Deutschen Instituts für Internationale Pädagogische Forschung DIPF.

Die Adresse des Portals:

www.fachportal-paedagogik.de

BERICHTE

Realityshows in Tschechien

Auf *Big Brother* hat man in Prag lange warten müssen. Jetzt haben auch die Tschechen die „unerträgliche Leichtigkeit des Kitsches“, wie lokale Medien die Sendung nennen: Eine Jury des größten Privatsenders des Landes, TV Nova, hat zwölf Kandidaten ausgewählt, die den Medien zufolge nur einen Auftrag hätten: „Sex, Sex und nochmals Sex!“ Kein Wunder, dass einige der Bewohner schon einschlägige Erfahrungen in der Pornoszene gemacht haben. Dementsprechend lebensfern wirkt die zusammengewürfelte Wohngemeinschaft auch, lediglich ein Produkt von Fitness-Studios und Solarien, meint die Zeitung „Nedelni svet“.

Im privaten Konkurrenzkanal tummeln sich derzeit *Die Erwählten*, ein ähnliches Format, in dem ebenfalls zwölf Kandidaten um einen millionenschweren Sieg ringen. Auch wenn die Praktiken schmierig sind, die beiden Sendungen erweisen sich als überaus erfolgreich: Von insgesamt 10 Millionen Tschechen sehen allabendlich 1,4 Millionen *Die Erwählten* und 1,2 Millionen *Big Brother*.

Al-Dschasira startet neuen Kinderkanal

Die katarische Regierung und der Fernsehsender al-Dschasira starten einen eigenen Kinderkanal für die arabische Welt. Programmchef Mahmud Buneb hatte gegenüber der Nachrichtenagentur AFP geäußert, dass es Ziel des Senders sei, den 3- bis 15-Jährigen und ihren Familien moderne Werte wie geistige Offenheit und Toleranz zu vermitteln. Schockieren oder Provozieren wolle man auf keinen Fall. Die Verantwortlichen hoffen, nicht nur die Kinder, sondern auch ihre Familien mit dem Programm zu erreichen. Allerdings sieht Buneb in den beliebten amerikanischen Zeichentrickfilmen eine große Konkurrenz, so dass es einige Zeit dauern werde, um das neue Programm zu etablieren, in welchem man auf ruhige Inhalte setze, die aber keine Tabus kennen sollen. So sei in Kürze eine Sendung über weibliche Genitalverstümmelung geplant, in der es um die Opferperspektive gehe. Der schon seit drei Jahren in Planung befindliche Kinderkanal ist ein Joint Venture von al-Dschasira und der offiziellen katarischen Stiftung für Bildung, Wissenschaft und Gemeindeentwicklung, die 90 % der Anteile an dem Projekt hält. In der Woche sind zunächst 18 Sendestunden täglich, am Wochenende 19 Stunden geplant. Über die Satelliten Arabsat und Nilesat ist der neue Kanal in 21 arabischen Ländern sowie den Palästinensergebieten zu sehen. In Europa ist er über Hotbird empfangbar.

Landesmedienanstalten erproben neue Übertragungsmöglichkeiten

Neue mobile Rundfunkdienste wollen die Landesmedienanstalten in verschiedenen Bundesländern gleichzeitig erproben. Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) teilte nach ihrer Sitzung Ende August 2005 mit, dass Fernsehen per Handy schon während der Fußballweltmeisterschaft 2006 möglich sein soll. Mit den Erprobungsprojekten sollen Erkenntnisse über die technische und wirtschaftliche Realisierbarkeit digitaler terrestrischer Rundfunkprojekte gewonnen werden, so die DLM. Vor allem geht es dabei um das sogenannte Handy-TV (DVB-H) und Digital Multimedia Broadcasting (DMB). Mit den Beratungen habe die DLM den Grundstein für die länderübergreifende Einführung neuer terrestrischer Übertragungssysteme gelegt, so die Direktorenkonferenz. Dabei wollen die Landesmedienanstalten Technologieneutralität und einen diskriminierungsfreien Zugang gewährleisten, denn der Wettbewerb der Systeme und der Anbieter sei ein wichtiges Anliegen.

pano

MELDUNGEN

Studie: Berufswelt im TV entspricht nicht der Realität

Zu viele Ärzte, Anwälte, Richter und Polizisten: Das Fernsehen vermittelt in seinen Unterhaltungsprogrammen das Bild einer Berufswelt, das nicht der Realität entspricht. Das ist das Ergebnis einer Studie, die das Kölner IFEM-Institut für empirische Medienforschung Ende August 2005 in Hamburg vorstellte. Berufe aus Produktion, Handel, Handwerk und Verkehr blieben zumeist unberücksichtigt. Da das Fernsehen als Leitmedium die Lebensentwürfe, Wertorientierungen und Wünsche der Menschen stark beeinflusst, sei die Wahrnehmung der TV-Vorstellungswelt ein bedeutsamer Faktor im Leben des Einzelnen, so der Geschäftsführer des Instituts für empirische Medienforschung Udo Michael Krüger. Vor allem für jüngere Zuschauer, die noch vor der Berufswahl stünden, sei es relevant, wenn das Bild des Wirtschaftslebens nicht alltagstauglich sei. Beispiel: Ordnungs- und Sicherheitskräfte haben in der Realität einen Anteil von 3,7 % an allen Berufen. Im Fernsehen dominieren sie allerdings mit 24,4 %. Metallverarbeitende Berufe haben im wirklichen Leben einen Anteil von 8,5 %. Im TV werden sie dagegen nur mit 1 % repräsentiert. Krüger bekräftigte, dass sich die Programme daran messen lassen müssen, wie viel sie zur Vermittlung gesellschaftlicher Relevanz beitragen, um sich weiterhin ein hohes Maß an Authentizität, Autorität und Orientierungshilfe zu bewahren. Die Studie stützt sich auf eine Analyse der fünf meistgenutzten Programme von ARD, ZDF, RTL, Sat. 1 und ProSieben im Zeitraum vom 3. bis 9. Dezember 2004.

Studie zur Fernsehnutzung

80 % der Fernsehnutzung entfallen laut einer Studie des ProSiebenSat.1-Vermarkters SevenOne Media auf die fünf großen Vollprogramme ARD, ZDF, RTL, Sat. 1 und ProSieben. Die deutschen Fernsehzuschauer nutzen zudem nicht einmal die Hälfte der Programme, die sie empfangen können: Von 44 Kanälen, die ein deutscher Haushalt per Satellit empfängt, werden laut Studie nur 16 mehr als zehn Minuten im Monat eingeschaltet. Demnach ändere sich auch die Nutzung nicht, wenn Zuschauer mehr als 40 Sender empfangen würden, sogar bei 150 Programmen beschränke sich der Rezipient auf 16 Sender.

PERSONALIEN



Ingrid M. Haas, bislang Direktorin Information und Medienpolitik bei RTL Television in Köln, übernimmt zum 1. Januar 2006 die Position der Verlagsgeschäftsführerin der Wirtschaftspresse von Gruner + Jahr in Köln. Sie trägt damit die wirtschaftliche Gesamtverantwortung für die Zeitschriften „Capital“, „Impulse“ und „Börse Online“. Zudem werde sie auch die Geschäfte der Börse Online GmbH führen, so der Verlag. Haas (40) war seit August 2000 Leiterin Kommunikation und Medienpolitik bei RTL. Seit April 2003 war sie Generalsekretärin von RTL Television. Ihre aktuelle Aufgabe übernahm sie im November 2004. Ingrid M. Haas sollte ursprünglich im Mai Jürgen Doetz als Präsidentin des Verbands Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) nachfolgen. Laut VPRT soll im kommenden Frühjahr ein neuer Nachfolger für Doetz gewählt werden.

Roland Steindorf, derzeit noch Vorsitzender der Geschäftsführung von Kabel Deutschland, wird in den Aufsichtsrat wechseln. In einer Unternehmensmitteilung hieß es, dass Steindorf sich entschlossen habe, die operative Arbeit nach mehr als zwei Jahren im Frühjahr 2006 abzuschließen. Die Gesellschafter hätten ihn gebeten, dem Unternehmen über den Aufsichtsrat treu zu bleiben. Ziel ist es nun, einen reibungslosen Übergang zu gewähren. Drei internationale Finanzinvestoren hatten die Kabelnetze von 13 Bundesländern im März 2003 von der Telekom AG übernommen, seither geführt von Steindorf. Branchenintern wird spekuliert, ob Steindorfs Ausscheiden damit zusammenhänge, dass den Gesellschaftern das Wachstum nicht ausreiche. Eine Bestätigung dafür gibt es nicht.

Dolly Buster (35), Ex-Pornodarstellerin, wollte laut TV-Produktionsfirma Endemol ins *Big-Brother*-Dorf einziehen. Buster habe für ihre Teilnahme 25.000 Euro verlangt. Obwohl man sich später auf ein niedrigeres Honorar und einen Einzugstermin geeinigt hatte, sagte Buster dann doch ab. Noch kurz vor den Verhandlungen hatte sich die Darstellerin gegen die Teilnahme von Promis an Realityshows geäußert, da dies „völlig unproduktiv“ sei. Der Privatsender RTL II will die Quote der Sendung durch den Einzug von Prominenten in die Kölner Fernseh-WG steigern.

Das letzte Wort

Experten sagen aus:

Wir befragten Kinder der 7. und 8. Klasse der Mildred-Harnack-Schule in Berlin nach ihren Lieblingssendungen und Vorbildern.

Mirzeta, 14 Jahre

Was guckst du im Fernsehen am liebsten?

Also mein Lieblingsfilm ist *Titanic* und meine Lieblingsserie ist *Unter uns*. Wenn ich Zeit habe, dann gucke ich das jeden Tag.

Welche Fernseh- oder Filmstars magst du?

Mein Lieblingsschauspieler ist Brad Pitt. Das ist ja klar bei uns Frauen. Und Angelina Jolie finde ich als Schauspielerin toll.

Was findest du an ihr toll?

Die sieht gut aus. Sie hat schöne Augen und ist nett. Sie hat eine gute Figur und schöne Hände. Sie ist ja berühmt für ihre Hände. Und sie ist mit Brad Pitt zusammen. Die passen gut zusammen.

Refik, 13 Jahre

Hast du Lieblingsfilme oder -sendungen?

Ich gucke am liebsten Filme mit Jackie Chan oder Kriegsfilm. Mein Lieblingsfilm ist *Der Soldat James Ryan*.

Was magst du an Jackie Chan?

Jackie Chan ist sehr beweglich. Ich finde ihn cool, weil er so sportlich ist. Aber ich bin auch sportlich, ich spiele Fußball in einem Verein.

Hast du ein Vorbild im Fußball?

Naja, eigentlich Ronaldinho. Der ist ein richtig guter Fußballspieler, aber ich sehe mir nicht alle Spiele von ihm an, weil Fußball im Fernsehen langweilig ist. Es macht mir mehr Spaß, selber zu spielen.

Viktoria, 12 Jahre

Was schaust du dir gerne für Filme im Fernsehen an?

Ich gucke eigentlich nicht so viele Filme oder Serien. Ich sehe lieber Viva und so etwas, also Musiksender.

Welche Musiker oder Bands magst du am liebsten?

Momentan mag ich am liebsten *Tokio Hotel*. Das sind fünf Jungs, die deutsch singen. Auf die warte ich immer im Fernsehen, weil die Gruppe süß ist, und die singen für 16-Jährige sehr gut.

Singst du auch gern?

Nein, ich tanze lieber. Ich war letztes und vorletztes Jahr in einer Tanzgruppe. Mit meinen Freundinnen aus der Tanzgruppe schaue ich mir die Musikvideos oft an. Wir versuchen dann auch so etwas einzustudieren.

Angelique, 13 Jahre

Hast du bestimmte Lieblingsschauspieler oder -schauspielerinnen?

In der Serie *K 11* mag ich die Alexandra Rietz und die beiden Kommissare. Aber als Schauspielerin finde ich Julia Roberts sehr gut. Sie sieht gut aus und kann so richtig schauspielern.

Möchtest du so etwas auch gern machen?

Ich habe mal überlegt, ob ich Sängerin werden soll, aber ich glaube, das kann ich abblasen. Ich spiele zwar jedes Jahr Weihnachten in einer Theatergruppe, aber jeden Tag nur tanzen und schauspielern ... Ich weiß nicht so genau.

Sprichst du manchmal mit deinen Freunden über Stars?

Über Sänger sprechen wir sehr oft, zum Beispiel über Eminem oder Jeannette Biedermann. Seine Songs finde ich gut, weil er da über sich selbst singt. Und Jeannette Biedermann hat eine schöne Stimme, und ihre Lieder sind gut, obwohl sie auch ganz schön klein ist.

Sefda, 13 Jahre

Was schaust du im Fernsehen am liebsten?

Zum Beispiel *O. C. California* oder *Verliebt in Berlin*. Ich finde es gut, dass es sich da nicht nur um ein Thema handelt. Ich mag es nicht, wenn es immer nur um Liebe geht. Diese Serien sind etwas abwechslungsreicher. *O. C. California* sehen fast alle. Da geht es um uns Jugendliche. Deshalb ist es so interessant.

Welche Fernsehstars magst du? Gibt es Vorbilder für dich?

Also die Schauspieler in *Verliebt in Berlin* sind ganz okay. Bei *O. C. California* ist die Hauptdarstellerin ganz toll, weil sie so richtig schön ist. Ansonsten sehe ich hauptsächlich MTV oder Viva. Da laufen auch immer so tolle Serien wie zum Beispiel *Mein Block*.

Ella, 13 Jahre

Hast du Lieblingssendungen?

Ich schaue mir mehr Filme an, aber da gibt es keinen speziellen Film. Das ist ganz unterschiedlich. Es kommt einfach darauf an, was gerade im Fernsehen oder Kino läuft. Und eigentlich gucke ich auch gar nicht so viel Fernsehen.



Mirzeta, Refik, Viktoria, Angelique, Sefda, Ella

Die Interviews führte Melanie Franke.

Verantwortlich für Das letzte Wort sind Leopold Grün und Christian Kitter.