

# Im globalen Dorf

Wie Medien unser Leben neu organisieren



# Schere im Kopf

## Wenn Informationen Vorurteile bestätigen

Hinterher ist man immer schlauer. Als herauskam, dass in der Silvesternacht am Kölner Hauptbahnhof eine bisher nicht genau bekannte Anzahl von Frauen sexuell belästigt und bestohlen worden war, hatte die Pressestelle der Polizei zunächst über die Herkunft der Täter keine Angaben gemacht. Inzwischen spricht vieles dafür, dass es für diese Zurückhaltung eine entsprechende Anweisung gab: Die Polizei wollte offensichtlich vermeiden, dass rassistisch motivierte Vorurteile gegenüber (geflüchteten) Menschen nordafrikanischer oder arabischer Herkunft unkalkulierbar verstärkt werden.

Ohnehin hat die Positionierung zur Flüchtlingsfrage in unserer Gesellschaft tiefe Gräben gerissen. Dass es in einer Demokratie unterschiedliche Positionen gibt und dass man über die Frage, wie unser Land die immensen Flüchtlingsströme verkraften kann, kontrovers diskutieren muss, gehört zum politischen Alltag. Neu in der Debatte ist die offene Feindseligkeit, die sich in den Diskussionen immer wieder zeigt. Die Befürworter einer unbegrenzten Aufnahme von Flüchtlingen unterstellen den Gegnern mangelnde Empathie für deren Situation, diese wiederum werfen der Gegenseite eine für die Gesellschaft fatale Blauäugigkeit vor. Die Existenz von Pegida und AfD trägt auch nicht gerade zur Versachlichung des Diskurses bei. Die Stimmung, so viel ist klar, ist extrem gereizt.

Dass die Polizei mit der Bekanntgabe der Herkunft der Täter diese Situation nicht noch weiter anheizen wollte, ist nachvollziehbar. Auch in unserer Redaktion wurde darüber nachgedacht, ob es bei Berichten über kriminelle Akte dazugehört, die Nationalität des Täters zu nennen. Nun zeigt sich jedoch deutlich: Der Versuch, Informationen gezielt zurückzuhalten, ist nicht nur gescheitert, sondern hat genau den gegenteiligen Effekt erzielt. Es ist nun einmal Aufgabe einer transparenten Öffentlichkeitsarbeit und eines an der Wahrheit orientierten Journalismus, die relevanten Fakten zu nennen, soweit sie zutreffend und bekannt sind.

Die Entscheidung, ob Nationalität und Hautfarbe der Täter relevant sind, sollte weder die Presseabteilung der Polizei noch ein Journalist treffen. Genauso könnte man darüber nachdenken, bei jugendlichen Tätern auf die Nennung des Alters zu verzichten, um ein negatives Image der heranwachsenden Generation zu verhindern. Wichtig erscheint vielmehr, auf der Grundlage der bekannten Fakten die richtigen Fragen zu stellen und Schlüsse zu ziehen, um letztlich im politischen und gesellschaftlichen Diskurs zu konstruktiven Lösungen zu kommen.

Insgesamt sollten wir vermeiden, aufgrund vermeintlich moralisch richtiger Entscheidungen in der Berichterstattung Informationen zurückzuhalten oder zu selektieren. Gleichzeitig scheint es in dieser schwierigen Situation wichtiger denn je, dass sich die unterschiedlichen Seiten dem in solchen Diskursen notwendigen Respekt nicht verweigern.

Ihr Joachim von Gottberg



[fsf.de/publikationen/podcasts/](http://fsf.de/publikationen/podcasts/)

**EDITORIAL****INTERNATIONAL****Einsatz in Afghanistan**

Dänische und deutsche Filme zeigen die schwierige Mission ihrer Truppen

Jens Dehn

**Jugendmedienschutz in Europa**

Filmfreigaben im Vergleich

**(De-)Konstruktion von Gender in den Medien**

Zur Konstruktion von Geschlecht bei 11- bis 12-jährigen Kindern anhand der medialen Repräsentation von Gender in der Fernsehserie *Berlin – Tag & Nacht*

Nadine Grau

**TITEL****„Wir müssen unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren!“**

18

Gespräch mit Christoph Kucklick

**Digitalisierung und Selbstbestimmung**

22

Oliver Zöllner

**Kommt das Zwei-Klassen-Internet?**

26

Neue EU-Regelungen zur Netzneutralität sind umstritten  
Vera Linß

**Ein Ende der Gesprächskultur?**

28

Über eine vermeintliche Folge der digitalen Medien  
Angela Keppler

**„Big Data ist die Aufklärung für das 21. Jahrhundert.“**

32

Zehn Fragen an Viktor Mayer-Schönberger

**Die Zukunft der Medien**

36

Einblicke in einen Trendbericht zu den Entwicklungen und Perspektiven von Diffusions- und Fokusmedien  
Daniel Hajok

**Die Zukunft des visuellen Erzählens**

40

Robert Cibis

**Mit Glühwein gegen die Apokalypse**

44

Klaus-Dieter Felsmann

**PANORAMA**

46

<b>WISSENSCHAFT</b>		<b>LITERATUR*</b>	<b>78</b>
<b>Das Porträt: Elke Wagner</b>	<b>48</b>	<b>RECHT</b>	
Alexander Grau		<b>Urteil</b>	<b>90</b>
<b>Vielfältige Harmonie</b>	<b>52</b>	<b>Aufsätze und Notizen</b>	<b>91</b>
Europäische Trends im Jugendmedienschutz und Kooperationen als Option faktischer Harmonisierung		<b>Rezension</b>	<b>93</b>
Stephan Dreyer			
<b>MEDIENLEXIKON</b>		<b>SERVICE</b>	
<b>Interaktives Fernsehen</b>	<b>60</b>	<b>Ins Netz gegangen</b>	<b>94</b>
Gerd Hallenberger		<b>„Maus“-Clicks</b>	
<b>DISKURS</b>		Wie der WDR Flüchtlingskinder im Netz mit der deutschen Kultur vertraut macht	
<b>Blühender Blödsinn</b>	<b>62</b>	Tilman P. Gangloff	
Warum Fernseh- und Kinofilme nur wenig mit der Wirklichkeit zu tun haben		<b>Kommunikationskulturen in digitalen Welten</b>	<b>96</b>
Tilman P. Gangloff		32. GMK-Forum vom 20. bis 22. November 2015 in Köln	
<b>„Die Leute würden uns ja einschlafen!“</b>	<b>66</b>	Bernward Hoffmann	
Drehbuchautor Holger Karsten Schmidt über die Realitätsnähe deutscher TV-Krimis		<b>Kinder und ihre Lebensrealitäten</b>	<b>98</b>
<b>Öffentlich-rechtliche Plattform schaffen!</b>	<b>68</b>	doxs! – das Dokumentarfilmprogramm für Kinder und Jugendliche bei der Duisburger Filmwoche vom 2. bis 8. November 2015	
Gespräch mit Dietmar Köster		Barbara Felsmann	
<b>Politik als Kompromiss und Intrige</b>	<b>70</b>	<b>Kurz notiert</b>	<b>102</b>
Die Darstellung politischer Entscheidungsprozesse in US-amerikanischen und europäischen High-Quality-Serien		<b>Filmquiz</b>	<b>104</b>
Werner C. Barg		<b>Impressum, Abbildungsnachweis</b>	
<b>„Manchmal hoffe ich, dass es nicht wirklich ist.“</b>	<b>74</b>		
Ein Einblick in die Studie <i>Fascination Scripted Reality: Realitätsinszenierungen und deren Rezeption durch Heranwachsende</i>			
Hanna Gölz, Olaf Selg, Julia Niemann und Michael Schenk			

\*  
Das detaillierte Inhalts-  
verzeichnis für Literatur  
befindet sich auf der  
genannten Seite.

# Einsatz in Afghanistan

Dänische und deutsche Filme zeigen die schwierige Mission ihrer Truppen

Jens Dehn

Seit 2002 sollen deutsche und dänische Truppen für Sicherheit und Stabilität in Afghanistan sorgen. Was die Reflexion dieses Auslandseinsatzes im Medium Film angeht, ist uns das kleine Dänemark mit seiner großen cineastischen Tradition wie so oft voraus: Während hierzulande psychologisch unausgegorene Fernsehspiele das Bild vom Hindukusch prägen, zieht einen das dänische Kino mit authentischem Milieu und dichten Erzählungen in seinen Bann.

Im Oktober 2001 starteten die USA ihre Militäroperation Enduring Freedom. Im Rahmen dieser Operation schickte Deutschland im Januar 2002 Streitkräfte der Bundeswehr nach Afghanistan. Zeitgleich entsandte auch das dänische Parlament Einheiten seiner Armee. Bis heute sind beide Nationen vor Ort militärisch präsent, Deutschland Ende 2015 mit rund 900 Soldaten. Was die Kameraden bei ihren Einsätzen erleben, wie sich die Situation in den Lagern darstellt, welchen Konflikten sie sich gegenübersehen, blieb der Bevölkerung in der Heimat lange verborgen. Viele glaubten – oder wollten glauben –, dass sich der Einsatz tatsächlich auf den Aufbau von Schulen und Infrastruktur beschränkt. In Dänemark änderte sich das im Mai 2010. Damals erschien *Armadillo*.

## Doku in Spielfilmoptik

*Armadillo* ist der Name eines vorgeschobenen Basislagers in der afghanischen Provinz Helmand. 170 dänische und britische Soldaten sind hier zum Zeitpunkt der Dreharbeiten stationiert, keine 800 m weiter haben bereits die Taliban das Sagen. 2009 erhielt der dänische Dokumentarfilmer Janus Metz Pedersen die Erlaubnis, eine Gruppe von Soldaten über mehrere Monate auf ihrem Einsatz zu begleiten, angefangen bei der Abschiedsparty in Dänemark bis zum Ende ihrer sechsmonatigen Dienstzeit.

Entstanden ist ein zwiespältiger Film. Metz bleibt sehr dicht an seinen Protagonisten, häufig sind die Bilder von Kameramann Lars Skree mit der Helmkamera aufgenommen. Ob das so teilweise schick gefilmt sein muss, mit Filtern und dem Einsatz von Musik oft stark stilisiert, darf dabei durchaus hinterfragt werden. Selten jedoch wurde die Absurdität eines Krieges so deutlich vor Augen geführt wie in *Armadillo*: Die Dänen sind gekommen, um der Bevölkerung gegen die Taliban zu helfen, doch scheitert dies zumeist schon daran, dass sie die Einheimischen äußerlich gar nicht von den Taliban unterscheiden können. Auf ihren Patrouillen laufen sie quer über die Felder der Bauern, da das sicherer ist, als auf der Straße zu gehen, wo Sprengfallen angebracht sein könnten. Dass sie damit die Saat beschädigen, nehmen sie in Kauf – mit ein wenig Geld wird der Schaden wieder beglichen. Für die Bauern dagegen ist dies eine demütigende Prozedur: Sie müssen als Bittsteller ins Camp kommen, um jene, die den Schaden angerichtet haben, um Entschädigung zu bitten. Bei ein wenig Getreide mag das halb so schlimm erscheinen, doch wenn ein Mann seine Mutter und kleine Tochter während einer Bombardierung verloren hat, ist das Zahlen von Geld letztlich nur beschämend. – Und der Blick ins Gesicht des Verbindungsoffiziers zeigt, dass der sich dessen bewusst ist.

## Kontroverse und Untersuchung

*Armadillo* löste bei seinem Erscheinen in Dänemark heftige Reaktionen aus. Die politische Opposition verlangte nach einer Untersuchung, welche das Militär intern auch einleitete. Dabei ging es nicht um die oben beschriebenen, schmerzlich unethischen Momente des Films, sondern um ein Gefecht, bei dem eine Gruppe dänischer Soldaten von Taliban unter Beschuss genommen wird. Die Reaktion ist Chaos, orientierungslos und unkoordiniert schießen die Soldaten in der Gegend herum, die Kamera mittendrin. Zeitweise hat man das Gefühl, die Dänen würden sich gegenseitig ins Kreuzfeuer nehmen, ehe sie ihre vier Gegner doch noch erwischen. Am Ende ist jeder der Taliban von mehreren Dutzend Schüssen getroffen, in einer Mischung aus Angst und Adrenalin-

überschuss aus nächster Nähe hingerichtet. Mit dieser Szene wurde der dänischen Öffentlichkeit vor Augen geführt, dass das Engagement ihrer Armee nur wenig mit humanitärem Einsatz zu tun hat. Es sind diese Szene und die Gespräche der Soldaten untereinander im Anschluss, in denen sie stolz und plastisch von ihrem Einsatz berichten, die verständlich machen, warum sich die Männer als eine Art Familie, eine in sich geschlossene Gesellschaft betrachten: Kein Außenstehender könnte ihre Gefühle und die Wege, damit umzugehen – inklusive geschmackloser Witze –, verstehen oder nachvollziehen. Nach Abschluss der Untersuchung wurden die Soldaten vom Vorwurf, gegen Militärkonventionen verstoßen zu haben, freigesprochen. Das Bild, das das dänische Volk vom Auslandseinsatz in Afghanistan hat, ist seitdem jedoch ein anderes.



*Armadillo*

### Beklemmend und realistisch

2015 folgte ein Spielfilm, dessen Verwandtschaft zu *Armadillo* offenkundig ist und der ohne den dokumentarischen Vorläufer wahrscheinlich gar nicht hätte entstehen können: *Krigen* von Tobias Lindholm erzählt sehr dicht und emotional von dem dänischen Offizier Claus Pedersen, der beim Kampfeinsatz eine Entscheidung treffen muss. Am Ende gibt es Tote, auch Unschuldige, und Pedersen wird in der Heimat als Kriegsverbrecher angeklagt. Bis zu diesem Moment schildert Lindholms Film so beklemmend wie realitätsnah die Situation der Einheit, die kam, um Frieden zu schaffen, doch auf den täglichen Patrouillen kaum in der Lage ist, die Gegebenheiten richtig einzuschätzen. Mit dieser ersten Stunde von *Krigen* kann das anschließende Gerichts-drama, in dem über Pedersens Schuld verhandelt wird, nicht mehr ganz

mithalten. Dennoch beeindruckten die Souveränität und Sachlichkeit, mit denen Lindholm, einer der talentiertesten Regisseure Dänemarks, die Komplexität der soldatischen Befehle und ihrer Folgen schildert. Parallel gelingt ihm zudem der Spagat, Pedersens Familienleben in der Heimat einzubinden, wo die Ehefrau aufgrund des abwesenden Mannes zur Alleinerziehenden wird.

*Armadillo* wirkt mit seiner Direktheit und Nähe wie ein Schlag in die Magengrube, *Krigen* ist – vor allem in seinen in Afghanistan spielenden Sequenzen – beklemmend und intensiv. Wie sich das Film-land Dänemark seinem politischen Konflikt stellt – mit gleichsam hohem künstlerischem Anspruch und klarem, unverstelltem Blick auf die realen Gegebenheiten –, ist für eine kleine Nation mit beschränkten finanziellen Mitteln beachtenswert und nicht zuletzt auch Ausdruck und Resultat der gewachsenen und durchdachten dänischen Filmpolitik.



*Krigen*



## Deutsche TV-Produktionen

### Und Deutschland?

Deutschland hat in erster Linie Fernsehspiele. Dieser Begriff wird heute nicht mehr so oft benutzt, weil er angestaubt und antiquiert klingt, aber es ändert nichts an der Charakteristik der Produktionen.

*Auslandseinsatz* hatte seine Erstaussstrahlung im Oktober 2012 in der ARD. In dem Film von Till Endemann kommen drei Zeitsoldaten frisch in die afghanische Provinz. Eine halbe Stunde lang ist das überwiegend realistisch und detailgenau erzählt: etwa die Vorgabe, sich unter keinen Umständen in innerafghanische Angelegenheiten einzumischen, die die Soldaten schnell in Gewissenskonflikte drängt. Oder die Unsicherheit und Nervosität beim Wachposten, wenn ein Einheimischer nachts mit seinem Maultier vor dem Camp stehen bleibt und

auch nach mehrfacher Aufforderung noch keine Anstalten macht, weiterzugehen. Leider dauert *Auslandseinsatz* aber eineinhalb Stunden, und in der letzten Stunde wird die ganze Sache abstrus: Eine Brücke wird zerstört, weswegen die Soldaten nicht zurückkönnen und nachts in feindlichem Gebiet campieren müssen. Die Taliban greifen an, entführen Frauen aus einem Dorf und einen der Soldaten. Seine Kameraden nehmen – entgegen jeder dienstlichen Vorgabe – eigenmächtig die Verfolgung auf... Was durchaus interessant beginnt, verkommt nach einem Drittel der Laufzeit zu einem zweitklassigen, mit Klischees beladenen Action-B-Film. Je mehr Haken die Handlung schlägt, je mehr Schusswechsel und Explosionen in die Geschichte eingebaut werden, desto ermüdender und langweiliger wird der Film.



*Auslandseinsatz*

## Nicht Fisch, nicht Fleisch

2013 lief *Eine mörderische Entscheidung* im Ersten. Eine Mischung aus fiktionalen Szenen und dokumentarischem Material, durchzogen von einer Vielzahl an Statements von Zeitzeugen. Geschildert und rekonstruiert wird ein Vorfall, der 2009 für einige Wochen die Schlagzeilen beherrschte: Nachdem Taliban bei Kundus zwei Tanklaster der Bundeswehr entführt haben, befiehlt der deutsche Kommandeur Klein, im Glauben, lediglich die Aufständischen zu treffen, den Luftschlag gegen die Tankzüge. Mehr als hundert Menschen – überwiegend Zivilisten, darunter viele Kinder – kommen ums Leben. Raymond Ley, fast schon ein Veteran des sogenannten Dokudramas, hat sich des Themas angenommen, herausgekommen ist – wie so oft bei solchen Vermischungen von Spiel- mit

Dokumentarszenen – weder Fisch noch Fleisch. In den fiktiven Lagerszenen wirken die Dialoge der Soldaten so unnatürlich und gestellt, als stammen sie aus einer Seifenoper. Demgegenüber stehen die emotionalen Aussagen der Beteiligten und Familienangehörigen, etwa der Eltern eines kurz vor dem Luftschlag getöteten Bundeswehrsoldaten. Auch Tobias Lindholm legt bei *Krigen* großen Wert auf Authentizität. Doch erreicht er diese ganz ohne eingefügte Zeitzeugeninterviews oder Nachrichtenbilder. Stattdessen werden bei ihm viele Rollen von echten Soldaten und ehemaligen Taliban gespielt. Seine Dialoge wirken natürlich, weil sie von Menschen gesprochen werden, die sich tatsächlich schon in Situationen, wie sie geschildert werden, befunden haben.

Zwischen Welten



## (Keine) Unterstützung der Bundeswehr

In einem Interview mit dpa erklärte Ulrich Lenze, Produzent von *Eine mörderische Entscheidung*, vor der TV-Ausstrahlung, dass viele Soldaten bereit gewesen seien, vor der Kamera zu erzählen. Doch die Bundeswehr habe ihnen keine Erlaubnis erteilt. Auch für Filmdokumente aus dem Bundeswehr-Archiv gab es keine Freigabe. Ein Sprecher des Bundesverteidigungsministeriums erklärte daraufhin, man unterstütze die „Dokumentierung von realen Ereignissen in Kombination mit fiktiven und spielerisch freien Elementen grundsätzlich nicht“. Es könne nämlich nicht sichergestellt werden, dass beim Zuschauer „der reale Anteil mit dem spekulativen Anteil auseinanderdividiert werden kann“. Mit anderen Worten: Man hält die Zuschauer für zu doof, Realität von Fiktion unterscheiden zu können.

Das Verhalten der Bundeswehr legt eher den Verdacht nahe, dass es hier (bzw. im Verteidigungsministerium) schlicht kein Interesse daran gab, einen Film zu unterstützen, der eines der unschönsten Kapitel des deutschen Afghanistan-Einsatzes thematisiert. Einerseits ist das durchaus verständlich, andererseits zeugt es doch vom unsouveränen Umgang mit dieser Thematik.

An anderer Stelle, bei Feo Aladags *Zwischen Welten*, gab es durchaus Unterstützung durch die Bundeswehr, sowohl fachlich als auch infrastrukturell. *Zwischen Welten* ist bis heute der einzige deutsche Kinofilm über den Afghanistan-Einsatz. Zudem hat die Regisseurin direkt vor Ort gedreht, in Kundus und Masar-i-Sharif. Alleine das wäre ohne die logistische Hilfe der Bundeswehr nicht möglich gewesen (die meisten Afghanistan-Filme werden in Marokko gedreht, das ein ähnliches Landschaftsbild bietet). Im Mittelpunkt steht vor allem die Frage nach dem Sinn der internationalen Militärpräsenz. Was können die Soldaten überhaupt bewirken? Und was wird davon bleiben, wenn sie wieder weg sind? Zudem thematisiert Aladag das hierzulande völlig vernachlässigte Problem der latenten Bedrohung für jene, die den Deutschen helfen – in diesem Fall des Übersetzers Tarik, der um seine eigene und die Sicherheit seiner Schwester fürchtet.

Aladags Ansatz ist der richtige und lobenswert. Allerdings will die Regisseurin am Ende zu viel auf einmal, will den ganzen Konflikt mit sämtlichen Auswirkungen in 90 Min. erklären und verliert sich dabei in Nebenhandlungen, statt sich auf einen Aspekt voll zu konzentrieren.

## Viele Köche verderben den Brei

*Zwischen Welten* ist eine Koproduktion der Independent Artists Filmproduktion mit der Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion und ZDF/ARTE. Fördergelder kamen u. a. vom Medienboard Berlin-Brandenburg, der Film- und Medienstiftung NRW, Nordmedia und dem MEDIA Programme der Europäischen Union. *Eine mörderische Entscheidung* wurde von ARTE und NDR in Auftrag gegeben, u. a. hat sich die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein an der Finanzierung beteiligt. Bei *Auslandsinsatz* haben der WDR und die ARD-Tochter Degeto koproduziert, unterstützt u. a. von der Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein, der Film- und Medienstiftung NRW und dem Staatsministerium für Kultur und Medien. Viele Köche, die den Brei verderben können. „In Dänemark befindet sich das ganze Filmbusiness zentral an einer Stelle“, sagt Christina Rosendahl, Vorsitzende der Vereinigung dänischer Regisseure. „Es gibt nicht fünf verschiedene Orte und Institutionen, mit denen man verhandeln muss. Und der Staat hat Vertrauen in die Filmemacher und ihre Kreativität.“

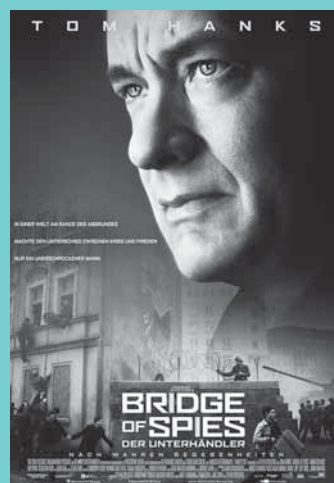
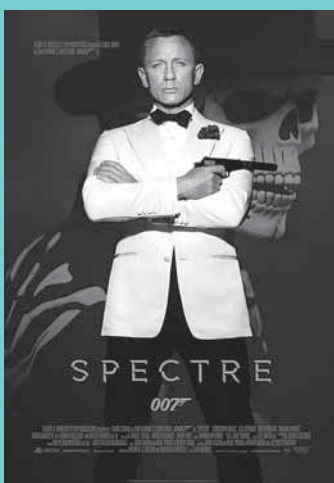
Das Vertrauen in die Kreativen mag ein Aspekt sein, weshalb die dänischen Afghanistan-Filme – auch Susanne Biers *Brødre (Brothers)*, bereits 2004 gedreht, sei hierbei erwähnt – so viel klarer in ihren Aussagen und der Inszenierung sind. Wie häufig sind schließlich hierzulande die Klagen der Fernsehautoren und -regisseure zu hören über Redakteure, die sich einzumischen versuchen. Auf der anderen Seite wird aber auch deutlich, dass die Kreativen in Deutschland ihre Ideen oft nicht zu einem starken Film entwickeln können. Viel zu häufig schweifen sie mit ihren Geschichten ab, überfrachten mit einer Masse an Informationen, die sie unbedingt unterbringen wollen, und verlieren den interessanten Kern dabei aus den Augen. Einmal mehr wird deutlich, dass es bei den deutschen Filmemachern mehr Mut und Realismus braucht, um dem internationalen Vergleich standzuhalten.

*Krigen* wird 2016 in Deutschland als *A War* ins Kino kommen. Alle anderen genannten Filme sind auf DVD erhältlich.

Jens Dehn arbeitet als freiberuflicher Filmjournalist.







# 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.

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. Sicario OT: Sicario	16	16	16	15	12	—	15
2. Der Marsianer – Rettet Mark Watney OT: The Martian	12	12	12	12A	o.A.	11	11
3. Everest OT: Everest	12	12	12	12A	o.A.	11	11
4. Pan OT: Pan	12	9	10	P.G.	o.A.	11	11
5. Black Mass OT: Black Mass	16	16	16	15	12	15	15
6. Crimson Peak OT: Crimson Peak	16	16	16	15	12	15	15
7. Hotel Transsilvanien 2 OT: Hotel Transylvania 2	6	6	6	o.A.	o.A.	o.A.	7
8. The Visit OT: The Visit	12	16	14	15	12	7	—
9. James Bond 007 – Spectre OT: Spectre	12	12	12	12A	o.A.	11	11
10. Die Tribute von Panem – Mockingjay: Teil 2 OT: The Hunger Games: Mockingjay – Part 2	12	12	12	12A	o.A.	11	11
11. Bridge of Spies – Der Unterhändler OT: Bridge of Spies	12	12	10	12A	o.A.	11	11
12. Love OT: Love	18	16	16	18	18	15	—

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

# (De-)Konstruktion von Gender in den Medien

## Zur Konstruktion von Geschlecht bei 11- bis 12-jährigen Kindern anhand der medialen Repräsentation von Gender in der Fernsehserie *Berlin – Tag & Nacht*

Nadine Grau

Medien wird bezüglich der Reproduktion von Geschlechterdarstellungen eine zentrale Funktion zugesprochen. Davon ausgehend, wurde in der nachfolgend vorgestellten empirischen Untersuchung der Frage nachgegangen, wie Kinder der Präadoleszenz anhand medialer Repräsentation am Beispiel der Sendung *Berlin – Tag & Nacht* Gender konstruieren und wie sie im Fernsehen dargestellte Männlichkeit und Weiblichkeit bewerten.

### Medien als Vermittler geschlechtsspezifischer Ideologien

Neben Sozialisationsinstanzen wie Familie, Bildungseinrichtungen und den Peers sind Medien fester Bestandteil moderner Lebenswelten von Kindern und gelten als Vermittler gesellschaftlicher Ideologien, auch bezüglich der Verbreitung von Geschlechterdarstellungen (vgl. Götz 2013, S. 831; Fthenakis u. a. 2009, S. 76; Beinzger 1999, S. 202). Vor allem der Repräsentation in Film und Fernsehen wird hierbei eine zentrale Rolle zugesprochen (vgl. Beinzger 1999, S. 202). Gleichzeitig stellt das Fernsehen das von Kindern am meisten genutzte Medium dar, wie Ergebnisse der *KIM-Studie* von 2014 darlegen (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014, S. 10). Die medialen Geschlechterdarstellungen bieten

Identifikation und Orientierung und werden von Heranwachsenden in einem Prozess der aktiven Auseinandersetzung für ihre Identitätsarbeit genutzt (vgl. Fthenakis u. a. 2009, S. 75 f.; Götz 2013, S. 177, 831; Beinzger 1999, S. 202).

### Konstruktion und Dekonstruktion von Gender

Während der Begriff „sex“ das biologische Geschlecht einer Person bezeichnet, bezieht sich der Begriff „gender“ auf das soziale Geschlecht und die damit verbundenen gesellschaftlichen Zuschreibungen (vgl. Czollek/Perko/Weinbach 2012, S. 161). Durch diese Unterscheidung werden Geschlechterdifferenzen nicht als biologische und unveränderbare Tatsachen, sondern als gesellschaftlich konstruiert betrachtet (vgl. Aulenbacher/

Meuser/Riegraf 2010, S. 62). Die Konstruktion von Gender konzipiert der sozialkonstruktivistische Ansatz von Hirschauer (1989) als eine „permanent stattfindende interaktive Konstruktion von Geschlechtszugehörigkeit im Alltag“ (ebd., S. 102). Diese interaktive Leistung wurde durch West und Zimmerman (1987) auch als „doing gender“ bekannt und funktioniert nach Hirschauer in kommunikativen Aushandlungsprozessen über die „Geschlechterdarstellung“ und die „Geschlechtsattribution“, also über die Nutzung und Zuschreibung ihrerseits sozial konstruierter geschlechtsspezifischer Darstellungsressourcen (vgl. Hirschauer 1989, S. 102). Villa (2006) stellt heraus, dass hierbei der Körper eine entscheidende Rolle spielt und Merkmale wie Körperbau, Kleidung, Körpersprache, Tätigkeiten, Berufswahl, Stimme, Namen und Bezeichnungen, Nutzung von





Berlin – Tag & Nacht

Räumen und Paarbeziehungen als Darstellungs- und Zuschreibungsressourcen dienen (vgl. ebd., S. 81–99). Neben dem „doing gender“ formuliert der dekonstruktivistische Ansatz auch ein „undoing gender“ (vgl. Butler 2004). Mit dieser „Dekonstruktion“ von Gender ist gemeint, die Zuschreibung stereotyper Geschlechterrollen zu erkennen und zu problematisieren, indem Auffassungen verschoben und unterschiedliche Deutungen aufgezeigt werden (vgl. Czollek/Perko/Weinbach 2012, S. 161 f.).

### Forschungsinteresse

Von diesen Annahmen ausgehend, entstand die Forschungsfrage, wie von Kindern der Präadoleszenz Gender anhand medialer Repräsentation konstruiert wird und wie die

„Männer werden gleich aggressiv und verprügeln einen sofort. Und die Frauen machen blabla.“

(Aussage einer Befragten, 11 Jahre)

Heranwachsenden televisuell dargestellte Männlichkeit und Weiblichkeit wahrnehmen und bewerten. Auch sollte die Frage beantwortet werden, ob die interaktive Konstruktion von Gender nach Hirschauer auf die Aneignung medialer Inhalte übertragbar ist. Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist das Scripted-Reality-Format *Berlin – Tag & Nacht*, in dessen Mittelpunkt die jungen Bewohnerinnen und Bewohner zweier WGs in Berlin stehen und welches bei Kindern der frühen Adoleszenz sehr beliebt ist (vgl. Programmberatung für Eltern e.V. 2013, S. 1 f.). Laut medienpädagogischer Expertenmeinung der Programmberatung für Eltern e.V. werden vor allem die dargestellten Rollenbilder kritisiert und als „häufig klischeehaft“ beschrieben und die Befürchtung geäußert, „dass sich stereotype Vorstellungen und Einschätzungen damit verfestigen können“ (ebd., S. 17).

### Methodik

Die Untersuchung ist durch eine methodische Verknüpfung zweier qualitativer Herangehensweisen gekennzeichnet: Innerhalb der Produktanalyse wurden etwa 80 Folgen der Serie gesichtet und ausgewählte Szenen

analysiert mit dem Ziel, Rollenporträts hinsichtlich der Geschlechterdarstellungen zu erstellen. Anschließend folgte die Durchführung der Rezeptionsanalyse, wofür sechs leitfadengestützte Interviews und eine Gruppendiskussion mit 11- und 12-jährigen Kindern durchgeführt wurden, um sie im Hinblick auf medial genutzte Strategien und Symbole, welche die Kinder wahrnehmen und mit denen sie die Geschlechterrollen konstruieren, inhaltsanalytisch nach Mayring (2010) auszuwerten.

### Ergebnisse

Die Untersuchung belegt, dass die von dem Soziologen Hirschauer (1989) entworfene Theorie zur Geschlechterkonstruktion nicht nur auf reale Interaktionen bezogen werden kann, sondern auch auf die Aneignung von Medieninhalten zutrifft und die genannte Sendung den Kindern vielfältiges Material bietet, Geschlecht anhand stereotyper, aber auch nicht stereotyper Repräsentationen zu konstruieren und zu dekonstruieren. Durch die Produktanalyse konnten Darstellungsressourcen und durch die Rezeptionsanalyse Zuschreibungsressourcen identifiziert werden, die in drei Kategorien aufgeteilt wurden: 1) äußerliche Merkmale, das sind beispielsweise sekundäre und tertiäre Geschlechtsmerkmale wie Körperbau, einzelne Körperteile und -funktionen sowie die Darstellung des eigenen Körpers mithilfe von Styling oder Kleidung, 2) Verhalten und Tätigkeiten wie der Charakter, Hobbys oder der Beruf sowie 3) Sprache und Stimme.

„Sie steht auf Frauen in der Serie, aber trotzdem mag ich sie, weil jeder kann ja so sein, wie er ist.“

(Aussage einer Befragten, 12 Jahre)

Als Ressourcen, um Weiblichkeit zu definieren, nannten die Kinder äußerliche Merkmale wie eine „schmale“, „kleine“ und „niedliche“ körperliche Erscheinung sowie das sekundäre Geschlechtsmerkmal der weiblichen Brust. Auch lange Haare, die Nutzung dekorativer Kosmetik sowie das Tragen von Absatzschuhen, pinkfarbener Kleidung und Schmuck nutzen die Kinder als Zuschreibungsressource. Die Kinder gehen außerdem explizit auf das Verhalten der Figuren ein und

Eigenschaften wie Zärtlichkeit, Unauffälligkeit, Hilfsbereitschaft, Fürsorglichkeit und Naivität, ein „zickiges“ oder „pingeliges“ Verhalten sowie sexuelle Zurückhaltung werden als weiblich gedeutet. Insgesamt beschreiben die Kinder Rollen als typisch weiblich, die auch aus produktanalytischer Sicht dem traditionellen, stereotypen Frauenbild entsprechen.

„Die macht auch irgendwie Sachen, die Frauen z. B. nicht machen würden, z. B. irgendwie in der Autowerkstatt arbeiten oder so.“

(Aussage einer Befragten, 11 Jahre)

Als Zuschreibungsressourcen für Männlichkeit werden ein kräftiger, großer und muskulöser Körperbau und „kurze Haare“ sowie eine „tiefere Stimme“ von den Kindern angegeben. Auch mithilfe der Attribute „aggressiv“, „cool“, „beschützerisch“, „lässig“ und „machohaft“ sowie aufgrund einer erhöhten sexuellen Aktivität wird das Geschlecht einiger Figuren als für sie typisch männlich konstruiert. Außerdem stellen das Trinken von Bier, das Spielen von Karten- oder Videospiele oder die berufliche Beschäftigung mit Autos und als Bodyguard Aktivitäten dar, mit welchen die Kinder für sie männliche Figuren identifizieren. Auf die Frage, welche Figuren sie als typisch männlich bezeichnen würden, nennen sie Rollen, die ebenfalls in der Produktanalyse als stereotype Entwürfe von Männlichkeit identifiziert wurden.

Es zeigt sich, dass die befragten Kinder auf gesellschaftliche Stereotype zurückgreifen, um Figuren als typisch weiblich bzw. typisch männlich zu beschreiben, und somit gängige Klischees verinnerlicht haben. Interessant ist nun, welche Figuren der Sendung von den Kindern als Lieblingsfiguren präferiert werden und an welchen Rollen sie sich selbst am stärksten orientieren. Hierbei wurde festgestellt, dass die befragten Jungen Figuren bevorzugen, die traditionellen Männlichkeitsentwürfen entsprechen, und nicht typisch männliche Rollen deutlich ablehnen. Im Gegensatz dazu hinterfragen die interviewten Mädchen die angebotenen Figuren, die den stereotypen Rollenbildern entsprechen, durchaus kritisch und stellen von ihnen als typisch weiblich wahrgenommene Figu-



ren als für sie unattraktive Rollen dar. Tatsächlich bezeichnen alle der befragten Rezipientinnen ihre Lieblingsrolle als untypische Frau und beschreiben sie als „beschützend“, „selbstbewusst“ und „lebhaft“. Auch aus produktanalytischer Sicht entspricht vor allem eine favorisierte weibliche Rolle nicht dem typisch weiblichen Gesellschaftsbild: Sie ist bisexuell, erfüllt nur teilweise das gängige Schönheitsideal, ist Automechanikerin und besitzt ein selbstbewusstes Auftreten.

### Interpretation und Fazit

Die Untersuchung zeigt, dass die befragten Mädchen gegenüber den neuen Geschlechterbildern aufgeschlossener sind und dass insbesondere die Rollen, die eine mögliche Dekonstruktion von Geschlecht bieten und

„Ja, die Frauen sagen immer: ‚Uh, na, ok, wollen wir? Ja, wissen wir nicht.‘ Aber Männer brauchen das halt.“

(Aussage eines Befragten, 12 Jahre)

unabhängige, selbstbewusste Frauenfiguren verkörpern, besonderen Anklang bei ihnen finden. Dies lässt auf ein Bedürfnis der Mädchen nach Frauenfiguren schließen, die nicht dem klassischen traditionellen Rollenbild entsprechen. Leider ist das Medienangebot des deutschen Kinderfernsehens diesbezüglich sehr beschränkt (vgl. Götz 2013, S. 39, 830). Und auch die Serie *Berlin – Tag & Nacht* ist bezüglich einer geeigneten Orientierung als fraglich zu sehen, da diese nach medienpädagogischer Einschätzung einen „fragwürdige[n] Umgang mit Beziehungen und Sexualität“ darstelle (Programmerberatung für Eltern e.V. 2013, S. 6). Dies kann durch die produktanalytische Untersuchung der Serie bestätigt werden. Die medienpädagogische Empfehlung ist daher, bestehende Formate des Kinderfernsehens zu überarbeiten bzw. Formate zu entwickeln, welche eine ähnliche Möglichkeit der Dekonstruktion von Geschlecht anbieten. Hierbei sollten mehr unkonventionelle weibliche Figuren in Szene gesetzt werden, die nicht der Darstellung stereotyper Muster entsprechen. Aber nicht nur Mädchen werden durch stereotype Darstellungen eingeschränkt. Traditionelle Geschlechtermodelle bieten Jungen kaum die

„Guck mal, der hat diese komischen Ohrringe, die sehen auch irgendwie schwul aus, finde ich.“

(Aussage eines Befragten, 12 Jahre)

Gelegenheit, ihre Vorstellung von Männlichkeit vielseitig auszubauen. Allerdings zeigte sich durch die Befragung die Schwierigkeit, dass Figuren, welche die traditionellen Männlichkeitsentwürfe auflösen, von den Jungen abgelehnt werden. Rollen, die zwar als Mann identifiziert werden, allerdings von den Kindern mit Attributen beschrieben werden, welche sie als traditionell weiblich definieren, werden von den Jungen abwertend als „schwul“ bezeichnet. Als Erklärungsansatz dient die Annahme, dass von der Gesellschaft als typisch weiblich konnotierte Eigenschaften eher als Zeichen von Schwäche interpretiert werden und stereotype männliche Merkmale als erstrebenswert gelten, weswegen möglicherweise die Jungen sowie die Mädchen Figuren bevorzugen, die als typisch männlich geltende Eigenschaften aufweisen. Somit wird deutlich, dass mit der Aneignung männlich konnotierter Merkmale ein Machtgewinn für die Mädchen möglich wird, wohingegen die Aneignung von traditionellen weiblichen Eigenschaften ein Machtverlust für die Jungen bedeutet, solange gewisse Eigenschaften als typisch weiblich gelten und eher eine gesellschaftliche Abwertung erfahren. Hier gilt es, (medien-)pädagogisch anzusetzen, Vorstellungen von Geschlecht und mediale Männlichkeits- und Weiblichkeitsdarstellungen zu thematisieren und die Kompetenz der Kinder zur Medienkritik zu fördern. Noch wichtiger als der Wandel der fiktiven Geschlechterbilder ist allerdings die Veränderung des realen Geschlechterverhältnisses, in welchem Kinder aufwachsen und welches auch die Mediendarstellungen beeinflusst. Mädchen und Jungen sollten Bezüge zu nicht traditionellen Geschlechterentwürfen im (pädagogischen) Alltag noch stärker geboten werden, wobei empirisch untersucht werden sollte, wie sie vor allem für Jungen an Attraktivität gewinnen könnten.

### Literatur:

**Aulenbacher, B./ Meuser, M./Riegraf, B.:** *Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung.* Wiesbaden 2010

**Beinzger, D.:** *Pädagogische Reflexionen zum System der Zweigeschlechtlichkeit in den Medien.* In: B. Rendtorff/ V. Moser: *Geschlecht und Geschlechterverhältnisse in der Erziehungswissenschaft.* Wiesbaden 1999, S. 201 – 222

**Butler, J.:** *Undoing Gender.* New York/London 2004

**Czollek, L. C./Perko, G./ Weinbach, H.:** *Praxishandbuch Social Justice und Diversity. Theorien, Training, Methoden, Übungen.* Weinheim/ Basel 2012

**Fthenakis, W. E./Schmitt, A./Eitel, A./Gerlach, F./ Wendell, A./Daut, M.:** *Natur-Wissen schaffen (Band 5: Frühe Medienbildung).* Troisdorf 2009

**Götz, M.:** *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen.* München 2013

**Hirschauer, S.:** *Die interaktive Konstruktion von Geschlechtszugehörigkeit.* In: *Zeitschrift für Soziologie*, 2/April 1989/18. Stuttgart 1989, S. 100 – 118

**Mayring, P.:** *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken.* Weinheim/Basel 2010

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS):** *KIM-Studie 2014. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger.* Stuttgart 2014

**Programmerberatung für Eltern e. V.:** *Scripted Reality in Serie: Berlin – Tag & Nacht.* München/Neuried 2013. Abrufbar unter: [http://www.filmmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/Bericht\\_Scripted\\_Reality.pdf](http://www.filmmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/Bericht_Scripted_Reality.pdf) (letzter Zugriff: 10.08.2014)

**Villa, P.-I.:** *Sexy Bodies. Eine soziologische Reise durch den Geschlechtskörper.* Wiesbaden 2006

**West, C./ Zimmerman, D. H.:** *Doing Gender.* In: *Sociologists for Women in Society: Gender and Society*, 2/Jun. 1987/1. London GB/Kansas USA 1987, S. 125 – 151

Nadine Grau schließt gerade ihr Masterstudium Bildungswissenschaften an der Freien Universität Berlin ab. Neben ihrer Tätigkeit als freie Dozentin für Medienbildung in Schule, Jugendarbeit und Familie arbeitet sie seit März 2015 als Medienpädagogin im Medienkompetenzentrum Steglitz-Zehlendorf in Berlin und seit Oktober 2015 als Lehrbeauftragte an der Alice Salomon Hochschule Berlin.



# Im globalen Dorf

Wie Medien unser Leben neu organisieren



Der Kommunikationswissenschaftler Marshall McLuhan war sehr weitsichtig, als er Anfang der 1960er-Jahre den Satz prägte: „The medium is the message.“ Medien seien nicht mehr nur Massenkommunikationsmittel, die Inhalte transportieren, sondern vielmehr eine Komposition von Geräuschen und Klängen, welche die Welt letztlich zu einem „globalen Dorf“ verschmelzen ließen. Als konservativer Katholik sah McLuhan diese Entwicklung eher negativ, er hätte sich lieber in der Gutenberg-Galaxis eingerichtet. Das Internet erlebte McLuhan nicht mehr, doch scheint es seine Vision zu bestätigen. Mit sozialen Medien jeder Art kann der heutige Medienmensch seine Kommunikation über den gesamten Erdball erweitern. Viele dieser Netzwerke sind dabei trotzdem ziemlich inhaltsleer. Viel mehr als der Inhalt zählt es jedoch, Teil einer solch großen Gemeinschaft zu sein.

Zweifellos bietet die mediale Entwicklung vielfältige Erweiterungen unserer Möglichkeiten. Allerdings sind die beim Surfen im Internet hinterlassenen digitalen Spuren für den Staat und die Wirtschaft nutzbar. Algorithmen können daraus Persönlichkeitsprofile und individuell angepasste Angebote erstellen – sei es auf der Suche nach Informationen als auch nach Produkten. Ein großer Teil unseres Gedächtnisses und unseres Wissens wird in das Netz verlagert. Reduziert das unsere Gehirnleistung und fördert es eine zunehmend homogenisierte Wissensverbreitung? Der Philosoph Platon war schon mehr als 300 Jahre v. Chr. überzeugt, dass die Schrift zum Verlust des Gedächtnisses und der Interaktion des Gesprächs führe. Erleben wir heute eine „digitale Demenz“?

Apropos Interaktion: Wird die zwischenmenschliche Kommunikation nicht auch ein Opfer des Smartphones, das oft dominant zwischen den Gesprächspartnern auf dem Tisch liegt und dessen Klingeln den Gedankenaustausch erst einmal unterbricht? Oder befeuert es sogar die Kommunikation, weil es eine direkte Möglichkeit bietet, aktuelle Informationen abzufragen und in das Gespräch einzubringen? Führt das Abschöpfen der Daten von beispielsweise Health-Tracking-Apps dazu, dass Krankenkassen demnächst die Beiträge erhöhen, weil wir uns zu wenig bewegen oder unser Blutdruck viel zu hoch ist?

Wie wird sich unser Leben durch all dies verändern? Erweitern die technischen Entwicklungen unser Denken und unser Gedächtnis – oder zerstören sie unsere Autonomie? Leidet die zwischenmenschliche Kommunikation durch die Attraktivität medialer Alternativen oder wird sie eher angeregt? Wer nutzt unsere Daten, was kann er damit anstellen? Oder anders gesagt: Haben wir unsere Medienzukunft noch unter Kontrolle?

## Anmerkung:

1

Kucklick, C.:  
*Die granulare Gesellschaft.  
 Wie das Digitale unsere  
 Wirklichkeit auflöst.*  
 Berlin 2014

Wie verändert sich unser Zusammenleben durch die Digitalisierung? Dieser Frage geht Dr. Christoph Kucklick in seinem Buch *Die granulare Gesellschaft*<sup>1</sup> nach. Kucklick ist Soziologe und Chefredakteur der Zeitschrift „GEO“. Seine These: Aufgrund der Datenmassen, die digital erfasst werden, erhalten wir eine neue Wahrnehmung von der Welt, infolgedessen sich gesellschaftliche Institutionen auflösen. tv diskurs sprach mit ihm darüber, was das für die klassischen Medien bedeutet.

# „Wir müssen unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren!“

**In Ihrem Buch *Die granulare Gesellschaft* beschreiben Sie drei Revolutionen, die durch die Digitalisierung ausgelöst werden. Worin bestehen diese?**

Im Kern bedeutet Digitalisierung eine Art Messrevolution. Wir sind durch digitale Sensoren, Kameras und Rechner in der Lage, alle Phänomene in unserer Welt – unsere Gesellschaft, Körper, Natur – auf neue Weise zu erfassen: feinkörniger, granularer, wie Computerwissenschaftler sagen. Und das verändert buchstäblich die Wirklichkeit, in der wir leben – so wie einst Galileo Galileis hochauflösendes Fernglas die Realität verändert hat.

Aus der Granularisierung ergeben sich drei große Umwälzungen. Die erste nenne ich die Intelligenzrevolution. Das heißt, die Daten, die bei der Vermessung anfallen, können wir nur noch mithilfe von intelligenten technischen Systemen verarbeiten und auswerten. Ohne sie können wir uns und unsere Welt nicht mehr verstehen. Für unsere Zukunft wird daher entscheidend sein, wie sich Menschen- und Maschinenintelligenz miteinander verbinden. Wir stehen also nicht, wie etwa Bill Gates und Stephen Hawking behaupten, davor, von den Maschinen unterjocht zu werden, sondern werden mit ihnen kooperieren.

Das zweite ist die Differenzrevolution. Sie wird von einem einfachen Umstand mit großer Wirkung getrieben: Je genauer wir messen, desto genauer treten Unterschiede hervor. Beispiel Medizin: Aufgrund der granularen Messungen, die durch digitale Sensoren möglich werden, erkennen Ärzte jetzt die enormen individuellen Unterschiede bei Krankheiten, die sie vorher für ziemlich ähnlich gehalten haben. Schon sagen Forscher, die bisherigen groben medizinischen Kategorien beginnen zu zerfallen, kurz gesagt: Wenn mein Diabetes sich von deinem so gründlich unterscheidet, ist es dann noch dieselbe Krankheit? Ähnliches passiert auch im Sozialen oder in der Politik: Überall verstärken digitale Technologien die Unterschiede. Unsere Gesellschaft wird von Differenzen überschwemmt – damit müssen wir umgehen lernen.

Die dritte Umwälzung bezeichne ich als Kontrollrevolution. Im Medium des Digitalen stellen sich Machtfragen ganz neu: Wem gehören jene wirklichkeitsverändernden Daten? Wer deutet sie? Nach welchen Kriterien? Welche Regelungen benötigen wir? Bisher haben wir darauf relativ wenig Antworten. Das, was in unseren Datenschutzgesetzen formuliert wird, reicht überhaupt nicht aus; die neue Europäische Datenschutzrichtlinie ist ein gutes Beispiel für diese Unzulänglichkeit.

**Bleiben wir zunächst bei der Intelligenzrevolution.  
Wie könnte man die Daten intelligent nutzen?**

Das geschieht ja bereits massenhaft. Google hat eine sehr intelligente Weise erfunden, im Meer des Internets zu navigieren; die (digitale) Sequenzierung des Genoms hat mit neuer Intelligenz unsere Innenwelt erschlossen; Maschinenlernen, Präzisionslandwirtschaft, selbstfliegende Flugzeuge, Frühchenstationen, auf denen hochsensible Sensornetzwerke Leben retten – die Zahl von Beispielen sinnvoller Datenintelligenz ist schier endlos. Dabei ist mein Begriff von Intelligenz nicht sonderlich anspruchsvoll. Ich gehe nicht davon aus, dass diese Maschinen in irgendeiner Weise Bewusstsein haben oder auch nur ansatzweise den ganzen beeindruckenden Umfang menschlicher Fähigkeiten besitzen. Davon sind wir noch sehr weit entfernt. Aber schon unser jetziger Stand maschineller Intelligenz wirft gewaltige Probleme auf. Denken Sie z. B. an selbstfahrende Autos. Wie regulieren wir mehr oder weniger selbsttätig agierende Dinge? Welche Ethik geben wir ihnen? Das sind Fragen, die tatsächlich radikal neu sind in der Menschheitsgeschichte. Bislang haben wir nur menschliche Subjekte als Akteure behandeln müssen, das wird sich ändern. Aber wie? Davon haben wir noch keine Vorstellung.

**Ethische Fragen stellen sich auch durch die Differenzrevolution. Wenn alle Menschen individueller erfasst werden als bisher, führt das dazu, dass Solidarsysteme infrage gestellt werden können, die ja darauf basieren, alle Menschen im Großen und Ganzen als gleich anzusehen. Welche Folgen erwarten Sie von der Differenzrevolution?**

Sehr viele. Versicherungen beginnen etwa damit, kleine Telematikkästen in Autos einzubauen und genau zu verfolgen, wie Autofahrer fahren – um dann jedem gemäß der Fahrweise personalisierte Versicherungsleistungen anzubieten. Ähnliches deutet sich bei Gesundheitsversicherungen an: Wer seine Sportaktivitäten und seine Vitalwerte überwachen lässt, erhält maßgeschneiderte Tarife. Das setzt unsere bisherigen Versicherungssysteme extrem unter Druck, die ja darauf beruhen, dass sie nicht viel über die Einzelnen wissen und daher alle mehr oder weniger gleich behandeln. Auf diesem „Schleier des Nichtwissens“ beruht unser Solidarsystem – und der beginnt sich aufzulösen.

Gilt das auch für den Staat? Womöglich personalisiert auch er seine Dienstleistungen. Die Höhe des BAföG würde sich dann vielleicht nach den individualisierten Profilen von Studierenden richten, die verraten, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass die Studierenden den Kredit rechtzeitig und in voller Höhe zurückzahlen. Auch könnten Steuern extrem differenziert und nach neuen Kriterien erhoben werden.



Wir kommen aus einer relativ grobkörnigen Welt, wo wir nicht genau wussten, was mit den Einzelnen los ist – und haben darum sehr erfolgreiche Sozialsysteme gebaut. Müssen wir jetzt neue erfinden für die granulare Welt? Oder die Granularität in diesen Bereichen verbieten?

**Das heißt, wir müssen uns jetzt entscheiden, was uns wirklich wichtig ist. Man könnte z. B. sagen: Wir wollen gar nicht jeden so individuell erfassen. Uns ist das Solidarprinzip lieber. Dazu müsste sich die Gesellschaft aber bewusst entscheiden.**

Bisher war das keine Frage der Entscheidung, denn wir hatten kaum eine andere Wahl. Nun müssen wir uns politisch neu verständigen. Das schlägt bis auf grundlegende Gerechtigkeitsvorstellungen durch. Die Überlegung, jeden nach seinen Möglichkeiten und Meriten zu behandeln und nicht nach abstrakten Gleichheitskriterien, widerspricht den Überzeugungen der Moderne – aber dahinter stecken durchaus auch alte philosophische Gerechtigkeitsgrundsätze, die nicht per se völlig abwegig sind. Aber der Schritt von dem einen System zum anderen wäre gewaltig und würde ganz viele unserer sozialen Institutionen infrage stellen.



**Damit verbunden ist auch die Frage, ob mehr Individualität zu mehr Egoismus oder zu mehr Empathie führt.**

Zum einen könnte man natürlich erwarten, dass hyper-individualisierte Wesen, zu denen wir werden oder schon geworden sind, eine große Toleranz für die Unterschiedlichkeit der anderen entwickeln – und dass man sich gewissermaßen auf der Gleichheit der Unterschiede zusammenfindet. Das wäre eine zuversichtliche Annahme. Oder werden die Unterschiede unüberbrückbar? Ich habe gerade von einer Studie gehört, die sich damit beschäftigt hat, wie wir im Digitalen potenzielle Partner daten und Beziehungen anbahnen. Ergebnis: Es wird immer schwieriger, ein passgenaues Gegenüber zu finden. Die granularen Unterschiede werden nicht toleriert, sondern führen dazu, dass immer weniger Partner infrage kommen. Das wäre für mich ein Hinweis darauf, dass Sozialformen eher geschwächt werden.

**Kann das zu einem Zerfall der Gesellschaft führen?**

Das ist eine der spannendsten Fragen überhaupt. Ich sehe komplett gegenläufige Entwicklungen. Digitale Medien erlauben uns einerseits ein viel intensiveres Gespräch und mehr Möglichkeiten, uns zu informieren, miteinander in Kontakt zu treten, uns auszutauschen. Andererseits spricht vieles für den Gedanken, dass sich Gesellschaften polarisieren, ökonomisch eh, aber auch sozial. Dass also die Kommunikationen härter werden, dass Leute in ihrer Filter Bubble bleiben oder sich in kleinen Unter-Communities isolieren. Wir wissen noch nicht genau, worauf es hinausläuft. Bislang war ich eher auf der optimistischen Seite und bin gerade im Begriff, die Fragmentierungserscheinungen als bedrohlicher zu empfinden, als ich das noch vor Kurzem getan hätte. Möglicherweise auch aufgrund der aktuellen Ereignisse in Europa und Deutschland.

**Sie schreiben in Ihrem Buch, dass sich durch die Digitalisierung Institutionen auflösen werden. Dazu zählen auch die klassischen Medien. Wie wird sich das entwickeln?**

Es entwickelt sich ja schon. Netflix und andere Streamingdienste bedeuten ja schon eine Auflösung des linearen Fernsehens. Man kann nach seinem eigenen Bedürfnis sein Programm zusammenstellen. Das wird sich meiner Meinung nach durchsetzen, allerdings nicht so schnell, wie es die Befürworter dieser Systeme behaupten. Wie dann Geschäftsmodelle aussehen, was das für den sozialen Zusammenhang, das Gespräch in unserer Gesellschaft bedeutet, ist schwer abzusehen. Es wird auf alle Fälle komplexer werden.

**Von dieser Komplexität könnten aber die klassischen Fernsehsender auch profitieren. Sie können ja die Daten von ihren Zuschauern auswerten und das Fernsehprogramm entsprechend zuschneiden?**

Das passiert bereits. Für viele erfolgreiche Serien, von Breaking Bad über House of Cards bis zu Homeland, wurden die Vorlieben der Zuschauer datenanalytisch durchleuchtet. Damit nähern sie sich Computerspielen an, die ja die am intensivsten analysierten Medien der Erde sind. Die Folge ist zum Glück, dass die Komplexität der Serien steigt – im engen Feedback von Daten und Menschen schrauben sich die Anforderungen an Spannung, also an die in den Serien erzeugte Unsicherheit, immer weiter hoch. Digitale Medien sind, um ein Wort von Natasha Dow Schuell zu benutzen, „anschmiegsame Technologien“ – was, wenn es missbraucht wird, bis hin zur systematischen Erzeugung von Spielsucht – etwa an den Slot Machines von Las Vegas – führen kann.

**Wird es daneben immer noch die berühmten Lagerfeuer geben, vor denen sich die Nation versammelt?**

Man hat vielleicht viele Lagerfeuer, sehr hell brennende und sehr heiße. Aber sie müssen jetzt viel aufwendiger inszeniert werden. Die Lagerfeuer lodern irre schnell auf, was man – im Bösen – etwa bei Anschlägen in Paris im vergangenen Jahr gesehen hat: instante globale Maximalaufmerksamkeit. Oder bei von langer Hand geplanten großen Events, die deswegen auch immer bedeutsamer werden, wie die Fußball-WM.

**Wie sehen Sie die Zukunft der Medienmarken, wie wir sie heute kennen? Unter dem Stichwort „Homeless Media“ wird darüber diskutiert, dass diese sich zunehmend auflösen und in die sozialen Netzwerke verschwinden. Daneben gibt es Inhalte-Aggregatoren, Apps für Smartphones, in die alle Inhalteanbieter zuliefern. Sind soziale Netzwerke und Anbieter von Apps auf lange Sicht die neuen Hausherren für Inhalte?**

Wir erleben einen grundlegenden Wechsel der Plattformen. Bisher waren Verlage, Fernsehsender und Radiostationen die Plattformen, gewissermaßen die Facebooks der Moderne. Das Besondere an ihnen war, dass sie sowohl die Inhalte bereitgestellt haben als auch die Infrastruktur – Artikel und Zeitung, Film und Übertragung. Diese Kopplung zerbricht im Digitalen und die Infrastrukturen, die Plattformen selbst, werden dominant. Der (Mehr-)Wert wandert in die Vernetzung und die datenanalytische Deutung des Nutzerverhaltens.

Die bisherigen „Plattformen“ stehen vor der Wahl, zu reinen Inhalteproduzenten zu werden und sich mit den neuen Herrschern zu arrangieren, wobei die Ökonomie dieses Modells unklar ist. Oder selbst in Formen der Vernetzung zu investieren, ebenfalls hochriskant. Ich vermute, dass Medienmarken reagieren werden, indem sie sich selbst granularisieren. Noch wird das Geld sowohl im Print als auch im Fernsehen mit linearen Angeboten verdient. Aber ich vermute, wir müssen auf sehr vielen unterschiedlichen Kanälen sehr unterschiedliche Sachen machen. Entscheidend wird dabei sein, dass wir anfangen umzudenken und unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren. Ein Artikel, den man digital veröffentlicht, egal wo – sei es in Social Media, auf der eigenen Webseite oder im Netz –, der ist etwas grundsätzlich anderes als ein Artikel, den man auf Papier publiziert. Dort ist es eine Botschaft von uns an den Leser. Im Digitalen ist ein Artikel ein Sensor, der etwas darüber sagt, wer ihn liest, wie mit dem Produkt umgegangen wird. Wir haben eine zweiseitige Kommunikation. Wir senden und gleichzeitig können wir erfahren, was User damit machen. Aber das bekommt man nur heraus, wenn man die Daten, die dabei anfallen, genau analysiert. Anders gesagt: Ein Artikel, der nichts über seine Leser erfährt, ist dumm.

**Als dritte große Umwälzung hatten Sie die Kontrollrevolution genannt. Welche Befürchtungen haben Sie hierbei?**

Die Seuche des Digitalen ist Intransparenz. Auf der einen Seite entsteht Transparenz, nach dem Motto: Wir wissen viel und können viel recherchieren. Auf der anderen Seite sind die technischen Systeme, die das Wissen erzeugen, weitgehend intransparent für uns Bürger. Und das führt zu einem enormen Misstrauen: Die Tatsache, dass wir ausgerechnet werden, aber nicht zurückrechnen können auf die, die uns ausrechnen, ruft Verdacht hervor. Wir brauchen ganz neue Verfahren, um in die Blackbox der technischen Systeme, der Algorithmen Licht zu bringen.

Was mich besonders beunruhigt, ist das Verhalten vieler, auch demokratisch gewählter Regierungen: Durch systematische Überwachungen zerstören sie jenes Vertrauen, das wir benötigen, um Transparenz-Regeln durchzusetzen. Die wahren Schurken, so scheint es oft, sind nicht Datenkonzerne, sondern unsere eigenen Regierungen.

**Fragwürdig ist auch, dass in den USA durch die Politik die Öffentlichkeit in kleine Grüppchen unterteilt wird, sodass die verschiedenen Teile gar nicht mehr wissen, was die anderen machen.**

Der Wahlkampf von Barack Obama ist ein gutes Beispiel dafür. Er hat sein Volk enorm hochaufgelöst, sein Datenteam besaß detaillierte Datensätze über rund 170 Mio. Wähler, Namen, Adressen, Facebook-Freunde und Tausende Datenpunkte mehr. Sie wurden genutzt, um die Wahlbotschaften möglichst passgenau zu individualisieren. Das erzeugt, wie Studien inzwischen ergeben haben, eine komplett andere Dynamik der Demokratie. Es gibt etwa Hinweise darauf, dass diese Form von Datenwahlkampf die Polarisierung im Volk verstärkt: Es wird erzeugt, was dann beklagt wird. Auch werden die uns bislang vertrauten Mechanismen der Meinungsbildung unterlaufen, ohne dass wir wissen, was stattdessen passiert. Man darf sich übrigens nicht der Hoffnung hingeben, dass Deutschland davor gefeit wäre. Eine große Volkspartei hat versucht, den Wahlkampf-Chef von Obama anzuwerben.

**Worüber muss sich die Gesellschaft als Nächstes verständigen?**

Gesellschaftlich wird ganz entscheidend sein, welche Regeln wir finden, um die vielen Chancen, die in der Digitalisierung und in der Erhebung von Daten liegen, zum Guten zu nutzen. Und um gleichzeitig die große Gefahr der Intransparenz und der Misstrauensproduktion abzumildern. Für Medien heißt das: Wie werden wir datenschlau? Wie gehen wir mit den Daten verantwortungsbewusst um, sodass uns auch unsere Leser, User, Zuschauer vertrauen? Und wo und wie finden wir für unsere Inhalte über die bisherigen Medien hinaus gute Orte, um Menschen zu erreichen und damit auch noch Geld zu verdienen? Die Zahl dieser Orte vermehrt sich dramatisch und wird dies wahrscheinlich noch weiter tun. Wir müssen uns neu organisieren, zusätzliche Kompetenzen erwerben und das machen mit unseren Marken, was Novalis schon in der Romantik formuliert hat: Der Mensch sei zu einer Selbstheterogenisierung gezwungen. Ein Monster von einem Wort, aber genau das ist es. Wir müssen auch unsere Marken und unsere Inhalte selbst heterogenisieren. Für sehr viele unterschiedliche Bedürfnisse und auf sehr vielen unterschiedlichen Kanälen gute Sachen präsentieren. Dann werden wir überleben.

Das Interview führte Vera Linß.

# Digitalisierung und Selbstbestimmung

Oliver Zöllner

Die Frage nach der Selbstbestimmung des Menschen stellt sich im Onlinezeitalter umfassender als zuvor. Es sind nicht zuletzt Algorithmen, die als Betriebsmittel der digitalisierten Gesellschaft die Selbstbestimmung des Menschen beeinflussen und einschränken. Am Ende dieser Entwicklung könnten eine Einschränkung der Individualität des Menschen und ein Übergang zu einem „relationalen Selbst“ stehen. Die Ethik dieser neuen paradoxen Art der Selbstbestimmung – unserer freiwilligen Beschneidung von Autonomie – ist noch auszuhandeln.



Menschen in den westlichen Industrieländern leben inmitten der „vierten Revolution“, wie es der Philosoph Luciano Floridi (2014) formuliert: in einer mediatisierten und konnektiven Umwelt, in der sie „always on“ sind (Turkle 2011, S. 151 ff.) und die Grenzen von Realität und virtueller Realität zunehmend verschwimmen. Mehr und mehr richten Menschen ihr Alltagshandeln nach den Erfordernissen der sie begleitenden elektronischen Angebote aus. Portable digitale Geräte, ihre Programme und die zugehörigen Algorithmen sind längst in den Jackentaschen angekommen. Und langsam dringt die Vernetzung auch in die Schaltstellen der alltäglichen Routinen ein: mit per Internet algorithmisch gesteuerten Heizungsthermostaten, Lichtsteuerungen, Kfz-Lenkssystemen usw. – das „Internet der Dinge“ nimmt Gestalt an.

### Selbstbestimmung und Algorithmen

Wie selbstbestimmt ist der Mensch im digitalen Onlife? Handelt hier der emanzipierte Mensch oder der „herrenlose Sklave“ einer programmierten Apparatur, wie ihn Max Weber (1947, S. 800 f.) so berühmt als Denkmuster eingeführt hat und wie er längst auch das Nachdenken über die Zukunft von Arbeit und Gesellschaft kennzeichnet? Die Frage nach der „digitalen Knechtschaft“ (Staab 2015, S. 5), die vorgeblich freiwillig ist (Selke 2014, S. 286), berührt fundamental die Frage nach dem Menschenbild. Seit der Aufklärung geht man vom Ideal des freien Individuums aus, das in eigener, autonomer Entscheidungskompetenz seinen Alltag gestaltet. Diese Gestaltungshoheit wird im digitalen Zeitalter zunehmend eingeschränkt durch Entscheidungen anderer Instanzen. Dies geschieht in einem Geflecht aus permanenten Rückkopplungen mit disparaten Akteuren: in Form von Belohnungen (Boni, Sternchen usw.), Evaluationen (Bewertungen) oder Bestrafungen (Mali bei nicht erfüllten Vorgaben). Mit diesen Machtinstanzen ist der Webnutzer via Angebotsplattformen, Apps und Social Media in eigentümlicher Distanz verbunden. Die hiermit verbundene teilweise Aufgabe von Selbstbestimmung ist bereits in den grundlegenden Kernbestandteil der Digitalität eingeschrieben: in den Algorithmus.

Ein Algorithmus ist ein Verfahren zur Problemlösung in Form eines rekursiven Rechenprozesses, bei dem unvollständig vorliegen-

de Daten kombiniert, korreliert und statistische Wahrscheinlichkeiten des gemeinsamen Auftretens von Variablen ermittelt werden und am Ende auf dieser Basis eine Interpretation erfolgt, die die Basis für eine Entscheidung ist. Die Entscheidung eines Programms also, das Daten-Input als kontinuierlich verbesserte Interpretationsgrundlage behandelt. Wenn Menschen mit ihren Onlinehandlungen einen Algorithmus füttern, beeinflusst der Algorithmus das weitere Handeln des Menschen – er lenkt es gewissermaßen. Dies kann man auch als Einschränkung autonomer Handlungsoptionen verstehen.

Das Prinzip der verminderten Selbstbestimmung im Sinne eingeschränkter Handlungsoptionen findet sich etwa im Algorithmus von Suchmaschinen wieder. Der Nutzer, der den Suchalgorithmus immer weiter mit seinen Daten füttert, lebt irgendwann in einer Art „Filterblase“, in der ihm zunehmend bevorzugt die Suchergebnisse vorgeschlagen werden, die zu seinen bisherigen Suchanfragen passen. Überraschendes wird ihm zunehmend seltener angeboten – das Prinzip lautet: mehr vom Gleichen. Die Apparatur nimmt

**»Wenn Menschen mit ihren Onlinehandlungen einen Algorithmus füttern, beeinflusst der Algorithmus das weitere Handeln des Menschen – er lenkt es gewissermaßen. Dies kann man auch als Einschränkung autonomer Handlungsoptionen verstehen.«**

dem Nutzer gewissermaßen die Rolle des autonom agierenden, heuristischen Entdeckers ab – und wird selbst immer besser. Der Mensch erscheint algorithmisch determiniert. Dies erscheint als eine partielle Aufgabe von Souveränität.

Algorithmen determinieren auch die Kreditwürdigkeit eines Bankkunden (Scoring) oder prognostizieren die Wahrscheinlichkeit von Erkrankungen eines Versicherten. Im Autofahren Algorithmen auch schon mit, entweder per eingebauter Black Box oder via Smartphone. Hier gibt es „ein Protokoll, das

die Entscheidung festlegt, aber es gibt keinen Entscheider“, wie Florian Sprenger (2015) es mit Blick auf selbstfahrende Autos ausführt. Ein Beispiel für die „herrenlose Sklaverei“, die Max Weber bereits vor knapp hundert Jahren konstatierte. Selbstverständlich sind es Menschen, die den Algorithmus einstmals geschrieben haben, aber der Algorithmus verbessert kontinuierlich die Treffsicherheit seiner Entscheidungen auf der Basis neuer eingefütterter Daten.

#### Der freiwillige Zwang zur Verbesserung des Selbst

Beim Self-Tracking, also beim Messen und Abspeichern der eigenen Körperdaten, Aufenthaltsorte und Alltagsverrichtungen, sieht dies ganz ähnlich aus, ist aber meist wohl weniger unbewusst, sondern wird aktiv verfolgt, teilweise als Ausdruck einer Ideologie bzw. neuer kultureller Muster. Der Soziologe Stefan Selke nennt es „Lifelogging“ (Selke 2014). I track myself, therefore I am, so ließe sich dieses Prinzip umschreiben. Auf den ersten Blick steht dahinter eine freie Entschei-

und zu leben, diesen Lebensstil permanent zu dokumentieren und unter Beweis zu stellen und die eigenen Körperdaten mit denen anderer Menschen online zu vergleichen. Dies ist Ausdruck einer Ökonomisierung, in der der Mensch an sich selbst ständig zu arbeiten hat und seine Daten zur Währung und zur Ware werden.

In dem Augenblick, wo nach einer Weile die Selbstvermessung zum erwarteten Standard geworden ist, schlägt die Freiwilligkeit des Self-Trackings in einen Imperativ um: Wer dann nicht sich selbst vermisst und seinen vorbildlich sportiven Lebensstil demonstriert, also nicht am Projekt seiner konstanten eigenen Verbesserung arbeitet, wird letztlich bestraft: etwa durch höhere Versicherungsbeiträge, Abzüge beim Leistungsumfang oder ähnliche Mali. In einem dialektischen Prinzip entsteht hier die Reduktion von Selbstbestimmung just aus dem auf die Spitze getriebenen Projekt einer Freiheit der Selbstverwirklichung heraus. Der Algorithmus der Self-Tracking-Programme erkennt die Abweichungen des Einzelnen vom prognostizierten Durchschnitt aller.

Dieses Autonomieprinzip wird auch ausgehebelt, sobald Menschen sich ständig genötigt fühlen, ihr Handeln und ihre Entscheidungen – etwa wie sie Auto fahren, was sie online lesen, was sie auf Facebook posten oder wie sie ihre Nutzerprofile gestalten – in Orientierung auf andere auszurichten, weil ihre Aktionen permanent beobachtet, getrackt und ausgewertet werden. Dies ist eine Form von Überwachung. Jeder Nutzer etwa von Uber oder von Airbnb muss sich in der Tat die Frage stellen, inwieweit er bei der systeminternen Evaluation seiner Taxifahrt oder gebuchten Schlafgelegenheit noch die Freiheit hat, die Wahrheit über die Qualität der genutzten Dienstleistungen zu sagen, denn häufig abgegebene negative Bewertungen führen irgendwann möglicherweise zur Ablehnung des Nutzers als Fahr- bzw. Übernachtungsgast. Wer öfter nur ein oder zwei Sternchen vergibt, hat bald keine Gelegenheit, Sternchen vergeben zu dürfen. Am Ende steht praktisch der Zwang zum permanenten Lob wider besseres Wissen – oder die Aufgabe der Teilnahme an Social-Media/Business-Amalgamen wie Uber oder Airbnb.

Auch bei klassischen Vernetzungsplattformen wie etwa Facebook ist die Selbstbestimmung tangiert. Die Frage, ob sie sich

dung des selbstbestimmten Menschen: In dem er etwa seine Gesundheitsdaten (Herzfrequenz, Kalorienverbrauch usw.) per „Fitnessarmband“ erhebt, in einer Datenbank abspeichert und sich mit anderen Menschen vergleicht, kann dies ein Ansporn zur gesünderen, sportlicheren Lebensweise sein. Wenn ihm seine Krankenversicherung für dieses vorbildliche und sozial wünschenswerte Verhalten Boni anbietet (etwa in Form von Rabatten oder anderen geldwerten Vorteilen), erscheint dieses freiwillige Verhalten bereits nicht mehr als wahrhaft freiwillig: Es steigt mittelfristig der gesellschaftliche Druck, ge-

**»In dem Augenblick, wo nach einer Weile die Selbstvermessung zum erwarteten Standard geworden ist, schlägt die Freiwilligkeit des Self-Trackings in einen Imperativ um.«**

für oder gegen das Anlegen eines Facebook-Profiles entscheiden sollen, stellt für viele Menschen ein Dilemma dar – wenn sie sich diese Frage überhaupt noch bewusst stellen. Entscheiden sie sich dagegen, droht insbesondere jüngeren Menschen quasi eine „soziale Nichtexistenz“: ohne Neuigkeitsaustausch mit Freunden und Bekannten, ohne Status-Updates oder Party-Einladungen. Aus der Entscheidung für das Einrichten eines Facebook-Profiles ergibt sich zudem das Erfordernis einer aktiven und für viele quasi „alternativlosen“ Zustimmung zu den Geschäftsbedingungen der Firma Facebook, etwa was Rechte an geposteten Bildern und Texten anbelangt.

### Der Übergang zum „relationalen Selbst“

Es deutet sich an, dass in der Webgesellschaft teilweise eine allmähliche Ablösung der Vorstellung der freiheitsgeleiteten, emanzipatorischen Autonomie des Individuums zu beobachten ist. Keineswegs soll hier behauptet werden, der Mensch sei nicht auch schon vor der Digitalisierung in „soziale Netzwerke“ eingebunden gewesen. Wir mussten von jeher unsere Handlungen zwar auch an anderen Menschen ausrichten, haben uns aber Handlungsautonomien erstritten. Das „On-life“ bedeutet jedoch den Übergang vom „individuellen Selbst“ zum Prinzip eines „relationalen Selbst“, das zunehmend von Entscheidungen anderer Instanzen (gleich ob Menschen, Algorithmen oder Organisationen) abhängig und somit auf andere und anderes bezogen ist, ohne dies noch selbstbestimmt steuern zu können (Ess 2014). Es ist die Netzwerkgesellschaft mit ihren zahlreichen mobilen Kommunikationsgeräten, die so „relational“ lebt – wenn auch typischerweise freiwillig und in freudiger Kooperation: Wir scheinen geradezu verliebt zu sein in die sehr bequemen und durchaus nützlichen Anwendungen in unserer Jackentasche – und merken oft nicht, welche Abhängigkeiten und Unfreiwilligkeiten sich aus ihrem Gebrauch ergeben (ebd., S. 626 ff.). Ob in Form von sozialen Onlinenetzwerken oder als Apps: Mediale Technologien, die auf Algorithmisierung beruhen, sind auch Technologien des Selbst, die unsere Identität(en) prägen und zum Ausdruck bringen. Dies hat Folgen: „Praktisch führt die digitale Lebensprotokollierung zu einer Vereinheitlichung

von Lebensentwürfen“ (Selke 2014, S. 242). Sie suggeriert Freiheit, bringt aber Kontrolle und Überwachung mit sich. Die Ethik dieser neuen paradoxen Art der Selbstbestimmung – unserer freiwilligen Beschneidung von Autonomie – ist noch auszuhandeln. Wir stehen am „digitalen Scheideweg“ (Helbing u. a. 2015). Noch können wir uns entscheiden.

»Wir scheinen geradezu verliebt zu sein in die sehr bequemen und durchaus nützlichen Anwendungen in unserer Jackentasche – und merken oft nicht, welche Abhängigkeiten und Unfreiwilligkeiten sich aus ihrem Gebrauch ergeben.«

### Literatur:

**Ess, C.:**  
*Selfhood, moral agency, and the good life in mediatized worlds? Perspectives from medium theory and philosophy.*  
In: K. Lundby: *Mediatization of communication.* Berlin/Boston 2014, S. 617–640

**Floridi, L.:**  
*The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality.* Oxford 2014

**Helbing, D. u. a.:**  
*Digitale Demokratie statt Datendiktatur. Das Digital-Manifest.* 2015.  
Abrufbar unter:  
<http://www.spektrum.de/news/wie-algorithmen-und-big-data-unsere-zukunft-bestimmen/1375933>  
(letzter Zugriff: 10.12.2015)

**Selke, S.:**  
*Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert.*  
Berlin 2014

**Sprenger, F.:**  
*Der Mensch muss Souveränität abgeben. Interview mit H. Staun.*  
In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 06.09.2015 (Nr. 36), S. 46

**Staab, P.:**  
*The Next Great Transformation. Ein Vorwort.*  
In: *Mittelweg* 36, 6/2015/24, S. 3–13

**Turkle, S.:**  
*Alone together. Why we expect more from technology and less from each other.* New York 2011

**Weber, M.:**  
*Wirtschaft und Gesellschaft* (1. und 2. Halbband [= Grundriß der Sozialökonomik, Abteilung III]). Tübingen 1947<sup>3</sup> (zuerst 1920)

Prof. Dr. Oliver Zöllner  
lehrt Medienforschung,  
Mediensoziologie und digitale Ethik an der Hochschule der Medien Stuttgart und an der Universität Düsseldorf.



Fast 80 % aller Deutschen sind im Internet, ihre Zahl steigt weiter. Aber auch die Nutzungsgewohnheiten ändern sich. Zusätzlich zum Mailen und Surfen werden immer mehr Videos und Fernsehinhalte online konsumiert. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Anbieter zu, die ihre Inhalte über das Internet verbreiten. Die Folge: Die begrenzten Kapazitäten werden langsam knapp. Für Netzbetreiber scheint es deshalb attraktiv, ausgewählte Onlinedienste bevorzugt durchzuleiten, um auf diese Weise extra Geld zu kassieren. Finanzschwächere Anbieter hätten dabei das Nachsehen. Eine gesetzlich garantierte, sogenannte Netzneutralität könnte hier für Gerechtigkeit sorgen. Doch Kritiker bezweifeln, dass die im Oktober 2015 von der EU beschlossenen Regeln Gleichberechtigung im Netz sichern können.

Vera Linß

# Kommt das Zwei-Klassen-Internet?

## Neue EU-Regelungen zur Netzneutralität sind umstritten

### Anmerkung:

1  
Quelle: Wikipedia

Ob Netflix, Maxdome, Amazon Prime oder die Mediatheken der Fernsehsender: Bewegtbilder im Netz boomen. Im Jahr 2019 werden 80 % des gesamten Internet-Traffics durch den Konsum von Onlinevideos und Fernsehsendungen hervorgerufen, so Schätzungen des Telekommunikationsunternehmens Cisco. Das Datenvolumen werde dann auf zwei Zettabytes im Jahr wachsen. Damit verschärft sich auch die Konkurrenz um Bandbreiten. Umso wichtiger ist es, dass es klare Kriterien gibt, nach denen Inhalte im Internet durchgeleitet werden. Denn daran mangelt es bislang.

### Gleichbehandlung aller Daten im Internet

Internetaktivisten, aber auch die Landesmedienanstalten und der Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT) zählen deshalb zu jenen, die sich seit Längerem für das Prinzip der Netzneutralität stark machen. Dahinter steht der Gedanke, dass Netzbetreiber alle Daten, die im Internet übertragen werden, gleich behandeln sollten – „unabhängig von Sender und Empfänger, dem Inhalt der Pakete und der Anwendung, die diese Pakete generiert hat.“<sup>1</sup> Das Kernstück der Netzneutralität, den sogenannten Best-Effort-Standard gesetz-

lich festzuschreiben, ist allerdings nicht so einfach. „Best Effort“ bedeutet, dass alle Inhalte schnellstmöglich im Internet übermittelt werden. „Die Hauptfrage ist, ob jeder Inhalteanbieter, der über das Netz seine Kunden erreichen will, zu den gleichen Bedingungen und ohne Zusatzkosten den Kunden erreichen kann“, erklärt Thomas Fuchs, Chef der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH). „Das ist deswegen wichtig, damit Inhalteanbieter nicht benachteiligt werden gegenüber finanzstärkeren Konkurrenten.“

Netzbetreiber sehen die Idee der Netzneutralität jedoch immer wieder kritisch. Denn wenn sie einzelne Inhalteanbieter schneller oder zu besonderen Konditionen durchleiten – wie etwa die Telekom den Musikdienst Spotify –, lassen sich größere Gewinne erzielen. Auch wenn Provider eigene Entwicklungen platzieren wollen, können sie sich durch eine Bevorzugung dieser Produkte Marktvorteile sichern.

#### EU-Verordnung regelt Zugang ins Netz

Inwieweit die EU solche Überholspuren zulassen will, war Teil einer zweijährigen Debatte zur Netzneutralität. Im Oktober vergangenen Jahres wurden dann erstmals gemeinsame europäische Regelungen vom EU-Parlament gebilligt. Die „Verordnung über Maßnahmen zum Zugang zum offenen Internet“ war allerdings umstritten, vor allem wegen ihrer schwammigen Formulierungen. Zwar werde grundsätzlich festgeschrieben, dass alle Datenpakete gleich zu behandeln sind. „Danach gibt es aber jede Menge Ausnahmen, die genau diesen Grundsatz wieder aufweichen“, kritisiert etwa Volker Tripp, politischer Referent beim Bürgerrechtsverein Digitale Gesellschaft e.V. „Diese Ausnahmen sind in einer Art und Weise formuliert, dass es den Telekommunikationsunternehmen möglich ist, Spezialdienste anzubieten und bestimmte Klassen von Daten im Internet schneller durchzuleiten als andere.“ Wie viele Kritiker des Gesetzes befürchtet Tripp die Entstehung eines Zwei-Klassen-Netzes. Wer viel zahlt, kann seine Inhalte besser an den Kunden bringen als finanzschwächere Anbieter. Aber auch unliebsame Konkurrenten lassen sich auf diese Weise durch die Provider ausbremsen. Der User bekommt am Ende nur mit, dass manche Inhalte einfacher, andere schwerer zu bekommen sind. Oder er muss extra zahlen, um bestimmte Dienste nutzen zu

können. Wie realistisch dieser Gedanke ist, wurde einen Tag nach der Abstimmung durch ein Statement von Telekom-Vorstandschef Timotheus Höttges deutlich. Der erklärte, dass auch Videokonferenzen und Onlinespiele als mögliche Spezialdienste betrachtet werden könnten, Anwendungen, für die heute noch niemand Zusatzgebühren bezahlen muss.

Ob es dazu kommt, ist nun maßgeblich von den Institutionen der Nationalstaaten abhängig. Die müssen jetzt definieren, ob und welche Inhalte bevorzugt durchs Netz geleitet werden dürfen. „Ich verstehe den Beschluss so, dass diese Ausnahmetatbestände tatsächlich eng gefasste Ausnahmen sind“, erklärt Tobias Schmid, Vorstandsvorsitzender des VPRT. „Ich glaube, dass die etwas forsche Einordnung z. B. durch die Deutsche Telekom weit über das hinausgeht. Der Beschlusstext des EU-Parlaments führt dazu, dass jetzt die Institutionen auf nationaler Ebene – in diesem Fall also Landesmedienanstalten und Bundesnetzagentur – gefordert sind, klar zu definieren, was gemeint ist.“

#### Inhaltevielfalt im Internet sichern

Dass die Landesmedienanstalten mitreden wollen, haben sie in einer Pressemitteilung Mitte November 2015 bereits klar unterstrichen. Sie müssten „am Prozess der Umsetzung der vom Europäischen Parlament beschlossenen Verordnung zur Netzneutralität beteiligt werden“, heißt es darin. Der ungehinderte Zugang zu Medieninhalten im Internet müsse gesichert werden.

Umgekehrt soll es aber auch für Medieninhalte keine Sonderbehandlung geben. „Der Grundsatz der Netzneutralität muss dem Grunde nach auch aufrechterhalten bleiben“, sagt VPRT-Chef Tobias Schmid. „Eine generelle Ausnahme z. B. für audiovisuelle Dienste halte ich für Unsinn. Das hätte ja auch nur zur Folge, dass einige wenige Finanzstarke sich eine Qualität erkaufen könnten und damit Vielfalt auf der Strecke bliebe.“

Vera Linß ist  
Medienjournalistin  
und Moderatorin.



Angela Keppler

Es ist nicht zu übersehen, dass die ständige Verfügbarkeit mobiler Geräte das heutige Kommunikationsverhalten erheblich beeinflusst. Entgegen der verbreiteten Ansicht jedoch, dass der Einsatz vor allem von Smartphones einen Verfall der Gesprächskultur bewirkt, zeigen empirische Untersuchungen, wie technische Kommunikationsmedien in Gesprächsverläufe eingebunden werden können, ohne deren soziale Funktion zu untergraben.

# Ein Ende der Gesprächskultur?

Über eine vermeintliche Folge der digitalen Medien



## Gestern und heute

In einem berühmt gewordenen Vortrag im wissenschaftlichen Verein der Singakademie Bern widmete sich der Philosoph und Psychologe Moritz Lazarus im Jahr 1876 der Bedeutung alltäglicher Gespräche in menschlichen Gemeinschaften. „Es gibt viele Dinge“, führte Lazarus aus, „die in ihrer Vollständigkeit, Tiefe und Innigkeit nur von uns erfasst werden, wenn sie Gegenstand des Gesprächs sind. [...] Das Gespräch gibt uns nicht nur die lebenserfüllte Tätigkeit, es vermittelt uns auch das Miterleben in der Welt. Vieles begibt sich in der Welt, wenig erleben wir selbst. Vieles ist vormals geschehen, wenig ist direkt zu unserer Kunde gekommen. Durch das Gespräch vermittelt sich uns die Teilnahme an alle dem, was sich begibt. Und auch das, was nur flüchtig an uns vorübergegangen, das, was wir sogar selbst erlebt und wieder vergessen hatten: Im Gespräch erneuert es sich immer wieder“ (Lazarus 1986, S. 36).

Wie aber sieht es damit in unseren Tagen aus? Wir alle machen doch heutzutage die Erfahrung, dass viele der Mitmenschen, die uns in Bus und Bahn gegenüber sitzen oder auf der Straße begegnen, häufig mit einem „Gerät“ der einen oder anderen Art beschäftigt sind. Immer wieder kann man Paare im Restaurant beobachten, bei denen einer von beiden (oder beide) offen oder verstohlen mit seinem oder ihrem Smartphone beschäftigt ist, anstatt Augen und Ohren für den oder die andere zu haben. Überall kursieren Geschichten über die Belästigung durch lautstarke Unterhaltungen, die fremde Menschen am Handy mit einer abwesenden Person führen – sei es im Zug, in der S-Bahn oder auch in den Fußgängerzonen einer Stadt. Damit stellt sich bereits im alltäglichen Leben, erst recht aber in den mit den kommunikativen Verhältnissen befassten Wissenschaften die Frage, wie sich die Digitalisierung auf den öffentlichen und auch privaten Raum der Gesprächskultur auswirkt. Die hierzu immer wieder gehörte Klage lautet, dass alle sich nur noch mit ihren Smartphones, Tablets oder Laptops beschäftigen und nicht mehr mit ihrem jeweils anwesenden Gegenüber, gleich, ob es sich dabei um eine bekannte oder (vorerst) unbekannte Person handelt. Auf einen oberflächlichen Blick scheint daher vieles dafür zu sprechen, dass gerade die beiläufigen Begegnungen von Personen im alltäglichen Kontext immer mehr zu Nichtbegegnungen werden. Dies führt zu der gängigen Folgerung, dass die modernen Kommunikationsmedien die sozialbildende Kraft des Gesprächs unterhöhlt haben oder zumindest dabei sind, diese zu unterhöhlen.

Je intensiver die neuesten Kommunikationsmedien gebraucht werden, desto weniger wird im eigentlichen Sinn kommuniziert: Dieser einigermaßen paradoxe Befund verdient es, kritisch überprüft zu werden. Ziel meines von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierten, an der Universität Mannheim durchgeführten Forschungsvorhabens ist es daher, zu einer empirischen Bestimmung dessen zu gelangen, wie technische Kommunikationsmedien – Handys, Smartphones, Tablets sowie das allgegenwärtige Internet – in die alltäglichen Formen des Gesprächs systematisch integriert werden und zu welchen Veränderungen des interaktiven Verhaltens dies führt. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass sich das kommunikative Verhalten im Zuge der ständigen Verfügbarkeit digitaler Geräte nachhaltig verändert hat. Zugleich aber legen sie nahe, dass von einem zunehmenden Verfall der Gesprächskultur keine Rede sein kann. Denn technische Kommunikationsmedien werden vielfach in die alltäglichen Formen des Gesprächs integriert, weswegen die beiläufige Verständigung ihre Bedeutung für die Erzeugung individueller wie gemeinschaftlicher Orientierungen keineswegs verloren hat. Gerätegestützte und unmittelbar wechselseitige Kommunikation gehen immer häufiger Hand in Hand. Das Display von Smartphones wird zu einem Bestandteil der direkten personalen Interaktion. Es dient dabei der Gewinnung oder Aktualisierung von Informationen, aber auch dazu, gerade in mehr oder weniger öffentlichen Kontexten rein private oder anderweitig heikle Dinge in die Kommunikation einzubringen – Dinge, von denen man eben gerade nicht möchte, dass mögliche Mit Hörer oder Mitseher sie mitbekommen.

### Drei Varianten

Es lassen sich mehrere Varianten dieser Einbettung von Smartphones in die alltägliche Kommunikation unterscheiden. Bei der einfachsten Version erlaubt der Einsatz des Smartphones eine Aktualisierung von Medieninhalten als thematische Ressource innerhalb fortlaufender Gespräche. Ein Beispiel hierfür ist die häufig anzutreffende Praxis, dass über ein Smartphone abgerufene Informationen den anderen Gesprächsteilnehmern laut vorgelesen werden, woraufhin die jeweiligen Inhalte – Fußballergebnisse, Kinostarts, Demonstrationsverläufe usw. – gemeinsam kommentiert und damit aktiv angeeignet werden.

Bei einer zweiten Variante handelt es sich um eine aus dem heutigen Alltag ebenso vertraute Situation: Zwei oder mehrere junge Menschen stehen irgendwo in der Stadt vor einem Geschäft oder sitzen in einem Café. Sie unterhalten

sich und dabei zückt einer oder zücken sogar mehrere ihr Handy, tippen schnell eine SMS oder lesen die neueste Nachricht auf WhatsApp. Das Gespräch geht dabei dennoch weiter; die nebenher erfolgende Beschäftigung mit dem Smartphone, so der Eindruck eines unbeteiligten Beobachters, wird in keiner Weise als problematisch verbucht. Allerdings, so zeigen teilnehmende Beobachtungen, gibt es hier durchaus so etwas wie eine Schmerzgrenze. Ein allzu langes oder allzu intensives Betrachten des Bildschirms nämlich wird kommunikativ hinterfragt und gegebenenfalls gerechtfertigt oder entschuldigt. Für diese Fälle scheint sich mittlerweile so etwas wie eine Kommunikationsetikette etabliert zu haben, von der nicht ohne Weiteres abgewichen werden kann, wenn jeweilige Gespräche einen für alle Beteiligten befriedigenden Verlauf nehmen sollen.

Eine dritte Variante besteht darin, dass Gesprächspartner sich z. B. via Instagram gegenseitig Fotos oder einen Gesprächsverlauf auf WhatsApp zeigen. Dieses Sich-etwas-Zeigen ersetzt jedoch auch hier nicht den verbalen Austausch, denn die Bilder werden fast immer sprachlich eingeführt, kontextualisiert und interpretiert, d. h. in einen Zusammenhang mit dem gemeinsamen Gesprächsverlauf gebracht. Hierbei können gerade auch intime Informationen im öffentlichen oder halböffentlichen Raum ausgetauscht werden, ohne dass Dritte deren Inhalt mitbekommen.

### Modifikationen

Der Stellenwert dieser Beispiele wird deutlich, wenn wir uns zunächst daran erinnern, dass Medien und Medieninhalte seit jeher eine Ressource für Alltagsgespräche sind. Bei der Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften oder dem Verfolgen von Sendungen in Radio oder Fernsehen kann eine Unterhaltung über die betreffenden Inhalte entstehen, oder es wird in einem Gespräch auf Informationen oder Ereignisse Bezug genommen, die man den entsprechenden Medien entnommen hat (Keppler 1994). Mit dem Einzug vor allem des Smartphones in den (Kommunikations-)Alltag der Menschen haben sich jedoch Medienintegration und Medienrekonstruktion in Alltagsgespräche(n) signifikant verändert.

Zwar sind es nach wie vor die gemeinsam rezipierten Inhalte, von denen Impulse für (Anschluss-) Kommunikation ausgehen. Die Rezeption von Smartphone-Inhalten unterscheidet sich jedoch von den früheren Formen der Medienrekonstruktion (vgl. ebd.) dadurch, dass das Smartphone als eine Art „soziales Archiv“ (Keppler 2013, S. 99) fungiert und so die Möglichkeit bietet, komplette Gesprächs-

verläufe, Bilder oder Videos zu speichern und dadurch auch in der konkreten Interaktionssituation nach Belieben wieder abzurufen. Die Aneignung und Überprüfung der „Medieninhalte“ ist so nicht mehr abhängig von einer zu einem früheren Zeitpunkt erfolgten Medienrezeption, sondern diese kann aufgrund der stets in situ anwesenden mobilen Kommunikationsgeräte an den unterschiedlichsten Orten und in den unterschiedlichsten Situationen gemeinsam stattfinden. So wird nicht zuletzt in Face-to-Face-Begegnungen durch den Einsatz der neuen Kommunikationsmedien die Glaubwürdigkeit von erzählten oder berichteten Ereignissen erheblich erhöht, da nun die entsprechenden Quellen in Form eines „sozialen Originals“ (ebd.) direkt in das Gespräch eingespielt werden können. Heutzutage wird daher häufig nicht mehr nur rekonstruierend erzählt, sondern es hat sich auch eine eigene *Praktik des Zeigens* entwickelt, die nicht zuletzt auch zu einer Abwandlung gängiger sozialer Praktiken des kommunikativen Austauschs wie etwa der für die Weitergabe und Stabilisierung sozialer Normen und Werte nicht unerheblichen Gattung des Klatschgesprächs geführt hat.

Diese Vergewärtigungsprozesse sind jedoch keine isolierten Vorgänge, bei dem einer liest oder schaut, während der oder die anderen schweigen, sondern die Informationen werden wechselseitig angeeignet. Dabei wird das mündliche Rekonstruieren gerade nicht obsolet, da die gezeigten Informationen stets sprachlich eingeführt, kontextualisiert und kommentiert werden. Dieses kommunikative Zeigen und die mit ihm verbundene interaktive Aneignung *modifizieren* die hergebrachte Routine des Verweisens, indem sie einen Beitrag zur Lösung des Glaubwürdigkeitsproblems mündlicher Angaben und Erzählungen leisten.

### Fazit

Diese und weitere Varianten des Gebrauchs elektronischer Geräte in alltäglichen Gesprächen können sich zudem mehr oder weniger stark überlappen. Das Smartphone – um bei meinem Beispiel zu bleiben – fungiert in den genannten Fällen als ein gemeinsam geteilter Wahrnehmungsraum, der es den Interaktionsteilnehmern nicht nur ermöglicht, sich auf einen Medieninhalt zu beziehen oder ein mediales Geschehen zu rekonstruieren, sondern auch ein medial vermitteltes soziales Geschehen quasi im Originalzustand in ein laufendes Gespräch zu integrieren. Auf diese Weise wird es möglich, dass auch höchst persönliche Botschaften in spezifischen Kontexten aktualisiert, auf einem Display abgebildet und damit auch auf nonverbalem Weg mitgeteilt werden können.



Die angesichts nahezu jeden neuen Mediums seit der Erfindung der Schrift immer wieder aufkommende Frage, ob es eine Verarmung oder eine Bereicherung der Kommunikation zur Folge habe, erweist sich auch dieses Mal als falsch gestellt. Das Smartphone und seine Verwandten sind keineswegs allein Medien des Sichabschottens, was ja übrigens weit stärker auf das heute viel gerühmte Buch zutrifft. Sie sind zugleich Medien des Teilens von Informationen und Erfahrungen, nicht zuletzt deshalb, weil sie stets auch Medium des Zeigens sind. Kraft ihrer spezifischen Eigenschaften fungieren sie in heutigen Gesellschaften als ein nicht zu verachtender Motor kommunikativer Vergemeinschaftungsprozesse. Auf dem aktuellen Forschungsstand spricht somit vieles für die Auffassung, dass sich auch und gerade in Zeiten einer expandierenden Medientechnologie verlässliche soziale Praktiken nach wie vor in den beiläufig(er)en alltäglichen Gesprächsformen ausbilden. Der Wandel der Verständigungsverhältnisse, in dem wir dieser Tage so unübersehbar stehen, so meine These, vollzieht sich nach wie vor innerhalb der alltäglichen Face-to-Face-Kommunikation, in der diese zwar ein zunehmend verändertes Gesicht gewinnt, ohne aber damit ihre Bedeutung für die Erzeugung individueller wie gemeinschaftlicher Orientierungen zu verlieren.

#### Literatur:

**Kepler, A.:**  
*Reichweiten alltäglicher Gespräche. Über den kommunikativen Gebrauch alter und neuer Medien.*  
In: A. Bellebaum/R. Hettlage (Hrsg.): *Unser Alltag ist voll von Gesellschaft. Sozialwissenschaftliche Beiträge.* Wiesbaden 2013, S. 85 – 104

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

**Lazarus, M.:**  
*Über Gespräche.*  
Berlin 1986

**Weitere Informationen abrufbar unter:**  
<http://mkw.uni-mannheim.de/kepler>

Dr. Angela Kepler ist Professorin für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Mannheim. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Kommunikations- und Mediensoziologie, Film- und Fernsehsoziologie.



# „Big Data ist die Aufklärung für das 21. Jahrhundert.“

## Zehn Fragen an Viktor Mayer-Schönberger

Die Zahl der Daten, die erhoben werden, verdoppelt sich Schätzungen zufolge alle zwei Jahre. Angetrieben durch die Digitalisierung, soll das weltweit generierte Datenvolumen bis 2040 bei 40.000 Exabyte liegen. Big Data lautet der Begriff, der zum einen für diese Datenmassen steht. Zum anderen aber auch dafür, dass sich die Daten aufgrund ihrer Menge nur noch maschinell auswerten lassen. Diese Verarbeitung erfolgt mithilfe von Algorithmen – Computerprogrammen, mit denen Daten erfasst und Verbindungen zwischen den Informationen (z. B. Interpretationen oder Prognosen) hergestellt werden.

Viele Wissenschaftler sehen in der Datenflut große Chancen. „Big Data zeigt uns, wie die Welt wirklich ist“, lautet etwa das Versprechen des Österreichers Viktor Mayer-Schönberger, Professor an der Universität Oxford für Internet Governance, der sich in seiner Forschung mit den gesellschaftlichen Folgen der Nutzung von Big Data beschäftigt. 2013 erschien sein Buch *Big Data. Die Revolution, die unser Leben verändern wird*.<sup>1</sup> tv diskurs wandte sich per E-Mail mit zehn Fragen an den Wissenschaftler.

### 1. Wie würden Sie Big Data definieren?

*Big Data ist eine neue Perspektive auf die Wirklichkeit, die auf der Analyse einer großen Menge an Datenpunkten fußt.*

### 2. Was lässt sich aus den Datenmengen herauslesen – verglichen mit der Zeit vor Big Data?

*Im Kern geht es um ein besseres Verstehen der Welt. In Zeiten von Small Data sammelten und analysierten wir Daten, um damit konkrete Fragen zu beantworten, die wir uns stellten. Mit Big Data können wir uns durch die in den Daten festgestellten Muster zu neuen Fragen inspirieren lassen, von denen wir gar nicht wussten, dass wir sie stellen sollten. So konnte etwa die Informatikerin Dr. Carolyn McGregor in den Daten der Vitalfunktionen von Frühgeborenen Muster finden<sup>2</sup>, die mit einer wahrscheinlichen späteren Infektion korrelieren. Damit lässt sich eine mögliche Erkrankung vorhersagen – 24 Stunden vor dem Auftreten der ersten Symptome. Die Analyse großer Datenmengen kann Menschenleben retten, wie bei diesen Frühchen. Allgemeiner gesagt: Sie erlaubt uns, im Alltag bessere Entscheidungen zu treffen.*

3. **Inwieweit ist es wünschenswert, alles quantitativ zu erfassen?**

Das ist höchst wünschenswert. Die Alternative wäre Ignoranz gegenüber der Welt, in der wir leben – und das Beharren auf Aberglauben, Stereotypen, Ideologien und Befindlichkeiten. Diese Ignoranz hat schon zu viele Menschen das Leben gekostet. Europas zentraler Beitrag zur Menschheitsentwicklung ist ganz zu Recht die Aufklärung. So gesehen ist Big Data die Aufklärung für das 21. Jahrhundert.

4. **„Bei Big Data geht es um das Was, nicht um das Warum“, schreiben Sie in Ihrem Buch. Kann man Big Data also als Ergänzung zum klassischen wissenschaftlichen Arbeiten ansehen?**

Ja – und als Unterstützung. Wir Menschen werden weiterhin nach Ursachen forschen, aber diese Ursachenforschung ist höchst zeit- und geldaufwendig. Es ist daher sinnvoll, sie sehr bewusst einzusetzen. Das „Was“ mithilfe von Big Data zu erkennen, erlaubt uns, die interessantesten Zusammenhänge für die Suche nach dem „Warum“ auszufiltern. Und darüber hinaus pragmatisch auch schon aus dem „Was“ Handlungsanweisungen abzuleiten: etwa im Fall der Frühchen ihnen Medikamente zu geben, bevor die wahrscheinliche Infektion voll ausbricht.



**Anmerkungen:**

1  
Mayer-Schönberger, V./  
Cukier, K.:  
*Big Data. Die Revolution,  
die unser Leben verändern  
wird.* München 2013

2  
Research Matters – Carolyn  
McGregor.  
Abrufbar unter:  
[https://www.youtube.com/  
watch?v=WNccLBzR\\_I4](https://www.youtube.com/watch?v=WNccLBzR_I4)

##### 5. **Wie verändern sich die Medien durch Big Data?**

Das ist schwer zu sagen. Die Entwicklung steht hier noch vergleichsweise am Anfang. Selbstverständlich wird Big Data heute bereits dazu eingesetzt, Konsumpräferenzen genauer zu verstehen – nicht nur, um aus einem Medienangebot entsprechend „passende“ Inhalte auszuwählen, sondern sie auch erst entstehen zu lassen. Manche haben dies kritisiert, weil es nur unsere Vorlieben verstärke und uns nicht mehr mit Unerwartetem konfrontiere. So einfach aber ist es nicht. Denn für den, der Unerwartetes schätzt, wird die Big-Data-Analyse das feststellen und ihm auch Unerwartetes bieten. Auch der Wunsch, überrascht zu werden, ist ja bis zu einem bestimmten Grad vorhersehbar.

##### 6. **Welche Risiken sehen Sie bezüglich eines Missbrauchs von Big Data?**

Viel ist davon zu hören, dass ein langfristiges Speichern und Vorhalten personenbezogener Daten uns stets an unsere Vergangenheit bindet und die Fähigkeit des Menschen zu lernen, sich zu entwickeln, nicht ausreichend reflektiert. Das ist richtig. Aber darüber hinaus sehe ich noch zwei weitere und mindestens ebenso hochproblematische Gefahren des Missbrauchs.

Die erste Gefahr ist, dass wir versucht sind, schon an die Vorhersage zukünftigen Verhaltens Konsequenzen – insbesondere individuelle Verantwortung – zu knüpfen, die Menschen also schon durch die Vorhersage allein zu „verurteilen“. Das wäre in letzter Konsequenz das Ende des freien Willens – eine schreckliche Vorstellung! Gerade deshalb bedarf es eines rechtlichen Rahmens, der festlegt, welche Verwendung von Daten im Kontext von Big Data zulässig ist – und welche nicht (oder nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen).

Die zweite Gefahr ist, dass wir die Big-Data-Analyse, die uns in der Regel nur sagen kann, „was“ passiert oder passieren wird, missbräuchlich interpretieren und auch ein „Warum“ ableiten. Wir Menschen sind geprägt davon, die Welt als Kette von Ursachen und Wirkungen zu sehen – und glauben sehr oft, die Ursachen erkannt zu haben, ohne das dem so ist. Es gibt uns das trügerische Gefühl, die Welt durchschaut zu haben. Deshalb ist jede Big-Data-Analyse stets der Gefahr ausgesetzt, von uns Menschen falsch interpretiert zu werden, indem wir den Ergebnissen der Analyse mehr an Sinn und Bedeutung zumessen, als ihnen zukommt. Dann begeben wir uns in die Abhängigkeit, ja die Diktatur der Daten. Auch das gilt es zu verhindern – durch klare Regeln, aber auch durch Kompetenzarbeit und Aufklärung der Menschen.

7. **Wie können wir sicherstellen, dass dem Einzelnen Handlungsspielraum bleibt? Dass er nicht durch Daten, die auf der Grundlage von Algorithmen erhoben werden, vorverurteilt wird?**

Unter anderem, indem wir für bestimmte Fragen bewusst festlegen, dass wir unwissend bleiben wollen.

8. **Vorurteile oder Annahmen gegenüber Entwicklungen und gegenüber Menschen gab es schon immer. Worin besteht die neue Qualität, wenn Erkenntnisse mithilfe von Algorithmen gewonnen werden?**

Es gibt keine neue Qualität der Algorithmen. Die Algorithmen sind dumm. Die Einsichten stecken in den Daten. Aber auch diesen kommt keine neue Qualität zu. Neu ist „lediglich“ unsere Fähigkeit, die Daten viel umfassender zu sammeln und zu analysieren. Und die Gefahr ist, dass wir Menschen in der Interpretation der Analyseergebnisse versagen. Wir brauchen eine Ethik im Umgang und in der Verwendung von Daten.

9. **Über die Tatsache, dass Algorithmen reguliert werden müssen, wird ja schon seit Jahren diskutiert. Haben Sie den Eindruck, dass wir dabei schon vorangekommen sind?**

Meine Befürchtung ist, dass wir in der Tat beginnen, Algorithmen zu regulieren – und damit die eigentliche Herausforderung, die ja in den Daten und ihrer Analyse liegt, völlig missverstehen.

10. **Wie schätzen Sie das Bewusstsein in der Gesellschaft ein über die Gefahren, die von Algorithmen ausgehen?**

Es ist falsch, geprägt von falschen Meldungen über die „Gefahr“, die von Algorithmen ausgehe. Dieses Fehlverständnis beunruhigt mich.

Die Fragen stellten Vera Linß und Camilla Graubner.

# Die Zukunft der Medien

Einblicke in einen Trendbericht zu den Entwicklungen und Perspektiven von Diffusions- und Fokusmedien

Daniel Hajok

Ein bereits im März 2013 erschienener Trendbericht ging der spannenden Frage nach, wie sich die Mediennutzung hierzulande in den nächsten Jahren verändern wird. Das besondere Augenmerk lag auf den Erwartungen der Nutzer im Moment der Mediennutzung. Der von der Zukunftsinstitut GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main herausgegebene Bericht ist in erster Linie an kommerzielle Medienmacher und Marketingexperten adressiert, um ihnen entlang der 15 wichtigsten Medienkanäle neue Wege zum Kunden aufzuzeigen. Nachfolgend interessieren die dabei prognostizierten Entwicklungen und Perspektiven bei der Nutzung audiovisueller Medien an sich.

## Zwischen Zerstreuung und Fokussierung

Lassen wir uns einmal auf die im Trendbericht vorgenommene zentrale Differenzierung ein, dann lässt sich die Mediennutzung der Menschen heute vor allem entlang ihrer spezifischen Zugänge zu Diffusionsmedien auf der einen und Fokusmedien auf der anderen Seite unterscheiden. Beide Medien-Begriffe klingen etwas sperrig und sind in den Kommunikations- und Medienwissenschaften alles andere als üblich. Wenn auch etwas zu generalisierend und vereinfacht formuliert sowie wichtiger motivationaler Nutzungskontexte beraubt, spiegeln sie dennoch zwei zentrale Rezeptionsmodi heutiger Mediennutzung wider. Wie sich am Beispiel digitaler Spiele zeigt, kennzeichnen sie oft bereits die spezifischen Umgangsweisen der Menschen in einem Bereich – hier die Zerstreuung durch örtlich und zeitlich entgrenztes Casual Gaming, dort das fokussierte Eintauchen in die Welt der Videospiele.

Wenden wir uns zunächst den Diffusionsmedien zu. Hierzu zählt der Bericht neben Fernsehen und Online-TV auch Radio, Social Networks, Medien-Apps, Digital-Out-of-Home, Comics und das Casual Gaming und sieht diese vordergründig als Medien, deren Inhalte die Nutzer ohne allzu konkrete Vorstellungen auf sich zukommen lassen, um sich zu zerstreuen. Bedürfnisse, die auch Langeweile kennzeichnen, sind hier ein zentrales Element. Dabei geht es zum einen um Diffusion an sich, um „die Zerstreuung der Aufmerksamkeit, das ungerichtete Absuchen der Welt mit einem halb-bewussten mentalen Radar“ (S. 21). Zum anderen bieten Diffusionsmedien den Nutzern die Möglichkeit, vor einer inneren Leere zu flüchten, signalisieren ihnen oft, dass alles in Ordnung, die Welt noch da ist.

Fokusmedien werden demgegenüber als solche Medien und Inhalte definiert, auf die sich die Nutzer ganz und gar konzentrieren (wollen). Hierzu zählt der Bericht Bücher, Zeitschriften und Zeitungen, Weblogs, Videospiele, Edel-Serien, Kino und Liveevents, zu denen die Menschen durch das viele (andere) Flimmern und Rauschen des Alltags auch immer mehr getrieben werden: „**Die Gleichzeitigkeit des medialen Interagierens hat einen Retro-Trend ausgelöst: die Sehnsucht, sich endlich mal wieder ganz in Ruhe auf etwas konzentrieren zu können**“ (S. 76). In der Tat kennzeichnen diese beiden gegenläufigen Trends schon heute den Medienumgang vieler Menschen und lassen spannende Entwicklungen erwarten, von denen – fokussiert auf den Bereich des Audiovisuellen – einige nachfolgend skizziert werden.

### Fernsehen und Online-TV

Kommen wir gleich zu der wichtigsten Frage, die uns im Kontext der *tv diskurs* interessiert: die Zukunft des Fernsehens. In der jüngeren Vergangenheit wurde schon oft das Ende des klassischen linearen Fernsehens heraufbeschworen, aber faktisch sind die Deutschen dem Medium auch in Zeiten der sich etablierenden Streaming- und Video-on-Demand-Dienste bis heute treu geblieben – mit kaum veränderter täglicher Sehdauer in den letzten Jahren. In den beiden Beiträgen zum Fernsehen und Online-TV bringt die Trend- und Zukunftsforscherin Anja Kirig allerdings gut auf den Punkt, dass sich der Umgang der Menschen mit dem Fernsehen seit den 1990er-Jahren stark verändert hat und Online-TV erwachsen wird – schon jetzt mit beeindruckenden Umsätzen von TV-Inhalten auf Video-on-Demand-Plattformen, steigenden Werbeausgaben und allem Pipapo.

Ursprünglich ein Distributor überschaubarer Inhalte, die gezielt ausgewählt und im Versammlungsort der Familien aufmerksam verfolgt wurden, hat sich das Programm immer weiter ausdifferenziert und die Nutzung immer weiter individualisiert. Fernsehen – das die Prognose – wird immer mehr zu einem Immer-überall-Medium. Es hat sich längst von einem Fokus- zu einem Diffusionsmedium gewandelt, das – weltweit betrachtet – zwar noch immer steigende Werbeausgaben generiert, aber eben auch aus veränderten Erwartungen heraus genutzt wird: „Fernsehen stößt nicht wegen der Inhalte auf Interesse, sondern wegen des Zerstreuungswertes. **Künftig geht es bei der Frage nach der Zukunft des Fernsehens primär um die Frage nach der Zukunft des Fernseher, also um die Entwicklung der Geräte und nicht um die Entwicklung der Inhalte**“ (S. 23).

Letztlich lässt auch die Trend- und Zukunftsforscherin Kirig keinen Zweifel daran, dass das Fernsehen der Zukunft im Internet läuft. Sie sieht mit den neuen Technologien und alternativen Inhalten Fernsehen als herkömmliches Medium, aber nicht unbedingt abgeschafft, sondern ergänzt, sofern „es sich nicht verängstigt gegen die ‚neuen‘ stellt, sondern sich seine Position als Gerät, als Basis, als Konsole, als Mittel zum Zweck sichert“ (S. 26). Das heißt dann eben auch, dass zukünftig immer weniger linear genutzt wird und die Zuschauer jederzeit „ihre“ eigenen Inhalte abrufen (können) – unterwegs mit den mobilen Endgeräten, zu Hause im teuer erstandenen Ensemble von HD/3D-Hightech-TV.

Jugendliche und junge Erwachsene leben diese Entwicklung weg von vorgegebenen Programmen schon heute aus, wenn sie nicht zappen, sondern Channels abonnieren und das Streaming von TV-Inhalten erwachsen ma-

**»Fernsehen wird immer mehr zu einem Immer-überall-Medium.«**



chen: „Noch ist das virtuelle Flimmern und digitale Rauschen mehr ein Paralleluniversum neben dem klassischen ‚Fernsehen‘, also neben jenem Programm, das nicht von YouTube, sondern von RTL geliefert wird. Vor allem die Digital Natives, die bis 29-Jährigen, sind jedoch nicht länger über den Kabel- oder Antennen-Weg zu erreichen“ (S. 28). Im kritischen Blick des Jugendmedienschutzes haben wir das schon als Erkenntnis verbucht, dass sich Heranwachsende nun auch im Bereich „Fernsehen“ immer weniger in ihren Zugängen beschränken lassen und sie sich zusehends einer elterlichen Kontrolle entziehen.

### Kleine und große Screens überall

Was mit dem Immer und Überall beim Fernsehen bereits angesprochen wurde, wird nirgendwo so deutlich, wie in der Welt der mobilen Alleskönner. Unterwegs sind es die Smartphones, zu Hause die Tablets. Bei den Anwendungen sind es zum einen die Kommunikationsdienste bzw. Soziale Netzwerke, die nach der Expertise der Kulturanthropologin Janine Seitz als Lieferanten von Unterhaltung und Information längst Begleit- und Zerstreuungsmedien sind, aber eben auch „Zeitfresser“. Dennoch – das der von ihr identifizierte Trend – treiben die sozialen Netzwerke „die Konvergenz von Unterhaltung und Publikation weiter voran“ (S. 34) und lassen die Menschen verstärkt visuell mit Bildern kommunizieren, was sich aktuell mit der großen Bedeutung von Instagram im Alltag junger Menschen beobachten lässt.

Hervorzuheben sind zum anderen Medien-Apps, mit denen sich mobil auch alle klassischen Medienformate nutzen lassen: Serien, Zeitung, Radio – alles kein Problem. Nach Auffassung von Janine Seitz wird damit auch in

Deutschland ein Trend um sich greifen, der sich seit Jahren bereits in den USA beobachten lässt. „Second Screen“ ist hier das Schlagwort und hebt die uns bereits vertraute Parallelnutzung von Medien auf eine neue Stufe: „Die simultane Verwendung eines mobilen Endgerätes, während der Nutzer ein weiteres Medium konsumiert, wird in Zukunft stark ansteigen. **Smartphone- und Tablet-Apps werden zum Second Screen, zum zweiten Bildschirm, sowohl neben TV oder Computer wie auch neben Printmedien und Radio**“ (S. 41). Nicht wenige von uns diskutieren ja heute schon online den *Tatort*, den sie gerade sehen.

Zumindest in urbanen Landschaften werden die Menschen noch mit ganz anderen Screens konfrontiert. Die Rede ist von den unzähligen LED-Bildschirmen, Videoboards und Infoscreens, die in dem Beitrag von Nicola Steffen unter dem Label „Digital-Out-of-Home“ (DOOH) verhandelt werden. Die über 3.700 Doppelbildschirme, die seit dem Jahr 2000 in den Berliner U-Bahnen die 15-Min.-Schleife des Fahrgastfernsehens *Berliner Fenster* präsentieren, sind hierzulande ein „Pionier“ und erreichen mit ihrer Mixtur aus Nachrichtens, Magazinformaten, Veranstaltungstipps, Fahrgastinformation, Werbung und Zuschaueraktionen fast jeden der täglich ca. 1,5 Mio. Fahrgäste.

Digitale Außenwerbung – das der vermutete Trend – wird zukünftig noch weiter an Bedeutung gewinnen und die Mediatisierung unseres Alltags gerade in den Sphären, in denen viele Menschen aufeinandertreffen, vorantreiben. Denn zum einen lassen sich die Inhalte der DOOH-Medien auf die Zielgruppen und Nutzungssituationen anpassen – die damit verbundene Hoffnung auf eine erhöhte Aufmerksamkeit der Zuschauer ist nicht unbe-

gründet. Längst etabliert haben sich deshalb schon heute spezielle Formate für die Berufspendler am Morgen und die Partygänger am Abend. Zum anderen befinden sich die Bildschirme, Boards und Screens häufig an Orten, an denen sich die Menschen die Zeit vertreiben wollen, müssen – wie auch immer: „Digitale Außenwerbung wird daher eher als willkommene Ablenkung empfunden statt als Störfaktor“ (S. 46).

### Kino, DVDs und Serien

Nun zu einigen Trends bei der Nutzung von Fokusmedien, also auf die Angebote unserer Medienwelt, auf die wir uns noch immer (oder wieder) voll und ganz konzentrieren können. Hervorzuheben ist hier das Kino: Wir wählen uns einen Film bewusst aus, investieren Zeit und Geld, beschäftigen uns vielleicht schon vorher mit dem, was uns erwartet, und tauchen dann im geschützten Raum des Kinos in die Handlung ein, ohne dass uns ein Werbeblock oder Dinge, die wir sonst noch nebenher erledigen wollen, das Gesamterlebnis verhaselt. Wir treffen dabei auf einen nicht zuletzt durch die technischen Entwicklungen der letzten Jahre veränderten Kinomarkt: „**Neue Sinneserlebnisse lassen die Blockbuster boomen, neue Zielgruppen und Techniken die Nischenfilme**“ (S. 92).

Ohne allzu sehr den Blick in die Glaskugel zu wagen, skizziert Kirig zwei interessante Entwicklungen: Zum einen wecken neue Techniken (Stichwort: 3-D) speziell bei den Jüngeren wieder die Lust auf Kino. Auf visueller Ebene immer realistischer umgesetzte Fantasy- und Heldenepen bieten ihnen – weit über die klassische 90-Min.-Filmlänge hinaus – die Möglichkeit, in andere Welten zu versinken. Zum anderen ziehen gerade die Kinos und Filme, die

**»Digitale Außenwerbung wird zukünftig noch weiter an Bedeutung gewinnen und die Mediatisierung unseres Alltags gerade in den Sphären, in denen viele Menschen aufeinandertreffen, vorantreiben.«**



Realität und Zeitgeist leben, immer mehr die älteren Semester an. Immer mehr Kinobesucher sind schon lange erwachsen. Markant auch die transmedialen Effekte, die Vermarktung von Filmen als Hörspiel, digitales Spiel, Comic oder als Buch, das als klassisches Fokusmedium im Markt prognostizierter Umsatzsteigerungen oft auch zur Filmvorlage wird. Wo man hinschaut – Konvergenz.

Eine rosige Zukunft wird im Trendbericht den High-Definition-DVDs vorausgesagt. Die hierfür zugrunde gelegte Prognose von PwC (PricewaterhouseCoopers) weist einen rasanten Anstieg beim Absatz der Silberlinge in Deutschland von 22 Mio. Stück im Jahr 2012 auf 48 Mio. im Jahr 2016 aus, der in der Zwischenzeit von PwC sogar noch deutlich nach oben korrigiert worden ist. Kirig leitet aus diesen und anderen Zahlen ab: „DVD-Editionen werden zu Liebhaberobjekten, während Video-on-Demand-Verkaufszahlen explodieren“ (S. 118). Neben Kinofilmen werden so auch zunehmend beliebte Fernsehserien, allen voran die aus dem Hause HBO, eben nicht mehr nur mit einer Fernsehausstrahlung für unsere Wohnzimmer vermarktet.

In dem ursprünglich vom Fernsehen aufgemachten Bereich der Mediennutzung ist die fokussierte Rezeption populärer Serien wie *Die Sopranos*, *Breaking Bad* oder *Game of Thrones* via DVD, Blu-Ray oder Video-on-Demand sicher die spannendste Entwicklung der letzten Jahre. Mit ihren parallelen Handlungssträngen, komplexen, widersprüchlichen Charakteren, in sich nicht abgeschlossenen Folgen fordern sie die Zuschauer heraus und entwerfen eine neue Kultur neben dem Fernsehen: „Die neue Serienkultur ist die einer post-bürgerlichen Elitenkultur, die mit voller Aufmerksamkeit bewusst das Medium Serie zelebriert“ (S. 121).

### Auf dem Weg ins „Storyversum“?

Zerstreuung und Fokussierung sind nun wirklich nicht die einzigen, ohne Frage aber zwei wichtige Parameter unserer Mediennutzung. Lassen wir uns auch abschließend auf die Perspektive des Trendberichts ein, dann hat es die Menschen in der Welt digitaler Medien bisher vor allem zu Diffusionsmedien getrieben. Sie bieten ihnen wichtige Serendipity-Momente, unerwartete freudvolle Entdeckungen, zufällige Glücksfunde, wie auch immer man es übersetzen will. Mit den kleinen und großen Screens als allgegenwärtige Träger medialer Inhalte hat sich die Aufmerksamkeit der Nutzer weiter gewandelt: „Medien werden zunehmend gleichzeitig und unterwegs genutzt. Das heißt, die Nutzer hören gleichsam nur mit halbem Ohr zu – und das bedeutet auch, dass die Inhalte sich verändern. Je kürzer, knapper und knackiger, desto besser, lautet das Credo von erfolgreichen Diffusionsmedien-Machern“ (S. 126).

Wenn wir nun den Gegentrend hin zu den Fokusmedien beobachten, dann zeugt das auch von dem Wunsch der durch Flimmern und Rauschen des Alltags gehetzten Menschen nach Veränderung – wohlgemerkt nicht weg von Medien, sondern nur von den einen zu den anderen. „Im allgemeinen medialen Overload steigt das Bedürfnis der Nutzer, sich mal wieder ganz in Ruhe auf etwas konzentrieren zu können, vom lärmenden Alltag abzuschalten und sich vielleicht sogar (z. B. im Kino oder an der Spielkonsole) ganz und gar in eine fantastische Traumwelt zu begeben. Ziel der Fokusmedien-Macher der Zukunft wird es sein, ihre Nutzer – durchaus auch gegen Geld – vor Unterbrechungen zu schützen“ (S. 127). Neue technische Entwicklungen werden hier dazu beitragen, dass die Nutzererfahrungen ganz-

heitlicher werden. Virtual-Reality-Brillen sind bereits auf dem Markt, die Arbeit an haptischen Technologien läuft längst auf Hochtouren.

Die zentrale Prognose des Trendberichts lautet, dass transmediales Erzählen an Bedeutung gewinnen und die auseinanderdriftenden Welten von Diffusions- und Fokusmedien neu verbinden wird. „**Statt von einer linearen ‚Storyline‘ auszugehen, die von einem einzigen Erzähler chronologisch runtergezählt wird, werden die Medienmacher der Zukunft in räumlichen ‚Storyversen‘ denken**“ (S. 128). Und vielleicht umgibt uns dann tatsächlich ein „Storyversum“, in dem sich die Geschichten, die uns in ihren Bann ziehen, aus vielen verschiedenen, an unterschiedlichen Punkten berührenden Erzählsträngen entfalten. Das heißt dann auch, dass sich die Grenzen zwischen Autor und Leser, Regisseur und Zuschauer weiter auflösen werden. Diese Sicht auf die Dinge ist alles andere als neu. Aber irgendwie befeuert der Trendbericht auch das Unbehagen, dass wir uns in diesem mediatisierten Durcheinander nun doch verlieren.

Seitz, J./Kirig, A./Kelber, C./Huber, T./  
Horx, M.:  
*Zukunft der Medien. Die neuen Wege  
zum Kunden.*  
Frankfurt am Main 2013

**»Die zentrale Prognose des Trendberichts lautet, dass transmediales Erzählen an Bedeutung gewinnen und die auseinanderdriftenden Welten von Diffusions- und Fokusmedien neu verbinden wird.«**

Dr. Daniel Hajok ist  
Kommunikations- und  
Medienwissenschaftler  
sowie Gründungsmitglied  
der Arbeitsgemeinschaft  
Kindheit, Jugend und  
neue Medien (AKJM).



# Die Zukunft des visuellen Erzählens

Für die Geschichtenerzähler ist die gefilmte Realität in 360 Grad, auch Virtuelle Realität (VR) genannt, eine ebenso große Entwicklungsstufe, wie es die Fotografie und der Film vorher selbst waren. Dieses Format stellt uns vor neue technische und erzählerische Herausforderungen, die unsere bisherigen Kenntnisse zum filmischen Erzählen zu hinterfragen scheinen.

Robert Cibis

## Neues Erzählen mit IMAX 3D?

Ich war gerade frisch nach Frankreich gekommen und neu an der Sorbonne Nouvelle, um Filmwissenschaft zu studieren, als ich zufällig einen Vortrag von Jean-Jacques Annaud hörte. Es war das Jahr 1995. Der französische Regisseur hatte mit seinem ersten Film einen Oscar gewonnen und eine Reihe hochinnovativer Projekte umgesetzt. Er berichtete von seinem Spielfilm *Les ailes du courage* (1995), dem weltweit ersten Spielfilm in IMAX 3D.

Annaud erzählte den mit offenen Mündern lauschenden Studenten, dass das Filmemachen nun neu erfunden werden müsse: Da die Zuschauer den Bildrand praktisch gar nicht mehr sehen könnten, dürften nur extrem langsame Kamerabewegungen durchgeführt werden. Das Schuss-Gegenschuss-Prinzip, welches z. B. bei Dialogen angewendet und bei dem zwischen zwei Kameras hin- und hergeschnitten wird, sei nun unmöglich geworden. Beim Zuschauer würde Verwirrung entstehen, wenn er von der einen Stelle im Raum zur anderen springen müsse, nur um einem Gespräch zu folgen. Auch die Räumlichkeit sei eine ganz andere: Man würde mit Weitwinkelobjektiven arbeiten, in welchen Menschen und Objekte in spürbarer, unterschiedlicher Distanz zur Kamera eine Spannung aufbauen könnten. Die riesigen Leinwände in IMAX-Kinos würden es möglich machen, dass sich die Zuschauer frei im Bildraum „bewegen“ könnten. Eine Nahe mache damit nur noch im Fernsehen Sinn.

Ich musste an diesen Vortrag denken, als viele Jahre später 3-D endlich zu einem Mainstream-Standard wurde – dank der Möglichkeit, in vielen Kinos digital zu projizieren und dank des Films *Avatar* (2009). Ich hatte nicht nur das Privileg, selbst in diesem Format zu drehen, sondern durfte auch unzählige Konferenzen zum Thema besuchen. Der Tenor war identisch: kurze Brennweiten, langsame Bewegungen, Arbeiten mit der Tiefe des Bildes, bloß kein Schuss-Gegenschuss, innerhalb einer Szene am besten gar nicht schneiden.

### Was machen die Zuschauer heute mit?

Zum jetzigen Zeitpunkt jedoch muss man konstatieren: All das war Quatsch! Heute sind Filme in IMAX und/oder 3-D schneller geschnitten und haben mehr Schuss-Gegenschuss-Einstellungen als die „normalen“ Kinofilme in den Jahrzehnten davor. Einige Filme in 3-D und IMAX krönen sogar die langen Brennweiten zu ihrem beliebtesten Stilmittel (vgl. *Drive Angry* [2011] mit Nicolas Cage). In diesen Bilderwelten ist die Distanz zwischen den gefilmten Objekten fast aufgelöst. Rasante Kamerabewegungen und Einstellungen, die kürzer als eine Sekunde sind, gehören zum Standardrepertoire der Erzähler.

Der Grund für diese Entwicklung? Die Zuschauer kommen damit besser als früher zurecht. Das bewegte Bild ist zu einer Art Grundversorgungsmittel der Kommunikation geworden. Es dient den heutigen Menschen von Geburt an als Informations- und Unterhaltungsmittel. Weil Menschen aktuell viel mehr schauen als ihre Vorfahren, können sie auch viel „schneller“ schauen.

Da sie zudem so viele Geschichten gesehen und gehört haben, muss die Komplexität der Erzählführung auch bei Blockbustern zunehmen, um attraktiv zu bleiben. Wer hätte gedacht, dass der mit fünf Erzählebenen verschachtelte Film *Inception* (2010) zum Mainstream-Kassenschlager mit einem Einspielergebnis von 826.000 US-Dollar wird und damit in derselben Liga spielt wie die erfolgreichsten *James Bond*- oder *Spider Man*-Filme – und das sogar ohne Media-Franchising zu nutzen?

#### Die Geschichte wiederholt sich

Es scheint, als müsse bei jedem neuen technischen Format die Filmgeschichte im Schnelldurchlauf absolviert werden. Analysiert man die ersten Tonfilme aus den 1930er-Jahren, finden wir die gleiche Tendenz: theaterhafte Inszenierungen, wenig Bewegung mit der Kamera, kurze Brennweiten – als ob es die Zeit von 1900 bis 1930 gar nicht gegeben hätte. Die ersten Tonfilme erinnern fast an die ersten Filme der Filmgeschichte: Jede Szene ist in einer Einstellung gefilmt. Die Figuren bewegen sich wie auf einer Theaterbühne. Die Menschen sind durch die extreme Realitätsnähe des Mediums eingeschüchtert. Kein Wunder! Der Sprung vom gemalten Bild zum Foto und vom Foto zum Film ist atemberaubend, wenn man sich die Steigerung des Wirklichkeitswertes vor Augen führt. Dies verleitet zu dem Gedanken, dass man gar nicht mehr erzählen muss, was passiert, wie es aussieht, wie es sich anfühlt. Man kann es ja einfach filmen. Doch dies ist ein Trugschluss. Filmer müssen genauso verdichten wie Maler oder Schriftsteller. Und: Sie müssen mutig sein. Denn mehr als in den anderen Medien ist der Filmemacher gezwungen, in seiner Arbeit die Realität zu (ver)formen.

Andere Erzähler müssen die Welt, von der sie erzählen wollen, überhaupt erst einmal nachvollziehbar wiedergeben können. Der Filmemacher muss sich die ganze Zeit bemühen, Elemente aus der Wirklichkeit zu betonen, indem er andere in den erzählerischen Hintergrund treten lässt. Auf visueller Ebene passiert das z. B. durch Dunkelheit, Überbelichtung, Unschärfe, Bewegung oder die Perspektive. Filmemachen ist, die Realität so weit zu „zerstören“, bis nur noch das sichtbar ist, was der Zuschauer sehen soll. Die Abstraktion entsteht durch Weglassen. Deswegen haben die Erzähler mit dem Farbfilm, dem Tonfilm, Cinemascope, IMAX und 3-D immer wieder die Abstraktion neu „erfunden“.

#### Eine neue Epoche startet 2016

Im Jahr 2016 stehen wir mit der Virtuellen Realität an einer Epochenschwelle. Diese Technik wird für jedermann zugänglich – und damit ergibt sich eine neue Plattform für das Filmemachen. Das Besondere ist, dass der Zuschauer das Gefühl bekommt, sich in einer anderen Wirklichkeit zu befinden. Das gesamte Sichtfeld des Zuschauers ist mit einer Monitorbrille eingenommen, welche für jedes Auge ein eigenes Bild wiedergibt, das der Blickrichtung und Perspektive entspricht. So bekommt er die Wirklichkeit in Echtzeit simuliert. Das Gleiche passiert mit dem Ton. Die Kopfhörer geben die Geräusche so wieder, wie sie der Körperhaltung des Zuhörers entsprechen.

Wieder ist die Möglichkeit, Realität noch wirklichkeitstreu abbilden zu können, erst einmal Anlass, die etablierte Filmsprache zu hinterfragen. Und fast wörtlich sind Debatten und Artikel dazu Pamphlet für die Rückkehr zu den Kurzfilmen der Gebrüder Lumière. Es reicht, einen Zug in den Bahnhof einfahren zu sehen – und man ist verblüfft. Ja, das ist man tatsächlich! Und doch sehnt man sich nach ein, zwei Filmen in Virtueller Realität doch vor allem wieder danach, gute – also verdichtete – Filme zu sehn.

Wie anfangs bei IMAX und 3-D, ist auch hier die Technik noch so schwer und kompliziert, dass man sich scheut, viele Einstellungen und Kamerabewegungen zu machen. Bei einem derartigen technischen (Material-)Aufwand ist es nicht verwunderlich, dass anstelle der Bildgestaltung erst einmal der Versuch steht, die Technik zu beherrschen.

#### Neues Erzählen in Ich-Form

Was bei einem Roman ganz normal ist, finden wir im Film nur ganz selten, nämlich, dass ganze Szenen oder Filme aus der Subjektive gefilmt sind. Der Grund ist vielleicht ganz banal: Man identifiziert sich eher mit Menschen, die man sieht, als mit Menschen, die man nicht sieht. Für viele Filmemacher ändert sich das bei Projekten in Virtueller Realität. Denn das Gefühl, völlig in eine andere Welt einzutauchen, wird noch stärker und vor allem schneller als beim traditionellen Film vermittelt. Dies führt Filmemacher nun häufig zu dem Gedanken, eine Geschichte in visueller Ich-Form zu erzählen. Das glückt auch manchmal: In *Catatonic* (2015) von Guy Sheldine ist die Ich-Figur an einen Rollstuhl gebunden und wird durch eine Horror-Irrenanstalt geschoben, bis er/sie selbst von einem angsteinflößenden vermeintlichen Arzt behandelt wird. So ist die Identifikation leicht. Schließlich haben die Filmfigur und auch der Zuschauer keinen Einfluss darauf, was passiert. Beide sind Opfer der Handlung.

## Neue dokumentarische Möglichkeiten

Auch die hyperrealistische Wiedergabe von „echten“ Ereignissen liegt auf der Hand. Obwohl komplizierte Technik ja typischerweise eher zuerst im Spielfilm eingesetzt wird, verhält sich das bei VR anders. Es gibt weitaus mehr dokumentarische Produktionen in diesem Format als Spielfilme. Einer der vielen Gründe dafür ist möglicherweise das Gefühl, dass der Filmemacher eine Situation nun endlich so zeigen kann, wie sie tatsächlich ist. Eigentlich also kein Wunder, dass die ersten Filme überhaupt auch Dokumentarfilme waren. Sie stammten von den bereits erwähnten Gebrüdern Lumière. Filmen für die Virtuelle Realität soll dem Zuschauer die „echte Situation“ ohne Verfremdung vermitteln können. Er kann sehen, was er will, er kann aussuchen, in welche Richtung er schaut. Er ist technisch wie in die Situation „gebeamt“. Das ist das Verkaufsargument für die neue Technik.

Aber das ist eine Fehlvorstellung. Einfaches Abfilmen bleibt auch in diesem neuen Format langweilig. Es gibt eben auch dokumentarisch ganz neue Möglichkeiten, die der Film *Simon* von James Hedley wunderbar zeigt. Er porträtiert das Leben eines jungen Mannes mit frühkindlicher Hirnschädigung. Man hört ihn berichten und sieht ihn am selben Ort gleichzeitig Verschiedenes machen – je nachdem, in welche Richtung man schaut. Was eigentlich eine surreale Bildkombination in 2-D wäre, erscheint wie eine Bildmontage, die der Zuschauer dann selbst durchführt, indem er auswählt, wohin er schaut. Schließlich ist das Besondere bei Filmen in Virtueller Realität, dass man nicht alles auf einmal sehen kann.

## Neues Raumverständnis

In diesem Format kann die surreale Erfahrung auf eine neue Ebene gebracht werden. Bei dem in unserer Produktionsstruktur entstandenen Film *Viens!* von Michel Reilhac (Premiere Sundance 2016) wird ein betörendes Schwindelgefühl erzeugt: Ein Sexualakt mit sechs Menschen wird abstrahiert, indem die Räumlichkeit aufgehoben wird. In allen möglichen Richtungen findet Handlung statt, auch nach oben und unten, aber wo in dem Film oben oder unten ist, kann man nach ein paar Minuten nicht mehr nachvollziehen. Der Zuschauer sieht Menschen, die sich im überstrahlten Weiß lieben, aber kann nicht mehr beurteilen, aus welcher Richtung die Kameras eigentlich gefilmt haben. Virtuelle Realität heißt technisch, dass man einen Ort virtuell nachbaut. Und in der Virtualität ist alles möglich.

## Heimspiel für Animationsfilme

In digitalen Animationsfilmen erscheint der Übergang in dieses Format am „natürlichsten“. Eigentlich gibt es dafür nur einen Grund: Computeranimation hat ja schon virtuelle Figuren erschaffen, die man von allen Seiten anschauen kann, sodass die „Erweiterung“ des Bildes auf den 360-Grad-Horizont mit relativ wenig Mehraufwand im Computer umgesetzt werden kann und somit den Produktionsablauf nicht hinterfragt. Filme wie *Jurassic World: Apatosaurus* von Félix Lajeunesse und Paul Raphaël illustrieren das wunderbar.

## Was bedeutet diese Entwicklung?

Zuallererst bedeutet sie, dass die größte, realistische Wirklichkeitserfahrung nicht mehr im dunklen Kinosaal stattfinden muss wie bei Annauds Projekt, sondern überall – je nachdem, wo man sich mit dem Headset bewegt.

Zusammenfassend muss man feststellen, dass es keinen Grund gibt, in Virtueller Realität die schon erlernte Bildsprache über den Haufen zu werfen. Trotzdem bringt sie die Filmwelt in eine neue Dimension. Die größte Neuheit ist die Intimität der Filmerfahrung. Die simulierte Wirklichkeit will alle Sinne ansprechen, um den Kontakt zur „wirklichen Wirklichkeit“ zu unterbinden und den Effekt der Immersion zu steigern. Man kann einen VR-Film nur alleine schauen. Schon deshalb geht es hier um etwas grundsätzlich anderes, als einen Film im Kino, TV oder auf dem Tablet zu sehen. Die Virtuelle Realität steht exemplarisch für eine neue Stufe der Atomisierung der Gesellschaft.

Das Smartphone, welches uns global vernetzt, ist nun das Tor zu einer Kulturerfahrung, welche wir in einer neuen Einsamkeit erleben. Wenn wir heute einen Film in Virtueller Realität sehen wollen, müssen wir ihn in einem App-Shop kaufen und mit Kreditkarte bezahlen – sowohl dieser Laden als auch das Geld, mit dem wir bezahlen, sind ja schon virtuell und trotzdem Teil unserer gewohnten Wirklichkeit.

Robert Cibis ist Filmregisseur und Produzent für OVALmedia. Außerdem leitet er den Filmtechnikverleih OVALequipment für Virtuelle Realität und Kinofilme.



Klaus-Dieter Felsmann

# Mit Glühwein gegen die Apokalypse

Philipp Ruch, Aktionskünstler und als solcher Gründer des „Zentrums für politische Schönheit“, hat ein Manifest veröffentlicht, in welchem er im Vorwort eine bedrückende Ahnung ausspricht: „Wir leben womöglich im Anbruch des genozidalsten Jahrhunderts der Weltgeschichte.“ Meine erste Reaktion auf diese düstere Vision war Widerspruch. Wie kommt der Mann zu solch einer finsternen Prognose angesichts der nicht steigerbar scheinenden Grausamkeiten des vorigen Jahrhunderts mit Holocaust, Gulag und dem Völkermord an den Armeniern oder im afrikanischen Ruanda? Dennoch ließ mich Ruchs Gedanke nicht mehr los. Er hatte seinen Text veröffentlicht, nachdem in Paris Konzertbesucher und Kaffeehausgäste willkürlich umgebracht worden waren, nur weil sie ihr Leben in einer Form genießen wollten, die andere als ein Sakrileg ansehen. Hier war etwas passiert, das sich dagegen sperrt, als solitäre Tat einiger Wahnsinniger abgetan zu werden.

Dann musste ich an das Unbehagen denken, das sich bei mir unterschwellig in den letzten Jahren angesichts von Film- und Fernsehproduktionen einstellt, die ein postapokalyptisches Szenario zeichnen: *The Walking Dead*, *The 100*, *Die Bestimmung – Divergent* oder auch *Die Tribute von Panem*. Immer gehen die fiktiven Geschichten davon aus, dass

es die gesellschaftlichen Strukturen, so wie wir sie heute kennen, nicht mehr gibt. Die Ursachen der Zerstörung sind auf den ersten Blick meist ziemlich vage. Übrig bleibt nach der universellen Katastrophe eine kleine Gruppe von Individuen, die unter widrigen Umständen geltende Werte und Zivilisationskoordinaten aushandeln, meist aber auskämpfen müssen. Man kann all diese Inszenierungen als künstlerische Modellkonstruktionen interpretieren, die allein deshalb extreme Räume und Strukturen schaffen, um hier subjektive Befindlichkeiten angesichts von Angst, Bedrohung und Konkurrenz in zugespitzter Weise zu hinterfragen. Auch die *Star Wars*-Saga geht diesen Fragen nach, doch sie tut es in einem Kontext, der Hoffnung verspricht. Davon ist in den vorher angesprochenen medialen Endzeitkonstruktionen wenig zu spüren. Sie werden alle von einem Grundpessimismus getragen und zeichnen das Bild einer dystopischen Gesellschaft. Vielleicht ist es angesichts dessen notwendig, die vage erscheinenden Rahmenkonstruktionen der filmischen Erzählungen doch etwas genauer zu betrachten? Das Ende der modernen Zivilisation wird entweder in einer Atom- oder Umweltkatastrophe festgemacht. In anderen Varianten wird die Menschheit von Zombies heimgesucht. Wo kommen die her? Außerirdische? Oder vielleicht am Rande der

Dominanzgesellschaft gewachsen? Gemeinsam ist allen Bedrohungen, dass sie mit einem hohen technischen Entwicklungsstand verbunden sind. Die Akteure haben Raumschiffe und können so für eine bestimmte Zeit der irdischen Katastrophe ausweichen. Sie verfügen über elektronische Systeme, mit denen sie nicht nur Raum und Zeit überwinden, sondern die letztendlich virtuelle Strukturen schaffen, in denen das Individuum nicht mehr ohne Weiteres in der Lage ist, selbstbestimmt zu handeln.

Mit *The Matrix* hatten Andy und Lana (zwischenzeitlich Larry) Wachowski 1999 jenes moderne filmische Schlüsselereignis geschaffen, auf die sich letztendlich alle nachfolgenden Inszenierungen, die die Ambivalenz zwischen natürlicher und künstlicher Intelligenz aufgreifen, formal als auch inhaltlich beziehen. Währenddessen der erste Teil der in der Folge entstandenen Trilogie das Thema in einem höchst anspruchsvollen kulturphilosophischen Beziehungsfeld aufgreift, entwickeln sich in den weiteren Teilen die widerständigen Antagonisten der alles beherrschenden Matrix um Morpheus, Neo und Trinity zu einer militanten Extremistentruppe – sie werden „lenisiert“, wie es Georg Seeßlen ausdrückt. Es mag sein, dass sich mit dem Stoff auf diese Weise ein schöner Markteffekt generieren ließ, die ei-



gentliche Idee aber schon längst auserzählt war. Andererseits ergibt sich daraus auf einer zweiten Ebene aber auch die Frage, ob Ideenkonflikte gar nicht anders auszutragen sind als durch Krieg. Nur, wie lange kann es ein bisschen Krieg geben und ab wann kommt es zum Inferno?

Ein Aspekt des kriegerischen Machbarkeitswahns ergibt sich aus einem Gefühl technologischer Überlegenheit. Die britische Serie *Strike Back*, die auf Erlebnissen des Elitesoldaten beim Special Air Service, Chris Ryan, basiert, erzählt von harten Einzelkämpfern, die an den unterschiedlichsten Orten dieser Erde Terroristen jagen und eliminieren. Geführt werden die Soldaten durch modernste Informationstechnik. Sie haben quasi überall Augen und ihre Gegner sind weitestgehend blind. Bei aller Actiondramaturgie kann man davon ausgehen, dass die technischen Rahmenbedingungen ziemlich nah an der Realität angelehnt sind. Im Film aus den Jahren 2010 und 2011 gehen die Protagonisten siegreich aus den Kämpfen hervor. Damit wird dem Publikum suggeriert, dass kriegerische Konfliktlösungen möglich sind. Es werden nur ein paar harte Kerle gebraucht, dann wird es die technologische Überlegenheit schon richten. Die Verhältnisse in der wirklichen Welt sprechen da eine ganz andere Sprache. Schaut man nur auf Sy-

rien. Dort ist inzwischen jede Art modernen Kriegsgeräts dieser Welt im Einsatz, aber das Morden hört nicht auf. Die Dschihadisten hocken weiter in ihren Verstecken und meinen, auf die Ungläubigen warten zu müssen, um sie, wie angeblich vom Propheten Mohammed vor 1.400 Jahren vorausgesagt, beim nordsyrischen Dorf Dabiq in einer apokalyptischen Schlacht auszumerzen.

Zeigen sich hier die Schauplätze, an denen Philipp Ruchs These vom „genozidalsten Jahrhundert“ ihre Erfüllung erfahren könnte? Ich glaube, es muss nicht so kommen.

Am ersten Adventswochenende lädt unser Ortsbeirat alljährlich zum Glühweinabend ein. In diesem Jahr war es im Versammlungsraum unserer 250-Seelen-Gemeinde besonders voll. Alle 42 in einem alten bis dato weitgehend leer stehenden LPG-Wohnblock untergebrachten Flüchtlinge waren gekommen. Für sie sind extra Teebeutel herangeschafft worden. Man begrüßte sich vorsichtig, es wurde geschaut und irgendwann gab es erste Gesprächsversuche. Dann geschah etwas Unerwartetes. Einige Syrer kamen zum Feuer vor dem Haus und forderten die Umstehenden zum Tanz auf. Man fasste sich an und die Dorfbewohner bewegten sich plötzlich zu arabischem A-cappella-Gesang im Kreis. Später liefen die Gespräche flüssiger. Es stellte sich

heraus, dass es auch Syrer gibt, die Glühwein mögen. Interessanterweise war zu hören, dass wir nunmehr einen Zahnarzt, einen Informatiker und jemanden, der in einer Werbeagentur tätig war, in unserem Ort haben. Für alle hatten die Familien für die Flucht Geld zusammengelegt, damit die wehrfähigen Männer nicht irgendwann Gefahr laufen, dass ihnen ein islamistischer Fanatiker aus dem belgischen Molenbeek oder aus Dinslaken die Kehle durchschneidet. Wenn der gemeinhin als emotionsgebremst bekannte Brandenburger zu solch interkultureller Kommunikation fähig ist, warum soll das nicht generell möglich sein?

Klaus-Dieter Felsmann  
ist freier Publizist, Medien-  
berater und Moderator  
sowie Prüfer bei der  
Freiwilligen Selbstkontrolle  
Fernsehen (FSF).



# Panorama 01/2016

## Eine pragmatische Generation im Umbruch: Ergebnisse der 17. Shell-Jugendstudie

Die Jugendlichen in Deutschland haben mehrheitlich eine positive Grundhaltung. Dies ist ein Ergebnis der 17. *Shell-Jugendstudie*. Demnach blicken 61 % optimistisch in die persönliche Zukunft. Die Zuversicht der Befragten aus sozial schwachen Schichten dagegen stagniere. Erstmals seit den 1990er-Jahren habe jedoch auch eine Mehrheit der Jugend (52 %) die gesellschaftliche Zukunft positiv beurteilt. Während die Jugendlichen in den Vorjahren vor allem auf das eigene Leben und das private Umfeld sahen, zeigten sie nach Studienangaben wieder wachsendes politisches Interesse und die Bereitschaft zu politischem Engagement. Den Studienergebnissen folgend, zeigte sich auch, dass Jugendliche ein stabiles Wertesystem haben: 64 % legen großen Wert auf Respekt vor Gesetz und Ordnung. 82 % der Interviewten fanden den Wert „die Vielfalt der Menschen anerkennen und respektieren“ wichtig.

### *Bildung und Beruf*

Deutlich schlechtere Chancen auf einen Ausbildungs- und später Arbeitsplatz haben diejenigen Jugendlichen, welche die Schule ohne Abschluss verlassen haben. Risiken sehen aber auch jene, die bereits einen Schulabschluss erlangt haben. Knapp 75 % der Befragten erwarten, die eigenen Berufswünsche verwirklichen zu können. Dabei sei ihnen zuallererst ein sicherer Arbeitsplatz wichtig (95 %), zudem dürften Familie und Kinder nicht zu kurz kommen (90 %). Karriereorientierung stehe hinter der Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben sowie der Planbarkeit von Berufstätigkeit zurück.

### *Kinder und Familie*

Die Sorge um die Vereinbarkeit von Job und Familie könnte sich auch auf den Kinderwunsch auswirken: 64 % der Befragten wünschten sich Kinder (2010: 69 %). Während drei Viertel der Jugendlichen aus der oberen Schicht angeben, sich Kinder zu wünschen, seien es in der unteren Schicht nur etwas mehr als die Hälfte. Weiterhin hat die eigene Familie einen hohen Stellenwert für die Befragten: Mehr als 90 % pflegten ein gutes Verhältnis zu ihren Eltern.

### *Politik und Weltgeschehen*

Als „politisch interessiert“ bezeichnen sich heute 41 % der Jugendlichen (2002: 30 %). Damit gehe eine gestiegene Bereitschaft einher, sich politisch zu engagieren, den etablierten Parteien bringen die Befragten jedoch nur wenig Vertrauen entgegen. Aktuell beschäftige die Jugendlichen das Thema „Zuwanderung“. Während 48 % Angst vor Ausländerfeindlichkeit haben, fürchteten sich nur 29 % vor Zuwanderung. Sorgen mache den Jugendlichen das Weltgeschehen: 62 % fürchteten sich vor einem Krieg in Europa (2010: 44 %). Drei Viertel haben Angst vor Terroranschlägen.

### *Methodik*

Die *Shell-Jugendstudie 2015* stützt sich auf eine repräsentativ zusammengesetzte Stichprobe von 2.558 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren, die persönlich zu ihrer Lebenssituation sowie zu ihren Einstellungen und Orientierungen befragt wurden. Die Erhebung fand von Anfang Januar bis Mitte März 2015 auf der Grundlage eines standardisierten Fragebogens statt. Dazu ergänzend wurden im Rahmen einer qualitativen Studie zwei- bis dreistündige vertiefende Interviews mit 21 Jugendlichen geführt. Bereits seit 1953 liefert die Langzeitbeobachtung Daten und Informationen zu Jugendlichen. Die Studie 2015 wurde von Prof. Dr. Mathias Albert (Universität Bielefeld), PD Dr. Gudrun Quenzel (Universität Dortmund), Prof. Dr. Klaus Hurrelmann (Hertie School of Governance) sowie einem Expertenteam des Münchner Forschungsinstituts TNS Infratest Sozialforschung im Auftrag der Deutschen Shell durchgeführt.

### **BZgA-Studie: Jugendsexualität 2015**

Die Ergebnisse der BZgA-Studie *Jugendsexualität 2015* zeigen: Annahmen, nach denen immer mehr junge Menschen immer früher sexuell aktiv sind, treffen nicht zu. Sexuelle Aktivitäten sind mit 6 % unter den 14-Jährigen noch die Ausnahme. Dagegen habe bei den 17-Jährigen mehr als die Hälfte Erfahrungen mit Geschlechtsverkehr. 90 % der jungen Frauen deutscher Herkunft haben mit 19 Jahren „das erste Mal“ erlebt, 70 % der Frauen mit ausländischen Wurzeln sind mit 21 Jahren sexuell aktiv geworden. Dies gilt für junge Männer erst zwei bis drei Jahre später.

Den jungen Menschen sei eine feste Partnerschaft beim ersten Sex wichtig, so Dr. Heidrun M. Thaiss, Leiterin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Unabhängig von Herkunft und Geschlecht sei das Fehlen der oder des „Richtigen“ Hauptgrund für eine sexuelle Zurückhaltung. Daneben spielen moralische Bedenken besonders für Mädchen und junge Frauen aus Migrantenfamilien eine wichtige Rolle: 28 % gaben als Motiv „vor der Ehe finde ich das nicht richtig“ für sexuelle Zurückhaltung an. 20 % haben Angst, „dass die Eltern davon erfahren“. Mädchen und junge Frauen aus deutschen Elternhäusern teilen dieses Argument in jüngeren Jahren, später hat es weniger Bedeutung.

Als ausgesprochen umsichtig stellt sich das Verhütungsverhalten der 14- bis 17-Jährigen dar: Die Studie zeigt, dass über 90 % der sexuell aktiven jungen Menschen mit ihrer Partnerin oder ihrem Partner über Verhütung sprechen. Nur noch 6 % der Jungen bzw. 8 % der Mädchen treffen heute beim ersten Mal keine Verhütungsvorkehrungen. Auch bei Jungen mit ausländischen Wurzeln sank die Zahl derjenigen, die nicht verhütet (2005: 34 %, heute: 10 %), bei den Mädchen waren es im Jahr 2005 19 %, heute sind es 2 %. Verhütungsmittel Nummer eins beim ersten Sex ist das Kondom.

Bei der Sexualaufklärung spiele das Elternhaus eine wichtige Rolle. 63 % der Mädchen und 51 % der Jungen deutscher Herkunft sprachen mit ihren Eltern über Verhütung, bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund sind es nur 41 % bei den Mädchen und 36 % bei den Jungen. Auch die Rolle der Schule dürfe nicht unterschätzt werden: Durchschnittlich gaben 93 % der Befragten an, derlei Themen im Unterricht besprochen zu haben. Gerade für Jugendliche mit Migrationshintergrund sind Lehrerinnen und Lehrer wichtige Bezugspersonen, weil ihnen die Eltern vielfach als Ansprechpartner fehlten.

Im Rahmen der Studie wurden bundesweit 5.750 Interviews durchgeführt. 3.500 Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren sowie deren Eltern und 2.250 junge Erwachsene von 18 bis 25 Jahren wurden zu ihrer Einstellung und ihrem Verhalten zu Fragen der Sexualität und Verhütung befragt, davon 1.750 mit Migrationshintergrund. Damit sind Jugendliche und junge Erwachsene gemeint, die selbst nicht die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen oder bei denen mindestens einer der Elternteile bei Geburt nicht deutscher Staatsangehöriger war.

# Das Porträt: Elke Wagner

Alexander Grau



Elke Wagner ist Mediensoziologin. Ihr Weg führte sie von München nach Mainz, von der Soziologie der Medizin zur Soziologie der Medien. Das verbindende Thema dabei: die Öffentlichkeit. Denn Öffentlichkeit wird über Medien hergestellt. Das Beispiel der Medizinkritik zeigt das besonders deutlich. Nach ihrer Habilitation befasste sich

Wagner vor allem mit der Transformation von Öffentlichkeit durch die neuen Medien. Im Zentrum ihres Interesses standen dabei u. a. Kommunikationsstrategien, die die Wahrung von Privatheit vor dem Hintergrund von grenzenloser Öffentlichkeit erlauben, und die damit einhergehende Intimisierung von Diskursen.

Mainz ist ohne Zweifel die älteste Medienstadt Deutschlands, wenn nicht des Abendlandes. Immerhin begann hier die vorletzte Medienrevolution: der Druck mit beweglichen Lettern, initiiert durch den Mainzer Johannes Gensfleisch, besser bekannt unter dem Namen Gutenberg. Und wenn man bedenkt, dass es ohne bewegliche Lettern wohl kaum Computer gäbe, so könnte man auch argumentieren, dass hier in Mainz vor etwa 565 Jahren nicht nur die Gutenberg-Galaxis entstand, sondern das digitale Zeitalter gleich mit.

Doch Mainz kann sich nicht nur auf eine stolze Vergangenheit berufen. Immerhin hat hier ein nicht unbedeutender öffentlich-rechtlicher Sender seinen Hauptsitz. Und die Universität Mainz verfügt mit dem Institut für Publizistik über eine traditionsreiche medienwissenschaftliche Forschungseinrichtung, die sich von Anfang an der empirischen Sozialforschung verschrieben und mit Elisabeth Noelle-Neumann eine Direktorin hatte, die der Institution auch international Ansehen verschaffte.

Doch mediensoziologischen Fragen wird in Mainz nicht nur seitens der Publizistik nachgegangen, sondern selbstverständlich auch am Institut für Soziologie. Den dortigen Lehrstuhl für Mediensoziologie hat derzeit Elke Wagner inne.

Seit April 2010 ist die gebürtige Münchenerin Juniorprofessorin in der rheinlandpfälzischen Landeshauptstadt. Als sie 1997 in ihrer Heimatstadt zu studieren begann, hatte sie eigentlich das Berufsziel, Journalistin zu werden. Das war auch der Grund für ihre Fächerwahl. Da die Soziologie breit angelegt ist, erschien sie ihr eine gute akademische Vorbereitung für die Journalistenlaufbahn. „Aber dann“, erzählt sie, „kam das Internet und hat die Branche stark verändert. Gleichzeitig hatte ich eine Promotionsstelle an der Uni.“ So verabschiedete sie sich vom Journalismus und konzentrierte sich auf ihre akademische Laufbahn.

Neben Soziologie studierte Wagner auch Kriminologie. Ein Grund dafür waren die innenstadtpolitischen Veränderungen der 1990er-Jahre. „Da gab es eine breite Diskussion etwa zur Videoüberwachung im öffentlichen Raum, über amerikanische Rechtspraxis wie ‚Three Strikes and You’re Out‘ oder die Broken-Windows-Theorie, das fanden wir damals unheimlich spannend.“ Die Themen hätten sie damals so sehr interessiert, dass sie mit Kommilitonen zwei Veranstaltungsreihen organisierte – die eine zur Videoüberwachung, die andere zu kriminalpolitischen Entwicklungen im Internet.

Zugleich waren diese Themen aber auch der Brückenschlag zur soziologischen Analyse von Medien. „Zur Mediensoziologie bin ich über das Thema ‚Öffentlichkeit‘ gekommen“, erklärt Elke Wagner. Im Zentrum ihrer Forschung stand dabei allerdings zunächst nicht so sehr der videoüberwachte öffentliche Raum, sondern die Öffentlichkeit von Ethikkommissionen in Krankenhäusern – mithin ein Thema der Medizinsoziologie. Das hört sich aus mediensoziologischer Sicht zunächst nach einem Umweg an, doch die Mainzer Soziologin erklärt: „Was mich damals interessiert hat, war die Frage, welche Form von Öffentlichkeit im Klinikalltag hergestellt wird. Wenn man sich mit Öffentlichkeit beschäftigt, taucht jedoch früher oder später das Thema ‚Medien‘ auf. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben. Ohne Medien kann man keine Öffentlichkeit herstellen.“

## »Wenn man sich mit Öffentlichkeit beschäftigt, taucht [...] früher oder später das Thema ›Medien‹ auf. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben. Ohne Medien kann man keine Öffentlichkeit herstellen.«

### Medien und Öffentlichkeit

Wenn Medien Öffentlichkeit konstituieren, dann konstruieren sie sie auch. Oder etwas realistischer: Dann ist es möglich, das Verständnis von Öffentlichkeit mittels Medien zu beeinflussen. Es ist dieser Punkt, der im Zentrum von Elke Wagners Forschung steht.

„Eigentlich gab es ja lange Zeit keine Mediensoziologie in diesem Sinne“, erklärt die Wissenschaftlerin. „Die musste ja erst erfunden werden. Ursprünglich kam das alles aus den Kulturwissenschaften. Dort hat das eine sehr lange Tradition, sich mit Medien auseinanderzusetzen. Die Mediensoziologie hinkt da etwas hinterher.“

Zugleich setzt Wagner die mediensoziologische Methode klar von der kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalyse ab. „Mediensoziologische Analyse ist nicht eine Beschreibung dessen, was in den Fernsehnachrichten vorkommt oder in der Tageszeitung, sondern der Blick auf die Formate selbst.“ Wie dieser mediensoziologische Blick aus ihrer Sicht aussieht, beschreibt die Wissenschaftlerin an einem Beispiel: „In einer Studie haben wir uns etwa die Facebook-Kommunikation angeschaut und untersucht, was die listenförmige Aneinanderreihung von Postings, die Algorithmen, die serielle Abfolge von Themen für die Konstruktion von Öffentlichkeit leisten.“

Wie leistungsfähig solch ein qualitativer mediensoziologischer Ansatz ist, zeigten die Wissenschaftler u. a. anhand der Auswertung sogenannter Make-over-Shows, also von Dokumentationsformaten, die Schönheitsoperationen zum Gegenstand haben.

„Der klassische soziologische Diskurs“, erläutert Wagner, „geht zu vorschnell von einer Manipulationsthese aus, ohne sich überhaupt empirisch anzuschauen, wie die Menschen praktisch mit diesen Medienbildern umgehen.“

Viel wichtiger bei der Entscheidung für eine Schönheitsoperation, das zeigten die Untersuchungen der Mainzer Wissenschaftlerin, ist das soziale Umfeld, der Kontext: „Medien spielen zwar eine Rolle, das Thema immer wieder auf Dauer zu stellen, aber sie verführen die Leute nicht“. Viel wichtiger bei der Entscheidung



## »Medien machen Themen, sie sorgen dafür, dass etwas für normal gehalten wird, dass es sagbar ist und angesprochen werden kann.«

für solche ästhetischen Eingriffe sei der Partner, die ökonomische Situation, die Eltern, Arbeitskollegen. „Teilweise leiden die Menschen schon ihr ganzes Leben beispielsweise an ihrer schiefen Nase, etwa, weil sie auf dem Schulhof ausgelacht wurden.“ Die Medien würden dann lediglich darauf aufmerksam machen, dass man an diesem Problem etwas ändern kann. Selbst die Frage, wie die Nase dann aussehen soll, werde nicht so sehr durch entsprechende Medienformate vorgegeben. Viel wichtiger sei hier beispielsweise der Einfluss des Arztes, die Frage etwa, ob die betroffenen Patienten sich bei ihm wohlfühlen.

„Das heißt, dass der Einfluss der Medien an einer ganz anderen Stelle einsetzt, als üblicherweise vermutet“, fasst Wagner ihre Untersuchungen zusammen. „Etwa bei den Bildern, die der entsprechende Arzt dann präsentiert, da spielen dann Medien eine große Rolle.“

Zudem bestätigten die Untersuchungen von Wagner eine alte Vermutung, die auch in der Sprechpraxis der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) hinsichtlich einschlägiger Formate eine große Rolle spielt: „Den Leuten geht es nicht darum, Cinderella zu sein, sie wollen vielmehr normal aussehen.“ Der Aneignungsprozess der dabei zugrunde gelegten Vorstellungen von Normalität speise sich jedoch nicht aus Fernsehshows, sondern aus anderen sozialen Quellen.

### Normierung und Demokratisierung

Elke Wagners Forschungen zu Make-over-Shows sind nicht nur deshalb wichtig, weil sie immer noch vorhandene Klischees über die Wirkung von Schönheits-OP-Formaten widerlegen bzw. differenzieren, sondern weil sie generell darüber Aufschluss geben, wie normativ stark belastete Themen medial vermittelt werden.

Denn ganz generell lässt sich formulieren, dass Massenmedien Themen jeder Art vor allem präsent halten. Die normative Bewertung dieser Themen findet dann allerdings nicht über die klassischen Medien statt, sondern über andere Kommunikationskanäle, wie etwa private Gespräche oder soziale Netzwerke in den neuen Medien.

In gewissem Sinne steht die Mainzer Soziologin hier in der Tradition der klassischen Agenda-Setting-Theorie von Maxwell McCombs und Donald Shaw (vgl. tv diskurs, Ausgabe 62, 4/2012, S. 78 ff.). „Medien machen Themen“, erläutert Wagner, „sie sorgen

dafür, dass etwas für normal gehalten wird, dass es sagbar ist und angesprochen werden kann.“ Erst dann setze eine Diskursivierung ein und es werde ausgehandelt, wie über ein Thema gesprochen werden darf und wie nicht. Hierbei käme den Medien die Funktion eines Forums zu, auf dem Normalisierungsprozesse ablaufen.

Doch Normalisierung kommt von Norm, weshalb solche Normalisierungsprozesse Normierungsprozesse sind. Diese aber finden mehr und mehr außerhalb der klassischen Massenmedien statt bzw. in deren Onlinekommentarspalten. „Ein riesiges Problem, insbesondere für Redaktionen“, betont Wagner, „immer mehr Zeitungen gehen daher dazu über, Diskussionen beispielsweise nur noch für bestimmte Themen zuzulassen“.

Allerdings, zeigt sich die Soziologin überzeugt, hat das auch einen pädagogischen Mehrwert: „Durch die Web-2.0-Formate lernt die Gesellschaft, dass jeder zu allem etwas sagen kann. Frühere starke Asymmetrien des öffentlichen Diskurses – Experte versus Laie, Berufsjournalist versus Publikum – werden verschoben, und die Leute lernen, dass sie ein Rederecht haben, dass sie mitsprechen dürfen“.

Besonders deutlich werde das auch wieder unter einer medizinsoziologischen Perspektive. So hätte sich etwa das Arzt-Patient-Verhältnis in den letzten Jahren enorm verändert, die klassische Asymmetrie zwischen den Göttern in Weiß einerseits und dem Patienten andererseits weiche zunehmend auf.

Bleibt die Frage, ob für diese sozialen Prozesse die Medien zumindest mitverantwortlich sind oder ob es sich hier um Zeichen eines historischen Emanzipationsprozesses handelt, der vor 250 Jahren begann, als Thron und Altar infrage gestellt wurden, und nun bei Ärzten und anderen Fachleuten angekommen ist.

„Das Stichwort lautet: Demokratisierung“, betont Wagner. „Und diese Demokratisierung findet jetzt auch im Mediensystem statt. Zugleich sind Massenmedien ein starker Generator, um Demokratisierung zu befördern.“

Dieser Demokratisierungsprozess, das ist Wagner wichtig, führt allerdings zu einer vollständig neuen Konzeption von Öffentlichkeit. „Bisher“, so die Wissenschaftlerin, „hatten wir eine Öffentlichkeit, die quasi alles aufeinander bezogen hat und zumindest als Fiktion alles miteinander in Beziehung setzen konnte.“ Diese homogene Vorstellung der einen Öffentlichkeit werde durch die Demokratisierungsprozesse, die auch durch die neuen Medien befördert werden, zerstört. „Was empirisch im Web 2.0 passiert, ist, dass Medien oder Leute, die einem nicht mehr passen, einfach ausgeschlossen werden. Der Effekt: Man kreiselt zunehmend um sich selber, hat seine Freunde, die Abos, die man gut findet, und was anderes taucht in diesem Diskursfeld gar nicht mehr auf.“ Das Ergebnis sei ein Pluralismus von Öffentlichkeiten.

Mit diesem Gedanken greift Elke Wagner eine These des Internetaktivisten Eli Pariser auf. Statt von einer „Filter Bubble“ wie Pariser spricht Wagner jedoch lieber von einer Intimisierung des Diskurses, die angesichts der vorhandenen Informationsmenge kaum zu vermeiden sei: „Bei unserer Studie zu Facebook sind wir daher zu der Figur des ‚Sekretärs‘ gekommen. Wie ein Alltags-Sekretär sind die Leute nur noch damit beschäftigt, den Like-Button zu verwalten, also Informationen zu ‚liken‘, zu beobachten, wer woanders etwa ‚gelikt‘ hat usw.“



## Privatheit durch Unbestimmtheit

Damit stellt sich die Mainzer Soziologin zugleich relativ deutlich gegen all jene, die ein Verschwinden von Privatheit durch das Internet entweder befürchten oder – wie einige Netzideologen – sogar herbeifabulieren. „Von solchen Thesen haben wir uns distanziert. Die Leute sind sehr wohl in der Lage, ihre Privatheit zu managen.“ So würden etwa Facebook-Nutzer sehr differenzieren, welche Kontakte sie an welchen Informationen oder Ereignissen teilnehmen ließen. Ausgeschlossenen Kontakten würden so bestimmte Sachverhalte nur noch indirekt vermittelt.

Um diese Kommunikationsprozesse begrifflich zu fassen, greift Wagner auf das Konzept der Unbestimmtheit zurück, wie es der Konstanzer Germanist Albrecht Koschorke formuliert hat, für den der eigentliche Funktionswert des (literarischen) Erzählens in seiner Unbestimmtheit und Unzuverlässigkeit liegt.

„Unbestimmte Kommunikation ermöglicht offene Anschlüsse und hält trotzdem den Diskurs am Laufen“, erläutert Wagner. Damit ermöglicht sie einen scheinbar paradoxen Effekt: „Privatheit wird organisiert und erhalten vor der Öffentlichkeit des Netzwerkes.“

Das heißt: In den sozialen Netzwerken entwickeln die Nutzer Kommunikationstechniken, die ihre Intimität und Privatheit schützen, ohne sich dabei aus den Netzwerken selbst zu verabschieden.

Wagner nimmt dabei eine konsequente Nutzerperspektive ein und wendet sich damit zugleich gegen eine „Soziologie der Gefährdung“, wie sie es nennt. „Bevor man den Weltuntergang beschwört, sollte man sich anschauen, wie die Menschen tatsächlich mit einem Medium umgehen und was sie daraus machen.“

In den Interviews, die sie im Rahmen ihrer Forschung geführt habe, werde immer wieder eine Entwicklung deutlich. Am Anfang stehe die Überraschung über die Offenheit des Netzes und die Eigendynamik, die das haben könne. Dann würden die Menschen jedoch lernen, darauf zu reagieren und ihre Kommunikation entsprechend anzupassen.

Diese zunehmende Kompetenz im Umgang mit sozialen Netzwerken und die Intimisierung von Kommunikation, die damit einhergehe, habe allerdings auch ihre Schattenseite: „In den Interviews bekennen die Teilnehmer ganz oft, dass jemand, der Sachen postet, die einen nicht interessieren, geblockt wird, der wird ausgeschlossen aus dem Netzwerk.“

Damit würden alte Vorstellungen von öffentlichen Diskursen und Kommunikation zusammenbrechen. „Da wird nicht mehr diskutiert“, betont Wagner, „dafür ist überhaupt keine Zeit mehr, das lässt schon die Listenförmigkeit der Kommunikation nicht mehr zu, weil umgehend der nächste Post auftaucht.“

Zugleich hätte die Intimisierung der Kommunikation auch Effekte auf die mediale Präsentation von Informationen: „Es reicht nicht mehr aus, in einem Kommentar kritisch das System anzuprangern. Heutzutage braucht man den Tweet einer Person, die auf einer Demonstration war, also eine Person, die wirklich etwas erlebt hat.“

## »Bevor man den Weltuntergang beschwört, sollte man sich anschauen, wie die Menschen tatsächlich mit einem Medium umgehen und was sie daraus machen.«

Das Ergebnis sei eine Authentifizierung öffentlicher Kommunikation. In deren Mittelpunkt stehe notwendigerweise das Bild, das, anders als die Bildunterschrift, selten angezweifelt werde. Das Bild stelle Plausibilität her.

### Strategien im Umgang mit dem Unbekannten

Um solche Prozesse beschreiben und in ihrer Wirkung abschätzen zu können, plädiert Elke Wagner für eine stärkere Empirisierung der mediensozilogischen Forschung. Interessant seien keine Gemeinplätze à la „die Medien verändern alles“, sondern genau hinzuschauen, wo, was und wie Medien verändern. Zudem müsse man, so Wagner, in der Forschung davon abrücken, dass Medien immer gleich Massenmedien seien. Medien würden bei vielen Normierungsprozessen eine große Rolle spielen, aber die Rolle der Massenmedien würde häufig überschätzt.

In ihrer eigenen aktuellen Forschung knüpft Wagner an die Ergebnisse ihrer Untersuchung über die Wahrung oder Konstituierung von Privatheit in sozialen Netzwerken an. Vor dem Hintergrund der seit einigen Jahren laufenden Diskussion über die Algorithmen der großen Internetunternehmen und der von ihnen gesammelten Daten interessiert die Mainzer Wissenschaftlerin nun, welche Strategien die Nutzer im Umgang mit dem Internet entwickeln, um der Datensammelwut zu entgehen. „Die Frage ist, wie Menschen mit etwas umgehen, was sie gar nicht durchschauen können.“

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:  
der Würzburger Medienpsychologe Prof. Dr. Frank Schwab

Dr. Alexander Grau  
arbeitet als freier Kultur-  
und Wissenschaftsjournalist  
u. a. für „Cicero“, „FAZ“  
und den Deutschlandfunk.



# Vielfältige Harmonie

## Europäische Trends im Jugendmedienschutz und Kooperationen als Option faktischer Harmonisierung

Stephan Dreyer

Die Regelungsrahmen für Jugendmedienschutz in den EU-Mitgliedstaaten sind stark fragmentiert. Konvergente, flexible und der Dynamik des medialen Angebots- und Nutzungswandels gerecht werdende Regulierungsansätze sucht man dabei in nationalen Rechtsordnungen vergebens. Zu diesem Ergebnis kommt eine international vergleichende Studie für den Schweizer Bundesrat. Doch die vermeintliche Vormodernität auf Gesetzgebungsebene erfährt auf einer anderen Ebene einen pragmatischen und sehr alltagsbezogenen Wandel: Wirtschaft, Medienaufsicht und Klassifizierungsstellen sowie Ko- und Selbstregulierungsstellen spinnen längst ein untergesetzliches Netz an unterschiedlichen Kooperationsformen, die vielleicht zu mehr Harmonisierung führen, als es eine EU-Vorgabe je könnte. Der folgende Beitrag gibt einen Überblick über aktuelle Regulierungstrends im Jugendmedienschutz in den EU-Ländern, zeigt europaweite Harmonisierungswünsche und -grenzen auf und erklärt die Relevanz von Kooperation für die Angleichung unterschiedlicher Jugendschutzsysteme in der Praxis.

### Themen- und Regulierungstrends in den EU-Staaten

Eine international vergleichende Studie über die Regelungsrahmen im Jugendmedienschutz in 14 Ländern zeigt deutlich auf, wie vielfältig Nationalstaaten den gesetzlichen Jugendschutz derzeit ausgestalten.<sup>1</sup> Dass die Fragmentierung der Ordnungsrahmen in diesem Bereich hoch ist, ist per se keine neue Erkenntnis. Sie ist seit langer Zeit der Einstieg in die Beschreibung von Herausforderungen, denen sich internationaler Jugendmedienschutz gegenüber sieht.<sup>2</sup>

Was der vergleichende Blick auf Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden und die Schweiz aber verdeutlicht, ist die unterschiedliche Herangehensweise auf die Herausforderungen durch die Digitalisierung und Konvergenz der Medien: Nur wenige der untersuchten Länder – genau genommen drei – haben konvergente gesetzliche Jugendschutzregelungen für alle gängigen audiovisuellen Medienangebote: Kino, DVD, TV, Video-on-Demand und Online. Die meisten Länder weisen dagegen medienübergreifende Regelungssysteme nur für zwei oder mehrere Medientypen auf, typischerweise Kino und DVD auf der einen und Fernsehen und Video-on-Demand auf der anderen Seite. Das heißt aber auch, dass in diesen Ländern regelmäßig mehr als ein jugendschutzspezifischer Regelungsrahmen gilt.

#### Anmerkungen:

<sup>1</sup> Schulz/Dreyer/Dankert/Puppis/Künzler/Wassmer, Identifikation von Good Practice im Jugendmedienschutz im internationalen Vergleich. Bericht im Rahmen des nationalen Programms Jugend und Medien, Bericht-Nummer 12/15. Bern 2015

<sup>2</sup> EU-Kommission, Protecting Children in the Digital World, COM/2011/0556 final; siehe auch das dazu gehörende Commission Staff Working Paper, SEC(2011) 1043 final

Zeichnet man die Ordnungsrahmen der einzelnen Länder auf einer Matrix nach Anzahl der vom Rechtsrahmen umfassten Medientypen sowie nach Anzahl der unterschiedlichen Regelungsmodelle ein, ergeben sich aus dieser Perspektive vier grob kategorisierbare Gruppen (siehe Abb. 1):

- Staaten, die nur wenige Medientypen (insbesondere TV und Video-on-Demand) gesetzlich regulieren und dabei einem Regelungsmodell folgen („minimale Modelle“),
- Staaten, die die Mehrzahl der Medientypen regulatorisch umfassen und dabei ein medienübergreifendes Regelungsmodell gewählt haben („konvergente Modelle“),
- Staaten, in denen für „Offline“-Medien (insbesondere Kino, DVD, Games) ein anderes Regelungsmodell als für elektronisch übermittelte Medien (insbesondere TV, Video-on-Demand, Online) gilt („dichotome Modelle“)<sup>3</sup>, sowie
- Staaten, die aufgrund föderaler Strukturen mehr als drei Regelungsmodelle bzw. geltende gesetzliche Rahmen aufweisen („föderale Modelle“).

Diese Gruppen sind die einzige grobe Einordnung, die die Studie mit dem Blick auf die untersuchten Gesamtsysteme angesichts der vielen verschiedenen Stellschrauben im Detail macht. Ansonsten ist eine Fragmentierung – u. a. – im Bereich der Regulierungsansätze und -instrumente, der Form und Einbindung von Klassifizierungs- und Aufsichtsstellen, aber auch im Hinblick auf die gesetzliche Einbindung von Medienerziehung beobachtbar.

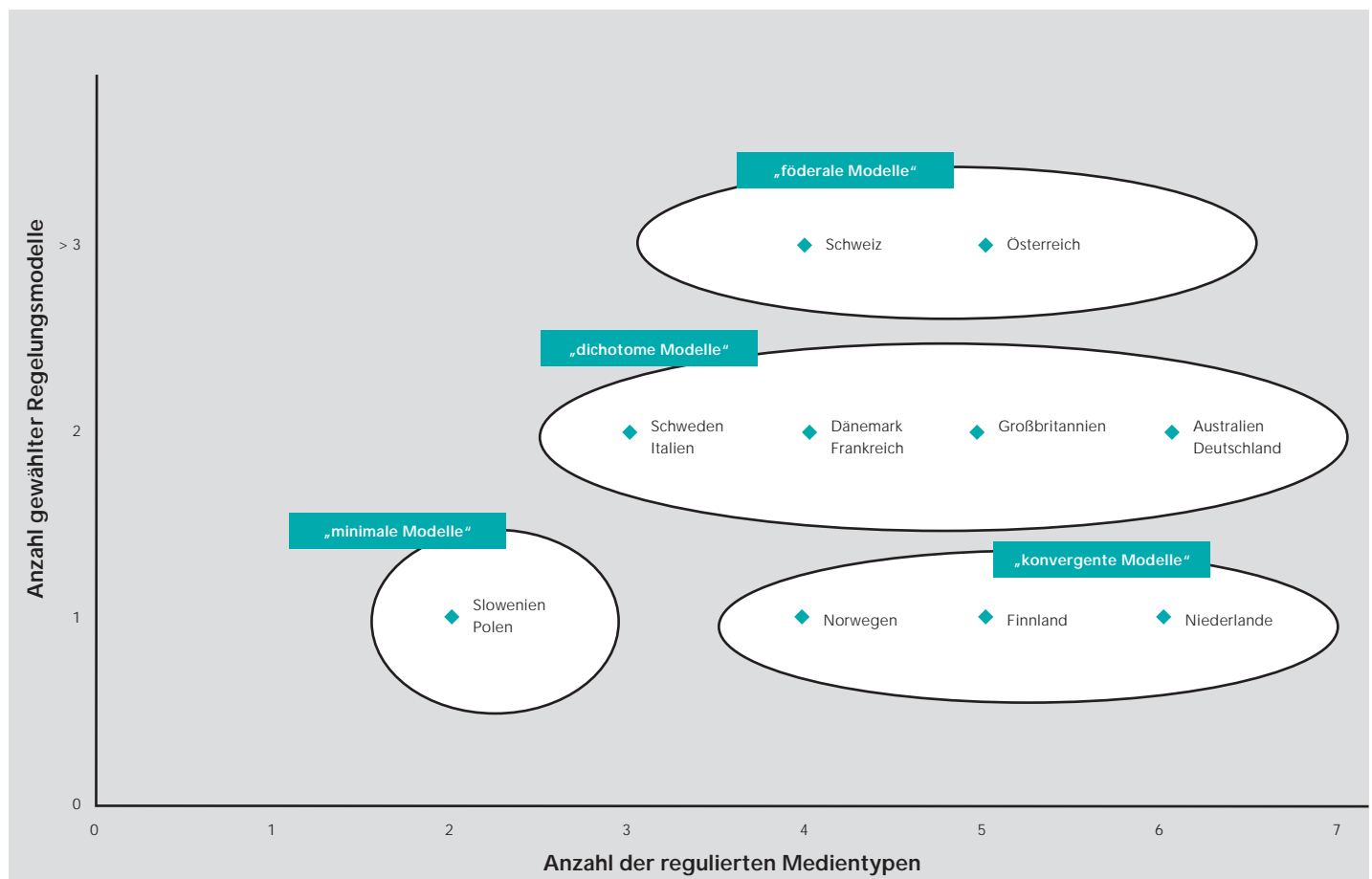
So unterschiedlich die Ausgestaltung im Einzelnen ist: In allen untersuchten Ländern sind gesetzliche Jugendschutzrahmen für Fernsehen und Video-on-Demand existent.<sup>4</sup> Während es in vielen Ländern daneben rechtliche Vorgaben für Kinofilme gibt, weist der Vergleich für Videospiele weiße Flecken auf. Hier haben sich in der Regel untergesetzliche Vorgaben entwickelt. Für Internetinhalte sind jugendschutzspezifische Vorgaben dagegen die absolute Ausnahme. Vorschriften des allgemeinen Strafrechts mit Jugendschutzbezug sind zwar auch auf Onlinesachverhalte anwendbar, spezifischer Onlinejugendmedienschutz, wie er in Deutschland etabliert ist, ist praktisch nicht existent.

<sup>3</sup> Deutschland entgeht dem Cluster „föderaler Modelle“, da sich die Länder mit dem „Kniff“ eines Staatsvertrags (JMStV) auf einen einheitlichen Rechtsrahmen geeinigt haben.

<sup>4</sup> Siehe auch European Audio-visual Observatory, The protection of minors in a converged media environment, IRIS plus 2015-1, Straßburg 2015. Abrufbar unter: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/3179930/qqqThe+protection+of+minors+in+a+converged+media+environment.pdf/7b590454-a03f-40e8-b460-e2b5e6b0bc28>

Abb. 1:

Cluster der Länder nach Anzahl regulierter Medientypen und gewählter Regelungsmodelle



In den Bereichen, in denen es einen Regelungsrahmen gibt, bilden Altersbewertungen von Medieninhalten ein zentrales Element in allen untersuchten Ländern, auch wenn im Einzelnen ganz unterschiedliche Rechtsfolgen an diese Bewertungen anknüpfen (Zutritts- oder Abgabebeschränkungen, Sendezeiten, technische Mittel). Die Einstufung erfolgt teils durch die Inhalteanbieter, teils durch externe Klassifizierungsstellen, die ent-

weder Teil der Selbstkontrolle, unabhängige und wirtschaftlich agierende Bewertungsstellen oder staatliche Einstufungsbehörden sind. Fragmentiert sind im internationalen Vergleich auch die Altersstufen: Wo sich bei den Altersstufen 0, 12 und 18 noch größere Übereinstimmungen finden, weisen die Zwischenräume ein buntes Potpourri unterschiedlicher Kombinationen auf.

**Tab. 1:**  
Welche Medientypen umfasst der jugendschutzgesetzliche Rechtsrahmen?

Land	Mediengattung					
	Kino	DVD	Games	TV	VoD	Online
Australien	*	*	*			
Dänemark						
Deutschland						
Finnland						
Frankreich						
Großbritannien						
Italien						
Niederlande						nur Public-Service-Angebote
Norwegen						
Österreich	*	*	*			
Polen						
Schweden						
Schweiz	*	*	*			
Slowenien						

\* Federale Strukturen mit teils abweichenden Einzelregelungen

**Tab. 2:**  
Alterskennzeichen der gesetzlich vorgesehenen Klassifikationssysteme

Land/System	Altersstufe															
	0	3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
PEGI-System																
Australien (Kino, DVD, Games)	G (General), PG (Parental Guidance), M (Mature)												(M), MA15+			R18+, X18+ (Restricted)
Dänemark (Kino, DVD)																
Deutschland (Kino, DVD, Games, TV)																
Deutschland (Online, VoD)																
Finnland (TV, VoD, DVD, Kino)																
Frankreich (Kino)																
Frankreich (TV, VoD)																
Großbritannien (Kino)	U (all), PG (Parental Guidance)															
Großbritannien (DVD)	U, PG															
Italien (Kino)																
Italien (TV, VoD)	0, grün (extra für Kinder), gelb (elterliche Begleitung), rot (ungeeignet)															
Niederlande																
Norwegen (Kino, DVD)																
Österreich (Kino, DVD)																
Polen (TV)																
Polen (VoD)																
Schweden (Kino)																
Schweiz (Kino)																
Slowenien (TV, VoD)																

5

Abrufbar unter:  
<http://www.medietilsynet.no/en/about-medietilsynet/>

6

High Fat/Salt/Sugar-Lebensmittel

7

Schulz/Dreyer/Dankert/  
 Puppis/Künzler/Wassmer,  
 Identifikation von Good  
 Practice im Jugendmedienschutz  
 im internationalen Vergleich,  
 S. 27

8

Ein Beispiel sind die sogenannten Göteborger  
 „Instagram Riots“ im Jahr  
 2012, bei denen es zu  
 Krawallen kam, nachdem  
 zwei Schülerinnen online  
 mehrere Dutzend Mitschülerinnen  
 als Schlampe dargestellt hatten.

9

Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen  
 Parlaments und des Rates vom  
 10.03.2010 zur Koordinierung  
 bestimmter Rechts- und  
 Verwaltungsvorschriften der  
 Mitgliedstaaten über die  
 Bereitstellung audiovisueller  
 Mediendienste (Richtlinie  
 über audiovisuelle Mediendienste),  
 ABl. EG Nr. L Nr. 95/1 v. 15.04.2010

10

Anschaulich: European  
 Audiovisual Observatory,  
 The protection of minors  
 in a converged media  
 environment, IRIS plus  
 2015-1, S. 31

Die untersuchten Länder setzen dabei teils für einzelne Medientypen unterschiedliche oder zusätzliche Altersstufen ein. Daraus ergeben sich im Hinblick auf die Konvergenz der Inhalteklassifizierung drei größere Länderkategorien: solche, die unterschiedliche Altersstufen für unterschiedliche Medientypen nutzen; solche, die medienübergreifend die gleichen Altersstufen benutzen, diese aber von unterschiedlichen Klassifizierungsstellen vornehmen oder überprüfen lassen; und solche, die nicht nur cross-mediale einheitliche Altersstufen verwenden, sondern für diese auch eine konvergente Klassifizierungsinstitution etablieren. Letztere fanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung ausschließlich in den Niederlanden („Kijkwijzer“-System) und in Finnland, das dem gleichen Ansatz gefolgt ist; seit der Untersuchung hat übrigens auch Norwegen ein medienübergreifendes System der Alterskennzeichnung eingeführt.<sup>5</sup>

Die Stadien, in denen sich die einzelnen Länder befinden, soweit es um die Adressierung aktueller Herausforderungen im Jugendmedienschutz geht, weichen teils deutlich voneinander ab. Dabei sind die materiellen Probleme in den meisten der untersuchten Länder die gleichen: Als dringliche Problemlagen spielen immer wieder Cyberbullying, Sexualisierungstendenzen, kommerzielle Kommunikationen und Werbung, Ernährung und Werbung für HFSS<sup>6</sup>-Lebensmittel, Datenschutz und Privatsphäre, exzessive Mediennutzung und – last, but not least – nutzergenerierte Inhalte, Social-Media-Plattformen und die sie umgebenden Fragen der Anbieterverantwortung eine Rolle in nationalen Diskursen.<sup>7</sup> Es ist aber kein Land dabei, dass sich der neuen Herausforderungen im Jugendschutz präventiv oder zumindest systematisch, koordiniert und nachhaltig annimmt – vielmehr sind es nationale Ereignisse, Berichterstattung, nachfolgende gesellschaftliche Debatten oder sogar zivile Unruhen<sup>8</sup>, die eher kleinteilige gesetzgeberische Reaktionen hervorrufen.

### Harmonisierungswünsche und deren Grenzen

Ein Bereich, der in allen untersuchten Ländern – übrigens auch denen, die nicht EU-Mitgliedstaaten sind – am ausgebautesten erscheint, sind die Ordnungsrahmen für den Bereich des traditionellen Fernsehens und „Video-on-Demand“. Die Europäische AVMD-Richtlinie<sup>9</sup>, deren Anwendungsbereich diese beiden Felder umfasst, hat hier einen Grundstandard harmonisierten Jugendmedienschutzes etabliert. Die Vorstellungen der EU-Kommission (und wohl auch von Teilen der Medienwirtschaft) gehen für die Zukunft aber weiter: Erwünscht ist eine möglichst weitreichende Harmonisierung der Jugendschutzvorgaben, vor allem im Hinblick auf die abschließenden Aussagen über zulässige und absolut unzulässige Inhalte und die im Falle jugendschutzrelevanter Inhalte zu erfüllenden Schutzpflichten und Schutzinstrumente. Eine wei-

tere Überlegung ist die Angleichung der verschiedenen Vorgaben für linearen (TV-) und nonlinearen (VoD-) Content, inklusive der Vorgaben im Jugendmedienschutz („level playing field“).

Auch die Politik in den Mitgliedstaaten sieht Vorteile in weiterer Harmonisierung: „International“ soll Jugendschutz werden und „anknüpfungsfähig“. Deutlich zeigt sich der Wunsch nach länderübergreifenden Formen der Jugendschutz-Governance. Allein, es fehlt bisher an entsprechenden Öffnungen nationaler Gesetzesrahmen. Das mag mit der fehlenden Analyse der Politik zu tun haben, an welchen Punkten eine Internationalisierung tatsächlich Steuerungs- und/oder Wirkungsvorteile erzielen könnte – und wo man Steuerungsmacht unter Hinnahme teilweisen Kontrollverlusts abgeben mag.

Zu bedenken bleibt, dass die Fragmentierung in den Mitgliedstaaten auch so hoch ist, weil es sich bei gesetzlichem Jugendschutz um Bereiche handelt, denen eine wertefokussierte gesellschaftliche Selbstverständigung zugrunde liegt. Diese Kopplung des Regelungsbereichs an soziale Diskurse erschwert jede Form der Ausweitung übernationaler Jugendschutzvorgaben: Es herrschen teils unterschiedliche Wertekulturen und Konzepte von Kindheit und Jugend in den einzelnen Mitgliedstaaten vor; die nationale Rechtsprechung interpretiert unbestimmte Rechtsbegriffe wie „Pornografie“, „beeinträchtigende Inhalte“ oder „schädliche Inhalte“ unterschiedlich<sup>10</sup>; vor allem aber finden nationale Wertediskurse auch ausschließlich im mitgliedstaatlichen Rahmen statt. Diese divergierenden Wertediskurse werden so lange national bleiben, wie es im Jugendschutz keine europäische Öffentlichkeit, keine europäische Wertediskussion gibt. Und für Letztere stehen die Chancen derzeit eher schlechter als besser. So wird es – wie in den letzten 30 Jahren auch – schwierig sein, auf gesetzlicher Ebene einen hohen Grad an inhaltlicher Harmonisierung zu erreichen.

### Kooperationen als Form praktischer Harmonisierung

In der Praxis haben sich angesichts der Medienwirklichkeiten dagegen auf ganz unterschiedlichen Ebenen materielle Annäherungen und Austauschformen etabliert. Wo Onlineangebote und Distributionsplattformen keinen Halt an Ländergrenzen machen, machen es Medieninhalte auch nicht – ausgehend von dieser Erkenntnis haben sich Foren, Partnerschaften, Initiativen und Modellprojekte entwickelt, die unterhalb gesetzlicher Vorgaben in der Lage sind, Harmonisierung in der Jugendschutzpraxis zu erreichen. Dass Kooperationen zu inhaltlichen Annäherungen führen, ist dabei keine neue Erkenntnis. Formen der Zusammenarbeit werden traditionell als Mechanismus zur Harmonisierung in Bereichen genutzt, in denen eine rechtliche Angleichung gerade nicht möglich ist. Faktische Harmonisierung durch untergesetzliche



Foren der Kooperation ist ein Beispiel für sogenannte „weiche Regulierung“ („soft regulation“). Die Initiative einer Zusammenarbeit kann dabei von EU, von einem Mitgliedstaat, aber auch von Wirtschaftsakteuren oder NGOs ausgehen.

### *Erfahrungsaustausch und Networking*

Im Bereich des Jugendmedienschutzes gab und gibt es angesichts der vielen Stakeholder und Akteure unzählige Möglichkeiten des Erfahrungsaustauschs. Zu den Events, die sich in letzter Zeit zu faktischen Schmelztiegeln der Praktiker entwickelt haben, zählen der jährliche *Safer Internet Day* und das *Safer Internet Forum*, viele der Klassifizierer und Medienakteure treffen sich zudem auf der *International Classifiers Conference* und den einschlägigen Chaptern des *Internet Governance Forum*<sup>11</sup>. Auch die internationalen Veranstaltungen der Safer Internet Center in den EU-Staaten sind Anziehungspunkte für die Praxis. Zu diesen regelmäßigen Events kommen einmalige Veranstaltungen wie etwa der Europäische Fachkongress *Net Children 2020 – Gutes Aufwachsen mit Medien* in Berlin. Im Fokus all dieser Veranstaltungen stehen der Erfahrungsaustausch, die Identifizierung neuer Chancen und Risiken sowie die Diskussion von Best-Practice-Ansätzen.

Für die Inhalteklassifizierer lohnt es sich daneben, in bilaterale Kooperationen mit Klassifizierern oder Medienakteuren zu treten, um Erfahrungen insbesondere bei neuen Bewertungsfragen, -abläufen oder -techniken auszutauschen. Derzeit diskutierte Fragen sind dabei vor allem die Relevanz von automatisierten oder semiautomatisierten Bewertungsentscheidungen für bisher manuell durchgeführte Einstufungen. Für die endgültige Einschätzung dieser Entwicklung und die Fragen nach einer etwaigen eigenen Nutzung neuer Bewertungstools bedürfen vor allem die traditionellen Klassifikationsstellen technischen Zusatzwissens, das Onlineplayer teils schon haben. Auch Technologiepolitik muss begleitet werden: Für technikbezogene Aspekte des Jugendmedienschutzes können dortige Debatten durchaus relevant werden, z. B. bei der Frage nach Schnittstellen oder der Debatte um die Netzneutralität.<sup>12</sup>

### *Kooperationen auf Ebene der Inhalteklassifizierung*

Auch auf der Ebene der Inhalteklassifizierung gibt es formale und lose Kooperationen im Jugendmedienschutz. PEGI<sup>13</sup> als paneuropäisches Bewertungsschema für Videospiele und Apps ist das bekannteste Beispiel dafür, wie sich eine ganze Industrie unabhängig von Herkunft, Schwerpunkt und Geschäftsmodellen auf einen gemeinsamen Klassifizierungsstandard einigen kann. In vielen Ländern bestehen zudem rahmende gesetzliche Vorgaben, die auf die PEGI-Label Bezug nehmen, oder

Selbstverpflichtungen der Spielepublisher und des Einzelhandels. Faktische Auswirkungen haben existierende internationale Systeme wie PEGI dort, wo einzelne Länder sich in Zukunft einen konvergenteren Jugendmedienschutz wünschen: Damit PEGI paneuropäisch bleibt, gibt es ein großes Interesse an der langfristigen Einheitlichkeit seiner Kennzeichen und Altersstufen. Für Reformkandidaten bedeutet dies, dass man sich – unabhängig der national gewünschten Altersstufen – an den PEGI-Stufen wird orientieren müssen. Geht man von dieser Hypothese aus, setzt PEGI bereits jetzt den Standard für Altersstufen in konvergenten Jugendschutzsystemen von morgen.

Kooperationen auf Ebene der Inhalteklassifikation finden sich in der Praxis auch rund um das „Kijkwijzer“-System aus den Niederlanden, das mittlerweile als Prototyp konvergenter, staatsferner Klassifizierungssysteme gehandelt wird. Mehrere Länder haben sich von dem niederländischen Modell inspirieren lassen und leicht angepasste Systeme eingerichtet (Türkei, Finnland) – oder überlegen dies (Schweiz<sup>14</sup>). Solche Systemadaptionen führen angesichts der Prozesse und Bewertungskriterien ebenfalls zu einer faktischen Harmonisierung. Als „First Mover“ ist die zentrale Klassifikationsstelle NICAM (Niederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media) angesichts der eigenen Erfahrungen, aber auch im Hinblick auf das Wissen um systemrelevante Kontextfaktoren ein wichtiger Akteur. Jüngste Beispiele für die Kooperation bei Inhalteklassifizierungen sind daneben IARC (International Age Rating Coalition)<sup>15</sup> mit einem One-Stop-Shop für Games- und App-Entwickler auf angeschlossenen App-Märkten (derzeit: Google Play, Firefox Marketplace). Ein zentraler Fragebogen führt hier zu (gegebenenfalls unterschiedlichen) Alterseinstufungen der teilnehmenden Klassifikationssysteme, die den App-Märkten zur Verfügung gestellt werden.

Einen weiteren Ansatz verfolgt das von NICAM und dem British Board of Film Classification (BBFC) initiierte Pilotprojekt „YouRateIt.eu“, das die Altersbewertung für Inhalte auf Social-Media-Plattformen ermöglichen und an jeweils nationale Bewertungssysteme rückbinden soll.<sup>16</sup> Daneben gibt es teils engen Austausch zwischen einzelnen Klassifizierungsstellen, besonders in Ländern mit kohärenten Wertesystemen wie den nordischen Ländern. Vereinzelt gibt es auch inhaltsbezogene Zusammenarbeit und Treffen unterschiedlicher Klassifizierer innerhalb eines Landes.

### *Kooperationen auf technischer Ebene*

Mit der oben dargestellten zunehmenden Relevanz von technischem Jugendschutz, aber auch den Prozessen der technischen Erstellung, Verarbeitung, Weitergabe und Auswertung von Inhalteklassifikationen nimmt die Bedeutung von Kooperationen auf technischer Ebene zu.

11 Beispielsweise die Dynamic Coalition on Child Online Safety, IGF. Abrufbar unter: <http://www.intgovforum.org/cms/dynamiccoalitions/79-child-online-safety>

12 In Großbritannien wird derzeit diskutiert, inwieweit Netzneutralitätsvorgaben auch Jugendschutzfilter auf Ebene der Access Provider betreffen können, siehe z. B. „The Telegraph“, David Cameron's bid to protect children from pornography could be scuppered by EU laws on 'internet neutrality'. Abrufbar unter: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/law-and-order/11745550/David-Camersons-bid-to-protect-children-from-pornography-could-be-scuppered-by-EU-laws-on-internet-neutrality.html>

13 Abrufbar unter: <http://www.pegi.info/>

14 Der Abschlussbericht „Jugend und Medien“ des Bundesrates schlägt ein „einheitliches Altersklassifizierungssystem“ vor; das „Kijkwijzer“-Modell kann dafür eine Lösung bieten. Inwieweit die Schweiz politisch in eine solche Richtung tendiert, wird abzuwarten sein. Siehe Schweizerischer Bundesrat, Zukünftige Ausgestaltung des Kinder- und Jugendmedienschutzes der Schweiz, 13.05.2015. Abrufbar unter: [http://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user\\_upload/Medienmitteilungen\\_Aktuellmeldungen/Bundesratsbericht\\_Jugend\\_und\\_Medien.pdf](http://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Medienmitteilungen_Aktuellmeldungen/Bundesratsbericht_Jugend_und_Medien.pdf)

15 Abrufbar unter: <https://www.globalratings.com/>. Kooperationspartner von IARC sind derzeit das Australian Classification Board, Classificação Indicativa (ClassInd), das Entertainment Software Rating Board (ESRB), Pan European Game Information (PEGI) und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK).

16 Abrufbar unter: <http://yourateit.eu/>

**»So schwierig oder unmöglich die Harmonisierung von Jugendmedienschutz auch sein mag, auf der Ebene der Jugendschutzpraxis hat sich eine Vielzahl von Formen der Zusammenarbeit etabliert, die faktisch zu einer Annäherung von Normen, Prozessen, neuen Ansätzen und technischen Umsetzungen führen.«**

Zwei Beispiele auf dieser Ebene sind IARC und MIRACLE. Als One-Stop-Shop für App- und Game-Klassifizierungen bietet IARC ein System, das ohne Reibungsverluste die (Selbst-)Klassifizierungsprozesse sowie die Verfahren zur Ausspielung der Altersstufen der beteiligten Klassifizierungssysteme an die nutzenden App-Markets technisch komplett abbilden kann. Jeder zukünftige App-Market, der IARC einbindet, wird seine Schnittstellen daher an die IARC-Technik anpassen.

MIRACLE (Machine-readable and interoperable age classification labels in Europe) ist ein EU-Pilotprojekt<sup>17</sup>, das auf die Etablierung eines offenen technischen Standards für elektronische Alterskennzeichen abzielt. Dem Projekt geht es nicht um die Einführung eines neuen Klassifikationssystems, sondern um die technische Angleichung von Klassifizierungsinformationen. Nutzen derzeit bestehende Systeme den gleichen Datenstandard, das gleiche technische Vokabular, könnten so mittelfristig medien- und grenzüberschreitende elektronische Alterskennzeichen unabhängig von ihrer Herkunft und unabhängig vom genutzten Endgerät für alle Softwareprogramme einfach zu verarbeiten – zu „verstehen“ – sein.

#### Kooperationen auf Policy-Ebene

Letztlich sind auch Kooperationsformen identifizierbar, die auf die Entwicklung neuer „Policies“ oder jedenfalls politikfokussierter gemeinsamer Standpunkte im Jugendmedienschutz abzielen. Die „ICT Coalition for Children Online“ ist ein 2012 von der Wirtschaft initiiertes Forum, das auf den Austausch von neuen (auch regulatorischen) Entwicklungen und Best Practice ausgerichtet ist und dabei auch externe Erkenntnisse in die Diskussionen einbindet. Die Arbeit wird mit Blick auf die Koalitionsprinzipien extern evaluiert.<sup>18</sup> Mit solchen gemeinsamen Prinzipien, zu deren Umsetzung die teilnehmenden Unternehmen sich verpflichten, entsteht eine weitere faktische Ebene untergesetzlicher Harmonisierung. Die von der EU-Kommission etablierte „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“<sup>19</sup> mit 31 Unternehmen hat von 2011 bis 2013 ebenfalls an Umsetzungszielen gearbeitet und so für gleichlaufende Aktivitäten auf Unternehmensseite gesorgt. Eine nachträgliche externe Evaluation gab es hier nicht. Deutlich geworden ist dabei, dass die weit verzweigten Industrieakteure teils unterschiedliche – wenn nicht widersprüchliche – Interessen im Jugendmedienschutz verfolgen. Das Sprechen mit der einen Stimme der Industrie wird schwieriger. Weitere Beispiele für Kooperationen auf Policy-Ebene sind die EPRA<sup>20</sup> und ERGA<sup>21</sup> als Zusammenschlüsse der Regulierer im audio-visuellen Bereich, die Better Internet for Kids-Plattform<sup>22</sup> als Zusammenschluss der Safer Internet Center und der nationalen Jugendschutz-Hotlines sowie auf Ebene der Forschung im Bereich „Jugendmedienschutz“ das Netzwerk „EU Kids Online“<sup>23</sup>.

#### Ausblick

Der Eindruck, der angesichts der Kooperationen zurückbleibt, ist kein schlechter: So schwierig oder unmöglich die Harmonisierung von Jugendmedienschutz auch sein mag, auf der Ebene der Jugendschutzpraxis hat sich eine Vielzahl von Formen der Zusammenarbeit etabliert, die faktisch zu einer Annäherung von Normen, Prozessen, neuen Ansätzen und technischen Umsetzungen führen. Es scheint, als sei die Auswahl der Formen der Zusammenarbeit so groß, dass sich Beteiligte ihr ganz individuelles Repertoire an multilateralen Foren und Koalitionen oder bilateralen Formen der Zusammenarbeit zusammenstellen können. Diese Möglichkeit des „Pick and Mix“<sup>24</sup> bietet vor allem die Chance, Kooperationen zu wählen, die zu dem jeweiligen nationalen Kontext, den Interessen, Schwerpunkten und Ressourcen des jeweiligen Akteurs passen. Es wird vor allem angesichts der zunehmenden Diversifizierung der Anbieter und ihrer Strategien darauf ankommen, diese Kooperationen langfristig zu bespielen und zu einem integrierenden Faktor zu machen. Denn je stärker sich die unterschiedlichen Interessengruppen bei Kooperationen voneinander abgrenzen, desto offener wird das Risiko für die nachhaltige Annäherung der Jugendschutzpraktiken werden.

17

Abrufbar unter:  
<http://www.miracle-label.eu>. An MIRACLE beteiligt sind das Hans-Bredow-Institut, das BBFC, NICAM, PEGI, die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), JusProg, Allot Optenet und das tschechische Safer Internet Center (NCBI).

18

Abrufbar unter:  
<http://www.ictcoalition.eu/>

19

Abrufbar unter:  
<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/self-regulation-and-stakeholders-better-internet-kids>

20

European Platform of Regulatory Authorities.  
Abrufbar unter:  
<http://www.epra.org/>

21

Beschluss der Kommission vom 03.02.2014 zur Einsetzung der Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste, C(2014) 462 final.

22

Abrufbar unter:  
<https://www.betterinternetforkids.eu/>

23

Abrufbar unter:  
<http://www.eukidsonline.net>

24

Zitat von David Cooke, BBFC, im Rahmen der ICC-Tagung 2015 in Berlin

Stephan Dreyer ist Wissenschaftlicher Referent am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg.



# Interaktives Fernsehen

Gerd Hallenberger

Einem bekannten Bonmot zufolge sind Prognosen besonders dann schwierig, wenn sie die Zukunft betreffen. Dies gilt nicht nur, aber in besonders auffälliger Weise, für Prognosen über die Zukunft der Technik. Wo sind sie heute beispielsweise, die unzähligen Zeppeline, die laut vielen Prognosen aus den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts die Zukunft des Luftverkehrs bestimmen und den Himmel füllen würden?

In einer Mediengesellschaft, in der technischen Medien eine Schlüsselrolle in Gegenwart und Zukunft zugeschrieben wird, ist natürlich die Medienzukunft von besonderem Interesse. Prognosen sind hier vom Zusammenspiel von gleich vier Faktoren abhängig, ein Misslingen jeder Vorhersage also wahrscheinlich und jede Häme daher unangebracht. Erstens muss die Technikentwicklung bedacht werden, zweitens die ökonomischen Chancen von deren Umsetzung in Marktangebote, drittens die medienkulturelle Akzeptanz solcher Angebote, die viertens erst vor dem Hintergrund allgemeiner soziokultureller Entwicklung einschätzbar wird.

Gescheiterte Prognosen sind trotzdem interessant, weil sich in jedem Einzelfall im Nachhinein gute Gründe des Scheiterns ermitteln lassen, aus denen sich manches lernen lässt. Ein Musterbeispiel ist in dieser Hinsicht das „interaktive Fernsehen“. Mitte der 1990er-Jahre war es in vielen Ländern, nicht nur den USA und Deutschland, ein Schlüsselthema der Medienentwicklung. Aus heutiger Sicht mutet es etwas merkwürdig an, dass das Nachdenken über die Medienzukunft damals noch das Fernsehen als Ausgangspunkt hatte, aber dies geschah aus gutem Grund. Fernsehen war nicht nur für die „Fernsehgeneration“, die mit diesem Medium aufgewachsen war, das „Leitmedium“, sondern für die gesamte Bevölke-

rung. 1995 lag der Anteil der Internetnutzer in Deutschland – laut Zahlen der Weltbank – gerade einmal bei 1,8 %. Aber es ist nicht nur auf das fehlende Internet zurückzuführen, dass zu dieser Zeit „interaktives Fernsehen“ als faszinierendes Konzept erschien.

Das beginnt schon bei der Benennung, die auf den ersten Blick Interesse weckt, weil sie genau genommen ein Oxymoron darstellt, also einen in sich widersprüchlichen Ausdruck. „Fernsehen“ bedeutet traditionell, dass es einen Sender gibt, der viele Empfänger erreicht. Diese Empfänger haben aber keine Möglichkeit der unmittelbaren Rückmeldung, auf die der Sender erst recht nicht auf gleichem Wege antworten könnte, was erst tatsächliche Interaktion darstellen würde. Diese Form der Benennung mit Überraschungseffekt ist kein Einzelfall – auch der „Schnelle Brüter“ ist ein Oxymoron, da in der Natur Brüten ein eher langwieriger Vorgang ist.

„Interaktives Fernsehen“ ist aber nicht nur dadurch ein interessanter Begriff, weil Fernsehen an sich nicht interaktiv ist, er ist zugleich sehr unscharf, was Raum für viele Phantasien lässt. Zur Zeit der ersten Pilotprojekte in den USA und in Deutschland Mitte der 1990er-Jahre reichte das Spektrum der damit assoziierten konkreten Angebote von der schlichten Vermehrung des Fernsehangebots um hoch spezialisierte Spartenkanäle über zusätzliche Formen des (bezahlpflichtigen) Abruffernsehens (z. B. Video-on-Demand) bis zu Home-shopping und Eingriffen des Zuschauers in Sendeinhalte. So etwa bei Gameshow-Kanälen, bei denen sich Fernsehzuschauer per Tastendruck auf die Fernbedienung aktiv an den Spielen beteiligen können sollten.

Wie so häufig in der Medienentwicklung war auch hier das radikal Neue nicht, dass es sich um völlig unbekannte Phänomene han-

delte, sondern Vertrautes wurde auf radikal neue Weise angeboten – plus einigen echten Innovationen, die bei den Vorläufertechnologien nicht möglich waren. „Video-on-Demand“ bedeutete vorher, dass man sich Videokassetten des Wunschfilms ausleihen oder kaufen musste; „Homeshopping“ die Bestellung von Artikeln per Post aus Versandhauskatalogen. Auf zeitgenössische Weise interaktiv wurde das Fernsehen bis 1995 ausschließlich mithilfe der Deutschen Bundespost – entweder über Postkarten, mit denen beispielsweise das eigene Votum über einen „Wunschfilm“ abgegeben wurde, oder über das Telefon via „TED“, dem „Tele-Dialog“, einem Abstimmungssystem für alle möglichen Zwecke. Auch interaktive Gameshows gab es schon lange vor den 1990er-Jahren – seit 1964 steuerten in der ZDF-Show *Der goldene Schuß* Spielteilnehmer aus ihrem Wohnzimmer eine televisionäre Armbrust (tatsächlich von einem Kameramann mit verbundenen Augen bedient) in Echtzeit durch telefonische Kommandos.

Von all dem unterschied sich das „interaktive Fernsehen“ der 1990er-Jahre vor allem dadurch, dass kein Medienwechsel mehr nötig war. Man benötigte nur noch einen Fernsehapparat, eine Set-Top-Box und eine einzige, spezielle Fernbedienung. Als Zuspieldkanal fungierte Breitbandkabel, als Rückkanal diente meist das schmalbandige Telefonnetz. Mit anderen Worten: Das „interaktive Fernsehen“ war zunächst einmal die Verwirklichung eines Technikertraums. Um auch zu einem Markterfolg zu werden, hätte es origineller Angebote zu vernünftigen Preisen bedurft, mit denen begeisterte Kunden hätten gewonnen werden können. An all dem mangelte es jedoch, und die um 1995 gestarteten Pilotprojekte scheiterten durchweg. Die hohen Anlaufkosten hatten hohe Preise zur Folge, die Angebote be-

schränkten sich weitgehend auf Varianten von Video-on-Demand und Homeshopping – also ausgerechnet die Anwendungsformen, die am wenigsten mit utopischen Vorstellungen von einem Fernsehen der Zukunft zu tun hatten. Obendrein erschien vielen Nutzern daher die geheimnisvolle Set-Top-Box auf ihrem Fernsehapparat bloß als eine mit dem Telefonnetz verbundene elektronische Registrierkasse. Und wer findet es schon toll, als medientechnische Innovation eine Registrierkasse im Wohnzimmer zu haben?

„Interaktives Fernsehen“ blieb daher ein kurzes Vorspiel für den folgenden tatsächlichen radikalen Medienwandel – ausgelöst durch die flächendeckende Verbreitung des Internets, das alle Versprechen des „interaktiven Fernsehens“ einlöste und sogar noch viel mehr ermöglichte.

Dr. Gerd Hallenberger ist Professor an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft (HMKW, Standort Köln) und Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).





Tilman P. Gangloff

Jeder Film ist eine Lüge. Was man als Zuschauer für flüssige Bewegungen hält, besteht tatsächlich aus 24 Einzelbildern pro Sekunde. Aber auch inhaltlich haben Filme nicht viel mit der Realität zu tun – und das keineswegs bloß, weil die Geschichten in der Regel erfunden sind: Vieles wird übertrieben, weil es dann auf der Leinwand oder auf dem TV-Monitor wirkungsvoller ist. Der Rest sind Klischees, an die man sich im Lauf der Zeit so gewöhnt hat, dass sie kaum noch hinterfragt werden.

# Blühender Blödsinn

## Warum Fernseh- und Kinofilme nur wenig mit der Wirklichkeit zu tun haben

In seinem ebenso amüsanten wie informativen Büchlein *Der Böse steht noch einmal auf* hat Christian Georg Salis eine Vielzahl von Kinoklischees zusammengetragen. Der Titel bezieht sich natürlich auf Filme mit Monstern, Superschurken oder Massenmördern, die meist erst dann Ruhe geben, wenn sie regelrecht ausgelöscht worden sind. Salis beschränkt sich dabei auf Hollywood-Produktionen, aber das Fernsehen arbeitet natürlich ganz ähnlich. Die romantischen Heimatdramen von ARD und ZDF z. B. wären ein dankbarer Untersuchungsgegenstand. In vielen dieser Filme kehrt eine Großstädterin zu ihren Wurzeln in der Provinz zurück. Ihr Zimmer im Elternhaus sieht stets noch genauso aus wie in ihren Teenagerjahren. Meist läuft sie ihrer ledigen Jugendliebe über den Weg, und prompt erwachen die alten Gefühle. Vor dem Happy End müssen die beiden aber erst einmal dem Bösewicht das Handwerk legen. Bei diesem Schurken handelt es sich regelmäßig um den Bürgermeister, der der Heldin ihren Bauernhof abspenstig machen will, um dort wahlweise ein Luxushotel zu errichten oder einen Golfplatz anzulegen.

Zu beliebten Klischeefiguren der jüngeren Vergangenheit zählen nicht erst seit dem französischen Kinokassenknüller *Ziemlich*

*beste Freunde* sowohl im Kino wie auch im Fernsehen Behinderte. Wer im Rollstuhl sitzt, ist in der Regel hochintelligent, aber verbittert und zynisch (Robert Gwisdek in *Renn, wenn du kannst* von Dietrich Brüggemann). In den letzten Jahren gab es auffallend viele Filme über Menschen mit Downsyndrom, die ausnahmslos liebenswert und lebensklug waren. Den Auftakt zu diesem Subgenre hat 2001 das Drama *Bobby* von Vivian Naefe gemacht. Hauptdarsteller Rolf Brederlow hat damals den Vornamen seiner Rolle angenommen; „Bobby“ heißt seither auch der vom Verein Lebenshilfe für Menschen mit Behinderung vergebene Medienpreis. Stets vermitteln die Geschichten eine politisch korrekte Botschaft: Behindert sind nie die Menschen, denen man es vermeintlich ansieht, sondern die anderen, die sich für normal halten.

Aber nicht nur die Autoren, auch die Regisseure bedienen sich bei der optischen und akustischen Umsetzung diverser Klischees. Selbst in entlegensten Gegenden brennt nachts irgendwo ein Licht, weil man ja andernfalls etwa im Wald nichts sehen würde. Schaltet jemand ein Flutlicht oder die Beleuchtung in einer großen Halle an, macht das immer einen Höllenlärm. Wenn das Festnetztelefon klingelt, schauen die Menschen

erst einmal hin, bevor sie rangehen. Klingelt es dagegen an der Haus- oder Wohnungstür, fragen sie: „Erwartest du jemanden?“ In Dramen ist eine sich sacht im Wind bewegende leere Schaukel stets ein Zeichen dafür, dass ein Kind gestorben ist. Frauen, denen schlecht wird, sind immer schwanger. Hat ein Mann das Gedächtnis verloren, stellt er nach und nach fest, dass er ein ziemlich unsympathischer Zeitgenosse war. Streitet sich eine Frau auf dem Weg zum Vorstellungsgespräch oder zum ersten Arbeitstag mit einem Mann um einen Parkplatz oder schüttet ihm im Fahrstuhl versehentlich Kaffee übers Hemd, kann man darauf wetten, dass es sich um den neuen Chef handelt.

### Fundgrube TV-Krimi

Äußerst ergiebige Fundgruben sind auch die TV-Krimis. Dass die gezeigte Polizeiarbeit etwa im *Tatort* nicht viel mit dem Alltag echter Kommissare zu tun hat, liegt auf der Hand, weil sie einen Großteil ihrer Arbeitszeit mit Bürokratie verbringen; ein Film soll schließlich unterhalten und nicht langweilen. Weil aber mittlerweile viele Zuschauer wahre Couchkriminalisten sind, bemühen sich die Filmemacher um einen gewissen Re-



*Ziemlich beste Freunde*



Alarm für Cobra 11

**Literatur:**

**Christian Georg Sallis:**  
*Der Böse steht noch einmal auf ... und andere Klischees aus Hollywood-Filmen.*  
Marburg 2006



alismus, was sie allerdings nicht davon abhält, immer wieder blühenden Blödsinn zu produzieren. Besonders beliebt ist die Stürmung einer Wohnung durch ein Sondereinsatzkommando (SEK), in dessen Mitte sich die allenfalls durch eine schusssichere Weste geschützten Kommissare tummeln. Das ist natürlich Unfug, schließlich werden die gepanzerten Spezialisten ja eigens angefordert, damit sich die Ermittler nicht unnötig in Gefahr begeben müssen. Werden sie dennoch getroffen, knöpfen sie anschließend ihr Hemd auf und zeigen die Kugel, die in der Weste steckt. Bei Schießereien auf offener Straße bringen sie sich gern hinter ihrem Auto in Sicherheit. Dabei muss man bloß einmal einen Blechschaden gehabt haben, um zu wissen, dass sie sich genauso hinter einer Zeitung verstecken könnten. Dafür sind Polizisten in der Lage, Türen in null Komma nichts mit einer Kreditkarte oder einem Dietrich zu öffnen, aber im Zweifelsfall werfen sie sich einfach mit der Schulter dagegen. Zu den Klischees gehört auch der Besuch in der Rechtsmedizin, ebenso hartnäckig wie falsch oft Pathologie genannt, wo sich offenbar überwiegend schräge Vögel tummeln: Die Herren Gerichtsmediziner sind oft schrullig, haben einen mitunter recht makabren Humor und flirten gern mit den Kommissarinnen.

In einer Actionserie wie *Alarm für Cobra 11* (RTL) gelten die Gesetze des Alltags ohnehin nicht mehr, schließlich erwarten die Fans der Autobahnabenteurer, dass die Produzenten es kräftig krachen lassen; deshalb enthalten die Produktionen aus der Action schmiede von Hermann Joha viele typische Hollywood-Versatzstücke. Die meisten Effekthaschereien sind harmlos und haben keinerlei Auswirkung auf die Wirklichkeit. Eine Filmlüge aber hat Konsequenzen, die im Zweifelsfall sogar Menschenleben kosten kann: der Mythos des explodierenden Autotanks. In den meisten Fernsehfilmen geht ein Auto zwar nicht mehr in Flammen auf, wenn es einen Abhang hinunterstürzt, aber das hat womöglich sogar eher mit ökologischen Aufgaben zu tun. Trotzdem gibt es die fetten Feuerbälle immer noch, was zur Folge hat, dass nicht betroffene Autofahrer bei schweren Verkehrsunfällen den Opfern keine Hilfe leisten. Den Einsatzkräften gestehen sie später, sie hätten Angst gehabt, dass das Unfallfahrzeug in die Luft geht.

Ein Sachverständiger versichert jedoch, der Treibstofftank eines Fahrzeugs könne gar nicht explodieren: „Die im Tank befindlichen Treibstoffdämpfe sättigen die Luft im Tank derart, dass ein sehr fettes Gemisch entsteht. Hier kann aus Sauerstoffmangel keine Zündung entstehen.“ Ein Tank könne zwar aufplatzen, sodass sich austretender Treibstoff an heißen Fahrzeugteilen wie dem Motor oder dem Auspuff schlagartig entzünden könne, „aber auch das führt keineswegs zu einer Explosion.“ Im Film werde der Flammenball durch Flüssiggas herbeigeführt, das im entscheidenden Moment gezündet werde, aber „eine solch riesige Flammenentwicklung ist mit Benzin oder Diesel nicht zu erreichen“; erst recht nicht mit einer lässig ins Benzin geschnippten Zigarette. Wenn es um die Druckwelle einer Explosion geht, sind die Filmemacher dagegen seltsam unentschlossen: Mal geht ein Held ohne eine Miene zu verziehen aus dem Bild, während in seinem Rücken die Welt untergeht, mal werden Menschen ganze Häuserblocks weit geschleudert. Flugzeuge und Hubschrauber stürzen allerdings grundsätzlich hinter Hügelketten ab. Buchautor Salis weist auf eine weitere Ungeheimtheit hin: Echte Kerle überstehen wütendste Prügeleien klaglos, werden aber ganz handzahn, wenn eine schöne Frau ihre Wunden desinfiziert. Erliegt ein Sympathieträger seinen Verletzungen unterm Sternenzelt, steigt die Kamera in den Himmel.

#### Klischees im Actionfilm

Gerade Actionfilme strotzen ohnehin vor Klischees, von denen viele falsch sind; so ist es z. B. ausgesprochen schwierig, aus einem fahrenden Auto heraus ein bewegliches Ziel zu treffen und etwa bei einem anderen Auto in den Reifen zu schießen. Bei Verfolgungen fliehen Liebespaare blödsinnigerweise gern Hand in Hand. Ist jemand in der Stadt im Auto auf der Flucht, fährt er unter Garantie in einen Stapel aus Kisten oder Kartons oder rast auf einem Marktplatz in einen Gemüsestand. „Eine typische Filmphantasie“ ist nach Aussage eines Experten für Feuerwaffen auch die Darstellung von Geschosstreffern: Oft werden die Opfer meterweit weggeschleudert. Auch im Fernsehen: In einem *Tatort* aus Luzern (*Ihr werdet gerichtet*, September 2015) erschießt ein Scharfschütze aus großer Entfernung Menschen, deren Verbrechen

durch die Justiz nicht geahndet wurden; sie fliegen regelrecht durch die Luft. Das sei aufgrund der Verhältnismäßigkeit zwischen Geschossgewicht und Körpergewicht gar nicht möglich, erläutert der Experte: „Ein normales Gewehrgeschoss liegt in einem Gewichtsbereich von 12 bis 15 g und kann einen Menschen von beispielsweise 80 kg nicht einfach so wegschleudern. Selbst eine Geschossgarbe aus einer Maschinenpistole oder einem Maschinengewehr wäre dazu nicht in der Lage.“

Während Gewalt immer drastischer und dank aufwendiger Effekte auch scheinbar authentischer dargestellt wird, kann man bei Sexualität den entgegengesetzten Trend beobachten: Bettszenen werden immer schamhafter. Frauen behalten beim Sex gern den BH an und wachen nach leidenschaftlichen Liebesnächten entweder im Nachthemd auf oder werden akkurat von der Decke bedeckt. Verlassen sie das Bett, wickeln sie sich ein Laken um den Körper. Ohnehin wird in Film und Fernsehen meist im BH geschlafen, und wie durch Zauberhand ist am nächsten Morgen auch das Make-up immer noch perfekt. Aber das war schon immer so; jedenfalls im Film.

Tilmann P. Gangloff lebt und arbeitet als freiberuflicher Medienfachjournalist in Allensbach am Bodensee.



# „Die Leute würden uns ja einschlafen!“

Drehbuchautor Holger Karsten Schmidt  
über die Realitätsnähe deutscher TV-Krimis

**Warum bedient sich die Filmsprache so vieler Klischees?**

*Ganz einfach: Weil sie einen hohen Wiedererkennungswert haben und Filmzeit sparen.*

**Nichts ist derzeit so erfolgreich wie die Krimis. Würden Sie zustimmen, dass der Reiz des Genres nicht zuletzt in seiner Nähe zur Realität liegt?**

*Nein. Erfolgreichster deutscher Krimi ist derzeit der Tatort aus Münster, das widerlegt diese These eindeutig.*

**Die Tatort-Macher betonen gern den Realismus der Reihe. Warum gibt es dennoch immer wieder offenkundige Verstöße, wenn z. B. Kommissare mit dem SEK-Team eine Wohnung stürmen?**

*Film gehorcht primär den dramaturgischen Gesetzen und nicht der Authentizität. Die Empathie des Zuschauers mit einem vermummten SEK-Mann, den man im Laufe der Handlung nicht kennengelernt hat, geht gegen null. Die Leute würden uns ja einschlafen, wenn wir den realen Alltag eines Kriminalhauptkommissars akribisch nachzeichneten. Wer Realität sucht, sollte vor die Haustür gehen.*

**Aber haben Sie nicht selbst Krimis geschrieben, bei denen die Authentizität sehr wichtig war?**

*Das stimmt, bei Mord in Eberswalde und Der Stich des Skorpions z. B. war mir das sehr wichtig, aber bei Mörder auf Amrum oder Harter Brocken völlig schnurz. Es kommt primär darauf an, was man als Autor erzählen will. Deshalb gehe ich auf den ersten Seiten des Drehbuches eine Art Verabredung mit dem Zuschauer ein und gebe dabei auch die Tonart vor. Wenn ich Mörder auf Amrum streng nach Fakten erzählt hätte, hätte ich diese Grotteske zugrunde gerichtet. Stattdessen gibt es ein erstes Gespräch der Insulaner in der Kneipe, und man weiß sofort, dass die allesamt neben der Spur sind. Den Drehbüchern zu Mord in Eberswalde und auch Der Stich des Skorpions liegen dagegen authentische Ereignisse zugrunde. Wenn ich einen Kriminalfall anfasse, den reale Menschen durchlebt haben, dann spielt Authentizität bei mir die erste Geige, und die Dramaturgie beschränkt sich auf Zuspitzungen. Das ist eine Sache der Haltung und des Respekts.*

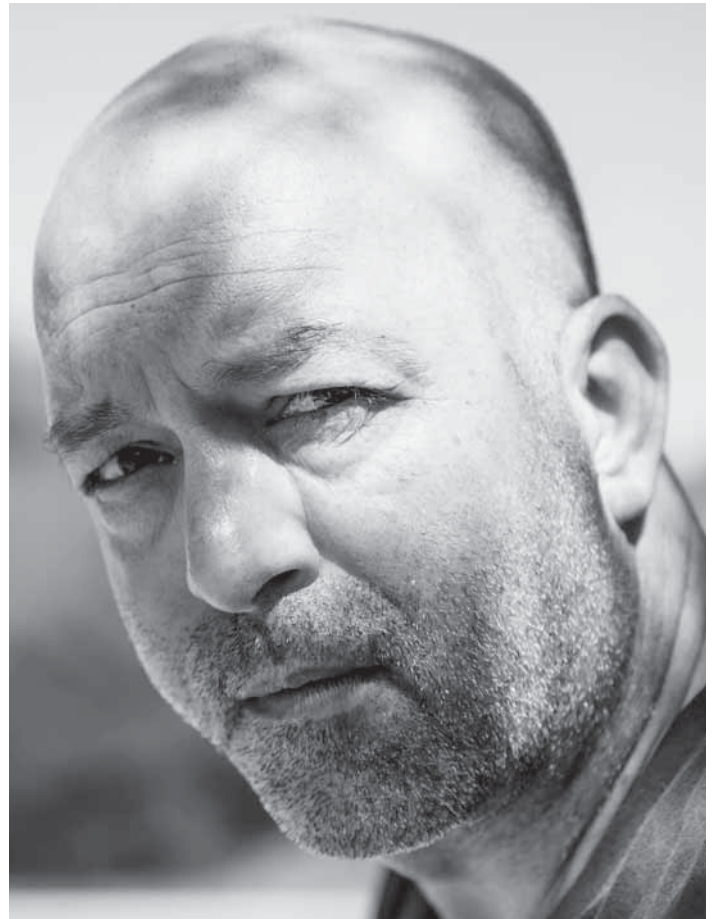


**Kommt es vor, dass Sie in einem Drehbuch ein gängiges Klischee extra vermieden haben, der Regisseur es dann aber doch verwendete?**

*Ja, mehrfach. Ein Beispiel: In einem Showdown richtet der Antagonist die Waffe auf den wehrlosen Protagonisten. Im Buch stumm. Der Regisseur fand's dann aber beim Drehen gut, dass der Schurke sagt: „Ich hab' dich noch nie leiden können.“ Da wünscht man sich in die nächste Galaxis.*

**Wie viel Einfluss hat man überhaupt als Autor auf die Umsetzung eines Drehbuches?**

*Den größten Einfluss hat man, wenn man ein Drehbuch abliefern, das in jeder Szene zwingend ist. Das heißt aber noch lange nicht, dass es auch so umgesetzt wird, es erhöht einfach ein klein wenig die Wahrscheinlichkeit.*



Holger Karsten Schmidt (50) ist einer der gefragtesten deutschen Drehbuchautoren. Der mehrfache Grimme-Preisträger (*Mörder auf Amrum*, *Mord in Eberswalde*) lebt in der Nähe von Ludwigsburg und ist Dozent für Drehbuch an der Filmakademie Baden-Württemberg.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.

Ist das in seiner jetzigen Ausprägung formulierte 50-jährige deutsche Urheberrecht im Wettbewerb mit globalen Unternehmen zukunftssicher? Wie können die Urheber angemessen von der Digitalisierung ihrer Werke profitieren, ohne dass das Internet weltweit überwacht werden muss? Darüber gibt es zurzeit eine lebendige Debatte. Der sozialdemokratische Europaabgeordnete Dietmar Köster favorisiert ein von der Gesellschaft kontrolliertes Verwertungsmodell durch Schaffung einer öffentlich-rechtlichen digitalen Plattform. *tv diskurs* sprach mit ihm über die Chancen dieser Idee.

# Öffentlich-rechtliche Plattform schaffen!

**Wir feiern jetzt 50 Jahre Urheberrecht in Deutschland. Was ist gegenwärtig aus Ihrer Perspektive als Europapolitiker das Hauptproblem im Urheberrecht und welche Vorschläge haben Sie?**

Die InfoSoc-Richtlinie, die bisherige rechtliche Grundlage aus dem Jahr 2001, stammt aus einer Zeit, als es noch kein Facebook und kein Google gab. Das Internet hat zu einer so grundlegenden Veränderung im Nutzerverhalten bei geistigen Werken geführt, dass auf der einen Seite viele Nutzer Urheberrechtsbestimmungen oft unbewusst verletzen und auf der anderen Seite viele Künstler, Kulturschaffende keine Vergütung erhalten. Aufgrund dieser Situation müssen wir zu einer Änderung kommen. Hinzu kommt die Schwierigkeit, dass es viele rechtliche Unklarheiten gibt. Der Europäische Gerichtshof und nationale Gerichte sind immer mehr gefordert. Wir können jedoch nicht den Gerichten die Gestaltung des Urheberrechts im digitalen Zeitalter überlassen. Da ist die Politik gefordert. Deswegen müssen wir hier im Europaparlament Vorschläge machen. Unser Vorschlag ist, diejenigen in den Blick zu nehmen, die in einer digitalisierten Welt bisher drohen, die Verlierer zu werden, nämlich die Kreativen, die Kulturschaffenden. Urheberrecht ist ja auch ein Stück weit ein Schutzrecht für die Kulturschaffenden und wir wissen, empirisch belegt, dass z. B. die Gruppe der Autorinnen

und Autoren gegenwärtig über erheblich geringere Einkommen verfügt, als es in der analogen Zeit vor Google und Facebook der Fall war. Wenn wir vor allem die Kultur stärken wollen in Europa, dann brauchen wir ein Urheberrecht, das die Einkommen stärker umverteilt zugunsten der Kulturschaffenden. Wenn wir uns die ganze Wertschöpfungskette angucken, muss man feststellen, Google und Co. sind keine Kommunikationsunternehmen mehr, sondern große Werbeagenturen, die darüber ihre riesigen Einnahmen generieren. Diese müssen ein Stück weit auf diejenigen umverteilt werden, die bisher am wenigsten vom Kuchen abbekommen. Wir brauchen wirtschaftliche Vernunft, soziale Verteilungsgerechtigkeit auch in diesem Bereich. Dafür müssen wir uns engagieren. Ich stehe als Sozialdemokrat natürlich dafür, dass das Ganze zustimmungsfrei und vergütungspflichtig ist. Das heißt, wir wollen nicht, dass vor allem die User zur Kasse gebeten werden. Hier müssen wir im Sinne der Demokratie einen freien Zugang zu den Informationen ermöglichen. Ich halte auch nichts davon, User zu kriminalisieren. Wir brauchen ebenso keine Überwachungsinstrumente, um Plattformen zu überprüfen. Das birgt immer die Gefahr in sich, dass auch der Einzelne in seinen Persönlichkeitsrechten, in seinen Privatrechten begrenzt wird. Wir wollen keine verstärkte Überwachung.

**Sie haben jetzt den Vorschlag präsentiert, eine öffentlich-rechtliche Plattform zu installieren, die ein Gegengewicht zu den kommerziellen Plattformen im Internet darstellen soll. Hat dieser Vorschlag wirklich eine realistische Chance – angesichts der Tatsache, dass das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem unter starkem Legitimitätsdruck steht?**

An der bisherigen Debatte stört mich, dass wir uns über Firmen wie z. B. Netflix beklagen, die einfach die Möglichkeiten nutzen, die ihnen der Markt in der digitalen Welt eröffnet. Aber das Beklagen reicht nicht. Wir sollten lieber darüber nachdenken, öffentlich-rechtliche Plattformen für den europäischen Film als Pendant zu Netflix zu entwickeln. Der alleinige Gedanke, dass die Zukunft des Urheberrechts vor allem über den Markt gesteuert werden muss, greift zu kurz. Wenn wir einen öffentlich-rechtlichen Sektor schaffen, können wir den Monopolen ein Stück weit entgegenwirken. Das muss nicht unbedingt bei den Institutionen ZDF oder ARD angesiedelt sein. Da gibt es sicherlich auch das eine oder andere zu diskutieren. Aber die entscheidende Frage ist, wie wir eine öffentlich-rechtliche Grundlage schaffen, mit der zivilgesellschaftliche Organisationen, Bürgerinnen und Bürger größere Einflussmöglichkeiten haben. Für mich ist das auch ein Weg, die digitalisierte Welt zu demokratisieren; bei Google, Facebook hat die Öffentlichkeit nichts zu melden. Hier herrschen die Marktprinzipien.

**„Öffentlich-rechtlich“ ist tatsächlich kein Alleinstellungsmerkmal von Rundfunkanstalten. Sparkassen haben ja auch einen öffentlich-rechtlichen Status. Aber bei allem stellt sich immer wieder die Frage der Finanzierung. Wer soll es bezahlen?**

Ich glaube, zunächst einmal muss die Idee programmatisch weiterentwickelt werden. Danach müssen wir die Bereitschaft in der Politik und in der Zivilgesellschaft finden, solche sozialen Innovationen voranzutreiben. Ich bin der festen Überzeugung, dass es bei einem entsprechenden politischen Willen auch Finanzierungsmöglichkeiten gibt. Denn es kann nicht sein, dass sich die großen Monopole wie Google und Facebook Steueroasen aussuchen und ein Großteil der Gelder, die eigentlich der öffentlichen Hand zustehen würden, entzogen werden. Wir wissen, dass den europäischen Ländern jedes Jahr Steuern in Höhe von 1.000 Mrd. Euro durch Steuerhinterziehung in Steueroasen und Steuerdumping entgehen. Das muss gestoppt werden. Das ist eine klassische europäische Aufgabe, die wir angehen müssen.



**Wie weit ist der Diskussionsprozess bereits? Ist die Idee einer öffentlich-rechtlichen Plattform mehrheitsfähig? Welches Feedback haben Sie?**

Ich wollte jetzt erst einmal diesen Gedanken in die öffentliche Debatte einspielen. Ich wollte prüfen, welche Resonanz er findet. Jetzt muss ich versuchen, ihn in meiner eigenen Partei und auch in den parlamentarischen Beratungsprozess einzubringen. Ich glaube, dass es in der Öffentlichkeit eine zunehmende Sensibilität gibt, was die Gestaltung der digitalen Welt betrifft. Da können öffentlich-rechtliche Einrichtungen eine positive Rolle spielen. Diesen Gedanken möchte ich jetzt weiter nach vorne entwickeln.

Das Interview führte Jörg Wagner.

Im Mittelpunkt der dänischen Fernsehserie *Borgen* (2010–2013) und der von Netflix produzierten Streaming-Produktion *House of Cards* (seit 2013) steht die Darstellung politischer Entscheidungsprozesse. Der folgende Beitrag zeigt, wie der Blick auf die Hinterzimmer des Politikbetriebs in beiden Serien sehr unterschiedlich ausfällt.

Werner C. Barg

# Politik als Kompromiss und Intrige

## Die Darstellung politischer Entscheidungsprozesse in US-amerikanischen und europäischen High-Quality-Serien

Seit dem Beginn des „Serien-Booms“, speziell der sogenannten High-Quality-Serien aus den USA, gibt es eine Reihe von Produktionen, in denen Politiker und die Entwicklung politischer Prozesse im Mittelpunkt stehen. So wurde von 1999 bis 2006 in *The West Wing – Im Zentrum der Macht* sehr erfolgreich der Alltag des US-Präsidenten (verkörpert von Martin Sheen), seines Beraterstabs und seiner Familie im Weißen Haus dargestellt. Die Serie ist von einer deutlichen „Präsidentenverehrung“ geprägt, was z. B. gleich in der ersten Episode daran festgemacht werden kann, dass der Präsident, der sich bei einem Fahrradunfall verletzt hatte, erst in den letzten Minuten auftritt, dann aber sogleich als „starker Mann“ mit Entscheidungskraft und Durchsetzungswillen gezeigt wird.

Gleichfalls dem Prinzip des Königsdramas, nur diesmal mit einer weiblichen Autorität an der Spitze des Staates, folgt die ABC-Serie *Welcome, Mrs. President* (2005–2006). Geena Davis spielt in der fiktiven Polit-Serie die erste Präsidentin im Weißen Haus.

Die Darstellung politischer Ränkespiele um und mit dem US-Präsidenten spielt auch in der für den Fernsehsender Fox produzierten Erfolgsserie *24 – Twenty Four* (2001–2010) eine wichtige Rolle: Zu Beginn der Serie regiert der liberale afro-amerikanische Präsident David Palmer im Weißen Haus. Später bekleidet der führungsschwache, aber intrigante Präsident Logan im Stil von Richard Nixon das höchste Staatsamt und macht Jack Bauer das Leben schwer. Schließlich übernimmt 2009 mit der Figur der Allison Taylor eine Frau das Präsidentenamt.

### *Borgen*: Politik zwischen Idealen und Kompromissen

Während die Darstellung höchster politischer Kreise in den US-Serien bis 2010 zwischen einer gewissen Ehrfurcht gegenüber dem Amt des Präsidenten und einem Bild schwankte, das die Entscheidungsprozesse im Weißen Haus durch Intrige und Verrat, Zeitdruck, Stress und Hysterie gekennzeichnet sah, versucht in den Jahren 2010 bis 2013 eine europäische TV-Serie, eine andere Sicht auf Politik und ihre Entscheidungsträger zu etablieren: *Borgen* ist eine dänische Polit-Serie, die der Drehbuchautor Adam Price entwickelt hat. Im Mittelpunkt steht die Figur der Birgitte Nyborg, in der ersten Staffel Vorsitzende der fiktiven liberal-konservativen dänischen Partei „Die Moderaten“. Die Handlung beginnt mit Nyborgs Wahlkampf: Weil ihr Verbündeter, der Vorsitzende der Arbeiterpartei, Michael Laugesen, in einem Interview den Asylbewerbern jedes Arbeitsrecht verweigert, obwohl dies mit den „Moderaten“ anders abgesprochen war, kündigt Nyborg drei Tage vor der Wahl vor laufender Kamera die Zusammenarbeit mit der Arbeiterpartei auf. Interviewt wird sie von der jungen ehrgeizigen Journalistin Katrine Fønsmark. Sie ist die Exfreundin von Nyborgs PR-Berater und „Spindoktor“ Kasper Juul. Kasper Juul verkörpert zu Beginn der Serie ebenso wie Michael Laugesen das Konzept einer Politikdarstellung, die auch die US-Serien maßgeblich beherrscht: Politik als ein schmutziges Geschäft, das von wenigen machthungrigen Politikern und Geschäftsleuten hinter der Fassade der „Demokratie“ betrieben wird. Diese Sicht auf den Politikalltag verdeutlichen beide Figuren gleich in Epi-



sode 1 in einem Dialog am Rande einer Champagnerparty der Arbeiterpartei bei einer guten Havanna-Zigarre. Juul spielt Laugesen Informationen zu, die besagen, dass der konservative Ministerpräsident in die Staatskasse gegriffen habe. Vor Laugesen hatte Juul Birgitte Nyborg die Information angeboten. Doch diese im Wahlkampf zu verwenden, widersprach ihren ethischen Grundsätzen. Diese Grundsätze, die sich besonders an dem Leitsatz orientieren, Demokratie garantiere die persönliche Freiheit der Bürger, verschaffe ihnen den Rahmen, ihre Individualität auszuleben, und bedeute die Vielfalt von Meinungen, weiß sie in der Schlussdebatte im Fernsehen sehr prägnant und eindrucksvoll dem Zuschauer zu vermitteln. Ihre Vision von einem „modernen Dänemark“ spricht viele Bürger an. Bei den Wahlen schafft sie einen Überraschungserfolg, wird schließlich sogar Ministerpräsidentin. Ihr früherer Partner und nun Konkurrent Laugesen verliert dagegen die Wahl. Er hatte zuvor die von Juul erhaltenen Informationen in der Schlussdebatte im Fernsehen benutzt. Doch dieser Schachzug richtet sich schnell gegen ihn. Aus den eigenen Reihen wird ihm „schlechter Stil“ vorgeworfen. Er verliert sogar das Amt des Parteivorsitzenden, so wie auch Kasper Juul am Ende der Episode seinen Job bei Birgitte Nyborg aufgeben muss. Sie trennt sich von ihm und damit (vorerst) von dieser Art des auf Intrigen basierenden Politikbetriebs.

*Borgen* verhandelt also gleich in der ersten Folge die Darstellung zweier sehr unterschiedlicher Politikmodelle: Hauptfigur Birgitte Nyborg steht für einen Politikertypus, der nicht vergessen hat, warum er einstmals überhaupt politisch aktiv geworden ist. Nyborg möchte wirkliche Veränderungen durchsetzen und orientiert sich dabei an einem klaren moralischen Kompass. Kasper Juul dagegen verkörpert den Typus des opportunistischen Politikberaters, der seine Ziele auch mit unlauteren Mitteln, besonders im Verbund mit ihm wohlgesonnenen Journalisten, durchsetzen will. Ähnliches gilt für Laugesen, der nach seinem Rauswurf aus dem Parteivorsitz Chefredakteur einer Boulevardzeitung wird und seine publizistischen Möglichkeiten nun dazu nutzt, der Ministerpräsidentin Nyborg zu schaden. Dies führt in Episode 3 der ersten Staffel dazu, dass Nyborg sich gezwungen sieht, Kasper Juul zurück an ihre Seite zu holen, um sich gegen Laugesens „Schlamm Schlacht“ zu schützen. Damit beginnt aber auch ihr idealistisches Politikmodell mehr und mehr ins Wanken zu geraten. Immer aufs Neue muss sie Kompromisse mit dem politischen Gegner schließen, um ihre Vorhaben noch halbwegs auf den Weg bringen zu können. Dieses Ringen um politischen und auch ökonomischen Fortschritt für das Land auch mit Partnern, die Birgitte Nyborg früher für sich eindeutig als politische Gegner klassifiziert und mit denen sie sich kaum an einen Tisch gesetzt hätte, erreicht in Episode 6: *Pressefreiheit* einen ersten dramatischen Höhepunkt: Da Dänemark turnusmäßig den Vorsitz bei der (fiktiven) OCDD, einer Weltorganisation, die besonders die demokratische Entwicklung osteuropäischer Staaten vorantreiben will, innehat, muss Nyborg den Staatspräsidenten des fiktiven Kaukasus-Staates Turgisien, Grozin, empfangen. Nyborg soll den OCDD-Vorsitz an Turgisien und Präsident Grozin überge-

ben. Und dies, obwohl der Präsident und sein Regime sich seit Jahren schwerster Menschenrechtsverletzungen in ihrem Land schuldig gemacht haben. Diese prangert der Regimekritiker und Dichter Vladimir Bayanov an. Er weilt während Grozins Staatsbesuch gleichfalls in Kopenhagen. Als Grozin nun Bayanovs Verhaftung und Auslieferung zur Grundbedingung dafür macht, dass sein Land einen Milliardendeal mit einer dänischen Windkraft-Firma abschließt, gerät Birgitte Nyborg in Konflikt mit ihren demokratischen Vorstellungen. Sie wird vom Koalitionspartner unter Druck gesetzt, den Deal nicht platzen zu lassen. Und auch ausländische Mächte wie Russland und Deutschland machen Druck, Bayanov unter Terrorverdacht verhaften zu lassen. Als sie diesem Druck nachgibt, kommt es zu einem PR-Desaster, denn die Polizei verhaftet Bayanov, der Katrine Fønsmark gerade in einem Café ein Interview gibt, vor laufender Kamera.

Um sich aus ihrer politisch-moralischen „Zwickmühle“ zu befreien, nutzt Nyborg nun Juuls Kontakte zur Journalistin Fønsmark, um Grozin auf einer Pressekonferenz zu der Aussage zu zwingen, dass zwischen dem Windkraft-Deal und dem Auslieferungsbegehren seiner Regierung kein Zusammenhang bestehe. Als Grozin dies öffentlich zugestehen muss, teilt sie ihm mit, dass sie Bayanov nicht ausliefern, sondern freilassen werde.

Um ihre politischen Ideale nicht gänzlich zu verlieren, verstrickt sich Nyborg also zunehmend doch in Ränkespiele zwischen Politik und Medien, beginnt Medien und Journalisten für ihre Zwecke einzuspannen. So zeigt *Borgen* durchaus realistisch die Entwicklung einer Politikerin, die in den Zwängen der Macht mehr und mehr die Orientierung auf die Sachverhalte verliert, die ihr einst als politische Akteurin wichtig waren.

Hierbei weist der Serientitel *Borgen* zwar auf das Zentrum der Macht, das Schloss Christiansborg (als Sitz von Parlament, Regierung und Oberstem Gerichtshof in Dänemark) hin, beschränkt sich aber nicht – wie die bislang skizzierten US-Serien – auf die Darstellung politischer Entscheidungsprozesse in diesem Machtzentrum. Einen großen Raum der Darstellung nehmen die zunehmenden Widersprüche zwischen der Hauptfigur und ihrer Familie ein. Ihr Mann entfernt sich zunehmend von ihr, die Kinder fühlen sich vernachlässigt. Die Hauptfigur wird zwischen ihrer Rolle als Mutter und Ehefrau auf der einen und als Ministerpräsidentin auf der anderen Seite geradezu zerrissen. Schließlich kommt es zum Zerwürfnis und zur Scheidung von ihrem Mann.

Zudem ist um Hauptfigur Nyborg mit Politikberater Juul und den Journalisten Fønsmark, Friis und Holm sowie politischen Verbündeten und Gegnern Nyborgs ein Spektrum von Figuren versammelt, die die Mechanismen von Entscheidungen im Wechselspiel zwischen Politik und Medien, speziell der Repräsentanz von Politik im Fernsehen, realistisch darstellbar machen, ohne bloß das populistische Bild von der Politik als einem „schmutzigen Geschäft“ erneut zu duplizieren.





Borgen



House of Cards

### *House of Cards*: Anleitung zur politischen Intrige

Dieser Befund trifft auf die US-Serie *House of Cards*, die seit 2013 für den Streaming-Anbieter Netflix produziert wird, ganz sicher nicht zu – im Gegenteil: *House of Cards* radikalisiert das Konzept, das „politische Washington“ als Sündenbabel aus Intrige, Korruption, Erpressung und Gewalt vorzuführen. Im Mittelpunkt des Geschehens steht der Kongressabgeordnete Francis Underwood, genannt Frank. Francis ist als Fraktionschef der Demokratischen Partei dafür zuständig, dass der demokratische Präsident Walker entsprechende Mehrheiten für seine Gesetzesvorhaben im Kongress findet. Doch Walker enttäuscht Underwood am Beginn der ersten Staffel. Er ernennt nicht ihn, sondern Konkurrent Michael Kern zum Außenminister. Zunächst setzt Underwood all seine Fähigkeiten und Beziehungen ein, um Kern zu Fall zu bringen. Doch bald wird klar, dass es Underwood auf höhere, ja, auf das höchste Staatsamt abgesehen hat. Um seine Intrigen durchzusetzen, benutzt er die junge Journalistin Zoe Barnes, die nicht nur für Underwood angenehme „Shitstorms“ im Netz entfacht, sondern sich mit der Enthüllung von geheimen Informationen aus dem Umfeld des Weißen Hauses auch selbst einen Namen als politische Journalistin machen kann. Sie beginnt eine kurzzeitig leidenschaftliche Affäre mit Underwood, die allerdings unschön endet. So ist Zoe Barnes am Ende der ersten Staffel gemeinsam mit ihrer früheren Konkurrentin Janine Skorsky und ihrem neuen Freund Lucas Goodwin zur Antagonistin des teuflischen Underwood geworden, der auch vor Mord nicht zurückerschreckt, um seine Ziele durchzusetzen.

Interessanterweise benutzt *House of Cards* für die Darstellung politischer Intrigen in Washington ein ähnliches Figurenensemble wie *Borgen*. Hier wie dort gibt es die ehrgeizige Journalistin, die im Ränkespiel der Macht eifrig mitmischt; hier wie dort den „Spindoktor“: Doch anders als Kasper Juul wird Underwoods Vertrauter Doug Stamper mehr und mehr zum „Cleaner“, der Underwoods Verbrechen bis hin zum Mord vertuscht und alle Spuren, die Richtung Underwood zeigen, verwischt. Und schließlich spielt wie in *Borgen* auch Francis Underwoods familiäres Umfeld, die Ehe zu seiner nicht minder ambitionierten Frau Claire eine wichtige Rolle. Glaubt Underwood am Beginn der Geschichte noch, in Claire eine unverbrüchliche Verbündete auf dem Weg zur absoluten Macht zu haben, muss er bald feststellen, dass sie, um die Ziele ihrer NGO *Clean Water Initiative* durchzusetzen, auch gegen ihn eine böse Intrige spinnst, die Frank zu einer mörderischen Aktion zwingt, wodurch er seine Frau, die ihn wegen einer Affäre mit einem Fotografen kurzzeitig verlassen hatte, zurückgewinnen und seinen Weg ins Oval Office unbeirrt fortsetzen kann.

### Fazit: Politik als Fight Club?

*House of Cards* von heute hat einen Vorgänger: 1990 wurde die Miniserie *House of Cards* im Programm der BBC ausgestrahlt. Sie wurde zu einem Klassiker der Polit-Serien.

Nach einer literarischen Vorlage von Michael Dobbs hatte sich Drehbuchautor Andrew Davies seinerzeit die zwischen Drama und Thriller schwankende Geschichte um einen macht-hungrigen, intriganten Politiker im britischen Parlament für das Fernsehen ausgedacht. Und auch damals gab es schon eine ähnliche Figurenkonstellation, die möglicherweise auch Adam Price und seinem Kreativteam als Vorlage diente. Doch wo *Borgen* die um Realismus bemühte „Dr. Jekyll“-Variante einer Polit-Serie war, wurde die US-Adaption, bei der Dobbs und Davies nun auch wieder als Executive Producer dabei sind, zur „Mr. Hyde“-Version.

Hauptdarsteller Kevin Spacey, der gleichfalls als einer der Produzenten dieser Erfolgsserie fungiert, durchbricht an markanten Wendepunkten und Szenen der Handlung die sogenannte „4. Wand“ und spricht den Zuschauer direkt an. Diese Verfremdungsmethode schafft Distanz, zieht den Zuschauer aber zugleich in das unangenehme Gefühl, sich mit dem Biedermann als Übeltäter gemeinmachen zu müssen. So wirkt die Serie als eine Anleitung des Bösen zur politischen Intrige. Mit im Team von *House of Cards* ist auch Regisseur und Produzent David Fincher, bekannt u. a. durch seine Kinofilme *Sieben* und *Fight Club*, in denen er seine pessimistische Sicht auf die menschliche Existenz und Seele sehr deutlich zum Ausdruck gebracht hat.

Nun zeigt *House of Cards* das politische Geschäft gleichfalls als *Fight Club*, in dem mit harten Bandagen gekämpft wird – ja, in Episode 6 beendet der Faustschlag des Gewerkschaftsbosses Marty Spinella, den Underwood im Besprechungsraum seines Büros in übler Weise provoziert und daraufhin von Spinella niedergestreckt wird, einen Lehrerstreik und lässt Underwood erneut als Sieger dastehen.

Ob am Ende allerdings „das Böse gebrochen“ wird wie in anderen US-Serien, wird die Zukunft zeigen. Im April 2015 hat Netflix die vierte Staffel von *House of Cards* bei der Produktionsfirma Trigger Street Productions bestellt.

Dr. Werner C. Barg ist Autor, Produzent und Dramaturg für Kino und Fernsehen. Außerdem ist er Regisseur von Kurz- und Dokumentarfilmen sowie Filmjournalist. An der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg ist er zudem Vertretungsprofessor für audiovisuelle Medien im Department Medien- und Kommunikationswissenschaften.



Scripted-Reality-Sendungen erfreuen sich bei Kindern und Jugendlichen besonderer Popularität. Da das Fernsehen allgemein eine zentrale Rolle bei der Entwicklung und Sozialisation junger Rezipienten einnimmt (Paus-Hasebrink 2005; Stier 2006), werden insbesondere bei gehäufter Zuwendung zu Scripted Reality (SR) aufgrund von Machart und Erscheinung negative Medienwirkungen befürchtet. Bisherige Studien zeigen außerdem, dass der Grad, in dem junge Rezipienten den Inszenierungscharakter wahrnehmen, die Medienwirkungen beeinflussen kann (vgl. Mares 1996).

Somit stellen sich zwei Fragen. Erstens: Wie werden SR-Sendungen in inhaltlicher und formaler Hinsicht genau gestaltet? Zweitens: Inwieweit erkennen Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene den tatsächlichen Inszenierungscharakter von SR? Diese Fragen werden nachfolgend anhand der Ergebnisse unserer Studie beantwortet. Daran anknüpfend werden medienpädagogische Handlungsempfehlungen aufgezeigt, welche jungen Rezipienten das Erkennen der Fiktionalität der Sendungen erleichtern können.

# „Manchmal hoffe ich, dass es nicht wirklich ist.“

## Ein Einblick in die Studie *Faszination Scripted Reality: Realitätsinszenierungen und deren Rezeption durch Heranwachsende*

Hanna Gölz, Olaf Selg, Julia Niemann und Michael Schenk

Scripted-Reality-Sendungen sind fester Bestandteil des Nachmittagsprogramms deutschsprachiger Privatsender. Aufgrund der thematisierten Inhalte und Konflikte werden diese bisweilen auch als „Sozialporno“ (Hildebrandt 2010) oder „Asi-TV“ (Tews/Sack 2013) bezeichnet. Neben problematischen Inhalten ist die angestrebte Authentizität ein wesentlicher Kritikpunkt. Durch gestalterische Stilmittel wird das Erkennen der Inszenierung des „Lügenfernsehens“ (Panorama 2011) erschwert. Die Grenzen zwischen Realität und Fiktion lösen sich auf. Um SR, ein Subgenre des Reality-TV, ausführlich zu beleuchten, wurde im Jahr 2013 eine umfangreiche Untersuchung mit mehreren Teilstudien durchgeführt (vgl. Tab. 1; Langfassung der Studie: Schenk/Gölgz/Niemann 2015).

### Verschleierung des Inszenierungscharakters und Ansprache von Tabuthemen und Alltagsproblemen

Über alle untersuchten SR-Formate hinweg lassen sich trotz sendungsspezifischer Unterschiede viele Gemeinsamkeiten in der filmischen und inhaltlichen Gestaltung erkennen. Die filmische Gestaltung fällt durch einen Stil auf, der eine hohe Ähnlichkeit zu Dokumentationen aufweist. Die Macher von SR setzen oftmals auf amateurhaft anmutende Bilder und Tonübertragungen, die den Eindruck verstärken, dass die Kamera live beim Geschehen dabei ist. Dies lässt sich beispielhaft am Einsatz von Handkameras festmachen: Handkameras werden in nahezu allen untersuchten Folgen (n = 60) eingesetzt. Diese Technik fällt in mehr als 20 % auch sehr stark (negativ) auf, worunter die Qualität leidet, z. B. dann, wenn Akteure in eine Verfolgung verstrickt sind und die Kamera nur unter Anstrengungen dem Geschehen folgen kann. Darüber hinaus wird während der Dreharbeiten meist – in manchen Formaten sogar ausschließlich – auf natürliches Licht zurückgegriffen. Lediglich die Sendung *Schicksale – und plötzlich ist alles anders* weist eine durchgängig hohe Tonqualität auf.

Tab. 1:

Kurzüberblick über die Studie *Faszination Scripted Reality: Realitätsinszenierungen und deren Rezeption durch Heranwachsende*

<b>Auftraggeber</b>	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
<b>Durchführung</b>	Prof. Dr. Michael Schenk, Hanna Gölz, Julia Niemann (Universität Hohenheim, Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung)
<b>Weitere Autoren</b>	Prof. Dr. Alexander Roßnagel, Dr. Silke Jandt, Aliye Kartal-Aydemir (Universität Kassel, Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung) Dr. Olaf Selg (Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien) Prof. Dr. Joachim Trebbe (Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Fb. Politik- und Sozialwissenschaften)
<b>Untersuchungszeitraum</b>	01/2013 bis 11/2013
<b>Teilstudien</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Reichweitenanalyse</b> (01/2013)</li> <li>2. <b>Inhaltsanalyse</b> (01/2013 bis 02/2013) <ul style="list-style-type: none"> <li>» n = 60 Folgen von sechs SR-Sendungen</li> <li>» Auswahl nach Quoten, Sendungstyp, Sender</li> </ul> </li> <li>3. <b>Qualitative Leitfadeninterviews</b> (06/2013 bis 11/2013) <ul style="list-style-type: none"> <li>» 6- bis 11-Jährige mit experimentell variiertem Stimulus, n = 60</li> <li>» Quotierung nach Alter, Geschlecht, Bildungshintergrund des Vaters</li> <li>» 10- bis 20-Jährige, n = 22</li> <li>» Bewusste Auswahl nach Alter, Geschlecht und SR-Sehgewohnheiten</li> </ul> </li> <li>4. <b>Quantitative Befragung</b> (10/2013) <ul style="list-style-type: none"> <li>» n = 650, strukturell vergleichbar mit der Population (Alter, Geschlecht, Bildung), deutschlandweite persönlich-mündliche Befragung</li> <li>» Quotierung nach SR-Sehgewohnheiten</li> </ul> </li> <li>5. <b>Inhaltsanalyse von Facebook-Profilen</b> (Frühjahr 2013) <ul style="list-style-type: none"> <li>» n = 261 Posts von fünf SR-Sendungen</li> </ul> </li> </ol>

In SR-Formaten werden in erster Linie Themen aus dem Bereich „Partnerschaft, Ehe und Liebe“ konfliktreich dargestellt. Diese Inhalte machen knapp 30 % aller Themen aus (n = 306), gefolgt von Straftat/Gewalt/Unfall sowie Eltern-Kind-Beziehungen (jeweils ca. 14 %). Die episodischen<sup>1</sup> Ermittlergeschichten legen ihren Schwerpunkt auf Kriminalität; Alltags- und Familiengeschichten hingegen fokussieren auf Konflikte innerhalb des Familien- und Freundeskreises. Gerade diese Auswahl alltagsnaher Themen ist für junge Rezipienten möglicherweise ein wichtiger Grund, sich SR-Sendungen zuzuwenden. Die Sendungen geben ihnen die Möglichkeit, Konflikte zu verfolgen, welche ansonsten nie oder nur selten in der Öffentlichkeit thematisiert werden, mit denen sie sich im Rahmen ihrer Entwicklung aber verstärkt beschäftigen. Unter dieser Prämisse ist die von den SR-Produzenten betriebene „Verschleierung“ des eigentlich fiktionalen Charakters als problematisch zu bewerten.

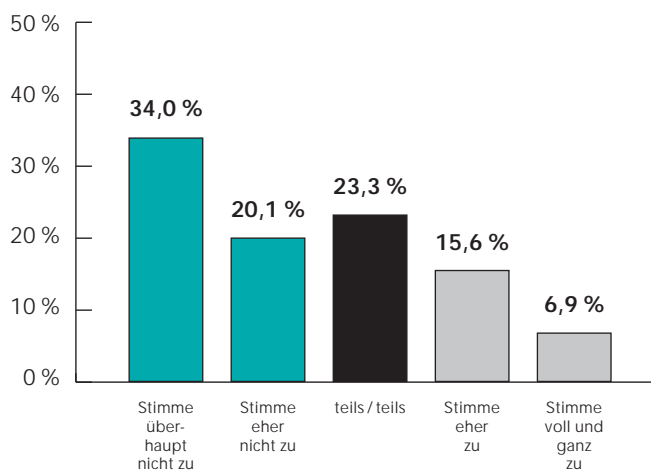
#### Anmerkungen:

**1**  
Im Rahmen der Studie wurde zwischen episodischen und soapartigen SR-Sendungen unterschieden. Episodische Sendungen kennzeichnen sich durch einen wechselnden Cast (Ausnahme sind feste Experten) und einen am Ende der Folge abgeschlossenen Handlungsstrang. Sie werden noch einmal in Ermittlergeschichten (z. B. *Die Schulermittler*) sowie Alltags- und Familiengeschichten (z. B. *Familien im Brennpunkt*) unterteilt. Soapartige Sendungen kennzeichnen sich durch fortlaufende Handlungsstränge und den soapartigen Charakter. Es gibt einen festen Cast und pro Folge werden mehrere Handlungsstränge verfolgt, deren Dauer für die Zuschauer nicht vorhersehbar ist (z. B. *Berlin – Tag & Nacht*).

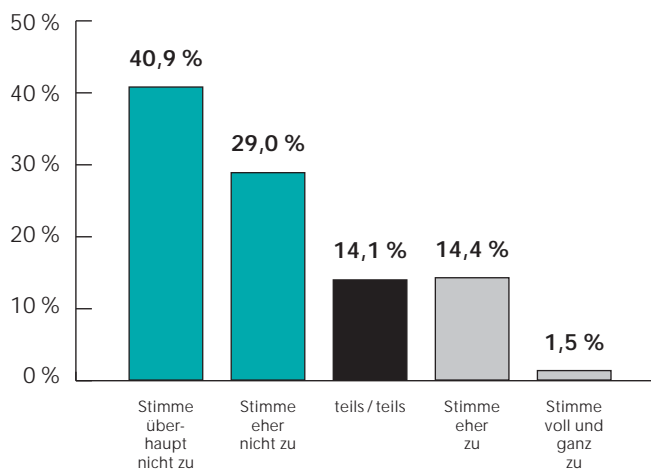


## Dokumentation oder Fiktion?

Die im Rahmen der qualitativen Vorstudie befragten Rezipienten machen bei der Einordnung des Inszenierungscharakters Abstufungen – auch in Abhängigkeit von den einzelnen Formaten. Die Ergebnisse der quantitativen Teilstudie zeigen, dass 23 % der Seher episodischer Sendungen bzw. 16 % der Seher soapartiger Sendungen den Inszenierungscharakter nicht durchschauen (vgl. Abb. 1 und Abb. 2). Darüber hinaus kann ein nicht geringer Teil der Befragten den Inszenierungsgrad nicht eindeutig zuordnen (Antwortoption „teils/teils“). Das gilt für beide SR-Typen.



**Abb. 1:** Durchschauen des Inszenierungscharakters episodischer SR-Formate („Das Gezeigte passiert wirklich und die Fernsehmacher sind dabei und filmen mit.“)



**Abb. 2:** Durchschauen des Inszenierungscharakters soapartiger SR-Formate („Das Gezeigte passiert wirklich und die Fernsehmacher sind dabei und filmen mit.“)

Die Einordnung des Inszenierungscharakters variiert mit Alter, Bildung und der im Anschluss an die Rezeption stattfindenden Kommunikation<sup>2</sup>. Je älter und je höher gebildet die Befragten sind, desto besser durchschauen sie die Fiktionalität episodischer SR. Auch bei den soapartigen Sendungen gehen die Befragten mit steigendem Alter eher von einer fiktionalen Darstellung aus. Ein Austausch über das Gesehene führt ebenfalls dazu, dass soapartige Sendungen eher als fiktional eingestuft werden. Allerdings redet nur ein Bruchteil der Befragten mit Eltern und Lehrern über die Inhalte, der Austausch findet vor allem mit Peers statt.

## Woran machen junge Rezipienten den Inszenierungscharakter aus?

Woran junge Rezipienten den Inszenierungscharakter erkennen, ist sendungs- und personenabhängig. Im Allgemeinen verweisen sie weniger auf die Einblendhinweise am Anfang und am Ende der Folgen. Von den befragten 6- bis 11-Jährigen wird selbst ein audiovisueller Hinweis am Ende nicht zur Kenntnis genommen. Stattdessen verweisen die jungen Rezipienten auf (mangelnde) schauspielerische Qualitäten, unnatürliches Verhalten der Akteure und übertriebene Handlungsstränge. Zudem stellen sie aufgrund bereits erworbener Medienkompetenz sachlogische Überlegungen an. Dabei tauchen vor allem drei Argumentationslinien auf: 1) Das Filmteam ist z. B. nicht immer dort, wo gerade ein Konflikt verhandelt wird. 2) Filme sind generell „nicht echt“. 3) Die Häufung von Zufällen im Rahmen der Geschichten wirkt unglaubwürdig. Vereinzelt greifen dabei sogar schon 6- bis 9-Jährige auf ihre Alltagserfahrungen zurück. Der Kameraeinbezug in die Handlung, Zensuren durch Verpixelung oder Wegpiepsen, die verwackelten Kamerabilder und die alltagsnahen Themen sind hingegen Indizien, die dazu führen können, dass die Inhalte fälschlich als nonfiktional eingeordnet werden.

## Medienpädagogische Handlungsempfehlungen

Die Art der Inszenierung und lebensweltnahe Themen geben den SR-Sendungen also einen wirklichkeitsnahen Charakter, der ihre fiktionale Machart beim Rezeptionsprozess auch dann noch überlagern kann, wenn dieser den jungen Nutzern bekannt ist. Einerseits erhalten transportierte Informationen und auftretende Personen damit eine Aufwertung als mögliche Orientierungshilfe oder Vorbilder, was unter Umständen als problematisch zu werten ist (insbesondere bei „Experten“, z. B. Polizisten, Anwälte). Andererseits liegt darin aber auch eine gute Basis für eine medienpädagogische Beschäftigung mit Inhalten und Figuren der Sendungen, da sich hier fruchtbare Kontroversen ergeben können (z. B. gute versus schlechte mediale Vorbilder).

In diesem Zusammenhang ist die Erstellung von medienpädagogischen Materialien zu begrüßen, die in der schulischen oder außerschulischen Medienbildung verwendet werden können. Diese sollten allerdings über die Befassung mit SR-Sendungen hinaus die umfassendere Thematik „Medien und Realität“ beinhalten, um – mit Blick auf das sich im permanenten Wandel befindende Fernsehangebot – grundlegende Kompetenzen zu vermitteln.

Um die jungen Nutzerinnen und Nutzer auch dort anzusprechen, wo sie inzwischen die meiste mediale Freizeit verbringen, und weil



verpasste Sendungsfolgen in den Mediatheken nachgesichtet werden können, sollten auch Internetangebote in die Information über die Sendungen einbezogen werden. Hier wären sowohl spielerisch-interaktive Formen als auch ein informativer Blick hinter die Kulissen („Making-of“-Beiträge) denkbar, um das kritische Bewusstsein für SR und deren Machart zu fördern.

Wesentlich wäre es natürlich, schon die Rezeption von SR kritisch zu begleiten. Ein Austausch über die Sendungen findet in der Regel jedoch – wenn überhaupt – nur mit den kaum kompetenteren Peers statt. Eltern/Erziehungsberechtigte geraten dagegen zu Hause schnell in die Rolle von „Spielverderbern“, wenn sie die SR-Formate skeptisch kommentieren. Aber wären sie überhaupt willens und in der Lage zu einer tiefer gehenden Auseinandersetzung? Es wäre notwendig, dies in die Befragung von Kindern und Jugendlichen einzubeziehen, um die richtigen Mittel und Wege für eine differenzierte Medienerziehung zu finden.

Wo den Sendungen seitens der Befragten eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen wird – insbesondere bei den auftretenden „Experten“ –, ist auch die Sendungsproduktion in der Pflicht. Eine Handlungsempfehlung lautet demnach, dass die Auftritte dieser Figuren bzw. Personen mit besonderer Sorgfalt gestaltet werden sollten, da es in Einzelfällen zu problematischen Lerneffekten bzw. zur Übernahme falscher „Problemlösungsstrategien“ kommen kann.

Die schon gängige Praxis der Kennzeichnung von SR-Sendungen durch Einblendhinweise ist ebenfalls zu diskutieren. Wie die Studie gezeigt hat, gibt es keine Garantie für die unterstützende Wirkung der Einblendhinweise in ihrer derzeitigen Form, zumal das „Zapping“-Verhalten ihrer Wahrnehmung entgegensteht. Alternativen wären erstens eine – allerdings als übertrieben zu wertende – dauerhafte Kennzeichnung während der Sendungen oder zweitens eine wiederholte Kennzeichnung zu Beginn und am Ende der Sendungen sowie auch nach Werbepausen und im Zusammenhang mit anderen Einblendungen (z. B. bei Kontextinformationen und Bauchbinden). Zudem müsste abschließend geklärt werden, welche optische/sprachliche Form die Kennzeichnungen haben müssen, um von den jungen Zuschauern gut verstanden zu werden.

Insgesamt erscheinen die auf der Grundlage der Studie genannten Maßnahmen nicht nur machbar, sondern auch notwendig, da die Unterscheidung von Realität und Fiktion bzw. Authentizität und Inszenierung als Kernkompetenz zu werten ist. Und dies nicht nur bezüglich Fernsehsendungen, sondern auch mit Blick auf die Zunahme von Bewegtbildern ungeklärter Herkunft im Internet (manipulative „Fake“-Videos).

2

Ergebnisse einer Regression mit dem Einschluss-Verfahren, abhängige Variable: Wahrnehmung des Inszenierungscharakters („Das Gezeigte passiert wirklich und die Fernsehmacher sind dabei und filmen mit.“).

**Literatur:****Hildebrandt, A.:**

„Das nenne ich Sozialporno“. Interview mit A. Veiel. In: Stuttgarter Zeitung vom 26.10.2010. Abrufbar unter: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.scripted-reality-im-tv-das-nenne-ich-sozialporno.c70e0b7c-1881-41fc-93ec-d6cef-cab64cc.html>

**Mares, M.-L.:**

*The Role of Source Confusions in Television's Cultivation of Social Reality Judgments.* In: Human Communication Research, 2/1996/23, S. 278–297 doi:10.1111/j.1468-2958.1996.tb00395.x

**Panorama:**

*Das Lügenfernsehen.* 2011. Abrufbar unter: <http://daserste.ndr.de/panorama/archiv/2011/luegenfernsehen127.html>

**Paus-Hasebrink, I.:**

*Forschung mit Kindern und Jugendlichen.* In L. Mikos/ C. Wegener (Hrsg.): *Qualitative Medienforschung.* Ein Handbuch. Konstanz 2005, S. 222–231

**Schenk, M./Gözl, H./ Niemann, J. (Hrsg.):**

*Faszination Scripted Reality: Realitätsinszenierungen und deren Rezeption durch Heranwachsende.* In: LfM-Dokumentation: Düsseldorf 2015/52

**Stier, B.:**

*Medien.* In: Ders./ N. Weissenrieder (Hrsg.): *Jugendmedizin. Gesundheit und Gesellschaft.* Heidelberg 2006, S. 47–57

**Tews, S./Sack, B.:**

*Neue RTL-2-Serie: Dieses Asi-TV ist eine Schande für Köln.* In: Bild.de vom 09.01.2013. Abrufbar unter: <http://www.bild.de/regional/koeln/koeln-50667/asi-tv-schande-fuer-koeln-28013704.bild.html>

Hanna Gözl ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim.



Dr. Olaf Selg ist freier Publizist und engagiert sich u. a. in der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM) im Bereich „Medienbildung“.



Julia Niemann arbeitet als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.



Prof. Dr. Michael Schenk ist Leiter der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung an der Universität Hohenheim.



# Literatur

- Ramón Reichert (Hrsg.): **78**  
**Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie**
- Stefanie King:  
**Big Data. Potential und Barrieren der Nutzung im Unternehmenskontext**
- Mathias Weber: **80**  
**Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher**
- Friedrich Krotz/Cathrin Despotović/Merle-Marie Kruse (Hrsg.): **81**  
**Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung**
- Kay Kirchmann/Jens Ruchatz (Hrsg.): **82**  
**Medienreflexion im Film. Ein Handbuch**
- Kurzbesprechungen** **83**
- Christoph Kappes/Jan Krone/Leonard Novy (Hrsg.): **84**  
**Medienwandel kompakt 2011–2013. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus**
- Jörg Dräger/Ralph Müller-Eiselt: **85**  
**Die digitale Bildungsrevolution. Der radikale Wandel des Lernens und wie wir ihn gestalten können**
- Wolfgang Seufert/Claudia Wilhelm: **86**  
**Mediennutzung als Zeitallokation. Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl**
- Guido Zurstiege: **87**  
**Medien und Werbung**
- Claudia Wilhelm: **88**  
**Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen. Eine Untersuchung zu Selektion, Motiven, Genrepräferenzen und Spielverhalten**
- Kathrin Demmler/Klaus Lutz/Sebastian Ring (Hrsg.):  
**Computerspiele und Medienpädagogik. Konzepte und Perspektiven**

## Big Data

Spätestens seit die Digitalisierung fast alle Bereiche der Gesellschaft erfasst hat, ist jedem irgendwie klar, dass auch eine große Menge Daten anfällt. Wissenschaftler behaupten, dass sich die Menge der Daten alle 18 Monate verdoppelt. Das Bild von der sogenannten Datenflut ist nicht ganz von der Hand zu weisen. Und all diese Daten wollen verarbeitet werden. Jedenfalls sind die enormen Datenmengen mittlerweile Gegenstand der geistes- und sozialwissenschaftlichen Forschung geworden. Dabei stehen insbesondere die durch soziale Medien gewonnenen Daten im Mittelpunkt. Die beiden vorliegenden Bücher widmen sich dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Der von Ramón Reichert herausgegebene Sammelband versucht „Big Data in seiner gesamten sozialen, kulturellen, ökonomischen und politischen Bandbreite zu reflektieren“ (S. 9). Das Buch von Stefanie King, das auf ihrer Dissertation an der Universität Innsbruck basiert, zeigt anhand der Fallstudie eines großen Unternehmens auf, welche Potenziale, aber auch welche Barrieren und Grenzen der Einsatz von Big Data in Unternehmen hat. Der Band von Ramón Reichert versammelt insgesamt 22 Beiträge, die den fünf Bereichen „Big Digital Humanities“, „Geschichte und Theorie der Daten“, „Digitale Methoden“, „Dataveillance: Algorithmen, Graphen und Protokolle“ sowie „Digitale Technologien und soziale Ordnungsvorstellungen“ zugeordnet sind. Hier ist leider nicht der Platz, um ausführlich auf alle Beiträge einzugehen. In seiner Einführung stellt der Herausgeber als eine Art Zeitdiagnose fest: „Seit dem späten

20. Jahrhundert zählen die digitale Großforschung und ihre großen Rechenzentren und Serverfarmen zu den zentralen Bausteinen der Herstellung, Verarbeitung und Verwaltung von informatischem Wissen“ (S. 11). Daher könne man davon ausgehen, dass die Wissenschaften sowohl datenbasiert als auch datengesteuert seien. Letzteres trifft allerdings auch auf frühere Jahrhunderte zu, denn wie der Anthropologe Tom Boellstorff in seinem Beitrag zeigt, mögen sich zwar die Technologien ändern, doch die Generierung von wissenschaftlichem Wissen basiert auf ähnlichen Regeln und ähnlichen Praktiken. Das trifft auch auf die wissenschaftlichen Diskurse zu. Vor diesem Hintergrund ist Big Data lediglich eine bestimmte, aktuelle Praxis der Generierung von Wissen, das die Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnis sein kann. Dass dieses Wissen ungleich verteilt sein kann, darauf weist der Medientheoretiker Lev Manovich hin. Er befürchtet eine digitale Spaltung, denn „nur Social-Media-Unternehmen haben Zugang zu wirklich großen sozialen Daten – insbesondere zu Transaktionsdaten. Ein Anthropologe, der für Facebook arbeitet, oder ein Soziologe in den Diensten von Google wird Zugang zu solchen Daten haben, die übrige wissenschaftliche Community hingegen nicht“ (S. 70). Es gebe drei Kategorien von Menschen und Organisationen: 1) diejenigen, die Daten erzeugen, 2) diejenigen, die die Daten sammeln, und 3) diejenigen, die diese Daten mit ihren Fachkenntnissen analysieren. Aber gerade die Analyse der Daten bereitet einige Schwierigkeiten, wie die methodischen Beiträge zeigen. In ihrem Beitrag weisen Merja Mahrt und Michael Scharkow darauf hin,

dass die Deutung der Daten das zentrale Problem darstelle: „Daher sollten Forscherinnen Daten zurückhaltend nur als das sehen, was sie sind (nämlich Spuren von Verhalten), aber nicht zu viele Schlüsse über mögliche Einstellungen, Emotionen oder Motivationen derjenigen ziehen, deren Verhalten die Daten generiert hat – auch wenn andere genau solche Inferenzen freimütig anstellen“ (S. 225). Das gilt insbesondere, weil die Daten aus digitalen Medien „oft als Nebenprodukt von Alltagshandeln der Nutzer entstehen und damit über ein gewisses Maß an natürlicher Validität verfügen“ (S. 225 f.). Diese natürliche Validität wird in den Big-Data-Verfahren aber von mathematischen Effekten und Algorithmen überformt. Der Germanist Johannes Paßmann hat anhand der Analyse der Twitter-Nutzung festgestellt: „Denselben Daten liegen also in großem Stile unterschiedliche Nutzungspraktiken zugrunde, die zwar in der Datenbank, aber nicht in der empirischen Wirklichkeit zu vereinheitlichen sind“ (S. 270). Die Aussagekraft von Daten, auch großen Datenmengen, über die soziale Wirklichkeit ist sehr beschränkt. Das macht die algorithmische Verknüpfung von großen Datenmengen, z. B. auf Facebook, nicht unbedingt brauchbar, auch wenn es dabei – wie Ramón Reichert in seinem Beitrag schreibt – um die „Herstellung von Verhaltensvorhersagen, die als Bezugspunkt für die zielgruppenspezifische und interessengebundene Werbung dienen,“ geht (S. 446).

In ihrer Dissertation hat sich Stefanie King weniger mit der theoretischen Reflexion der Probleme von Big Data beschäftigt, sondern sich konkret am

Beispiel eines großen Unternehmens mit den Vor- und Nachteilen auseinandergesetzt. Sie geht davon aus: „All diese digitalen Aktivitäten können Unternehmerinnen und Unternehmern die Entscheidungsfindung erleichtern. Vielfach ermöglichen sie eine beschleunigte Entscheidungsfällung in Echtzeit“ (S. 21). Die großen Datenmengen entstehen durch „Kommunikationsprozesse zwischen Menschen oder zwischen Menschen und Maschinen“ (S. 23). Im Folgenden beschreibt die Autorin Hindernisse bei der Verwendung der Daten sowie Lösungen dieser Probleme. Sie weist darauf hin, dass es umstritten ist, ob Big Data überhaupt sinnvoll interpretiert werden kann. Ein Grund dafür ist die Datenflut. Sie schlägt vor: „Eine Lösungsoption für das Problem der Datenflut ist, statt der Sammlung aller verfügbaren Daten und dem nachträglichen Filtern relevanter Daten bereits im ersten Schritt nur nach nützlichen Daten zu suchen“ (S. 86). Das wiederum bedeutet, dass von bestimmten Personen, Organisationen oder Unternehmen bestimmt wird, welche Daten nützlich sind und welche nicht. Die Autorin sieht die Verarbeitung von Daten durch verschiedene Bereiche beeinflusst: Ethik, Gesellschaft/Kultur, andere Makroinflüsse (z. B. Marktkonkurrenz), Organisation, Recht und Technologie. Anhand ihres Fallbeispiels kann sie zeigen, „dass das Potential von Big Data für betriebswirtschaftliche Zwecke weniger durch technologische Limitationen als vielmehr durch organisationsinhärente und gesellschaftliche Barrieren eingeschränkt wird“ (S. 143). Daher sei der Wert von Big-Data-Analysen nur schwer zu kalkulieren.

Beide Bände zeigen, vor welchen Problemen die Analyse und Interpretation von Big Data steht. Der Sammelband von Ramón Reichert ist, auch wenn die Beiträge vorwiegend theoretischer Natur sind, sehr lesenswert, weil ein hervorragender interdisziplinärer Überblick über die Reflexion von Big Data gegeben wird. Der Band versammelt international renommierte Autoren, die sich auch kritisch mit dem Glauben an den Wert großer Datenmengen auseinandersetzen.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Ramón Reichert (Hrsg.):** *Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie.* Bielefeld 2014: transcript. 494 Seiten, 29,99 Euro



**Stefanie King:** *Big Data. Potential und Barrieren der Nutzung im Unternehmenskontext.* Wiesbaden 2014: Springer VS. 200 Seiten, 34,99 Euro

**Mathias Weber:**

*Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 378 Seiten, 49,99 Euro

**Der soziale Rezipient**

Unter Inanspruchnahme der These, dass Aspekte der Mediennutzung durch Jugendliche bisher vielfach nur im solitären bzw. im familiären Rezeptionskontext wissenschaftlich hinterfragt werden, versucht Mathias Weber in seiner hier vorliegenden Dissertationsschrift mit Blick auf den Freundeskreis junger Rezipienten dem Betrachtungsfeld eine weiter reichende Dimension hinzuzufügen. Dabei geht er davon aus, dass die Peergroups nicht nur die Mediennutzung – hier vor allem in Bezug auf audiovisuelle Angebote – schlechthin prägen, sondern auch deren Interpretation und Verarbeitung beeinflussen. Sehr umfangreich referiert der Autor im ersten Teil seiner Arbeit den theoretischen und empirischen Kenntnisstand zu dem von ihm angesprochenen Thema. Dabei schlägt er den Bogen von relevanten Medieninhalten über diverse denkbare Rezeptionsmechanismen bis hin zu entwicklungspsychologischen Komponenten unter dem zentralen Aspekt der Identitätsentwicklung von Jugendlichen. Das ist alles flüssig aufgearbeitet und verschafft auch einem mit der Materie nicht sonderlich vertrauten Interessenten einen schönen Überblick zum Sachverhalt. Bei seinen Recherchen blieb Weber natürlich nicht verborgen, „dass die Forschung zur Bedeutung gemeinschaftlicher Einbindung von Medieninhalten in die Interaktion jugendlicher Freundeskreise nicht mehr gänzlich in den Kinderschuhen steckt“ (S. 159). Allerdings beziehe die sich weitgehend auf die „Anschlusskommunikation“, währenddessen er darüber hinausgehend seine Aufmerksamkeit auf die gemeinsame Mediennutzung legen wolle.

In einer detailliert dokumentierten qualitativen Interviewstudie unter Einbeziehung von 19 Jugendlichen zwischen 12 und 17 Jahren hat der Autor erfragt, „welche Strukturen und Funktionen der gemeinsamen Mediennutzung und Anschlusskommunikation [...] kennzeichnend sind“ (S. 161). Anschließend wurden die aus den Befragungsergebnissen abgeleiteten Hypothesen in einer quantitativen Untersuchung mittels einer Onlinebefragung von 400 Jugendlichen überprüft und in der Folge weitgehend bestätigt. Interessant ist zunächst die Feststellung, dass Filme nach wie vor sowohl bei solitärer als auch gemeinsamer Mediennutzung sowie die damit verbundene Anschlusskommunikation für Jugendliche das wichtigste Genre sind. Außer im solitären Umfeld folgen an zweiter Stelle Onlinevideos. Bei der Einzelnutzung wird dieser Platz von Serien eingenommen, die sich ansonsten an dritter Stelle finden. Nachrichten- und Informationssendungen „werden kaum mit Freunden angesehen oder besprochen“ (S. 293). Das lineare Fernsehprogramm findet im Vergleich zu Speichermedien oder Onlineangeboten nur geringfügige Verwendung. Von diesen Präferenzen ausgehend, ist für die Jugendlichen nicht die unmittelbare Rezeption, sondern die Interaktion mit Freunden die „eigentliche Haupttätigkeit gemeinsamer Nutzung“ (S. 330).

Das Medienerlebnis wird zuerst unter der Funktion der Unterhaltung gesehen. Das gemeinsame Erleben stellt ein wichtiges Integrationselement hinsichtlich des Freundeskreises dar. Darüber hinaus dient die mediale Vorlage als Folie zum Überprüfen sozialer Rollenkonzepte, die mit Blick auf die eigenen Alltags-

welten verhandelt werden und die – gebrochen durch die kommunikative Situation in der Gruppe – der subjektiven Identitätsfindung dienen. Mit der Anschlusskommunikation werden Medieninhalte bewertet und spielerisch hinsichtlich eigener Erfahrungen variiert und mit der Interpretation der Freunde abgeglichen.

Die Ergebnisse von Webers Studien überraschen die in der Jugendmedienarbeit erfahrenen Leserinnen und Leser kaum. Nicht erst seit James Dean kann wissen, wer es wissen möchte, dass Medienangebote sowohl hinsichtlich gemeinschaftlicher Nutzung und entsprechender Anschlusskommunikation eine große Bedeutung für Heranwachsende haben und damit in der Konsequenz auf die Identitätsentwicklung innerhalb des Adoleszenzprozesses in signifikanter Weise einwirken. Leider wird das im Rahmen von Bildungsdebatten und soziologischen Milieuinterpretationen oft vergessen. Von daher erlangt die vorliegende Arbeit eine wichtige Bedeutung, weil sie komplexe Rezeptionsprozesse im Kontext aktueller Medienstrukturen verdeutlicht und damit aufzeigt, dass die Auseinandersetzung mit audiovisuellen Medien nicht als formal strukturierter Akt gesehen werden darf, sondern als ein vielschichtiger Prozess mit Bezug auf die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen.

Klaus-Dieter Felsmann

## Mediatisierung sozialer Welten

Mediatisierung ist nicht nur zu einem populären Schlagwort geworden, die Deutsche Forschungsgemeinschaft hat sogar ein Schwerpunktprogramm mit dem Titel „Mediatisierte Welten. Kommunikation im medialen und gesellschaftlichen Wandel“ eingerichtet. Aus den Projekten dieses Forschungsprogramms ist der vorliegende Band entstanden, der nicht einfach Ergebnisse einzelner Projekte darstellt, sondern versucht, einen gemeinsamen theoretischen und methodischen Rahmen zu entwickeln. Die zwölf Beiträge des Bandes sind den drei Bereichen „Konzepte zur Analyse von Mediatisierungsprozessen“, „Medienwandel in einer Mediatisierungsperspektive“ und „Übergreifende Schlussfolgerungen aus empirischen Untersuchungen“ zugeordnet. In seiner Einleitung versucht Friedrich Krotz eine theoretische Fundierung des Mediatisierungskonzepts. In seiner populistischen Variante, in der eine gewisse Attraktivität des Konzepts begründet liegt, heißt Mediatisierung einfach, dass Medien in unserer Gesellschaft allgegenwärtig sind. In der Konzeption des Forschungsschwerpunktes wird Mediatisierung als gesellschaftlicher Metaprozess verstanden, ähnlich der Globalisierung, der die soziale Lebenswelt der Menschen verändert, weil die immer mehr in Bezug auf die Medien handeln. Dabei wird von einem weiten Medien-Begriff ausgegangen: „Damit ist ein Medium eine Einrichtung zum Ermöglichen und Gestalten von Kommunikation (komplexer Inhalte), die erstens strukturell und zweitens situativ bestimmt ist: Strukturell ist ein Medium einerseits soziale Institution und an Organisation ge-

bunden und damit z. B. auch gesellschaftlicher Akteur, andererseits Technologie, die bestimmte Kommunikationspotenziale und -bedingungen konstituiert. Situativ ist ein Medium einerseits eine Einrichtung zur Inszenierung und zum Angebot von Inhalten, andererseits ein Erfahrungsraum für Nutzerinnen und Nutzer“ (S. 11). Das ist nicht neu, sondern eine der Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaft, auf deren Basis diese Disziplinen lehren und forschen. Neu ist, dass hier den Medien eine ungeheure Macht zugesprochen wird, die die Kommunikation der Menschen beeinflusst und formt (siehe auch den Beitrag von Krotz in tv diskurs, Ausgabe 74, 4/2015, S. 18 ff.). Auch wenn die Mediatisierungsthese vermeintlich die Nutzer in den Mittelpunkt stellt, geht es ihr vor allem um die Medien und deren gestalterische Kraft. Damit entpuppt sich die Mediatisierungsforschung als eine Erweiterung und Fortführung der Kulturindustrie-Konzeption von Horkheimer und Adorno mit anderen Mitteln. Es gibt kein Leben außerhalb der Mediatisierung, auch weil alles zum Medium wird, wenn es denn der Kommunikation dient. So gelten das Internet oder Twitter als Medium, auch wenn es sich eigentlich um technische Infrastrukturen handelt.

Die einzelnen Beiträge des Bandes enthalten durchaus manche interessante Anregung, die die Diskussion in der Medien- und Kommunikationswissenschaft bereichern kann. Der Begriff der reflexiven Mediatisierung in Anlehnung an den Begriff der reflexiven Modernisierung kann durchaus hilfreich sein, wenn es um medialen Wandel geht, der sozialen Wandel beeinflusst. Der einzige Beitrag zum Fernsehen mit dem Titel *Das Fernsehen als*

*Akteur und Agent*, in dem es um Analysen der Sendungen *Autopsie – Mysteriöse Todesfälle* und *Newsroom* geht, fällt weit hinter Erkenntnisse der Medien- und Kommunikationswissenschaft zurück und versieht allseits Bekanntes mit neuem Vokabular. So heißt es über das Fernsehen allgemein: „Die Handlungsmacht des Fernsehens resultiert aus dem Auftrag eines Medienwandels, den das Fernsehen beobachtet, weil es ihm ausgesetzt ist und diesen faktisch wie potentiell mit hervorbringt“ (S. 152). Das grenzt schon an Verschwörungstheorien, in denen mysteriöse Kräfte das Weltgeschehen steuern oder wie eben hier möglicherweise den „Auftrag eines Medienwandels“ erteilt haben. Die Beiträge des Bandes sind vorwiegend beschreibender Natur und legen so die angenommene Mediatisierung sozialer Welten offen. Zugleich zeigt sich, dass das umstrittene Konzept der Mediatisierung nicht ausreicht, um gesellschaftlichen Wandel zu beschreiben. Das zeigt sich auch in den angestrengt wirkenden Bemühungen, das Konzept der Mediatisierung theoretisch zu fundieren.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Friedrich Krotz/Cathrin Despotović/  
Merle-Marie Kruse (Hrsg.):  
*Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung.* Wiesbaden 2014:  
Springer VS. 319 Seiten, 39,99 Euro





Kay Kirchmann/Jens Ruchatz (Hrsg.):  
*Medienreflexion im Film. Ein Handbuch.*  
 Bielefeld 2014: transcript. 458 Seiten,  
 34,99 Euro

## Medienreflexion im Film

Vorhang auf für ein großes Panorama. Ob Radio, TV oder die gute alte Schallplatte: Im Film haben alle Medien ihre Auftritte. Aber was repräsentieren diese inszenierten Medienkulturen? Wie zeigt sich deren Medialität im Film? Dieses Handbuch soll einen Baustein zu einer „Mediengeschichte des Wissens von Medien“ (S. 13) liefern. Ihre intermediale Perspektivierung beschreiben die Herausgeber als Beobachtung, „wie das Medium Film mit den ihm eigenen Operationslogiken andere Medien beobachtet [und] darüber eine immanente Reflexion der fraglichen Medienverhältnisse etabliert [...]“ (S. 12). Hierzu steuert der Band neben Einzelanalysen eine diskursive Gesamtbetrachtung bei, die die gesellschaftliche Identität, den Status und die Praktiken verschiedenster Medien im filmischen Kontext reflektiert. Bedeutungen von Medien variieren in historischer Hinsicht. Schließlich wird auch die Identität eines Mediums immer wieder neu ausgehandelt, was man beispielsweise an den Veränderungen des Fernsehens gut beobachten kann. Um der Breite dieses filmischen Reflexionsangebots (Infrastrukturen, Nutzungspraktiken und Wirkungen von Medien) gerecht zu werden, unterteilen Kirchmann und Ruchatz ihren Band in sechs große, teilweise etwas willkürlich erscheinende Bereiche. Die erste Sektion widmet sich filmischen (Re-)Konstruktionen einer Vorgeschichte des Films. Hier finden sich u. a. Fallstudien zur filmischen Repräsentation von *Laterna magica* und *Camera obscura* (Ruchatz) oder von optischen Instrumenten wie z. B. Brille, Teleskop und Mikroskop (Fahle), die Unsichtbares sicht-

bar machen. Im zweiten Großkapitel des Bandes stehen „Nachbarmedien“ im Mittelpunkt und damit die filmische Konstruktion von medialen „Verwandschafts- und Konkurrenzverhältnissen“. Die Nähe und Rivalität diverser Medien zum Film wird hier u. a. anhand von Theater (Diekmann), Malerei und Künstlerbiografien (Schmitz), Comics (Meteling) und Fotografie (Glasenapp) verhandelt. Und selbstverständlich sind in diesem Ensemble auch die Fernseh- und Videokultur (Gotto, Nohr) vertreten. Schon hier wird deutlich, dass dem Band eine außerordentlich weit gefasste und unscharfe Mediendefinition zugrunde liegt, die eher durch den Begriff und die Praxis des Medialen zu fassen ist. Die dritte Sektion begibt sich demzufolge auf die Suche nach filmischen Konstruktionen von Differenzverhältnissen anhand der Dichotomien „Schrift/Bild“ und „analog/digital“. In Beiträgen zur Blindenschrift im Film (Böhn/Schrey), zu Schreibwerkzeugen (Grampp), zu literarischen Referenzen (Mielke) oder zu postalischen Bezügen wie Brief, Postkarte oder E-Mail (Bart) offenbaren sich innovative Blickweisen sowie tradierte Verschränkungen. So finden sich in diesem Abschnitt auch Beiträge über die als Subgenre klassifizierbaren Journalistenfilme (Wulff), über Tätowierungen (Grzeszyk) oder über Computer im Film (Höltgen). Zwei Sektionen des Bandes stellen schließlich mediale Funktionen (Praxen) wie Hören, Sprechen, Speichern, Übermitteln, Kopieren, Tauschen in den Mittelpunkt, während die letzte Sektion des Bandes „nur“ einen Beitrag Thomas Webers zur Darstellung nicht existenter Medien als Medienreflexion enthält. So bietet der Sammelband auch viele As-

pekte, die in medialer Hinsicht auf der Hand liegen – wie Radio im US-Film (Meyer), Telefonie (Bohnenkamp), Telegrafie (Nachreiner) oder die Inszenierung akustischer Speichermedien wie Schallplatte und CD (Distelmeyer). Mitunter ist dieses Panorama extrem weit gefasst, wenn es beispielsweise um Reproduktionsmaschinen wie Kopierer (Nowak/Podrez) oder um Geld (Adelmann/Hesse/Keilbach/Stauff) geht. Das mag obskur und innovativ sein, aber das begriffliche Ausfransen des Exkurses verhindert hier auch einen präzisen funktionalen Zugschnitt. So haben wir es mit einem wilden methodologisch-empirischen Ritt zu tun, bei dem der Leser manchmal aus dem Sattel steigt. Fülle und Spreizung des Materials des Sammelbandes sind für den geneigten Leser auch eine Herausforderung. Ein Register zumindest der Filmtitel wäre zur Orientierung ratsam gewesen. Die Reichhaltigkeit der Perspektiven ermöglicht durchaus einen neuen Blick auf Filme und unsere überbordende Medienkultur. Intermedialitätsforschung bleibt ein dankbares Wissenschaftsgenre. Forscher, Filmethusiasten sowie Studierende werden in diesem elaborierten Band anregende Studien finden. Oftmals handelt es sich nicht nur um Miniaturen, sondern um ausgewachsene Exkurse, die ein hohes Fachwissen anbieten.

Dr. Uwe Breitenborn

## Holocaust in Fernsehserien

In dem reich bebilderten Band setzt sich der Filmwissenschaftler Marcus Stiglegger mit der Inszenierung des Holocaust in Fernsehserien – von der amerikanischen Serie *Holocaust* aus dem Jahr 1978 über die deutsche Serie *Heimat* bis hin zu aktuellen Filmen und Fernsehserien – auseinander. Der Autor betrachtet Fernsehserien als populäre Bildarchive, anhand derer sich die Darstellung gesellschaftlicher Phänomene und historischer Ereignisse untersuchen lässt. In diesem klugen Essay geht es ihm um die Entstehung einer audiovisuellen Holocaust-Ikonografie. Die US-Serie *Holocaust* sieht der Autor als die Geburtsstunde eines medialen Diskurses an, denn deren Regisseur inszeniere „einige der bis heute ikonischen Nachinszenierungen von Standardsituationen der Verfolgung und Vernichtung unter der Nazi-diktatur“ (S. 44). Dieser Inszenierung bescheinigt er eine Direktheit und Intensität, die es bis dahin nicht gegeben habe. In den folgenden Kapiteln vergleicht er die Darstellung des Holocaust im deutschen mit der im amerikanischen Fernsehen. Ein Exkurs widmet sich dem internationalen Fernsehen, wobei er auf die Serie *Archiv des Todes* des DDR-Fernsehens sowie auf Serien des französischen und iranischen Fernsehens eingeht. Der Autor kann in sehr lesenswerter Weise den Umgang mit dem Holocaust in Fernsehserien nachzeichnen – sowohl in historischer als auch in aktueller Perspektive.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Medialisierung des Spitzensports

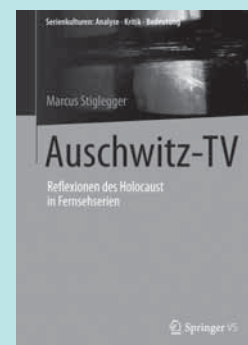
„Wer gewinnt, bestimmt die Medienlogik“, schreibt der Münchner Kommunikationswissenschaftler Michael Meyen in seinem Vorwort zu diesem Buch, das auf einer Dissertation basiert. Ausgehend von generellen Überlegungen zur Medienlogik in Gesellschaft und Sport, untersucht Stephanie Heinecke die Veränderungen, die seit den 1980er-Jahren in den Sportarten Badminton, Beach-Volleyball, Biathlon, Dressurreiten, Fußball und Moderner Fünfkampf stattgefunden haben, ausgelöst durch die mediale Aufmerksamkeit und Berichterstattung. Hier ist leider nicht der Ort, um ausführlich auf die sehr detaillierten Ergebnisse einzugehen. Heinecke stellt jedenfalls fest, dass „bei der Zusammenarbeit mit dem Fernsehen – für alle Verbände mit Ausnahme von Dressurreiten das entscheidende Medium für die weitere Vermarktung und damit die wirtschaftliche Situation“ (S. 440) – deutliche Unterschiede bestehen. Die Autorin zeigt diese auf der Makroebene der Planung von Veranstaltungen, auf der Mesoebene anhand der Organisation der jeweiligen Sportart, deren Medienarbeit und Außendarstellung sowie auf der Mikroebene anhand der Anforderungen an die einzelnen Personen und Stars auf. Ein Faktor der Medialisierung des Sports ist die Personalisierung. Heinecke kann zeigen, wie das, je nach Sportart, positive, aber auch negative Folgen haben kann. Eine bisher einzigartige Studie, die deutlich macht, wie sehr der Sport inzwischen von der Medienlogik bestimmt ist.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Medien im Horrorfilm

Ähnlich wie in der Science-Fiction geht es auch im Horrorgeschichte um tief verwurzelte Ängste der jeweiligen Gegenwartsgesellschaft. Lars Robert Krautschick ergänzt diese Erkenntnis um eine weitere These: Da Geister und Dämonen zunehmend moderne Medien nutzen, um ihr Unwesen zu treiben, manifestiert sich in den entsprechenden Filmen die Angst der Menschen vor einer zunehmend von Medien geprägten Welt. Freunden des Genres mag die Erkenntnis nicht weiter verblüffend erscheinen, aber die Lektüre wird auch ihnen Spaß machen, zumal die Welt des Cyberspace dem Spuk ganz neue Dimensionen eröffnet hat; vorausgesetzt, die Leser sind bereit, die für solche Werke unvermeidlichen Umwege mitzugehen. Aber selbst, wenn das auf einer Dissertation basierende Buch nicht gradewegs zur Sache kommt: Krautschicks Ausführungen sind ungemein kenntnisreich und immer dann besonders faszinierend, wenn er sich mit konkreten Filmbeispielen auseinandersetzt. Weniger sympathisch ist der mitunter elitär anmutende Sprachgebrauch; das Wort „intradiegetisch“ (ein Begriff aus der Erzähltheorie) scheint es ihm besonders angetan zu haben. Das meiste versteht man aber auch ohne Fremdwörterlexikon, zumal sich die Ausführungen nicht nur auf das eigene Fachgebiet beschränken. Menschen, die an Büchern dieser Art auch die Querverweise schätzen, werden zudem vom 80-seitigen Anhang mit seinen allein 50 Seiten Literaturangaben entzückt sein.

Tilman P. Gangloff



**Marcus Stiglegger:** *Auschwitz-TV. Reflexionen des Holocaust in Fernsehserien.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 95 Seiten, 29,99 Euro



**Stephanie Heinecke:** *Fit fürs Fernsehen? Die Medialisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit.* Köln 2014: Herbert von Halem Verlag. 503 Seiten, 34,00 Euro



**Lars Robert Krautschick:** *Gespenster der Technokratie. Medienreflexionen im Horrorfilm.* Berlin 2015: Bertz + Fischer. 314 Seiten, 25,00 Euro



**Christoph Kappes/Jan Krone/  
Leonard Novy (Hrsg.):**  
*Medienwandel kompakt 2011 – 2013.*  
*Netzveröffentlichungen zu Medien-  
ökonomie, Medienpolitik & Journalismus.*  
Wiesbaden 2014: Springer VS. 422 Seiten,  
39,99 Euro

## Medienwandel kompakt

Was gab es Neues 2011 bis 2013 im Netz, welche Themen, Entwicklungen und Positionen haben Netzpublizisten thematisiert und debattiert? Wie schon für die Zeitspanne von 2008 bis 2010 haben die drei Herausgeber, Medienmanager und -wissenschaftler aus Deutschland und Österreich, über 70 Beiträge aus dem Netz gesammelt und unter fünf Themenblöcke gestellt. Die Kriterien und die Entscheidungen für die Auswahl wie für die Einordnung erklären sie allerdings nicht; in ihrer Einleitung markieren sie lediglich einige gesellschaftliche, technische, ökonomische und medien-spezifische Tendenzen des bereits weiter fortgeschrittenen Medienwandels, so rasant eilt die Entwicklung voran: Nach wie vor vollziehe sich der öffentliche Diskurs über Medien- und Netzpolitik eher in engen, fachspezifischen Kreisen und in herkömmlichen medialen Formaten, rechtliche und regulatorische Fragen überwiegen. Die traditionellen Medien thematisieren oder dramatisieren gar gelegentlich einschlägige Themen, aber die versacken schnell im gewohnten Nachrichtenstrom; weitreichende, strukturelle Umbrüche passieren allenfalls als fast naturwüchsige technologische Anpassungen. Allein die periodische Printpresse beklage regelmäßig ihren offenbar unausweichlichen Niedergang, ohne allerdings entscheidende Konsequenzen zu ziehen. Zwar sei 2013 mit dem plötzlichen Aufblühen der Piratenpartei eine gesellschaftspolitische Kraft auf die öffentliche Bühne getreten, die die schon lange prognostizierte Digitalisierung grundsätzlich und umfassend angehen und sie in konkrete Politik ummünzen wollte, aber in-

zwischen – über das Jahr 2013 hinaus – ist ihre innovative Energie bereits versiegt, andererseits haben sich die etablierten Parteien und Politikverwalter wieder durchgesetzt. Dauerthema bleibt bei allen der Datenschutz, zumal wenn er von den internationalen IT-Konzernen unentwegt und bedenkenlos verletzt wird. Seine gesetzliche, wirksame Regelung steht auch in Europa allerdings noch aus. Dort wie in den nationalen Parlamenten ist die IT-Politik immer noch Sache von wenigen Experten, die die anderen distanzieren bis kenntnislos beobachten, zumal tagesaktuelle Großthemen wiederholt die Aufmerksamkeit erobern und das operative Handeln bestimmen.

Schaut man in die unterschiedlichen Artikel, so tauchen dort als mehr oder weniger neue, paradigmatische Begriffe das Internet der Dinge, Post Privacy, Big Data, Dauerwerbe-Internet, Software-Engineering als Journalismus-Ersatz, Embedded Blogs, Smart-TV, semantische Google-Suche und Leistungsschutzrecht auf und sind womöglich für diese Phase signifikant. Aber ungleich häufiger werden die schon länger traktierten Themen erneut und mehrfach aufgegriffen: die Strukturen und Reichweiten der Vernetzung, ihre individuellen oder subjektiven Dimensionen, der Ruf nach einer adäquaten, weitreichenden Netzpolitik, potenzielle mögliche kulturelle Transformationen im Zusammenleben, Überwachungspraktiken, Beziehungen und Interaktionen in den sozialen Netzwerken, verfassungsrechtliche und normative Erosionen des Mediensystems und des Journalismus im Besonderen, ethische Defizite, soziale Benachteiligungen der verschiedenen Gruppen

im Netz, Krisenphänomene, schwindende Geschäftsmodelle und unzureichende Strategien in der Medienwirtschaft, Menschen- und Urheberrechte, Netzneutralität und Jugendschutz, um nur die wichtigsten zu nennen. Sie sind unter den fünf Themenblöcken „Medienwandel“, „Kommunikationsoptionen“, „Journalismus“, „Medienwirtschaft“ und „Regulierung“ angeordnet. Einordnungen und Gewichtungen muss der Lesende selbst vornehmen, da Querverweise und Kommentare fehlen, sodass der angestrebte „Rück- und Überblick“ über den Medienwandel eigentlich nur als zeitgenössische Chronik und für einzelne Themen möglich ist. Nicht einmal ein Sachregister hilft bei der thematischen Suche. Da sind die elektronischen Archive ungleich komfortabler und für die spezielle Recherche hilfreicher. Der am Ende eines jeden Textes abgedruckte QR-Code, der zum ursprünglichen Erscheinungsort/Blog führt, könnte dafür etwas weiterhelfen. Ohne Frage ist es ein löbliches Bemühen, all die einschlägigen Texte aufzustöbern und im herkömmlichen Druck zu publizieren; es dürfte manches medienhistorische Wissensbedürfnis befriedigen, manches medienpolitische wie ökonomische Forschungsinteresse unterstützen und insgesamt den anhaltenden Medienwandel in vielen Einzelaspekten dokumentieren, aber das nützlichste und flexibelste Medium dafür ist eine solche Buchveröffentlichung kaum mehr, und ein Überblick gelingt nur induktiv.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Die digitale Bildungsrevolution

Digitale Technologien schaffen Wohlstand für alle, fördern Transparenz und bringen mehr Demokratie – diese Heilsversprechen der Digitalisierung sind längst als Mythos enttarnt worden. Kein Grund für Jörg Dräger und Ralph Müller-Eiselt, nicht mit einer neuen Utopie aufzuwarten. Die digital vernetzte Welt führe zu einem gerechteren Bildungssystem, behaupten die Experten von der Bertelsmann Stiftung. Demnach sei es nur eine Frage der Zeit, bis die „digitale Bildungsrevolution“ auch hierzulande „keinen Stein auf dem anderen“ lasse.

Ihre Beweiskette scheint schlüssig. Anschaulich zeigen sie, was sich ändern muss auf dem Gebiet des Lernens. Der „globale Bildungshunger“ – das Streben nach höherer Bildung besonders in den Schwellenländern – sprengt längst die Kapazitäten. Allein 200 Mio. Chinesen sollen bis 2020 ein Hochschulstudium absolvieren, 500 Mio. in der bis 2022 ausgebildet werden. Aber auch in Deutschland sind die Hörsäle überfüllt, denn die Zahl der Studierenden steigt Jahr für Jahr.

Qualität bleibe dabei auf der Strecke. Es sei denn, man setze auf digitale Lösungen. Das Prinzip ist einfach. Anstelle der klassischen Vermittlung im Frontalunterricht erwerben Schüler und Studenten ihr Wissen am Computer, mittels spezieller Lernsoftware. Die intelligenten Programme erlauben es, dass Tempo und Abfolge der Stoffvermittlung jeder Nutzer selbst bestimmen kann. Nur wer nicht weiterkommt, erhält Hilfe vom Lehrpersonal. Beispiele gibt es bereits. Etwa die „School of one“ in Brooklyn. Dort wird der Mathematikunter-

richt seit drei Jahren individuell zugeschnitten. Die Lehrer verfolgen das Fortkommen ihrer Schützlinge nur noch auf dem Monitor, jederzeit bereit – wenn nötig –, einzugreifen. Oder das Modell „Flipped Classroom“. Hier eignen sich die Kinder das Wissen bereits vor dem Unterricht durch Videos an. Im Klassenzimmer wird dann das Gelernte diskutiert. Oder die schon legendäre Khan University, deren Internet-Erklärvideos in den USA bereits Teil des Unterrichts sind. Das Fazit all dieser Experimente klingt euphorisch. Die Schulleistungen hätten sich deutlich verbessert. Computertechnik könne Freiräume schaffen für Persönlichkeitsbildung und die Bindung zwischen Lehrern und Schülern.

Das große Versprechen besteht für Jörg Dräger und Ralph Müller-Eiselt darin, dass digitale Lehrmittel „Unversöhnliches“ versöhnen: den „Gegensatz zwischen Masse und Klasse“. Erstmals gebe es einen individuellen Bildungszugang für alle, nicht nur für die Eliten. Eine neue Dimension der gesellschaftlichen Durchlässigkeit sei damit möglich. Denn Software, die sich unbegrenzt vervielfältigen lässt, ist kostengünstiger als ein milliardenschweres Bildungssystem, wie es sich etwa Deutschland leistet. Dort orientiere sich der Unterricht zwangsläufig am Mittelmaß, so die Kritik. Denn individuelle Förderung sei nur schwer durchsetzbar in der analogen Welt. Dass maßgeschneiderte Angebote sehr gut funktionieren, zeige etwa die persönliche Musiksammlung Spotify. Dem Bildungssystem stehe dieser Wandel noch bevor.

Wie viel Gerechtigkeit dabei tatsächlich entsteht oder ob es – wie so oft – nicht bei einzelnen Leuchtturm-Beispielen bleibt,

analysieren die Bildungsforscher nicht. Die Begeisterung, mit der sie ihre Utopie des digitalen Lernens ausmalen, verwundert dennoch kaum. Europas größtes Medienunternehmen – der Bertelsmann-Konzern –, für dessen Stiftung beide arbeiten, will das profitable Geschäft mit Bildungsangeboten ausbauen. Der Bereich soll mittelfristig mit einem Umsatz von rund 1 Mrd. Euro die dritte Geschäftssäule von Bertelsmann werden, vermeldete das Unternehmen im November vergangenen Jahres. Da erscheint der Katalog der noch zu lösenden Probleme, den die Autoren an das Ende ihres Buches gestellt haben, eher wie ein Feigenblatt. Denn tatsächlich wirft die „digitale Bildungsrevolution“ mehr Fragen auf, als sie Antworten gibt. Und vielleicht stößt sie genau deshalb auf so viel Widerstand, wie die beiden beklagen. Aber: Wie etwa soll ein „Digitalkonzept“ aussehen, das alle berücksichtigt, auch die sozial Schwachen? Welche Rolle sollen die klassischen Bildungsinstitutionen in der Zukunft spielen, wenn die Bedeutung traditioneller Abschlüsse sinkt und Start-ups bereits dabei sind, völlig neue Zertifizierungssysteme auf dem Markt zu etablieren – die sämtliches Wissen berücksichtigen, das Menschen auch außerhalb von Schule und Universität (digital) erworben haben? Und vor allem: Was geschieht mit den Daten, die Lernende in die Computer eingeben? Vorschläge? Fehlanzeige.

Vera Linß



**Jörg Dräger/Ralph Müller-Eiselt:** Die digitale Bildungsrevolution. Der radikale Wandel des Lernens und wie wir ihn gestalten können. München 2015: Deutsche Verlags-Anstalt. 240 Seiten, 17,99 Euro





**Wolfgang Seufert/Claudia Wilhelm:**  
*Mediennutzung als Zeitallokation. Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl.* Baden-Baden 2014: Nomos. 233 Seiten, 39,00 Euro

## Medien und Zeit

Zeit als knappes Gut steht im Mittelpunkt der Studie von Wolfgang Seufert und Claudia Wilhelm. Sie gehen davon aus, dass Mediennutzung nur eine Möglichkeit ist, seine Zeit zu verbringen, und analysieren nun, inwieweit die verfügbare Zeit einen Einfluss auf die Art der Mediennutzung hat. Konkret wollen sie wissen, wie die Nutzung bestimmter Mediengattungen oder Mediengenres mit der freien Zeit zusammenhängt. Erste Hinweise auf solche Zusammenhänge ergeben sich aus der Tatsache, dass im Sommer täglich ca. 30 Min. weniger oder am Wochenende länger ferngesehen wird. Diesen möglichen Zusammenhang untersuchen sie anhand einer Sekundäranalyse von vorhandenen Daten. Dafür nutzen sie die ARD/ZDF-Langzeitstudie *Massenkommunikation* (LMK) und die Daten der Media-Analyse (MA) aus den Jahren 1995, 2000 und 2005. Die Publikation *Mediennutzung als Zeitallokation* ist der Forschungsbericht eines gleichnamigen DFG-Projekts. Das Interessante an dem Projekt des Forschungsteams aus Jena ist die Betrachtung der Mediennutzung aus einer ökonomischen Perspektive, wie auch der Begriff „Allokation“ verdeutlicht. Aus diesem Blickwinkel spielen nicht die psychologische Verfasstheit der Mediennutzer oder die Rituale und Routinen eine Rolle, sondern das „Gut“ Zeit, welches knapp ist und dementsprechend verteilt werden muss. Grundlage ist das Modell der Television Economics, das auf Zeitbudgets beruht, die wie Geld auch Restriktionen unterliegen und eben auch „ausgehen“ können. Mit sehr aufwendigen Strukturgleichungsmodellen prüfen

Seufert und Wilhelm ihre diversen Hypothesen zu den Zusammenhängen zwischen Zeitarten (Freizeit, Reproduktionszeit und Arbeitszeit) und Mediengattungen (z. B. Hörfunk, Fernsehen). Detailliert dokumentieren sie ihre Analyse und Rechenschritte. Diese akribische Dokumentation mit vielen Akronymen erschwert den Lesefluss leider an vielen Stellen.

Als Arbeitszeit zählt Berufsarbeit sowohl im als auch außer Haus sowie Studium und Schule, zur Reproduktionszeit gehören Wegezeiten, Einkaufen, Hausarbeit, Mahlzeiten und Körperpflege, zur Freizeit alle anderen Aktivitäten im und außer Haus, Besuche von Freunden und Kneipenbesuche.

Eindeutig zeigt sich, dass es Korrelationen zwischen verfügbarer Zeit und Art der Mediennutzung gibt, dabei werden nicht immer alle Annahmen bestätigt. So nimmt das Fernsehen bei einer geringen Menge an Freizeit eine dominante Position ein (S. 107). Am Wochenende, an dem es eigentlich eine größere verfügbare Menge an Freizeit gibt, werden Fernsehen und Zeitungen interessanterweise eher zu Nebenbei-Medien, die parallel zu Reproduktionstätigkeiten genutzt werden (S. 108). Insgesamt zeigt sich aber auch ein hoher Einfluss von habituellem Mediennutzung, indem die Nutzungsdauer eines Mediums eher von generellen Präferenzen abhängt.

Das Fernsehen, das die größte Funktionsbreite aufweist, ist bei seiner Nutzung in der Freizeit am stärksten von allen Medien zeitabhängig (S. 161). Das Radio erfordert die geringste Aufmerksamkeit und ist deshalb vor allem ein Nebenbei-Medium in der Reproduktionszeit. Seine Nutzung hängt also von der Verfügbarkeit dieser Zeit ab. Die

Autoren gehen davon aus, dass wenigstens 20 % der Nutzungsdauer der aktuellen Medien durch die Verfügbarkeit von Zeit erklärt werden können. Spannend sind die Ergebnisse, die zeigen, dass unterschiedliche Lebenswelten (S. 130) – von Seufert und Wilhelm soziale Gruppen genannt – unterschiedliche Zeitbudgets haben, aber auch unterschiedlich mit ihrer frei verfügbaren Zeit umgehen. Dies betrifft auch die Mediennutzung. So spielen Alter, Bildung und Berufstätigkeit signifikante Rollen, was viele Ergebnisse der Mediennutzungsforschung bestätigt, ergänzt diese jedoch um den Faktor Zeit.

Die Autoren schränken selbstkritisch ein, dass die Ergebnisse auf die Mediengattung (Fernsehen, Radio, Zeitung usw.) beschränkt sind, eine Differenzierung nach Genres (z. B. Information) wäre wünschenswert gewesen, ließ sich allerdings den Daten leider nicht entnehmen. Auch die Frage, inwieweit das Internet andere Medien substituiert, ließ sich anhand der vorhandenen Daten nicht zeigen.

Seufert und Wilhelm schlagen vor, in zukünftigen Forschungen das Konstrukt Zeitbudget mitaufzunehmen, da es hilfreich sei, um vor allem die lebensweltlichen Strukturen stärker in den Fokus zu rücken.

Empfehlenswert ist die Lektüre dieses Forschungsberichts vor allem für empirische Forscherinnen und Forscher, die mit Sekundärdaten arbeiten möchten, denn er ist eine vorbildliche Dokumentation der Aufbereitung von Daten.

Prof. Dr. Elizabeth Prommer



## Medien und Werbung

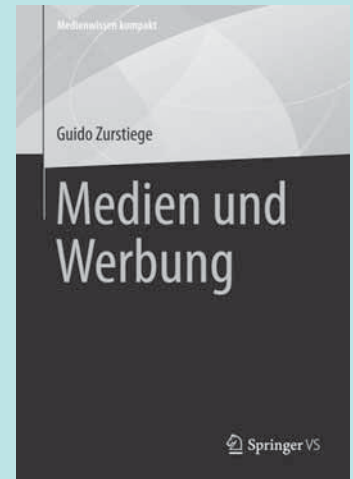
In der Öffentlichkeit und den Medien ist Werbung omnipräsent, meist nervt sie, mitunter fasziniert sie, und für ihre Kreativität und Ästhetik heimst sie noble Preise ein. Wirtschaftlich ist sie für die Medien unentbehrliches, manchmal auch üppig generöses Schmiermittel, das ganze Formate und Genres generiert. Mindestens 18 Mrd. Euro setzt sie hierzulande jährlich um, wenn sie schwächelt oder schrumpft, leiden die Medien darunter. Entsprechend wird in der branchennahen angewandten Forschung mit viel Geld gemessen und getestet, um den Gewohnheiten, (geheimen) Wünschen und (auch unbewussten) Lässlichkeiten des Verbrauchers genauestens auf die Spur zu kommen und fortwährend darauf zu bleiben: Reichweiten, Einschaltquoten, Visits und Klicks, Aufmerksamkeitsköder und Lesegewohnheiten werden ständig erhoben, Einstellungen und Wirkungen erfasst und Lifestyle-Muster entworfen. In den 1970er-Jahren noch als „Warenästhetik“ des Spätkapitalismus und als perfides Manipulationskartell angeprangert, werden solche Attribuerungen heute meist nur noch als haltlose Verirrungen in der Fachgeschichte abgewertet. Heute gilt Werbung als konstitutiver, wenigstens unverzichtbarer oder gar ungemein produktiver Part des Mediensystems des sogenannten „ästhetischen Kapitalismus“, der vielen Rezipienten sogar „Unterhaltungs- und Informationsgeschenke“ macht, zumindest notwendige Verbraucher- und Konsuminformationen bereithält. Dennoch hat die spezielle Werbeforschung in der hiesigen akademischen, unabhängigen Kommunikationswissenschaft bislang nur marginale

Bedeutung. Einer der wenigen deutschen Werbeforscher ist der früher in Wien, nunmehr in Tübingen lehrende Autor: 2007 legte er ein umfängliches, solides Lehrbuch zur Werbeforschung vor; nun folgt dieses allgemeiner gehaltene, einführende Kompendium.

Erstaunlicherweise beginnt es mit einer eher persönlich gefärbten Einleitung über die (ehedem) „geheimen Verführer“ (Vance Packard, 1957), die längst ausgedient haben, da uns heute „trotz aller Kritik [die Werbung] besser gefällt als jemals zuvor“ (S. 9). Was die Werbung zu diesem (unterstellten) Einstellungswandel beiträgt und wie wir sie in unseren Alltag gar als „sinnstiftend“ (S. 17) integrieren, ist der Tenor der sieben knappen Kapitel. Nach besagter Einleitung folgt ein historischer Abriss seit Mitte des 19. Jahrhunderts, als die Warengesellschaft und mit ihr das Anzeigen-geschäft einsetzte, bis hin zur systematischen, omnipräsenten Marketingforschung heute. Danach schließt sich ein Überblick über „Akteure, Märkte und Organisationen“ der Werbung an, der sich auch als Kunde des Berufsfeldes lesen lässt. Im fünften Kapitel werden „Strategien und Formen der Werbung“ vorgestellt, die an etlichen Beispielen wichtige Techniken – z. B. Vertrauensbildung und Personalisierung – sowie mediale Besonderheiten – z. B. Programmintegration und Product-Placement – aufzeigen. Das zentrale Thema der Werbeforschung ist die Wirkungsfrage, denn Werbung will erfolgreich und effizient sein, mindestens bis hin zum Kaufakt. Großenteils werden dafür Methoden, Erkenntnisse und Befunde der allgemeinen Wirkungsforschung herangezogen, aber vielfach als spezielle der

Werbeforschung definiert und ihnen absolute Gültigkeit und Treffsicherheit attestiert, wie es für die akademische Forschung unüblich ist. Dies gilt etwa für die in der Werbeforschung beliebten Thesen von „unterschwelligem Wirkungen“ und vom emotionalen Involvement bei der verbreiteten Markenidentität. Allerdings müssen mit den digitalen, individualisierenden Medien und sozialen Netzwerken viele der vermeintlichen Gesetze und Gewissheiten der Werbewirkungsforschung erneut auf den Prüfstand. Im letzten Kapitel, als „Ausblick“ auf die Veränderungen der Unternehmen zu „Medienhäusern“ überschrieben, werden diese Tendenzen in einen allgemeinen Kontext gebracht, ohne freilich hinlänglich konkret zu werden: „Soziale ‚Entortung‘, Kommunikationsstress, Datenmissbrauch und teilnehmende Überwachung“ (S. 127) seien die kritischen Momente, denen sich auch die Werbung zu stellen habe. Eine überzeugende, auch nur annähernd praktikable Antwort bleibt der Autor indes schuldig und appelliert lediglich an die Selbstverantwortung des Einzelnen. Dass Werbung, Unterhaltung und Information kaum mehr zu unterscheiden sind, dass User-Ausspähung und -kontrolle inzwischen immer perfekter werden und der Werbung ungemein nützen, räumt er zwar ein; doch ihnen müsse der Nutzer mit Qualitäten begegnen, „die uns zu satisfaktionsfähigen Partnern jener Medientechnologien machen, die wir nach unserem Vorbild erschaffen haben“ (S. 131). Na dann ...

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler



**Guido Zurstiege:**  
*Medien und Werbung*. Wiesbaden 2015:  
Springer VS. 140 Seiten, 12,99 Euro



**Claudia Wilhelm:**  
*Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen. Eine Untersuchung zu Selektion, Motiven, Genrepräferenzen und Spielverhalten.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 274 Seiten, 29,90 Euro



**Kathrin Demmler/Klaus Lutz/Sebastian Ring (Hrsg.):**  
*Computerspiele und Medienpädagogik. Konzepte und Perspektiven.* München 2014: kopaed. 248 Seiten, 18,00 Euro

## Wissenschaftliche Perspektiven auf Computerspiele

Aggressives Gendermarketing der Spieleindustrie hat uns – in Hinblick auf die Genderdebatte – fragwürdige Errungenschaften wie *Lego Friends* beschert. Doch während es bestehende Klischees und Stereotype verstärken mag, sind Lego, Disney und Co. sicherlich nicht für die dominierenden Geschlechterkonstruktionen selbst verantwortlich. Sie greifen diese lediglich – ökonomisch erfolgreich – auf. Eine Orientierung an sozial konstruierten Geschlechterrollen findet sich dabei nicht nur im Spielverhalten von Kindern, sondern auch im Freizeitverhalten Erwachsener. Wie Geschlechterrollen und die Orientierung an diesen Rollen Einfluss auf Aspekte wie Nutzungsmotive oder Genrepräferenzen von Computerspielen nehmen, untersucht Claudia Wilhelm mittels einer Onlinebefragung. Deutliches Fazit der Erhebung: Die Geschlechterrollenorientierung ist weder klar nach biologischem Geschlecht einzuordnen, noch determiniert sie eindimensional das Spielverhalten. Ausschlaggebend sind auch andere Faktoren wie z. B. Alter und Bildung: Je niedriger beispielsweise das Bildungsniveau, desto eindeutiger ist auch die Selbsteinschätzung nach traditionellen Geschlechterrollen, was wiederum einen klaren Einfluss auf das Spielverhalten hat: So meiden traditionell „feminin“ orientierte Frauen eher Actionspiele. Ihre Studie bettet die Autorin in einen fundierten theoretischen Rahmen ein, der Handlungstheorie, Gendertheorie und theoretische Überlegungen zu Computerspielen umfasst. Digitales Spielen versteht sie dabei, analog zu anderen Medienhandlungen, als soziales Handeln.

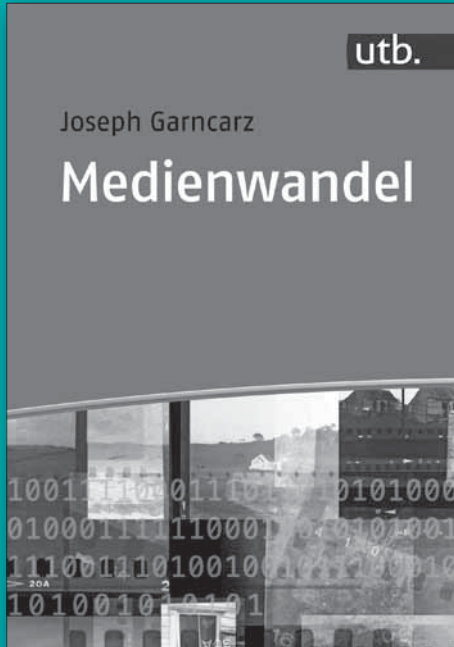
Die Spielhandlungen bzw. das spezifische „Spielverhalten“ (S. 71), so die zentrale These, ist u. a. von dem Genderselbstkonzept der Spielenden abhängig. Als methodische Herausforderung gestaltete sich die Überprüfung der Geschlechterrollenorientierung der Befragten. Inwieweit positionieren sich diese als „feminin“ oder „maskulin“ innerhalb des Geschlechterrollenspektrums? Mittels einer Abfrage von Items wie „führungsstark“ und „weichherzig“ konnten sich die Befragten selbst einschätzen. Doch lässt sich ein komplexes Konstrukt wie Geschlechterrollenorientierung mit wenigen Items erfassen? Spannend wäre aus kulturwissenschaftlicher Perspektive sicherlich eine Kombination mit qualitativen Verfahren zur Überprüfung von Grundeinstellungen und deren biografischen Einbettungen. Innerhalb des gewählten methodischen Designs hat die Autorin jedoch die zur Verfügung stehenden Mittel bestens ausgenutzt. Ihr ist damit ein Brückenschlag zwischen den eher deskriptiv orientierten Ansätzen der Nutzungsforschung und kulturwissenschaftlich-hermeneutisch angelegten Ansätzen hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Nutzung von Computerspielen gelungen. Lesenswert.

Eine vielfältige Perspektive auf Computerspiele offeriert der Sammelband *Computerspiele und Medienpädagogik*. Medienarbeit mit Kindern bedeutet in Deutschland nach wie vor auch eine Auseinandersetzung mit einer medienkritischen Verbotsmentalität. Doch wie Klaus Lutz bereits im einleitenden Kapitel des Bandes betont: „Sicher kann die Lösung nicht darin liegen [...], Freizeitangebote ohne Medien anzubieten“ (S. 12).

Vielmehr gehe es im Kern darum, „Kinder und Jugendliche zu befähigen, Medien für sich gewinnbringend in ihren Alltag einzubinden“ (S. 13). Wie das genau gehen kann und welche Diskurse zum Themenbereich virulent sind, wurde im Umfeld des Projekts „MyGames“ zusammengetragen. Der Band präsentiert sich in einer Mischung aus theoretischen Reflexionen, Informationen und konkreten Projektbeschreibungen. So finden sich in der Rubrik „Alles nur ein Spiel“ allgemeine Diskurse zu Computerspielen und deren gesellschaftlicher Relevanz, wie der Beitrag von Silja Rheingans zu Computerspielen als Kulturgut. In der Rubrik „Theorie und Praxis zu Games“ finden sich sowohl speziellere Themenbeiträge wie Anna Hoblitz' und Sonja Ganguins Reflexion über den Einsatz von Computerspielen an Schulen als auch allgemeinere Überblicksbeiträge zum Wesen des Spiels. Die dritte Rubrik, „Medienpädagogische Ideen und Konzepte“, bietet schließlich konkrete Projekte und Erfahrungsberichte. Neben „MyGames“, einer von Jugendlichen organisierten Peer-to-Peer-Tagungsreihe, werden auch Projekte wie „gamescompact“, ein Computerspiel-Kompetenzkoffer für Eltern, Pädagogen und Multiplikatoren, vorgestellt. Eine engere Textauswahl wäre aufgrund einiger thematischer Dopplungen wünschenswert gewesen, doch die Vielfalt der unterschiedlichen Perspektiven und Themen sowie die Aktualität der Diskurse und Projekte machen den Band zu einem durchaus bereichernden Beitrag in der medienpädagogischen Debatte zu Computerspielen.

Dr. Susanne Eichner

# MEDIENWANDEL IN THEORIE ...



Joseph Garncarz  
**Medienwandel**  
2016, 246 Seiten, € 19,99  
ISBN 978-3-8252-4540-5

Das Buch von Joseph Garncarz gliedert sich in zwei Teile: Der erste theoretische Teil fokussiert die Mediengeschichtsschreibung. Der Autor definiert zentrale Begriffe und zeigt, was die Veränderungen vorantreibt. Er entwirft zudem ein Modell des Medienwandels, das erklärt, wie Medien erfunden, etabliert, verbreitet und differenziert werden.

Der zweite historische Teil besteht aus zwölf Fallstudien zu den Medien Film und Fernsehen, die unterschiedliche Aspekte des Medienwandels wie die Etablierung neuer Medieninstitutionen und -nutzungsformen thematisieren. Liest man die Fallstudien chronologisch, setzt sich ein anschauliches Bild vom Wandel der Kino- und Fernsehkultur in Deutschland im 20. Jahrhundert zusammen.



Kirsten Rautenberg  
**Medienwandel durch Crossmedia**  
2015, 250 Seiten, € 39  
ISBN 978-3-86764-642-0

Kirsten Rautenberg analysiert, warum Medienunternehmen auf dem Weg zur Crossmedialität so viele Probleme haben. Außerdem untersucht sie die multiplen Veränderungen bei den journalistischen Inhalten und dem Berufsbild von Journalisten. Dafür hat sie eine Mehrmethodenstudie aus Beobachtung, Befragung und Leitfadeninterviews bei Radio Bremen durchgeführt, einer Rundfunkanstalt, die in Deutschland bei der Crossmedialität eine Vorreiterrolle einnahm.

Zentrales Ergebnis der Arbeit ist, dass vor allem die Journalisten selbst den Medienwandel bremst. Sie tun sich schwer damit, anders als bisher zu arbeiten. Daher kommt die Autorin auch zu dem Schluss, dass eine vollständige crossmediale Arbeitsweise erst mit Journalisten möglich sein wird, die bereits crossmedial ausgebildet wurden.

# Urteil

## Cybermobbing: Digitale Häme und Spott bleiben nicht ungesühnt

Zwei ehemalige Mitschüler, beide zum Tatzeitpunkt 12 Jahre alt, begegnen sich vor Gericht wieder. Das Landgericht Memmingen hatte am 03.02.2015 zu entscheiden, ob der eine Junge (Kläger) Opfer einer Cybermobbing-Attacke durch seinen Mitschüler (Beklagter) geworden ist und ihm deswegen entsprechende Unterlassungs- und Schmerzensgeldansprüche zuzusprechen sind.

Zur Vorgeschichte: Bereits im November 2012 war der jetzt klagende Junge aufgrund seines überdurchschnittlichen Körpergewichts Zielscheibe von Spott und Beleidigungen im Rahmen seines Klassenverbandes geworden. Die seelische Pein lastete so schwer auf dem Jungen, dass er fortan therapeutische Behandlung in Anspruch nehmen musste. An diesen Hänseleien war der jetzt beklagte Junge jedoch noch nicht beteiligt.

Anders, so nach Überzeugung des Gerichts, bei jetzt in Rede stehenden Vorfällen im August 2013. Dazu im Einzelnen: So wurde zunächst ein Facebook-Profil unter dem Namen des klagenden Jungen samt Foto und der Betitelung „P.-W. Fat Opfer“ erstellt. Des Weiteren erreichten ihn Mails mit folgenden Inhalten: „Fick dich du Wixxer du fetter Zwidder kill dich selber und am besten heute noch!“, „Und du bis häßlich dass ich kotzen muss!!“. Äußerungen wie „der Kläger habe die ‚Opfergrundschule‘ besucht“, „Dummheit studiert“, „er vergewaltige kleine Kinder“ und „zeige seine Exkremete auf Facebook“ galten ihm zusätzlich. Der beklagte Junge bestreitet hingegen seine Beteiligung.

Das LG Memmingen entscheidet zugunsten des Gepeinigten. Nach umfangreicher Beweisaufnahme, der Befragung von Mitschülern, eines IT-Sachverständigen, der behandelnden Ärztin sowie des Klassenlehrers sieht es in dem beklagten Jungen den Verursacher der massiven Cybermobbing-Attacke.

Das Gericht bestätigt zunächst den Antrag auf Unterlassung künftiger Persönlichkeitsrechtsverletzungen (§§ 1004 Abs. 1, 823 Abs. 1, 827, 828 Abs. 3 BGB i. V. m. § 22 KunstUrhG).

Zunächst sei der beklagte Junge auch als Minderjähriger bereits deliktstfähig (§ 828 Abs. 3 BGB, siehe Erläuterung). So besäße er die zur Erkenntnis der Verantwortlichkeit erforderliche Einsicht, da er, so führt das Gericht aus, mit dem Gymnasium eine herausgehobene Schule besuche. Zudem sei das Thema „Cybermobbing“, nach Aussage des Lehrers, im Unterricht behandelt und der beklagte Junge über das Thema informiert und entsprechend sensibilisiert worden.

Das Gericht führt des Weiteren aus, dass man sich im Klaren darüber sei, es vorliegend mit „minderjährigen Streitparteien“ zu tun zu haben. Die Feststellung einer Persönlichkeitsverletzung könne damit nicht nach den für Volljährige geltenden Maßstäben beurteilt werden. So müsse hier in die Bewertung mit einfließen, dass Schimpfwörter in gewissem Umfang Teil einer jugendtümlichen

Sprache seien und geprägt von einem jugendtypischen Verhalten, in dem sich häufig eine gewisse Sorglosigkeit der Äußerung offenbare. Auch müsse berücksichtigt werden, dass Kindern die Bedeutung des Persönlichkeitsrechts und die mit seiner Verletzung verbundenen Gefahren noch nicht in dem Umfang bewusst seien, wie man das von Erwachsenen erwarten könne.

Andererseits könne einem deliktstfähigen Kind aber auch nicht jedwede Kenntnis diesbezüglich abgesprochen werden. Davon, dass einem 12-jährigen Kind zumindest bewusst ist, dass ein Schimpfwort eine Herabsetzung des anderen Kindes bedeutet, verbunden mit einer Abwertung von dessen Person, könne ausgegangen werden.

Das Gericht stellt fest, dass sich das Verhalten des beklagten Jungen hier gerade nicht auf solche im Regelfall vereinzelt kind- und jugendtypischen Äußerungen gegenüber dem Betroffenen beschränkt. Die Beleidigungen seien via Internet erfolgt und damit einem sehr breiten Nutzerkreis womöglich dauerhaft zugänglich gemacht worden. Hinzu käme die Intensität des Eingriffs in den sogenannten Kernbereich des Persönlichkeitsrechts. So müsse ein Kind Äußerungen wie „er vergewaltige kleine Kinder“ oder „stelle Abbilder seiner Exkremete ins Netz“ nicht hinnehmen, auch wenn sie „nur“ von einem anderen Kind getätigt worden seien.

Das Gericht spricht dem gemobbten Jungen ein Schmerzensgeld in Höhe von 1.500,00 Euro zu. Zu beachten sei hier zunächst das Genugtuungsinteresse des Kindes. Begründet wird das Zusprechen des Anspruchs zudem durch die erhebliche Schwere der Persönlichkeitsrechtsverletzung und die damit nicht unerhebliche gesundheitliche Beeinträchtigung. Dass das Gericht nicht die volle geforderte Summe in Höhe von 2.000,00 Euro ausspricht, rechtfertigt es mit dem Umstand, welch erhebliche Schwierigkeiten es Schülern bereite, eine solch große Summe aufzubringen.

LG Memmingen, Urteil vom 03.02.2015, Az.: 21 O 1761/13

### Erläuterung:

Rechtliche Verantwortung Minderjähriger im Privatrecht:  
§ 828 Bürgerliches Gesetzbuch (Minderjährige)

(1) Wer nicht das siebente Lebensjahr vollendet hat, ist für einen Schaden, den er einem anderen zufügt, nicht verantwortlich.

(2) Wer das siebente, aber nicht das zehnte Lebensjahr vollendet hat, ist für den Schaden, den er bei einem Unfall mit einem Kraftfahrzeug, einer Schienenbahn oder einer Schwebbahn einem anderen zufügt, nicht verantwortlich. Dies gilt nicht, wenn er die Verletzung vorsätzlich herbeigeführt hat.

(3) Wer das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet hat, ist, sofern seine Verantwortlichkeit nicht nach Abs. 1 oder 2 ausgeschlossen ist, für den Schaden, den er einem anderen zufügt, nicht verantwortlich, wenn er bei der Begehung der schädigenden Handlung nicht die zur Erkenntnis der Verantwortlichkeit erforderliche Einsicht hat.

# Aufsätze und Notizen

## Unentgeltliche Gewinnspiele und divergierende Jugendschutzregeln für Off- und Online

Autor Erler widmet sich in seinem Beitrag der rechtlichen Klassifizierung von unentgeltlichen Gewinnspielen, die fester Bestandteil von Werbekampagnen seien und sich sowohl an Erwachsene, aber auch an Minderjährige richten, z. B. in Jugendzeitschriften oder auf Webseiten. Die Annahme, dass für ein und dasselbe Gewinnspiel unabhängig vom genutzten Medium einheitliche Regelungen gelten würden, gehe fehl. Diese Divergenz, aber auch eine mögliche Lösung für eine einheitliche Behandlung zeigt Erler in seinem Beitrag auf. Er definiert unentgeltliche Gewinnspiele als solche Spiele, bei denen der Warenwert entweder von den Fähigkeiten des Teilnehmers oder vom Zufall abhängt, allerdings kein Entgelt für die Teilnahme zu leisten ist.

Unentgeltliche Gewinnspiele in *Telediensten* (Onlinegewinnspiele) würden in den Anwendungsbereich von § 8a Rundfunkstaatsvertrag (RStV) fallen. Danach seien Gewinnspiele grundsätzlich zulässig; bei Minderjährigen jedoch, so schreibt § 8a Abs. 1 S. 5 RStV vor, müssten die Belange des Jugendschutzes gewahrt werden. Diese Belange würden durch die Regelungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) konkretisiert. So müsste der Veranstalter eines Onlinespiels insbesondere § 5 JMStV beachten, also eine entsprechende Entwicklungsbeeinträchtigung vermeiden. Der Autor entnimmt eine entsprechende Wertung aus Gewinnspielsatzung und Jugendschutzgesetz (JuSchG) und führt aus, dass bei einer unentgeltlichen Teilnahme und einer geringfügigen Gewinnausschüttung grundsätzlich nicht von einer solchen Beeinträchtigung ausgegangen werden könnte. Entscheidend sei aber der jeweilige Einzelfall. Onlinegewinnspiele seien damit grundsätzlich gegenüber Minderjährigen gestattet.

Für unentgeltliche *Offlinespiele* hingegen, wie in Comics oder Jugendzeitschriften, sei das JuSchG einschlägig, insbesondere § 6 Abs. 2 JuSchG. Danach „darf die Teilnahme an Spielen mit Gewinnmöglichkeit in der Öffentlichkeit Kindern und Jugendlichen nur auf Volksfesten, Schützenfesten, Jahrmärkten, Spezialmärkten oder ähnlichen Veranstaltungen und nur unter der Voraussetzung gestattet werden, dass der Gewinn in Waren von geringem Wert besteht.“ Da dem Wortlaut nach die Printpublikation gerade nicht unter die genannten Ausnahmen fällt, sei die Teilnahme von Kindern und Jugendlichen damit an unentgeltlichen Gewinnspielen, anders als im Onlinebereich, verboten. Um diesem, seiner Auffassung nach untragbaren Ergebnis entgegenzuwirken, spricht sich Erler als Lösungsmöglichkeit für eine analoge Anwendung des § 6 Abs. 2 JuSchG für unentgeltliche Offlinegewinnspiele aus.

**Autor:** Marco Erler, Rechts- sowie Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht in Köln

**Titel:** Jugendschutz und unentgeltliche Gewinnspiele

**Quelle:** Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), 2015, S. 851f.

## Freedom House mahnt an:

Internetfreiheiten weltweit weiter eingeschränkt  
(Jahresbericht „Freedom of the Net 2015“)

Die US-amerikanische Nichtregierungsorganisation *Freedom House* veröffentlichte im Oktober 2015 eine neue Ausgabe ihres Berichts „Freedom of the Net“, in dem die weltweite Situation der Freiheit im Internet untersucht wurde.

Zunächst kurz eine Vorstellung der initiierten Institution: *Freedom House*, mit Sitz in Washington, hat sich zum Ziel gesetzt, liberale Demokratien weltweit zu fördern. Die Organisation wurde 1941 als Reaktion auf den totalitären Nationalsozialismus gegründet. Zu ihren bekanntesten Untersuchungen zählen „Freedom in the World“ und „Freedom of the Press“, die weitreichende Beachtung in Medien, Wirtschaft und Politik finden (vgl. [https://de.wikipedia.org/wiki/Freedom\\_House](https://de.wikipedia.org/wiki/Freedom_House)).

Der hier vorgestellte Bericht umfasst den Untersuchungszeitraum von Juni 2014 bis Mai 2015. Untersucht wurden die Rechte von Bürgern im Netz in 65 Ländern, in denen insgesamt 88 % der Internetnutzer leben. Analysiert wurde u. a. entlang der Kategorien „Zugangshürden“, „Inhaltsbeschränkungen“ und „Verletzung von Nutzerrechten“; eingestuft wurden die Länder dann in die Kategorien „free“, „partly free“, „not free“.

Insgesamt konstatiert die Organisation, dass die Freiheiten nun bereits das fünfte Jahr in Folge insgesamt weiter eingeschränkt worden seien. Auf dem letzten Platz befindet sich China, dicht gefolgt von Syrien und dem Iran. Nordkorea als hermetisch abgeriegeltes Land wurde nicht in die Untersuchung mit einbezogen.

Positiv angeführt wird das Ranking von Island. Platz zwei und drei belegen Estland und Canada. Deutschland verfehlt das Treppchen nur knapp und belegt 2015 den vierten Platz. Damit macht es zum Vorjahr einen Platz gut.

Deutliche Verschlechterungen – wohl zurückzuführen auf den Anschlag auf die Redaktion der Satirezeitung „Charlie Hebdo“ – stellen die Bürgerrechtler in Frankreich fest.

## Zu den Ergebnissen im Einzelnen:

61 % der Onliner leben in Ländern, in denen Kritik an der Regierung, dem Militär oder der Herrscherfamilie der Zensur unterworfen ist.

58 % nutzen das Internet in Staaten, in denen für die Weitergabe von Informationen zu Politik, Gesellschaft oder Religion Gefängnisstrafen drohen.

Des Weiteren wurden allein im vergangenen Jahr den Angaben zufolge in 14 Staaten Gesetze beschlossen, die die Überwachung verstärken.



42 der 65 untersuchten Staaten verlangen zudem, dass private Unternehmen oder Nutzer den Zugang zu bestimmten Inhalten beschränken (2014: 37 Staaten).

Lediglich einige wenige positive Entwicklungen seien zu verzeichnen – in 15 Ländern, allen voran Sri Lanka, habe sich die Situation verbessert. Dort habe die jetzige Regierung im Anschluss an die Wahlen im Januar 2015 zunächst blockierte Internetseiten freigegeben und die Verfolgung von Internetnutzern eingestellt.

Deutschland belegt, wie erwähnt, den vierten Platz und befindet sich damit sicher im Feld der „freien Länder“. Dennoch verbleiben Kritikpunkte. Für *Freedom House* berichtet seit mehreren Jahren Philipp Otto, Gründer und geschäftsführender Partner des IRights.Labs, zur Situation in Deutschland.

Bemängelt wird zunächst, dass Deutschland den Breitbandausbau deutlich schneller vorantreiben müsse, flächendeckend fehle es am schnellen Internet. Auch gelte es, der fortschreitenden digitalen Kluft zwischen Arm und Reich zu begegnen, so müssten entsprechende Internetkosten verstärkt von den Sozialleistungen berücksichtigt werden. Die Autoren monieren des Weiteren das in Deutschland scharf diskutierte Leistungsschutzrecht der Presseverlage (Das „lex google“ gibt Presseverlegern neben den eigentlichen Urhebern ein eigenes ausschließliches Recht, Presseerzeugnisse zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen – mit Ausnahme einzelner Wörter oder kleinster Textauschnitte). Kritiker des Gesetzes befürchten, dass es Innovationen behindere und die Informationsfreiheiten einschränke. Kritische Erwähnung findet zudem die unkoordinierte Umsetzung des nicht zu Ende gedachten „Recht auf Vergessen-Werden“-Urteils des Europäischen Gerichtshofs. Auch die Wiedereinführung der Vorratsdatenspeicherung (= Speicherung von personenbezogenen Daten durch öffentliche Stellen, ohne dass die Daten aktuell benötigt werden) wirke sich negativ auf ein freiheitliches Internet aus. Schließlich stehe auch die Unterstützung der NSA-Überwachung durch den Bundesnachrichtendienst einer besseren Platzierung Deutschlands entgegen.

Abschließend lässt sich jedoch konstatieren, dass Deutschland, trotz dieser Schwachstellen, im weltweiten Vergleich sehr gut abschneidet.

#### Quellen:

<https://www.freitag.de/autoren/netzpiloten/freedom-house-veroeffentlicht-neuen-bericht>  
<http://www.sueddeutsche.de/digital/freiheit-des-netzes-deutschland-braucht-nachhilfe-in-sachen-internet-1.2716120>;  
[www.evangelisch.de/inhalte/127806/29-10-2015/freiheit-im-internet-weltweit-massiv-eingeschraenkt](http://www.evangelisch.de/inhalte/127806/29-10-2015/freiheit-im-internet-weltweit-massiv-eingeschraenkt)

## Bewährungsaufgabe 2.0

Das OLG Hamm beschließt am 10.11.2015 eine zunächst ungewöhnlich anmutende Bewährungsaufgabe.

Doch zur Vorgeschichte: Der heute 49-Jährige aus Witten wurde in den Jahren 2011 und 2012 wegen Verbreitung jugendpornografischer Schriften zu einer Freiheitsstrafe von drei Jahren und sechs Monaten verurteilt. Nachdem er zwei Drittel seiner Strafe verbüßt hatte, wurde der Rest seiner Strafe zur Bewährung ausgesetzt. Als Bewährungsaufgabe beschloss das Gericht nicht etwa ein Ableisten unentgeltlicher Arbeitsstunden zu gemeinnützigen Zwecken, sondern ein Internetverbot. Der Verurteilte sollte einen Internetanschluss weder besitzen noch nutzen. Von dieser Auflage war lediglich die für eine Umschulung notwendige Internetnutzung in den Schulungsräumlichkeiten ausgenommen.

Dies missfiel dem Verurteilten, er beantragte mit der Begründung, eine Kommunikation sei ohne Internet in der heutigen Zeit nicht mehr möglich, die Aufhebung der Weisung. Das Verbot erschwere für ihn in nicht hinnehmbarer Weise Dinge des alltäglichen Lebens, z. B. den Kontakt zu Behörden. Auch sei ein separater Telefonanschluss ohne daran gekoppelten Internetzugang zu keinem vernünftigen Preis mehr zu erhalten.

Diese Argumentation überzeugte das Gericht nicht: Die Auflage stelle keine unzumutbaren Anforderungen an die Lebensführung des Verurteilten.

So verstoße die Weisung nicht gegen sein Grundrecht der Informationsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG). Zwar sei der Schutzbereich dieses Grundrechts betroffen, da das Internet dazu geeignet und bestimmt sei, der Allgemeinheit Informationen zu beschaffen, jedoch gelte diese Freiheit nicht grenzenlos – so stelle eine Bewährungsaufgabe eine entsprechende und zulässige Schranke dar. Zudem könne sich der Verurteilte auch weiterhin Informationen jeglicher Art verschaffen, aus den unterschiedlichsten Informationsquellen wie Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigebüllettern sowie Radio oder Fernsehen.

Es sei zwar nicht auszuschließen, dass die Kosten eines isolierten Telefonanschlusses die eines „Kombipakets“ überstiegen, dies sei aber vom Verurteilten hinzunehmen. So sei er dazu angehalten, angesichts weiterer vorhandener Informationsmöglichkeiten Prioritäten zu setzen.

Auch die eigene aktive Kommunikation des Verurteilten sei nicht in unzumutbarer Weise eingeschränkt, er könne zwar nicht via Internet kommunizieren oder E-Mails versenden, ihm stünden aber auch hier genügend Alternativen zur Verfügung – um mit Telefon, Telefax, Brief oder persönlicher Vorsprache nur einige zu nennen. Dass seine Kommunikation dadurch möglicherweise verlangsamt sei, müsse er ebenfalls akzeptieren, da es gelte, nicht unerhebliche Straftaten zu vermeiden. Abschließend stellt das Gericht fest, dass eine Internetnutzung noch nicht existenzwichtig sei: So habe im Jahr 2014 der Anteil der Internetnutzer in Deutschland bei ca. 61,6 % der Gesamtbevölkerung gelegen, und bloß 79,5 % der Gesamtbevölkerung hätten über einen Internetzugang verfügt.

**Aufsatz/Notiz:** Internetverbot als Bewährungsaufgabe: Einfach mal einen Brief schreiben

**Autor:** LTO-Redaktion

**Quelle:** Legal Tribune Online, abrufbar unter: <http://www.lto.de/recht/nachrichten/n/olg-hamm-1ws507-15-1ws-508-15-internet-nutzung-untersagung-bewaehrung-aufgabe-zumutbar-grundrecht/> (letzter Zugriff: 15.01.2016)

# Rezension

## Rechtshandbuch Social Media

Die Herausgeber *Gerrit Hornung* und *Ralf Müller-Terpitz* leiten ihre Publikation mit der Feststellung ein, dass Social Media nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken sind und somit zwangsläufig Gegenstand des Rechts sein müssen.

In der Einleitung (Kapitel 1) stellen die beiden Autoren die einzelnen Kapitel vor, die jeweils Teilaspekte von privater, beruflicher oder auch öffentlicher Nutzung von Social Media beschreiben. Im zweiten Kapitel klärt das Autorenduo *Ralf Hohlfeld* und *Alexander Godulla* den schwammigen Begriff „Social Media“ aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive – prägnanteste Entwicklung sei die des monodirektionalen Internets hin zum partizipativen Web 2.0. Mit Kapitel 3, „Vertragliche Aspekte der Social Media“, beginnt der Einstieg in die juristische Analyse. Hier erörtern *Peter Bräutigam* und *Bernhard von Sonnleithner*, dass die modernen Kommunikationsmedien mangels eigenständiger, aktueller Regeln unter die bestehenden Vertragstypen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) subsumiert werden müssten. Ausführlich wird die Frage diskutiert, inwieweit von einem entgeltlichen Vertrag ausgegangen werden kann, wenn von dem Nutzer einer Social-Media-Anwendung keine monetäre Gegenleistung geschuldet ist („Stichwort – kostenlose Nutzung gegen Erhebung von Daten“). *Gerrit Hornung* stellt (Kapitel 4) die datenschutzrechtlichen Aspekte von Social Media dar und analysiert die Frage nach der Anwendbarkeit des deutschen Datenschutzrechts. Das fünfte Kapitel ist den haftungsrechtlichen Problemen der Social Media gewidmet. Neben die klassischen zivilrechtlichen Themen würden urheberrechtliche Haftungsdelikte treten, so *Gerald Spindler*. *Ralf Müller-Terpitz* erläutert in Kapitel 6 die persönlichkeitsrechtlichen Aspekte von Social Media. Eingehend stellt er die sich widerstreitenden Grundrechtspositionen Persönlichkeitsrecht versus Kommunikationsfreiheit vor. Mit den im Hinblick auf Social Media besonders relevanten Straftatbeständen befasst sich *Robert Esser* in Kapitel 7. Im Fokus seiner Analyse stehen insbesondere Delikte, die sich durch kommunikative Handlungen auszeichnen – Volksverhetzung, Beleidigungen oder Verletzungen der Privat-/Intimsphäre. Im achten Kapitel widmet sich *Frank Bayreuther* den arbeitsrechtlichen Aspekten von Social Media. Im Wesentlichen gehe es um zwei Fragen: Kann der Arbeitnehmer zur Teilnahme an Social Media verpflichtet werden und in welchem Umfang ist die Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit gestattet?

*Hannes Beyerbach* ordnet Social Media in das Regelungsregime des Rundfunk- und Medienrechts ein (Kapitel 9). Der Autor klärt zunächst ausführlich den Rundfunkbegriff, um anschließend auf den Jugendmedienschutz und die in anderen Zusammenhängen immer wiederkehrende Frage nach der Anwendbarkeit nationalen Rechts einzugehen. *Sönke E. Schulz* stellt im letzten Kapitel fest, dass Social Media inzwischen auch in der öffentlichen Verwaltung Einzug genommen haben und insbesondere zur Öffentlichkeitsarbeit, zur Recherche und zur strafrechtlichen Fahndung eingesetzt werden.

Das Buch überzeugt durchweg mit seiner verständlichen Schreibweise – ob es sich um die kommunikationswissenschaftliche oder überwiegend rechtswissenschaftliche Ausführung handelt. Grundsätzliche Fragen und Vorgänge werden nach objektiven und sachlichen Gesichtspunkten in ihren Ursachen erforscht, begründet und in einen Verständniszusammenhang gebracht; auch wurden, soweit existent, aktuelle Gesetzesvorhaben und -entwürfe bei der jeweiligen Analyse berücksichtigt.

In Querverweisen beziehen sich die Autoren aufeinander; Redundanzen bleiben den Leserinnen und Lesern damit erspart. Die gelungene Absicht, eine Gesamtschau der rechtlichen Besonderheiten von Social Media „in einer Hand zu halten“, zeigt sich besonders gut bei der Thematik des „Minderjährigenschutzes“: Einzelne Kapitel widmen dieser in Social Media besonders aktiven, aber auch schützenswerten Gruppierung besondere Unterkapitel.

Lediglich zwei Aspekte sind kritisch anzumerken: Der Jugendmedienschutz wird nur äußerst knapp behandelt; in Kapitel 9 („Medien- und internetrechtliche Anforderungen“), das ca. 60 Seiten umfasst, nimmt dieses Thema lediglich drei Seiten ein. Dies scheint ergänzungswürdig, da Social Media überwiegend von Kindern und Jugendlichen genutzt werden. Obwohl das Gros der allgemein bekannten Phänomene wie „Sexting“ oder „Grooming“ und der vielen verschiedenen Mediendienste in der Analyse Beachtung findet, fehlt eine Begutachtung der Social-Media-Anwendungen von Snapchat oder Instagram. Diese Dienste sind in den letzten Jahren bei Jugendlichen immer beliebter geworden. Da die Herausgeber jedoch darum bitten, sich mit Ergänzungsvorschlägen an sie zu wenden, besteht die Möglichkeit, dass diese Punkte in einer überarbeiteten Fassung Berücksichtigung finden.

Insgesamt ist das Buch sehr empfehlenswert – sowohl für die intensive wissenschaftliche Auseinandersetzung als auch für den schnellen Zugriff des Praktikers.



Gerrit Hornung/  
Ralf Müller-Terpitz (Hrsg.):  
Rechtshandbuch Social  
Media. Berlin/Heidelberg  
2015: Springer. 498 Seiten,  
59, 99 Euro

Ins Netz gegangen

# „Maus“-Clicks

## Wie der WDR Flüchtlingskinder im Netz mit der deutschen Kultur vertraut macht

*Maus*-Fans allen Alters kennen und lieben dieses Ritual: Zu Beginn jeder *Sendung mit der Maus* erzählt ein Sprecher, was die nächsten 30 Min. bringen werden; und dann gibt es die Inhaltsangabe ein zweites Mal, allerdings auf „Ausländisch“. Die Redaktion wollte auf diese Weise ab 1973 die sogenannten Gastarbeiterkinder ansprechen. Außerdem sollten deutsche Kinder hören, wie andere Sprachen klingen. Seither ist der Vorspann in weit über hundert Sprachen und Dialekten gesendet worden. Welche Fernsehsendung wäre also besser geeignet, ihren Anteil zur Integration von Flüchtlingskindern beizutragen? Seit September 2015 hat der WDR die *Maus*-Webseite<sup>1</sup> um die Rubrik „Maus international“ erweitert. Hier gibt es einzelne Beiträge oder ganze Sendungen auf Arabisch, Kurdisch, Dari (Afghanistan) und Englisch. Geplante weitere Sprachen sind Romani und Französisch. Die Seite bietet komplette Sendungen sowie eine kunterbunte Mischung aus Lach- und Sachgeschichten. Der konkrete Nutzen hält sich jedoch in Grenzen. Die Antworten auf Fragen wie jene, warum Eier beim Kochen hart, Kartoffeln jedoch weich werden, warum der Igel Stacheln hat und Kanaldeckel rund sind, werden den kleinen Arabern, Kurden und Afghanen zunächst nicht helfen, die Herausforderungen ihres neuen Lebens zu bewältigen.

Alles andere würde aber auch der *Maus*-Philosophie widersprechen: Die Sendung will ihre Zielgruppe traditionell in erster Linie unterhalten; Lerneffekte sollen nebenbei entstehen. Vor diesem Hintergrund sei auch das ständig erweiterte Internetangebot für Flüchtlingskinder und ihre Familien entstanden, teilt die Redaktion mit: Die Webseite soll „Kindern, die neu in Deutschland ankommen, eine Möglichkeit geben, sich schneller in der deutschen Kultur zurechtzufinden und mit den Clips der *Maus* und den Lach- und Sachgeschichten auch einfach mal lachen dürfen. Wenn das ein kleiner Beitrag sein sollte, ihnen den Einstieg in die neue Sprache zu erleichtern: umso besser. Unser Angebot ist ein langfristig angelegtes Projekt, das sich grundsätzlich an Familien richtet, die auch nach der ersten Aufnahme in einer Sammelunterkunft in Deutschland bleiben.“ Einen mittelbaren Lerneffekt haben die Filme auf jeden Fall: Weil sie nicht nur schildern, wie bestimmte Gegenstände hergestellt werden, sondern auch das soziale Miteinander beschreiben. Die *Maus* ist dafür als Identifikationsfigur wie geschaffen, denn ebenso wie die gelbe Ente und der kleine Elefant kommt sie ganz ohne Worte aus. So gesehen ist das Trio polyglott: Es verständigt sich trötend, quakend und mit klimpernden Wimpern.

Das Engagement der Redaktion geht aber weit über diesen Service hinaus. Die Völkerverständigung ist schließlich nicht allein Sache der Einwandererkinder. Das Leben anderer Kulturen ist daher immer wieder Thema in der *Sendung mit der Maus*. Es gab bereits Spezialausgaben zu Ländern wie Türkei, Griechenland, Indien, Südafrika und Brasilien. Außerdem begleitet *Maus*-Veteran Christoph Biemann schon seit einiger Zeit das syrische Flüchtlingsmädchen Tiba und seine Familie. Die daraus entstehenden Filme sind immer wieder in der *Maus* zu sehen. In Kooperation mit der Deutschen Welle kommen schon seit längerer Zeit übersetzte Beiträge aus der Sendung in syrischen Flüchtlingsheimen zum Einsatz. Wie wichtig und nützlich diese Arbeit ist, hat die Redaktion umgehend erfahren: Schon nach einem Monat gab es über 100.000 Zugriffe auf „Maus international“. Viele ehrenamtliche Helfer in Einrichtungen, heißt es, hätten sich für das Angebot bedankt. Um noch mehr Menschen zu erreichen, hat der WDR die Webseite mit den Seiten verlinkt, auf denen der Sender Programmangebote für Flüchtlinge bündelt.<sup>2</sup> Zurzeit bereitet das *Maus*-Team ein kindgerechtes Dossier zum Thema „Flüchtlinge“ für die Webseite vor; darin wird erklärt, wie und warum Menschen flüchten und was es bedeutet, Asyl zu beantragen. Von *neuneinhalb* gibt es etwas in

dieser Art bereits: Die Redaktion der WDR-Kindernachrichten hat Porträts von Flüchtlingskindern und weitere Informationen zu einem Angebot gebündelt<sup>3</sup> und zwei *neuneinhalb*-Ausgaben auf Arabisch online gestellt.<sup>4</sup>

Sehr rührig ist auch *Planet Schule* (SWR/ WDR). Das maßgeblich vom SWR gestaltete multimediale Bildungsangebot für Pädagogen und andere Bildungsinteressierte stellt Filme und Arbeitsmaterialien für den Unterricht zur Verfügung; die Arbeit mit Kindern mit Migrationshintergrund hat hier schon seit geraumer Zeit einen besonderen Stellenwert. Aus der Kooperation mit Auffangklassen weiß die Redaktion, wie hilfreich dabei der Einsatz von Filmen ist: „Produktionen mit einfacher Sprache und gezielter Ansprache bieten einen leichteren Zugang zur deutschen Sprache und schaffen vielfältige Sprachanlässe zu Alltagsthemen.“ Zum Angebot gehören des Weiteren didaktische Hinweise, Arbeitsblätter und interaktive Spiele. Gerade die Sprachangebote werden vermehrt auch von Initiativen der Flüchtlingsarbeit nachgefragt. *Planet Schule* hat nun alle entsprechenden Angebote auf einer Schwerpunktseite zusammengefasst<sup>5</sup>, darunter auch *Deutsch mit Socke*. In den schlicht gestalteten, aber amüsanten Kurzfilmen plaudert eine junge Frau namens Esther mit einer roten Socke namens Socke.

Die Clips sollen einfache Satzstrukturen und Wortfelder vermitteln. An Kinder zwischen 6 und 13 Jahren richtet sich *Deutsch lernen mit Mumbro und Zinell*, ein multimediales Lernpaket für Kinder, das in Zusammenarbeit mit Sprachdidaktikern entwickelt worden ist. Es besteht aus einer achteiligen Fernsehserie und einem Sprachlernspiel, das den Erwerb der deutschen Sprache ohne jegliche Deutschkenntnisse ermöglichen soll und sich dem individuellen Lerntempo anpasst. Herzstück ist eine kurzweilige Real filmreihe mit den Titelpuppen, die für ihren ruchlosen König in der Menschenwelt Töne sammeln sollen und dabei in ein Krankenhaus geraten, wo sie allerlei Abenteuer erleben.

Des Weiteren bietet *Planet Schule* Angebote zur Landes- und Gemeinschaftskunde (*Staat-Klar!*) sowie Filme über die Situation von Flüchtlingskindern (*Zuflucht gesucht*), die auch in arabischer und englischer Sprache abgerufen werden können. *Staat-Klar!* stellt die fünf Verfassungsorgane vor und erläutert mit Animationen und aktuellen Beispielen, wie die Institutionen arbeiten, wie sie entstanden sind und welche Rolle sie in unserem politischen System spielen. In den Animationsfilmen der Reihe *Zuflucht gesucht* erzählen Flüchtlingskinder ihre Geschichten. Auch zu diesen Beiträgen gibt es Arbeitsmaterialien.

Leider sind WDR und SWR bislang die einzigen deutschen Sender, die sich derart engagieren. Die kommerziellen Kinderkanäle tun in dieser Hinsicht gar nichts. Bei den anderen ARD-Sendern mangelt es an Geld. Die ZDF-Kindernachrichten *logo!* werden immerhin im Internet am Morgen nach der TV-Ausstrahlung auch mit englischen und arabischen Untertiteln angeboten.<sup>6</sup>

Tilmann P. Gangloff

#### Anmerkungen:

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>1</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://wdrmaus.de">wdrmaus.de</a></p> <p><b>2</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://fluechtlinge.wdr.de/refugees.wdr.de">fluechtlinge.wdr.de/refugees.wdr.de</a></p> <p><b>3</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://neuneinhalb.wdr.de/extra/_extra_fluechtlinge.php5">http://neuneinhalb.wdr.de/extra/_extra_fluechtlinge.php5</a></p> | <p><b>4</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://neuneinhalb.wdr.de/sendungen/2015/11/neuneinhalb_auf_arabisch.php5">http://neuneinhalb.wdr.de/sendungen/2015/11/neuneinhalb_auf_arabisch.php5</a></p> <p><b>5</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://www.planet-schule.de/sf/spezial/spezial_fluechtlinge_migration.php">http://www.planet-schule.de/sf/spezial/spezial_fluechtlinge_migration.php</a></p> <p><b>6</b><br/>Abrufbar unter:<br/><a href="http://tivi.de/logo">tivi.de/logo</a></p> |
|---|--|

# Kommunikationskulturen in digitalen Welten

## 32. GMK-Forum vom 20. bis 22. November 2015 in Köln

Das Jahresforum der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) wandert als zentrale medienpädagogische Großveranstaltung durch die Republik. Im 32. Jahr trafen sich über 300 Interessierte im KOMED im Mediapark Köln. Das Jahresmotto des Kongresses spiegelt aktuelle Kernfragen der Medienpädagogik, aber bietet immer auch ein Forum, in dem die Fachgruppen der GMK und Unterstützer des Kongresses wie die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) oder die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) ihnen wichtige Aspekte in Workshops unterbrin-

gen und politischen Datensammler ständig neu errungen werden. Aber Pessimismus gegen und Schutz vor digitalen Medien ist kein sinnvoller Weg, um sich selbst und Heranwachsenden eine sozial verantwortliche und mitgestaltende Perspektive auf digitale Welten zu öffnen. Wie in jeder „Kultur“ geht es auch in digitalen Kommunikationskulturen um zentrale Fragen, die für das eigene Leben und für pädagogisches Handeln gleichermaßen relevant sind: Welche Kommunikationsangebote, aber vor allem auch Kommunikationsformen sind sozial förderlich, welche sind riskant? Wie können wir mög-

lichst allen eine gleichberechtigte Teilhabe an der digitalisierten Gesellschaft ermöglichen? Können wir gegenüber der großen Datensammlung über jeden und jedes noch so etwas wie frei und menschlich bleiben? Solche Fragen wurden auf dem 32. GMK-Forum Kommunikationskultur in Köln mit einem guten Methoden-Mix von Vorträgen über Workshops bis hin zu Barcamp-Sessions und Medienpräsentationen bearbeitet. Zwei Vorträge eröffneten am Freitag das Forum: Prof. Friedrich Krotz (Universität Bremen) beschrieb den Wandel jugendspezifischer Kommunikationskulturen im Prozess der Mediatisierung – ein abstrakter Begriff, den Krotz in den letzten Jahren entscheidend geprägt hat. Unser individuelles und soziales Leben ist und wird weiter me-

diatisiert und damit auch globalisiert und kommerzialisiert, zwei weitere gesellschaftliche Metaprozesse im Verständnis von Krotz; das gilt besonders für jugendkulturelle Lebenswelten, die ohne Berücksichtigung der Medien nicht mehr verstanden werden können. Prof. Dr. Daniel Süss (FH Zürich) verdeutlichte anschließend, dass Medien Lebensmittel sind und als solche Genuss-, aber auch Suchtmittel werden können; er bezog sich dabei auf die *MIKE-* und *JAMES-Studien* in der Schweiz, ein Pendant zur *KIM-* und *JIM-Studie* in Deutschland. In diesen Studien wird weiterhin das Verhältnis



Impressionen vom 32. GMK-Forum 2015

gen können. Die Frage nach „Kommunikationskulturen“ in digitalen Lebenswelten setzt einen deutlich positiven Akzent gegen alle Formen von Medienpessimismus, ohne unkritisch und schon „cyberkrank“ den neuesten Trends nachzulaufen. Wir alle leben in digitalisierten (Lebens-) Welten, ob wir es wollen oder nicht; die Frage ist, ob wir das jeweils bewusst wahrnehmen (wollen) und wo wir die Auswirkungen beeinflussen können. Skepsis ist angesichts von Big Data angesagt, Aufklärung notwendig. Junge Menschen wachsen selbstverständlich in digitale Welten hinein und müssen die Selbstbestimmung erst lernen. Aber auch für Erwachsene ist selbstbestimmtes Medienhandeln heute nicht selbstverständlich verfügbar, sondern diese individuelle Freiheit muss angesichts der wirtschaftli-

chen und politischen Datensammler ständig neu errungen werden. Aber Pessimismus gegen und Schutz vor digitalen Medien ist kein sinnvoller Weg, um sich selbst und Heranwachsenden eine sozial verantwortliche und mitgestaltende Perspektive auf digitale Welten zu öffnen. Wie in jeder „Kultur“ geht es auch in digitalen Kommunikationskulturen um zentrale Fragen, die für das eigene Leben und für pädagogisches Handeln gleichermaßen relevant sind: Welche Kommunikationsangebote, aber vor allem auch Kommunikationsformen sind sozial förderlich, welche sind riskant? Wie können wir mög-

lichst allen eine gleichberechtigte Teilhabe an der digitalisierten Gesellschaft ermöglichen? Können wir gegenüber der großen Datensammlung über jeden und jedes noch so etwas wie frei und menschlich bleiben? Solche Fragen wurden auf dem 32. GMK-Forum Kommunikationskultur in Köln mit einem guten Methoden-Mix von Vorträgen über Workshops bis hin zu Barcamp-Sessions und Medienpräsentationen bearbeitet. Zwei Vorträge eröffneten am Freitag das Forum: Prof. Friedrich Krotz (Universität Bremen) beschrieb den Wandel jugendspezifischer Kommunikationskulturen im Prozess der Mediatisierung – ein abstrakter Begriff, den Krotz in den letzten Jahren entscheidend geprägt hat. Unser individuelles und soziales Leben ist und wird weiter me-

diatisiert und damit auch globalisiert und kommerzialisiert, zwei weitere gesellschaftliche Metaprozesse im Verständnis von Krotz; das gilt besonders für jugendkulturelle Lebenswelten, die ohne Berücksichtigung der Medien nicht mehr verstanden werden können. Prof. Dr. Daniel Süss (FH Zürich) verdeutlichte anschließend, dass Medien Lebensmittel sind und als solche Genuss-, aber auch Suchtmittel werden können; er bezog sich dabei auf die *MIKE-* und *JAMES-Studien* in der Schweiz, ein Pendant zur *KIM-* und *JIM-Studie* in Deutschland. In diesen Studien wird weiterhin das Verhältnis



das neue Bio; dieser griffige Slogan wurde mehrfach meist ironisch auf dem Forum in Diskussionen und Workshops aufgegriffen. Die an die Vorträge anschließende Podiumsdiskussion nahm das Thema des Forums „Kommunikationskultur“ methodisch ernst, indem Fragen und Anmerkungen aus dem Publikum an den Anfang gestellt wurden; der aus früheren Foren bekannte „freie Stuhl“ auf dem Podium stand in diesem Jahr nur zufällig unauffällig im Hintergrund. Am Samstag forderte Prof. Dr. Friederike Siller (TH Köln) unter dem Leitwort „YouCiti-zen“ möglichst viele Freiheiten und Beteiligungsmöglichkeiten für Kinder im Netz. Aber Kinder brauchen dabei Begleitung – nicht nur personal von interessierten Eltern und medienkompetenten Pädagogen, sondern auch durch verlässlich geförderte Angebote und Vernetzungsmöglichkeiten im Internet selbst. Angesichts der aktuellen Anschläge in Paris und der terroristischen Bedrohung plädierte Siller in einer Randbemerkung dafür, eher in Demokratiebildung zu investieren als in Sicherheitsbehörden; diese Anmerkung wurde in manchen Diskussionen bestätigend aufgegrif-

und Diskussionen der zehn Workshops, die durch einige Barcamp-Sessions ergänzt wurden, lassen sich kaum überblicken oder zusammenfassen. Mehrfach ging es um das Bildmedium YouTube zwischen neuen Formaten und Beteiligungsmöglichkeiten, aber auch einem Trend zur oft nicht durchschaubaren Kommerzialisierung. Die erfolgreichen YouTuber haben nicht nur eine große Zahl von Fans/Followern, sondern auch Sponsoren mit eigenen Interessen. In einem Workshop zu jugendlichen Lebenswelten in Videos wurde eine gute Kommunikationskultur des Forums gepflegt: Tine Nowak, eine junge Forscherin, die auch persönlich in digitalen Präsentationswelten sehr aktiv ist, wurde konfrontiert mit den Fragen von jugendlichen Vertretern der Spinxx-Redaktion Köln. Spannend waren auch ein genderorientierter Blick auf die (Online-)Gaming-Szene und in einer anderen Runde die Frage, wie einer latenten Homophobie in Lets-Play-Videos pädagogisch zu begegnen ist. Die traditionell aktive GMK-Fachgruppe Schule regte zum Nachdenken darüber an, ob und wie die Organisationswelt Schule mediatisiert werden kann. Die Pläne vorden

den und Heranwachsende die Konstruiertheit des „Scripted Entertainment“ nicht immer durchschauen (können). Für die pädagogische Praxis an und mit solchen Formaten gab es „Futter“, indem Leopold Grün (FSF) Teile des Medienpakets *Faszination Medien* vorstellte.

Das breite Spektrum der Sponsoren dieses Kongresses zeigt die hohe Anerkennung, die die GMK und ihr großes Jahresforum seit vielen Jahren genießen. Den Höhepunkt bildete natürlich die alljährliche Dieter-Baacke-Preisverleihung am Samstagabend, bei der aus 220 eingereichten Bewerbungen neun herausragende Medienprojekte ausgezeichnet wurden. Und der gut gewählte Veranstaltungsort im KOMED ließ viel Raum für Begegnung und Kommunikation der Besucher untereinander. Ein gelungenes Forum 2015 öffnet den Blick nach vorn: Im November 2016 wird die GMK unter ihrer neu gewählten Doppelspitze mit Prof. Dr. Dorothee Meister (Uni Paderborn) und Sabine Eder (Blickwechsel) zum 33. Forum einladen, Wunschort Berlin; das Motto: „Feeling digital?“ wird den Ein-



fen. Den Impuls zum Nachmittag setzte Prof. Dr. Benjamin Jörissen mit einem abstrakten Blick auf die „Next Media Education“. Bildhaft verglich er das digitale Netz mit einem Myzel, dem feinen unsichtbaren Geflecht eines Pilzes im Boden. Prof. Dr. Uwe Hasebrink (Hans-Bredow-Institut) gab am Sonntag vor noch gut gefülltem Podium einen Einblick in europäische Vergleiche der *EU-Kids-Online-Studie*. Dabei zeigt sich, dass deutsche Eltern vergleichsweise eher Risiken und Gefahren im Netz sehen, beschützend reagieren, weniger Erprobungen zulassen und damit weniger Medienkompetenzgewinn der Heranwachsenden. Bewahrpädagogik ist also kontraproduktiv für das Erlangen von Medienkompetenz. Für die Teilnehmer setzte bei den Arbeitsgruppen die Qual der Wahl ein. Die Impulse

kender Institutionen wurden beeindruckend präsentiert, geraten aber angesichts der Vielfalt und Internationalität des Netzes schnell an die Grenzen der curricularen Orientierung und föderalistischen Struktur des Systems Schule in Deutschland. Schule und Lehrer werden kaum über digitale Medien und deren Vernetzung reformiert; aber ein Puzzlestein ist das vielleicht. Zum Workshop der FSF „Medienkulturen und Kommerz“ war ein interessanter Gast geladen: Felix Wessler von der Produktionsfirma Filmpool aus Köln, die u. a. *Berlin – Tag & Nacht* produziert. Er verdeutlichte Intentionen und Zwänge der Macher und den Erfolg des Formats aufgrund der Facebook-Seite, musste sich aber auch mit der pädagogischen Skepsis auseinandersetzen, dass hier Stereotype bedient und verstärkt wer-

fluss von Soft- und Mobileware auf unser Leben in den Blick nehmen. Das „Internet der Dinge“ ist auf dem Vormarsch; Daten, die dort produziert werden, und Algorithmen, die sie verknüpfen, entziehen sich unserer Kontrolle. Sie erzeugen eine Wirklichkeit, in der Menschen ihre Freiheit neu definieren und behaupten müssen. Und Freiheit ermöglichen, bleibt die Grundoption der (Medien-)bildung.

Prof. Dr. Bernward Hoffmann

# Kinder und ihre Lebensrealitäten

**doxs! – das Dokumentarfilmprogramm für Kinder und Jugendliche bei der Duisburger Filmwoche vom 2. bis 8. November 2015**

23 Dokumentarfilme aus Deutschland, der Schweiz und Österreich, aus Dänemark, Norwegen und Finnland, aus Spanien sowie den Niederlanden wurden in diesem Jahr bei doxs! präsentiert, darunter eine Welturaufführung und sieben deutsche Erstausführungen. Knapp 3.000 Kinder und Jugendliche besuchten das Festival, das sein Programm nicht nur im Duisburger Filmforum präsentierte, sondern in fünf weiteren Spielstätten in Bochum, Dinslaken, Dortmund, Essen und Gelsenkirchen. Soweit das Zahlenspiel, das auf Erfolg hindeutet, aber wenig über die Qualität des Festivalprogramms und der vorgestellten Filmproduktionen aussagt. Womit konnte da doxs! in diesem Jahr aufwarten?

„Wenn ich eine schöne Wohnung finde, sind wir wieder zusammen!“, verspricht Kubas Mutter am Telefon. Der 12-jährige Kuba wurde mit seinem 8-jährigen Bruder Mikołaj von seinen Eltern im polnischen Zakliczyn zurückgelassen. Der Vater arbeitet in Schottland, die Mutter als Putzfrau in Österreich. Die Woche über müssen sich die Kinder allein versorgen, die Lehrer dürfen davon nichts erfahren. Der 12-Jährige fühlt sich einsam und ist mit der Betreuung seines Bruders total überfordert. Bald schon wird er auffällig in der Schule, beginnt zu randalieren. Kuba und Mikołaj sind kein Einzelfall. Sie teilen ihr Schicksal mit 100.000 anderen polnischen Kindern, die seit dem EU-Beitritt ihres Landes 2004 von den im Ausland Arbeit suchenden Eltern allein gelassen wurden. Stellvertretend für diese sogenannten „Eurowaisen“ begleitet die norwegische Regisseurin Åse Svenheim Drivenes in ihrem

bewegenden Dokumentarfilm *Jeg er Kuba (Mama arbeitet im Westen)* die beiden Brüder in ihrem schwierigen Alltag. Ungeschönt, dabei aber sensibel und den Kindern zugewandt, zeigt sie die psychischen Folgen dieser Überforderung auf, wie aber auch die Konflikte, in denen sich die Eltern befinden. Einfache Antworten oder gar Schuldzuweisungen vermeidet sie – mit dem Ergebnis, dass der Zuschauer sich ein eigenes Bild machen kann und selbst Stellung beziehen muss. Die zehnköpfige Jugendjury war von diesem Film so beeindruckt, dass sie ihm die mittlerweile mit 5.000,00 Euro dotierte GROSSE KLAPPE verlieh.

Auch andere Dokumentarfilme, die in diesem Jahr bei doxs! zu sehen waren, beschäftigten sich mit den fatalen Auswirkungen der weltweiten Globalisierung auf das Leben von Kindern und Jugendlichen, seien es



*Jeg er Kuba (Mama arbeitet im Westen)*



*Onder de sterren was ik thuis (Unter den Sternen war ich zu Hause)*

daraus resultierende Fluchtbewegungen oder soziale Existenznöte.

#### Auf der Suche nach einem neuen Zuhause

So lebt der 14-jährige Ilia aus der niederländischen Produktion *Onder de sterren was ik thuis* (*Unter den Sternen war ich zu Hause*) mit seiner Mutter in einer Asylunterkunft in Amersfoort in der Provinz Utrecht. Seine Familie ist vor den Taliban aus Afghanistan geflohen, der Vater ist irgendwo in den Niederlanden untergetaucht, die älteren Geschwister sind in anderen Städten untergebracht. Ilia beschreibt den trostlosen Alltag im Heim, wo es eng und immer laut ist und ihn seine Freunde nicht besuchen dürfen. Er träumt davon, dass seine Familie wieder friedlich in einem Haus zusammenleben und er mit seiner Schwester auf dem Dach unterm Sternenhimmel übernachten kann – so

wie früher. Doch die Realität ist eine andere: Während seine Geschwister ein Bleiberecht erhalten, wird er mit seinen Eltern nach Afghanistan zurückgeschickt. Sachlich und ganz aus der Sicht des 14-Jährigen schildert Regisseurin Anneloor van Heemstra die schwierige Lebenssituation ihres Protagonisten, der kein selbstbestimmtes Leben führen kann, weil er in seinem neuen Zuhause den formalen behördlichen Entscheidungen ausgeliefert ist. Ähnlich geht es den Roma-Kindern in dem deutschen Beitrag *Angswald* von Jürgen Brügger und Jörg Haaßengier. Sie leben in einer heruntergekommenen Barackensiedlung am Rande von Köln, „wo sie keine Tiere haben und noch nicht einmal Fußball spielen dürfen“. Ihr einziger Rückzugsort, ihr „Zuhause“ ist der angrenzende „Angswald“, in dem sie – abgesperrt von der Realität und ganz unter sich – spielen können.

Auf der Suche nach einem neuen, beständigen Zuhause ist auch die 10-jährige Salimah in dem dänischen Dokumentarfilm *Home Sweet Home* von Katrine Philp. Das Mädchen ist gerade von Malaysia nach Dänemark gekommen und schildert eindrucksvoll, wie fremd ihr alles ist. Selbst ihr Vater und die Schwester sind Fremde für sie, war Salimah ja gerade ein Jahr alt, als die beiden ihr Heimatland verließen.

#### Schwierige Lebensbedingungen, soziale Nöte

„Ich bin die Reichste von uns“, sagt die 7-jährige Sinttu in dem finnländischen Film *Sydämestä Asti* (*Von Herzen*). Denn sie verdient sich mit dem Sammeln von Pfandflaschen ein kleines Taschengeld. Ihre alleinerziehende Mutter ist schon seit Jahren arbeitslos und lebt von Sozialhilfe. Rührend



*Home Sweet Home*



*Sydämestä Asti* (*Von Herzen*)

kümmert sie sich um Sinttu und die beiden älteren Söhne, bemüht sich darum, ihnen ein schönes Zuhause und eine angenehme Familienatmosphäre zu schaffen. Regisseurin Outi Rousu zeichnet ein warmherziges wie genaues Bild von den schwierigen Lebensumständen dieser Familie, begleitet Mutter und Tochter zum Sozialamt, zu Hilfsorganisationen, wo sie sich Brot und Lebensmittel holen, und zeigt ihren liebevollen Umgang miteinander. In langen Einstellungen fängt sie das Gesicht der Mutter ein, in das sich die Existenzsorgen trotz aller Lebenskraft eingegraben haben. Angesichts dieses beeindruckenden 23-Minüters, der durchaus nicht von einem Einzelfall erzählt, stellt sich die Frage, warum solcherart soziale Verhältnisse im Spielfilmbereich für Kinder so gut wie nie ihren Niederschlag finden.

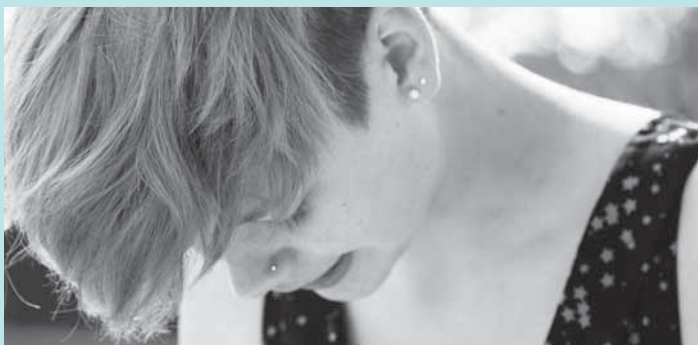
Gleich zwei Dokumentarfilme stellten in diesem Jahr Mädchen in den Mittelpunkt, die eine schwierige Kindheit hinter sich haben. So lässt Rosa Hannah Ziegler in ihrer Arbeit *A Girl's Day* die 19-jährige Yasmin zu Wort kommen, die wegen der Drogensucht ihrer Mutter in verschiedenen Heimen und Pflegefamilien aufgewachsen ist. Nun lebt sie zum ersten Mal in einer eigenen Wohnung und versucht, ihre leidvollen Erfahrungen zu

verarbeiten, um ein eigenständiges, glückliches Leben führen zu können. „Die Vergangenheit wird immer Teil meines Lebens sein“, sagt sie und wünscht sich dabei nichts sehnlicher, als einfach eine Familie zu haben und von allen so akzeptiert zu werden, wie sie ist. *A Girl's Day* ist ein sensibles Porträt eines starken Mädchens, das durch seine Offenheit und Ehrlichkeit die Zuschauer gefangen nimmt.

Dagegen porträtiert der österreichische Dokumentarfilm *Gleichgewicht* von Bernhard Wenger die junge Denise, die seit dem sechsten Lebensjahr familiärer Gewalt ausgesetzt war und mehrere Selbstmordversuche hinter sich hat. Sie kämpft darum, endlich ihr inneres Gleichgewicht zu finden, indem sie Stunden auf dem Tagada-Karussell im Wiener Prater verbringt. Die Jugendjury sprach diesem Film eine lobende Erwähnung aus, weil er – so hieß es in ihrer Preisbegründung – „mit außergewöhnlichen Bildern und ohne den Zuschauer emotional zu manipulieren, die schwierige Lebensgeschichte einer jungen Frau erzählt. In nur fünf Minuten gelingt es dem Film, Spannung aufzubauen, Neugier zu wecken und das eigene Kopfkino des Zuschauers ins Laufen zu bringen“.

### Eigenwillige, selbstbestimmte junge Menschen

Ein Familienprojekt im wahrsten Sinne des Wortes präsentierte die junge niederländische Filmemacherin Aisha Roberson. Sie porträtierte nicht nur ihren Halbbruder in ihrem Film *Jennis*, sondern ließ einen Großteil ihrer Familienmitglieder daran mitarbeiten. *Jennis*, ein lebenslustiger, aufgeschlossener junger Mann mit einem absoluten Gehör und einer Vorliebe für alles, was sich dreht, leidet an dem Williams-Beuren-Syndrom. Nun steht ihm gerade der Umzug in eine betreute Einrichtung bevor, auf den er sich riesig freut. Die Regisseurin setzt ihren Bruder auf eine sensible, liebenswürdige Weise ins Bild und kommt dabei seiner Persönlichkeit, was sicher auch der Vertrautheit zu ihrem Protagonisten geschuldet ist, sehr nahe. *Jennis* strahlt auf der Leinwand eine unglaubliche Präsenz und Lebensfreude aus, die die Zuschauer absolut mitriss. Sie belohnten Aisha Roberson sowie ihren Halbbruder, die zu der Vorführung ihres Films angereist waren, mit einem riesigen Applaus. Ähnlich begeistert waren die Kinder von dem 11-jährigen Mo aus Memphis, den Regisseur André Hörmann in seinem Dokumentarfilm *Mo – Ich kann Fliegen* aus der



*A Girl's Day*



*Gleichgewicht*



ZDF-Reihe *stark!* vorstellte. Mit Flugzeugen oder Hubschraubern hat Mo weniger zu tun, eher kreierte und näht er originelle Fliegen aus Stoff. Zusammen mit seiner Mutter, die seine „Mo-Managerin“ ist, und anderen Verwandten produziert er Fliegen für den Weihnachtsmarkt. Dort möchte der kleine Unternehmer mindestens 40 Stück verkaufen! Mo kommt zwar aus einfachen Verhältnissen, handelt aber nicht aus Geldnot, sondern er lebt für sein Hobby. Das Designen und Herstellen dieser Modeartikel ist seine Berufung. Seine Begeisterung, seine Kreativität und Phantasie sowie der Spaß, mit dem er bei der Sache ist, beeindruckten die Zuschauer zutiefst.

### **Diego und die doku.klasse**

Ein völlig anderes, nämlich elitäres Leben führt der 20-jährige Sohn eines Schweizer Finanzindustriellen und Oxford-Student Diego, den Regisseurin Kristina Konrad für die 3sat-Reihe *Ab 18!* porträtierte. Dass ihr Film einfach nur den Titel *Diego* trägt, scheint Programm zu sein, denn sie vermeidet darin jeglichen Kommentar bzw. jegliche Wertung. Dafür beschreibt sie sehr genau den Studentenalltag und die Denkweise eines ehrgeizigen jungen Mannes,

an den besonders seitens des Vaters hohe Ansprüche gestellt werden und der selbst hohe Ansprüche an sich hat. Er will und er wird Karriere machen, diesem Ziel ist sein gesamtes Leben untergeordnet. „Diego scheint zu funktionieren wie eine Maschine, wie es von ihm von seinem Umfeld erwartet wird“, schreibt der junge Filmkritiker Matthias Pytlík über den von Kristina Konrad Porträtierten und kommt zu dem Schluss, dass er „relativ wenig Parallelen“ zwischen Diegos und seinem Leben finden kann. Und in der Tat hat dieses Leben, in dem Spaß, Lust und „die Seele baumeln lassen“ wenig, eigentlich gar keinen Platz einnimmt, etwas Verstörendes. Die Schweizer Filmemacherin vermag es, dies schonungslos aufzuzeigen und dabei trotzdem ihrem Protagonisten mit Respekt zu begegnen.

Im Vorfeld der Dreharbeiten hatte Kristina Konrad die Möglichkeit, mit zehn Jugendlichen, also sozusagen mit Vertretern der Zielgruppe, ausführlich über ihr Vorhaben zu diskutieren. Denn 2014 wurde im Rahmen des Festivals ein ganz besonderes Projekt ins Leben gerufen: die doku.klasse. In diesem Projekt, das doxs! zusammen mit ZDF/3sat, der Grimme-Akademie und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) durchführt, beschäftigen sich Jugendliche

mit den für die Sendereihe *Ab 18!* eingereichten Stoffen und besprechen diese auf mehrtägigen Workshops mit den Filmemachern. Dass diese Gespräche für beide Seiten äußerst anregend und befruchtend sind, liegt auf der Hand. Mit *Diego* wurde nun ein realisierter Film beim Festival präsentiert. Auch 2015 trat die doku.klasse in Aktion und diskutierte drei Filmstoffe. Auf die Ergebnisse kann man dann im nächsten Jahr gespannt sein!

Barbara Felsmann



Jennis



Diego



# Kurz notiert 01/2016

## Jahrestagung 2016 des Netzwerks Medienethik

Die Digitalisierung ermöglicht ganz neue Formen der Einflussnahme durch Kommunikation. In einer Situation unüberschaubarer Informations- und Meinungsfülle sind Menschen gleichzeitig durch öffentliche Kommunikation (Zeitung, TV etc.) nur noch begrenzt erreichbar. Verstärkt beziehen sie Informationen aus eigenen sozialen Netzwerken. Daher steigt für staatliche, zivilgesellschaftliche und wirtschaftliche Akteure auch die Notwendigkeit, für die Kommunikation von Interessen strategisch vorzugehen. Leben wir in einer medialen Kampfzone der Meinungsbeeinflussung? Die Jahrestagung des Netzwerks Medienethik mit dem Titel „Die Macht der strategischen Kommunikation“ will diese neuen Formen von Werbung, Public Relations (PR) und Propaganda in den Blick nehmen. Sie findet am 18./19. Februar 2016 in München statt. Welche Folgen haben Werbung, PR und Propaganda für Mensch und Gesellschaft? Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Kommunikationspraxis analysieren und diskutieren gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Konferenz, wie mit dem Phänomen der strategischen Kommunikation umzugehen ist.

**Weitere Informationen unter:**  
<http://tagung2016.netzwerk-medienethik.de>

## Bonner Gespräche zur politischen Bildung

Wir sind nicht nur Mediennutzer, wir sind die Daten. Jeder Mensch erzeugt heute Datenströme – ganz gleich, ob er sich bewegt, arbeitet oder am Strand liegt. Wenn aus diesen Daten das zukünftige Verhalten jedes einzelnen Menschen hochgerechnet werden kann – Bildungsverhalten, Fahrverhalten, Einkaufs- oder Freizeitverhalten –, dann stellt Big Data eine Herausforderung für die politische Bildung dar. „Big Data und informationelle Selbstbestimmung – Eine Herausforderung für die politische Bildung“ lautet der Titel der ersten Tagung in der neuen Veranstaltungsreihe *Bonner Gespräche* der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), die am 7./8. März 2016 stattfindet. Hilft uns Big Data dabei, die Welt besser zu verstehen? Wie viel Transparenz oder Regulierung ist nötig? Wie werden wir eine digitale Gesellschaft? Der Kongress zum Themenkomplex „Überwachung, informationelle Selbstbestimmung, Datenschutz, Nutzen und Trugschlüsse von Big Data“ fragt nach Schutz der Grundrechte, neuen Regeln für eine neue Zeit, Reaktionsmöglichkeiten in unserer alltäglichen Mediennutzung und entwickelt die pädagogische Aufbereitung für die politische Bildung weiter.

**Weitere Informationen unter:**  
<http://www.bpb.de/veranstaltungen/>

## 23. Internationales Trickfilm-Festival

Bereits zum 23. Mal findet vom 26. April bis 1. Mai 2016 das Internationale Trickfilm-Festival Stuttgart (ITFS) statt. Auf dem Festival wird die ganze Bandbreite des aktuellen Animationsfilmschaffens mit Schnittstellen zu Architektur, Kunst, Design und Games präsentiert. Das ITFS bietet Regisseuren sowie Produktions- und Verleihfirmen eine Plattform, ihre Filme und transmedialen Projekte einem interessierten Publikum und Branchenvertretern zu präsentieren. Gegründet 1982, gilt das Festival als eine der größten Veranstaltungen für Trickfilm weltweit. Vergangenes Jahr sahen nach Angaben der Veranstalter etwa 80.000 Zuschauer über 700 Filme auf dem Open Air, in den Stuttgarter Innenstadtkinos und in Ludwigsburg. Im Zentrum des Festivals stehen der künstlerische Animationsfilm, innovative interaktive und transmediale Arbeiten sowie die Förderung junger Talente.

**Weitere Informationen unter:**  
[www.itfs.de](http://www.itfs.de)

# ... UND PRAXIS

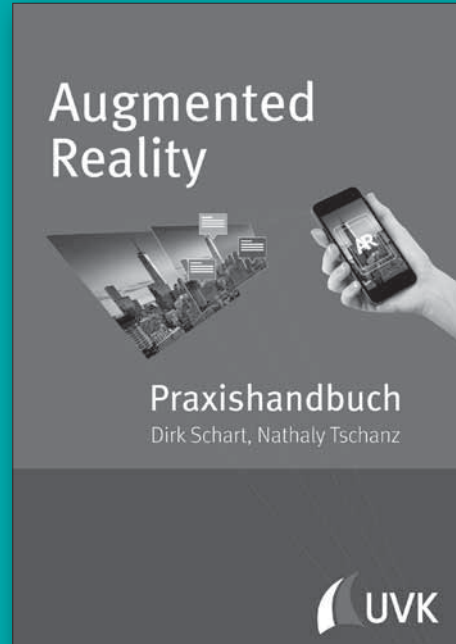


Andrea Figl  
**Webdoku**

Geschichte, Technik, Dramaturgie  
2015, 256 Seiten, € 24,99  
ISBN 978-3-86764-571-3

Die Webdoku ist die erste Erzählform, die den interaktiven und nonlinearen Charakter des Internets ausschöpft, um Geschichten zu erzählen: Als zeitgemäße Weiterentwicklung des Dokumentarfilms arbeitet sie mit Texten, Bildern, Audio- und Videodateien, Animationen und Datenvisualisierungen. Verschaffen Sie sich einen Überblick über Geschichte, Technik, Produktionsbedingungen und Dramaturgie von Webdokus.

Andrea Figl ermöglicht Medienmachern, Studierenden und Lehrenden so einen schnellen Einstieg in ein faszinierendes und vielseitiges Genre an der Schnittstelle zwischen Journalismus, Dokumentarfilm, Kunst und Computerspiel.



Dirk Schart, Nathaly Tschanz  
**Praxishandbuch Augmented Reality**  
für Marketing, Medien und Public Relations  
2015, 190 Seiten, € 29,99  
ISBN 978-3-86764-602-4

Augmented Reality (AR) ist eines der spannendsten Medien im Zeitalter von digitaler Kommunikation und Content-Marketing. Das Potenzial von AR wird allerdings im Marketing-, Medien- und Kommunikationsbereich noch bei weitem nicht ausgeschöpft, denn bisher wurde vor allem über die technischen Aspekte gesprochen, nicht aber über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten.

AR versteht nur, wer sie selber erkundet und erlebt. Genau diesem Grundgedanken folgt das Praxishandbuch: Zahlreiche Best-Practice-Beispiele und Live-Demos sind direkt aus dem Buch abrufbar. Darüber hinaus verschafft es ein tiefes Verständnis des neuen Visualisierungsmediums. Zehn Milestones der App-Entwicklung helfen bei der praktischen Umsetzung von AR-Projekten.

## Filmquiz

Aus welchem Film stammt dieses Zitat?

„Wir werden ein größeres Boot brauchen.“

- A *Titanic* (1997)
- B *Der weiße Hai* (1975)
- C *Life of Pi* (2012)
- D *Das Boot* (1981)
- E *Moby Dick* (1956)

Seite 5 ff.	<b>Abbildungsnachweis:</b> <b>Einsatz in Afghanistan</b> <i>Armadillo</i> : © Distrib Films <i>Krigen</i> : © Nordisk Film <i>Auslandseinsatz</i> : © WDR/Relevant Film/Grischa Schmitz <i>Zwischen Welten</i> : Bild 2: © Majestic
Seite 10	<b>Filmfreigaben im Vergleich</b> <i>Sicario</i> : StudioCanal Filmverleih <i>Der Marsianer – Rettet Mark Watney</i> : © 2015 Twentieth Century Fox <i>Everest</i> : Universal Pictures International Germany GmbH <i>Pan</i> : © 2015 Warner Bros. Ent. <i>Black Mass</i> : © 2015 Warner Bros. Ent. <i>Crimson Peak</i> : Universal Pictures International Germany GmbH <i>Hotel Transsilvanien 2</i> : © 2015 Sony Pictures Releasing GmbH <i>The Visit</i> : Universal Pictures International Germany GmbH <i>James Bond 007 – Spectre</i> : © 2015 Sony Pictures Releasing GmbH <i>Die Tribute von Panem – Mockingjay: Teil 2</i> : StudioCanal Filmverleih <i>Bridge of Spies – Der Unterhändler</i> : © 2015 Twentieth Century Fox <i>Love</i> : Alamode Filmverleih
Seite 13	<b>(De-)Konstruktion von Gender in den Medien</b> <i>Berlin – Tag &amp; Nacht</i> : RTL II Fernsehen GmbH & Co. KG
Seite 15 f.	<b>Titel</b> Torsten Rühle
Seite 19	<b>„Wir müssen unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren!“</b> Christoph Kucklick: privat
Seite 33	<b>„Big Data ist die Aufklärung für das 21. Jahrhundert.“</b> Viktor Mayer-Schönberger: privat
Seite 48	<b>Das Porträt: Elke Wagner</b> Elke Wagner: © Florian a. Betz
Seite 63 f.	<b>Blühender Blödsinn</b> <i>Ziemlich beste Freunde</i> : Senator Home Entertainment <i>Alarm für Cobra 11</i> : © RTL/Gordon Mühle
Seite 67	<b>„Die Leute würden uns ja einschlafen!“</b> Holger Karsten Schmidt: Ira Zehender
Seite 69	<b>Öffentlich-rechtliche Plattform schaffen!</b> Dietmar Köster: S&D, Fraktion der Sozialdemokraten im Europäischen Parlament
Seite 72	<b>Politik als Kompromiss und Intrige</b> <i>Borgen</i> : WVG Medien GmbH <i>House of Cards</i> : Sony Pictures Home Entertainment GmbH
Seite 96 f.	<b>Kommunikationskulturen in digitalen Welten</b> <a href="http://gmkblog.de/">http://gmkblog.de/</a>
Seite 98 ff.	<b>Kinder und ihre Lebensrealitäten</b> <i>Jeg er Kuba (Mama arbeitet im Westen), Onder de sterren was ik thuis (Unter den Sternen war ich zu Hause), Home Sweet Home, Sydämestä Asti (Von Herzen), A Girl's Day, Gleichgewicht, Jennis, Diego</i> : Volkshochschule der Stadt Duisburg/Duisburger Filmwoche



Ausgewählte Beiträge finden Sie auch in unserem Podcast:  
[fsf.de/publikationen/podcasts](http://fsf.de/publikationen/podcasts)

#### Impressum:

##### tv diskurs

Verantwortung in audiovisuellen Medien wird herausgegeben von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)  
Am Karlsbad 11  
10785 Berlin  
Tel.: 0 30 / 23 08 36-0  
Fax: 0 30 / 23 08 36-70  
E-Mail: [tvdiskurs@fsf.de](mailto:tvdiskurs@fsf.de)  
[www.fsf.de](http://www.fsf.de)

##### Bezugspreis:

Einzelheft: 24,00 Euro  
(inkl. MwSt. und Versandkosten innerhalb Deutschlands)  
ISSN 1433-9439  
ISBN 978-3-86764-686-4  
Zu beziehen über die  
UVK Verlagsgesellschaft mbH  
Schützenstraße 24  
78462 Konstanz  
Tel.: 0 75 31 / 90 53 0  
Fax: 0 75 31 / 90 53 98  
E-Mail: [willkommen@uvk.de](mailto:willkommen@uvk.de)  
[www.uvk.de](http://www.uvk.de)

Bei Änderung Ihrer Bezugsadresse senden Sie bitte eine E-Mail an [tvdiskurs@fsf.de](mailto:tvdiskurs@fsf.de).

##### Chefredaktion:

Prof. Joachim von Gottberg  
(V.i.S.d.P.)

##### Redaktion:

Karin Dirks  
Camilla Graubner  
Prof. Dr. Lothar Mikos (Literatur)  
Simone Neteler  
Anke Soergel (Recht)  
Barbara Weinert  
**Unter Mitarbeit von:**  
Christian Kitter

##### Gestaltung:

Alexandra Zöllner, Berlin

##### Druck:

BVD Druck + Verlag AG  
Schaan, Liechtenstein  
[www.bvd.li](http://www.bvd.li)

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

##### Autoren dieser Ausgabe:

Hon.-Prof. Dr. Werner C. Barg  
Dr. Uwe Breitenborn  
Robert Cibis  
Jens Dehn  
Stephan Dreyer  
Dr. Susanne Eichner  
Barbara Felsmann  
Klaus-Dieter Felsmann  
Tilmann P. Gangloff  
Hanna Götz  
Dr. Alexander Grau  
Nadine Grau  
Dr. Daniel Hajok  
Prof. Dr. Gerd Hallenberger  
Prof. Dr. Bernward Hoffmann  
Prof. Dr. Angela Keppler  
Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler  
Vera Linß  
Julia Niemann  
Prof. Dr. Elizabeth Prommer  
Prof. Dr. Michael Schenk  
Dr. Olaf Selg  
Jörg Wagner  
Prof. Dr. Oliver Zöllner

Wir danken Dietmar Köster, Dr. Christoph Kucklick, Prof. Dr. Viktor Mayer-Schönberger und Holger Karsten Schmidt für ihre Gesprächsbereitschaft.

