

# Motivation Hoffnung

Die Bedeutung der Medien für unser Weltbild





# Gutes im Schlechten

## Jan Böhmermanns Schmähdgedicht und die unkalkulierbaren Folgen

Zugegeben, lachen musste ich schon, aber gleichzeitig machte sich ein merkwürdiges Gefühl breit: Wie würde ich mich fühlen, wenn sich jemand in aller Öffentlichkeit über die Qualität meiner Genitalien, die Länge des Geschlechts-teils und absonderliche Sexualpraktiken äußerte, um damit angeblich klarmachen zu wollen, worin der Unterschied zwischen erlaubter Satire und unerlaubter Beleidigung besteht? Und: Wie hätten diejenigen (z. B. Mathias Döpfner), die sich uneingeschränkt hinter Jan Böhmermann stellen, reagiert, wäre es nicht um Recep Tayyip Erdoğan, sondern um Benjamin Netanjahu oder Barack Obama gegangen? Trotz der Einleitung wird unmissverständlich klar, was Böhmermann von Erdoğan hält. Nun würde man als aufgeklärter Westeuropäer damit vielleicht noch umgehen können, zumal schnell klar wird, dass die Aussagen nichts mit der realen Person zu tun haben. Die Art der Beleidigung zielt aber genau auf Bereiche ab, die im Islam als besonders verletzend gelten. Die Reaktion des türkischen Präsidenten war dabei vermutlich einkalkuliert; in der Sendung selbst wurde Erdoğan geraten, sich in Deutschland einen Anwalt zu nehmen und eine Beleidigungsanzeige bei der Staatsanwaltschaft einzureichen. Erschreckenderweise ist der türkische Präsident genau diesem Rat gefolgt.

Erdoğan, der als aufbrausend und im Hinblick auf seine eigene Person als äußerst empfindlich gilt, wäre besser beraten gewesen, die Satire zu ignorieren. Durch seine massive Reaktion bringt er nicht nur die Bundesregierung in arge Schwierigkeiten, sondern betreibt auch ehr effektive Werbung für *extra 3* und das *Neo Magazin Royale* von Böhmermann. Noch schlimmer: Was vorher wahrscheinlich nur ein paar Satire-Fans wahrgenommen hätten, ist nun in aller Munde. Immerhin haben es Böhmermann und Erdoğan geschafft, zumindest für eine Woche das Flüchtlingsproblem als Aufmacher der Nachrichten auf die hinteren Plätze zu verdrängen.

Das Schmähdgedicht und seine Folgen sind einerseits medienwissenschaftlich ein Lehrstück. Andererseits wird klar, dass Satire auch heute noch zu politisch-ethischen Diskursen beitragen kann. Die Entscheidung der Bundeskanzlerin, die Klage nach § 103 StGB zuzulassen und dabei einen Disput mit dem Koalitionspartner zu riskieren, der diese Entscheidung ablehnt, und die gleichzeitige Ankündigung, diesen Paragraphen streichen zu wollen, zeigen das Dilemma, in das Böhmermann die Regierung gebracht hat. Entgegen ihrer Ankündigung hat die Kanzlerin fünf Tage für ihre Entscheidung gebraucht; wahrscheinlich hat sie in der Zeit versucht, den türkischen Präsidenten zu besänftigen und ihm klarzumachen, dass weder die türkische noch die deutsche Regierung ein Interesse an einer weiteren Eskalation des Falles haben können. Die Bundeskanzlerin hatte vor dem Satire-Streit vermutlich gehofft, nach dem Prinzip „der Zweck heiligt die Mittel“ darüber hinwegzutäuschen, dass sie mit dem „Türkei-Deal“ bei der Flüchtlingsfrage einige vorher vehement vertretene Prinzipien aufgegeben hat – in der Hoffnung, dass tatsächlich weniger Flüchtlinge in Deutschland einreisen. Da kommt die Aufregung um Böhmermanns Schmähdgedicht ausgesprochen ungelegen.

Aber auch der Türkei droht Ungemach. Denn das Entgegenkommen Deutschlands und der EU im Hinblick auf Visafreiheit und Beschleunigung der EU-Beitragsverhandlungen – trotz des desaströsen türkischen Umgangs mit der Pressefreiheit – könnte ebenfalls noch einmal auf den Prüfstand gestellt werden.

Kurzum: Auch ein Schmähdgedicht, das so gut wie keinen sachlichen und realen Bezug hat, sondern nur auf Beleidigung abzielt, kann zu einem höchst komplexen ethischen Diskurs führen. Dabei ist die Frage, was Satire darf, beinahe nebensächlich geworden. Viel interessanter scheint fast, was das Gedicht im Endeffekt politisch bewegen wird.

Ihr Joachim von Gottberg



**EDITORIAL****INTERNATIONAL****Hoffnungen und Enttäuschungen**

Generation Kplus und 14plus auf der Berlinale 2016  
Barbara Felsmann

**Schöne fremde Welt**

Unterhaltungsmedien im Iran  
Stefan Piasecki

**„The next next“**

Die Internetkonferenz „Digital Life Design“  
vom 17. bis 19. Januar 2016 in München  
Vera Linß

**„Die Akzeptanz ist großartig.“**

Gespräch mit Reed Hastings

**Jugendmedienschutz in Europa**

Filmfreigaben im Vergleich

**PÄDAGOGIK****LOL!?**

Eine qualitative Untersuchung zu subjektiven Bewertungen  
von Onlinekonflikten unter Jugendlichen  
Melanie Pfeifer

**Märchen und moderne Actionfilme**

Zwei ungleiche Formate mit gemeinsamen Strukturen  
Jan Hellriegel und Thomas Prescher

**TITEL****Hoffnung**

Alexander Grau

**Das Grauen der Nachrichten und die Sehnsucht nach dem Positiven**

Thomas Hestermann

**„Wir sind davon überzeugt, dass konstruktiver Journalismus vieles besser macht!“**

Das Onlineportal „Perspective Daily“ will anders berichten  
Gespräch mit Bernhard Eickenberg

**Medienpsychologie: „Bad news are good news!“**

Michael Gestmann

**Berichterstattung in der Kritik**

Das journalistische Rollenverständnis im Wandel  
Tobias Hochscherf

**Trost, Hilfe, Beistand**

Müssen Medien ihre Nutzer retten?  
Christine Watty

**Das Prinzip Hoffnung im deutschen Kinderfilm**

Nana Grote

**In der Hoffnung, einen brauchbaren Weg zu finden**

Klaus-Dieter Felsmann

**PANORAMA**

4

8

12

14

16

18

22

28

32

36

40

42

46

48

52

54

<b>WISSENSCHAFT</b>		<b>LITERATUR*</b>	<b>96</b>
<b>Das Porträt: Frank Schwab</b>	<b>56</b>	<b>RECHT</b>	
Alexander Grau		<b>Aufsätze und Notizen</b>	<b>109</b>
<b>Hilfestellung für Jugendschutzprogramme</b>	<b>60</b>	<b>SERVICE</b>	
Software spürt gefährdende Inhalte im Netz auf		<b>Ins Netz gegangen</b>	<b>112</b>
Gespräch mit Rolf Bardeli		Klexikon.de	
<b>MEDIENLEXIKON</b>		Wenn Wissen mitmachen lässt	
<b>Humor</b>	<b>64</b>	Tabea Dunemann	
Gerd Hallenberger		<b>Kurz notiert</b>	<b>114</b>
<b>DISKURS</b>		<b>Filmquiz</b>	<b>116</b>
<b>Girls don't play games</b>	<b>66</b>	<b>Impressum, Abbildungsnachweis</b>	
Nina Kiel			
<b>Unter Ausschluss der Öffentlichkeit</b>	<b>70</b>		
Warum die deutsche Filmförderung dringend reformiert werden muss			
Tilman P. Gangloff			
<b>Den Schaden begrenzen, den Nutzen mehren</b>	<b>72</b>		
Gespräch mit Alfred Holighaus			
<b>Das Glück, möglicherweise</b>	<b>74</b>		
Zwei Mal Sieben Anmerkungen zum kleinen Glück im Bewegungsbild			
Georg Seeßen			
<b>Die Geburt der Serie</b>	<b>80</b>		
Zur Wechselbeziehung zwischen Kinofilm und TV-Serie in der Film- und Fernsehgeschichte			
Werner C. Barg			
<b>„Voll Hübsch Süße ! ♥ – Danke mein schatz du aber auch ♥ –“</b>	<b>86</b>		
Zur emotionalisierten Sozialkompetenz in online vernetzten Mädchencliquen			
Martin Voigt			
<b>Von Traumschiff bis Tatort</b>	<b>92</b>		
Über den Spagat zwischen Unterhaltung und Anspruch			
Gespräch mit Jürgen Werner			

\*  
Das detaillierte Inhaltsverzeichnis für Literatur befindet sich auf der genannten Seite.

# Hoffnungen und Enttäuschungen

Generation Kplus und 14plus auf der Berlinale 2016

Barbara Felsmann

„All unsere Hoffnung liegt in diesem braunen Pferd“, heißt es in der bewegenden deutsch-polnischen Koproduktion *Zud*, die im Februar 2016 im Wettbewerb von Generation Kplus präsentiert wurde. Es geht um das Hoffen einer Familie, durch das Preisgeld bei einem Pferderennen überleben zu

können. Die Hoffnung auf ein Leben ohne Armut und in Frieden, auf Gerechtigkeit, auf familiären Zusammenhalt oder auf Akzeptanz unter Gleichaltrigen spielte in vielen Filmen beim diesjährigen Programm der Berlinale-Kinder- und Jugendfilmsektion eine Rolle.

*Zud*





Insgesamt wurden dort 63 Lang- und Kurzfilme aus 35 Produktions- und Koproduktionsländern im Wettbewerb präsentiert, allein bei Kplus waren es 13 lange Produktionen, darunter auch ein Dokumentarfilm und zwei Animationsfilme für die jüngsten Zuschauer. *Zud*, empfohlen für Kinder ab 10 Jahren, spielt in der mongolischen Steppe und erzählt von dem Überlebenskampf einer Nomadenfamilie, die ihre Schulden nicht bezahlen kann. In langen, ruhigen Einstellungen, die das einfache Leben des 11-jährigen Sukhbat zusammen mit seinen Eltern in einer unwirtlichen wie bezaubernden Landschaft zeigen, erzählt Dokumentarfilmerin Marta Minorowicz in ihrem Spielfilmdebüt eine Geschichte, die nicht nur positiv endet. Zwar ist Sukhbat an der Aufgabe gewachsen, das halbwilde Pferd für das Rennen zu trainieren, die Hoffnung der Eltern auf das Preisgeld aber erfüllt sich nicht.

Eine ähnliche Herangehensweise, Kinderschicksale nicht aus der realen Welt herauszulösen und sie nicht mit einem fantastischen „guten Ende“ zu versorgen, war in diesem Jahr in mehreren Wettbewerbsbeiträgen zu finden.

„Wir finden es gut und wichtig, dass ein trauriges Thema behandelt wird“ ...

... heißt es in der Begründung der elfköpfigen Kinderjury, die in diesem Jahr den Gläsernen Bären an den beeindruckend fotografierten, berührenden indischen Spielfilm *Ottaal (Die Falle)*, der sich gegen Kinderarbeit wendet, vergeben hat. In ihrer Begründung heben die Juroren allerdings auch hervor, dass es dem Film „trotzdem nicht an Humor und Lebensfreude“ fehlt. Interessant ist, dass die jungen Zuschauer großen Wert auf die Behandlung von existenziellen und gesellschaftlich relevanten Themen legen, dabei lachen, staunen und weinen wollen und nicht zwingend erwarten, dass ein Film immer positiv endet. Denn die Träume des 8-jährigen Kuttappayi in diesem Film zerbrechen zunächst an der harten Realität.

Und doch ist dieses Ende angesichts der inneren Stärke des kleinen Jungen nicht hoffnungslos, ähnlich wie der Schluss in dem türkischen Wettbewerbsbeitrag *Rauf*.

In ihrem Debütfilm stellen die Regisseure Barış Kaya und Soner Caner einen 11-jährigen Jungen in den Mittelpunkt, der sich unglücklich in eine junge Frau verliebt. Angesiedelt ist diese wunderbare, sensible Coming-of-Age-Geschichte in einem von Krieg und Gewalt gebeutelten Gebiet, nämlich in Anatolien. Über der Winterlandschaft liegt eine unglaubliche Trostlosigkeit, alles ist in gedeckten, dunklen Farben gehalten: die dem Verfall preisgegebenen Häuser, die Kleidung der Menschen, die Innenräume, die lediglich von Petroleumlampen spärlich beleuchtet werden. Dagegen wird die Lebensfreude von Rauf und seinen beiden Freunden gesetzt, die ihre kindlichen Abenteuer erleben und sich gegenseitig in Sachen „Liebe“ beraten, sowie die Farbe Pink. In dieser Farbe, die Rauf nicht kennt und die ihm jeder anders erklärt, wünscht sich die jugendliche Zana ein Halstuch, das Rauf ihr besorgen soll. Dieses Tuch wird sie nie erhalten, dafür aber wird sie auf ihrer letzten Reise in ein Meer aus pinkfarbenen Blüten gehüllt. Auch diese türkische Produktion, in der traurige wie humorvolle Momente kunstvoll miteinander verflochten sind, endet tragisch und doch nicht hoffnungslos. Denn die Farbe Pink als Symbol für Neuanfang, Lebensfreude und Zuversicht

zieht nicht nur in dieses anatolische Dorf ein, sondern vor allem auch in die Herzen der jungen Generation.

So groß das Interesse für eindrucksvoll gestaltete gesellschaftliche Wirklichkeit ist, so sehr möchte das junge Publikum im Kino seine ganz persönlichen Probleme und privaten Konflikte widergespiegelt bekommen. Das belegt auch die Entscheidung der Kinderjury, ihre Lobende Erwähnung dem französischen Wettbewerbsbeitrag *Jamais contente (Nie zufrieden)* auszusprechen. Basierend auf der Jugendbuchtrilogie *Le Journal d'Aurore* beschreibt hier Regisseurin Emilie Deleuze äußerst witzig und psychologisch genau die komplizierte Zeit der Pubertät und Selbstfindung eines 13-jährigen Mädchens. Die Geschichte wird konsequent aus der Sicht der jungen Protagonistin erzählt und von ihr stets im Off kommentiert, was dieser Komödie eine erfrischende Realitätsnähe verleiht und den Kindern ein großes Maß an Identifizierungsmöglichkeiten bietet.

Der Große Preis der Internationalen Jury von Kplus ging dagegen an die chilenisch-argentinische Koproduktion *Rara* von Regisseurin Pepa San Martín. Auf einer wahren Geschichte basierend kommt hier die 13-jährige Sara in Loyalitätskonflikte, als ihr Vater plötzlich beschließt, dass sie und ihre jüngere Schwester zu ihm ziehen. Der Grund ist ganz einfach der, dass Saras Mutter mit einer Frau zusammenlebt, womit der Vater – im Gegensatz zu seinen Töchtern – große Probleme zu haben scheint. „Die Charaktere und Beziehungen“, heißt es in der Begründung der Fachjury, „geben eine moderne Realität wieder, die sowohl die Zeit, in der wir leben, widerspiegelt, als auch unser Konzept von der perfekten Familie hinterfragt. Das Schauspiel, das Drehbuch und vor allem die Regie dieser wunderbaren Erzählung über Loyalität, Verzweigung, Hoffnung und vollkommene Liebe in all ihren Facetten haben uns sehr ergriffen“.

#### Fantasievoll gestaltete Animationsfilme für die jüngsten Zuschauer

Insgesamt war also bei Generation Kplus eine bemerkenswerte Themen- und künstlerische Formenvielfalt zu erleben. Für die 5- und 6-Jährigen wurden bei Generation Kplus zwei Animationsfilme präsentiert: die Koproduktion aus der Schweiz, Deutschland und Schweden, *Ted Sieger's Molly Monster – Der Kinofilm*, sowie der sehr unterhaltsame Stop-Motion-Film aus Norwegen, *Solan og Ludvig – Herfra til Flåklypa (Solan und Ludvig – Das große Käserennen)*.

Das Monstermädchen Molly ist vielen Kindern bei uns aus der TV-Serie *Die kleine Monsterin* bekannt. In ihrem ersten Kinofilm wartet nun die kleine Monsterin auf das „Du-weißt-schon-was“, sprich: auf das neue Geschwisterchen. Der farbenfroh und grafisch äußerst einfallsreich gestaltete Film spricht nicht nur die jüngsten Zuschauer an, sondern eignet sich für die ganze Familie. Im September dieses Jahres soll er in die deutschen Kinos kommen.

*Solan og Ludvig – Herfra til Flåklypa (Solan und Ludvig – Das große Käserennen)* von Rasmus A. Sivertsen, einem der renommiertesten Animationsfilmer in Norwegen, stellt drei tierische Helden in den Mittelpunkt, die das traditionelle Käserennen gegen das verhasste Nachbardorf gewinnen wollen und sich dabei maßlos überschätzen. Auf wirklich witzige und auch für kleine Kinder verständliche Weise werden hier Werte wie Freundschaft und Zusammenhalt verhandelt.



## Mobbing, soziale Unterschiede, Flucht und Gewalterfahrungen

... das sind nur einige der Themen, die in den Filmen des diesjährigen 14plus-Programms verhandelt wurden.

Einer der bewegendsten Wettbewerbsbeiträge war für mich der dreistündige Film *Sairat (Wild)* aus Indien. Über weite Strecken bildgewaltig, in schillernden Farben inszeniert wie ein Bollywoodstreifen wird hier von der unerlaubten Liebe des selbstbewussten und in der Schule anerkannten, aber aus armen Verhältnissen stammenden Jungen Parsha zu Aarchi, einem Mädchen, das einer höheren Kaste angehört, erzählt. Trotz aller Verbote und Repressalien bleiben die beiden zusammen, bis sie schließlich in die Großstadt fliehen und sich unter schwierigen Bedingungen eine Existenz aufbauen müssen. Sie gründen eine Familie, bekommen einen Sohn, erwirtschaften sich ein kleines, bescheidenes Haus. Alles scheint gut zu werden, bis in den letzten fünf Minuten des Films Verwandte des Mädchens auftauchen, um Parsha und Aarchi im Auftrag des Vaters zu ermorden. Mit seinem zweiten Langfilm ist dem mehrfach ausgezeichneten Regisseur Nagraj Manjule ein zutiefst berührender, gesellschaftskritischer Film gelungen.

Mit einer völlig überraschenden Wendung am Schluss wartet auch das schwedische Kammerspiel von Peter Modestij auf. *6A* heißt es und spielt im Klassenraum eben dieser 6A. Dort treffen sich Schülerinnen, Eltern und die Klassenlehrerin, um über Mobbingvorfälle in der letzten Zeit zu diskutieren. Doch schon bald eskaliert die Situation: Vorwürfe, unhaltbare Beschuldigungen, Beleidigungen und Schuldzuweisungen stehen im Raum, bis eines der Mädchen den Mut findet, die Wahrheit zu sagen. Spannender als ein Krimi lebt dieser Film hauptsächlich von den bissigen Dialogen, die aus der Feder des Regisseurs stammen.

Zwei bemerkenswert gesellschaftskritische Jugendfilme kamen aus dem Iran: das Spielfilmdebüt von Abbas Amini, *Valderama*, und der Dokumentarfilm *Royahaye Dame Sobh (Starless Dreams)* von Mehrdad Oskouei. In *Valderama* kämpft der Junge Atigh, dessen großes Idol der kolumbianische Fußballer Carlos Valderrama ist, ums Überleben. Ohne Pass, ohne Geld flieht er nach einer Schlägerei nach Teheran und versucht dort unter schwierigen Umständen, ein neues Leben zu beginnen.

In *Royahaye Dame Sobh (Starless Dreams)* besucht der preisgekrönte Dokumentarfilmer Mehrdad Oskouei ein „Korrektur- und Rehabilitationszentrum“ für minderjährige Mädchen, die straffällig geworden sind, Drogendelikte oder Gewalttaten hinter sich haben. Einfühlsam und mit viel Geduld schafft es Mehrdad Oskouei, Vertrauen zu den teilweise verängstigten, weil traumatisierten Mädchen aufzubauen und sie zum Sprechen zu bringen. Was sie über ihre Erlebnisse in der Kindheit, ihre Gewalterfahrungen in der Familie oder mit dem eigenen Ehemann andeuten oder gar erzählen, ist erschütternd. Zu Recht wurde dieser Film mit dem sektionsübergreifenden Amnesty International Filmpreis ausgezeichnet!

Von oben nach unten:  
*Ottaal*  
*Royahaye Dame Sobh*  
*Es esmu šeit*  
*Las plantas*



## Gläserner Bär der Jugendjury für einen Film aus Lettland

„Uns hat ein Film besonders begeistert“, heißt es in der Begründung der Jugendjury bei der Vergabe des Gläsernen Bären an die lettische Produktion *Es esmu šeit (Mellow Mud)*, „der trotz weniger Dialoge sowie dezenter Mimik kraftvolle und ausdrucksstarke Bilder geschaffen hat. Dank einer überzeugenden Darstellung der Protagonistin konnten wir uns auf eine Reise begeben, bei der die Suche nach persönlicher Selbstbestimmung, Stärke und Verantwortung bewegend dargestellt wurde“. In seinem Spielfilmdebüt erzählt Regisseur und Drehbuchautor Renārs Vimba von der 17-jährigen Raya, die zusammen mit ihrem wesentlich jüngeren Bruder die soeben verstorbene Großmutter im Garten vergräbt. Niemand darf von ihrem Tod erfahren, zumindest so lange nicht, bis Raya entweder volljährig ist oder sie ihre Mutter, die vor Jahren nach England gegangen ist, ausfindig gemacht hat. Und so beginnt für die beiden Geschwister ein schwieriger Kampf ums Überleben, den sie – auf sich allein gestellt – bewältigen müssen.

Auch in dem deutschen Wettbewerbsbeitrag *Zhaleika* von der in Bulgarien geborenen Regisseurin Eliza Petkova steht ein 17-jähriges Mädchen im Mittelpunkt. Sie heißt Lora und lebt in einem kleinen bulgarischen Dorf, in dem die Zeit stillzustehen scheint. Das wird für Lora besonders deutlich, als ihr Vater stirbt und sie sich den engen Konventionen der Dorfbewohner unterordnen soll. *Zhaleika* erhielt die Lobende Erwähnung der Internationalen Fachjury, die besonders „die intelligente Darstellung kultureller Veränderungen sowie des Zusammenpralls von alten und neuen Werten“ hervorhob. Ihren Hauptpreis vergab die Jury dann an die chilenische Produktion *Las plantas (Plants)* von Roberto Doveris, der das sexuelle Erwachen eines jungen Mädchens schildert, das durch die Pflege ihres im Wachkoma liegenden Bruders ans Haus gebunden ist. Auch die Jugendjury war von Doveris' Spielfilmdebüt fasziniert und sprach ihm eine Lobende Erwähnung aus.

## Fazit

Interessanterweise verzichteten viele Filme, die im diesjährigen Programm von Generation zu sehen waren, auf ein klassisches Happy End. Dennoch vermitteln sie den Zuschauern individuell motivierende Hoffnung, weil sie davon erzählen, wie junge Protagonisten ihr Schicksal in die eigenen Hände nehmen.

Barbara Felsmann  
ist freie Journalistin mit dem  
Schwerpunkt „Kinder- und  
Jugendfilm“ sowie Autorin von  
dokumentarischer Literatur  
und Rundfunk-Features.



**Berlinale: Preise 2016**  
**Sektion „Generation“**

**Kplus**

### KINDERJURY

**Gläserner Bär für den besten Spielfilm**  
*Ottaal (Die Falle)* von Jayaraj Rajasekharan Nair (Indien 2015)

**Lobende Erwähnung**  
*Jamais contente (Nie zufrieden)* von Emilie Deleuze (Frankreich 2016)

**Gläserner Bär für den besten Kurzfilm**  
*El inicio de Fabrizio (Fabrizios erstes Mal)* von Mariano Biasin (Argentinien 2015)

**Lobende Erwähnung**  
*Ninnoc* von Niki Padidar (Niederlande 2015)

### INTERNATIONALE JURY

**Großer Preis der Internationalen Jury von Generation Kplus  
für den besten Langfilm**  
*Genç Pehlivanlar (Junge Ringer)* von Mete Gümürhan (Niederlande/Türkei 2016)

**Lobende Erwähnung**  
*Rara* von Pepa San Martín (Chile/Argentinien 2016)

**Spezialpreis der Internationalen Jury von Generation Kplus  
für den besten Kurzfilm**  
*Semele* von Myrsini Aristidou (USA/Zypern 2015)

**Lobende Erwähnung**  
*Aurelia y Pedro (Aurelia und Pedro)* von Omar Robles und José Permar (Mexiko 2016)

**14plus**

### JUGENDJURY

**Gläserner Bär für den besten Spielfilm**  
*Es esmu šeit (Mellow Mud)* von Renārs Vimba (Lettland 2016)

**Lobende Erwähnung**  
*Las plantas (Plants)* von Roberto Doveris (Chile 2015)

**Gläserner Bär für den besten Kurzfilm**  
*Balcony* von Toby Fell-Holden (Großbritannien 2015)

**Lobende Erwähnung**  
*Kroppen är en ensam plats (The Body Is a Lonely Place)* von Ida Lindgren (Schweden 2016)

### INTERNATIONALE JURY

**Großer Preis der Internationalen Jury von Generation 14plus  
für den besten Langfilm**  
*Las plantas (Plants)* von Roberto Doveris (Chile 2015)

**Lobende Erwähnung**  
*Zhaleika* von Eliza Petkova (Deutschland 2016)

**Spezialpreis der Internationalen Jury von Generation 14plus  
für den besten Kurzfilm**  
*O noapte in Tokoriki (A Night in Tokoriki)* von Roxana Stroe (Rumänien 2016)

**Lobende Erwähnung**  
*Kroppen är en ensam plats (The Body Is a Lonely Place)* von Ida Lindgren (Schweden 2016)

**Sektionsübergreifender Preis  
Amnesty International Filmpreis**  
*Royahaye Dame Sobh (Starless Dreams)* von Mehrdad Oskouei (Iran 2016)

# Schöne fremde Welt

## Unterhaltungsmedien im Iran

Stefan Piasecki



Auf Einladung der Fremdsprachen- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Teheran hielt ich im Rahmen der „International conference on literature and cinema“ Anfang Februar 2016 in Teheran einen Vortrag über *Muster des Religiösen im modernen Actionfilm*. Die Konferenz wurde veranstaltet und durchgeführt von der Universität Teheran und der Iranian National School of Cinema. Während des mehrtägigen Aufenthalts hatte ich auch Gelegenheit, Gespräche mit Vertretern des iranischen Computerspielverbandes IRCG, des iranischen Altersfreigabesystems für Computerspiele ESRA und der evangelischen Gemeinde Teherans zu führen.

### Der Iran aus westlicher Sicht

Von der 3.000-jährigen Zivilisationsgeschichte Persiens stehen vor allem die letzten 35 Jahre im Vordergrund des westlichen Bewusstseins. 1979 trat Ajatollah Chomeini, aus dem Pariser Exil kommend, die Heimreise nach Teheran an. Dort traf er auf eine brüchig und unsicher gewordene Zivilgesellschaft, die sich von der westfreundlichen Politik des Schahs schon längst gelöst hatte.

Der politische Umsturz von einem monarchistischen System zu einer islamischen Theokratie wurde begleitet von der Besetzung der US-Botschaft am 4. November 1979, die erst am 20. Januar 1981 endete. Dieser Konflikt markierte einen entscheidenden Wendepunkt im Verhältnis der nunmehrigen Islamischen Republik Iran zum Westen, das bis heute von gegenseitigen Drohungen, Terrorvorwürfen, militärischen Stellvertreterauseinandersetzungen und Sanktionen geprägt ist. Der von dem damaligen irakischen Präsidenten Saddam Hussein 1980 begonnene Irak-Iran-Krieg endete 1988 ohne klaren Sieger, hatte aber zwischen 400.000 und 1.000.000 Opfer auf beiden Seiten zur Folge. Gegenüber Israel ver-

folgte der Iran seit der Islamischen Revolution eine Politik entschiedener Drohungen und Schmähungen, was ebenso die öffentliche Meinung über den Iran im Westen prägte wie die Unterstützung schiitischer Terrorgruppen, beispielsweise der libanesischen Hisbollah. Dennoch rissen die Beziehungen zum Westen und insbesondere zu Deutschland nie vollständig ab.

Die positiven Auswirkungen dieser kontinuierlichen Gesprächsfäden sind bis heute sichtbar. Deutsche Firmen und Produkte genießen im Iran einen ausgesprochen guten Ruf. Als Gast aus Deutschland wurde ich überaus offen und herzlich empfangen.

Die jahrelange politische Eiszeit aufgrund des internationalen Streits um das iranische Atomprogramm endete am 16. Januar 2016 mit der Aufhebung der Sanktionen der Vereinten Nationen. Seitdem sehen die 80 Mio. Iraner hoffnungsfroh in die Zukunft und verbinden mit einer weiter gehenden Öffnung der Märkte eine Verbesserung der Infrastruktur, verstärkte Investitionen und damit eine Modernisierung der Gesellschaft und Verbesserung der Arbeitsplatzsituation. Dies ist auch dringend notwendig: Die Arbeitslosenquote

liegt offiziell bei etwa 11 %, inoffiziell bei über 20 %, die Jugendarbeitslosigkeit beträgt sogar offiziell bereits 23 %. Die dominierenden Wirtschaftszweige sind nach wie vor die auch im Iran vom Preisverfall bedrohte Ölindustrie und die Nahrungsmittel- bzw. Konsumgüterproduktion.

### Die „International conference on literature and cinema“

Die Frage des Verhältnisses von Literatur *im* Film sowie Literatur *und* Film stand im Mittelpunkt der „International Conference on literature and cinema“. Keine zwei Wochen, nachdem DAAD-Referatsleiter Alexander Haridi in der „Zeit“ über ein zunehmendes Interesse iranischer Hochschulen an internationalen Kontakten berichtete, erhielt ich Ende November 2015 die Einladung, mein Konzept einer „rückfragenden Filmanalyse“ vorzustellen. Dieses eignet sich insbesondere im interkulturellen und religionspädagogischen Rahmen dazu, jüngere Menschen konfessionsübergreifend auch an sensible religiöse oder gesellschaftliche Fragen heranzuführen, ohne dass möglicherweise Konflikte auftreten.

Unter dem Titel *Spirits of the Silver Screen – Religious Patterns in Cinema Blockbusters and the Talk about God* präsentierte ich die bisher vollständigste Version meiner im Laufe von Lehrveranstaltungen immer wieder verfeinerten religions- und medienpädagogischen Methode, das „Teheraner Modell“. Wesentlicher Bestandteil ist hier die zusätzliche Berücksichtigung des Beimaterials eines Films und von Hintergrundquellen, die erst zu einem Verständnis der Intention von Produzenten und Autoren sowie der sozialen und kulturellen Realitätsbezüge einer Produktion führen und damit eine Vielfalt an Zugängen zu einem Medium erlauben. Am Beispiel des Films *Chappie* von Neill Blomkamp konnten sehr erfolgreich verschiedene Narrationsebenen dargelegt und religiöse oder philosophische Bedeutungen herausgearbeitet werden. Verwiesen wurde auf direkte Bezüge zur christlichen und auch islamischen Religion wie den Epheserbrief oder einen islamischen Begräbnisritus. Als Action-Blockbuster ist gerade ein solcher Film dazu geeignet, auch mit zunächst wenig religiös-musikalischen Zielgruppen zu arbeiten, die aber gerade über einen unterhaltsamen Anlass an Fragen von Gewalt, Miss-handlung und Unterdrückung herangeführt werden und dann schnell erkennen, dass Freiheit und individuelle Unversehrtheit nicht nur von außen bedroht werden, sondern auch von intrapersonellen Feinden. *Chappie* adressiert konfessionsübergreifend Fragen von Transzendenz, dem Leben nach dem Tod, dem Sinn des Lebens überhaupt – und er endet mit der überraschenden Frage an das Publikum, ob eine Cyborggesellschaft menschenähnlich sein müsse und ob hierzu sogar künstliche Geschlechter notwendig seien.

Weitere Vorträge auf Persisch, Englisch, Spanisch oder Russisch widmeten sich grundsätzlich oder spezifisch der Frage, wie sich Filme und Medienproduktionen allgemein auf die Entwicklung moderner Literatur auswirken. Andere Beiträge gingen der Frage nach, inwiefern nationale oder lokale literarische Stoffe durch filmische (oder sonstige mediale) Adaptionen einem größeren internationalen Publikum bekannt werden können. In der Gesamtschau wurde die Realisierung des Konferenzziels sehr deutlich, die beiden getrennten Disziplinen „Film“ und „Literatur“ gemeinsam betrachten und soziale wie auch kulturelle Aspekte auf dieser Basis beleuchten zu können.



Die Faculty of Foreign Languages & Literatures der Universität Teheran

### „Princes of Persia“? Die iranische Computerspielindustrie

Es sind nicht nur Film und Literatur, die mit ihren innovativen oder auch adaptierten Stoffen global Menschen faszinieren. Computer- und Videospiele gehören ebenso dazu. Deshalb beschäftigte mich auch die Frage, ob es einen iranischen Spielmarkt gibt und wie dieser beschaffen ist. Die diesbezüglichen Ergebnisse der Gespräche in Teheran waren überraschend: Die langjährigen Sanktionen der Vereinten Nationen und die teilweise selektive Selbstabschottung bedeuten nämlich nicht, dass sich die iranische Gesellschaft in Agonie befindet oder befand. Erfindungsreichtum und Pioniergeist sorgten dafür, dass trotz Sanktionen neue Industrien entstanden und vorhandene modernisiert wurden.

Unter den 80 Mio. Einwohnern, von denen 38,5 Mio. aktive Internetnutzer sind, befinden sich 18 Mio. Gamer. Diese finden ihre Produkte im lokalen Zeitschriftenhandel oder auch auf nationalen wie internationalen Onlineplattformen wie *cafebazar.ir* oder *Steam*. Ein Beispiel für die Etablierung einer modernen Industrie entlang oder sogar unter dem Schirm von Wirtschaftssanktionen ist gerade die Spielbranche, die vom iranischen Spielverband IRCG repräsentiert wird, der gegenwärtig 120 Entwicklungsstudios und vier Publisher vertritt. Die entwickelnden Mitglieder bestehen meistens aus zehn bis 15 Personen und agieren fast alle im Bereich des Mobile Entertainment, also der Produktion von Spielen für tragbare Endgeräte wie Tablets oder Mobiltelefone. Weniger als zehn Studios konzentrieren sich ausschließlich auf klassische Computerspiele.





Die „International conference on literature and cinema“ – Impressionen

Alle Entwicklungsstudios müssen über eine Zulassung des Ministeriums für Kultur und Islamische Führung verfügen.

Pro Jahr werden im Iran ca. 80 Spiele entwickelt, 90 % davon für mobile Plattformen. Etwa 20 % aller Beschäftigten in der iranischen Spieleindustrie sind Frauen, in einigen Firmen stellen sie sogar die Mehrheit. Ein wichtiges Mittel, um national und international Aufmerksamkeit zu erringen, sind Ausstellungen und Messen. Iranische Entwickler und Verbandsvertreter nehmen an ausländischen Messen teil, aber insbesondere die inländische Tehran Game Expo und das Tehran Game Festival, die seit 2011 vom IRCG durchgeführt wurden (bis 2013 gemeinsam), sind für den iranischen Markt von großer Bedeutung. Sie sind die

größten Messen dieser Art im Mittleren Osten und konnten kontinuierliche Zuwachsraten – 150.000 Besucher schon im ersten Jahr bis zuletzt nach eigenen Angaben über eine Mio. – erzielen. Neben dem Auftritt des Verbandes als Aussteller ist die Förderung und internationale Vernetzung des Nachwuchses ein weiteres wichtiges Ziel – dieser kann sich insbesondere im Rahmen des Game Festivals präsentieren.

Der gesellschaftliche Stellenwert von Computerspielen im Iran wird durch das Altersfreigabesystem ESRA dokumentiert. Als einziger Staat im Mittleren Osten kennt der Iran die Kennzeichnung von Spielmedien nach Jugendschutzkriterien. In dem islamischen Staat spielen hierbei nicht nur Fragen

des Jugendschutzes eine Rolle, sondern auch moralische und religiöse Kriterien. In den Altersstufen 3+, 7+, 12+, 15+ und 18+ werden Spiele gemäß bestimmter Kriterien bewertet und freigegeben. Betrachtet werden die Kategorien „Ängstigung“, „Gewalt“, „Sucht“, „sexuelle Stimuli“, „Beeinträchtigung religiöser Gefühle“, „Gefährdung sozialer Normen“ und auch „Hopelessness“ – in der Übertragung in etwa vergleichbar mit dem deutschen Kriterium der sozialen Desorientierung. Die Vorgehensweise ist hierbei mehrstufig. Bewertet werden die Perspektiven von Spielern, die Meinung von Fachbeobachtern, der konkrete Spieleinhalt sowie die allgemeinen Auswirkungen des Spiels.

Trotz der Innovativität des Ansatzes fällt es dem iranischen ESRA-System schwer, Anschluss an den Westen und Anerkennung im Westen bzw. bei westlichen Partnern zu finden. Ein Kritikpunkt bestand in der zu Beginn vorgenommenen Einstufung 25+ – hier mussten Spieler eine gewisse moralische Festigung nachweisen, die u. a. darin bestehen konnte, verheiratet zu sein. Dies ließ westliche Jugendschutzpartner Abstand halten, trotz intensiver Gesprächsbemühungen des Spieleverbandes IRCG, u. a. durch Auftritte auf internationalen Fachmessen wie der Gamescom in Köln.

Mittlerweile ist die Altersstufe 25+ obsolet – 18+ ist die höchstmögliche Einstufung. Mehrdad Ashtiani, Vertreter des Spieleverbandes, und Reza Ahmadi, Leiter der ESRA, machen im Gespräch deutlich, dass sie auch intern gewisse Schwierigkeiten hatten, ein 25+-Rating zu vertreten, da kaum ein Spieler sich davon angesprochen gefühlt habe. Da es im Iran aber sonst weder eine Altersfreigabe für Kino- noch für TV-Produktionen gibt, galt es hier angesichts der Novität der Thematik vorsichtig vorzugehen und nicht Widerstand auszulösen, bevor das System etabliert war. Während bei Filmproduktionen im Vorfeld auf Drehbuchbasis ein Abgleich mit den Grundlagen des Religionsministeriums stattfindet, ist die Bewertung eines Computerspiels erst im Nachhinein möglich.

International wird diese Annäherung an die westlichen Ratingsysteme indes bisher kaum wahrgenommen. Noch immer strebt der IRCG Gespräche mit westlichen Systemen wie der International Age Rating Coalition (IARC), dem Entertainment Software Rating Board (ESRB) oder der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) an. Insbesondere mit der deutschen USK würde man sich gerne austauschen – ein Wunsch, der bislang aber ohne konkrete Rückmeldung blieb.

### Gesellschaft im Aufbruch

Nach dem Ende der Sanktionen besteht im Iran die Hoffnung auf einen weitreichenden und möglichst breiten Austausch mit westlichen Partnern auf einer Vielzahl von Feldern, von Universitäten über die Wirtschaft bis hin zu zivilgesellschaftlichen Organisationen. Wichtig ist hierbei jedoch die Bereitschaft, solche Gesprächsangebote auch anzunehmen und aufzugreifen.



Mehrdad Ashtiani und Reza Ahmadi (v. l. n. r.)

Mit dem Fortschreiten der Öffnung des Irans einerseits wie einer weiteren politischen und wirtschaftlichen Stabilisierung andererseits besitzt das Land gute Chancen, sich zu einer stabilen Mittelmacht im Mittleren Osten zu wandeln, die auf die nähere Umgebung positiv einzuwirken vermag. Natürlich dürfen hierbei andere lokale Mächte wie der Irak, Saudi-Arabien und ihre jeweiligen Bündnis- oder Bezugsmächte USA oder Israel nicht außer Betracht gelassen werden, die mit ihren Interessen in der Region eine wichtige Rolle spielen. Stabile Beziehungen mit dem Iran und in die iranische Zivilgesellschaft hinein tragen letztlich zu einer friedlichen Gesamtentwicklung bei. Zusammenarbeit und gemeinsam ausgetragene Konflikte und Diskurse schärfen das Verständnis für die jeweilige Sicht.

Gerade die internationale Computerspielbranche und -community ist dafür geeignet. Es ist zu hoffen, dass sich demnach gerade auf der Ebene des Jugendschutzes Gesprächsmöglichkeiten ergeben, die auch zu interkulturell verwertbaren Ergebnissen führen und die nicht zuletzt in Deutschland selbst Anwendung und Beachtung finden können.

### Ein persönliches Fazit

Ich habe im Iran ein großes Interesse an internationalen Entwicklungen registriert und eine starke Sensibilität dafür, wie der Iran als Land wie auch als Gesellschaft im Ausland wahrgenommen wird. Weder im akademischen Bereich noch in Alltagssituationen erlebte ich

unangenehme Momente oder Begegnungen. Natürlich ist ein Besuch keine Gesellschaftsanalyse, aber eine derart ungezwungene Selbstverständlichkeit im Miteinander und in der Begegnung mit einem westlichen Ausländer hat mich trotz meiner positiven Grundeinstellung dem Iran gegenüber dennoch überrascht.

Eine noch während des Besuchs gegründete WhatsApp-Gruppe ist bis heute aktiv, „meinen“ Teheraner Studierenden haben sich mittlerweile auch einige meiner deutschen Studierenden in Kassel angeschlossen. Sie diskutieren mehrsprachig, tauschen Infos aus, senden sich Bilder etc.

Ich hoffe auf weitere Begegnungen mit dem Iran.

Dr. Stefan Piasecki ist Professor für Soziale Arbeit an der CVJM-Hochschule in Kassel und lehrt dort auch im Bereich „Medienpädagogik“. Er ist Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).





# „The next next“

Die Internetkonferenz „Digital Life Design“ vom 17. bis 19. Januar 2016 in München

Vera Linß

Alljährlich trifft sich auf Einladung der Hubert Burda Media die Internetwelt in München und feiert sich und ihre Innovationen. „Digital Life Design“, kurz „DLD“, heißt die Konferenz, die schon viele wichtige Vordenker der Digitalisierung besucht haben, darunter Facebook-Gründer Mark Zuckerberg und Eric Schmidt von Google – als Zwischenstopp auf ihrem Weg zum Weltwirtschaftsforum in Davos. Auch in diesem Jahr gab es hochkarätigen Besuch. Neben WhatsApp-Gründer Jan Koum kam auch Netflix-Chef Reed Hastings, der mit seinem Internet-Streamingdienst die Fernsehwelt umkrempelt. „The next next“ lautete das Motto der diesjährigen, zwölften Ausgabe der „DLD“.

#### Anmerkungen:

1

Luciano Floridi ist außerdem Mitglied eines Beirates, den Google 2014 gegründet hat, um das Urteil des Europäischen Gerichtshofes zum Recht auf Vergessenwerden vom 13. Mai 2014 umzusetzen.

2

Seine Ideen beschreibt Luciano Floridi auch in seinem Buch: *Die 4. Revolution. Wie die Infosphäre unser Leben verändert*. Frankfurt am Main 2015

3

Das vollständige Interview mit Reed Hastings findet sich auf S. 14f. dieser Ausgabe.

#### „Infosphäre“ – das nächste große Ding

Schon am ersten Kongresstag stand für Gastgeber Hubert Burda fest: Das nächste große Ding ist die „Infosphäre“. Diesen Begriff hatte Luciano Floridi präsentiert, Professor für Philosophie und Informationsethik an der Universität Oxford<sup>1</sup>. Für Floridi ist alles, was existiert, Teil der Infosphäre. „Es ist einfach ein anderes Wort für Realität“, erklärte der Wissenschaftler. „Wenn ich die Realität unter dem Blickpunkt der Information betrachte, dann ist das die Infosphäre. Auf diese Weise verstehen wir uns und die Welt anders. Wir haben ein anderes Konzept der Realität um uns herum. Uns selbst betrachten wir z. B. als etwas, das aus einer Informations-DNA besteht.“<sup>2</sup>

Laut Floridi hat dies enorme Auswirkungen auf die Gesellschaft, etwa auf die Kommunikation. In der Infosphäre unterliege Informationsvermittlung völlig neuen Prinzipien. Menschen würden nur noch das abrufen, was sie für wichtig hielten und sich mit anderen über ihre *Interessen* organisieren; klassische Institutionen hingegen, wie etwa Parteien, würden sich auflösen. Doch wie lässt sich in diesem Umfeld vermitteln, was für eine Gesellschaft insgesamt von Bedeutung ist? Diese Frage blieb auf der Konferenz nicht nur offen. Für Reed Hastings, Chef des Streamingdienstes Netflix, ist sie nicht einmal von Relevanz. Dass etwa das klassische Fernsehen in der Digitalisierung ein Auslaufmodell ist, besorgt Hastings nicht. „Zu jeder neuen Technologie gehört, dass man Dinge verliert und Dinge gewinnt“, erklärte er. „Bei der Vorstellung, dass die Nachrichten um sechs oder um acht kommen sollten, werden zukünftige Generationen sagen: Worüber redet ihr eigentlich? Wir werden ihnen wie Aliens erscheinen. Wir leben in einer Abruf-Welt. Wir benutzen unsere Mobiltelefone rund um die Uhr. Die alte Medienwelt wird verschwinden, so wie das Festnetztelefon allmählich verschwindet.“<sup>3</sup>

## Der Geist von Silicon Valley

Anfang Januar erst hatte Netflix verkündet, dass das Angebot nun weltweit empfangbar ist – mit Ausnahme von China. Streamingdienste wie Netflix hätten aber nicht das Potenzial, so integrativ zu wirken wie das Noch-Massenmedium Fernsehen, kritisierte der ZDF-Journalist Claus Kleber. Im Interview auf großer Bühne versuchte er, Hastings wenigstens ein Bedauern darüber abzurufen. Vergeblich. „Ich wollte von ihm hören, wie viel Verantwortung er dafür spürt, dass er mit seinem erfolgreichen Angebot rund um den Globus auch z. B. etablierte Kulturen von Nachrichtenvermittlung gefährdet. Und ich wollte wissen, ob er uns die Zeit lässt, uns dem anzupassen. Das tut er eindeutig nicht“, zeigte sich der ZDF-Anchor enttäuscht. „Er entwickelt sein Businessmodell und sagt: Der Rest muss sich sortieren. Und das ist der Schwung, der aus Silicon Valley kommt in vielen Feldern.“

Dieser Geist zog sich durch die „DLI“. Statt einer Reflexion über die Folgen der Digitalisierung, von der laut Weltbank noch 60 % der Menschheit gänzlich ausgeschlossen sind<sup>4</sup>, ging es vor allem um die nächste Killerapplikation im Kampf um den User. Marne Levine, Chefin des operativen Geschäfts der Foto-App Instagram, prophezeite den Siegeszug von Bilddiensten. Bilder würden zu unserer neuen Sprache werden, weil sie kulturübergreifend seien. Für Mathias Müller von Blumenron, Digitalchef der „FAZ“, ist das nächste große Ding das intelligente Auto. „Was ich aus der Konferenz mitnehme, ist, dass wir in ein sehr interessantes Zeitalter eintreten, was Mobilität angeht“, erklärte der Journalist. „In den letzten zehn Jahren war das Smartphone das Gerät, das unser Leben am meisten verändert hat. In den nächsten zehn Jahren wird sich möglicherweise das Auto am meisten verändern bzw. unsere Art und Weise, wie wir das Auto nutzen. Es wird eine Bewegung geben weg von dem PS-starken Eigentumsstatusobjekt hin zu einem Nutzungsgerät, das ich möglichst schnell und unkompliziert nutzen kann.“

## Fahrende Smartphones

Bald könnte also das fahrende Smartphone kommen – von einem Unternehmen, das klassische Medien, Autoindustrie und Internetkonzern in einem vereint. So ließe sich zumindest die Vision von Scott Galloway interpretieren, Marketingprofessor an der New York University. Als einer der wenigen Kritiker auf der „DLI“ verglich er die Dominanz der vier großen Digitalplayer Apple, Facebook, Amazon und Google mit dem Fantasyabenteuer *Game of Thrones*: „In *Game of Thrones* ist Khaleesi im Besitz von Drachen. Anfangs füttert sie die Drachen mit Ratten und Ziegen. Mit der Zeit aber werden die Drachen so groß, dass sie anfangen, Städte aufzufressen. Genauso ist es mit diesen Unternehmen. Es geht nicht darum, ob sie ins Automobil- oder Fernsehgeschäft einsteigen. Sie haben keine Wahl. Denn sie werden so groß und ihr Appetit ist so unersättlich, dass sie jeden Bereich der Wirtschaft verschlingen, der profitabel ist und der wächst“, prophezeite der Wissenschaftler in seinem Vortrag. Ein Gegenmittel hatte Galloway allerdings auch nicht parat.

<sup>4</sup> „2016 World Development Report on the Internet – Digital Dividends“. Abrufbar unter: [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2016/01/13/090224b08405ea05/2\\_0/Rendered/PDF/World0development0000digital0dividends.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2016/01/13/090224b08405ea05/2_0/Rendered/PDF/World0development0000digital0dividends.pdf)

Vera Linß ist  
Medienjournalistin  
und Moderatorin.



# „Die Akzeptanz ist großartig.“

Reed Hastings ist Mitgründer und Geschäftsführer von Netflix, das 1997 im kalifornischen Los Gatos als Onlinevideothek gegründet wurde und zunächst Filme und Serien auf DVD und Blu-ray verschickte. Seit 2007 werden die Inhalte über das Internet gestreamt. Auf der „DLD“ im Januar dieses

Jahres in München stellte sich Hastings den Fragen ausgewählter Journalisten. Sein typischer Interviewstil ist legendär: Hastings zeigt sich zumeist kurz angebunden, seine Antworten gehen über PR-ähnliche Texte kaum hinaus.

**Im September 2014 ist Netflix in Deutschland an den Start gegangen. Wie wird das Angebot angenommen?**

Die Akzeptanz ist großartig, unsere Erwartungen sind absolut erfüllt. Wir wachsen jeden Monat. Wir haben über zwei Mio. Abonnenten in Frankreich und Deutschland, wo wir zeitgleich das Angebot gestartet haben.

**Welche Serien sind in Deutschland am beliebtesten?**

Eine der erfolgreichsten ist Narcos, neben Jessica Jones, Master of None. Das sind alles Netflix-Produktionen.

**Seit Januar 2016 kann man Netflix in 190 Ländern empfangen. Welche Länder haben kein Netflix?**

Nur noch China. Für China braucht man eine spezielle Erlaubnis von der Regierung. Das kann lange dauern. Aber im Rest der Welt sind wir zu empfangen.

**Wie unterscheidet sich Netflix von Land zu Land? War es nötig, für jedes Land einzelne Verträge auszuhandeln?**

Wir haben vor, aus jedem Land der Welt Inhalte zu erwerben und diese mit der ganzen Welt zu teilen: Die besten japanischen Trickfilme, die besten brasilianischen Spielfilme und die besten französischen Fernsehserien. Dafür versuchen wir, globale Lizenzen einzukaufen, sodass man ein und denselben Inhalt überall sehen kann. Das ist ein ungewöhnliches Vorgehen, das es noch nicht auf dem Markt gibt. Die Rechteinhaber wollen dabei nicht mitmachen. Im Moment müssen wir Lizenzen für jedes Land einzeln erwerben.

**Gibt es spezielle technische Anforderungen für jedes Land? War es z. B. nötig, eine spezielle Infrastruktur aufzubauen?**

Nein, die technischen Anforderungen an das Internet sind überall auf der Welt dieselben. So wie YouTube überall funktioniert, funktioniert auch Netflix überall. Bei uns arbeiten über 1.000 Menschen daran, den Service besser und besser zu machen. Was die Hardware betrifft, nutzen wir die Web Services von Amazon, die öffentliche Cloud, die über die ganze Welt verteilt ist.

**Wie groß sind die technischen Kapazitäten von Netflix?**

Sie sind groß genug, dass 70 Mio. Abonnenten gleichzeitig an einem Freitagabend schauen könnten.

**Sie bieten auch Inhalte in Ultra HD, also 4K an. Planen Sie auch Filme in noch höherer Auflösung, in 8K?**

Das stimmt. Wir sind der führende Hersteller von 4K-Inhalten. Wir bieten über 300 Stunden an. Damit orientieren wir uns daran, was die Fernsehsender derzeit machen. 8K gibt es im Moment dort nicht.

**Wie genau sieht Ihr Publikum aus? Immerhin sind 60 % der Weltbevölkerung ohne Internet, so das Ergebnis einer aktuellen Weltbank-Studie. Und nur 15 % haben einen Zugang zu Breitband-Internet, was Voraussetzung sein dürfte, um Netflix zu empfangen. Wer also gehört zur Zielgruppe von Netflix?**

Unsere Zielgruppe sind Menschen, die Highspeed-Internet haben. Das sind fast eine Mrd. Haushalte weltweit. Das ist ein guter Anfang. In den nächsten zehn bis 20 Jahren wird hoffentlich der größte Teil der Welt Zugang zum Glasfaser-Internet bekommen, auch auf dem Land.

**Wie realistisch ist das, wenn derzeit 60 % kein Internet haben?**

Es ist wie mit der Elektrizität. Vor langer Zeit hatten nur sehr wenige Menschen Elektrizität und jetzt sind es 80 oder 90 % der Menschen.

**In welchem Umfang soll Netflix wachsen? Welche Erwartungen haben Sie, welche Ziele?**

Wir hatten das Glück, jedes Jahr zu wachsen. Jetzt haben wir über 70 Mio. Abonnenten auf der ganzen Welt – und darüber sind wir sehr dankbar.

**In Deutschland gibt es auch Amazon Prime, das sogar mehr Kunden hat als Netflix. Amazon ist attraktiv, weil noch andere Produkte angeboten werden – Musik, aber auch Waren jeglicher Art. Haben Sie vor, ähnliche Dienste anzubieten, z. B. Musikstreaming?**

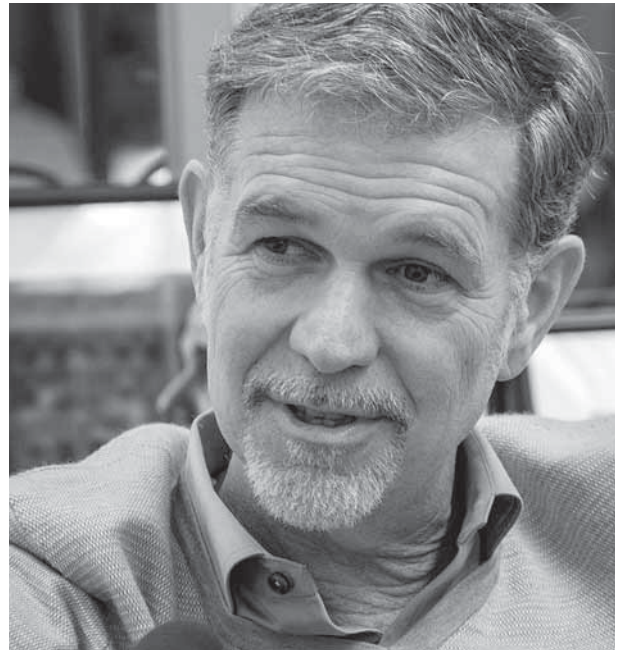
Ich liebe Amazon Prime. Ich bin auch Mitglied. Es ist ein großartiges Angebot. Ich schaue auch HBO-Serien. Es ist großartig, dass es verschiedene Anbieter von tollen Serien gibt. Aber: Amazon und die anderen haben nicht unsere Serien im Angebot. Sie haben nicht Orange Is the New Black, Master of None oder Narcos. Darin besteht der Unterschied.

**Sie bleiben also eine reine Video-on-Demand-Plattform oder wird es noch mehr Angebote geben?**

Nein, wir konzentrieren uns auf das Streamen von Filmen und Serien. Und wir wollen dabei besser und besser werden.

**In vielen Ländern gibt es illegale Streamingplattformen, z. B. in Bulgarien, gegen die niemand wirksam vorgeht. Man kann Videos herunterladen, ohne dafür zu bezahlen. Warum sollten sich die Menschen dort für Netflix entscheiden, wenn sie illegal Inhalte für umsonst bekommen können?**

Piraterie ist eine große Gefahr in vielen Ländern. Nicht so sehr in Deutschland, aber in anderen Ländern. Damit müssen wir uns immer wieder auseinandersetzen. Wir waren sehr erfolgreich damit in Lateinamerika, wo es viel Piraterie gibt. Aber es gibt genug Menschen, die bereit sind, für ein sicheres und legales Angebot zu bezahlen.



**Sie produzieren viele sehr erfolgreiche Serien: House of Cards, Orange Is the New Black. Geschieht das nur zu Marketingzwecken oder machen Sie damit Gewinn? Schreiben Sie schon schwarze Zahlen?**

Wir machen unsere Abonnenten wirklich glücklich mit diesen Serien. Und wenn sie glücklich sind, dann erzählen sie ihren Freunden davon. Auf diese Weise wachsen wir. Die Produktion der Serien ist sehr teuer, aber nicht so teuer, als würde man Filme machen. Damit werden wir jetzt beginnen. Im Laufe des Jahres kommt der Film War Machine mit Brad Pitt heraus. Das ist teuer.

**Welche Inhalte kaufen Sie als Nächstes ein? Stimmt es, dass Sie einen Vertrag abschließen wollen mit dem Macher der Simpsons?**

Wir sind definitiv in Gesprächen. Wir reden darüber mit Matt Groening. Wir reden mit vielen Menschen. Viele Talente wollen mit Netflix arbeiten, wegen des weltweiten Vertriebs. Weil ihre Serien dann auf der ganzen Welt zu sehen sind.

**Welche Zukunft hat das lineare Fernsehen?**

Es wird langsam zurückgehen. So wie das Festnetztelefon in den letzten 20 Jahren an Bedeutung verloren hat, während das Internet wichtiger wird. Die großen Fernseh-Networks investieren ins Internet, sodass diese Seite ihres Geschäfts nach und nach wächst. Das Entscheidende ist, dass der Großteil der jungen Leute im Internet schauen wird. Für sie ist es ganz natürlich.

Das Interview führte Vera Linß.  
Die englische Originalversion abrufbar unter: vera-linss.de/2016/01/23/561.







# 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. 13 Hours: The Secret Soldiers of Benghazi OT: 13 Hours: The Secret Soldiers of Benghazi	16	16	16	15	12	15	—
2. Anomalisa OT: Anomalisa	12	12	14	15	o. A.	15	7
3. Batman v Superman: Dawn of Justice OT: Batman v Superman: Dawn of Justice	12	12	14	12A	o. A.!	11	11
4. The Danish Girl OT: The Danish Girl	6	12	12	15	o. A.	11	11
5. Deadpool OT: Deadpool	16	16	16	15	12	15	15
6. Hail, Caesar! OT: Hail, Caesar!	0	6	6	12A	o. A.	7	7
7. The Hateful 8 OT: The Hateful Eight	16	16	16	18	12!	15	—
8. Kung Fu Panda 3 OT: Kung Fu Panda 3	0	6	6	P.G.	o. A.	7	7
9. The Revenant – Der Rückkehrer OT: The Revenant	16	16	—	15	12	15	15
10. Raum OT: Room	12	12	12	15	o. A.	15	15
11. Spotlight OT: Spotlight	0	6	6	15	o. A.	7	7
12. Star Wars: Das Erwachen der Macht OT: Star Wars: Episode VII – The Force Awakens	12	12	12	12A	o. A.	11	11

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

# LOL!?

## Eine qualitative Untersuchung zu subjektiven Bewertungen von Onlinekonflikten unter Jugendlichen

Melanie Pfeifer

Wie erleben Jugendliche Auseinandersetzungen in der virtuellen Welt? Und wie gehen sie damit um? Die vorliegende empirische Untersuchung liefert einen Einblick in die Sichtweisen und Deutungen Jugendlicher im Umgang mit Konflikten in der virtuellen Welt.

### Alles Cybermobbing? – Die aktuelle Problemlage

Werden Auseinandersetzungen in der virtuellen Welt zum Thema gemacht – sei es in öffentlichen Debatten oder wissenschaftlichen Untersuchungen –, ist das Phänomen „Cybermobbing“ allgegenwärtig. In besorgniserregenden Schlagzeilen ist dabei nicht selten von einem Alltags- oder Massenphänomen unter Jugendlichen die Rede. Ein Blick in gängige (medien-)pädagogische Präventionsprogramme bestätigt diesen Eindruck. So werden zwar wichtige Methoden zur Prävention des Phänomens geliefert, gleichzeitig vernachlässigen sie jedoch das Spektrum an zwischenmenschlichen Aushandlungsformen, indem sie lediglich die Extremform einer Eskalation in den Blick nehmen. Weiter wird durch Verbots- und Vermeidungsaufforderungen oftmals der Eindruck erweckt, dass Auseinandersetzungen im virtuellen Raum prinzipiell negativ und vermeidungsbedürftig sind. Überträgt man die zentrale Auffassung der Meditation auf den digitalen Raum, wonach Konflikte neutrale und unumgängliche soziale Phänomene darstellen (Herrmann 2006, S. 19), so ist es umso verwunderlicher, dass Konflikte im virtuellen Kontext bislang kaum thematisiert wurden. Die virtuelle Welt kann als erweiterter Erfahrungsraum begriffen werden, in welchem Heranwachsende ihre sozialen realweltlichen Kontakte weiterführen und zudem neue Kontakte knüpfen. Ist es daher nicht

denkbar, dass auch die alltäglichen zwischenmenschlichen Streitereien und Konflikte unter den Jugendlichen in sozialen Netzwerken wie Facebook und Co. und damit in „ihrem“ digitalen Erlebnisraum ausgetragen werden? Die Vielzahl an quantitativen Studienergebnissen, welche sich dem Thema „Cybermobbing“ widmen, liefert zwar wichtige Hinweise hinsichtlich einer Auftretenshäufigkeit in Deutschland. Allerdings können sie uns keine Auskunft darüber geben, welche Aushandlungsformen die Jugendlichen im virtuellen Raum erleben und wie diese bewertet und verhandelt werden.

### Forschungsinteresse und methodischer Zugang

Anknüpfend an die dargestellte Problemlage war es ein Ziel der vorliegenden qualitativen Untersuchung, die Perspektiven und Deutungsmuster Jugendlicher in Bezug auf das Bewerten und Aushandeln von Auseinandersetzungen in der virtuellen Welt sowie mögliche Aspekte einer Grenzziehung herauszuarbeiten. Wie werden Onlinekonflikte von den Jugendlichen bewertet und wahrgenommen? Wie werden sie innerhalb ihrer Peer-group bearbeitet? Was verstehen Jugendliche darunter, wenn jemand „fertiggemacht wird“? Und wo können mögliche Grenzen zwischen Spaß und Ernst identifiziert werden? Das explorative Forschungsdesign stützte sich auf die Methode des Gruppendiskussionsverfahrens nach

Bohnsack (2007). Befragt wurden fünf Gruppen, deren Mitglieder real ein enges Zusammengehörigkeitsgefühl verbindet (sogenannte Realgruppen), bestehend aus Jugendlichen (n = 17) einer Altersspanne von 11 bis 18 Jahren. Die Durchführung von Gruppendiskussionen ermöglichte es, Meinungen, Einstellungen und insbesondere implizite Gruppenregeln zu erheben, welche als Orientierungswissen im Umgang mit Onlinekonflikten wirksam werden.

Hintergrund dieser methodischen Entscheidung war das Wissen um die enorme Bedeutung der Gleichaltrigen, die insbesondere in der Adoleszenzphase die Konstruktion von Meinungen und Einstellungen maßgeblich prägen. In Interaktionen mit ihren Peers etablieren, verändern und bestätigen Jugendliche Regeln und Präferenzen. Mit dem Gruppendiskussionsverfahren wurde ein entsprechendes methodisches Vorgehen gewählt, das die wechselseitigen Interaktionsprozesse und kollektiven Deutungen abbilden kann (vgl. Bohnsack u. a. 2006; Loos/Schäffer 2001). Zur Erzeugung von Selbstläufigkeit der Gespräche (Bohnsack 2007, S. 380 ff.) diente ein offen und flexibel gehandhabter Leitfaden, welcher zwei konstruierte Beispielszenarien als Diskussionsanreize enthielt.

## Ergebnisse

Im Rahmen der Analyse der Gruppendiskussionen ergaben sich verschiedene Betrachtungsweisen, wie die Jugendlichen Auseinandersetzungen im Onlinekontext erleben. So wurde insbesondere der Facettenreichtum deutlich, den die Jugendlichen in der virtuellen Welt erleben: Sie unterschieden von Mobbingdynamiken, welche als „richtig fertigmachen“ bezeichnet wurden, über alltäglichen „Streit“ bis hin zu spaßhaften Auseinandersetzungen innerhalb der Peergroup. „Richtig fertigmachen“ wurde als Extremfall einer Eskalation gedeutet, welche mit einer Verbündungsdynamik der Täterschaft und einem Kontrollverlust des Opfers einherging. Diese Auffassung deckt sich mit den gängigen Definitionen von Mobbing und Cybermobbing in der Forschungsliteratur. Auffällig ist, dass eine Mobbinghandlung von den Jugendlichen nicht per se abgelehnt, sondern unter Umständen als Mittel zur Sanktion eines Fehlverhaltens – ausgehend von dem Wertehorizont der Peergroup – angesehen wurde. Damit verbunden thematisierten die Befragten die Notwendigkeit, aus den selbst erlebten oder bei Gleichaltrigen beobachteten negativen Erfahrungen zu lernen. Geschieht dies nicht, trage das Opfer nach Auffassung der Jugendlichen selbst Schuld an seiner prekären Situation und ein Mobbingprozess gilt als legitim – ein Phänomen, das in der Psychologie als Opferbeschuldigung („victim blaming“) bekannt ist. Onlinekonflikten („Streit“) sprachen die Befragten eine hohe Relevanz sowie einen Normalitätscharakter zu, weshalb

---

**»[...] der wo den auch nich so richtig mag – die verbünden sich [...] und dann (.) machen die den halt richtig fertig.«**

---

(Aussage eines Befragten)

---

**„Jedes Mädchen heutzutage, fast jedes Mädchen, schickt Nacktbilder von sich und es tut mir leid – es wurden schon so viele gepostet und so viele Mädchen wurden schon fertiggemacht und die habens auch mitbekommen, aber machen das Gleiche wie die anderen, ich mein, da können die doch nur gemobbt werden.“**

---

(Aussage einer Befragten)

---

**»Zum Beispiel die Freunde in der Schule, die gehn dann meist auch da auf die Seite und guckn, was grad los is und so. Und dann sieht der eine des; und des teiln die dann weiter und sagens dem und dem und dann guckn die sich des alle an und denken am nächsten Tag: ›Oh, is der Kacke.«**

(Aussage eines Befragten)

---



---

**»Wenn ich Streit hab, dann schreib ich mit denen und wens dann mir zu weit geht, dann blockier ich die und hab sie nich mehr als Freundin oder Freund und dann, ich mein [...], ich seh fascht alle Freunde bei mir in der Schule und dann red ich halt mit denen am nächschtn Tag drüber un dann, wenn wieder alles okay isch, nehm ich die Blockierung zurück.«**

(Aussage einer Befragten)

---

sie in der virtuellen Alltagspraxis der Jugendlichen verankert zu sein scheinen. Des Weiteren zeigte sich, dass die Jugendlichen selbst innerhalb dieser Kategorie unterschiedliche Interpretationsrahmen aufführten, was erneut auf den Facettenreichtum in der Wahrnehmung von Auseinandersetzungen hinweist. Sie unterschieden zwischen „Ärgern“, welches von einer einseitigen Dynamik gekennzeichnet ist, und zwischen „unnötigen“ und sinnvollen Streitereien, wie beispielsweise dem solidari-schen Handeln für Freundinnen und Freunde in Konfliktsituationen („einmischen“). Eine besondere Bedeutung wurde dem durch Digitalisierung bestehenden großen Verbreitungsgrad von Inhalten und dem damit verbundenen erweiterten Beobachterkontext zugesprochen, also den potenziellen Zuschauern, welche die Situation online mitverfolgen können. Dies wird von den Jugendlichen als problematisch wahrgenommen, da sie davon ausgehen, dass die Beobachtenden sich gegenseitig auf die Geschehnisse aufmerksam machen und es bei diesen zu einer mehrheitlichen Meinungsbildung kommt, die negative Auswirkungen auf den Offlinekontext besitzen kann. Daher wird das virtuelle Konflikt-handeln vorrangig danach ausgerichtet, dieses ungewollte Publikum möglichst gering zu halten. In der Analyse bezüglich spaßhafter Aushandlungen wurde deutlich, dass diese sich durch eine Kontextgebundenheit kennzeichnen und in einem hohen Maß von der Beziehungsgestaltung außerhalb des virtuellen Raumes abhängig sind. Spaßhafte Auseinandersetzungen ereignen sich im Kontext der Peergroup, bleiben auch dort und sind für Außenstehende unter Umständen nur schwer zu deuten. Dennoch kann vermutet werden, dass im Rahmen spaßhafter Handlungen ein kohärenter Modus sowohl im Offline- als auch Onlinekontext vorherrscht.

Bei genauerer Betrachtung des virtuellen Konflikt-handelns der Jugendlichen wurde deutlich, dass sie bereits sowohl Präventions- als auch Interventionsstrategien entwickelt haben. Im Hinblick auf präventive Strategien, damit laut Aussagen der Befragten „im Internet eben nichts Blödes passiert“, gilt eine Orientierung an den Werten und Normen der Peergroup („das Richtige machen“ und „nicht unterm Niveau sein“) als oberste Prämisse. Bereits entstandene Auseinandersetzungen im virtuellen Kontext wurden von den Befragten mithilfe der gegebenen technischen Möglichkeiten ausgehandelt. Während das Deaktivieren, beispielsweise eines Chats, ein Selbstausschluss aus dem Konfliktgeschehen darstellt, können das Blockieren, Melden oder eine kommunikative Konfrontation des Gegenübers als aktive Strategien gedeutet werden, um die Kontrolle und somit die Gestaltungsmacht im Konflikt-handeln zu bewahren. Damit ermöglichen die technischen Mittel zusätzlichen Handlungsspielraum für die Jugendlichen im virtuellen Raum.

Im Hinblick auf die Frage, wann die Grenze von einer spaßhaften hin zu einer ernsthaften Auseinandersetzung überschritten wird, konnten fünf Faktoren identifiziert werden. Eine Auseinandersetzung wird dann als problematisch wahrgenommen, wenn die Situation mit (1) einem Kontrollverlust sowie (2) sozialen Ausschluss einhergeht und auch die Strategien zur Reduzierung des Beobachterkontextes im Konfliktgeschehen keine Wirkung mehr besitzen, wodurch (3) eine große Öffentlichkeit erreicht wird. Des Weiteren wird eine Situation von den Jugendlichen als kritisch eingestuft, wenn diese (4) mit einer ungewollten Informationsweitergabe verbunden ist. Dies wird dann als kritisch aufgefasst, wenn die Information (z. B. ein peinliches Bild) Personen erreicht, welche den normativen Hintergrund der Peergroup nicht teilen. Eine Grenzüberschreitung zeigte sich zudem im Zusammenhang mit (5) unterschiedlichen Medialitäten: Im Vergleich zu Kommentierungen in sozialen Netzwerken wurde das Veröffentlichen von Videos über die eigene Person als problematischer bzw. „schlimmer“ eingestuft. Auffällig ist, dass die Autorisierung von personenbezogenen Inhalten vor einer Veröffentlichung eine implizite Regel in der Peergroup darzustellen scheint. Diese ausgeprägte Kontrollhaltung wurde im Diskurs weniger in Bezug auf den konkreten Inhalt thematisiert, sondern vielmehr im Hinblick darauf, überhaupt vor einer Veröffentlichung um Erlaubnis gefragt zu werden. Eine Missachtung der Autorisierung, welche mit einem Kontrollverlust über die personenbezogenen Inhalte im Netz einhergeht, wird als kritisch aufgefasst.

#### Fazit: Konsequenzen für die pädagogische Praxis

Beim Vergleich der eingangs geschilderten Problemlage mit den Sichtweisen Jugendlicher wird deutlich, dass diese Perspektive sich massiv von jener unterscheidet, wie Auseinandersetzungen in medialen sowie pädagogischen Diskursen thematisiert werden. Eine Beschränkung auf Cybermobbing entspricht nicht den Deutungen der hier befragten Jugendlichen, denn diese nahmen ein breites Spektrum an Aushandlungsformen wahr. In der pädagogischen Praxis ist es daher notwendig, diesen wahrgenommenen Facettenreichtum Jugendlicher anzuerkennen und in die pädagogische Arbeit einzubeziehen, um nicht an deren Lebenswelt vorbei zu handeln. Realweltliche Erfahrungsräume werden durch den Onlinekontext ergänzt, folglich haben neben destruktiven Verhaltensweisen vor allem aber auch „normale“ zwischenmenschliche Konflikte Einzug in die virtuelle Welt gehalten. Aus entwicklungspsychologischer Perspektive können Konflikte und deren konstruktiver Bewältigung gerade in der Adoleszenzphase eine besondere Bedeutung in der sozialen und emotionalen Entwicklung Heranwachsender zugeschrieben werden (vgl. Alsaker 2012, S. 20). So werden beispielsweise die Kompromissfähig-

keit eingeübt und das Selbst- und Fremdverständnis geschärft. Vor diesem Hintergrund wird bei einer pauschalen Problematisierung von Auseinandersetzungen ein wichtiges Entwicklungsfeld verschlossen, denn eine konstruktive Bewältigung von Konflikten – auch im virtuellen Raum – gehört zur Identitätsbildung Heranwachsender dazu. Folglich sollten pädagogische Programme weniger auf eine Unterbindung von Auseinandersetzungen ausgerichtet sein. Vielmehr sollten die Jugendlichen im Umgang mit Onlinekonflikten unterstützt und der Blick darauf gerichtet werden, wie Heranwachsende diese Auseinandersetzungen konstruktiv bearbeiten können, um kritische Situationen zur Deeskalation zu bringen, bevor sie in Extremsituationen münden. Tipps und Tricks aus der Lebenswelt Jugendlicher, die sich bereits als erfolgreiche Deeskalationsstrategien im Konflikt handeln bewährt haben, sollten herausgearbeitet und jenen Jugendlichen zugänglich gemacht werden, die im Umgang mit Onlinekonflikten unsicher sind. Vor dem Hintergrund einer ressourcenorientierten Sichtweise auf Konflikte sollte es in der pädagogischen Praxis ein Ziel sein, Heranwachsende im Sinne eines Empowerments in der Entwicklung angemessener Konfliktstrategien zu unterstützen und sie so zu souverän handelnden Akteuren in Online- wie in Offlinekontexten zu befähigen.

#### Literatur:

- Alsaker, F. D.:**  
*Mutig gegen Mobbing in Kindergarten und Schule.* Bern 2012
- Bohnsack, R.:**  
*Die Gruppendiskussion.*  
In: U. Flick/E. von Kardorff/  
I. Steinke: *Qualitative  
Forschung. Ein Handbuch.*  
Reinbek 2007
- Bohnsack, R./Przyborski,  
A./Schäffer, B.:**  
*Das Gruppendiskussions-  
verfahren in der Forschungs-  
praxis.* Opladen 2006
- Herrmann, F.:**  
*Konfliktarbeit. Theorie und  
Methodik Sozialer Arbeit in  
Konflikten.* Wiesbaden 2006
- Loos, P./Schäffer, B.:**  
*Das Gruppendiskussions-  
verfahren.* Opladen 2001

Melanie Pfeifer M. A.  
ist als Medienpädagogin am  
Wissenschaftlichen Institut  
des Jugendhilfswerks  
Freiburg e. V. (WI-JHW)  
im Bereich der aktiven  
Medienarbeit tätig und führt  
Fortbildungen sowie  
Fachvorträge durch.  
Sie studierte an der Pädagogischen Hochschule  
Freiburg und der Hochschule  
Offenburg den interdisziplinären Studiengang  
„Medien in der Bildung“.





# Märchen und moderne Actionfilme

## Zwei ungleiche Formate mit gemeinsamen Strukturen

Jan Hellriegel und Thomas Prescher

Actionfilme scheinen wenig gemeinsam zu haben mit den uns bekannten Märchen. Allerdings sind sich diese beiden Formate ähnlicher, als man zunächst glauben mag. Am Beispiel des 2015 in Deutschland erschienenen Films *John Wick* sollen einige gemeinsame Strukturmerkmale herausgestellt werden.

### Alte Muster im neuen Gewand

Denken wir an Märchen, denken wir sofort an Aschenputtel, den Froschkönig oder das tapfere Schneiderlein. Erzählungen über Helden, Dämonen und Magie sind tief verwurzelt in der Menschheitsgeschichte. Sie wurden schon in der Antike durch mündliche Überlieferungen verbreitet und erleben aktuell erneut eine Blüte in Fernsehserien wie *Once upon a time* oder *Grimm*. In diesen Serien werden bekannte Märchen aufgegriffen und filmisch in die heutige Zeit transportiert. Moderne Actionfilme wie *John Wick* scheinen zunächst keinen Zusammenhang mit diesen Geschichten aufzuweisen.

In dem Film geht es um einen Mann, der nichts mehr zu verlieren hat. Er beginnt einen Rachezug gegen die organisierte Unterwelt und hinterlässt dabei eine Schneise der Verwüstung. Typische Märchenfiguren wie Fabelwesen, Zauberer oder Kinder, die wunderbare Geschichten erleben, spielen bei *John Wick* keine Rolle. Doch letztendlich sind die Strukturen und Muster dieses Films denen von Märchen sehr ähnlich. In beiden durchlaufen die dargestellten Helden Krisen, die Heranwachsenden als Schablone für eigene Entwicklungsaufgaben dienen können. Mittels gewalt-

haltiger Darstellungen können beide Formate dazu beitragen, dass Rezipienten sich gedanklich mit der Frage auseinandersetzen, bis zu welchem Grad Gewalt zu rechtfertigen oder abzulehnen ist. Auch das zugrunde liegende Moralverständnis ist ein ähnliches.

### Suche nach Vorbildern

Im Laufe des Lebens müssen Menschen immer wieder Krisen überwinden, um sich persönlich weiterzuentwickeln. Dafür bedienen sich Heranwachsende solcher Rollenvorbilder, mit denen sie sich identifizieren können und die als Vergleichsplattform für Identitätskonstruktionen dienen (vgl. Klein 2013, S. 20). Vorbilder bieten uns eine Form der Sinnerfüllung. Durch das Hineinversetzen in die vorgelebten Rollen können wir uns Bedürfnisse erfüllen, die das reale Leben nicht ermöglicht oder die wir uns selbst verbieten (vgl. Süß/Hipeli 2010, S. 147). In der zunehmend individualisierten Gesellschaft, in der soziale Sicherheiten und traditionelle Orientierungsquellen wie Kirche, Beruf und Politik als Sozialisationsinstanzen an Bedeutung verloren haben, bieten sich besonders Medien als Orientierungsquelle für Identitätskonstruktionen an (vgl. Schorb 2010, S. 126f.).

Märchen bieten zahlreiche solcher Identifikationsmöglichkeiten. Aladin, der Held in dem orientalischen Märchen *Aladin und die Wunderlampe*, besiegt einen bösen Zauberer, erlangt mithilfe von Magie Wohlstand und findet seine Liebe. Aschenputtel gelingt es aus einfachen Lebensverhältnissen heraus, die Gunst eines Prinzen zu gewinnen und sich mit ihm zu vermählen. Gerade diese Zuneigung und Anerkennung sowie der gesellschaftliche Aufstieg, der oftmals auch mit Wohlstand einhergeht, machen diese Märchenfiguren zu Vorbildern für Heranwachsende.

Auch der filmische Hauptcharakter John Wick bietet sich als Identifikationsfigur für Jugendliche an. Er verfügt über materiellen Reichtum, besitzt Statussymbole wie z. B. seinen Ford Mustang, er übt Macht über andere aus und erfährt dabei Ehrfurcht und Respekt. Solche materiellen und personellen Merkmale scheinen gerade für jüngere, männliche Heranwachsende einen Identifikationsanreiz zu schaffen. Vor allem an den Entwicklungsaufgaben, die der Hauptcharakter durchläuft, ist das zu erkennen.

John Wick



## Bewältigung von Krisen

Zu diesen Entwicklungsaufgaben der entsprechenden Altersgruppe zählt besonders die Suche nach einer eigenen, von den Eltern unabhängigen Identität, die mit der Ablösung vom Elternhaus und der Schaffung einer neuen Bezugsgruppe einhergeht.

Diese Auseinandersetzung findet sich in vielen Märchen wieder (vgl. Bettelheim 1994, S. 143ff.). In dem tschechischen Märchen *Der Prinz und der Abendstern* löst sich der Prinz vom elterlichen Königshaus ab und vermählt

sov, ein Anführer eines kriminellen Syndikats, übernimmt quasi eine Vaterrolle. Dies wird in einer Erzählung Tarasovs deutlich: „Then suddenly one day he [John] asked to leave. It's over a woman, of course. So I made a deal with him. I gave him an impossible task. A job no one could have pulled off“ (Filmzitat).

Wick musste sich in der Vergangenheit von ihm lösen, um eine eigene Familie mit Frau zu gründen. Tarasov missfiel dies, also gab er ihm eine scheinbar unlösbare Aufgabe, die er jedoch bewältigen konnte. Die neu gegründete Familie ist allerdings durch den Tod seiner

tremen Verhaltensweisen verbunden sind, zu erproben und auszuleben. Daher werden häufig Medien genutzt, um sich gedanklich mit Geschehnissen auseinandersetzen zu können, die man real nicht erlebt. Dies kann beim Aufbau eines eigenen Wertesystems hilfreich sein. Dass das Interesse nach brutalen oder gewalttätigen Medieninhalten bei männlichen Jugendlichen keine Seltenheit ist, lässt sich in den Umfragen im Rahmen der *JIM-Studie* leicht belegen (vgl. MPFS 2015, S. 45).

Der Film *John Wick* scheint dabei als Musterbeispiel für einen gewaltgeladenen Action-

John Wick



sich mit einer Prinzessin. Diese wird entführt und er muss mehrere Aufgaben bestreiten, um sie zurückzugewinnen. Beim *Tapferen Schneiderlein* der Gebrüder Grimm lässt sich ein ähnliches Muster erkennen. Ein König verspricht dem Schneider die Hand seiner Tochter. Allerdings muss dieser drei Prüfungen bestehen, um die Prinzessin heiraten zu können.

Für John Wick spielen Konflikte, die sich mit der Suche nach einer eigenen Identität und dem Verlust, der Suche und der Abkapselung von Bezugspersonen befassen, auch eine entscheidende Rolle. Wick verliert zu Beginn des Films seine Frau und sein Auto. Selbst sein Hund, welcher für ihn die letzte emotionale Bezugsmöglichkeit darstellt, wird ihm genommen. Infolgedessen muss er sich gezwungenermaßen mit Personen auseinandersetzen, die für ihn in der Vergangenheit eine familiäre Funktion übernahmen. Sein Rivale Viggo Tara-

Frau gescheitert. Wick muss sich daher erneut mit Tarasov auseinandersetzen, mit seiner Identität als Mann, die über das Verhältnis von ihm zu einer Vaterfigur bestimmbar ist (vgl. Bly 1990, S. 169ff.). Diese Annahme einer stellvertretenden Vaterrolle kann darin bestärkt werden, dass Tarasov John seinem eigenen Sohn vorzieht: „John is a man of focus, commitment, sheer will... something you know very little about“ (Filmzitat).

### Gewaltdarstellungen in den Medien

Märchen und Actionfilme können auch dazu genutzt werden, die „Grenzen von legitimer und illegitimer Gewalt“ (Mikos 1995, S. 169) anhand der in den Medien ausgeübten Gewalt auszuloten. Das Leben in einer Gemeinschaft bietet den meisten Leuten keinen Platz, um eigene Grenzen oder Phantasien, die mit ex-

film zu gelten, in dem Verhaltensweisen dargestellt werden, die real nicht erprobt werden können. Schusswaffengebrauch, Körperverletzung und Mord bestimmen den Handlungsverlauf wesentlich mit. Auch in Märchen spielen Formen der Gewalt und extremer Verhaltensweisen eine Rolle. Geschichten über Verbrechen und Gewalt erzeugen dabei laut Wintersteiner (2004, S. 5) eine Atmosphäre von Unwirklichkeit, die für Märchen sehr typisch ist. Ein Beispiel hierfür ist Ali Baba, dessen Bruder von einer Horde Räuber gevierteilt wird, da er ihren Schatz stehlen wollte. Die meisten der Räuber werden wiederum von einer Sklavin, die Ali Baba zur Seite steht, mit siedendem Öl ermordet. Körperliche Gewalt ist in diesem Märchen das ausschlaggebende Instrument, um den eigenen Willen gegenüber anderen durchzusetzen.



## Belohnung der Guten, Bestrafung der Bösen

Eine weitere Analogie zwischen Märchen und Actionfilmen besteht in der Reduktion der komplexen Realität auf einfache und für eine breite Zielgruppe nachvollziehbare moralische Prinzipien, einer klaren Differenzierung zwischen Gut und Böse. Gerade bei Märchen wird meist auf eine ambivalente Darstellung der Charaktere verzichtet (vgl. Bucher 2004, S. 36f.). Diese klare Zuordnung ermöglicht es Kindern, sich frühzeitig im Geschehen mit den guten Charakteren zu identifizieren und die bösen Gestalten abzulehnen. Vor allem jüngere Kinder können durch facettenreichere Persönlichkeitsstrukturen überfordert werden.

Laut Bettelheim (1994, S. 163ff.) kann dabei „der Gerechtigkeit des Märchens“ nur dann Genüge getan werden, wenn die Guten für ihr Handeln belohnt und die Bösen vernichtet oder zumindest bestraft werden. Eine Belohnung des Guten ohne eine Bestrafung des Bösen scheint dabei nicht ausreichend zu sein. Die Fortdauer des Bösen würde eine ständige Bedrohung darstellen und dem kindlichen Gerechtigkeitsempfinden nicht genügen. Bei *Ali Baba* werden die Räuber mit dem Tod bestraft, während die Sklavin ihre Freiheit gewinnt und einen Ehemann findet. In Grimms Märchen *Der Teufel mit den drei goldenen Haaren* wird der Bösewicht in Form eines habgierigen Königs dargestellt, der Kindern das Leben nimmt. Zur Strafe wird er in die Hölle verdammt und muss dort als Fährmann arbeiten. Der Held der Geschichte, das Glückskind, wird mit Gold beladenen Eseln belohnt.

Bei *John Wick* ist ebenfalls eine starke Polarisierung erkennbar. Im Laufe des Films werden dem Zuschauer viele Anlässe gegeben, mit dem Hauptcharakter zu sympathisieren und seine Kontrahenten abzulehnen. Der Tod von Wicks Frau zu Beginn des Films lässt bereits Mitgefühl für den Hauptcharakter entstehen. Der eigennützige Diebstahl des Autos und der sinnlose Mord des liebenswürdigen Hundes führen dagegen zu einer Abneigung gegenüber seinen Gegenspielern. Auch die für Märchen typische Belohnung des Guten und die Bestrafung des Bösen spielen in dem Film eine zentrale Rolle. Wicks Rivale Viggo Tarasov und dessen Sohn müssen für ihre Vergehen mit dem Leben bezahlen – so wie viele weitere Anhänger von Tarasovs Syndikat. Wick selbst sieht sich im Laufe des Films mehreren

Situationen ausgesetzt, in denen er in Lebensgefahr schwebt, aber frei nach dem Slogan: „Wer Gutes tut, hat kein Leid zu befürchten“, kann er sich stets aus den scheinbar hoffnungslosen Situationen befreien. Nachdem der Gerechtigkeit am Ende Genüge getan wurde, belohnt sich Wick mit einem neuen Hundewelpen selbst.

## Fazit

Die Bedeutungen und Botschaften von Märchen erschließen sich dem Betrachter nie direkt und unmittelbar. Sie sind stets eingebettet in Geschichten von Fabelwesen, sprechenden Tieren, teuflischen Bösewichten oder braven Kindern, die für ihre guten Taten belohnt und für ihre Schandtaten bestraft werden. Die Figuren durchlaufen häufig Entwicklungsprozesse, mit denen sich Heranwachsende auseinandersetzen müssen; sie bieten sich daher als Vorbildrolle an. Actionfilme wie *John Wick* ähneln dieser Grundstruktur. Er repräsentiert das Gute und vernichtet kompromisslos das Böse.

## Literatur:

**Bettelheim, B.:**  
*Kinder brauchen Märchen.* München 1994

**Bly, R.:**  
*Eisenhans: ein Buch über Männer.* München 1990

**Bucher A.:**  
*Stehlen ist böse, auch wenn Gott es erlauben würde. Kinder und das Böse.* In: W. Ritter/M. Pohlmann (Hrsg.): *Gut oder böse? Urteilsbildung in Schule und Gemeinde.* Göttingen 2004, S. 33–44

**Klein, C.:**  
*Die Bedeutung medialer Vorbilder im Laufe des Lebens.* In: tv diskurs, Ausgabe 65, 3/2013, S. 18–23

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.):**  
*JIM-Studie 2015. Jugend, Information, (Multi-)Media.* Stuttgart 2015

## Mikos, L.:

*Zur Faszination von Action- und Horrorfilmen.* In: M. Friedrichsen/V. Gerhard (Hrsg.): *Gewaltdarstellungen in den Medien.* Opladen 1995, S. 166–193

## Schorb, B.:

*Medienalltag und Jugend.* In: P. Bauer/H. Hoffmann/K. Mayrberger (Hrsg.): *Fokus Medienpädagogik – Aktuelle Forschungs- und Handlungsfelder.* München 2010, S. 117–134

## Süss, D./Hipeli, E.:

*Medien im Jugendalter.* In: R. Vollbrecht/C. Wegener (Hrsg.): *Handbuch Mediensozialisation.* Wiesbaden 2010, S. 142–150

## Wintersteiner, W.:

*Moderne Märchen.* In: ide – Informationen zur deutschdidaktik. Zeitschrift für den Deutschunterricht in Wissenschaft und Schule, 2/2004, S. 5–7

Jan Hellriegel  
ist wissenschaftlicher  
Mitarbeiter an der  
Technischen Universität  
Kaiserslautern mit den  
Forschungsschwerpunkten  
„E-Learning“ und  
„Medienpädagogik“.



Thomas Prescher  
ist wissenschaftlicher  
Mitarbeiter an der  
Technischen Universität  
Kaiserslautern mit den  
Forschungsschwerpunkten  
„Strategisches Bildungs-  
und Kompetenz-  
management“, „Intuitive  
Pädagogik“ und „Ökologie  
des Selbst“.







# Motivation Hoffnung

## Die Bedeutung der Medien für unser Weltbild

Den Medien wird oft unterstellt, vor allem negative Nachrichten zu verbreiten. Dies ist jedoch nur ein Teil der Wahrheit. Ob Finanzkrise, Flüchtlingsproblematik oder Terrorismus: Neben der Darstellung des Schrecklichen werden immer auch Pläne und Personen präsentiert, die Auswege aus dem Desaster bieten können. Es ist schon fast Tradition in Deutschland, dass die Außenminister bezüglich ihrer Sympathiewerte in Umfragen immer vorne liegen, weil sie trotz aller Krisen und Konflikte nicht aufgeben, sondern auch bei anscheinend unlösbaren Problemen zwischen den Kontrahenten vermitteln und immer neue Pläne für eine Lösung der Krise versuchen zu zimmern. Die Hoffnung stirbt bekanntlich zuletzt.

Der Psychologe und Psychotherapeut Dr. Rolf Merkle berichtet über einen Patienten, den Ärzte mit der Diagnose „Leberkrebs im Endstadium“ und der Nachricht konfrontiert hatten, dass er nur noch wenige Monate zu leben habe. Von Tag zu Tag wurde er schwächer, bis er schließlich starb. Bei der Obduktion stellte sich heraus, dass die Diagnose falsch gewesen war. Der Patient litt nicht an Krebs. Er starb, weil er davon überzeugt war, dem Tod geweiht zu sein. Dieses Beispiel zeigt: Hoffnung bestimmt unser Handeln und unser Sein. Wenn wir nicht daran glauben,

dass der Fischbestand der Weltmeere zu retten und der Klimawandel aufhaltbar ist, werden wir dann etwas an unserem Konsumverhalten ändern? Wenn wir nicht daran glauben, dass die Tage etwas Gutes für uns bereithalten und unser Tun einen Sinn hat, werden wir dann die Kraft finden, morgens aufzustehen? Wenn wir nicht daran glauben, dass ein friedliches Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher Nationen, Religionen und Kulturen möglich ist, werden wir dann etwas dafür tun?

„Es kommt darauf an, das Hoffen zu lernen“, schreibt Ernst Bloch in seinem Buch *Das Prinzip Hoffnung*. Kann das angesichts der Kriegs-, Terror- und Unglücksmeldungen gelingen? Ist die Welt, in der wir leben, tatsächlich so schlecht, sind die Zeiten wirklich so unsicher? Schon in den Märchen haben wir gelernt, dass am Ende trotz düsterer Aussichten dann doch das Gute siegt. Und so ist mit aller Tragik, die heute medial vermittelt wird, immer auch eine mögliche Lösung verbunden – und damit die Hoffnung gegeben, dass die Dinge besser werden (können). *tv diskurs* begibt sich in dieser Ausgabe auf Spurensuche, welche Ansätze der Hoffnung sich aktuell in den Medien finden.

Alexander Grau

# Hoffnung

Es gibt die unterschiedlichsten Formen von Hoffnung. So gibt es berechnete oder weniger berechnete Hoffnung. Und es gibt die transrationale, die religiöse Hoffnung. Diese Hoffnung auf das vollkommen andere, auf das alle Wirklichkeit Übersteigende, findet sich nach der Aufklärung in den großen Ideologien und ihren gesellschaftlichen Utopien wieder. Doch diese Träume von der ganz anderen Welt erwiesen sich als überaus blutig. Da wir aber offensichtlich auf Utopie nicht verzichten können, hat sich dieser Hoffnungsdiskurs in die Medien und deren Formate ausgelagert.

„No Future“, sangen 1977 die „Sex Pistols“ in ihrem Song *God Save the Queen*. Der Slogan ging um die Welt. Was die „Pistols“ revolutionär gemeint hatten, dass nämlich die herrschende Klasse keine Zukunft mehr habe, wurde als Ausdruck von Pessimismus und Fatalismus missverstanden und als Freibrief interpretiert, um sein Leben dem Dosenbier zu widmen.

Das mag auch daran liegen, dass der Mensch von Natur aus zum Pessimismus neigt. Denn Pessimismus ist gesund. Wer in finsterner Vergangenheit optimistisch und frohgemut einem Säbelzahn tiger gegenübertrat, hatte eventuell ein kurzes Leben. So gesehen, sind wir alle Nachkommen von Menschen, die mit einer gewissen Skepsis ans Tagewerk gegangen sind. Das prägt.

Andererseits ist vollkommene Hoffnungslosigkeit auch nicht gerade inspirierend. Und das liegt nicht nur daran, dass der Weg von ihr zur Larmoyanz recht kurz ist. Leben bedeutet Risiko. Jede Straßenüberquerung kann mit ein bisschen Pech die letzte sein. Dennoch überqueren wir munter auch die dicht befahrensten Hauptstraßen. Schwarzseher werten das als naiven Leichtsinn, doch die weitaus meisten vertrauen darauf, dass die Sache schon gut ausgeht.

Ohne Hoffnung geht es nicht, könnte man daher argumentieren. Aber: Ist „Hoffnung“ nicht etwas hoch gegriffen für die Erwartung, unbeschadet die andere Straßenseite zu erreichen? „Hoffnung“ bezieht sich in unserer Alltagssprache ja eher auf Dinge, deren Eintreten nicht selbstverständlich ist. Hoffnung richtet sich auf ein Durchbrechen der Routine, auf das Außergewöhnliche. Man hofft auf den guten Ausgang einer Himalaja-Expedition, aber nicht darauf, morgens heil ins Büro zu kommen, auch wenn wir das manchmal so dahersagen.

0,000007 %

Bevor man über die Hoffnung nachdenkt und darüber, was sie in unserer modernen Kultur und für unsere Gesellschaft bedeutet, kann es hilfreich sein, sich zunächst klarzumachen, was genau wir unter „Hoffnung“ verstehen.

Denn Hoffnung hat viele Facetten: Ganz allgemein könnte man unter Hoffnung die Erwartung auf das Eintreten eines gewünschten Ereignisses verstehen. Aber das ist natürlich zu weit gefasst. Denn wie gesagt: Damit aus einer Erwartung tatsächlich eine Hoffnung wird, muss das erwartete Ereignis nicht nur erwünscht sein, sondern zudem ungewöhnlich. Niemand hofft, dass morgen die Sonne aufgeht. Wir gehen einfach davon aus.

Eine andere Frage ist, wie unwahrscheinlich eine Erwartung tatsächlich sein darf, um sie noch sinnvollerweise „Hoffnung“ zu nennen. Verräterisch ist, dass wir uns im Zweifelsfall der Formel von der „berechtigten Hoffnung“ bedienen. Für die alltagssprachliche Intuition gibt es also sinnvolle, weniger sinnvolle und ganz und gar ausschließende Hoffnung.

Nehmen wir das Beispiel eines Lottogewinns. Machen wir uns tatsächlich Hoffnung, im Lotto zu gewinnen? Die Wahrscheinlichkeit, sechs Richtige im Lotto zu tippen, beträgt 0,000007 %. Das ist verdammt wenig. Dennoch nehmen laut Umfragen ca. 10 Mio. Menschen regelmäßig an dem Glücksspiel teil. Und wer wöchentlich gewisse Beträge in dieses Spiel investiert, hat wohl die – wenn auch äußerst vage und wenig realistische – Hoffnung, zumindest theoretisch gewinnen zu können.

Anders ausgedrückt: Wir haben Hoffnung, solange eine rational begründbare, man könnte auch sagen: berechenbare Erwartung auf den positiven Ausgang einer Handlung oder eines Ereignisses besteht – und sei sie noch so gering. Aber wie sieht es aus, wenn diese Erwartung nicht mehr besteht? Können wir dann noch sinnvoll von Hoffnung reden? Das kommt drauf an.

### Der Anker

„Nun aber bleiben Glaube, Hoffnung, Liebe, diese drei“. So steht es bei Paulus, in seinem ersten Brief an die Gemeinde in Korinth. Die Hoffnung gehört somit zu den drei christlichen Kardinaltugenden. Symbolisiert wird sie durch einen Anker.

Warum ein Anker? Die Antwort findet sich im Hebräerbrief, der nicht von Paulus, sondern von einem unbekanntem Verfasser stammt. Dieser schreibt, dass Gott in Jesus seinem Bund mit den Menschen einen zweiten Eid hinzugefügt habe, sodass wir „halten an der angebotenen Hoffnung, welche wir haben als einen sichern und festen Anker unsrer Seele“. (Hebr 6, 19)

Ein Anker hält ein Schiff im Hafen, auch bei stürmischer See. In den Seefahrerkulturen des Mittelmeeres galt der Anker daher schon immer als ein Symbol der Hoffnung. Doch für Christen der Antike war der Anker mehr, denn ein Anker besteht vor allem aus einem Kreuz.

Die Hoffnung, die der Anker symbolisch darstellt, war somit keine profane Hoffnung – auf ein gutes Leben etwa, auf eine gute Ernte oder auf Frieden. Der Anker steht im Christentum für die Hoffnung auf die Wiederkehr Christi, die Erlösung.

Diese Form religiöser und eschatologischer Hoffnung ist für die meisten Menschen der Moderne nur schwer nachvollziehbar. Doch Aufklärung und Säkularisierung haben noch tiefere Spuren hinterlassen. Selbst in ihrer säkularisierten Form – der Hoffnung auf das Unmögliche – ist uns die Hoffnung fremd geworden.

Der Grund: Wir glauben an keine Wunder mehr. Hoffnung muss sich, um noch sinnvoll zu sein, für den modernen Menschen an sachliche Erwartungen knüpfen. Menschen, denen nur noch die Hoffnung bleibt, haben alle Hoffnung aufgegeben – so etwa die durchaus einsichtige Haltung des Menschen der Moderne. Man könnte auch sagen: Den letzten Anker haben wir nicht mehr.

### Das Noch-nicht-Bewusste

Aber, könnte man jetzt einwenden, ist es nicht so, dass wir vielleicht die religiöse Hoffnung verloren haben, so wie uns andere Kategorien des Religiösen verloren gegangen sind, dass aber die Hoffnung in säkularen Ersatzreligionen, mithin in Ideologien überlebt hat? Etwa in der Hoffnung auf eine bessere Welt, auf mehr Gerechtigkeit oder was man sonst herbeisehnt?

Genau an diesem Punkt hätte Ernst Bloch eingehakt. Bloch war Marxist und mit einem ausgeprägten Selbstbewusstsein gesegnet. Als junger Philosoph sah er sich als eine Art Messias. Schon in seiner Promotion befasste er sich – beeinflusst auch durch die Wandervogelbewegung vor dem Ersten Weltkrieg – mit dem utopischen Denken.

Bloch wurde 1885 als Sohn einer jüdischen Familie in Ludwigs-hafen geboren. Zunächst studierte er in München, später in Würzburg, um dann nach Berlin zu gehen.

Nach Hitlers Machtergreifung immigrierte Bloch in die Schweiz, später nach Prag. Wie viele marxistische Intellektuelle verteidigte er Stalins Schauprozesse und „Säuberungen“. Als die Wehrmacht drohte, in Prag einzumarschieren, floh Bloch allerdings nicht in die Sowjetunion, sondern in die USA. Dort schrieb er sein Hauptwerk: *Das Prinzip Hoffnung*.

Dort macht Bloch die Hoffnung als eine zentrale Kategorie menschlicher Existenz aus. Allerdings meint Bloch mit Hoffnung nicht die rationale Erwartung auf dieses oder jenes konkrete Ereignis, sondern eine vorbewusste und unbewusste Gestimmtheit. Bloch spricht vom „Noch-nicht-Bewussten“.

Doch als Marxist ist Bloch Materialist. Als solcher sieht er, anders als Freud, nicht die Libido als Grundtrieb des Menschen, sondern durchaus realistisch: den Hunger. Der ist zwar ein durchaus bewusster Antrieb, kann uns allerdings dabei helfen, unbewusst Utopien reifen zu lassen – etwa die einer Gesellschaft ohne Hunger. Vor allem aber hilft er, die Idee der Utopie selbst hervorzubringen. So wird aus dem Hunger die Vorstellung von einer besseren Welt.

Aufgrund dieser anthropologischen Grundausstattung versteht Bloch den Menschen als ein Wesen, das noch nicht Vorhandenes erträumt und auf einen Wandel zum Besseren hofft. Das Mögliche, das zukünftig eintreten kann, unterscheidet er in das – jetzt wird es kompliziert – formal Mögliche, das sachlich-objektiv Mögliche, das sachhaft-objektgemäß Mögliche und das objektiv-real Mögliche.

Von ideologischer Relevanz ist dabei nur die letzte Kategorie, da sie dialektische historische Prozesse umfasst und die Geschichte für Bloch jener Ort ist, an dem sich die Utopie einer klassenlosen Gesellschaft am Ende herausprozessieren wird.

Allerdings versteht Bloch dieses Ideal nicht platt marxistisch, sondern reichert es mit Versatzstücken messianischen Denkens an. Erst wenn der Mensch sich ohne Entäußerung und Entfremdung in einer wahrhaften Demokratie wiederfindet, dann erreicht er den Ort, an dem er noch niemals war. Diesen Ort nennt Bloch emphatisch „Heimat“, das Ziel aller Hoffnung.

Die Geschichte, die Bloch erzählt, ist eine Heilsgeschichte, die versucht, dem jüdisch-christlichen Hoffnungsgehalt eine moderne Anmutung zu geben. Der Fehler dabei: Wie alle Ideologen unterstellte er eine Art heimlichen Konsens darüber, worauf Menschen eigentlich hoffen – ungeachtet ihrer tatsächlichen Hoffnungen und unter Missachtung ihrer individuellen Neigungen.

Wie sehr Bloch in religiösen Fahrwassern schippert, wird klar, wenn man ihm Gabriel Marcel entgegenhält. Marcel war Katholik, bewegte sich aber in stark protestantisch geprägten Denktraditionen – insbesondere Søren Kierkegaards. Auch für Marcel geht es um die Überwindung von Entfremdung und Entäußerung, nur unter explizit christlichen Vorzeichen. Die Hoffnung ist ihm „eine Verfügbarkeit der Seele“, die ihn zu einer von Gott erfüllten Wirklichkeit führt. Die aber unterscheidet sich in ihrer konkreten Ausgestaltung kaum von der „Heimat“ Blochs. Marcel beschreibt sie als eine Disposition, die uns vor der Verzweiflung bewahrt, die für ihn der sich selbst bewusste – also von Gott entfremdete – Müßiggang darstellt.



**»Es gehört zum Wesen der Hoffnung, daß sie enttäuscht werden kann, sonst wäre sie ja Zuversicht.«**

Ernst Bloch (1885 – 1977)

## Ein neuer Hoffnungsort

Bei so viel religiöser Schwärmerei greift man fast zwanghaft zu Nietzsche. Dort kann man lesen: Die Hoffnung „ist in Wahrheit das übelste aller Übel, weil sie die Qual der Menschen verlängert“ (*Menschliches, Allzumenschliches I*, § 71).

Aber Nietzsche hat natürlich nichts gegen die Hoffnung. Was seinen beißenden Spott hervorrief, war die religiöse Hoffnung. Religiöse Hoffnung ist für Nietzsche nichts anderes als ein Eiapoieia für die Gescheiterten, denn „irgendwann einmal nämlich wollen auch sie [H. i. O.] die Starken sein, [...] irgendwann soll auch *ihr* [H. i. O.] ‚Reich‘ kommen“ (*Genealogie der Moral I*, § 15). Der Grund: „Die starke *Hoffnung* [H. i. O.] ist ein viel größeres Stimulans des Lebens, als irgend ein einzelnes wirklich eintretendes Glück. Man muss Leidende durch eine Hoffnung aufrecht erhalten, welcher durch keine Wirklichkeit widersprochen werden kann“ (*Der Antichrist*, § 23).

Dieser christlichen und aus seiner Sicht nihilistischen Hoffnung setzt Nietzsche die Hoffnung entgegen, die der Mensch der Zukunft haben wird, „dieser Besieger Gottes und des Nichts“ (*Genealogie der Moral II*, § 25). Soll heißen: Die wahre Hoffnung ist irdisch und diesseitig.

Keine Frage: Nietzsche hatte ein geniales Gespür für die Kultur und die Psyche der Menschen seiner Zeit. Und er hatte die intellektuelle Härte, die sich abzeichnenden Entwicklungen konsequent zu Ende zu denken. Kaum einer antizipierte das kulturelle und moralische Klima unserer Moderne treffender.

Doch einen Punkt konnte er nicht vorhersehen: Die religiöse Hoffnung ist in unserer verweltlichten Gesellschaft nicht verschwunden, sie hat sich nur einen neuen Ort gesucht: die Medien. Hoffnungsdiskurse werden heutzutage nicht von Kanzeln oder im Gottesdienst oder Gebet geführt, sondern in elektronischen Massenmedien.

Hier, in Fernsehramen, Komödien, Science-Fiction-Filmen oder historischen Epen, finden wir formelhaft die Hoffnung auf das ganz Unmögliche, die Sehnsucht nach dem ganz und gar Unrealistischen, die Verwirklichung der kleinen und großen Utopien – sei es die ganz, ganz große Liebe, ewige Freundschaft, bedingungslose Solidarität, übermenschlicher Mut, umfassende Menschlichkeit oder was auch immer.

Es ist die fiktionale Welt des „bigger than life“, die noch Platz hat für das, was einmal die religiöse Hoffnung war, eine Hoffnung gegen alle Vernunft und gegen jedes Kalkül. Und vielleicht ist es ein Zeichen für unsere umfassende Säkularisierung, dass selbst in fiktionalen Formaten der Realismus Einzug gehalten hat, die Ironie und der Zynismus. Die ganz große Hoffnung bietet nur noch Stoffe für kitschige Massenunterhaltung – wenn überhaupt.

Wie sehr die das Weltliche übersteigende Hoffnung in die Sphäre des Medialen ausgewandert ist, zeigen daher Formate und Genres, die für sich Sachlichkeit beanspruchen. Spätestens wenn nach einem vermutlichen Verbrechen der Polizeisprecher auf einer Pressekonferenz verkündet, man werde „die Hoffnung nicht aufgeben“, spürt man, dass hier eine transrationale und quasireligiöse Hoffnung konstituiert wird, die es ohne die mediale Berichterstattung nicht gäbe.

Medien bieten also nicht nur traditionellen Hoffnungserzählungen ein kulturelles Refugium. Sie generieren vor allem qua Berichterstattung über Unglücke und Schicksale eine weltjenseitige Hoff-

nung, die wir im realen Leben schon lange verloren haben. Ob diese medial inszenierte Hoffnung ein Segen ist oder doch manchmal mehr nüchterner Realismus nottäte, sei einmal dahingestellt. Klar scheint jedoch zu sein, dass die Sehnsucht nach der transrationalen, der alles übersteigenden Hoffnung auch Anfang des 21. Jahrhunderts noch so groß ist, dass wir sie zumindest als mediales Zitat nicht missen wollen.

### Literatur:

**Bloch, E.:**  
*Das Prinzip Hoffnung.*  
Frankfurt am Main 1982

**Marcel, G.:**  
*Philosophie der Hoffnung.*  
München 1957

**Nietzsche, F. W.:**  
*Der Antichrist.*  
Bern 2015

**Nietzsche, F. W.:**  
*Menschliches, Allzumenschliches.*  
Hamburg 2013

**Nietzsche, F. W.:**  
*Zur Genealogie der Moral.*  
1887

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



Thomas Hestermann

# Das Grauen der Nachrichten und die Sehnsucht nach dem Positiven

Fernsehnachrichten zeigen vor allem Probleme, Streit und Hass. Drastische Schreckensbilder dienen als Ikonen der Gefahr. Ein neuer Trend läuft dem zuwider – mit positiven TV-Nachrichten, „constructive news“.

Erinnern Sie sich noch an den 9. Mai 2014? Das war der Tag, an dem Deutschland debattierte: „Wer stoppt die Gewaltexzesse unter jungen Menschen?“ Zumindest machten die SAT.1-Nachrichten dieses Abends glauben, die Diskussion habe das ganze Land erfasst. „Wieder ein schockierendes Handyvideo, das sich im Netz rasend schnell verbreitet“, kündigte Moderator Marc Bator drastische Bilder an. „Wieder eine Prügelattacke. Diesmal in Wilhelmshaven. Und wieder sind Opfer und Täter Teenager.“

Diese Anmoderation und der Beitrag stehen für den Bauplan einer Gewaltberichterstattung, die dramatisiert, um möglichst viele Zuschauer zu erreichen. Deren wichtigstes Element ist das sichtbare Beispiel. Dabei klingt das Entsetzen darüber, dass Jugendliche ihre eigenen Gewalttaten filmen, bigott – schließlich liefern diese Bilder erst das Material, mit dem Schreckensgeschichten wie diese erzählt werden.

Damit der Einzelfall an Wucht gewinnt, gilt es, deutlich zu machen, dass der Einzelfall gerade keiner sei. So wird die Gewalttat zum Ausdruck eines Trends erklärt – dies ist der „Schon-wieder-ismus“ der Medien. Auch die angeblich allumfassende Wirkung der gezeigten Gewalttat steht im Zeichen einer Entgrenzung des Schreckens. Die angeblichen emotionalen Erdbeben selbst werden zum Thema. Die üblichen Wendungen dafür sind: eine Stadt in Trauer. Eltern in Angst. „Eine brutale Prügelattacke von Jugendlichen schockiert Deutschland“ – das zumindest sollen Beiträge wie der vom 9. Mai 2014 in den SAT.1-Nachrichten vermitteln und damit möglichst starke Gefühle auslösen.

Der Beitrag endet mit dem Ruf nach Konsequenzen. Jugendrichter Andreas Müller kommt zu Wort: „Wir brauchen schnellere Verfahren. Wir müssen unsere Konzentration auf Intensivtäter richten.“ So wird die Einzeltat zum Beleg dafür, dass die Justiz umsteuern müsse, vielfach auch dafür, dass härtere Gesetze nötig seien. Wer stoppt die Gewaltexzesse? Der Staat soll es richten, als würden här-

tere Gesetze tatsächlich gewaltbereite Jugendliche davon abhalten, andere zu quälen. Am Ende führt das Konstrukt von Wirklichkeit dazu, dass sich die Wirklichkeit tatsächlich verändert.

## Schockvideo in der *Tagesschau*

Die Berichterstattung über Gewaltkriminalität steht gelegentlich unter dem Verdacht, sie sei besonders blutrünstig. Das Gegenteil ist der Fall – meist hat sie nichts von der Nahsicht, die etwa der sonntägliche *Tatort* von Verbrechen liefert. In der Regel können die Fernsehberichte über Verbrechen nichts anderes zeigen als Blaulicht, das Flatterband, mit dem der *Tatort* weiträumig umspannt ist, die Spurensicherung der Polizei. Die seltene Ausnahme besteht in bewegten Bildern, die entweder absichtsvoll von den Tätern selbst oder von zufälligen Beobachtern der Tat produziert worden sind. Diese Verfügbarkeit von Filmen erweist sich als verführerisch für Medienschaffende – selbst für die Redaktion der so seriösen *Tagesschau*.

„Das hat heute niemanden kaltgelassen“, schreibt *Tagesschau*-Chefredakteur Kai Gniffke am 7. Januar 2014 – dem Tag, an dem islamistische Terroristen die Redaktion des französischen Satiremagazins „Charlie Hebdo“ stürmten. Sie töteten elf Menschen und erschossen auf der Straße einen bereits am Boden liegenden, wehrlosen Polizisten. Ein Anwohner, alarmiert durch die Schüsse, filmte mit seinem Handy mit. Kurz darauf stellte er das 42-sekündige Video ins Netz – „ein dummer Reflex“, wie er später der Nachrichtenagentur AP sagte.

„Das Video von der Tötung des Polizisten auf offener Straße macht deutlich, wie kaltblütig und menschenverachtend die Täter vorgegangen sind. Man bekommt in einer Nachrichtenredaktion über die Jahre so einiges zu sehen. Dieses Video hat auch erfahrene Kollegen richtig geschockt“, berichtet Kai Gniffke im *Tagesschau*-Blog. „Umso heikler die Frage: Kann, darf oder muss man das zeigen?“

**JE SUIS  
CHARLIE**



## Gewaltbilder als Statement

Die Redaktion beschließt, die Aufnahme zu zeigen, wenn auch das Opfer unscharf. Ein klarer Verstoß gegen die selbst gesetzte Regel, keine sterbenden Menschen und keine Nahaufnahmen von Verletzten und Toten zu zeigen (vgl. Hummelmeier 2012, S. 84). „Wir sind generell sehr zurückhaltend bei der Auswahl von Gewaltdarstellungen“, schreibt Chefredakteur Gniffke und begründet, warum die *Tagesschau* davon hier abgewichen ist: „Aber das, was sich in den Redaktionsräumen von ‚Charlie Hebdo‘ abgespielt haben muss, ist so unfassbar grausam, dass mir diese Szene angemessen erschien, um den Menschen einen Eindruck von der Skrupellosigkeit der Täter zu geben. Und es ist die Dimension des Verbrechen, die heute für mich die Grenze ein kleines Stück verrückt hat. Dabei meine ich die politische Dimension, die Zahl der Opfer und die Grausamkeit der Tat.“

Es sei eine Gratwanderung – auch mit Blick auf ein junges Publikum, das sehr genau spüre, dass diese Bilder keine Fiktion seien. Aber es sei der Redaktion nicht zuletzt auch darum gegangen, Position zu beziehen: „Heute geht ein Signal von *ARD-aktuell* in Hamburg nach Frankreich: *Nous sommes Charlie!*“ (Gniffke 2015).

Ist es die Aufgabe einer Nachrichtenredaktion, ihre Bildauswahl als Statement gegen terroristische Gewalt zu verstehen? Dabei darf bezweifelt werden, ob Gewaltbilder tatsächlich die gewünschte abschreckende Wirkung entfalten. Auch als sich der Amokläufer von Winnenden bei Stuttgart, der 15 Menschen getötet hatte, das Leben nahm, lief eine Handykamera mit. Auch hier waren Bilder vom Tod vor laufender Kamera verfügbar – die *Tagesschau*-Redaktion entschloss sich, Zurückhaltung zu wahren und die Bilder nicht zu zeigen.

Hinter diesen Entscheidungen steht eine grundsätzliche Frage: Richten sich Journalistinnen und Journalisten nach ihrem inneren Kompass, treffen sie ihre Auswahl von Worten und Bildern nach ihrer persönlichen und kollektiven Werthaltung, also gesinnungsethisch, wie es Max Weber formuliert? Oder wägen sie die Folgen ab, machen sie von den – vermuteten – Konsequenzen abhängig, wie sie vorgehen, handeln sie also im Weber'schen Sinne verantwortungsethisch (Weber 1919)?

## Gefühle als Schlüssel des Publikumserfolgs

In ihrer 1969 erstmals erschienenen und viel diskutierten Streitschrift über den „missachteten Leser“ hatten Glotz und Langenbucher (1993) noch einen selbstvergessenen, geradezu missionarischen Journalismus kritisiert. Seit den 1990er-Jahren aber stellt die Medienforschung eine zunehmende Bedeutung des Publikums in journalistischen Entscheidungsprozessen fest, während subjektive Haltungen an Einfluss verlieren (Weischenberg/Malik/Scholl 2006; Haller 2007). Eine bundesweite Befragung von Fernsehschaffenden ergab, dass die Publikumsorientierung das zentrale Motiv aller journalistischen Entscheidungen ist, Gewaltbilder zu zeigen oder eben nicht (Hestermann 2010).

Die Befragten gehen davon aus, dass Emotionen der Schlüssel sind, um Menschen für den Fernsehkonsum zu gewinnen, vor allem die Anteilnahme mit einem idealisierten Opfer und die Furcht um sich selbst und Nahestehende. Dennoch – verstören wollen Fernseh-

profis ihr Publikum nicht. Die Furcht bedarf ihrer Auflösung, um das Publikum nicht nachhaltig zu belasten und wieder Offenheit zu schaffen für neue Aufregung. Und auch das Mitleid des Fernsehpublikums mit leidenden Menschen gilt als endlich. „Wir müssen den Zuschauer am Ende versöhnlich hinauslassen“, heißt es in einem der Forschungsinterviews, „damit er nicht die Lust am Leben verliert. Der muss morgen wieder einschalten.“

Garantiert nun Gewalt hohe Einschaltquoten, wie gelegentlich vermutet wird? Nur bedingt, sagen Fernsehschaffende – eben nur dann, wenn sie zur Emotionalisierung taugen. Dafür müsse man die Gewalt „homöopathisch dosieren“, meinen Verantwortliche des Privatfernsehens, „wie Chili“. In den Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Nachrichten überwiegt die Auffassung, dass ihr Publikum Zurückhaltung erwarte, daher halten sie den Anteil der Gewaltberichte besonders niedrig (ebd.).

Hier zeichnet sich ein Haltungswandel ab: Das Fernsehpublikum zeigt sich zunehmend ermüdet von Schreckensbildern, erwartet mehr Lösungen als Probleme. In Redaktionen wird das Konzept von „konstruktiven Nachrichten“ diskutiert, das Ulrik Haagerup (2015) entwickelte, Info-Chef des dänischen Rundfunks Danske Radio.

Der Journalist nennt als Beispiel die Rubrik für „good news“ der Nachrichtenplattform „Huffington Post“. „Die Beiträge dort werden am häufigsten über soziale Netze weiterverbreitet. Wir aber zeichnen eine Welt von Selbstmordattentätern, Kriminellen, politischem Streit, Problemen von Minderheiten und Interessengruppen, die vor den Übeln dieser oder jener Gesetzesinitiative warnen.“ Es sei die Aufgabe der Medien, auch die andere Seite, eben Positives und Lösungsansätze zu zeigen. „Journalismus sollte der Gesellschaft nützen, in der er sich bewegt“ (Fidler 2014).

## Nachrichten für eine bessere Zukunft

Die analoge Zeitung würde vermelden, was gestern war. Die digitale Berichterstattung und das Fernsehen zeigten das Jetzt. „Constructive news“ seien dem Morgen gewidmet, lieferten Material für eine bessere Zukunft: eine Idee, die sich sowohl aus journalistischem Ethos heraus als auch mit Blick auf die Folgen, also sowohl gesinnungs- wie verantwortungsethisch begründen lässt (Haagerup 2015).

Beim Fernsehpublikum stößt das dänische Konzept konstruktiver Nachrichten auf Zustimmung. Nach einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag von *RTL aktuell* empfindet fast die Hälfte der Befragten die deutschen Fernsehnachrichten als zu negativ. 45 % halten die TV-News für zu problembeladen. 80 % der Befragten bekundeten, Fernsehnachrichten sollten nicht nur Probleme, sondern auch Lösungsansätze beleuchten – bei den 14- bis 29-Jährigen sogar 87 %.

Kommen jetzt also die Gute-Laune-Nachrichten, werden Gewalt und Probleme künftig ausgeblendet? „Wir werden trotzdem wie bisher nicht nur über das Schöne in der Welt berichten“, hält *RTL aktuell*-Anchorman Peter Kloeppe dagegen. Dabei, so RTL-Chefredakteur Michael Wulf, müsse man „viel mehr erklären“ und „konstruktive Elemente“ anbieten (Meier 2015).

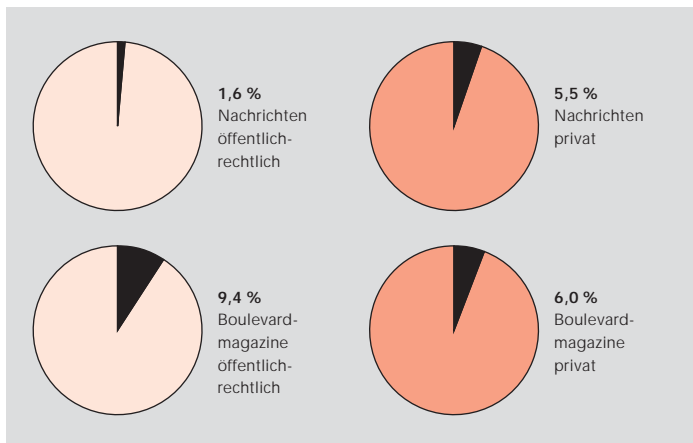
In dem vom Verfasser verantworteten, mittlerweile zehnjährigen Forschungsprojekt in Zusammenarbeit zwischen der Hochschule Macromedia und dem Kriminologischen Forschungsinstitut Nieder-

sachsen zeigen sich Anzeichen für einen leisen Wandel: Nach einer Programmanalyse aus vier Wochen der meistgesehenen Fernsehnachrichten und TV-Boulevardmagazine 2014 sind die Anteile der Kriminalitätsberichterstattung gegenüber früheren Analysen gesunken.

Ähnlich wie in früheren Jahren berichten die öffentlich-rechtlichen Nachrichten besonders zurückhaltend, die News der privaten Fernsehsender dreieinhalbmal so umfangreich. Die stärksten Anteile weisen die öffentlich-rechtlichen Boulevardmagazine *Brisant* (ARD) und *hallo deutschland* (ZDF) mit 9,4 % auf. Insgesamt aber sind die Werte gegenüber der Analyse von 2012 gefallen – da lag der Anteil etwa bei den privaten Fernsehnachrichten mit 9,8 % deutlich über dem 2014 gemessenen Wert von 5,5 %. Der gebührenfinanzierte Boulevard erzielte 2012 noch den Spitzenwert von 15,1 %. Auch das Muster einer emotionalisierenden Verfremdung, vor allem kindliche Opfer zu zeigen, ist weniger stark ausgeprägt als zuvor (Hestermann 2014).

Journalisten und Journalistinnen verändern eine Gesellschaft, wenn sie unreflektiert Ängste schüren (Hestermann 2016). Eine Gesellschaft, die sich von Ängsten statt von Rationalität treiben lässt, neigt zu mehr Strenge und zu härteren Strafen. Sicherer wird sie dadurch nicht.

**Abb. 1:**  
Gewaltberichterstattung 2014 nach Sendern und Formaten



n = 313 Ausstrahlungen der Hauptabendnachrichten (ohne Wetter) und 101 Ausstrahlungen von Boulevardmagazinen der acht reichweitenstärksten Fernsehsender Deutschlands aus vier Kalenderwochen im März, April, Mai und Juni 2014, bei der *Tagesschau* über die kompletten Monate. Angegeben ist die anteilige Länge der Berichte über Gewaltkriminalität im Inland.

Quelle:  
TV-Programmanalyse (Hestermann 2014, Hochschule Macromedia, Hamburg und Berlin)

#### Literatur:

##### Fidler, H.:

„Wir zeichnen ein falsches Bild der Welt“. Interview mit U. Haagerup. In: Der Standard online vom 26.01.2014. Abrufbar unter: [www.derstandard.at/1389857918776/Wir-zeichnen-ein-falsches-Bild-von-der-Welt](http://www.derstandard.at/1389857918776/Wir-zeichnen-ein-falsches-Bild-von-der-Welt)

##### Glotz, P./Langenbacher, W. R.:

*Der mißachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse.* Baden-Baden 1993

##### Gniffke, K.:

*Darf die Tagesschau die Tötung von Paris zeigen?* In: *ARD-aktuell: Tagesschau-Blog* vom 07.01.2015. Abrufbar unter: <http://blog.tagesschau.de/2015/01/07/darf-die-tagesschau-die-toetung-von-paris-zeigen/>

##### Haagerup, U.:

*Constructive News: Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren.* Eugendorf (Österreich) 2015

##### Haller, M.:

*Kann gesellschaftliche Kommunikation gelingen? Vom Berichterstatter zum Kommunikator – Überlegungen zu einem überfälligen Funktions- und Rollenwandel im Journalismus.* In: W. Wirth/H.-J. Stiehler/C. Wunsch (Hrsg.): *Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft.* Köln 2007, S. 227–251

##### Hestermann, T.:

„Violence against children sells very well“. *Reporting crime in the media and attitudes towards punishment.* In: H. Kury/S. Redo/E. Shea (Hrsg.): *Women and children as victims and offenders: Backgrounds, prevention, reintegration.* Heidelberg 2016

##### Hestermann, T.:

„Bei Ergreifung sofort hinrichten“. *Fernsehbericht-erstattung über Gewalt und ihre Folgen.* In: *tv diskurs*, Ausgabe 70, 4/2014, S. 78–83

##### Hestermann, T. (Hrsg.):

*Von Lichtgestalten und Dunkelmännern. Wie die Medien über Gewalt berichten.* Wiesbaden 2012

##### Hestermann, T.:

*Fernsehgewalt und die Einschaltquote. Welches Publikumsbild Fernseh-schaffende leitet, wenn sie über Gewaltkriminalität berichten.* Baden-Baden 2010

##### Hummelmeier, A.:

*Was ist wichtig, was ist interessant?* In: T. Hestermann (Hrsg.): *Von Lichtgestalten und Dunkelmännern. Wie die Medien über Gewalt berichten.* Wiesbaden 2012

##### Meier, C.:

*Fast jeder Zweite findet Nachrichten zu negativ.* In: *Welt online* vom 10.09.2015. Abrufbar unter: <http://www.welt.de/kultur/article146253129/Fast-jeder-Zweite-findet-Nachrichten-zu-negativ.html>

##### Weber, M.:

*Politik als Beruf.* Edition 2014 (Köln 1919)

##### Weischenberg, S./

##### Malik, M./Scholl, A.:

*Die Souffleure der Medien-gesellschaft. Report über die Journalisten in Deutsch-land.* Konstanz 2006

Dr. Thomas Hestermann ist Fernsehjournalist und Medienwissenschaftler. Er forscht zu Gewaltberichterstattung und ist Professor für Journalismus an der Hochschule Macromedia in Hamburg und Berlin.



# „Wir sind davon überzeugt, dass konstruktiver Journalismus vieles besser macht!“

Das Onlineportal „Perspective Daily“ will anders berichten

Terroranschläge, Umweltkatastrophen, Flüchtlingskrise – die täglichen Nachrichten zeichnen oft ein schlimmes Bild von der Welt. Den Zuschauer lässt die Vielzahl der Schreckensbilder nicht selten entmutigt und hoffnungslos zurück. Die Gründer der neuen Onlineplattform „Perspective Daily“ wollen auf

andere Weise Nachrichten machen. Dem Ansatz des konstruktiven Journalismus folgend, wollen sie nicht nur über Probleme sprechen, sondern auch Lösungsansätze bieten. tv diskurs sprach darüber mit Dr. Bernhard Eickenberg, einem der Gründer von „Perspective Daily“.



**„Perspective Daily“ ist der Name des Onlineportals, das Sie mittels einer Crowdfunding-Aktion realisieren wollen. Worum geht es?**

„Perspective Daily“ wird das erste werbefreie, konstruktive und lösungsorientierte Onlinemedium Deutschlands werden. Unsere Idee ist, einen Journalismus anzubieten, der nicht nur Probleme aufzeigt. Natürlich sehen auch wir das als zentrale Aufgabe an, wollen aber einen entscheidenden Schritt weitergehen und uns auf die Suche nach Lösungen oder die Diskussion darüber begeben. Der konstruktive Journalismus ist eine internationale Strömung, aber es gibt bisher kein entsprechend ausgerichtetes Medium in Deutschland. Es gibt gelegentlich konstruktive Beiträge in anderen Zeitungen, aber keine größere Publikation, die sich direkt auf diesen Journalismus konzentriert. Das Problem ist, dass man mit konstruktiven Beiträgen im Grundrauschen der problem- und negativfokussierten Artikel untergeht. Was durchweg negative Schlagzeilen mit den Konsumenten machen, dazu gibt es psychologische Untersuchungen. Die Folgen sind Stress, Gefühle von Hilf- und Hoffnungslosigkeit sowie eine gewisse zynische Lebenseinstellung bis hin zu Passivität. Die Menschen hören komplett auf, sich gegen die Probleme der Welt zu engagieren, weil sie denken, dass man sowieso nichts mehr machen kann. Das ist ein Trend, den man global sieht und dem dringend entgegengewirkt werden muss, wenn man gesellschaftlich noch irgendwie vorankommen möchte. Deshalb denken wir, dass es Medien wie „Perspective Daily“ braucht. Das Crowdfunding hat den Hintergrund, dass wir ein kleines Start-up-Unternehmen sind, hinter dem weder ein Verlag noch ein großer Geldgeber steht, der übrigens für Onlinejournalismus in der heutigen Zeit auch schwer zu finden ist. Gerade in Deutschland ist die Mentalität vorherrschend, dass man für Onlinejournalismus nichts bezahlen muss. Deshalb wollen wir die Finanzen im Crowdfunding sammeln, um im ersten Jahr vorerst ein Minimalprodukt für 12.000 Mitglieder zu produzieren, die den Jahresbetrag von 42,00 Euro bezahlen.

**Wer verbirgt sich hinter dem „Wir“ und wie sieht das Produkt aus, dass die Abonnenten bekommen?**

„Wir“, das sind die drei Gründer Maren Urner, Han Langeslag und ich. Wir sind promovierte Wissenschaftler, die sich sehr mit dem Thema „Was machen Medien mit Menschen?“ beschäftigt haben. Wir glauben, einen journalistischen Weg gefunden zu haben, der besser funktioniert. Wie gesagt, international gibt es bereits Vergleichbares, wir erfinden das Rad also nicht neu, aber wir wollen hier in Deutschland unseren Beitrag leisten.

**Das heißt, Sie haben keine klassisch journalistische Ausbildung?**

Nein, wir sind eher Hybride. Wir haben journalistische Erfahrung, aber wir verstehen uns ganz klar als Wissenschaftler. Die Herangehensweise an Thematiken sind zwischen Journalisten und Wissenschaftlern gar nicht so verschieden. Es geht vor allem darum, eine Frage oder eine These zu stellen und diese dann zu untersuchen, indem man sich an die Recherche begibt. Die mag im Detail in der Wissenschaft etwas anders aussehen als im Journalismus. In der Wissenschaft ist es definitiv mehr Literaturrecherche, während ich im praktischen Journalismus mehr mit Menschen zu tun habe. Hinter dem Projekt stehen aber nicht nur wir als Gründer, sondern das Team besteht mittlerweile aus über 20 Leuten, die im Hintergrund tätig sind: Designer, Webdeveloper, Steuerberater, Kampagnen- und Social-Media-Unterstützer etc.

**Das Ziel ist aber nicht, eine Fachpublikation anzubieten, sondern es geht darum, einen umfassenden Nachrichtenüberblick zu geben, wie andere große Onlineportale das auch machen.**

Ja, definitiv. Wir sind insofern ein bisschen fachlich orientiert, als sich unsere Autoren mit bestimmten Fach- und Interessengebieten beschäftigen. Die Auswahl dieser Autoren, von denen wir zu Anfang nicht unzählig viele einstellen können, wird natürlich ganz stark bestimmen, in welche Richtung unsere Themen orientiert sind. Auf Dauer – je mehr wir wachsen – ist die Idee, genauso allumfassend zu sein wie die übrigen großen Angebote auch. Nur im Kultur- und Sportteil werden wir wahrscheinlich etwas weniger Inhalt bieten.

**Gibt es einen tagesaktuellen Anspruch?**

Nein. Wir sind nicht tagesaktuell. Das können andere mit ihren Korrespondenten und der Anbindung an Nachrichtenagenturen sehr gut. Das ist nicht unser Fachgebiet. Wir sind – wie es einer unserer Kollegen sehr treffend ausgedrückt hat – nicht die Ersten und wir sind auch nicht die Lautesten, aber wir sind diejenigen, die Relevanz und gute Recherche bieten wollen.

**Der alte Slogan „Bad News are Good News“ hat also ausgedient?**

Ja, definitiv! Das sieht man auch im Onlinebereich ganz stark: Die Menschen wollen andere Nachrichten. Sie wollen nicht immer nur von Katastrophen hören. Leider gibt es auch den Trend, dass sich Leute nur mit positiven News auseinandersetzen und es sich dabei letztlich um nicht relevante Ereignisse handelt. Ich habe kürzlich einen Artikel mit der Überschrift Flüchtling trägt Hundewelpen durch Europa gelesen – das ist nicht das, was wir bieten wollen. Es geht keineswegs um eine reine Positivdarstellung, aber man merkt, dass die Menschen wieder Hoffnung haben wollen. Diese Hoffnung kann man ihnen auch mit Berichten über Probleme bieten, denn man kann ihnen zeigen, dass zu



deren Lösung etwas getan wurde und wird. Man muss ihnen einfach nur Lösungswege aufzeigen, damit sie selbst aktiv werden und sich engagieren können oder zumindest das Gefühl bekommen, dass sich andere Menschen dafür engagieren und dass es einen Ausblick auf Besserung gibt. Wir machen auf unseren Veranstaltungen gerne einen Test, der von Prof. Hans Rosling von der schwedischen Gapminder-Stiftung entwickelt wurde. Darin gibt es Fragen wie diese: „Wie viele Menschen über 15 Jahre können mittlerweile lesen und schreiben?“, „Wie hat sich die Zahl der Naturkatastrophen-toten seit 1970 entwickelt?“ oder: „Wie ist der Anteil der weltweit gegen Masern geimpften Kinder über einem Jahr?“ Die Menschen antworten auf diese Fragen immer viel zu negativ, weil sie z. B. zu Entwicklungsländern immer noch ein Bild von vor 20 oder 30 Jahren im Kopf haben, eben dieses typische, sehr negative und primitive Afrika-Bild. Aber es hat sich sehr viel getan, nicht zuletzt deshalb, weil internationale Hilfsgruppen gute Arbeit geleistet haben, aber auch, weil die Länder wirtschaftlich gewachsen sind. Die meisten Menschen verschätzen sich und denken, dass vielleicht 40 % der Kinder weltweit gegen Masern geimpft sind, aber es sind über 80 %. Die Naturkatastrophen-toten haben sich seit 1970 weltweit halbiert, obwohl wir mehr geworden sind. Das sind absolute, keine relativen Zahlen. Von all diesen Entwicklungen bekommen wir meistens nichts mit, was schade ist, weil wir solche Informationen auch bräuchten, um das Gefühl zu haben, dass doch nicht alles schlecht ist.

### **Das heißt, das Bild, das die Medien von der Welt zeichnen, ist zu negativ?**

Ja, das ist oft so und man kann das auch in Studien nachweisen. Es hat Untersuchungen über einen Zeitraum von mehreren Jahren gegeben, in denen die Berichterstattung über den deutschen Arbeitsmarkt verfolgt wurde. Man hat geschaut, wie viele Negativ- und Positivmeldungen es gibt. Als Hintergrund: In diesem Zeitraum hat sich der deutsche Arbeitsmarkt sehr positiv entwickelt und trotzdem hat man bis zu 20-mal mehr Meldungen im negativen als im positiven Bereich gefunden. Klar, das verkauft sich besser. Das hat man auch nachgewiesen. Menschen klicken negative Nachrichten häufiger, weil wir irgendwie darauf getrimmt sind, dass wir eher auf Warnungen achten als auf das, was gut läuft.

### **Ich glaube, es geht darum, Gefahren und Risiken abschätzen zu wollen.**

Ganz genau! Und in gewisser Hinsicht ist das ja auch richtig. Wie gesagt, wir sind auch nicht der Meinung, dass Problemberichterstattung nicht nötig oder nicht sinnvoll ist, im Gegenteil, sie muss geschehen, damit diese Gesellschaft vorankommt. Psychologisch führt es aber eben dazu, dass die Menschen sich zurückziehen und abkapseln, weil sie das Gefühl haben, dass man vor lauter Problemen nichts mehr tun kann. Das ist etwas, was viele Journalisten unterschätzen.

Wir haben auch mit Journalisten diskutiert. Viele sagen: Aber wir müssen doch, wenn wir ein Problem angehen wollen, die Leute erst einmal wachrütteln. Wir müssen Emotionen wie Wut und Angst in den Menschen wecken, damit sie tätig werden und vom Sofa aufstehen. Dazu gibt es einen wunderbaren Artikel mit dem Titel Shock! Horror! Behind the ethics and evolution of the bad news business in „The Conversation“, der ausführt: Je dramatischer und je melancholischer ein Bericht formuliert ist, je betroffener er die Menschen macht, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie anschließend irgendwie aktiv werden und sei es nur auf Spendenbasis. Das ist etwas, was wir uns immer wieder vor Augen führen müssen: Ja, wir brauchen diese Emotionen, um die Leute wachzurütteln, aber wir können sie nicht damit zurücklassen, denn dann werden sie inaktiv.

### **Wahrscheinlich ist es ein natürlicher Reflex, dass man irgendwann zumacht, weil man keine weiteren Katastrophen-, Kriegs- und Unglücksmeldungen mehr ertragen kann.**

Ja! Deshalb gibt es viele Menschen, die überhaupt keine Nachrichten mehr konsumieren. Es stresst sie zu sehr. Das hören wir immer wieder bei unseren Veranstaltungen. Natürlich ist das auch gefährlich, weil sich diese Leute andere Quellen suchen, die sie meistens im Internet finden. Und dann ist man schnell in einem Bereich, in dem sich abgekapselte Gemeinschaften bilden, die sehr fragwürdige Nachrichten untereinander austauschen und mitunter in Verschwörungstheorien abdriften. Oder man konsumiert überhaupt keine Nachrichten mehr, sondern – übertrieben gesagt – nur noch Katzenvideos auf YouTube. Aber diese Menschen bekommen eben auch von der Welt nichts mehr mit. Das erscheint mir wenig sinnvoll.

### **Nachrichtenkonsum kann auf der anderen Seite auch zu etwas Suchthaftem werden, bei dem die Konsumenten alle paar Minuten die Updates checken ...**

Das Schlimme ist: Diese Nachrichten, die sehr, sehr schnell hintereinander kommen, sind reine Fakten-Informationen-Nachrichten. Was da meistens fehlt, ist die Hintergrundeinordnung. Ich kann als Leser der Geschehnisse in der Welt gar nicht mehr alles aufnehmen, weil ich viel zu viele Informationen habe; ich kann es nicht mehr verstehen. Informationen ohne Kontext sind oft auch trügerisch. In einem der Sanft & Sorgfältig-Podcasts hat es Olli Schulz ganz gut auf den Punkt gebracht, als er erzählte, wie er vor Kurzem die Nachricht „Neue EU-Sanktionen gegen Russland verhängt“ hörte und dazu überhaupt keine Einordnung hatte. Er habe nicht gewusst, ob diese Sanktionen seit Langem vorbereitet waren; ob sie eine Reaktion auf aktuelle Ereignisse waren; ob sie berechtigt waren; ob Russland etwas Böses getan hatte und deshalb bestraft werden musste oder ob die EU da Eigeninteressen verfolgte?

Ohne kontextuelle Einbindung kann ein fragwürdiges Weltbild entstehen, auf dessen Grundlage die Menschen Entscheidungen treffen. Nehmen wir mal an, ein Bewerber aus Afrika kommt zu mir in die Firma und ich beurteile dessen Lebenslauf. Da steht jetzt eine afrikanische Universität. Mein Weltbild von Afrika wird natürlich einen Einfluss darauf haben, wie ernst ich diesen Abschluss nehme. Der Anspruch von Journalismus sollte sein, ein ausgewogenes und realistisches Weltbild zu liefern. Ich muss sehr darauf achten, worüber ich berichte. Das kann sich nicht nur danach richten, mit was ich glaube, die meiste Aufmerksamkeit generieren zu können. Leider sind die meisten Publikationen dazu gezwungen, weil viel im Onlinebereich über die Klickzahlen läuft. Wenn ich werbefinanziert bin, muss ich auf diese Art und Weise an die Leserinnen und Leser treten.

**Ist es letztlich nicht einfach „guter Journalismus“, von dem Sie sprechen?**

Wenn man idealen Journalismus definieren würde, wäre er in vielen Einzelaspekten wahrscheinlich sehr deckungsgleich mit konstruktivem Journalismus. Es ist gerade der hochwertige Journalismus, den wir aufgrund der Finanzierungskrise im Journalismus momentan an vielen Stellen vermissen. Es gibt in Deutschland guten Journalismus, gar keine Frage! Und es gibt auch sehr guten konstruktiven Journalismus. Aber es werden vielerorts auch Kernaufgaben des Journalismus nicht mehr so ansprechend erfüllt, wie das eigentlich der Fall sein sollte. Wir sind davon überzeugt, dass konstruktiver Journalismus vieles besser macht.

**Das Zitat des Journalisten Hanns Joachim Friedrichs ist Ihnen sicherlich auch bekannt: „sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten.“ Ist es überhaupt Aufgabe von Journalismus, Lösungen aufzuzeigen? Soll Journalismus nicht eher Öffentlichkeit herstellen?**

Zu dem Satz von Hanns Joachim Friedrichs haben wir gerade einen Blogpost veröffentlicht. Dabei prüfen wir erst einmal, ob er den Satz überhaupt so gesagt hat, wie er seit Jahren weitergetragen wird. Wenn man sich nämlich das „Spiegel“-Interview anschaut, dann denken wir, dass es heutzutage falsch aufgefasst wird. Er hat es auf eine ganz andere Art und Weise und auch zu einem anderen Thema gesagt. Er wurde gefragt, wenn er als Nachrichtensprecher dort stehe und so viel Schreckliches ankündige, wie er das so ruhig machen könne? Darauf antwortete er, dass er es in der BBC gelernt habe. Denn wenn man die Emotionen ausdrücken und dem Zuschauer präsentieren würde, anstatt kühl und sachlich zu sein, würde dieser nicht mehr einschalten und nicht mehr vertrauen. Diese Distanz müsse man auch persönlich wahren. Darauf bezog sich das Zitat. Ich glaube nicht, dass es darum ging, dass man sich nicht für eine gute Sache einsetzen soll, denn an anderer Stelle in

diesem Interview spricht er darüber, dass er das auch sehr gern getan hat. Er hat sich später für grüne Themen und Umwelt eingesetzt. Ich glaube, Hanns Joachim Friedrichs hätte konstruktiven Journalismus durchaus unterstützt. Natürlich sollte die Berichterstattung nicht zu Einzellösungs-PR verkommen, ganz klar. Einzelne Lösungen als richtig verkaufen, ohne dass man irgendwelche fundierten Daten hat, warum sie besser funktionieren sollten als andere, das geht gar nicht. Auch Meinungen kundzutun, ohne dabei Argumente zu vertreten, geht nicht! Aber eine vernünftige Diskussion, in der die Werte des Journalisten und auch die Argumente dafür und dagegen dargestellt werden, ist sehr wertvoll.

**Vor allem im Internet scheint es so, dass diejenigen am meisten Aufmerksamkeit bekommen, die am lautesten „schreien“. Wie ist Ihre Einschätzung: Kann es dazu eine Gegenbewegung geben, die nicht von einem Bedürfnis nach schnellen und einfachen Antworten geprägt ist?**

Ich glaube, ja. Das sieht man insbesondere international. An vielen Stellen entsteht Slow Journalism und es gibt neue Onlineformate wie „De Correspondent“, der ein großes Vorbild für uns ist. Ich denke, da formiert sich eine Gegenbewegung: Die Menschen wollen wieder ausführlichere Informationen, weil sie mitbekommen, dass die momentane Berichterstattung sie an vielen Stellen nicht weiterbringt. Das ist auch eine Spaltung – die einen so, die anderen so. Vielleicht überschätzt man auch den Anteil derer, die sich über die „lauten“ Onlinequellen abgekapselt informieren. Dass es diese Gegenbewegung gibt, sieht man auch daran, dass wir bei „Perspective Daily“ einen sehr großen Zuspruch bekommen. Die Kampagne ist zwar nicht in den ersten fünf Wochen gelaufen, aber wir haben einen sehr stetigen Zustrom von Mitgliedern. Ich glaube nicht, dass man uns das vorher zugetraut hätte.

Das Interview führte Barbara Weinert.

Michael Gestmann

# Medienpsychologie: „Bad news are good news!“

Schlechte Nachrichten steigern die Aufmerksamkeit der Medienrezipienten. Für diesen Effekt liefert die evolutionäre Medienpsychologie eine plausible Erklärung. Doch es gibt auch Menschen, die „good news“ bevorzugen und Gefahren schlicht verdrängen.

Syrienkrieg, Flüchtlingskrise, Hungersnöte – die „3 K“ (Kriege, Krisen, Katastrophen) dominieren aktuell die medialen Aufmacher und die Berichterstattung. Journalisten und Redakteure verlassen sich nur zu gern auf eine alte Weisheit: „Only bad news are good news!“ Denn sie wissen: Schlechte Nachrichten erhöhen die Aufmerksamkeit der Rezipienten und steigern Auflagen wie Einschaltquoten.

Die TV-Sender bringen daher beim kleinsten Anlass *Brennpunkt*- und *Spezial*-Sendungen, während Onlinenachrichtenportale sofort Eilmeldungen absetzen. Dabei geht der Nachrichtenwert oftmals gegen null, weil entweder die Faktenlage noch unzureichend bekannt ist oder der Sachverhalt an sich zu wenig hergibt. So wird schnell aus einer „Terror-Mücke“ ein „Terror-Elefant“; und von jedem Virus, dem irgendwo bereits Menschen zum Opfer gefallen sind, geht vermeintlich eine die Welt bedrohende Pandemie-Gefahr aus.

## „Recipient's gap“

Klar, in Zeiten des „information overload“ fällt es den Medienmachern immer schwerer, sich die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu sichern. Lazarsfeld und Merton bezeichneten die schier unendliche Fülle an Informationen allerdings schon vor knapp 70 Jahren als „narkotisierende Dysfunktion“. Und die beiden ahnten damals sicherlich nicht, dass es im 21. Jahrhundert (un)soziale Medien wie Facebook und Co. geben würde, die die Flut an Informationshäppchen nochmals gigantisch anwachsen lassen.

Während das Medienangebot laut Merten (1994) innerhalb einer Generation um 4.000 % steigt, hat sich die Rezeptionskapazität des Menschen allerdings kaum verändert. Der Kommunikationswissen-

schaftler spricht daher von einem „recipient's gap“, einem sich stetig vergrößernden Überlastungssyndrom. Den Rezipienten bleibt somit keine Alternative zu einer immer stärkeren Selektion der sie erreichenden Informationen. Dieses Phänomen ist übrigens nicht neu. Bereits Aristoteles konstatierte die begrenzte Aufmerksamkeitskapazität des Menschen und beschrieb sie als „limitatio attentionis“ (Enge des Bewusstseins).

## Gehirn eines Neandertalers

Für die Medienmacher kommt es schon aus ökonomischen Gründen darauf an, ihr Publikum zu erreichen. Dass sie mit schlechten Nachrichten bessere Chancen haben, dieses Ziel zu erreichen, ist längst ein Allgemeinplatz. Die Wirksamkeit der „bad news“, so wird vermutet, liege daran, dass sie beim Mediennutzer für ein Lebendigkeitsempfinden sorgen. Schlechte Nachrichten in Zeiten oftmals „toter“ Beziehungen, eines grauen Alltags und ungelebter Träume seien eine grandiose Möglichkeit, etwas „zu spüren“ – sich selbst besser zu spüren.

Auch evolutionspsychologisch lässt sich erklären, warum „3 K“-Nachrichten unser Aufmerksamkeitslevel erhöhen. Wenn die Welt mal wieder kurz vor dem Untergang zu stehen scheint, wird in uns nämlich ein uraltes Reaktionsmuster aktiviert: Wir hören genauer hin, weil uns Gefahren drohen könnten. Schon für die Steinzeitmenschen war es eine Überlebensfrage, rechtzeitig über potenzielle Gefahren informiert zu sein, auch wenn diese Nachrichten damals nicht per Twitter, SMS oder Snapchat kommuniziert wurden.

Diese selektive Wahrnehmung ist bis heute intakt. Vordenker der evolutionären Medienpsychologie wie Frank Schwab, Lehrstuhlinhaber an der Universität Würzburg<sup>1</sup>, gehen davon aus, dass wir die modernen Medien weiterhin mit einem psychischen Apparat nutzen, der vor Zigtausenden von Jahren als Anpassung an damalige Umwelten entstanden ist. So kommt es, dass viele von uns bedrohungs-freie Nachrichten wegfiltern und die Aufmerksamkeit vor allem auf bedrohlich wirkende Informationen richten.

## Anmerkung:

1

Ein Porträt von Prof. Dr. Frank Schwab findet sich auf S. 56 ff. dieser Ausgabe.

## Wechselspiel zwischen Medium und Rezipient

Doch weder die Medieninhalte noch deren Nutzung durch die Rezipienten können als voneinander unabhängig betrachtet werden. Schließlich hat jeder Rezipient persönliche Normen, Werte und Bedürfnisse, die beeinflussen, welche Medien und welche Inhalte er konsumiert. Dies geschieht nicht passiv, indem die Medieninhalte einfach aufgenommen werden, sondern der jeweilige Kontext, das Medium und die Botschaft selbst unterliegen nach Renckstorf (1992) einer Interpretation durch die Rezipienten.

Der Rezipient muss somit aktiv den Dingen Bedeutung geben und sie zu dem konstruieren, was sie für ihn darstellen. Damit kann nicht mehr von feststehenden Inhalten und deren möglicher Wirkung die Rede sein. Ob die vom Medium intendierte Wirkung tatsächlich eintritt, hängt nach Überzeugung der Forscher, die den Nutzen- und Gratifikationsansatz (Uses and Gratifications Approach) vertreten, davon ab, ob der Empfänger dies zulässt. Medien sind daher nach Schulz (1984) nur in dem Maße wirksam, wie ihnen Rezipienten eine Wirksamkeit zugestehen.

Die individuellen Bedürfnisse und Motivationen der Mediennutzer beeinflussen also wesentlich, welche Nachrichten ihre Filter passieren dürfen. Bei Sportfans sind dies Informationen zu Vereinen und Spielern, die sie bevorzugen, bei Kulturliebhabern Beiträge über Künstler, Bücher und Ausstellungen, die sie schätzen. Merke: Auch positive Nachrichten schaffen es sehr wohl durch die Selektionsfilter.

## Represser und Sensibilisierer

Das trifft besonders bei Menschen zu, die Vitouch (2014) als „Represser“ bezeichnet. Represser wollen partout keine schlechten Nachrichten hören oder lesen, sondern sie sehnen sich nach guten Nachrichten. Das unterscheidet sie von den „Sensibilisierern“, die Nachrichten konsumieren, um sich für den Ernstfall zu wappnen, was sie laut Vitouch zur idealen Zielgruppe für Boulevardmedien macht.

### Literatur:

**Lazarsfeld, P. F./**

**Merton, R. K.:**

*Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action.* In: L. Bryson (Hrsg.): *Problems in the Communication of Ideas.* New York 1948, S. 95 – 118

**Merten, K.:**

*Evolution der Kommunikation.* In: Ders./S. J. Schmidt/S. Weischenberg (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien.* Opladen 1994, S. 141 – 162

**Renckstorf, K.:**

*Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung.* In: R. Burkart (Hrsg.): *Wirkungen der Massenkommunikation.* Wien 1992, S. 57 – 85

**Schulz, W.:**

*„Agenda Setting“ und andere Erklärungen. Zur Theorie der Medienwirkungen.* In: *Rundfunk und Fernsehen*, 2/1984, S. 206 – 213

**Vitouch, P.:**

*Wieso wir das Schlechte gut finden.* Interview. In: *Salzburger Nachrichten* vom 05.09.2014

Dr. Michael Gestmann wurde im Bereich „Medienpsychologie“ an der Universität zu Köln promoviert. Er ist Geschäftsführer der Bonner Aufmerksamkeits-Agentur Dr. Gestmann & Partner, zu deren Kernleistungen u. a. Strategieberatung und Markenaufbau gehören.





Tobias Hochscherf

# Berichterstattung in der Kritik

## Das journalistische Rollenverständnis im Wandel

Die Nachrichtenberichterstattung und das Rollenverständnis von Journalistinnen und Journalisten haben sich stets angepasst, um auf gesellschaftlich-kulturelle Veränderungen zu reagieren. Eine Überprüfung und eine Veränderung scheinen zurzeit dringend geboten, da die Kritik am Journalismus teilweise nachvollziehbar ist. Gründe sind dabei nicht nur veränderte Rahmenbedingungen im Zuge der durch die Digitalisierung entstandenen interaktiven Netzwerkgesellschaft, sondern auch die Ansichten und Hintergründe der Journalisten selbst.

### Journalismus als wichtige gesamtgesellschaftliche Funktion

Die Rolle und Aufgaben von Journalisten sind – trotz unterschiedlicher Akzentuierungen – meist sehr ähnlich definiert. Oftmals werden neben der Recherche die Auswahl und medienpezifische Aufbereitung von Informationen für eine breite Öffentlichkeit als vornehmliche Aufgaben genannt. In westlichen Demokratien gilt eine unabhängige, überparteiliche Presse als wichtige Grundvoraussetzung der freiheitlich-demokratischen Gesellschaft.

Die wichtige Wächterfunktion zum Schutz der Zivilgesellschaft gegenüber Willkür und einseitiger Vereinnahmung geht dabei einher mit großer Verantwortung. Eine ausgewogene, kritische, aktuelle und neutrale Berichterstattung ermöglicht gesellschaftliche Meinungsbildungsprozesse und letztendlich Teilhabe an relevanten Diskursen. Daher ist Journalismus mehr als nur eine berufliche Tätigkeit oder ein „Job“. Neben ökonomischen und rechtlichen Privilegien (Remissionsrecht, verminderter Mehrwertsteuersatz, Preisbindung, öffentlich-rechtliches System, presserechtlicher Auskunftsanspruch von Behörden gegenüber Journalisten) ist die Pressefreiheit ohne Zensur in Art. 5 des Grundgesetzes festgeschrieben. Die herausragende Rolle der Journalisten, deren Glaubwürdigkeit sich primär aus der Verpflichtung gegenüber dem Gemeinwohl speist, benötigt aber auch Regeln und Normen. Die Anforderungen an Journalistinnen und Journalisten sind daher in selbst formulierten professionsethischen Grundsätzen wie etwa dem deutschen Presskodex oder vergleichbaren Richtlinien festgeschrieben.

### Berichterstattungsmuster und journalistische Rollenbilder

Weitaus weniger Konsens als über die gesamtgesellschaftliche Bedeutung einer freien Presse besteht darüber, wie Journalisten ihre Rolle konkret ausüben bzw. ausüben sollen. So haben sich über die Jahre sehr vielfältige Rollenbilder und Ideale etabliert, die alle unterschiedliche Aufgaben hervorheben. Neben einer möglichst „objektiven Vermittlerrolle“ zählen hierzu auch „investigative Aufklärer“, „meinungsformende Parteigänger“, „Anwälte der Bevölkerung“, „Unterhalter“, „Orientierung schaffende Erklärer“, „Diskurs-Moderatoren“ und „Ratgeber“ (vgl. Meier 2011). Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass sich die verschiedenen Rollenbilder oft nur scheinbar ausschließen. Im beruflichen Alltag nehmen Journalisten meist sogar mehrere unterschiedliche Rollen ein oder wechseln je nach Situation zwischen ihnen (ebd., S. 213).

Zum journalistischen Selbstverständnis gibt es schon seit Langem eine ganze Reihe deutschsprachiger und internationaler Studien, da Rollenbilder ein wichtiger Faktor für die Art der Berichterstattung und letztlich der gesellschaftlichen Wirkung von Nachrichten sein können. Nicht zu Unrecht hat Walter Lippmann bereits 1922 darauf hingewiesen, dass jede Beschreibung eines Ereignisses eine Interpretation desselben ist: „Denn die akzeptierten Typen, die geläufigen Denkschemata, die Standardversionen unterbrechen die Informationen auf ihrem Weg zum Bewußtsein“ (1964, S. 65).

Selbstredend darf man den Einfluss des Selbstverständnisses von Journalisten auf deren Berichterstattung nicht überbewerten, spielen

**»Nicht die Ereignisse bestimmen die Nachrichten, sondern die Akteure der Medienlandschaft.«**

**»Fest steht jedoch, dass die Missbilligung der Medien – ob sie nun im Einzelfall gerechtfertigt sei oder nicht – die Medienlandschaft und ihre Akteure langfristig prägen wird.«**

hier doch auch eine ganze Reihe weiterer ökonomischer, rechtlicher, technischer und organisatorischer Bedingungen eine Rolle. Dennoch bleibt die Bedeutung der Eigenwahrnehmung nicht unerheblich. So ging u. a. Winfried Schulz in seiner viel beachteten Untersuchung *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien* von der Hypothese aus: „Je mehr eine Meldung dem entspricht, was Journalisten für wichtige und mithin berichtenswerte Eigenschaften der Realität halten, desto größer ist ihr Nachrichtenwert“ (H. i. O., 1976, S. 30). Gingen frühere Arbeiten noch davon aus, dass Ereignisse an sich bestimmte Selektionskriterien erfüllen und somit in der Berichterstattung erscheinen, argumentiert Schulz, dass es vor allem die Journalisten sind, die ihnen diese Eigenschaften erst zusprechen. Die Folgen sind klar: Nicht die Ereignisse bestimmen die Nachrichten, sondern die Akteure der Medienlandschaft. Da Journalisten maßgeblich bestimmen, *worüber* und *wie* öffentlich berichtet wird, lohnt ein näherer Blick auf deren Rollenvorstellungen ebenso wie deren politische Überzeugungen und Sozialisation.

In der umfassendsten aktuellen Studie zum Journalismus in Deutschland unter ca. 1.500 Journalisten haben Siegfried Weischenberg, Maja Malik und Armin Scholl herausgefunden, dass die Selbsteinschätzungen von Journalisten zwar sehr vielfältig sind, es aber doch klare Präferenzen gibt: „Nahezu 90 % der Befragten wollen ihr Publikum neutral und präzise informieren. Jeweils rund drei Viertel der Journalisten beabsichtigen, komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln (79,4 %), das Publikum möglichst schnell zu informieren (74,1 %) und die Realität genauso abzubilden, wie sie ist (73,8 %)“ (2006, S. 355 f.). Während sich die deutliche Mehrheit der Journalisten berufen sieht, unabhängig zu informieren und zu vermitteln, gibt es aktuell immer mehr Kritik an der konkreten Ausübung dieser Rolle.

#### Journalismus unter Legitimationsdruck

*Deutsche haben wenig Vertrauen in die Medien* titelte „Die Zeit“ im Sommer 2015. Anlass war eine von der Wochenzeitung in Auftrag gegebene repräsentative Studie, die ergab, dass 60 % wenig oder gar kein Vertrauen in die Medien haben. Andere Untersuchungen etwa durch die Europäische Kommission kommen zu ähnlichen Ergebnissen. Alarmierende Befunde, auch wenn die etablierten Medien nach wie vor als die bevorzugte Informationsquelle genutzt werden. Es bleibt abzuwarten, ob die aktuelle Medienkritik im Zuge der Flüchtlings-Berichterstattung die Vertrauenskrise noch verstärken wird. Fest steht jedoch, dass die Missbilligung der Medien – ob sie nun im Einzelfall gerechtfertigt sei oder nicht – die Medienlandschaft und ihre Akteure langfristig prägen wird.

Auch wenn die hasserfüllten Anfeindungen als „Lügenpresse“ und „Systemmedien“, wie sie u. a. auf öffentlichen Kundgebungen und in den sozialen Medien immer wieder geäußert werden, kaum zu ertragen sind, gibt es durchaus Anlass zur Selbstkritik. „Denn“, wie „Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo in einer sehr nuancierten und lesenswerten Rede im Schauspielhaus Dresden aus dem Februar 2016 betont, „wir Journalisten selbst haben auch durch eigene Versäumnisse zu diesem Vertrauensverlust beigetragen“ (2016, S. 7). Er stellt folgende Entwicklungen als besonders problematisch heraus: die stetige „Skandalisierung und Boulevardisierung der Be-

richterstattung auch in bis dato seriösen Medien“, die vereinfachte „Unterteilung der Welt in ‚gut‘ und ‚böse““, eine Konformität der Medien durch Mainstreaming-Effekte, das Getriebensein der Journalisten durch eine immer schneller werdende Medienwelt und dass „unser journalistisches Personal zu einheitlich sozialisiert ist“ (ebd., S. 7f.). In seiner Analyse führt er also neben dem Journalismus inhärenten Faktoren auch externe Ursachen wie die interaktive Netzwerkgesellschaft an. Hier lohnt ein genauerer Blick.

#### Journalismus zwischen angenommenen Publikumsinteressen und eigener Voreingenommenheit

Wenn Di Lorenzo von einer sehr einheitlichen Sozialisation der Journalistinnen und Journalisten in Deutschland spricht, dann ist dies nicht nur ein Gefühl, sondern eine Einschätzung, die sich durchaus belegen lässt. Hierbei geht es keinesfalls um die einfältige Schelte einer vermeintlichen Akademisierung im Journalismus (seit wann soll eine umfassende und tiefgreifende Ausbildung ein Malus sein?), sondern um die Zugehörigkeit zu ähnlichen sozialen Schichten und politischen Überzeugungen. So entstammen fast alle Journalisten der breiten Mittelschicht und kaum dem Arbeitermilieu (Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 353). Inwiefern die sehr vielfältige Ausbildung an Universitäten, Fachhochschulen und Journalistenschulen zu einer größeren Diversität beitragen kann, ist abzuwarten – die unterschiedlichen Wege zeugen weiterhin von sehr vielfältigen Zugangsmöglichkeiten zum Journalismus.

Sehr viel problematischer als die soziale Herkunft erscheint das Engagement einzelner Journalisten für bestimmte Interessen – in klarem Widerspruch zum Ideal journalistischer Redlichkeit, dass der Fernsehjournalist Hanns Joachim Friedrichs mit seinem Ausspruch auf den Punkt brachte: „Einen guten Journalisten erkennt man daran, daß er sich nicht gemein macht mit einer Sache, auch nicht mit einer guten Sache“ (zitiert nach Schneider/Raue 1996, S. 93). Auch die sehr einseitigen parteipolitischen Präferenzen der Journalisten selbst stehen im Widerspruch zur übrigen Bevölkerung. Im deutlichen Gegensatz zu den Wahlergebnissen der letzten Jahre geben mehr als ein Drittel der befragten Journalisten an, der Partei Bündnis 90/Die Grünen nahestehen, und auch noch 26 % drücken der SPD ihre Sympathie aus. Dagegen liegen die konservativen und liberalen Parteien weit abgeschlagen: Die CDU/CSU kommt auf nur 8,7 % und die FDP auf 6,3 % (Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 353f.). Auch wenn diese Präferenzen nicht unbedingt und unmittelbar zu einer einseitigen Berichterstattung führen, so ist die Diskrepanz zwischen politischen Neigungen der Bevölkerung und denen der Journalisten zumindest problematisch, da sie durchaus für eine teilweise Entfremdung zwischen Journalisten und der übrigen Bevölkerung stehen könnte. Auch die Verflechtung der politischen Parteien mit den öffentlich-rechtlichen Sendern und deren Räten ist nicht geeignet, die Skepsis gegenüber einer unabhängigen Berichterstattung auszuräumen.

Eine deutliche Diskrepanz lässt sich zudem zwischen der politischen Selbsteinschätzung der Journalisten einerseits und deren Sicht auf das vermeintliche Zielpublikum andererseits erkennen. Sehen sich die Journalisten selbst im linken demokratischen Spektrum beheimatet, attestieren sie ihren Rezipienten eher eine konservative,

politisch rechte Einstellung (ebd., S. 359). Arbeiten, die untersuchen, inwiefern sich dieses Missverhältnis zwischen eigenen politischen Ansichten und erwarteten Einstellungen beim Publikum auswirkt, stehen weitgehend aus, sodass hierüber keine belastbaren Erkenntnisse existieren.

Während das Selbstverständnis von Journalisten in westlichen Ländern weitgehend vergleichbar ist, gibt es Unterschiede bezüglich der Bedeutung, die etwa dem investigativen oder Enthüllungsjournalismus sowie dem sogenannten Public Journalism zukommt, der versucht, Dialoge anzustoßen und zu moderieren. Im Vergleich zu den USA und auch Großbritannien kommt diesen Formen anscheinend eine untergeordnete Rolle zu (vgl. Lünenborg 2005, S. 155f.; Haller 2004, S. 43ff.). Die ausdrückliche Wahrnehmung einer rigorosen Kontrollfunktion findet sich hierzulande daher sehr viel seltener. 2005 gaben weniger als die Hälfte (43,1 %) der befragten Journalisten an, dass „Kritik an Missständen zu üben“ Handlungsrelevanz für ihre Arbeit hat, und nur ein knappes Viertel (23,5 %) stimmte der Aussage zu, dass sie „die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren“ würden (Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 356). Vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Bedeutung einer kritischen Berichterstattung, die Verwerfungen benennt und in meinungsorientierten journalistischen Formen wie Kommentar, Glosse und Kritik anprangert, können diese Zahlen durchaus problematisch gesehen werden. Folgt man Thomas Leif, dann liegen die Ursachen für die fehlende Ausprägung investigativer Herangehensweisen vor allem an den Journalisten selbst, die sich hierzulande meist als Chronisten und Dienstleister für Service-Informationen verstehen (2005).

#### Journalisten im Dialog und unter Beobachtung: die interaktive Netzwerkgesellschaft

Die Binsenweisheit, dass Journalisten journalistisch arbeiten, gilt heute nur noch eingeschränkt. Im Zuge der Wandlung von einer Einwege- zu einer Zweiwege-Kommunikation können breite Bevölkerungsschichten recherchieren, selektieren und Informationen verbreiten. Durch netzwerkgestützte Medien und das Internet haben die Journalisten dabei ihr Monopol auf Information, ihre Gatekeeping-Funktion weitgehend eingebüßt. Als Konsequenz machen sie heute oftmals mit beim immer kurzlebiger werdenden Wettbewerb um aktuelle Informationen – ein Wettkampf, den sie kaum gewinnen können. Geschwindigkeit begünstigt nicht nur Fehler, sie kann auch Hysterien befördern und eine kritische Distanz erschweren. Eine andere Folge stets verfügbarer Netzwerkmedien erscheint jedoch fast noch gravierender für die tägliche Arbeit von Journalisten und deren Rollenverständnis. Dadurch, dass die vernetzte Internetöffentlichkeit die Möglichkeiten zur Teilhabe immer stärker nutzt und so zu einer „5. Gewalt im digitalen Zeitalter“ (Bernhard Pörksen) wird, stehen Journalisten häufiger als bisher in der Kritik. Aus Beobachtern werden zusehends Beobachtete. Dies mag ungewohnt und mitunter auch unbequem sein. Wenn Journalisten diese Rolle jedoch annehmen und man sich auf Spielregeln im Umgang einigt, kann hieraus durchaus ein lebendiger Dialog entstehen, der verlorenes Vertrauen wieder herstellen kann. Die Fähigkeit zahlreicher Medien zur kritischen Selbstreflexion im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Flüchtlinge aber auch die Anschläge durch die rechtsradikale

## »Integrität und Ethik sind keine Begleiterscheinungen, sondern der eigentliche Kern journalistischen Handelns.«

Terrorgruppe NSU zeugt von dem Willen und der Fähigkeit zu Veränderungen.

Konnte man in der Vergangenheit durchaus sagen, dass Journalisten diejenigen sind, die Nachrichten medial verbreiten, so erscheint diese Beschreibung heute nicht mehr ausreichend. Wenn jeder Informationen verbreiten und über Ereignisse berichten kann, dann ist die Fähigkeit zur Publikation kein Alleinstellungsmerkmal des Journalismus mehr. Vielmehr rücken traditionelle journalistische Tugenden wieder stärker in den Mittelpunkt. Im Gegensatz zu anderen neuen wie alten Medienakteuren sind es die Journalisten, die allein der Allgemeinheit verpflichtet sind. Die Aufgabe einer gefestigten Demokratie ist es, dass sie diesen Auftrag uneingeschränkt wahrnehmen können. Nur so können sie Orientierung schaffen in einer Welt des Informationsüberangebots, nur so können sie wieder stärker die ihnen zugedachte Kontrollfunktion ausüben. Integrität und Ethik sind keine Begleiterscheinungen, sondern der eigentliche Kern journalistischen Handelns. Manchmal bedeutet dies eine unbequeme Berichterstattung außerhalb bestehender Bedeutungsrahmen oder mehrheitsfähiger Meinungen.

### Literatur:

#### Di Lorenzo, G.:

*Unser Ruf steht auf dem Spiel.* Rede vom 28.02.2016 im Schauspielhaus Dresden. In: Die Zeit vom 29.02.2016. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/kultur/2016-02/dresdner-rede-dresden-giovanni-di-lorenzo> (letzter Zugriff: 07.03.2016)

#### Haller, M.:

*Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten.* Konstanz 2004<sup>6</sup>

#### Leif, T.:

*Rückgewinnung gesellschaftlicher Funktion: Die Medien in der Rolle der ‚Vierten Gewalt‘.* In: C. Fasel: *Qualität und Erfolg im Journalismus.* Konstanz 2005, S. 31 – 48

#### Lippmann, W.:

*Public Opinion.* New York 1922. Zitiert nach: W. Lippmann: *Die öffentliche Meinung.* München 1964

#### Lünenborg, M.:

*Public Journalism: Konzept – Entstehung – und gesellschaftliche Relevanz.* In: M. Behmer u. a. (Hrsg.): *Journalismus und Wandel: Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien.* Wiesbaden 2005, S. 143 – 159

#### Meier, K.:

*Journalistik.* Konstanz 2011<sup>2</sup>

#### Schneider, W./Raue, P.-J.:

*Handbuch des Journalismus.* Reinbek 1996

#### Schulz, W.:

*Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung.* Freiburg/München 1976

#### Weischenberg, S./

**Malik, M./Scholl, A.:** *Journalismus in Deutschland 2005.* In: *Media Perspektiven*, 7/2006, S. 346 – 361

Dr. Tobias Hochscherf ist Professor für audiovisuelle Medien an der Fachhochschule Kiel und der Europa-Universität Flensburg. Er lehrt u. a. im berufsbegleitenden Masterstudium „Journalismus und Medienwirtschaft“, das die praxisnahe Volontärsausbildung mit den fachlichen Inhalten eines Masterstudiums verbindet.





Christine Watty

# Trost, Hilfe, Beistand

## Müssen Medien ihre Nutzer retten?

22. März 2016: Anschläge in Brüssel. An solchen Tagen kann einen die volle mediale Wucht treffen, wenn man sich einlässt auf den Strudel aus Eilmeldungen, Tickern und Sondersendungen: Man kann live dabei sein, wie sich das Entsetzen aufbaut, erlebt sekundlich, wie Informationen gestreut, dann wieder zurückgezogen werden und schließlich lange nach den Ereignissen erst in stimmigen Reportagen enden. Man sieht zuvor noch, wie Fernsehmoderatoren zu Loop-Maschinen werden, die auf die immer gleichen Bilder die immer gleichen Halbinformationen verteilen; wir sind dabei, wie jede Menge Experten auftauchen, die oftmals nicht genau wissen können, was vor Ort geschieht – aber dennoch darüber reden. Eine bemerkenswerte Satire des ProSieben-Comedyformats *Switch reloaded* zeigte schon vor vielen Jahren eine Reporterin, die u. a. am Wühltisch eines großen Kaufhauses steht und von dort die Kriegereignisse eines weit entfernten Landes kommentiert. Zu verstehen natürlich auch als eine Art Medientrost im Sinne von: bitte nicht alles ernst nehmen, was wir da in der Kürze der Zeit von uns geben.

**»Die Hilfe findet meist jenseits der Worte statt, indem man einfach da ist und aufmerksam zuhört.«**

Je dramatischer die Weltlage ist – wie im Fall von Terroranschlägen –, umso deutlichere Auswirkungen können Medien und ihre Berichterstattung auf unseren persönlichen Zustand haben: Wir hängen zuerst stundenlang am Newsticker wie an einer Informationsnabelschnur und fühlen uns am Ende ausgelaugt und ratlos. Medien müssen natürlich Informationen liefern – aber können sie auch anders? Bieten Medien auch konkrete Lebenshilfe, oder liefern sie vor allem Irritations- und Beunruhigungs-Auslöser? Eine Spurensuche ...

Aber zurück zu der aktuellen Terrorberichterstattung: Die Expertenschar wird schließlich noch ergänzt um die Fachleute, die schon darüber sprechen, wie groß die Gefahr bei uns ist und welche Reaktionen zu empfehlen sind – während am entfernten Anschlagort noch die Opfer gezählt werden.

Antworten also, die gegeben werden, ohne dass man als Medienzeuge der Katastrophe schon so weit gewesen wäre, sich um sich selbst Sorgen zu machen. Das kommt ja erst noch, die Sache mit den Sorgen. Auch in diesem Text.

Urheber der ganzen Tickerei und des Bemühens vieler Sender, möglichst viel „live“ zum Ort des Grauens zu schalten, sind ja angeblich das Internet und seine Schnelligkeit – und damit sind wir am Ende der kleinen Katastrophen-Presseschau: Klickt man sich dann noch mit letzter Kraft durch die Social-Media-Kanäle, deren Mitglieder unkuratiert die beunruhigendsten Kurznachrichten und die dazugehörigen grauenvollen Fotos posten, ist man vor allem eines: erschöpft. Und wenn es schlecht läuft, auch noch ängstlich und unsicher.

## Medien sollten nicht in erster Linie beruhigen – aber sich ihrer Wirkung bewusst sein

Und nun? Haben Medien auch einen Beruhigungs- oder gar Nachsorgeauftrag im Sinne einer allgemeinwohlverträglichen Berichterstattung? Helfen sie uns überhaupt, im Leben mit all den Schwierigkeiten von Terror – bis hin zu persönlichen Problemen – klarzukommen?

Keine Frage: Sie helfen im Katastrophenfall indirekt durch nachträgliche versachlichende Korrektur der emotionalisierten Erstberichterstattung, durch Einordnung all dessen, was im ersten Moment als singuläres und die Welt beherrschendes Ereignis verkauft wird. Hintergründe, Zahlen, Fakten und wieder neue Expertenmeinungen in größerer Ruhe in den darauffolgenden Tagen konsumiert, lassen *die* wieder ruhiger schlafen, die sich gerade noch fühlten, als bestehe ihr eigenes Leben auch weit entfernt nur noch aus Trauer und Terror. Außerdem haben Medien gelernt, selbst im größten Schock umgehend in die Metaberichterstattung einzusteigen, geleitet von der Frage: „Wie gut waren wir in unserer Berichterstattung?“

Interessant ist aber die Suche nach konkreten Maßnahmen, im Sinne eines Mitdenkens für die Medienrezipienten, die die News-Welt am Ende eines Tages alleine zurücklässt. Denn da ist das Angebot gar nicht einmal so groß – und wenn, dann vor allem online vorhanden: Die „Süddeutsche Zeitung“ beispielsweise hat für solche Fälle die Onlinedebatte installiert: kein Trost-Kanal, aber zumindest eine Einladung, eigene Gedanken zu allen aufwühlenden Geschehnissen loszuwerden – in einem moderierten Forum. Eine nutzerbezogene Ergänzung zur Berichterstattung und immerhin nicht nur eine lieblose Aufforderung, in irgendeinem Facebook-Stream mal zu sagen, was man so denkt. Im „SZ“-Forum waren beispielsweise schlicht die Gedanken zu den Paris-Anschlägen im November 2015 gefragt; nach Brüssel stand eine Diskussion unter der Überschrift *Wie viel Sicherheit trägt unsere Freiheit*. Ein Forum mit klaren Regeln, das einen fairen Austausch möglich machen soll. „Reden Sie mit“ – das erlauben auch Talkshowformate wie *Hart aber fair* und laden zumindest zur Mitdiskussion online ein. Können dabei aber qua Format nicht in erster Linie auf die ganz persönlichen Befindlichkeiten der Diskussionsteilnehmer eingehen.

Die Urform des Medientrostformats, der Radiotalk, wird hingegen immer seltener: Der bekannteste Nachttalker, Domian von WDR 1LIVE, gibt noch in diesem Jahr nach 20 Jahren seine Sendung auf, die im Radio und im Fernsehen stattfindet. Zwar sind die Sendungen vor allem von persönlichen Notsituationen der Anrufer geprägt; Tagesaktuelles aber ist auch immer wieder Thema – ebenso wie die Sorgen und Ängste der Anrufer dazu.

Das gab es im Fernsehen auch einmal. Durchgeschüttelt von der Welt – oder den Medien, die sie so erzählen –, bräuchte man derzeit vielleicht in der Konsequenz wieder mehr Fernsehpsychologen wie Brigitte Lämmle, die bis 2009 in einem SWR-Fernsehstudio auf- und abging, während ihr Menschen Ängste, Sorgen und persönliche Situationen schilderten.

Die TV-Sendungen mit dem Auftrag „Trost und Hilfe“ haben heute eine klare Ausrichtung: *Bitte melde dich!*, *Vermisst* oder ähnliche Ansätze der privaten Fernsehsender wollen zwar persönlich helfen. Sie begeben sich mit viel Aufwand auf die Suche nach vermissten Menschen – diese Hilfsangebote sind jedoch für Hilfe- und Trostsuchende an klare Bedingungen geknüpft und nicht reiner Altruismus der Veranstalter. Und klar: Hier herrscht null Bezug zur Tagesaktualität.

Vielleicht ist es nicht originäre Aufgabe der Medien, das eigene Publikum am Ende des Tages zu retten. Es gibt ja auch noch Psychotherapeuten und Selbsthilfegruppen, Stammtische, Kollegen und Familie zum Austausch! Trostspendendes kann man auch finden in den unterschiedlichen Formaten, die von Lebensgeschichten und starken Menschen erzählen, die Außergewöhnliches erlebt haben; Featureformate und Gesprächssendungen gibt es en masse, die allesamt Angebote sind, das Leben nach den Newstickern auch von anderer Seite zu betrachten. Nur: In einer Zeit, in der wir das Wort „Angst“ ja gerne sehr großschreiben, stellt sich die Frage: Was können Medien tun, um diese weniger groß werden zu lassen? Den Ton in der Berichterstattung ändern, abwarten – das wäre eine Maßnahme. Die andere: vielleicht die Sache mit dem Zuhören. Gefragt, ob man Menschen in einem Talkformat mit zeitlicher Begrenzung helfen könne, sagte Nachttalker Domian im Interview mit dem „SZ Magazin“ im Jahr 2015: „Die Hilfe findet meist jenseits der Worte statt, indem man einfach da ist und aufmerksam zuhört.“

Christine Watty ist freie Journalistin, Redakteurin und Moderatorin.



Nana Grote

# Das Prinzip Hoffnung im deutschen Kinderfilm

Hoffnung ist ein zentrales Element fast aller Kinderfilme. Kinder fühlen sich oft machtlos gegenüber ausweglosen oder bedrohlichen Situationen. Gäbe es keine Hoffnung auf Veränderung, wäre Resignation oder starre Schicksals-ergebenheit die Folge. Kinderfilme leben davon, dass Aussicht auf Veränderung zumindest ansatzweise in der Handlung impliziert ist.

Wenn Hoffnung aber als erzählerische Maxime ausgerufen wird und dieses als dramaturgischer Selbstzweck den gesamten Film durchzieht, werden die realen Ängste und Nöte von Kindern im Hier und Jetzt übersehen oder nicht ernst genommen.

Filme wie *Die wilden Kerle* oder *Ostwind* wollen gemäß ihres Genres zu Recht unterhalten.

Oft ist jedoch zu beobachten, dass Handlungen vorausseilend sinnstiftend sind. Hoffnung wird schützend unter jede Szene gelegt. Um der Handlung einen Antrieb zu geben, wird in diesen Filmen nur in Richtung leuchtender Zukunft geblickt. Jede etwas bedrohlichere Lage wird sofort durch einen vermeintlichen Witz abgedefert.

Wenn Geschichten aber nur auf dieser Ebene die Handlungsetappen zu einer finalen Wunscherfüllung abklappern, bedeutet das zwangsläufig einen Verlust an Tiefe und Realitätsbetrachtung.

Filme, die sich nicht so sehr auf hoffnungsgetränkte Optimierung festlegen, sondern bestimmte, eventuell schmerzliche Einblicke überhaupt erst zulassen oder aushalten, sind in der gegenwärtigen Film-landschaft eher die Ausnahme. Ein Drama wie *Kopfüber* von Bernd Sahling, der aufklärend und sensibel die widrigen Umstände und den zähen Kampf seines an ADHS erkrankten Helden beleuchtet, finden selten ihren Weg zu den Zuschauern.

Ein Vergleich zweier Filme – mit ähnlichem Inhalt – verdeutlicht, auf welcher unterschiedlichen Weise für Kinder relevante Konflikte behandelt werden können. *Rettet Raffi!* (D 2015) und *Kauwboy* (NL



Rettet Raffi!



Kauwboy

2012) erzählen gleichermaßen, wie ein Junge versucht, mit der Abwesenheit bzw. dem Verlust eines Elternteils zurechtzukommen. In beiden Beispielen wird die emotionale Auflösung über eine enge Bindung der Jungen zu einem Tier kompensiert.

*Rettet Raffi!* ist ursprünglich ein spannungsreicher Kinderkrimi. Im Subtext verhandelt er jedoch Elemente des Dramas und setzt einen brockenschweren psychologischen Unterbau als Prämisse: die Abwesenheit des Vaters, der als Soldat in Afghanistan stationiert ist. Im weiteren Verlauf des Films spielt diese Tatsache aber leider kaum noch eine Rolle. Stattdessen konzentriert sich der Film auf ein rasant erzähltes Abenteuer, in dem der Junge von einem Ort zum anderen eilt, um seinen verschwundenen Hamster wiederzubekommen. Der Zuschauer erfährt nicht, was wirklich in dem jungen Hauptdarsteller vorgeht und wie er persönlich mit der Abwesenheit des Vaters umgeht. Die Chance, mit dem Jungen mitzufühlen oder eine persönliche Entwicklung mitzuerleben, wird den Kindern verwehrt.

*Kauwboy* kreist um die Beziehung des 10-jährigen Jojo zu einer schutzbedürftigen Dohle. Über seine Fürsorge zu diesem Tier gelingt es dem Jungen bis zu einem gewissen Grad, den Verlust seiner Mutter zu verdrängen. Er nimmt die Dohle bei sich auf, versteckt sie vor

seinem Vater, pflegt und füttert sie. Eines Tages geschieht für ihn Schreckliches, die Dohle gerät in die Speichen seines Fahrrads und stirbt. Der Film veranschaulicht in sehr einführender, empathischer Weise das fragile Innenleben des Jungen, das stets bedroht ist von der Ahnung, dass die Wahrheit, die Jojo sich zurechtgebogen hat, bald in Stücke zerfallen wird. Zugleich scheint aber auch vage Hoffnung durch, dass es dem Jungen gelingen wird, den Verlust der Mutter zu überwinden.

Weil der Regisseur dem Charakter folgt, weil er ihm zuhört und ihn ernst nimmt, ermöglicht er es dem Zuschauer, mit dem Jungen eine tiefere Wahrheit zu entdecken. Erst als die Umstände des Todes seiner Mutter ans Licht kommen, kann Jojo beginnen, sich dem entglittenen Vater zu nähern.

#### Verzweiflung als Chance

Der französische Philosoph André Comte-Sponville hat in seinen Überlegungen zur Hoffnung den Begriff der „schöpferischen Hoffnungslosigkeit“ geprägt. Von der Hoffnung als christlichem Grundsatze befreit, sieht er im Zustand der Verzweiflung etwas Positives.





Stella



La casa más grande del mundo

Für ihn gilt es, sich von der Hoffnung zu befreien, da es nur ein trügerischer Schutz ist. Vielmehr sieht er schöpferische Erkenntnis im Sich-Ent-Hoffen („dé-espoir“). Damit meint er, sich der Gegenwart und Realität zu stellen und Verzweiflung zuzulassen.

Bezogen auf den Kinderfilm könnte man nun fragen: Wie viel Realität ist zumutbar, wie viel Verzweiflung und daraus folgend Erkenntnis ist aushaltbar?

In der schwedisch-deutschen Produktion *Stella* von Sanna Lenken z. B. wird die 12-jährige Protagonistin Zeugin des Zerbrechens ihrer intakten Familie. Weil sie von der heimlichen Essstörung ihrer älteren Schwester weiß, gerät Stella in einen Loyalitätskonflikt zu ihren Eltern, die die Wahrheit erfahren wollen, um ihr Kind zu retten.

Als Zuschauer begleitet man Stella auf ihrem brüchigen Weg durch die Turbulenzen ihres 12-jährigen Daseins. Sie sieht sich einer Situation gegenüber, mit der viele Kinder zu ringen haben: Etwas ehemals Intaktes droht auseinanderzubrechen – und was passiert dann? Trotz allem wird durch die Vielschichtigkeit ihres Charakters auf Hoffnung nicht ganz verzichtet.

Ein weiteres Beispiel ist *La casa más grande del mundo* von Ana V. Bojórquez und Lucía Carreras aus Guatemala/Mexiko. In diesem

Film wird erzählt, wie das Maya-Mädchen Rocío unter schwierigsten Bedingungen auf eine Schafherde aufpassen muss und dabei in Schwierigkeiten gerät. Rocío ringt mit Ängsten und kämpft um Anerkennung. Diese klassischen Themen des Kinderfilms werden hier aber nicht erklärend in Plot-Stationen durchdekliniert. Der Film nimmt sich stattdessen viel Zeit, die Protagonistin in ihrem Alltag zu zeigen. Dabei entfaltet sich vor den Augen des Zuschauers die innere Reife der 10-Jährigen. Der Film vertraut ganz darauf, dass aus der Beobachtung des Mädchens in widriger Natur etwas entsteht – nämlich Erkenntnis.

Ziemlich drastisch wird das Schicksal des indischen Waisenjungen Kuttappayi in dem Film *Ottaal* von Jayaraj Rajasekharan Nair geschildert (Beitrag im Berlinale-Wettbewerb 2016, siehe auch S. 4 ff. in dieser Ausgabe).

Für ihn gibt es kaum Hoffnung, den Mühlen der zersetzenden Kinderarbeit zu entkommen.

Sein Brief, in dem er seinen Opa um Hilfe bittet, wird diesen nie erreichen.

Zwar bildet jener Teil der Handlung nur den Rahmen eines über weite Strecken sehr poetischen Films. Aber damit vermittelt er – oh-



Ottaal

ne didaktisch oder belehrend zu wirken – eine klare Botschaft: Kut-tappayi teilt das Schicksal vieler indischer Kinder. Eine Erlösung aus der harten Arbeitswelt ist nicht in Sicht.

Ein – wie oft gefordertes – positives Ende, erschiene hier nicht nur verlogen und falsch. Es würde den Sinn dieses Films zerstören. Dass er darauf verzichtet, ein hoffnungsvolles Ende zu erzählen, ist nur konsequent.

Langjährige Erfahrungen mit dem Kinderpublikum der Berlinale (Sektion Generation) zeigen, dass Kinder durchaus sehr aufgeschlossen gegenüber Filmen sind, die sich den Härten des Lebens stellen und die Wirklichkeit nicht kategorisch ausklammern. Viele internationale Kinderfilmproduktionen – egal ob aus Chile, der Ukraine, Indien oder der Mongolei – erzählen wirkliche Nöte und Konflikte und verhandeln für Kinder kritische Themen oft sehr vielschichtig.

In Diskussionen mit Kindern über für sie produzierte Filme konnte ich oft beobachten, dass Kinder auf ungewohnte Inhalte unmittelbar reagieren und sofort Fragen zu den teils schwierigen Themen stellen. Sie durchleben größtenteils sehr mitfühlend die manchmal harten, manchmal kuriosen Umstände der Kinderprotagonisten in den Filmen und haben ein Bedürfnis zu verstehen.

Wie soll ein Kind also zu möglicher Erkenntnis gelangen, wenn es im Kino fast ausschließlich eine die Realität verzerrende Brille und einen zu warmen Hoffnungsmantel übergezogen bekommt?

Wenn man tiefer gehende Einblicke in eine Wirklichkeit zulässt, erfüllt man damit vielleicht nicht sogar eine andere große Sehnsucht der Kinder, nämlich die, wirklich ernst genommen zu werden?

Nana Grote ist Regisseurin und Mitglied des Sichtungsgremiums für die Sektion Generation der Berlinale. Sie hat vier Kinder im Alter von 3 bis 11 Jahren.



Klaus-Dieter Felsmann

# In der Hoffnung, einen brauchbaren Weg zu finden

In diesem Jahr riss der gefühlt schon ewig bestehende graue Himmel über Berlin eine Woche vor Ostern erstmalig auf. Frühlingswärme lag über der Stadt und: „Zufrieden jauchzet groß und klein: Hier bin ich Mensch, hier darf ichs sein!“ . Um die Mittagszeit füllten sich Parkanlagen und Brachen, erste leichte Kleidung war zu sehen und von noch kümmerlichem Wiesengrün übertrug sich eine geradezu beschwingte Stimmung, die sogar noch im U-Bahn-Zug nachzuwirken schien. Sicher saß hinter irgendwelchen Fenstern auch manch Famulus Wagner, der mit all dem Treiben nichts anzufangen wusste, doch für den Moment dominierte das von der Natur vermittelte „Hoffnungsglück“. Goethes Doktor Faust konnte die Wirkung der Sonne im Gegensatz zu seinem Schüler durchaus genießen. Er schöpfte daraus Trost und Hoffnung für den Weg, den er meinte, gehen zu müssen. Doch sein Hoffen täuschte ihn nie darüber hinweg, wie anstrengend und ungewiss es ist, nach dem zu fragen, „was die Welt im Innersten zusammenhält“.

Vor gut 50 Jahren, im Dezember 1965, ließ die oberste Parteiführung in der DDR zwölf DEFA-Spielfilme verbieten. Dieses traurige Jubiläum wurde Anlass, die betroffenen Filme in rekonstruierter Fassung gegenüber der heutigen Öffentlichkeit neuerlich zur Diskussion zu stellen. Ich durfte dabei zahlreiche Veranstal-

tungen moderieren und erlebte so ausgesprochen interessante Reaktionen. Ältere Menschen im Osten bekamen leicht einen verklärten Blick, weil von der Leinwand her immer wieder Jugenderinnerungen, aber auch verchlissene Hoffnungen wachgerufen wurden. Die entsprechende Generation im Westen Deutschlands reagierte eher mit einer gewissen Ratlosigkeit. Jüngere Zuschauer bemerkten unisono, dass hier unterschwellig wichtige subjektiv orientierte Fragen in einer bemerkenswerten künstlerischen Verdichtung angesprochen werden, die sie im verallgemeinerten Sinne beim eigenen Heranwachsen ebenfalls beschäftigen. Niemand konnte allerdings auf Anhieb verstehen, warum die Filme einst verboten wurden. Vordergründig scheint es doch immer darum zu gehen, die sozialistische Gesellschaft zu verbessern, und nie darum, sie als Vision infrage zu stellen. Tatsächlich ist es so, dass die Funktionäre seinerzeit die Darstellung einer vollendeten Utopie verlangten. Die Auseinandersetzung mit einem mühevollen Weg zu einem zwar erhofften, doch nie mit aller Gewissheit vorhersehbaren Ziel erschien ihnen suspekt. Später hatte sich das geändert. Nur fünf Jahre nach dem beschämenden Verbotverfahren waren nahezu alle nun entstandenen DEFA-Gegenwartsfilme von der Suche nach dem richtigen Weg geprägt. „Die Hoffnung, mit Filmkunst auch auf gesellschaftliche

Verhältnisse einwirken zu können“, so eine leitende Dramaturgin im Rückblick nach 1990, war bestimmend für die Arbeit des Studios. Nur wollten jetzt nur noch relativ wenige Zuschauer etwas von der Inszenierung steiniger Wege zu einer überstrapazierten gesellschaftlichen Beglückungstoptie wissen.

Jan Josef Liefers gehört heute zu jenen Akteuren, die im deutschen Fernsehen unentbehrlich scheinen. Er ist als Kind in der Welt des Theaters aufgewachsen, doch den entscheidenden Impuls, selbst Schauspieler werden zu wollen, erhielt er nach eigenen Worten im Dresdener „Rundkino“ angesichts des sowjetischen Films *Leuchte, mein Stern, leuchte* von Aleksandr Mitta. Dieses Melodram aus dem Jahr 1969 erscheint im Rückblick wie ein frühes Wetterleuchten der späteren Glasnost-Zeit. 1920, mitten im Bürgerkrieg nach der Russischen Revolution, zieht Iskremas, ein junger Theaterenthusiast, mit einem Karren durch die Dörfer, um dem Volk die Kunst Shakespeares nahezubringen. Viel Erfolg hat er damit nicht. Angesichts der harten Alltagsherausforderungen suchen die Menschen lieber bei den „Wackelbildern“ eines Wanderkinos Trost und Ablenkung. Iskremas lässt sich nicht entmutigen. Ihn interessieren nicht die Ideologien der roten Kommissare, der weißen Offiziere und schon gar nicht die der als grün bezeichneten gewöhnlichen Banditen. Er glaubt, dass er mit

seinen Angeboten reflektierendes Handeln befördern kann, was nicht zuletzt den Kriegswahnsinn in Frage stellen würde. Am Ende des Films findet der junge Held eher zufällig den Tod. So traurig der Zuschauer dadurch auch gestimmt wird, dieses Finale ist nicht nur dramaturgisch konsequent. Das Leinwandsterben bildet den letzten Mosaikstein für einen ausgesprochen intensiven Hoffnungsimpuls mit Blick auf jene, die mit feuchten Taschentüchern im Publikum sitzen. Iskremas, gespielt von Oleg Tabakov, überzeugt mit Lebensfreude und Leidenschaft, er bleibt seinen Idealen treu und er zeigt, wie jemand Kraft aus sich und für sich finden kann. Eine wie auch immer gewandete Götzenanbetung bleibt eine Täuschung, sie macht unfrei und traurig.

Wie traurig das enden kann, zeigt auf bedrückende Weise die gerade mit dem Nobelpreis ausgezeichnete Swetlana Alexijewitsch in ihrem Buch *Secondhand-Zeit*. Sie hat nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion Menschen befragt, die ihre ganze Identität aus dem System abgeleitet hatten und die nun vor einer großen Leere standen. Es sind Menschen, die den Tod nächster Verwandter im Gulag verkraften mussten, die selbst in den Lagern saßen, die Hunger und Krieg in den schlimmsten Verwerfungen erlebt haben und die dennoch all ihre Hoffnungen an ein Gesellschaftsmodell gebunden hatten, das Erlösung

in irgendeiner fernen Zukunft versprach. Es sind Geschichten wie die von dem Tataren Timerjan Sinatow, die den Leser erschüttern. Als junger Mann gehörte Sinatow zu jenen, die am Tag des Überfalls der Hitlertruppen die Grenzfestung Brest verteidigten. Er war einer der wenigen Überlebenden und er definierte seinen ganzen weiteren Daseinssinn allein aus dem hier erworbenen Heldenstatus. Als nach 1991 der einstige Mythos nichts mehr zählte, stürzte er sich als alter Mann vor einen Zug. Eine zigfach gebrochene Persönlichkeit hatte das von außen definierte Korsett verloren. Anders als die Kunstfigur Iskremas gab es für ihn keinen subjektiv verorteten Hoffungsstrang, der autarkes Handeln motivieren konnte. Er fand Lebenskraft nur aus von anderen oktroyierten Ideen.

Goethes Faust lässt sich sogar mit dem Teufel ein, um das da draußen zu durchschauen. Er irrt und er lädt Schuld auf sich, doch er geht seinen eigenen Weg. Das gibt ihm Kraft und Einsicht, und es vermittelt Hoffnung in noch so aussichtslos erscheinenden Situationen.

In meinem Dorf waren die Einwohner am letzten Wochenende zum Frühjahrsputz aufgerufen. Für viele ist das eine schöne Gelegenheit, nach langer Wintereinsamkeit endlich wieder einmal mit den Nachbarn zu sprechen. Anekdoten werden erzählt und Geschichten

aus der Jugendzeit. Schnell kommt bei manchen dann ein Unterton hervor, wie schön es doch bei der LPG gewesen sei. „Ja, wenn der Honecker uns jeden Monat 100 Westmark gegeben hätte, dann hätten wir ihn nicht abgewählt.“

So einfach kann das mit der Hoffnung sein. Glücklicherweise ist es am Ende aber immer viel komplizierter.

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





# Panorama 02/2016

## Diskriminierungsschutz: keine Änderung im Pressekodex

„In der Berichterstattung über Straftaten wird die Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu religiösen, ethischen oder anderen Minderheiten nur dann erwähnt, wenn für das Verständnis des berichteten Vorgangs ein begründbarer Sachbezug besteht. Besonders ist zu beachten, dass die Erwähnung Vorurteile gegenüber Minderheiten schüren könnte.“ So lautet Ziffer 12, Richtlinie 12.1 des Kodex des Deutschen Presserates, über die besonders in den letzten Monaten diskutiert wurde. Nach den Vorfällen in der Silvesternacht in Köln, in denen Hunderte Fälle von Taschendiebstahl und sexueller Belästigung angezeigt wurden, wurde jenen Medien, die die „nordafrikanische“ Herkunft der mutmaßlichen Täter nicht nannten, vorgeworfen, sie verschwiegen wichtige Informationen. Der im Pressekodex festgehaltene Diskriminierungsschutz geriet in die Kritik. Zu einer möglichen Änderung tagte das Plenum des Presserates Anfang März 2016. Die Mitglieder beschlossen, dass die Ziffer nicht geändert wird. In einer Pressemitteilung heißt es dazu von Manfred Protze, Sprecher des Presserates: „Sie [die Journalisten, Anm. d. Red.] müssen im Einzelfall verantwortlich entscheiden, ob Informationen über die Herkunft von Straftätern von Gewicht sind, um den berichteten Vorgang verstehen oder einordnen zu können. Dabei folgen sie ihrer grundlegenden, professionellen Aufgabe, aus einer Flut von Informationen stets eine Auswahl nach Bedeutung zu treffen. Immer, wenn die Veröffentlichung einer Information die Gefahr diskriminierender Effekte enthält, ist besonders hohe Sensibilität gefordert.“ Den Vorwurf des Verschweigens und der Zensur weise der Presserat ausdrücklich zurück. Auch sei der Rat nicht der Vormund von Journalisten und Medien, in seinem Kodex gebe er lediglich Handlungsorientierungen. „Die Eigenständigkeit der Entscheidung von Redaktionen wird damit nicht tangiert. Es gibt kein Verbot, die Herkunft von Straftätern oder Tatverdächtigen zu nennen“, so Protze weiter.

Das Plenum des Presserates besteht aus 28 Mitgliedern, die sich aus Vertretern der vier Trägerverbände des Rates zusammensetzen: dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, dem Deutschen Journalisten-Verband und der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union. Das große Plenum trifft sich zweimal im Jahr, um ethische Fragen zu diskutieren, den Pressekodex weiterzuentwickeln oder öffentliche Stellungnahmen zu formulieren.

## Befragung: journalistische Recherche

Das Internet gaben deutschsprachige Journalisten bei einer Befragung des Verlags Rommerskirchen und der Hochschule Macromedia als wichtigste Recherchequelle an. Dabei vertrauen sie in erster Linie den Seiten von Zeitungen. Bei der Social-Media-Recherche nutzen sie vor allem Wikipedia. Laut Umfrage nennen 85 % der befragten Journalisten externe Internetquellen als besonders wichtige Recherchequelle, gefolgt von Telefongesprächen (80,8 %), persönlichen Gesprächen (77,1 %) und Pressematerialien (59,3 %). Fast die Hälfte der Befragten nutzt Wikipedia häufig oder sehr häufig. Facebook, Twitter und XING folgten erst mit deutlichem Abstand. Laut Umfrageergebnissen gilt: Je jünger ein Journalist ist, desto social-media-affiner ist er, ausgenommen Wikipedia, dies sei eher das Medium der über 45-Jährigen. Allerdings: Nur 25,1 % der Befragungsteilnehmer glaubten stark bis voll und ganz, dass sie umfassendes Wissen über die Möglichkeiten der Onlinerecherche haben. Befragt wurden 2.329 Journalisten, von denen 1.428 hauptberuflich journalistisch tätig sind. Der Verlag Rommerskirchen verlegt u. a. das Medienmagazin „journalist“ sowie die Branchenzeitschrift „prmagazin“. Die Hochschule Macromedia ist eine Privathochschule mit Sitz in Köln.

### **ZDF: bessere Kommunikation mit Zuschauern**

Was man als Selbstverständlichkeit erachten könnte, wurde kürzlich erst vom Fernsehrat des ZDF beschlossen: Künftig sollen Zuschauer, die beim Aufsichtsgremium eine Beschwerde zum Programm des Senders einreichen, einen kurzen Begründungstext erhalten, in welchem der Inhalt der Beratung und die zur Prüfung angelegten Maßstäbe erläutert werden. Der Fernsehrat hatte bislang nur die Entscheidung ohne Nennung von Gründen kommuniziert. Die Zahl der Programmbeschwerden hat beim ZDF in der letzten Zeit zugenommen. Einem Bericht des Medienmagazins „DWDL.de“ zufolge, erklärt sich der Fernsehratsvorsitzende Ruprecht Polenz dies mit dem „kritischen Interesse der Zuschauer an den Programmen des ZDF.“ Rückschlüsse auf die Qualität der Programme ließe die gestiegene Zahl aber nicht zu.

### **Umfrage zu Alterskennzeichnungen der USK**

Etwa 1.000 Eltern hatte die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) Ende des vergangenen Jahres durch das Marktforschungsunternehmen respondi zu ihren Alterskennzeichnungen befragt lassen. Das Ergebnis: So gut wie jede Mutter und jeder Vater kennt die Kennzeichen der USK, neun von zehn Befragten erachteten sie als sinnvoll. Befragt wurden die Eltern auch zu vorinstallierten Jugendschutzprogrammen auf mobilen und stationären Endgeräten wie PC, Smartphones und Spielekonsolen. 80 % gaben an, diese zu kennen, von etwa der Hälfte der Befragten werden sie genutzt. Am häufigsten geschehe dies in Familien mit Kindern im Alter zwischen 7 und 13 Jahren. Die Mehrheit der Nichtnutzer sehe keinen Bedarf für Jugendschutzsysteme, da gerade jüngere Kinder bei der Mediennutzung häufig durch ihre Eltern begleitet werden. „Kein Vertrauen in die Programme“ sei dagegen bei deutlich weniger Eltern ein Grund zur Nichtnutzung. Laut Umfrage seien sie generell auch technisch mit den Jugendschutzprogrammen zufrieden. Diese Ergebnisse überraschen, werden doch bislang die zentralen Probleme von Filtersoftware in der zu geringen Verbreitung und in der mangelnden Akzeptanz durch die Nutzer gesehen.

### **Befragung: informieren über Onlinenachrichten**

Etwa drei Viertel (76 %) der Internetnutzer hierzulande informieren sich im WWW über das aktuelle Weltgeschehen. Dies ergab eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbandes Bitkom. Dabei sind Nachrichtenseiten von Fernsehsendern besonders beliebt: 54 % nutzen diese als Quelle für aktuelle Informationen. Auch die Onlineangebote der klassischen Printmedien werden laut Umfrage von 52 % der Befragten genutzt. Dies zeige das große Vertrauen der Rezipienten in die Marken der traditionellen Medienhäuser. Über Startseiten von Internetanbietern oder E-Mail-Providern wie T-Online, WEB.DE oder GMX informieren sich 45 % der Nutzer. Soziale Netzwerke wie Facebook, XING oder Twitter werden von 22 % der Befragten als Informationsquelle genutzt, in der Gruppe der jüngeren Nutzer (14 bis 29 Jahre) sind es sogar 32 %. Immerhin 24 % der Internetnutzer halten sich überhaupt nicht online über das Tagesgeschehen auf dem Laufenden.

# Das Porträt: Frank Schwab

Alexander Grau



Frank Schwab ist Medienpsychologe. Per se ist das inzwischen nichts Ungewöhnliches mehr. Exotischer ist jedoch sein Forschungsansatz: Schwab untersucht die Wirkung von Medien und ihre Nutzung aus evolutionspsychologischer Sicht. In der Forschung wird diese Perspektive zumeist vernachlässigt.

Dabei sind die Parameter unseres Medienverhaltens erst in zweiter Linie durch Kultur, Gesellschaft und Sozialisation bestimmt, in erster Linie dagegen zunächst einmal durch unsere Biologie. Und die ist das Ergebnis evolutionärer Prozesse.

Wer Würzburg hört, denkt an Wein. Das ist ja auch naheliegend, immerhin liegt die Stadt inmitten von Weinbergen.

Da vergisst man leicht, dass Würzburg eine Universität hat, noch dazu eine der ältesten Deutschlands. Gegründet wurde sie im Jahr 1402. Doch mangels ausreichender Finanzierung – das gab es damals schon – war 1413 auch schon wieder Schluss. 1582 kam es dann zur Neugründung durch Fürstbischof Julius Echter von Mespelbrunn. Der war ein glühender Parteigänger der Gegenreformation, verwies alle Protestanten des Landes und schuf Institutionen, die eine Rereformation verhindern sollten: die Universität und – für die sozialen Belange – das Juliuspital, das bis in die 1920er-Jahre die medizinische Fakultät beherbergte und heute ein Altenheim und Krankenhaus ist.

Der Aufstieg zu einer überkonfessionellen und weltoffenen Universität begann, nachdem das Großherzogtum Würzburg 1814 in das Königreich Bayern eingegliedert worden war.

Für die Bedeutung der Universität Würzburg steht nicht nur der Name Wilhelm Conrad Röntgen, der hier 1895 die nach ihm benannte Strahlung entdeckte, sondern auch die Würzburger Schule der Denkpsychologie, namentlich Wissenschaftler wie Oswald Külpe und Karl Bühler, der über seinen Schüler Paul Lazarsfeld auch für die Medienwirkungsforschung von erheblicher Bedeutung ist.

Der Lehrstuhl für Medienpsychologie ist an der Uni Würzburg jedoch nicht dem Institut für Psychologie zugeordnet, sondern dem Institut für Mensch-Computer-Medien. Entsprechend wird hier über die emotionale Wirkung von Robotern geforscht, über das Präsenzerleben und die emotionale Wirkung von Videospiele oder die emotionale Reaktion auf Computer und wie computervermittelte Kommunikation unser Fühlen und Handeln verändert.

### Die Medien des haarlosen Affen

Frank Schwab stammt aus der Saarpfalz. In der Schule galt seine Begeisterung der Physik. Doch als er Mitte der 1980er-Jahre sein Studium in Saarbrücken aufnahm, überkamen ihn Zweifel. Es waren die Jahre der Nachrüstungsdebatte und der Friedensbewegung, und die Vorstellung, mit physikalischer Forschung die Rüstungsindustrie zu unterstützen, bereitete ihm Kopfzerbrechen. Also studierte er Psychologie – ein Fach, das auch ungleich politisierter war.

„Ich war ursprünglich ganz psychoanalytisch eingestellt, politisch links, Erich Fromm, Frankfurter Schule und so“, erzählt Schwab. „Entsprechend überrascht war ich dann, wie akademische Psychologie an der Uni betrieben wird: Statistik, Experimente und dergleichen. Das hat mir aber dann trotzdem sehr schnell Spaß gemacht“.

Insbesondere begeisterte sich Schwab für die Mimikforschung. Da Mimikforschung ohne Darwin und ohne Biologie jedoch nur schwer möglich ist, begann er sich in die zunächst ungeliebte Materie einzuarbeiten: „Für einen Frommianer war diese biologische Perspektive nur schwer zu ertragen. Aber als ich das einmal verstanden hatte, hat mich das sehr überzeugt. Wenn man verstehen will, wie wir funktionieren, auch wenn wir mit Medien arbeiten, sollte man berücksichtigen, wo wir herkommen.“

## »Wenn man verstehen will, wie wir funktionieren, auch wenn wir mit Medien arbeiten, sollte man berücksichtigen, wo wir herkommen.«

Denn es sind letztlich die biologischen Determinanten, die vorgeben, welche Medien wir nutzen, warum und wofür: „Das ist ein haarloser Affe, der Medien nutzt, das ist keine Termiten und auch kein Singvogel. Deren Medien würden ganz anders aussehen. Unsere Medien sind typische Primatenmedien, die eine Primatenstruktur haben und sich für Primatenthemen interessieren: etwa für Macht, Sex oder Pornografie.“

Wie archaische Denk- und Verhaltensmuster die Inhalte unserer Medien prägen, hat Schwab erstmals in seiner Habilitationsschrift untersucht, die unter dem Titel *Lichtspiele* erschienen ist. „Es sind immer wieder die gleichen Themen, ob bei Shakespeare oder in den Nachrichten. Es geht um Leben und Tod, um Macht und Liebe, teilweise um Sicherheit, um Gruppenprozesse, um Einfluss und Konflikte“.

Da uns die Charaktere in fiktionalen Formaten jedoch vollkommen fremd seien, würden diese häufig „supernormal“ ausgestaltet, also als ungewöhnlich schön oder ungewöhnlich stark. Diese Supernormalität der Helden hat zudem einen interessanten Nebeneffekt auf den Zuschauer: „Ich habe den Eindruck, viele Helden- und Actiongeschichten funktionieren als Selbstwertpumpen. Die Leute identifizieren sich mit dem Helden und kommen dann fünf Zentimeter größer aus dem Kino raus, ganz wörtlich.“ Das zeige auch, dass es etwa bei der Rezeption von Actionfilmen nicht einfach nur um Erregung gehe, sondern um kompliziertere Gefühle, um Stolz etwa oder um Erhabenheit.

Auch moralische Diskurse, so Schwab, würden in den Medien in supernormale Maßstäbe übertragen. Gute Beispiele dafür seien *Breaking Bad* oder *Dexter*. „Und biologisch macht das durchaus Sinn“, erläutert der Medienpsychologe. „Wenn wir eine Spezies haben, deren Instinktanteil zurückgedrängt wurde und Triebe und Motive immer mehr zu Appellen werden, dann braucht das einen kulturellen Halt, der kommunikativ erarbeitet werden muss. Diese Funktion übernehmen Medien.“

Normative Einstellungen, so Schwab, würden auch das bekannte Sad-Film-Paradox erklären, also die Frage, weshalb insbesondere Frauen eine Vorliebe für traurige und dramatische Stoffe haben, für Geschichten von scheiternden Beziehungen, sozialen Nöten, familiären Konflikten oder psychischen Erkrankungen. „Für Frauen“, erklärt Schwab, „sind Emotionen von Haus aus gut. Hinzu kommt, dass sie Trauer als etwas Positives bewerten. Man kann damit zeigen, dass man ein guter, empathischer Mensch ist, der sich rollenkonform verhält. Für Männer hingegen sind Emotionen eher schwieriger.“



## »Unsere Medien sind typische Primatenmedien, die eine Primatenstruktur haben und sich für Primatenthemen interessieren: etwa für Macht, Sex oder Pornografie.«

Das habe mehrere Gründe. Einer davon ist, dass Männer stark um Frauen konkurrieren, weshalb es für sie eher günstig ist, nicht zu emotional zu sein: „Wenn ich mich gut in einen Mann einfühlen kann und immer alles mitfühle, habe ich ein Problem, wenn ich zu ihm in Konkurrenz trete“. Bei Frauen hingegen sei Empathie von Vorteil, weil sie eher mit der Aufzucht von Kindern beauftragt sind und in Gruppen kooperieren. Männer hätten in der klassischen Jäger-und-Sammler-Gesellschaft eher konfliktive Aufgaben: „Für Männer sind Gefühle daher nicht so spannend. Ein Mann sagt sich: Was reden die die ganze Zeit? Diese Innenwelten interessieren mich nicht. Der soll dem eins aufs Maul hauen und gut ist“.

Um zu verstehen, weshalb Frauen eher emotionale Filmstoffe bevorzugen und ganz generell Emotionen positiver bewerten, müsse man sich zudem klarmachen, welche Funktion eine Emotion wie z. B. Trauer und Liebeskummer hat. „Diese Art Trauer“, so Schwab, „ist die Reaktion auf einen Verlust. Der Emotionsapparat signalisiert: Etwas ist nicht in Ordnung. Ich habe jahrelang Ressourcen in eine Sexualbeziehung investiert, die nicht zum Ziel geführt hat. Der Trauermechanismus fährt uns runter und signalisiert: Bitte fahre dein inneres Monitoring hoch und mach eine Reanalyse deiner bisherigen Lebensführung. Stürze dich nicht gleich wieder in die nächste Beziehung“.

Frauen seien für ein solches emotionales Monitoring viel empfänglicher, weil für sie Beziehungen ungleich gefährlicher sind. „Eine falsche Liebesbeziehung kann für Frauen schlimm enden. Für sie entstehen mit Schwangerschaft und Aufzucht ganz andere Kosten als für Männer.“ Deshalb auch seien Frauen viel stärker darauf angewiesen, herauszubekommen, wie ihr Gegenüber tickt. Frauen gingen sofort in die Charakteranalyse und interessierten sich aus diesem Grund auch für Narrative – egal ob im Fernsehen, im Kino oder in der Klatschpresse.

### Naturkultur

Wenn man Frank Schwab zuhört, stellt sich früher oder später natürlich die Frage aller Fragen: Nature or Nurture? Dieses Thema ist ideologisch aufgeladen. Und es trennt nicht nur aufklärerische von aufklärungsskeptischen Traditionen, sondern geht wie ein Riss durch die Aufklärung selbst: Ist der Mensch ein rein biologisches Wesen und sein Denken, Fühlen und Handeln ausschließlich durch naturgegebene Determinanten bestimmt oder verfügt der Mensch über geistige Ressourcen, die ihn frei machen, sein Denken und Handeln rein geistig zu bestimmen?

Schwab nimmt hier eine abwägende Position ein. Letztlich sei der Mensch ein biologisches Wesen, aber die biologisch vorgegebenen Parameter könnten kulturell oder sozial gesteuert werden. Man könne den Menschen nicht umprogrammieren, aber wenn man etwa sein Gewaltpotenzial rechtsstaatlich sanktioniere und mittels Spielen und Medien kanalisierere, könne sich eine Gesellschaft auch in eine andere Richtung entwickeln. Zur Illustration verwendet der Psychologe das Bild des Verhaltensforschers Norbert Bischof: „Das ist eigentlich wie die Straßenführung in einer Landschaft: Wir können eine Straßenführung wählen, die sich der Landschaft anpasst. Dann passt die Kultur harmonisch zur Natur. Oder wir können Straßen bauen wie in San Francisco. Dann hat man dauernd kaputte Kupplungen und Staus.“

Mit anderen Worten: Letztlich ist alles eine Frage von Kosten und Nutzen. Man kann eine Gesellschaft gegen die natürliche Veranlagung des Menschen bauen, doch die Reibungsverluste dabei sind enorm.

Dabei dürfe man nicht, betont Schwab, einem moralischen Trugschluss verfallen: Nur weil Männer etwa von Natur aus aggressiv seien, sei es nicht gut, wenn sie aggressiv sind. Männer hätten vielmehr ein Aggressionspotenzial, und man müsse daher fragen, was die Auslöser der Aggression seien. Dann könne man kulturell dagegen anarbeiten. Wenn man hingegen so tue, als sei der Mensch eine leere Festplatte, die man beliebig beschreiben könne, dann mache man massive Fehler.

Und um seine Position zu verdeutlichen, bringt er ein gesellschaftlich umstrittenes Thema an: „Wenn ich Mädchen und Jungs gleichberechtigt aufziehen will, dann muss man sie unterschiedlich behandeln“.

### Primatensippen im Internet

Stellt sich die Frage, was das für unsere Mediennutzung bedeutet. Immerhin könnte man argumentieren, dass wir für die Medienwelt, die wir uns geschaffen haben, nicht ausgelegt sind. Sind wir dabei, uns zu überfordern? Schwab winkt ab: „Wir haben uns diese Medien ja selbst gebastelt. Schon deshalb sind wir nicht total unangepasst.“ Allerdings seien viele Medien durchaus an der Grenze des Verarbeitbaren konstruiert, was zu mentalen Reibungsverlusten führe: „Im Grunde sind wir darauf ausgelegt, in einer kleinen stabilen Gruppe von vielleicht 150 Individuen zu leben. Das können wir gut in unserem Gehirn abbilden. Tausend Facebook-Freunde zu verwalten, überfordert uns.“

Daher schaffen wir uns eine Onlinecommunity, die realen Gemeinschaften ähnelt: Man chattet miteinander, man interessiert sich für die gleichen Dinge, man hat gemeinsame Gegner. „Allerdings“, so Schwab, „fehlen in der mobilen Kommunikation bestimmte Kanäle, etwa die Mimik. Aus diesem Grund eskalieren Konflikte in sozialen Medien so schnell und es stehen sich Lager gegenüber.“ Es sei eben ein Unterschied, ob man am Stammtisch miteinander diskutiere oder in einem sozialen Netzwerk.

Diese tief implantierten, auf Kommunikation von Angesicht zu Angesicht basierenden Wahrnehmungsdiskpositionen seien auch nicht von heute auf morgen ablegerbar: „Ich glaube nicht, dass wir in den nächsten Jahrtausenden zu einem rationalen, effizien-

ten Kommunikator werden, der nicht die Erwartung hat, Kommunikation liefe im Grunde Face-to-Face“.

Besonders schwierig zu verarbeiten seien daher Kommunikationsmedien, die verschiedene Formen traditioneller Kommunikation miteinander vermischen: etwa Chatten oder E-Mail. Hier, so Schwab, werde die eigentlich auf Distanz und Abstraktheit beruhende Form brieflicher Kommunikation mit der schnellen und sinnlich fassbaren mündlichen Kommunikation vermischt. Das führe zwangsläufig zu Missverständnissen und Emotionalisierungen.

Allerdings hebt Schwab hervor, dass die Themen, die die Menschen beschäftigen, immer die gleichen seien. „Letztlich ist das alles alter Wein in neuen Schläuchen, nur sehr viel schneller, häufiger oder krasser“.

Und insofern habe die moderne Medienwelt eben zwei Seiten: Einerseits lasse sie die Welt enger zusammenrücken. Unser Empathiezirkel werde erweitert. Das trage zu einer besseren Welt bei. Andererseits überfordere uns das Katastrophenangebot. Ergebnis: Wir suchen uns Empathienischen: „Der eine engagiert sich für Tierschutz, der andere für das kleine Dorf in Afrika, der nächste gegen den Klimawandel, aber ganz viel müssen wir ausblenden.“ Doch insgesamt sei es so, dass die Menschheit, als humanitäres Projekt, von der Medienentwicklung profitiert.

#### Desiderat Pornografieforschung

Wenn man mit Evolutionspsychologen spricht, muss man natürlich über Sex reden, das wichtigste Thema für einen Primaten. Und wenn sich dieser Wissenschaftler zudem mit Medien beschäftigt, kommt man um Pornografie nicht herum. Die naheliegende Frage lautet also, ob der durch das Internet mögliche Pornokonsum die Menschen verändert. Die Forschungsergebnisse von Schwab und seiner Mitarbeiterin Astrid Carolus sind allerdings überraschend:

„Es gibt keine ‚sexy world of heavy viewers‘“, erklärt Schwab, „sondern eher eine ‚sexy world of non viewers‘“. Befrage man Menschen hinsichtlich ihrer „first-order-“ (wie groß ist der Penis eines Mannes?) und „second-order-beliefs“ (wie stabil sind Beziehungen, wie häufig wird fremdgegangen?), werde deutlich, dass Menschen, die den Konsum von Pornos radikal ablehnen, sehr unrealistische Vorstellungen haben. „Die meinen, da draußen herrscht Sodom und Gomorrha“.

Der Grund dafür liegt nicht in der aufklärenden Wirkung von Pornos, sondern in dem Weltbild dieser sehr kleinen Subkultur radikaler Pornoablehner – meist religiös motivierte Menschen. Ganz generell aber, hebt Schwab hervor, seien die Effekte von Pornokonsum oder Pornoenthaltsamkeit kaum nachweisbar.

Aus biologischer und evolutionstheoretischer Sicht sind diese Forschungsergebnisse auch gar nicht verwunderlich. „Sexualverhalten gehört zu den wichtigsten Dingen. Wenn etwas über die Zukunft einer Spezies entscheidet, dann, wie sie sich sexuell auführt. Daher sollte dieser Bereich stabil und im Kern kaum manipulierbar sein“.

Allerdings, gibt Schwab zu bedenken, scheitern viele Studien über Pornografie auch an praktischen Problemen. So könne man

## »Im Grunde sind wir darauf ausgelegt, in einer kleinen stabilen Gruppe von vielleicht 150 Individuen zu leben. [...] Tausend Facebook-Freunde zu verwalten, überfordert uns.«

eben Jugendlichen keine Pornos zeigen. Die Erwachsenen, die sich freiwillig für Studien zur Verfügung stellen, seien vorselektiert. Gleichzeitig könne man aber niemanden zwingen, einen Porno anzuschauen. Zudem sei unvoreingenommene Pornografieforschung auch nicht gerade karrierefördernd.

Das hier ein Forschungsdesiderat vorliegt, ist offensichtlich. Dafür sind Sexualität und ihre Kultivierungen in Form von Erotik und Pornografie aber viel zu zentral für das menschliche Verhalten. Bleibt die naheliegende Frage: Weshalb gibt es überhaupt so etwas wie Erotik, da sie für die Fortpflanzung streng genommen nicht notwendig ist?

„Der Grund dafür“, erklärt Schwab, „ist die Monogamie.“ Allerdings schränkt der Wissenschaftler umgehend ein: „Natürlich ist der Mensch gar nicht monogam. Wir sind bestenfalls seriell monogam, und auch das sind wir nicht.“ Allerdings gäbe es eine kulturelle Neigung zur Monogamie, die auch sinnvoll sei, da sie die Gesellschaft friedlicher mache. Gleichwohl würden sich insbesondere Männer eben nach sexueller Abwechslung sehnen. Und hier käme die Erotik ins Spiel: „Die Erotikkultur macht aus einer Frau viele Frauen. Mal hat sie blaue Strapse an, dann rote, dann High Heels, dann verwendet sie ein neues Parfüm und duftet anders.“ Im gewissen Sinne diene die Erotik der Simulation sexueller Abwechslung.

Was für Erotik und Pornografie gilt, gilt allerdings auch für unser gesamtes Handeln, insbesondere auch das Handeln mit Medien: Es ist ganz wesentlich durch unsere Natur und Biologie bestimmt. Die Medienwissenschaften jedoch sind nach wie vor naturblind. Schwab hält das für ein großes Versäumnis. Denn unser Umgang mit Medien, unsere Nutzung von Kommunikationstechnologien, ihre Möglichkeiten, ihre Probleme und Grenzen sind ohne die Biologie des Menschen nicht zu verstehen.

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:  
der Bochumer Medienkulturwissenschaftler  
Prof. Dr. Jens Schröter

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



# Hilfestellung für Jugendschutzprogramme

## Software spürt gefährdende Inhalte im Netz auf

Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag befreit Anbieter von der Verpflichtung, jugendbeeinträchtigende Inhalte nur zur Nachtzeit ins Netz zu stellen, wenn diese technisch für ein Jugendschutzprogramm gekennzeichnet sind. Bisher sind allerdings nur sehr wenige Angebote tatsächlich gekennzeichnet, sodass bei einer strengen Einstellung des Programms zu viele und bei einer großzügigen Einstellung zu wenige geblockt werden. Intelligente Software könnte hier helfen, ein

größeres Angebot als bisher in kürzerer Zeit zu analysieren. Was kann eine solche Technik leisten und wie kann sie optimal eingesetzt werden? *tv diskurs* sprach darüber mit Dr. Rolf Bardeli – beim Fraunhofer-Institut in Sankt Augustin zuständig für „künstliche Intelligenz“ –, der mit seinem Team zu diesem Thema im Auftrag der Initiative „sicher online gehen“ eine Machbarkeitsstudie durchgeführt hat.

**Sie beschäftigen sich in Ihrem Arbeitsfeld mit „künstlicher Intelligenz“. Was ist das genau?**

„Künstliche Intelligenz“ ist ja ein gefährlich klingender Begriff, der aufgrund der großen Versprechungen, die gemacht worden sind, für viele Jahre abgelehnt wurde und erst jetzt langsam wieder sexy wird. Ich sage momentan, dass ich mich mit der Mustererkennung auf multimedialen Daten beschäftige.

**Wie kann man sich diesen Job vorstellen?**

Meine Arbeit besteht aus ganz unterschiedlichen Teilen, was auch in unserer Finanzierung begründet liegt. In ungefähr der Hälfte unserer Zeit beschäftigen wir uns mit Forschungsprojekten, die wir beantragt und erhalten haben.

**Kommen die dazugehörigen Forschungsideen von Ihnen selbst oder sind es externe Aufträge?**

Diese Projekte kommen entweder von uns selbst oder von der Community, mit der wir zusammenarbeiten. Wir kooperieren aber auch mit der Wirtschaft, d. h. wir bekommen auch ganz konkrete Anfragen von Wirtschaftspartnern, die gelöst werden müssen.

**Wie sieht so etwas genau aus? Sie bekommen ein Forschungsziel und schauen, ob es mit Maschinen realisierbar ist?**

Dass man sich auf eine sogenannte Machbarkeitsstudie einigt und schaut, ob es funktioniert, ist ein mögliches Forschungsziel. Es gibt sicherlich auch einige Bereiche, bei denen man schon vorher erahnen kann, dass es funktionieren wird. Wir arbeiten dann daran, wie man es umsetzen kann.

**Computer und Roboter können bereits eine ganze Menge: in wahnsinniger Geschwindigkeit fast unendlich viele Variablen abchecken, durchdenken und entscheiden, welche Lösung für das Problem, das ihnen gestellt ist, die beste ist. Die Frage ist nun aber: Geht es nicht eher um die schnelle Analyse von Daten nach bestimmten vorgegebenen Kriterien?**

Zu dieser Frage gibt es unterschiedliche Lager. Ich selbst befinde mich in einem der konservativsten Lager. Ich glaube nicht an „künstliche Intelligenz“, ich habe noch keine gesehen. Für mich hat das viel zu tun mit der Berechnung von Statistiken, mit Zählen und Modellbildung, aber eben typischerweise mit sehr beschränkten Anwendungsszenarien. Die Stärke des Computers ist tatsächlich, dass er

sehr viele Daten einfach durchprozessieren kann, er erstellt darüber Statistiken und kann Modelle lernen. Was für ihn ganz schwierig ist und wo ich bisher auch noch nicht viel Überzeugendes sehe, sind die Themen „Kreativität“ und „Übertragbarkeit von Ideen“.

**Neben seiner Intelligenz gehören zu den wesentlichen Merkmalen des Menschen seine Gefühle. In dem Film Nummer 5 lebt geht es um einen kleinen Roboter, der durch einen Blitzschlag plötzlich eine Art Mensch wird. Wesentlich ist dabei, dass er Gefühle und Ängste hat. Ist so etwas für eine Maschine überhaupt denkbar?**

Es gibt sicherlich Wissenschaftler, die diesen Traum träumen und auch in diese Richtung forschen. Ich persönlich glaube nicht daran. Für mich ist das eine chemische Sache und nichts, was irgendwie in der Welt der Daten lebt. Ein Rechner muss zwar nicht immer systematisch sein, aber es ist doch etwas ganz anderes als das Datenprozessieren.

**Könnte es sein, dass wir eines Tages Rechner haben, die nicht mehr mit Festplatte und elektrischen Dingen funktionieren, sondern in einem Biosystem, das dann Gefühle eher ermöglicht?**

Das ist eine zweiteilige Frage: Dass man einen biologischen Computer hat, kann man sich sehr gut vorstellen. Dazu gibt es bereits erste Ansätze. Die zweite Frage aber, ob daraus Intelligenz, Emotion oder gar Bewusstsein entstehen, ist sehr schwierig. Eine Vorhersage ist kaum möglich.

**Kommen wir zu der praktischen Anwendung: Sie haben ein Forschungsprojekt zu der Frage durchgeführt, ob „künstliche Intelligenz“ uns im Bereich der Jugendschutzprogramme weiterhelfen könnte.**

In diesem Bereich sind wir viel optimistischer. Im Internet haben wir wahnsinnig viele Daten – ein Punkt, in dem der Computer gut und der Mensch schlecht ist. Ein Jugendschützer braucht sehr lange, um mehrere Millionen Webseiten anzuschauen, während ein Computer diese in null Komma nichts analysiert. Der Computer kann dann auch ganz spektakuläre Dinge durchführen, beispielsweise einen Text bewerten, Bilder erkennen und möglicherweise klassifizieren, ob sie in gewisse jugendgefährdende Kategorien gehören oder ob sich bestimmte Logos wiederfinden, bei denen man weiß, dass sie zu jugendgefährdenden Inhalten gehören. Der Computer wird letztlich nicht entscheiden können, ob ein Inhalt jugendgefährdend ist, aber er wird das Material vorfiltern und einschränken können, sodass der Mensch eben nicht mehr Millionen von Webseiten anschauen muss, sondern vielleicht nur noch 100, die besonders wahrscheinlich jugendgefährdend sind.



**Kann ein solches Programm auch Bilder erkennen und lesen?**

Ja, das kann es. In der Studie haben wir es an einem Beispiel durchgeführt, bei dem es um das Thema „Ritzen“, also selbstgefährdendes Verhalten, geht, zu dem im Internet zahlreiche Bilder gepostet werden. Wir haben uns die Frage gestellt, was dem Ritzen optisch ähnlich ist und kamen z. B. auf Tätowierungen. Die Frage war: Kann der Computer dies auseinanderhalten, also Bilder, in denen man das Ergebnis des Ritzens sieht, und Bilder, in denen Tätowierungen gezeigt werden? Es funktioniert! Wenn man genug Trainingsdaten hat, bei denen man weiß, dass das entweder das eine oder das andere ist, und einen Computer darauf trainiert, kann er mit relativ hoher Genauigkeit klassifizieren, ob es Ritz- oder Tätowierungsbilder sind.



**Der Computer weiß also nicht, dass es sich in dem einen Fall um Tätowierungen und im anderen um das Ritzen handelt, sondern er vergleicht einfach Daten und stellt fest, ob von Muster A oder Muster B mehr Anteile enthalten sind. Er sucht somit heraus, was die Jugendschützer sich anschauen sollen.**

Genau, so könnte man das verstehen. Da ist der Computer agnostisch, was die eigentlichen Konzepte angeht. Er versteht sie auch nicht. Das hat den Nachteil, dass er nur sagen kann, ob ein Inhalt wahrscheinlich zu Kategorie A oder B gehört. Gleichzeitig hat es aber den Vorteil, dass man dies für eine ganz breite Klasse von möglichen Kategorien durchführen kann, ohne dem Computer jedes Mal beibringen zu müssen, was diese Kategorie eigentlich bedeutet.

**Aber damit kann der Computer auch keinen Sinn erkennen. Wenn er Ritzbilder erkennt, weiß er nicht, ob die Bilder zur Nachahmung animieren oder ob es sich z. B. um eine Aufklärungskampagne handelt.**

Wenn der Computer nur die Bilder hat und er nur auf den Umgang mit Bildern trainiert wurde, erkennt er den Kontext nicht. Das könnte ein Mensch, wenn er nur Bilder und keinen Kontext hat, aber auch nicht. Geht man einen Schritt weiter und versucht, den Computer auch den umgebenden Text analysieren zu lassen, könnte man hier ähnlich wie bei den Bildern vorgehen: Ist es ein neutraler Text oder ist es ein zum Ritzen anregender Text? Dafür bräuchte man einfach mehr Daten. In unserer Studie haben wir diese Unterscheidung anhand von Texten versucht, die entweder aus einem nationalsozialistisch gesinnten oder aus einem neutralen Umfeld kommen. Wir hatten viele Trainingstexte und konnten entsprechende Modelle bauen, sodass eine Klassifizierung von neuen Webseiten möglich war.

**Im Jugendschutz haben wir es mit sehr komplexen und komplizierten Bereichen zu tun. Hier muss man sich vermutlich im Klaren darüber sein, dass der Computer letztlich nicht entscheiden kann oder darf, sondern lediglich eine Art Vorauswahl trifft, die dann vom Menschen angeschaut werden muss?**

Genauso sehen wir das auch. Der Rechner ist ein Mittel der Arbeitserleichterung und -reduktion. Wir wollen möglichst viel Material vorfiltern, um den Blick des Menschen möglichst gezielt auf die Stellen zu lenken, die interessant sind. Dabei kann man sich fragen, ob bei 500 Kategorien alle behandelt werden müssen oder ob es vielleicht zehn Kategorien gibt, die 90 % des Materials ausmachen. Wenn man so etwas identifizieren und in diesen zehn Kategorien das Material um 90 % reduzieren kann, hat man einen ganz großen Schritt gemacht.

**Aus der praktischen Perspektive betrachtet, wäre es vielleicht hilfreich, wenn es um die unzulässigen Sendungen ginge, etwa um Kinderpornografie.**

Dazu gibt es auch schon einige Arbeiten, selbst im kommerziellen Bereich. Gerade bei „Pornografie“ und „Kinderpornografie“ besteht ein großer Bedarf nach einer Lösung – und entsprechend viel wird hier auch geforscht.

**Wie ist es bei Gewalt? Hier könnte ein solches System in einigen Kontexten auch funktionieren. Der Computer könnte beispielsweise erkennen, ob Körperteile oder Köpfe abgetrennt werden.**

Genau, bis zu einem gewissen Grad könnte man das machen. Da kommen auch noch andere Aspekte ins Spiel, z. B. die immer wieder vorkommenden Aggregator-Webseiten, die solches Material sammeln und verbreiten. Diese blenden häufig ihr Logo ein, das wiedererkannt werden kann. Und somit kann schon recht viel Material einer solchen Webseite zugeordnet werden. Auch die Wiedererkennung von bekanntem, bereits bewertetem Material, das an anderen Stellen neu gepostet wird, funktioniert.

**Vor Kurzem habe ich von einer Software gehört, die in der Lage sein soll, Hate Speech zu erkennen. Halten Sie so etwas für möglich und für hilfreich?**

Ich halte es für ein nützliches und effektives Hilfsmittel, aber nicht für eine alleinige Lösung. Die Computeranalysen sind nicht perfekt. Wenn man annimmt, dass er 95 % dessen, was er beurteilt, richtig beurteilt, dann hat man große Mengen an Material, bei dem man einigermäßen sicher sein kann, ob man sich das anschauen sollte oder nicht. Es bleiben die fehlerhaft einsortierten Inhalte, bei denen man damit leben muss, dass man jemanden zu Unrecht entfernt hat oder dass es einen gewissen Anteil an gefährdenden Angeboten gibt, die durchrutschen. Wenn diese gemeldet werden, muss man sich mit ihnen auch von Hand beschäftigen. Das Problem ist nicht hundertprozentig automatisch gelöst, aber man hat wahrscheinlich deutlich weniger Arbeit, als wenn man alles als Mensch analysieren müsste.

**Kann ein Computersystem gerade im Bereich von Hate Speech unterscheiden, ob es sich um normalen Sprachgebrauch oder böse Degradierung handelt? Könnte es nicht sein, dass sich Unternehmen auf die Technik verlassen und so eine ganze Reihe von Mobbinggeschichten durch das Raster rutscht?**

Einerseits bewegen wir uns von dem bloßen Suchen nach Schlüsselwörtern ganz klar weg. Wenn man genug Daten hat, kann man auch Wortkontexte, sogar ganze Satz- oder Absatzkonstruktionen, implizit bewerten, modellieren und

aus mehr als nur dem Vorkommen der Wörter auf die Art der Texte schließen. Trotzdem kann man sich darauf nicht hundertprozentig verlassen. Möglicherweise gibt es bestimmte Kategorien, die man nicht abdecken kann, gerade wenn man vorher keine Idee hatte, dass es diese Kategorien überhaupt gibt. Vor allem Mobbing ist etwas sehr Subtiles. Das Computersystem befreit einen also nicht davon, mit menschlichem Verstand auf die Dinge zu schauen, aber wenn man es richtig einsetzt, hat man gute Chancen, dass weniger Menschen sich damit beschäftigen müssen.

**Angenommen, man würde diese Technik in Jugendschutzprogramme integrieren wollen, wie ginge man vor?**

Wir im Fraunhofer-Institut bringen aktuelle Forschungsergebnisse in die Anwendung. Wir könnten also Derartiges als Lösung konzipieren und bauen. Software muss natürlich auch gewartet werden, das können wir nicht leisten. Hier käme eine professionelle Softwarefirma zum Einsatz. Letztlich sind wir mit unserer Studie schon einen Schritt in diese Richtung gegangen, indem wir kurz- und mittelfristige Verfahren bereits klassifiziert haben und eben solche, bei denen noch geforscht werden muss. Es gibt einfach Dinge – wie z. B. das genannte Wiedererkennen bereits klassifizierter Inhalte, aber auch die Selektion und Wartung von Schlagwortlisten –, bei denen wir sagen: Das könnten wir sofort machen. Dann gibt es Bereiche, bei denen wir sehen, dass es funktioniert, aber die Software kommt gerade aus der Forschungswelt, deshalb muss man sie erst einmal in den täglichen Einsatz bringen.

**Die bereits verfügbare Software müsste – laienhaft gesprochen – so geschaltet werden, dass sie sich im Netz umschauf und nach bestimmten Zufallssystemen alle möglichen Webseiten in hoher Geschwindigkeit anschaut und dann bei bestimmten Bildern oder Begriffen „Stopp“ sagt.**

Das kommt ein bisschen auf das Material und die zu erkennende Kategorie an, ob man das zentral löst, z. B. durch einen Webcrawler, der sich Webseiten anschaut und diese zentral bewertet und das Ergebnis dann für die Jugendschutzprogramme zur Verfügung stellt. Manche Inhalte lassen sich auch live anschauen, wo das Jugendschutzprogramm also in dem Moment, in dem die Daten heruntergeladen werden, diese selbst bewerten kann.

**Es werden also nicht alle Dinge vorab bewertet, sondern das System erkennt im Moment der Nutzung, ob ein Kind einer entsprechenden Altersklasse einen Inhalt anschaut oder ein Erwachsener.**

Genau, das ist eine Möglichkeit. Ich würde mir jedoch eine Kombination vorstellen. Einmal gibt es Dinge, bei denen das Jugendschutzprogramm in seiner Liste, die möglicherweise von oder mithilfe eines Programms erstellt worden ist, nachschauen kann und weiß, dass diese Seite ein Kind nicht sehen darf, weil sie jugendgefährdend ist. Das kann daran liegen, dass ein Mensch sie gesehen und so eingestuft hat; es kann aber auch sein, dass man dem Computer vertraut oder dass der Computer es herausgesucht hat und ein Mensch noch einmal nachgeschaut und die Einschätzung des Computers bestätigt hat. Und es kann Material geben, auf das noch niemand geschaut hat, aber wir vertrauen z. B. dem Verfahren zum Wiedererkennen gefährdender Bilder. Das ist eine Datenbank, die ganz kompakt speichert, welche Bilder man bereits gesehen hat und bei denen der Klassifikator sagt: Das kenne ich schon.

**Wenn wir alle zu dem, was wir bereits haben, diese von Ihnen beschriebenen Programme einsetzen würden und genug Menschen hätten, die anschließend entscheiden, ob der Computer richtigliegt: Könnte man es damit schaffen, ein kinderfreundliches Internet zu entwickeln?**

Ich denke nicht, dass man es überhaupt schaffen kann, denn die Menge des Materials wächst ja unglaublich. Zudem ist es auch eine Frage, wie viel technischen Einsatz man sich leisten kann.

**Gibt es zwischen Ihnen und den Herstellern der Jugendschutzprogramme oder dem Bundesministerium Überlegungen, das Ganze weiterzuführen oder ist die Sache mit dem Bericht, den Sie vorgelegt haben, erst einmal beendet?**

Es wäre sehr sinnvoll, wenn man es weitermachen würde. Im Moment scheint zwar auf allen Seiten das Interesse da zu sein, aber es muss auch in irgendeiner Weise finanziert werden. Hier entsprechende Möglichkeiten zu finden, ist derzeit einer der großen Knackpunkte.

**Gibt es eine Richtung, wie viel so etwas kosten würde?**

Ich habe dafür keinen konkreten Preis im Kopf. Sicherlich ist es so, dass man mit einer Handvoll 10.000 Euro erste Bausteine auf den Weg bringen könnte. Das Ganze funktioniert modular. Von daher wäre es schön, wenn man ein, zwei solcher Bausteine als Proof of Concept starten könnte, um damit überzeugen zu können.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

# Humor

Gerd Hallenberger

Über Humor zu schreiben, ist kein Spaß, denn nach seiner heutigen Bedeutung handelt es sich um einen schillernden Begriff. „Humor“ meint zunächst einmal eine geistige Haltung, die Gelassenheit und Heiterkeit voraussetzt und so den Umgang auch mit ernstesten Dingen erleichtert. Wer sich humorvoll gibt, nimmt sich selbst nicht so wichtig, wechselt Perspektiven und spielt mit Bedeutungen. Dieses Leichte ist aber gleichzeitig schwer umzusetzen: Humor lässt sich nicht einfach so praktizieren, Humor setzt Humorkompetenz voraus.

Dazu gehört erstens, dass als humorvoll gedachte Aussagen oder Handlungen überhaupt als solche von den Adressaten erkannt werden. Wenn jemand einen Witz macht, aber niemand merkt, dass das Gesagte witzig gemeint ist, gehört dies zu den größten kommunikativen Peinlichkeiten. Kaum weniger peinlich ist es, wenn zweitens die Pointe nicht verstanden oder der Witz nicht als lustig empfunden wird. Drittens bedingt Humorkompetenz auch ein Gefühl für oder ein Wissen über situative Angemessenheit: In welcher sozialen Situation und bei welchem Publikum ist es – bezogen auf welche Themen und Humorformen – möglich, von ernsthafter Kommunikation in einen „Spaßmodus“ zu wechseln?

Falls alle Beteiligten über ausreichende Humorkompetenz verfügen und bereit sind, sie in einer bestimmten Situation einzusetzen, kann Humor viele Funktionen erfüllen. Mithilfe von Humor lassen sich beispielsweise schwierige Gesprächssituationen überbrücken oder neue Einsichten gewinnen. Humor kann beim Kennenlernen nützlich sein, der offensiven Selbstdarstellung dienen oder einfach nur dem Zweck, sich selbst und anderen Vergnügen zu bereiten. Aber Humor kann auch Mittel politischer Kritik sein, denn ausgelacht zu werden, ist für Mächtige in bestimmten Situationen

gefährlicher, als kritisiert zu werden. Humor kann ein Hilfsmittel sein, um gesellschaftliche Normen infrage zu stellen, sie etwa durch Umkehrung der Lächerlichkeit preiszugeben: Lacht kaputt, was euch kaputt macht.

Wie wichtig Humor genommen wird, lässt sich daran ersehen, dass er sogar als Indiz für vermutete nationalkulturelle Differenz dienen kann. Zum Briten gehört der viel zitierte britische Humor, der – anders als in Deutschland – in nahezu allen Situationen und bei nahezu allen Themen eingesetzt werden kann. Krankheiten oder Tod, Religionen oder andere Weltanschauungen sind britischem Humor selbstverständliches Ausgangsmaterial, während es in Deutschland immer noch für bestimmte Personengruppen humorfreie Bereiche gibt – „darf man denn darüber Witze machen?“ Die britische Antwort wäre in jedem Fall natürlich: „Ja.“ Es kommt nur auf das „Wie“ an. Das impliziert, dass Humor zu demonstrieren eine intellektuelle Leistung darstellt, die von sprachlicher Kompetenz zeugt und auf die Individualität des Sprechers verweist. Der Satz: Lieber einen guten Freund verlieren als eine gute Pointe, ist natürlich in England formuliert worden. Eine vergleichbare Wertschätzung von Humor ist in Deutschland seltener anzutreffen, stattdessen wird das, was lustig ist, oft als belanglos eingeschätzt – wie auch bis heute davon gesprochen wird, dass ein Medienangebot „nur“ Unterhaltung bezweckt.

Dabei könnte schon ein Blick auf etymologische Zusammenhänge helfen: Das Wort „Witz“ ist mit „Wissen“ verwandt, nachvollziehbar anhand von „gewitzt“ – wer gewitzt ist, weiß etwas. Und wer einen Witz verstehen will, muss etwas wissen und sein Wissen anwenden können. Vor allem, wenn es um verbale Komik geht, müssen oft viele Aufgaben bewältigt werden, ehe etwas lustig wird. Hat

ein verwendetes Wort mehrere Bedeutungen? Welche davon spielen hier eine Rolle? Gibt es versteckte Anspielungen, etwa auf Personen, Ereignisse oder Phänomene aus Politik, Geschichte, Kultur? Was von dem Gesagten ist eigentliche, was uneigentliche Rede? Was ist ironisch gemeint, verweist also eher auf das Gegenteil? Wer auch nur an einer dieser Hürden scheitert, scheitert insgesamt.

Hinzu kommt, dass selbst die Sprecherposition oft nicht eindeutig ist – Humor ermöglicht die Distanzierung von sich selbst, Ironie die Selbstironie. Nichts von dem Gesagten muss wichtig sein, aber alles kann wichtig sein. Die Gebrauchsanweisung ist häufig versteckt, im Außersprachlichen – Mimik und Gestik, Körpersprache und Gesichtsausdruck können Hinweise geben. Manchmal auch die Kleidung, wenn man beispielsweise an den Clown im Zirkus denkt. Geräusche, bei medialen Inszenierungen ebenso Musik taugen als Indizien zur Interpretation von verbaler Komik. Aber außersprachliche Ausdrucksformen können auch eigenständige Humorvarianten repräsentieren – von körperbezogenen Varianten wie Slapstick bis hin zu musikalischer Satire, wie sie etwa Spike Jones and the City Slickers praktizierten – inklusive Pistolenschüssen, Trillerpfeifen oder platzenden Kaugummiblasen.

Humor ist oft als Denkform beschrieben worden, die sich der Realität und der Alltagslogik verweigert. Sie rüttelt an deren Gitterstäben und versucht auszubrechen, wenigstens für einen Augenblick, wenigstens an einem bestimmten Punkt. Humor führt auf leichte Weise vor, dass Dinge nicht unbedingt so sein müssen, wie sie uns vorkommen, und es mehr als einen Weg gibt, sie zu sehen.

Aus all dem ergibt sich, dass „Humor“ für den Jugendmedienschutz ein schwieriges Thema ist. Er lebt von Grenzüberschreitungen,

von denen einige auch für den Jugendmedienschutz relevant sind. Aber was davon wird von Kindern und Jugendlichen tatsächlich verstanden? Ironie etwa ist im Durchschnitt Kindern unter 10 Jahren kaum bekannt. Nicht im Wortsinn zutreffende Aussagen sind für sie in der Regel Lüge oder Irrtum. Ganz individuell wird es schließlich beim Weltwissen, auf das Humor oft zurückgreift. Was bleibt von einem Witz übrig, der nicht verstanden worden ist? Die Problemlage ähnelt der bei Fernsehwerbung für Sextoys: Bei zurückhaltender Gestaltung dürfte den meisten (kleineren) Kindern verborgen bleiben, was Erwachsene mit diesem merkwürdigen Spielzeug anstellen – wie für sie auch vieles, was Erwachsene lustig finden, einfach nur doof ist.

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).





„Mädchen spielen keine Videospiele“ ist ein Gerücht, das bis heute oft als unumstößliche Tatsache präsentiert und als Grund dafür genannt wird, sich weniger intensiv um die weibliche Zielgruppe zu bemühen. Dabei hat die Spieleindustrie selbst dazu beigetragen, Vorurteile gegenüber Frauen zu schüren – und damit die Basis für gegenwärtige Probleme in der Branche geschaffen, die nur langsam beseitigt werden können.

Nina Kiel

# Girls don't play games



Pong

Als im August 1972 mit der Magnavox Odyssey die weltweit erste Videospielekonsole der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, zeichnete sich eine Revolution in der Privatunterhaltung ab. Nicht nur wurde das digitale Spiel von den schrankgroßen Supercomputern akademischer und militärischer Einrichtungen kurzerhand ins Wohnzimmer übertragen – erstmals war es auch möglich, mit dem eigenen Fernseher zu *interagieren*, anstatt nur regungslos davorzusitzen. Schon bald versammelten sich ganze Familien vor den neuen Geräten; und Mütter, Väter, Söhne und Töchter navigierten gemeinsam voller Begeisterung Objekte über den flimmernden Bildschirm, die aus heutiger Sicht wohl bestenfalls als abstrakt zu bezeichnen sind.

Doch trotz seiner ursprünglichen Familien-tauglichkeit war das Medium jahrzehntelang vor allem als Männerdomäne bekannt und wird auch heute noch entsprechend wahrgenommen. Häufig hört man, dass dies ein Resultat des inhaltlichen Schwerpunktes von Spielen sei, kreisen sie doch seither vor allem um (gewaltsame) Konflikte. Frauen, so heißt es, sähen keinen Reiz in simulierten Kriegsszenarien und in dem oft wettbewerbsorientierten Feld der Multiplayer Games, würden von Gewaltdarstellungen und dem gelegentlich rauen Ton in der Spieleszene abgeschreckt. Liest man sich jedoch in die Geschichte des Mediums ein, wird schnell deutlich, dass etwas anderes diese Entwicklung viel entscheidender geprägt hat.

### Der Zusammenbruch einer aufstrebenden Branche

Spätestens mit der Veröffentlichung von *Pong*, dem nunmehr ikonischen und weit über Fachkreise hinaus bekannten Titel der Firma Atari, zeichnete sich in den frühen 1970er-Jahren ab, dass der Videospielemarkt lukrative Geschäfte mit sich bringen würde. Dementsprechend versuchten sich immer mehr Firmen an der Entwicklung von Geräten und Spielen, um einen Teil der wachsenden Begeisterung für das neue Medium für sich beanspruchen und in bares Geld verwandeln zu können (vgl. Donovan 2010). Das schnelle Streben nach Profiten und die wachsende Zahl von Angeboten hatten jedoch zur Folge, dass der Markt binnen weniger Jahre völlig überrannt wurde und immer mehr Produkte in den Regalen landeten, die nicht nur langweilig, unansehnlich oder

**»Nachdem man beschlossen hatte, den Fokus auf Jungen im Kindes- und Teenageralter zu legen, war es bedeutend einfacher, die Konsumenten in spe auf bestimmten Vertriebswegen direkt anzusprechen.«**

**»Einher mit der Fokussierung auf Jungen und Männer ging eine Ausgrenzung der weiblichen Spielerschaft, die ohnehin als Minderheit wahrgenommen wurde und daher als vernachlässigenswert galt.«**

schlicht Plagiate waren, sondern vermehrt gar nicht funktionierten.

Die Folge war ein Vertrauensverlust seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher und ein übersättigter Markt, der 1983 schließlich kollabierte. Der „Video Game Crash“ allerdings brachte nicht nur unzählige Insolvenzen mit sich, sondern auch eine Neuausrichtung der Branche, die von der japanischen Firma Nintendo angestoßen wurde. Während Spiele zuvor meist geschlechtsunspezifisch vermarktet wurden, sah Nintendo gerade in der scheinbaren Verkleinerung seiner Zielgruppe eine große Chance. Und tatsächlich: Nachdem man beschlossen hatte, den Fokus auf Jungen im Kindes- und Teenageralter zu legen, war es bedeutend einfacher, die Konsumenten in spe auf bestimmten Vertriebswegen direkt anzusprechen. Nintendo zu spielen, wurde als Lebensgefühl vermarktet, als aufregender Kontrast zum faden Alltag; und anstatt im Familienverbund spielte man nun allein oder mit Freunden und Klassenkameraden (vgl. Lien 2013).

### Sex sells

Einher mit dieser Fokussierung auf Jungen und Männer ging eine Ausgrenzung der weiblichen Spielerschaft, die ohnehin als Minderheit wahrgenommen wurde und daher als vernachlässigenswert galt. Nicht nur verzichtete man zunehmend darauf, Mädchen und Frauen als Konsumentinnen anzusprechen, man vermittelte ihnen vielmehr sehr deutlich, dass dieses Medium für sie nicht gedacht und geeignet war. Werbeanzeigen ermahnten die potenziellen Käufer, dass sie doch hoffentlich nicht wie Mädchen spielten, sondern „ganze Kerle“ seien. Und selbst bei Frauen erwiesenermaßen beliebte Titel wie das Puzzlespiel *Tetris* bewarb man mit Werbevideos, die inhaltlich auf die Themen „Wettbewerb“, „Coolness“ und „Kraft“ setzten. Nicht zuletzt lautete der Claim von Nintendos tragbarer Konsole – dem Game Boy – damals: „Now you're playing with power! Portable power!“. Das Marketing setzte auf eine überzeichnete Inszenierung von Maskulinität, in der Weiblichkeit allenfalls als dekorative Randerscheinung einen Platz hatte. Frauen wurden zunehmend als erotisches Anschauungsmaterial und als Belohnungen für die heldenhaften Taten inszeniert, die Spieler in den Titeln ihrer Wahl meisterten. Getreu dem Motto „Sex sells“ sah man

den meist spärlich bekleideten weiblichen Körper vor allem als Konsumgut an.

Auch in den Spielen selbst nahmen Frauen in den seltensten Fällen aktive Rollen ein. Anstatt handelnder Subjekte waren sie viel häufiger *Objekte*, auf die von außen eingewirkt wurde. Die „Jungfrau in Nöten“ gehört zu den bekanntesten dieser Geschlechterstereotype, ist aber nur eines von vielen, wie die kanadisch-amerikanische Medienkritikerin Anita Sarkeesian in ihrer YouTube-Serie *Tropes vs. Women in Video Games* seit 2012 dezidiert herausarbeitet. Weibliche Charaktere wurden und werden etwa geopfert, um mit ihrem Tod den männlichen Protagonisten zu motivieren, seine ganz persönliche Heldenreise anzutreten. Häufig werden sie als ebenso dekorative wie austauschbare Elemente genutzt, um die Spielwelt zu schmücken. Und nicht selten dienen sie schlicht als Preise für erfolgreich erledigte Aufgaben (vgl. Sarkeesian 2012–2016).

#### Belästigung, Beleidigung, Bedrohung

Jahrzehntelang hat die Spielebranche auf diese Weise selbst die Wahrnehmung gestützt, dass das Medium ein Männerclub sei, in dem Frauen lediglich eine passive Rolle zukommt; daher verwundert es nicht, dass die langsame Öffnung für eine breiter gefächerte Zielgruppe nicht nur auf Gegenliebe stößt. Obwohl Statistiken (vgl. Entertainment Software Association 2014) belegen, dass der weibliche Anteil in der Spielerschaft kontinuierlich wächst, wird eine damit einhergehende Diversifizierung der Spielinhalte vielfach abgelehnt – und das z. T. massiv. Als Anita Sarkeesian ihre Videoserie lediglich ankündigte und auf der Onlineplattform „Kickstarter“ um Spenden zur Finanzierung des Projekts bat, wurde sie über soziale Netzwerke beleidigt und bedroht. Bis heute findet sie in ihrem Twitter-Feed tagtäglich Nachrichten vor, die von Beschimpfungen bis hin zu ausschweifenden Gewaltandrohungen reichen. Ähnlich ergeht es vielen – vornehmlich weiblichen – Spieleentwicklern und Journalisten, deren Kritik an der inhaltlichen Ausrichtung des Mediums nicht akzeptiert wird.

Doch nicht nur in der Branche tätige Frauen sehen sich solchen Anfeindungen ausgesetzt. Zwei Projekte haben sich dem Ziel verschrieben, verbale Belästigung in Onlinespielen zu dokumentieren und zu verdeutlichen, dass der Umgang gerade mit weiblichen Spielern selten zur Teilnahme einlädt. Vor allem

»Jahrzehntelang hat die Spielebranche [...] selbst die Wahrnehmung gestützt, dass das Medium ein Männerclub sei, in dem Frauen lediglich eine passive Rolle zukommt; daher verwundert es nicht, dass die langsame Öffnung für eine breiter gefächerte Zielgruppe nicht nur auf Gegenliebe stößt.«

(Ego-)Shooter setzen oft ein eingeschaltetes Mikrofon voraus, um sich mit den meist anonymen Mitspielerinnen und Mitspielern abzustimmen und Taktiken zu besprechen. Die US-Amerikanerin Jennifer Haniver veröffentlicht auf ihrer Webseite „Not in the kitchen anymore“ kurze Audiomitschnitte von solchen Gesprächen, um greifbare Nachweise für die bisweilen offene Feindseligkeit zu erbringen. Darin wird sie etwa als „Schlampe“ bezeichnet, als „Stück Scheiße“ oder zu sexuellen Handlungen aufgefordert (vgl. Haniver). Ein ähnliches Bild zeigt sich auf fatuglyorslutty.com, einem Kooperationsprojekt von vier Menschen, deren Ziel es ist, Opfern von Onlinebelästigung eine Plattform zu bieten und sich an einem humorvollen Blick auf das Phänomen zu versuchen. „Anstatt Anstoß zu nehmen, bieten wir Leuten eine Möglichkeit, diese Nachrichten zu teilen und gemeinsam darüber zu lachen“, so die Administratoren. „Wenn die Veröffentlichung dieser Nachrichten dazu führt“, so heißt es weiter, „dass jemand zweimal darüber nachdenkt, ob er eine detaillierte Beschreibung seiner Genitalien anfertigen und verschicken sollte – großartig!“ (vgl. <http://fatuglyorslutty.com>).

#### „Get the fuck out“

Für die Betroffenen ist es jedoch nicht immer leicht, über solche Erfahrungen zu lachen – insbesondere, wenn sie regelmäßig damit konfrontiert werden. Dieses Problem thematisiert Shannon Sun-Higginsons Film *GTFO* (kurz für „Get the fuck out“, auf Deutsch sinngemäß „Verpiss dich“), in dem Spielerinnen, Journalistinnen und Entwicklerinnen gleichermaßen zu Wort kommen und erklären, inwieweit solche Begegnungen der unangenehmen Art Einfluss auf ihren Alltag und ihre Karrieren nehmen. Jennifer Brandes Hepler etwa, die als Autorin an der Entwicklung der *Dragon Age*-Reihe beteiligt war, berichtet darin von den massiven Anfeindungen, denen sie sich ausgesetzt sah, weil sie in einem Interview sagte, dass sie selbst eher ungern spiele. Die Gründe: Zeitmangel und persönliches Interesse, das sich weniger auf die Spielmechaniken als auf die in Spielen erzählten Geschichten konzentriert. Bald darauf machten Bilder von Hepler die Runde, auf denen sie wegen ihrer Körperbeschaffenheit als „Hamburger Helper“ und „gestrandeter Wal“ betitelt wurde. Doch dabei blieb es nicht. Zeitgleich erreichten

Hepler immer mehr verbale Drohungen über Netzwerke wie Twitter, die nicht nur sie selbst, sondern auch das Wohl ihrer Familie betrafen. So kündigte man u. a. an, ihre Kinder ermorden zu wollen (vgl. Sun-Higginson 2015).

Die vermeintliche Bestätigung eines Vorurteils schien zu genügen, um eine in der Industrie tätige Frau zu beleidigen und zu bedrohen. Häufig heißt es, dass dieser raue Ton typisch für die Szene und auch unter männlichen Spielern üblich sei. Damit verknüpft ist die Erwartung, sich diesen Umständen anzupassen, anstatt Kritik daran zu üben. Doch abgesehen davon, dass ein solcher Umgang miteinander positive Erlebnisse im virtuellen Raum für alle Beteiligten schmälern kann, ist davon auszugehen, dass gerade Angehörige vermeintlicher Minderheiten von diesen Aggressionen getroffen werden. Denn ein Gros der genutzten Beleidigungen zielt mit Begriffen wie „cunt“, „bitch“ und „faggot“ auf Weiblichkeit und Homosexualität ab – zwei Konzepte, die von vielen Spielern mit Schwäche assoziiert werden. Wer sich bereits im Alltag mit diesbezüglicher Diskriminierung konfrontiert sieht, dem dürfte es im spielerischen Kontext umso schwerer fallen, sich damit zu arrangieren.

### Gemeinsam genießen

Was im Freundeskreis als akzeptabel gelten mag, weil man sich dort einvernehmlich auf bestimmte Umgangsformen einigen kann, ist in der Öffentlichkeit – und sei es die virtuelle – nicht erstrebenswert. Solange sich daran nichts ändert, wird das Medium Spiel weiterhin weniger zugänglich sein für jene, die nicht dem Bild des „typischen“ Spielers entsprechen. Dabei hat gerade Nintendo in den vergangenen Jahren mit seiner party- und familien-tauglichen Konsole Wii entschieden dazu beigetragen, das Medium wieder für eine vielfältigere Zielgruppe und Menschen zu öffnen, die einfach nur gelegentlich gut unterhalten werden wollen. Dazu gehören, ebenso wie zu den selbst ernannten „Hardcore Gamern“, Frauen und Männer gleichermaßen.

Das digitale Spiel bietet durch seine Interaktivität die Möglichkeit, es aktiv gemeinsam zu genießen oder sich allein in eine Welt zu denken und zu fühlen, die der eigenen fremd ist. Beides jedoch kann nur gelingen, wenn wir nicht durch Feindseligkeit aus dieser „Immersion“ gerissen werden und man uns Rollenvor-

bilder anbietet, mit denen wir uns identifizieren können und wollen. Gerade an Letzteren allerdings mangelt es trotz des sich abzeichnenden Fortschritts noch immer. Mädchen und Frauen, homo- und transsexuelle Menschen spielen, und das nicht erst seit gestern. Es bleibt zu hoffen, dass die Industrie entsprechend handeln und künftig auf Inklusion anstatt auf Ausgrenzung setzen wird. Auf dass sich bald alle Menschen, unabhängig von Geschlecht, Sexualität und persönlichen Vorlieben, in der Szene wohlfühlen können.

### Literatur und Webseiten:

**Entertainment Software Association:**  
*Essential Facts.*  
Abrufbar unter:  
[http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2014/10/ESA\\_EF\\_2014.pdf](http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2014/10/ESA_EF_2014.pdf)  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

**Donovan, T.:**  
*Replay. The History of Video Games.* Lewes 2010, S. 22–93

**Haniver, J.:**  
*Not in the kitchen anymore.*  
Abrufbar unter:  
<http://www.notinthekitchenanymore.com/>  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

**„Jaspir“, „gtz“, „likeOMGitsFEDAY“, „inklesspen“:**  
*Fat, ugly or slutty.*  
Abrufbar unter:  
<http://fatuglyorslutty.com/about/>  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

**Lien, T.:**  
*No Girls Allowed.*  
Abrufbar unter:  
<http://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

**Sarkeesian, A.:**  
*Tropes vs. Women in Video Games.*  
Abrufbar unter:  
<https://www.youtube.com/user/feministfrequency>  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

**Sun-Higginson, S.:**  
*GTFO.*  
Abrufbar unter:  
<http://www.gtfothemovie.com/>  
(letzter Zugriff: 01.03.2016)

Nina Kiel lebt und arbeitet als freischaffende Grafikerin und Spielejournalistin in Düsseldorf. 2014 erschien ihr Buch *Gender in Games*, das sich der Darstellung von Geschlecht im digitalen Spiel widmet. Sie ist als Autorin u. a. beim deutschen Indiespieleblog [Superlevel.de](http://Superlevel.de) tätig.





Dem deutschen Film geht es so gut wie nie: 2015 betrug der Marktanteil 27,5 %. Doch der Schein trügt, denn für den Löwenanteil des Umsatzes sind schon seit Jahren einige wenige Kassenknüller zuständig. Der deutlich größte Teil der pro Jahr regelmäßig weit über 200 deutschen Kino-

produktionen kommt nur auf ein paar Tausend Zuschauer. Später werden viele der Filme dann nachts im Fernsehen versendet. Ursache für diese Diskrepanz zwischen Aufwand und Resonanz ist eine Filmförderung, die dringend reformiert werden sollte.

Tilman P. Gangloff

# Unter Ausschluss der Öffentlichkeit

## Warum die deutsche Filmförderung dringend reformiert werden muss

Auf den ersten Blick haben der Besuch eines deutschen Kinofilms und die private Altersversorgung nichts miteinander gemeinsam. Tatsächlich funktionieren beide jedoch nach einem ähnlichen Prinzip, denn hier wie dort gibt es staatliche Zulagen: bei Arbeitnehmern im Rahmen der „Riester-Rente“, beim deutschen Film im Rahmen der Filmförderung. Sie wurde in der Bundesrepublik 1967 durch das Filmförderungsgesetz (FFG) institutionalisiert. Nächstes Jahr wird das FFG also 50 Jahre alt; ein perfekter Zeitpunkt, um die Förderpraxis gründlich auf den Prüfstand zu stellen, zumal die aktuelle Version im Dezember ausläuft. Dabei geht es überhaupt nicht darum, die Unterstützung als solche infrage zu stellen. Kulturelle Produktionsprozesse sind schlicht zu teuer, um sie üblichen Marktmechanismen zu überlassen. Der mit weit über 300 Mio. Euro pro Jahr geförderte Kino-

film ist sogar noch vergleichsweise günstig; die öffentlichen Bühnen werden mit einem Vielfachen dieser Summe subventioniert.

Die überwältigende Mehrheit der deutschen Filme wird jedoch weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit vorgeführt. Zuletzt sind an die 250 deutsche Kinofilme pro Jahr produziert worden. Im Schnitt sind also jeden Donnerstag fünf deutsche Produktionen gestartet. Meist kommt noch einmal mindestens die gleiche Zahl an ausländischen Filmen hinzu. Selbst professionelle Kinoenthusiasten haben kaum die Zeit, sich das alles anzuschauen. Da die großen Kinoketten neue Hollywoodfilme nicht nur aufgrund vertraglicher Verpflichtungen, sondern auch aus eigenem Interesse zum Bundesstart zeigen, wenn die Werbekampagnen ihren Höhepunkt erreichen, müssen die weniger erfolgreichen Produktionen wei-

chen – und das sind nicht selten die deutschen Filme; vorausgesetzt, sie haben es überhaupt ins kommerzielle Kinozentrum geschafft. Die meisten fristen ein Schattendasein in den Programmkinos. Diese Abspielstätten werden ebenso gefördert wie die kleinen Filmverleihe, die die deutschen Produktionen vertreiben. Geld für größere Reklame haben jedoch beide nicht; entsprechend überschaubar sind die Besucherzahlen. Deshalb darf man auch nicht vom Einspielergebnis auf die Qualität schließen, denn viele sind tatsächlich sehenswert. Da praktisch kein deutscher Film ohne Unterstützung von ARD und ZDF entsteht, kommen die Werke zwar spätestens zwei Jahre nach der Kinoauswertung ins Fernsehen, werden dort aber oft genug etwa als „Kleines Fernsehspiel“ im ZDF nach Mitternacht versendet.

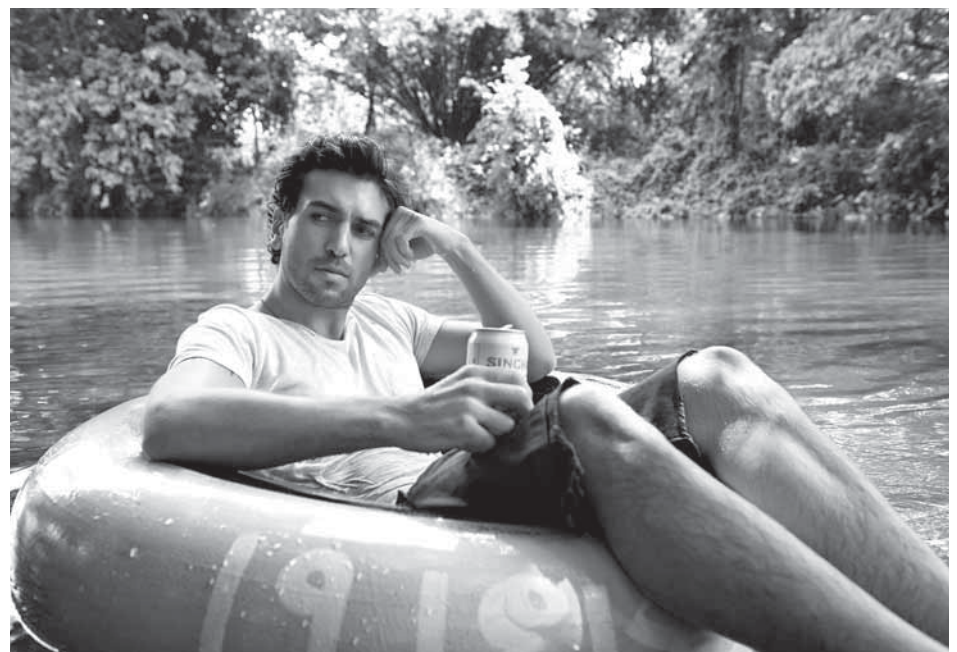
## Nicht die Frösche fragen

Wie immer, wenn man einen Sumpf trockenlegen will, darf man sich nicht auf Diskussionen mit den Fröschen einlassen. Kultur ist in Deutschland Ländersache, und daher ist auch die Filmförderung dezentralisiert. Es gibt zwar den von der Filmförderungsanstalt (FFA) verwalteten Deutschen Filmförderfonds, doch dessen Etat (2015: 40 Mio. Euro) wird seit Jahren regelmäßig gekürzt und macht ohnehin nur einen kleinen Teil der gesamten Fördersumme aus. Natürlich könnten die Fäden trotzdem irgendwo zusammenlaufen, aber das tun sie nicht, weil jedes Bundesland die Filmförderung als Standortförderung betreibt. Davon profitieren auch internationale Produktionen. Der kanadische Regisseur David Cronenberg hat sein Psycho-drama *Eine dunkle Begierde* 2010 u. a. am Bodensee gedreht, weil die Produktion mit 500.000 Euro durch die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg unterstützt worden ist. Solche regionalen Subventionen zielen darauf ab, dass das Geld im Bundesland bleibt und für filmspezifische Leistungen in der Region ausgegeben wird, weil einheimische Teams und Techniker zum Einsatz kommen. Im besten Fall soll eine Produktionsfirma das Anderthalbfache der Fördersumme investieren. Dazu zählen dann auch fachfremde Branchen wie etwa das Hotelgewerbe.

Kein Wunder also, dass die regionalen Fördereinrichtungen alles beim Alten lassen wollen, selbst wenn die Auflagen mitunter zur Folge haben, dass ein Filmteam kreuz und quer durch Deutschland reisen muss, wenn eine Produktion Fördergelder aus Nordrhein-Westfalen, Berlin und Bayern bekommen hat. Manchmal wird auch getrickst und einigen Beteiligten nahegelegt, ihren Hauptwohnsitz vorübergehend in eins der Förderländer zu verlegen. Alle wissen das; wer die Verhältnisse öffentlich kritisiert, gilt als Nestbeschmutzer. Auch Monika Grütters, Staatsministerin für Kultur und Medien, verteidigt das System. Ihr wichtigstes Argument ist eine Zahl: 27,5 % und damit so hoch wie nie war der Marktanteil des deutschen Films im vergangenen Jahr; im ersten Quartal lag er gar bei 33 %. Damit kontert sie gern die Kritik, die Filmförderung achte zu wenig auf Kriterien der Wirtschaftlichkeit. Auch die FFA weist gern darauf hin, dass der deutsche Film ein

wesentlicher Umsatzträger der hiesigen Kinos sei. Allerdings ist der wirtschaftliche Erfolg des letzten Jahres in erster Linie auf die Kassennüller *Fack ju Göthe 2* (7,6 Mio. Besucher/62 Mio. Euro Umsatz) und *Honig im Kopf* (6,2 Mio./56 Mio.) zurückzuführen. Die beiden mit jeweils zwei bis drei Mio. Euro geförderten Komödien gehören zu den wenigen Filmen, die so viel Geld eingespielt haben, dass die Fördergelder zurückgezahlt werden könnten.

Ein anderer Aspekt stört Grütters allerdings mehr: Viele Filme mögen künstlerisch wertvoll sein, aber das scheint im Ausland



*Fack ju Göthe 2*

niemanden zu interessieren. Die Zeiten, da deutsche Regiegrößen bei den Festivals in Cannes und Venedig Palmen und Löwen abgeräumt haben, sind lange vorbei; von „Oscar“-Nominierungen ganz zu schweigen. Bei der diesjährigen Berlinale hat es mit 24 Wochen nur ein deutscher Film in den Wettbewerb geschafft. Auch kommerziell spielt das hiesige Kino außerhalb des deutschsprachigen Raumes keine Rolle. Und so kochen alle im selben Saft: die Filmemacher, von denen es viel zu viele gibt; die Produzenten, die dank der Subventionshängematte keine eigenen finanziellen Risiken eingehen müssen; ARD und ZDF, deren Vertreter in den Fördergremien dafür sorgen, dass die subventionierten Filme fernsehtauglich sind; und die Fördereinrichtungen, die dieses inzestuöse System am Laufen halten und sich dadurch selbst legitimieren.

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



Noch bis Ende des Jahres steht das Filmförderungsgesetz (FFG) auf dem Prüfstand: Wo sind seine Stärken, wo seine Schwächen, was sollte geändert werden? Dazu äußert sich Alfred Holighaus, der Präsident der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V. (SPIO). Der frühere Filmkritiker und spätere Produzent war viele Jahre lang im Rahmen der Inter-

nationalen Filmfestspiele Berlin für die Akquise und Präsentation deutscher Filme zuständig. 2010 wurde er Geschäftsführer der Deutschen Filmakademie, seit letztem Jahr ist er Präsident der SPIO, dem Dachverband der Berufsverbände der deutschen Film- und Videowirtschaft.

# Den Schaden begrenzen, den Nutzen mehr

**Würden Sie die deutsche Filmförderung als Erfolgsmodell bezeichnen?**

Eindeutig ja. Weil sie mit allen Höhen und Tiefen dafür gesorgt hat, dass deutsche Filme gemacht werden konnten, und zwar kontinuierlich und vielfältig. Kontinuität und Vielfalt sind die beiden Elemente, die Filmkultur und Filmindustrie lebendig halten.

**Ist dieses Modell denn noch zeitgemäß?**

Was ist zeitgemäß? Diese Frage enthält eine technologische, eine strukturelle und eine ethische Dimension. Ich gehe auf die ethische ein, um die anderen gleich mit zu beantworten: Solidarität ist immer zeitgemäß. Und das Solidarprinzip – diejenigen, die in die Filmförderungsanstalt (FFA) investieren, sollen auch etwas von ihr haben – hat in diesem Fall eine Menge Härte tests bestanden.

**Gerade die Arbeit der FFA ist derzeit aber sehr umstritten. Kritisiert wird vor allem das Mischkalkül von „ein bisschen Wirtschaft und ein bisschen Kultur“. Teilen Sie diese Haltung?**

Haltung verrät sich immer auch durch Formulierungen. „Mischkalkül“ oder „ein bisschen dies, ein bisschen das“ – das ist eine polemische Haltung. Die teile ich nicht. Ich teile aber die gängige Auffassung, dass es sich beim Film sowohl um ein Wirtschafts- wie um ein Kulturgut handelt. Deshalb muss seine Förderung auch beide Aspekte berücksichtigen. Die Frage ist aber, in welchen Relationen und nach welchen Kriterien die Förderung dies tut. Auf jeden Fall ist hier das Mischkalkül innerhalb einzelner Projekte fehl am Platz.

**Wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf?**

Ganz klar: Wir brauchen einerseits einen stärkeren Automatismus in der Förderung, um die oben beschriebene Kontinuität für unsere Filmemacher zu gewährleisten. Wir brauchen aber andererseits auch mutige Entscheidungen für ungewöhnliche, künstlerisch herausragende Projekte, um die Filmkultur kreativ zu beleben. Und wir brauchen mehr Geld für Drehbuch- und Projektentwicklung. Von solchen Maßnahmen werden auch die Verleiher und die Kinos profitieren.

**Sehr wichtig neben der Förderung des Bundes ist auch die regionale Förderung. Wenn mehrere Länder ein Projekt unterstützen, kann das dazu führen, dass ein Film in Berlin, in Hamburg und am Bodensee gedreht wird. Lässt sich daran irgendwas ändern?**

Nur bedingt. Es handelt sich halt um unterschiedliche Fördersysteme in Deutschland. Länderförderung ist bekanntlich auch Standortförderung. Und solange das so bleibt, wird es weiter Fördertourismus geben. Aber wenn man miteinander spricht und möglichst viele gemeinsame Ziele für den deutschen Film teilt, lässt sich auch was ändern.

**2015 sind mithilfe der Förderung an die 250 deutsche Kinofilme produziert worden. Ein Großteil davon ist gar nicht erst in die Kinos gekommen und wird irgendwann nach Mitternacht im TV versendet. Das kann doch nicht Sinn der Sache sein.**

Es herrscht vielleicht ein Mangel an genuinen Kinofilmen. Das sind Filme, die sich in diesem einzigartigen Kultur- und Kommunikationsort Kino entfalten und eine eigene Attraktivität entwickeln. Manche Filme entfalten sich allerdings nur auf dem Bildschirm. Grundsätzlich gibt es viel zu wenig Sendeplätze für deutsche Kinofilme im Fernsehen; und ich meine damit Sendeplätze deutlich vor Mitternacht.

**Ist es nicht seltsam, dass auch Erfolgsfilme die Fördergelder nur selten zurückzahlen, obwohl die Produktionskosten hierzulande vergleichsweise überschaubar sind?**

Das ist nur seltsam, wenn beim Marketing wenig Geld für die Herausbringung des Films investiert wurde. Und es ist auch schade, weil die Finanzierung der Förderung zu einem Teil auch durch Rückzahlungen gesichert wird. Man darf aber nicht vergessen, dass die Förderungen die Modalitäten für die Zurückzahlung selber festlegen. Und da sind die Länderförderungen offensiver als die FFA.

**Filmförderung soll nicht zuletzt Kunst fördern. Aber deutsche Filme haben schon lange keine wichtigen Preise mehr gewonnen, große Festivals finden z. T. ohne deutsche Beteiligung statt, und im Wettbewerb der diesjährigen Berlinale lief nur ein deutscher Film. Ist das nicht ein Beleg dafür, dass das Modell nicht funktioniert?**

In diesem Fall sind monokausale Schlussfolgerungen und Erklärungen nicht zielführend, denn erstens entscheiden über Preise Jurys, die sich irren können, und zweitens gibt es kaum ein großes internationales Festival ohne deutsche Beteiligung; manchmal allerdings in Form von Koproduktionen, für die das Fördermodell gar nicht falsch ist. Drittens ist auch die Berlinale ein großes internationales Festival, was im eigenen Land gerne mal unterschlagen wird. Dort laufen viele gute, künstlerisch wertvolle deutsche Filme, und sie gehen überdies selten ganz leer aus. Außerdem sollte sich allmählich herumgesprochen haben, wie unzeitgemäß es ist, die Identität eines Films ausschließlich aus dem Pass seiner Regisseurin oder seines Regisseurs herzuleiten. Wenn deutsche Produzenten mit zusätzlichem britischem und französischem Geld einen Schweizer Filmemacher engagieren, um einen Berliner Klassiker zu inszenieren, hat das sehr viel mit dem zu tun, was deutsches Kino heute ist. Grundsätzlich zeigt die Erfahrung: Das deutsche Fördermodell ermöglicht die Entwicklung und Produktion von besonders schlechten wie von besonders guten Filmen. Man muss also perspektivisch den Schaden begrenzen und den Nutzen mehren. Dazu sollten sich Gesetzgeber und Filmbranche noch ein bisschen mehr austauschen.



**Warum rufen hiesige Feuilletons trotzdem regelmäßig die Götterdämmerung des deutschen Films aus, obwohl doch der Marktanteil im letzten Jahr ein Rekordniveau erreicht hat?**

Weil sich der Journalismus auch im Feuilleton als vierte Macht begreift und lieber Missstände benennt, als gute Nachrichten zu verbreiten. Das ist im Prinzip völlig in Ordnung. Aber ich werde das Gefühl nicht los, dass keine Ursachenforschung mehr betrieben wird. Denn die Gründe für die apokalyptische Analyse des deutschen Kinofilms lesen sich überall gleich. Jeder Deutschlehrer würde vermuten, dass hier nur noch jeder vom anderen abschreibt.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.



Georg SeeBlen

# Das Glück, möglicherweise

Zwei Mal sieben Anmerkungen zum kleinen Glück im Bewegungsbild

## Erster Teil: Das glückliche Ende



Das tägliche Leben ist hart genug, und was man von der Welt in Nachrichten erfährt, ist in aller Regel besorgniserregend, gewalttätig oder wenigstens komplett verrückt. So nimmt es nicht wunder, dass man dazu tendiert – in der fiktiven Parallelwelt im Allgemeinen, in den Träumen der Bewegungsbilder im Besonderen –, eine Alternative zu suchen, eine „heile Welt“. So einfach wäre es jedenfalls, wenn wir unseren Blick auf *Traumschiff*-Serien, romantische Komödien und Heimatfilme alter und neuer Machart beschränken würden. Aber es ist, wie gewohnt, auch mit der Suche nach dem Glück im Film komplizierter.



1

### Was ist überhaupt ein Happy End?

A) Das Ur-Happy-End besteht in dem schlichten Umstand, dass die Heldin oder der Held überhaupt am Leben bleibt. Bei der Anzahl von Gefahren ist dieses Überleben ohnehin nur durch sehr viel Glück (also durch das Schicksal oder die Gunst der Götter) möglich; im Überleben der Heldin oder des Helden ist nicht nur beglückend, dass wir einen Menschen, den wir auf die eine oder andere Weise lieb gewonnen haben (ja, mit dem wir uns, wie man so sagt, identifizieren können), nicht verlieren. Vielmehr akkumuliert sich das Glück von Heldin oder Held; alles Rettende ist auch das Beglückende, die Freundschaft, die Natur, die Gnade der Götter – und der Abglanz dieses Glücks trifft auch uns.

B) Das Happy End besteht in der Lösung eines Problems (der Schatz wird gefunden, der Gefangene wird befreit), der Beilegung eines Konflikts (entweder durch den siegreichen Kampf gegen den Feind oder durch die erfolgreiche Suche nach einem Kompromiss), der Rettung eines Menschen, der Abwehr einer Gefahr.

C) Das Happy End liegt im Finden neuer Freunde oder der Bewährung alter Freundschaften. Das Happy End vermittelt die Gewissheit, nicht allein zu sein.

D) Das Happy End ist die Bildung des Paares, die Grundlage einer Familie, das gute Ausgehen einer Liebesgeschichte, die Klärung eines erotischen Dreiecks.

E) Das Happy End beschreibt die Rückkehr, in der triumphalen Variante als „conquering hero“, in der demütigeren Variante aus dem Mythos von der „Rückkehr des verlorenen Sohnes“.

2

Je größer eine Erzählung, desto unwahrscheinlicher ist ein Happy End. Ein Epos kann nicht wirklich „glücklich ausgehen“, da Anzahl und Schwere der Opfer die Anzahl und Schwere der Lösungen und Glücksmomente überschreiten müssen. Nicht die Geschichte, nur eine Schlacht kann glücklich ausgehen; nicht ein Leben, sondern nur ein Abschnitt davon kann ein Happy End finden.

Die erste Voraussetzung zur Konstruktion eines (glaubhaften) Happy End ist daher narrative Reduktion. Ein überschaubarer Raum (die „Heimat-Idylle“), eine überschaubare Anzahl von Figuren (eine „Familie“), eine überschaubare Erzählzeit (die „Episode“), eine überschaubare Anzahl der Symbole und Objekte.

Reduziert im „kleinen Erzählraum“ ist aber auch die Wahrnehmung selbst (aus der Fähigkeit zum „Ausblenden“ nur kann dieses Glück bestehen, aus der Weigerung „dahinter“ zu sehen), reduziert ist schließlich die Erwartung an das Glück. Man wird das gelegentlich falsch als „Bescheiden-

heit“ bezeichnet finden; es ist in Wahrheit ein antiutopisches Element in der Konstruktion der Idylle: die fürsorgliche Begrenzung des Blicks.

3

Wir leben mit der Spannung zwischen Lebenserfahrung und Happy-End-Konstruktion. Es oszilliert stets zwischen einem Versprechen (auch in der Wirklichkeit kann uns das Glück begegnen, das wir auf Leinwand oder Bildschirm erleben durften) und einer Kompensation (in der Wirklichkeit sieht natürlich alles ganz anders aus, daher lass uns das Glück in der Fiktion genießen).

Es ist die Balance zwischen beidem – oder aber: die Sprache zwischen der Wirklichkeit und dem fiktiven Glück. Das Happy End kann ein Geschenk an die Menschen sein, denen man bei Leiden und Opfer zugesehen hat, es kann ebenso gut (und seien wir ehrlich: häufiger) auch eine ideologische Konstruktion sein. Dann ist das Happy End weder Wunder noch Geschenk, sondern Belohnung für ein bestimmtes Verhalten oder die Erfüllung einer bestimmten Prämisse.

Ein schlecht konstruiertes Happy End macht nicht glücklich. Robert Aldrich hat in seinem kritischen Western *Massai, der große Apache* unter dem Druck der Produzenten ein Happy End drehen müssen. In seinem Drehbuch wurde der einsame indianische Freiheitskämpfer am Ende von den Weißen hinterrücks erschossen, in der Kinofassung wird der Held (Burt Lancaster) zum Familienvater und Farmer. Aldrich inszeniert in dieser Szene so übertrieben, dass jeder Zuschauer weiß, dass die Szene nicht verlogen ist, sondern eine Karikatur der Verlogenheit.

Der Zwang zum Happy End ruiniert ganze Erzählweisen, und doch dürfen wir das Happy End nicht nur als Kalkül mit dem Zuschauer sehen, sondern es ist auch ein Gnadenakt. Zu wenig Happy End (es hat sich das Wort vom Feel Bad Movie eingebürgert) ist für das schöne Erzählen so destruktiv wie zu viel davon.

4

Würden wir also das Ur-Happy-End als ein Bezwingen des Todes ansehen, so können wir unsere reduzierte, sollen wir sagen: „Sucht“ nach dem Happy End als ein Bezwingen dessen verstehen, was in unserer Gesellschaft (so hat es etwa Richard Sennett in *Der flexible Mensch* beschrieben) beinahe schlimmer ist als der Tod: das Scheitern.

Scheitern ist ein Opfer ohne Lohn, ein Verlieren, an dem niemand anderes schuld ist als der Verlierer selbst, die Nichterledigung der großen Aufgabe. Wer an Effizienz und Fortschritt sein Ideal bemisst, für den muss Scheitern schlimmer als der Tod sein. Für den anderen mag das Scheitern sogar eine sehr eigene Form des Glücks sein: Denken wir an die Schlusssequenz von *Alexis Sorbas*, wo aus dem großen Scheitern der heitere Tanz wird, oder an *The Treasure of the Sierra Madre*, wo es in ein homerisches Gelächter mündet (Scheitern, so könnte man diese Szenen verstehen, ist genau dann Glück, wenn man es nicht als Tragödie versteht).

Natürlich ist auch das Scheitern im Film moralisch und ideologisch besetzt; immer denken wir ja, insbesondere wenn es die Kamera mit ihrer Einstellung so vermittelt, dass die Menschen das, was ihnen widerfährt, auch „verdienen“ (es ist dieser soziale Determinismus, gegen den Filmemacherinnen und Filmemacher sich zur Wehr setzen müssen, wenn ihnen an Wahrheit und Menschlichkeit gelegen ist). Dem Scheitern zu entgehen, das ist offenbar die größte Strategie der Mainstream-Narration in der Gegenwart. Die Karriere ist gleichsam identisch mit der Lebenserzählung geworden. Ein „allumfassendes“ Happy End, das zugleich Karriere und Liebe oder Familie umfasst, zugleich ethisch und nützlich ist, zugleich die Vergangenheit sanktioniert und die Zukunft ermöglicht, wie es in klassischen Hollywoodfilmen gang und gäbe war, ist heute in irgendeiner Beziehung zur Realität nicht mehr vorstellbar. Wer unter den neoliberalen Wettbewerbsbedingungen, die Flexibilität und Optimierung verlangen, reüssieren will, ist nicht in der Lage, eine „glückliche Familie“ zu bilden und zu genießen; umgekehrt ist ausgeprägtes Familienleben nur möglich unter Verzicht auf die Karriere (vielleicht daher das Vergnügen an Fernsehserien, in denen die Mitglieder am liebsten lustvolle Verlierer und Karriereverweigerer sind).

Die strukturelle Unmöglichkeit eines realen Happy Ends beeinflusst unser Medienverhalten bis in den Konsum der Werbung hinein: Die Fiktion selbst wird zum Familienersatz; die Serie zum Heimatersatz; der Chat zum Kommunikationsersatz. Man könnte also sagen: Das Glück, das von der Abbildung zur Hoffnung, von der Hoffnung zur Kompensation, von der Kompensation zum Traum wurde – es ist nun in der „enhanced reality“ ein Simulacrum.

## 5

Für etliche Filmkünstler und Erzähler ist das Happy End ein „Notausgang“, wie es der große Meister der Filmmelodramen Douglas Sirk formulierte, der übrigens alles andere als ein Melodramatiker war. Es ist dann reine Form, wie es für einen spirituellen Filmemacher, einen Filmemacher des „transzendentalen Stils“ etwa, der Augenblick der Gnade ist. Das Leiden des Menschen ist so groß, ein Ende auf Erden nicht absehbar, dass es nur durch eine augenblickliche Erfahrung der Transzendenz zu ertragen ist. Es ist die Gnade des Himmels oder der Vorschein der Revolution – wie man es nimmt –, z. B. in den Filmen von Robert Bresson oder Lars von Trier.

Das Glück muss also nicht in der Lösung von Problemen und in der Stabilisierung der Verhältnisse liegen; es ist unter Umständen eine außernarrative Erfahrung. Daher ist das Gegenbild zum Happy End das Glücksbild. Der Augenblick des Innehaltens bei der Heldenreise, die Begegnung mit einem vollkommen anderen Leben, die mögliche Abzweigung der Lebenswege, ein Glück, das möglich wäre, wenn auch nicht für die Helden. In dieser kleinen Transzendenz begegnen sich vielleicht das Utopische und das Idyllische, die wir normalerweise eher als Gegensätze sehen.

## 6

Und neben dem Glücksbild, das ins Unglück scheinen kann, gibt es auch die umgekehrte Konstruktion einer glücklichen Welt, die möglicherweise aus lauter (kleinen) Katastrophen entsteht. Nehmen wir etwa die Welt der *Peanuts*: Jeder Strip endet für Charlie Brown mit einer Niederlage. Aber als Ganzes konstruieren sie eine glückliche Welt. Nicht anders funktionieren die *Simpsons* oder *Eine schrecklich nette Familie*.

Zum Zweiten gibt es die Konstruktion des glücklichen Charakters. Wir begegnen Menschen im Bewegungsbild, die scheinbar von Natur aus glücklich sind (es sind im Allgemeinen, wie man so sagt, Nebenfiguren).

Und zum Dritten die Konstruktion des Gedankens des Glücks als Erkenntnis. Ein Held z. B., dem so ziemlich alles schiefgeht und der am Ende bemerkt, dass all das, was ihm schiefgegangen ist, ihm nichts bedeutet – und das wahre Glück woanders zu finden ist.

## 7

Die semantische Entsprechung eines narrativen Happy Ends ist das harmonische Aufgehen der Kompositionen. Ein Kreis schließt sich, ein Bild ist entstanden, eine Frage wurde beantwortet; aus einem offenen wurde ein geschlossenes System. Ein Ornament wurde sichtbar. So wie die Narration „Sinn“ erzeugt, erzeugt die Komposition „Harmonie“. So könnte man die cineastische Konstruktion von Glück begreifen als „geglückte“ Verbindung von Sinn und Harmonie (leicht zu begreifen, dass der einen mehr an Sinn und dem anderen mehr an Harmonie gelegen ist).

Jedes ästhetische Produkt ist eine Aufgabe, die gelingen kann. Dieses Gelingen selbst ist ein Glückserlebnis. Es ist eine Maschine, die gleichsam den Bedarf und das Produkt gemeinsam produziert. Was sie produziert, sind die Dimensionen des Lebens: den Raum, die Zeit und das Subjekt. So könnten wir uns einerseits fragen nach dem „glücklichen Raum“, nach der „glücklichen Zeit“, nach dem „glücklichen Menschen“. Ebenso können wir fragen nach dem „glücklichen Bild“ (im Unterschied zum Glücksbild), nach der „glücklichen Metapher“ und nach dem „glücklichen Zeichen“.

Semantisch gesehen besteht das Happy End einer Geschichte darin, dass sie überhaupt endet und nicht „in der Luft hängt“ oder ins Nichts führt. Das semantische Happy End besteht im Wesentlichen darin, dass eine Anordnung von Zeichen gelingt; glücklich macht schon das Entziffern. Noch glücklicher der Rest von Geheimnis, der dem allen bleibt.

# 2

## Zweiter Teil: Glückliches Beginnen

### 1

Glücklich freilich darf sich schon schätzen, wer mit den Alltagsorgen brechen kann und wem sich die inneren Dämonen in sichtbarer Gestalt im Außen zeigen, wo sie in einer rituellen oder symbolischen Handlung bezwungen werden können. Auf diese Weise machen auch die schrecklichen Dinge glücklicher, die weder im Narrativen noch im Semantischen glücklich enden.

Das Kino oder das kleine Ritual des DVD- oder Fernsehnamittags macht glücklich, ebenso wie der tägliche Comicstrip in der Zeitung – als die Rückkehr in die Welt einer Kriminalserie oder der Schlager, den man mitsummt, weil es die Rückkehr in eine „Heimat“ bedeutet. In ein Idyll, das möglicherweise beständig bedroht wird, aber auch immer wiederhergestellt. Aber das Idyll ist kein Gefängnis, es ist offen (und dieses Offensein ist ein wichtiges Kompositionselement des Glücksbildes). Es ist das Glück des Woanders-Seins.

### 2

Wenn wir den Begriff der „Traumfabrik“ und den „rêve extérieur“ (Jean-Luc Godard) ernst nehmen, so können wir in jedem Bild-Narrativ die Spuren der „Wunscherfüllung“ und der sekundären Traumarbeit, der Maskierung der Wünsche am Werk sehen. So lässt sich das „eigentliche“ Glück hinter glänzender Oberfläche oder aber hinter Blut und Schrecken sehen. Und neben das Glück, das auf dem Bild zu sehen ist (und das durch die Narration gesichert wird), tritt das Glück, das hinter dem Bild liegt (und das durch die Narration verborgen wird).

So machen natürlich auch Rachefantasien, cineastische Denunziationen, böse Karikaturen oder Schadenfreude und andere im richtigen Leben eigentlich verbotene Vorstellungen glücklich, der Schock wie das Lachen sind „Befreiungen“, aber auch Projektionen: Horrorfilme z. B. funktionieren nicht nur nach dem Geisterbahn-Prinzip – man setzt sich der Angst aus, um über sie zu triumphieren –, sondern auch nach dem Prinzip der Übertragung: Man macht einem imaginären anderen Angst (klassische psychoanalytische Deutung, schon kanonisiert: In der „screaming lady“ des Genres rächt sich der männliche Zuschauer an der Frau, die ihn zurückweist, oder er imaginiert sich als ihr möglicher Retter).

Im Traum kommt das Verdrängte in einer mehr oder weniger maskierten Form zum Vorschein. Das Glück liegt darin, dass es gleichzeitig da und nicht da ist. Zugleich befreit und gebannt. Es ist der Traum, den man zugleich teilen und voreinander verbergen kann.

### 3

Glück mag in die Erfahrung der Transzendenz von etwas ganz anderem münden. Ein wiederkehrendes und immer wirksames Bild im Film ist der große „breakthrough“, eine Kamerafahrt, die zu einem großen, lichten Aufmachen, einer fundamentalen Weiterung führt; die Dunkelheit ist überwunden, der Gipfel erreicht, der Blick, gerade noch

extrem beengt und extrem überfordert, weitet sich zu großer Ruhe. Aus dem Tunnelblick entsteht das Panorama (Geburt und Tod sind in diesem Bild vereint, oder, um es näher am Alltag zu formulieren: Triumph und Demut).

Glücksbilder werden aber auch zitiert (wie in der Projektion der blühenden Landschaften in Edward G. Robinsons Sterbeszene in *Soylent Green*), Jenseiterfahrungen wie Robin Williams' Eintauchen in die Farbwelt der Gemälde seiner Frau am Ende von *Hinter dem Horizont*. Glück ist das Einswerden mit dem Bild, was auch als Einswerden mit der Natur verstanden werden kann. Das Verschwinden des Piratenschiffs am Horizont oder des Cowboys in der Prärie... Dieses Verschwinden können wir als „glückliches Todesbild“ interpretieren. Oder, wiederum etwas heruntergestuft, als Versöhnung von Zeit und Raum.

## 4

Glück stellt sich ein, wo das Leben sichtbar wird. Eine Erzählung geht immer auf die Form (sagen wir: „Genreregeln“, sagen wir die Methoden des „psychologischen Realismus“, sagen wir die Nähe zu einer literarischen Vorlage, sagen wir die Vor-Schriften der Zensur oder des Marktes) und auf das Leben selbst zurück. Hinter den Abstraktionen (dies ist ein Held, dies ist ein Mörder, dies ist ein Geist) wird das andere sichtbar (dies ist ein Mensch). Es geht um die Schnittstellen zwischen Ornament, Metapher und Wirklichkeit.

## 5

Das kleine Glück hat auch sein eigenes Genre. Das Feel Good Movie als cineastische Glücksdroge ist in sehr unterschiedlichen Formen und Dosierungen im Angebot.

Feel Good Movies sind nicht unbedingt auf ein Happy End hin konstruiert, sondern vermitteln als Ganzes eine emotionale Teilhabe, die größtmögliche Spannbreite zwischen Lachen und Weinen, Trauer und Erlösung. Das Feel Good Movie macht nicht glücklich, weil alles gut ausgeht; viele Filme dieser Art handeln vom Sterben, von schweren Krankheiten, von Behinderung, von traumatisierenden Erlebnissen. Es macht glücklich, weil eine reine Emotionalität ermöglicht wird, die es im richtigen Leben nicht geben kann. Wenn das Melodrama die Verbürgerlichung der Tragödie ist (kategorische Moral übernimmt die Rolle des Schicksals), so ist das Feel Good Movie die Moderierung des Melodrams, klar unterscheidbar von der „Soap-Opera“ mit einem Zopfmuster als Narrativ, in dem Glück und Unglück einander endlos ablösen, ohne eine Haltung zu erzwingen.

Eine Sonderform etwa ist der Culture-Clash-Film, bei dem möglichst viele kulturelle Klischees (in einer Liebesgeschichte aufgelöst) aufeinanderprallen, um sich dann in der menschlichen Begegnung zu lösen. Eine andere Sonderform ist der Film, der von einer dysfunktionalen Familie erzählt (oft aus dem Blickwinkel der Kinder), die doch irgendwie zur glücklichen Gemeinschaft wird. Dass auch die schrägen Familien wie die *Simpsons* oder die von *Little Miss Sunshine* oder die in Filmen von Wes Anderson, nein, eher: gerade sie

zum Glück begabt sind, setzt kreative, „asoziale“ und anarchische Fantasien frei.

Schließlich kann es um Charaktere gehen, die trotz widriger Lebensumstände oder auch persönlicher Begrenzungen mit einem fantastischen Ding sich selbst überschreiten, wie Walter Mitty und sein Doppelleben, Adam Sandler, der mit einer Fernbedienung in *Klick* das Leben ändern kann oder die fabelhafte Amélie, die das Leben in ein fantasievolles Spiel verwandelt. Es ist, selbst in den Slapstickkomödien oder in Filmen wie *Emmas Glück*, die Solidarität mit den Außenseitern, die man im Alltagsleben eher weniger stark ausgeprägt sieht. Im Kino genießt man gern als „skurril“, was man in der Wirklichkeit als lästig empfindet. Man „gönnt“ Außenseitern und Verlierern Liebe und Glück und fühlt sich nun eben auch dabei gut, so als hätte man selbst dafür gesorgt, dass es den Menschen auf der Leinwand (ein bisschen) besser geht.

## 6

Das Glück ist ein Begriff, der umso ferner zurücksieht, je näher man ihn ansieht. Agnès Varda hat in ihrem Doppelversuch *Le bonheur* das Glück aus dem männlichen und aus dem weiblichen Blickwinkel hin untersucht. *Hectors Reise oder die Suche nach dem Glück* ist ein Musterbeispiel für das Minigenre der „Glücksucher“-Filme. Eine Reihe von Doris Dörrie-Filmen funktioniert nach diesem Schema (und auch sie drehte einen Film, der *Glück* als Titel führt). Die Pointe der meisten Filme, die sich der Suche nach dem Glück widmen, liegt darin, dass es stets ganz woanders gefunden wird als dort, wo es vermutet wird. Das Glück muss paradoxerweise den Menschen von seiner Glücksgier heilen.

*Das Glücksprinzip* von Mimi Leder erzählt vom Experiment eines Kindes zur Herstellung des allgemeinen Glücks: Wenn jeder Mensch drei Menschen in einer Notlage hilft und diese wiederum jeweils wieder drei andere Menschen unterstützen, dann müsste die Welt am Ende glücklich werden. Klar, dass auch hier die Botschaft ist, dass Glück nicht herzustellen ist.

Auch im Dokumentarfilm kommt immer wieder die Suche nach dem Glück vor. So versuchte die Regisseurin Larissa Trüby 2011, *Glücksformeln* in aller Welt zusammenzustellen; *What Happiness is* von Harald Friedl beschreibt das einzige Land der Welt, Bhutan, das ein Ministerium mit der Ermittlung des „Brutto-National-Glücks“ beauftragt. Und in *Yaloms Anleitung zum Glücklichsein* von Sabine Gisiger wird die Geschichte des Psychologen und Romanciers erzählt, der seine Arbeit dieser Suche nach dem Glück gewidmet hat. „Was macht glücklich?“ lautet die Frage.

Leichter ist die Beantwortung der Frage, was nicht glücklich macht. Beispielsweise ein Lottogewinn, wie Ayse Polat in *Luks Glück* zeigt – ein Film, der den Zerfall einer türkischen Familie in Hamburg und Istanbul darstellt: Jeder hat da seine eigene Vorstellung davon, wie aus dem Gewinn das Glück werden soll. Und auch hier kommt natürlich heraus, dass man das Glück niemals planen kann.

Es sind die Varianten eines klassischen Märchens, die Geschichte vom *Hans im Glück*, auf die die Suchen nach dem Glück hinauslaufen.

7

Das Glück der Cineasten liegt nicht nur in einer klassischen Balance von Form und Inhalt, sondern immer auch in einer Form des ästhetischen Überschusses. Es sind Filme, die mehr Film sind, als sie es von ihrem narrativen Auftrag her eigentlich sein müssten. Dasselbe gilt natürlich für Dialoge, die literarischer sind, als sie es von ihrer Aufgabe von Dramaturgie und Charakterisierung her eigentlich sein müssten.

Es ist „der Fall ins Jetzt“, von dem Ernst Bloch spricht, die blitzrasche Verbindung des symbolisch-ästhetischen Geschehens auf der Leinwand oder auf dem Bildschirm mit dem höchst eigenen Leben der Zuschauerinnen und Zuschauer. Eine Geschichte nebst einer Bildkomposition erweist sich als Falle: Ich wollte möglichst weit weg von meinem eigenen Leben und bin auf verblüffende Weise nur noch näher an mich gekommen. Ist das ein Unglück? Oder ist es das Glück?

Georg Seeßen lebt und arbeitet als freier Autor und Filmkritiker in Kaufbeuren im Allgäu.





Der folgende Beitrag geht mit Blick auf die Film- und Fernsehgeschichte einigen Aspekten zum Verhältnis von Kinofilmen und TV-Serien nach. Im Mittelpunkt steht die Frage, inwieweit Serienideen aus dem Geist des Kinos „geboren“ werden, aber auch, inwieweit Serieninhalte heutzutage auf Kinofilme und andere Fernsehformate zurückwirken.

Werner C. Barg

# Die Geburt der Serie

## Zur Wechselbeziehung zwischen Kinofilm und TV-Serie in der Film- und Fernsehgeschichte

### Anmerkungen:

1  
Erstausstrahlung: 28.02.2016  
Buch: Jürgen Werner  
Regie: Sebastian Ko

2  
Erstausstrahlung: 12.10.2014  
Buch: Michael Proehl  
Regie: Florian Schwarz

3  
Erstausstrahlung: 01.01.2016  
Buch: Christoph Darnstädt  
Regie: Christian Alvert

4  
Erstausstrahlung: 03.01.2016  
Buch: Christoph Darnstädt  
Regie: Christian Alvert

Es ist offensichtlich, dass sich viele Fernsehautoren auf bekannte Vorbilder im Kino, aber auch auf Stoffideen von Serienformaten beziehen. Hierfür liefert die *Tatort*-Reihe gerade aktuell zahlreiche Belege: In der Folge *Kartenhaus*<sup>1</sup> des Kölner Teams wird explizit auf Oliver Stones Kinofilm *Natural Born Killers* als Handlungsschablone verwiesen; der hochgelobte HR-*Tatort Im Schmerz geboren*<sup>2</sup> zitiert zahlreiche Kinofilm-Vorbilder, u. a. Sergio Leones Kultwestern *Spiel mir das Lied vom Tod*. Und die Doppelfolge *Der große Schmerz*<sup>3</sup> und *Fegefeuer*<sup>4</sup> des Hamburger Teams um Til Schweigers Ermittlerfigur Nick Tschiller bedient sich in stofflicher wie visueller Hinsicht eifrig bei US-Actionserien wie *24*.

Auch die Grundidee der ZDF-Miniserie *Morgen hör ich auf* mit Bastian Pastewka ist deutlich durch die US-Erfolgsserie *Breaking Bad* inspiriert. Blickt man in die Film- und Fernsehgeschichte, so sind auch hier viele Serienformate wiederum durch Kinofilme inspiriert.

### Die Renaissance von Kinoerfolgen in Serienformaten

Filme, die im Kino erfolgreich waren, werden oft als Serienformat im Fernsehen wiedergeboren. Ein frühes Beispiel für diese Wechselwirkung zwischen Kinoerfolg und TV-Nachahmung ist Jules Dassin im Dokumentarstil inszenierter Film noir *The Naked City (Stadt ohne Maske, USA 1948)*.

Dem oscarprämiierten Kinofilm folgte eine gleichnamige Krimiserie nach, die – ebenfalls im semidokumentarischen Stil gedreht – von 1958 bis 1963 vom Sender ABC ausgestrahlt wurde.

Der Kinofilm und die Serie *Naked City*, die den Alltag einiger NYPD-Ermittler auf einem Polizeirevier im New Yorker Problemviertel Bronx darstellt, inspirierten wenig später offenbar Regisseur John Olden und Produzent Gyula Trebitsch in Hamburg zu ihrer Serie *Hafenpolizei*. Der Einstieg des Kinofilms und der Serienvorspann von *Hafenpolizei* zeigen deutliche Parallelen ebenso wie die Übernahme des semidokumentarischen Stils aus der US-Serie durch den expliziten Bezug auf authentische Polizeifälle in der NDR-Vorabendserie.

So wie ein erfolgreicher Roman für viele Produzenten und Filmfinanziers die Gewähr dafür zu bieten scheint, eine Verfilmung des Bestsellers umzusetzen, so scheint auch der Erfolg eines Kinofilms vielen Fernsehprogrammverantwortlichen der Garant für ein quotenträchtiges Serienformat.

Infolge der erfolgreichen bitterbösen Kriegskomödie *M.A.S.H. (USA 1970)* in der Regie von Robert Altman startete der US-Sender CBS 1972 die gleichnamige Fernsehserie, die – z. T. mit den Darstellern des Kinofilms wie Alan Alda – zu einer Erfolgsserie im US-Fernsehen wurde. Die Serie lief bis 1983 und brachte es auf elf Staffeln mit insgesamt 256 Folgen. In ihnen kommt die Antikriegshaltung von zwei Chirurgen in deren sarkastischen Sprüchen und in den mit

Tatort: Im Schmerz geboren



viel schwarzem Humor gestalteten drastischen Szenen in einem mobilen Feldlazarett während des Koreakrieges zum Ausdruck.

Gleichfalls durch den Kinoerfolg inspiriert sind zwei Fernsehserien, die sich auf den Filmstoff *Nikita* (F/I 1990) von Luc Besson stützen. Dessen französischer Actionthriller um eine junge Drogensüchtige, die in einem geheimen Stützpunkt der Regierung zu einer „Killermaschine“ und Geheimagentin umerzogen wird, war 1990 ein großer europäischer Kinoerfolg und wurde 1993 mit Bridget Fonda für die USA unter dem Titel *Codename: Nina* neu verfilmt. 1997 wurde in Kanada ein erstes Serien-Remake entwickelt: *La Femme Nikita* lief von 1997 bis 2001 im kanadischen Fernsehen. 2010 wurde die Stoffidee dann für das US-Fernsehen wieder aufgegriffen und gegenüber der Kinofilmidee weiterentwickelt. Während es der Hauptfigur im Kinofilm am Ende gelingt, aus dem Agentinnendasein auszusteigen, setzt die Titelheldin in der US-Serie, die bis 2013 über die Bildschirme flimmerte, alles daran, die Agentenorganisation, der sie angehörte, zu Fall zu bringen, nachdem diese ihren Lebensgefährten hatte ermorden lassen.

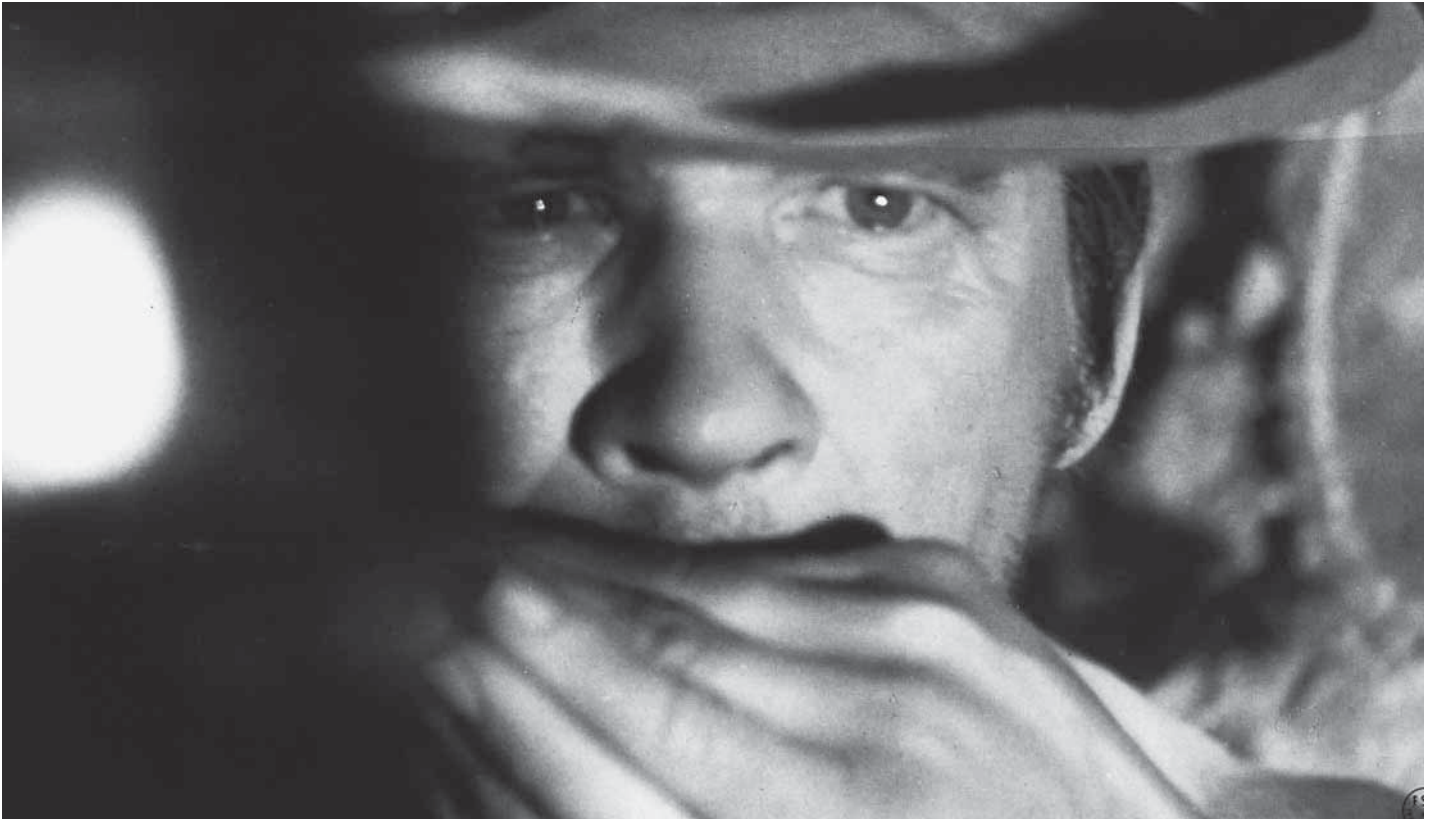
Den Geist des Kinos in der Serie wiederauferstehen zu lassen, liegen oftmals auch ökonomische Überlegungen zugrunde, etwa Franchise-Strategien von Blockbuster-Filmen. Filmwissenschaftler Thomas Elsässer sieht das Blockbuster-Kino in einer spezifischen Verwertungskette unterschiedlicher Medien: „Everybody connects!

Ein Spielfilm, ein Themenpark, ein Spielzeugladen und ein Computerspiel haben vieles gemeinsam: So wie sie einander gegenseitig ausspielen, so profitieren sie voneinander“ (Elsässer 2009, S. 227). Die Übertragung etwa des Kino-Megaevents der *Star Wars*-Filme in Animations-TV-Serien wie *Star Wars: The Clone Wars*, die in den Jahren 2008 bis 2014 das Interesse und die Leidenschaft der *Star Wars*-Fans am Köcheln hielt, verdeutlicht, dass „in der Kombination mit Fernsehen und DVD [...] das Kino die Temperatur der Populärkultur auf[heizt], indem es einigen seiner Produkte einen (Markenamen-) Wiedererkennungswert verleiht“ (ebd., S. 233).

#### Genrekino als Serienformat

Dieser Wiedererkennungswert des Kinos als Markenkern von Serien zeigt sich aber nicht nur in der direkten Transformation von Kinoerfolgen in serielle Formate, sondern auch in mannigfachen Inspirationen von Serienplots durch die im Genrekino entwickelten, entfalteten und erprobten Erzählformen.

Der Erfolg der US-Science-Fiction-Serie *Time Tunnel* (1966–1967) nahm in den 1960er-Jahren das Kinogenre der Zeitreisefilme, speziell den Erfolg der Kinoverfilmung des Zukunftsromans *Die Zeitmaschine* (USA 1960) von H. G. Wells, auf.



Die Erzähltraditionen der Mafiafilme im Kino, wie Francis Ford Coppolas *Der Pate*-Trilogie (USA 1972 – 1990) oder Martin Scorseses *Mean Streets* (*Hexenkessel*, USA 1973), *Goodfellas* (USA 1990) und *Casino* (USA/F 1995), machten eine Serie wie *The Sopranos* (USA 1999 – 2007) erst möglich. Dabei ging das von Produzent David Chase entwickelte Erzählkonzept der Serie, die den High-Quality-Standard vieler heutiger US-Serien mitbegründete, weit über seine Kinovorbilder hinaus. In *The Sopranos* verband er die Erzählansätze traditioneller Familienserien mit Psychoanalyse und Mafiafilm-Elementen zu einer gelungenen Mischung aus realistischer und surrealistischer Erzählung, die in der Charakterentwicklung der Hauptfigur Tony Soprano auf höchst intelligente Weise zusammenfloss.

Das Erzählkonzept der Familienserie wurde auch – wenngleich in ganz anderer Weise – von Vince Gilligan mit seiner Serie *Breaking Bad* revolutioniert. Gilligan verband das Thema „Drogenschmuggel und Drogenhandel an der Grenze USA – Mexiko“, wie es z. B. in Steven Soderberghs Polizei- und Justizthriller *Traffic – Die Macht des Kartells* (USA/D 2000) oder in Filmen von Robert Rodriguez wie *Once Upon a Time in Mexico* (*Irgendwann in Mexico*, USA 2003) und Oliver Stones *Savages* (USA 2012) behandelt wurde, mit dem Bild einer kriselnden Kleinfamilie in Albuquerque, in deren Mitte Möchtegern-Familienoberhaupt Walter White von seinem Beruf als Chemielehrer und Autowäscher sowie in seinem Privatleben ganz grund-

sätzlich frustriert ist. Eine Krebsdiagnose verleitet ihn dazu, gemeinsam mit einem früheren Schüler, der als Drogendealer arbeitet, die Synthetikdroge Crystal Meth zu kochen und schließlich groß ins Drogengeschäft einzusteigen. Auch hier ermöglicht das serielle Erzählen, die Persönlichkeitsveränderung des Walter White hin zum gewalttätigen Drogenkönig Heisenberg über weite Erzählstrecken minutiös nachzuzeichnen und damit – wesentlich differenzierter, als dies in jedem Kinofilm möglich wäre – das Bild des Genrehelden zu modifizieren und neu zu definieren.

Gleichfalls kaum denkbar ohne die Kinovorbilder aus den Genres von Action-, Thriller- und Agentenfilmen wäre die Erfolgsserie *24* (USA 2001 – 2010). Auch hier haben die Ideengeber Joel Surnow und Robert Cochran nicht nur alle möglichen Action- und Thrillerelemente aus den entsprechenden Kinogenres „geplündert“, um dadurch so viel Spannung wie möglich zu erzeugen, sondern sie haben die Möglichkeiten des seriellen Erzählens auch wieder genutzt, um das Genre des Agententhillers weiterzuentwickeln. Dies gelang ihnen u. a., weil sie durch die Suggestion fiktionaler Echtzeiterzählung („24 Stunden“) die Parallelführung von an sich schon spannenden Handlungssträngen und Entscheidungssituationen, also das Grundprinzip der Spannungserzeugung im Actionthriller, ins Extrem gesteigert haben. Dem Geist vieler US-amerikanischer Actionfilme entspringt auch die Charakterführung des *24*-Helden Jack Bauer.





Wie seine Kinovorbilder macht auch ihn besonders die Fähigkeit, eigenes Leid und privates, meist von bösen Mächten verursachtes Unglück in produktives Handeln gegen das Böse wenden zu können, zu einem „american hero“ par excellence. Allerdings wird diese Leidenschaft angesichts der Erzähllänge der Serie *24* immer stärker ins Extrem gesteigert, wodurch ein höchst pathetisches und letztlich propagandistisches Bild von US-Agenten im Kampf gegen den Terror gezeichnet wird.

Gänzlich im fiktionalen Universum zahlreicher Genrereferenzen bleibt dagegen das Erzählkonzept der ABC-Erfolgsserie *Revenge* von Mike Kelley. Die titelgebende Rachegeschichte, die von Kelley im mondänen Milieu des Reichtumsviertels der „Hamptons“ an der Atlantikküste New Jerseys nahe New York angelegt ist, ist grundsätzlich inspiriert durch Alexandre Dumas' Rache-Roman *Der Graf von Monte Christo*. Dieser Grundplot ist modernisiert und mit vielen Genreanspielungen gespickt. Hauptfigur Amanda Clarke gibt sich als Reicherin Emily Thorne aus, um sich an der intriganten superreichen Grayson-Familie zu rächen. Diese hatte Amandas Vater David Clarke, einen früheren Mitarbeiter der Graysons und Geliebten von Grayson-Matriarchin Victoria, in eine verbrecherische Intrige verstrickt, durch die David ins Gefängnis geworfen wurde und dort umkam.

In *Revenge* finden sich viele Erzählelemente aus dem Genre des Polit- und Verschwörungsthrillers wieder. Auch das *Nikita*-Motiv fließt

in die Charakterisierung der Hauptfigur ein, die von einer Geheimorganisation durch einen asiatischen „Meister“ zu einer perfekten Kämpferin ausgebildet wurde. Der Innovationswert der Kinoideen in *Revenge* beschränkt sich aber im Wesentlichen auf das Neuarrangement verschiedenster Genreversatzstücke in der Serienerzählung, eine Neu- und Weiterentwicklung des Genres ist hier nicht abzusehen.

#### Serienformate als Kinofilm

Auch die Übersetzung von genuinen Serienideen in Kinofilme folgt eher dem Grundsatz, ein bewährtes Erzählkonzept auf die große Leinwand zu transportieren, um Serienfans damit ins Kino zu locken. Hierfür ist die Science-Fiction-Serie *Star Trek* (*Raumschiff Enterprise*, USA 1966 – 1969) ein gutes Beispiel: Die erste TV-Serie lief in den USA zwar nur drei Jahre, wurde in den 1970er-Jahren aber zum weltweiten Fernsehserienfolg. An diesen Kultstatus der Serie knüpfte 1979 der erste, überaus erfolgreiche Kinofilm an, der ein Wiedersehen mit den Hauptdarstellern der 1960er-Serie brachte. *Star Trek: Der Film* folgten bis heute noch elf weitere Filme nach. Parallel zu den Kinofilmen entstand 1987 bis 1994 eine weitere TV-Serie mit neuem (jüngeren) Cast, der dann auch wiederum in den *Star Trek*-Kinofilmen ab den 1990er-Jahren besetzt wurde.



Das in erster Linie auch ökonomisch begründete Kalkül, gerade Serien mit Kultstatus ins Kino zu bringen, gilt auch für die 1980er-Serie *Miami Vice*, dessen ausführender Produzent Michael Mann 2006 als Produzent und Regisseur den Kinofilm *Miami Vice* zusammen mit dem Serienerfinder und Drehbuchautor Anthony Yerkovich auf die große Leinwand brachte. So wie in *Miami Vice* das Ermittler-Duo Crockett und Tubbs sind es immer wieder die Serienhelden, die sich für eine Kinoauswertung anbieten. Durch die serielle Erzählweise „lebte“ und lebt das Publikum über einige Zeit mit den fiktiven Hauptfiguren, die sich früher in der Regel allwöchentlich auf dem Bildschirm präsentierten und heute auf DVD und via Video-on-Demand (VoD) jederzeit verfügbar sind. Dieser „Serieneffekt“ lässt ein „Wiedersehen“ mit Figuren aus bekannten Serienformaten wie *Starsky & Hutch* (USA 2004) zum Erfolg versprechenden Kinoevent werden.

#### Von der Serie ins Kino – und umgekehrt ...

Aufgrund des „Serieneffekts“, der sich aus der permanenten Präsenz und der Erzähldauer von seriellen Formaten auf dem Bildschirm ergibt, gelingt es aber auch immer wieder besonders US-Schauspielern, sich als „Publikumsliebbling“ oder auch als markanter Charakterdarsteller so stark ins Bewusstsein der Zuschauer einzuschreiben,

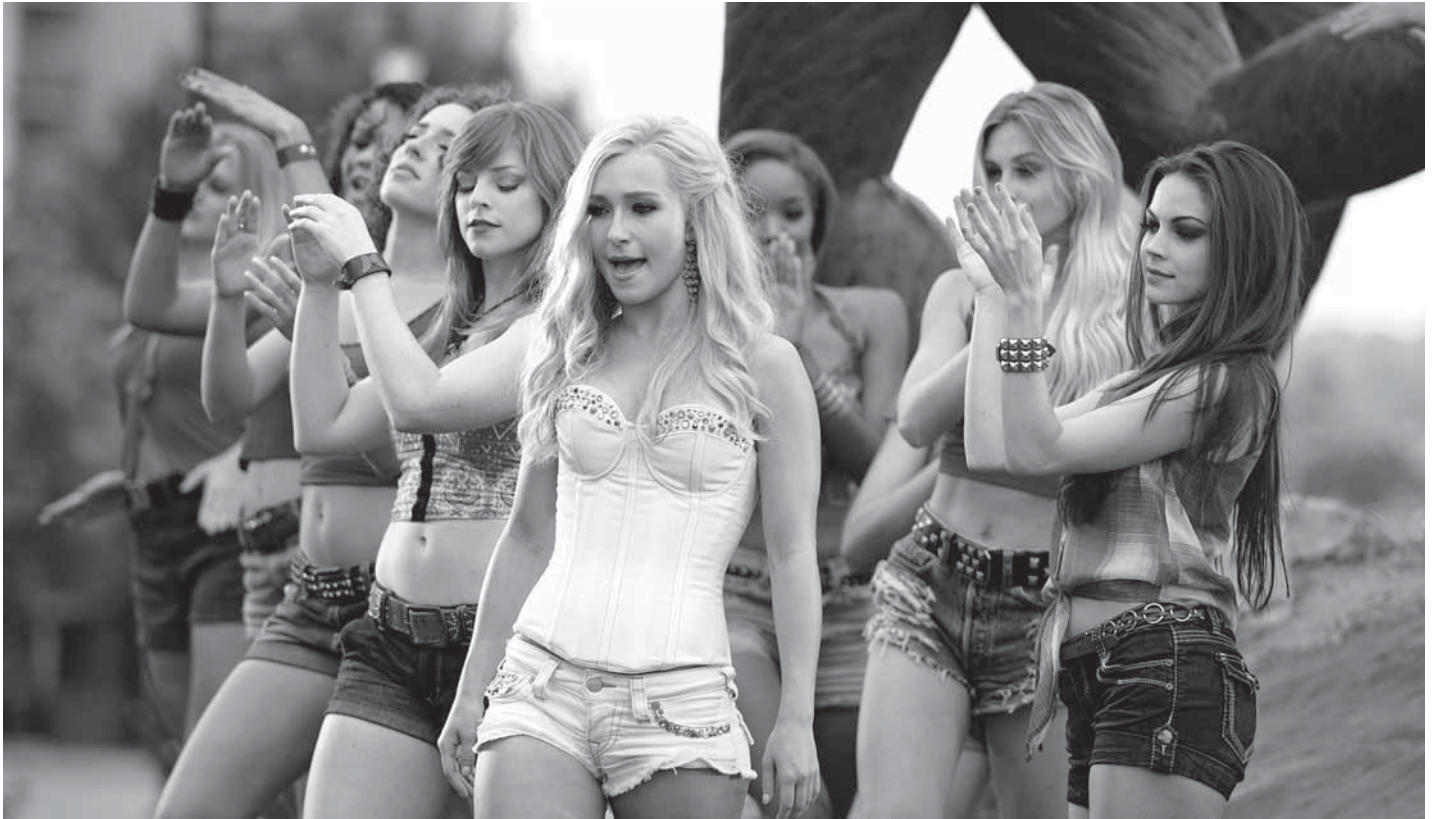
dass ihnen der Sprung in die hochkarätige Liga der Hollywoodkino-schauspieler ermöglicht wird.

So wurde etwa George Clooney als Kinderarzt Doug Ross in der Serie *Emergency Room* besonders beim weiblichen Publikum so beliebt, dass er in den 1990er-Jahren seine Karriere als Hollywoodkino-star beginnen konnte.

Ebenso konnte Bryan Cranston, der für seine Verkörperung der Hauptfigur in *Breaking Bad* mehrfach ausgezeichnet wurde, schon während und erst recht nach Beendigung der Serie seine Karriere als Kinoschauspieler neu starten. Sie bescherte ihm 2016 eine Oscar-Nominierung für seine Hauptrolle in der Filmbiografie *Trumbo*.

Durch die rasante Entwicklung von neuen VoD-Anbietern wie Amazon Video oder Netflix findet aktuell aber auch eine Gegenbewegung kreativen Personals vom Kinofilm zur Serie statt: Besonders Regisseure sehen in der Serie neue Potenziale des Erzählens, die ihnen die eingefahrenen Wege der Kinofilm-Narration offenbar nicht mehr bieten können: Steven Soderbergh drehte 2014 für den US-Bezahlender Cinemax die Serie *The Knick*; Woody Allen produziert aktuell eine neue Serie für Amazon Video; Ridley Scott produziert seit 2009 für CBS die Anwaltsserie *The Good Wife*, Callie Khouri, die durch ihr Drehbuch zu Scotts Kinoklassiker *Thelma & Louise* weltberühmt wurde, entwickelte für ABC die Erfolgsserie *Nashville* (seit 2012), für die sie bis heute als Regisseurin und Autorin arbeitet. Und,





um abschließend ein deutsches Beispiel zu nennen, Tom Tykwer entwickelt gerade die Miniserie *Babylon Berlin* nach den historischen Kriminalromanen von Volker Kutscher.

### Fazit

Es sollte gezeigt werden, dass Serien oft durch Kinoerfolge inspiriert wurden und werden, aber keinesfalls immer den Geist des Kinos etwa in der Wiederaufnahme von Erzählelementen des Genrekinos bloß übernehmen, sondern besonders die Autorenteam, Produzenten und Regisseure von High-Quality-Serien Genres zugleich weiterentwickeln, wodurch die Wechselwirkung von Kino und Serie bei der Betrachtung von Filmgenres zukünftig mit in den Blick zu nehmen ist.

Darüber hinaus führt die Expansion immer neuer Serienformate über anwachsende VoD-Kanäle auch zu einer grundsätzlichen Veränderung der Filmrezeption, die wiederum auch für das Kino relevant sein wird: Das Publikum gewöhnt sich immer stärker an große Erzähllängen, wodurch auch vermeintlich überlange Filme im Kino mehr und mehr zu einer Selbstverständlichkeit werden dürften.

### Literatur:

**Elsässer, T.:**  
*Hollywood heute. Geschichte, Gender und Nation im postklassischen Kino.* Berlin 2009, S. 227 – 233

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“.



Der vorliegende Beitrag beschreibt die Lebenswelt einer Generation, die mit sozialen Medien aufwächst. Längst unterscheiden Schüler nicht mehr in eine Online- und eine Offline-realität. So wie sie sich auf Facebook und Co. inszenieren, wollen sie von ihren Freunden auch wahrgenommen werden. Besonders für Mädchen wird das Smartphone zur Nabel-

schnur in ihre schulische Kuschelgruppe. Sie machen reihenweise Selfies mit Kussmund, groß geschminkten Kulleraugen und Dekolleté, um in ihrer Clique als süß und sexy zu gelten. Anstatt die „Schuld“ bei den Medien zu suchen, gilt die Analyse den Selbstdarstellungen. Sie wirken in der Tendenz wie eine Suche nach Halt und Beachtung.

Martin Voigt

# „Voll Hübsch Süße ! ♥ – Danke mein schatz du aber auch ♥ –“

## Zur emotionalisierten Sozialkompetenz in online vernetzten Mädchencliquen

### Einleitung: neue Möglichkeiten für die Jugendforschung

Soziale Medien wie einst schülerVZ oder heute Facebook ermöglichen erstmals einen umfassenden Einblick in die Lebenswelt Heranwachsender. Sie präsentieren Selbstbilder, Stimmungen und soziale Strukturen im Schulalltag. Eltern und Lehrer erleben die Vereinnahmung immer jüngerer Kinder durch soziale Medien. Doch es sind nicht die technischen Mittel, die eine immense Bindekraft auf Teenager ausüben, sondern die nun ständige Erreichbarkeit von Gleichaltrigen und der somit künstlich verlängerte Schulalltag. Innerhalb weniger Jahre hatten alle Schüler einen Account bei den deutschen Onlineplattformen. Ihnen war nur eine kurze Blütezeit von ca. 2007 bis 2010 beschieden, bevor Facebook den Markt absorbierte.

Besonders Mädchen sind von den neuen Möglichkeiten zur Inszenierung angetan. Bereits die ersten Onlineplattformen wie Loklisten oder Jappy waren wie ein virtueller Laufsteg über den Pausenhof. Die permanente öffentliche Vergleichbarkeit der Ich-Entwürfe, aber auch der Freundschaftsqualitäten machte die emotionale Rückversicherung in die Mädchenclique immer notwendiger. Hunderte Likes und sich überstürzende Kommentare zu einem neuen Selfie auf Facebook – „süße du bist sooo hübsch!!“ – avancierten zum Gradmesser für Beliebtheit, vor allem in den unteren Jahrgangsstufen. Inzwischen chatten Teenager über WhatsApp und teilen Bilder auf Snapchat. Die Motivation hinter der Selbstdarstellung ändert sich nicht. Hübsch aussehen und beliebt sein sind die zentralen Identitätsbausteine. Selbstbilder à la *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ziehen sich durch eine ganze Generation. Trifft die Pubertät auf moderne Medien oder steckt mehr dahinter?

Die Digitalisierung durchzieht die sozialen Bereiche immer engmaschiger und rund um die Uhr. Als noch nicht jedes Schulkind ein Smartphone hatte und noch Zeit übrig war, ein Onlineprofil aufwendig zu gestalten und seitenlange Liebesbotschaften in die Onlinegästebücher der Freundinnen zu schreiben, entstand in den Mädchenwelten der Kult um sexy Selfies und die allerbeste Freundin. Auf diese Phase zwischen 2005 und 2012, als man die Empirie aus den öffentlich einsehbaren Nutzeroberflächen regelrecht abschöpfen konnte, bezieht sich der folgende Artikel. Seine Grundlage ist eine soziolinguistische Phänomenbeschreibung (Voigt 2015a) und eine sich anschließende sozialpsychologische Analyse (Voigt 2015b).

## Ausgangsthese: Soziale Medien spiegeln die Psychosozialität der Selbstdarsteller wider

Zugehörigkeit und Geborgenheit sind fragile Größen in den Unter- und Mittelstufen von Ganztagschulen. Beliebt und von Freundinnen umsorgt sind vor allem jene Mädchen, die über ihre Dauerpräsenz in den Onlinenetzwerken ein mädchenhaft niedliches Selbstbild perfektionieren. Als immer mehr Mädchen anfangen, ihre Freundschaftsverhältnisse im Netz öffentlich zur Schau zu stellen und mit großen Gefühlen auszuschnücken, setzte das landesweit eine Welle der kitschigen Emotionalisierung von Mädchenfreundschaften frei. Im Jahr 2004 lautete ein üblicher Gruß noch „hdl, bussi und bis bald“ auf der Pinnwand der besten Freundin. Wenige Jahre später wurde er von Verabschiedungen wie „ich liebe dich < 3 allerbeste Freunde für immer & ewig“ abgelöst. Das öffentlich inszenierte soziale Ranking in den Mädchencliquen virtuell vernetzter Jahrgangsstufen hatte für einen Anpassungsdruck und ein emotionalisiertes Übertrumpfen gesorgt. Dieser Kult um die eigene Person und die von einer besten Freundin abhängigen Selbstbilder haben sexualisierte Standardisierungen hervorgebracht, deren serielle Bild- und Textmuster Auskunft über die psychosoziale Konstitution von Mädchen im Alter von 12 bis 16 Jahren geben.

Bei dem hier vorgestellten Inszenierungskonzept „Schulmädchen mit bester Freundin“ ist die Annahme grundlegend, dass soziale Medien die Dynamik in Schülergruppen verstärken und gewisse Spielarten der Selbstdarstellung erst ermöglicht haben. Die tiefere Ursache für die zu beobachtenden Aushandlungsprozesse findet sich aber nicht in der Beschaffenheit der Bühne, sondern in den Darstellern selbst. Das egozentrisch-emotionale Beziehungshandeln, einschließlich der damit verbundenen Erotisierung und Dramatisierung der Beziehungsstrukturen, resultiert u. a. aus der ganztägigen Kollektivierung altershomogener Gruppen, aber auch aus beeinträchtigten Elternbindungen in belasteten Familienverhältnissen. Ersatzweise wird die Bindung an eine beste Freundin intensiviert. Dabei geht es nicht um die schrittweise Abnabelung von den Eltern und das Antreten erwachsener Lebensformen im Schonraum einer Mädchenfreundschaft, sondern um die soziale Notwendigkeit, in den Gleichaltrigenverbänden beliebt und anerkannt zu sein. Wenn sich Kinder den ganzen Tag unter Gleichaltrigen behaupten müssen, nehmen Selbstunsicherheiten zu, unabhängig von den familiären Bindungserfahrungen, die sie mit in die Schule bringen. Sie gleiten nicht zwangsläufig in Extreme ab wie die „Kinder vom Bahnhof Zoo“, aber sexualisierte Selbstbilder und vereinnahmende Abhängigkeitsverhältnisse, die eine hohe Intensität, aber eine geringe Stabilität und Dauer kennzeichnen, sind ein Indiz dafür, dass Freundschaften unter Teenagern viel auffangen müssen. Nun resultiert nicht jede hoch-emotional inszenierte Mädchenfreundschaft aus einer geschwächten Bindung in die Familie. „Mädchen sind – und dies wurde häufig belegt – in der Tendenz stärker kommunikativ und sozial ausgerichtet als Jungen“ (Schorb u. a. 2010, S. 38 f.). Aber Mädchen, die aus innerer Unsicherheit heraus nach Anschluss und Nähe suchen, finden in symbiotischen Beziehungsstrukturen und dem Freundinnen-Kult sozial akzeptierte Muster, die ihnen Sicherheit geben. Sie übertrumpfen sich gegenseitig im Liebhaben, sie verstärken die jugendkulturellen Trends und generieren neue.

Studien wie die von Spreckels (2006) und Branner (2003) haben einzelne Mädchengruppen über einen längeren Zeitraum ethnografisch-gesprächsanalytisch im Alltagskontakt untersucht. Die hier vorgeschlagene Perspektive resultiert aus einer breiteren Materialerhebung: über 5.000 Profile, Gästebuch- und Pinnwandeinträge und Fotoalben aus unterschiedlichen Onlinenetzwerken, ca. 1.000 YouTube-Videos an eine beste Freundin aus Deutschland und z. B. Frankreich: *meilleur amie*, Dänemark: *bedste veninder* oder Portugal: *melhor amiga*, rund 1.000 Profilbilder und 500 Internetbildchen für Gästebücher und Pinnwände sowie über 100 Schülerzettelchen, Briefchen und Postkarten aus Mädchenfreundschaften.<sup>1</sup> Punktuelle Befragungen und Beobachtungen außerhalb der sozialen Medien ergänzen die Daten.

### Social-Media-Geschichte aus Sicht der aktivsten Nutzer

Social Media fing an mit Veranstaltungsplattformen im studentischen Milieu. Als Internetanbindungen und Computer schneller und günstiger wurden, entwickelten sich aus den Flirt-Seiten soziale Netzwerke mit den persönlichen Seiten für Nutzer. 2003 und 2004 drängten die ersten Schülergruppen auf Jappy, KWICK! und Knuddels. Sie entdeckten, wer schon alles mit dabei war, wer mit wem befreundet war, und sie posteten sich gegenseitig Bilder, aber die Einträge klangen noch wie SMS-Texte: „Hey Evi! Wie gehts? Was hastn heut so gemacht? Kennst du die Gianna aus dem Kindergarten noch? Die ist auch bei Lokalisten! bussal Kathi“.

Im Laufe der Jahre 2005 bis 2007 wurde eine kritische Masse an Accounts überschritten. Die Clique, die Jahrgangsstufe, die „signifikanten anderen“ (Mead 1968) waren größtenteils online und das beliebteste Netzwerk wurde Gesprächsthema. Ende 2007 erschloss schülerVZ Schulbezirke, in denen sich noch keine elektronische Community etablieren konnte, und wurde in kurzer Zeit zum beliebtesten Netzwerk (MPFS, JIM 2008). Profile und Gästebücher konnten in Ruhe betrachtet werden, die erfolgreiche Inszenierung wurde immer relevanter, denn die Onlinenetzwerke machten den virtuellen Raum zu einem realen (Voigt 2011; Schorb u. a. 2010; Blinka/Smahel 2009). Vorteilhafte Fotos mit Motiven wie „ich inmitten meiner Freunde, ich und meine beste Freundin“, eine „coole“ Pose bei Jungen, ein hübscher Augenaufschlag bei Mädchen wurden extrem wichtig und ebenso eine volle Freundesliste und eine Pinnwand mit täglich neuen Grüßen. Es ging nicht nur darum, beim anderen Geschlecht gut anzukommen, sondern auch um messbare Zugehörigkeit und Beliebtheit.

#### Anmerkung:

<sup>1</sup> Abruflbar unter: [http://www.mediensprache.net/archiv/smi/voigt\\_anhang.pdf](http://www.mediensprache.net/archiv/smi/voigt_anhang.pdf)

Unter Mädchen setzte ein enormer Emotionalisierungsprozess ein: Wer hat die süßeste und allerliebste Freundin? Wie sehr liebt man seine beste Freundin? Was macht eine adäquate Freundschaft aus? Mädchen bildeten für ihre Inszenierungen Seilschaften, die über das Platz-Freihalten im Schulbus oder Händchenhalten im Pausenhof hinausgingen, und evozierten dabei einen Kult um die beste Freundin und damit auch um die eigene Person. Die Ergebnisse waren landesweit vorzufinden – medial fixiert in Bild und Text:



Schatz.. <3

was wir alleine nicht schaffen das schaffen wir dann zusammen..!  
ich bin immer für dich da egal was ist.. du bist was ganz besonderes in meinem leben..  
ich kann nicht mehr ohne dich.. weil du bist so gesagte einer der größten teile in meinem Leben..  
ich geb dich um nichts in der welt mehr her.. ich werde immer bei dir sein schatz.. auch wenn ich das manchmal nicht zeigen kann..  
ich liebe dich über alles <3  
Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa...ller beste freundiis.<3

Bild und Text aus einem öffentlich einsehbar Onlinegästebuch

Vor den Social Media gehörte das Inszenieren von Emotionen nicht im vergleichbaren Maße zur jugendkulturellen Norm. Ob eine private SMS mit „bussi“, mit „hdl“ oder ganz ohne Gruß endete, blieb dem jeweiligen Gegenüber vorbehalten. Erst die Fixierung von Emotionen in Bild und Text und deren öffentliche Vergleichbarkeit generierten den Typus „Schulmädchen mit allerbesten Freundin“, da plötzlich unterschiedliche Freundschaftsqualitäten direkt vergleichbar wurden.

Die meisten Mädchen konnten sich dem Sog der inszenierten Gefühle nicht entziehen. Ein Foto „Wange an Wange mit der Freundin“ entsteht nebenbei – und schnell ist es hochgeladen und kommentiert: „für immer&ewig“. Aus einer lustigen Aktion wird eine Aussage im Netz, die einen großen Effekt im Umfeld erzielt, aber auch die Mädchen rückwirkend beeinflusst. Auffallend oft verweisen sie auf die soziale Rolle Mädchen und den Kontext Schule und Freundschaft, etwa wenn sie auf der Nutzeroberfläche das Angabefeld „Beruf“ ausfüllen:

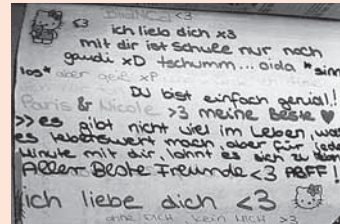
daddys mädchen · schulbaankwärmeriin · Aller Bestee Freeundin sein · Hand In Hand mit ihr · abff sein · Sis-Abf-Ehefrau · Liindaas Ehefrau ;) & Schülerin · schüleriin · schulmädchen · Schulmädchen.

Die Konnotation der Selbstzuschreibung „Schulmädchen“ erfasst den Typus der vernetzten 12- bis 16-jährigen Schülerinnen: mädchenhafte Niedlichkeit kombiniert mit einer eher spielerisch entdeckten Erotik:

und ich muss sagen.. trotzdem die bilder so scheiße geworden sind und total verschwommen sind, sind doch 2 gute bilder rausgekommen (:ach wir können ja so süß sein wenn wir wollen so ganz lieb und unschuldig. und dann kommen unsere hörner zum vorschein ne aber die sin echt süß (:

Aus dem Gästebucheintrag einer 15-Jährigen, Landkreis Freising (2009)

Über Sprache und Bilder suggerieren die Mädchen ein Bindungsniveau, das sie im Alltag kaum mehr unterschreiten können. Der Kult wird gelebt und er moderiert sämtliche Interaktionsbereiche. Demonstratives Trösten, Umarmen, Schoßsitzen und Händchenhalten wird zum Normalverhalten. Und die Phrase „ich liebe dich“ unter Freundinnen war im Jahr 2000 noch ungewöhnlich – wenige Jahre später gehört sie zum Repertoire, sogar auf Postkarten und Zettelchen:



Liebesbeweis einer 14-Jährigen für ihre beste Freundin Bianca (2009)

Die hohe Netzaktivität der Mädchen und ihre Affinität zu den emotionalen Inhalten des Kults begünstigen eine zügige Sozialisierung. Vermutlich liegt sogar ein höherer Grad an Verinnerlichung als an bewusster Inszenierung vor. Eher intuitiv adaptieren sie Standardisierungen als jugendkulturelle Vorlage für Mädchenfreundschaften:

schaadz ich bin immer für dich da immer  
ich wil dich nie verlieren da würde ne welt füe mich untergehen  
) : wen duh party nich kommst dan will ich garned feiern  
ich liebe dich so viel duh bist die allerbeste <3  
ich liebe dich main kleiner teufel :DD

enqeel (: du bist echt soo wunderhübsch ! voll tool ! <3  
schaadz ich brauchee dich soo seehr .. ! ohne dich geehts nich mehr (: schoon mehr als 2 jahree puups .. wir macheen echt die geilstee scheiße .. ! : \* D echt immer soo toll mit dir ! ; \* ich bin soo scheiße froh das ich dich haab hasi <3 ich liebe dich soo sehr schwesti (: <3 meinee hübschee 😊



»Gefühlsbetontes Beziehungshandeln, neue Selfies und kleine Dramen in Mädchencliquen prägen die tägliche Interaktion. Das angepasste Mitmachen ist kein Freizeitvergnügen, sondern soziale Notwendigkeit.«

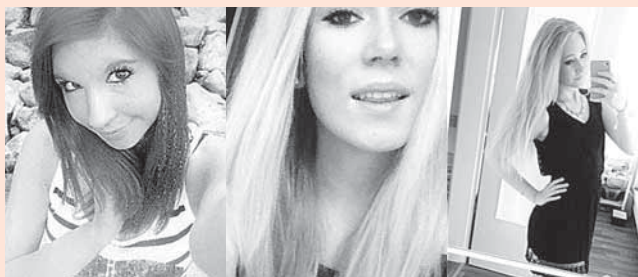
schatz..ich liebe dich so sehr, mehr als alles andere auf der welt..  
 du bist mein ein und alles,  
 und ich will dich niiie wieder verlieren, kein einziger kann uns  
 mehr trennen..  
 ich wüsste nicht, was ich noch ohne dich machen sollte..  
 du bist einfach mein leben schatz..und das für immer und ewig..  
 nur du und ich bis in die ewigkeit..  
 ich liebe dich über alles mein schatz...ich liebe dich so sehr..  
 einfach unendlich viel  
 und des für immer..ohne dich wüsst ich nicht mehr, wies in meim  
 leben noch weiter gehn sollte..ich brauche dich einfach viel zu  
 sehr..  
 und das für immer und ewig.des war sou schön mit dir, wie wir  
 telefoniert haben x)  
 müssen wir unbedingt wida machen (: freu mich schon sou drauf  
 \*megafreu\*  
 ich will dich niiie wieder verlieren, und trennen kann uns ja  
 eh keiner, schatzi :)ich liebe dich so sehr schatz..  
 nur du und ich bis in die ewigkeit

Gästebucheinträge aus der Onlinecommunity fs-location,  
Freising (2009)

### Zwischen Selfie-Wahn und Ganztagschule: große Gefühle – tiefe Unsicherheit

Gefühlsbetontes Beziehungshandeln, neue Selfies und kleine Dramen in Mädchencliquen prägen die tägliche Interaktion. Das angepasste Mitmachen ist kein Freizeitvergnügen, sondern soziale Notwendigkeit. Der Konformitätsdruck ist hoch, ohne dass dies jedoch so empfunden würde.

Es geht darum, von der Clique bewundert zu werden und mit den besten Freundinnen zu chatten und zu lästern. Selbstdarstellung und Beziehungsarbeit laufen Hand in Hand. Auch der männliche Blick auf Mädchen ist im Entstehungsmoment der Selfies mit angelegt, nicht zuletzt deswegen, weil eine beste Freundin, die nach männlichen Maßstäben attraktiv ist, auch im Ansehen der Mädchen steigt (Flaake 1990). Das oft aktualisierte Profilfoto wird zum Anlass, den Kontaktlevel in der Clique hoch zu halten, denn sofort liken und kommentieren die Freunde das Bild. Nur wer agiert, wird auch bemerkt, gleichzeitig dient die geringe Halbwertszeit der Selfies dazu, regelmäßig die Beliebtheit in der Clique auszuloten. Je mehr Mädchen sich gegenseitig ihre Bilder kommentieren, umso eindrucksvoller wird die Liste der Kommentare:



### Beispiel Connie

Mädchen 1: oh mein gott \*o\*  
 Mädchen 2: Wunderschööön :) \*o\*  
 Connie: danke !! ;\* ♥  
 Mädchen 3: wunderschön ♥  
 Mädchen 4: boooooah connie hör mal auf so schön zu sein!! :o ♥  
 Connie: danke :)  
 Mädchen 5: Ja ich habs gut hinbekommen das foto :DD ♥!  
 Connie: psscht geheimnis :p  
 Mädchen 5: schee bisd < 3  
 Mädchen 6: model!  
 Connie: pff, selber :)

### Beispiel Sandra

Mädchen 1: Voll Hübsch Süße ! ♥  
 Sandra: Danke mein schatz du aber auch ♥ ich vermisse dich  
 Mädchen 1: aaai süß danke / Jcch dich auch :/ ♥  
 Mädchen 2: Voll Hüpsch (: ♥  
 Sandra: Dankeschöön (: ♥  
 Mädchen 3: woow. süße des ist wunderschön  
 Mädchen 4: Weil du einfach die Wunderhübscheste Zwillingsschwester bist die ich habe ♥♥  
 Mädchen 5: Oiidaa du bist soou hübsch :O ♥♥♥ krass :)  
 Sandra: Danke das sagt die richtige :P ♥♥  
 Mädchen 5: Muui du bist süß!!! :) ♥♥

Selfies und Kommentare, Facebook (2012)

Die Muster des Kults bieten Orientierung und symbolisieren Zugehörigkeit wie in früheren Jugendkulturen auch. Doch in dem Maße, wie Mädchenfreundschaften seit etwa 2007 in eine Gleichaltrigenkultur eingebettet werden, reduziert sich die individuelle Komponente der Beziehungsarbeit, wie es vermutlich für keine Generation vor den Social Media der Fall gewesen ist. Die emotionale Sprache, mit der die Mädchen online konfrontiert werden und die sie übernehmen, bleibt nicht ohne autosuggestive Wirkung. Die Verinnerlichung emotionaler Interaktionsmuster dringt tief. Eine Umarmung fühlt sich intensiv an, gerade wenn sie unter den Augen der Klassenkameraden erfolgt oder als Foto dauerhaft sichtbar ist, weil zusätzlich zur körperlichen Nähe der Intimitätsbeweis auch vor Zeugen und damit auf kultureller Ebene vollzogen wird. Und ein „ich liebe dich, ich vermisse dich und ich bin immer für dich da“ im Gästebuch lässt sich trotz Abnutzungseffekten nicht gänzlich auf eine Nettigkeit reduzieren. Viele Mädchen sind von der neuen Emotionalität fasziniert und verinnerlichen nach einer Adaptionsphase die Rolle „süßes Mädchen mit Freundin“. Was inszeniert wirkt, sind durchaus authentische Selbstbilder. Auf Facebook, das ab 2010 sämtliche Onlinenetze vom Markt verdrängte, verlagerte sich die Selbstdarstellung und Beziehungsarbeit in die Kommentare zu den Selfies. Schüchterner Flirt und süße Unschuld in koketter Personalunion sind das vorherrschende Motiv. Mimisch überwiegt das Kindchenschema mit großen

Kulleraugen, verstärkt durch die Fotoperspektive. Was oft ein wenig überzeichnet wirkt, wird vom scheinbar zufälligen Dekolleté noch deutlicher in Frage gestellt.



Profilfotos auf Facebook (2011)

## Fazit

Die narzisstisch geprägte, exzessive Netzpräsenz ihrer Töchter besorgt viele Eltern. Während im Jahr 2006 eine 13-Jährige noch ihr Zimmer mit Postern von den Sugababes oder Rihanna ausstaffiert und die Stylingtipps der „Bravo“ ausprobiert (vgl. Wegener 2008), wird wenige Jahre später aus manch einem Kinderzimmer ein provisorisches Fotostudio mit Internetanschluss, von dem aus beste Freundinnen ihre Jahrgangsstufe mit Fotostrecken versorgen. Es wird gewagt, was die Mode bietet, und zu jedem neuen Foto mit Poser-Ausschnitt trudeln im Sekundentakt bewundernde Kommentare ein. Das Ergebnis solcher Shootings kann Eltern durchaus entsetzen (vgl. Walter 2010). Das Lebensgefühl zwischen „ganz lieb und unschuldig“ und „sexy princess“ spiegelt sich auch im „Playboy“-Symbol wider, das es für Teeny-Mädchen als Kettenanhänger, Poster, Parfüm, auf Bett- und Schulzeug zu kaufen gibt (Ringrose 2010). Den Mädchen ist bekannt, dass die Marke für das Männermagazin steht. Einige 14- oder 15-Jährige positionieren ihren Kettenanhänger dementsprechend, doch für viele jüngere Mädchen symbolisiert das Häschen ihr spannendes, noch wenig zielgerichtetes Spiel mit der eigenen Wirkung.



Profilfotos 12- bis 13-Jähriger mit Häschenohren aus fs-location (2009)

Sexualisierte Schönheitsideale und der Zwang, ständig online sein zu müssen, sind keine Begleiterscheinung der neuen Medien. Auch der Sammelbegriff „Pubertät“ kann nicht für alles herhalten, was unbequeme Fragen aufwirft. Kinder, die von klein auf in Ganztageseinrichtungen wegorganisiert werden, sozialisieren sich zunehmend unter Gleichaltrigen und bilden ihr Wertefundament entsprechend aus. Doch eine ausgereifte Identität braucht im Gegensatz zur oberflächlichen Scheinselbstständigkeit starke vertikale Wurzeln.

## Literatur:

**Blinka, L./Smahel, D.:** *Fourteen is fourteen and a girl is a girl: validating the identity of adolescent bloggers.* In: *CyberPsychology & Behavior*, 6/2009, S. 735 – 739

**Branner, R.:** *Scherzkommunikation unter Mädchen. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2003

**Flaake, K.:** *Erst der männliche Blick macht attraktiv.* In: *Psychologie heute*, 12/1990, S. 48 – 53

**Mead, G. H.:** *Mind, Self, and Society* (Charles W. Morris [Hrsg.]). Chicago 1934 [Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. Frankfurt am Main 1968]

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.):** *JIM-Studien 2008 – 2011. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudien zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.* Abrufbar unter: <http://www.mpfs.de>

**Ringrose, J.:** *Sluts, whores, fat slags and playboy bunnies: Teen girls' negotiations of 'sexy' on social networking sites and at school.* In: C. Jackson/ C. Paechter/E. Renold (Hrsg.): *Girls and education.* Maidenhead/Berkshire 2010, S. 170 – 182

**Schorb, B. u. a.:** *Medienkonvergenz Monitoring. Soziale Online-Netzwerke-Report.* Leipzig 2010. Abrufbar unter: [http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo\\_SON10.pdf](http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf)

**Spreckels, J.:** *Britneys, Fritten, Gangschta und wir: Identitätskonstitution in einer Mädchengruppe. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2006

**Voigt, M.:** *Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media. Eine soziolinguistische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2015a

**Voigt, M.:** *Mädchen im Netz. Süß, sexy, immer online.* Berlin/Heidelberg 2015b

**Voigt, M.:** *Soziolinguistische Studie zur Beziehungsarbeit und Identitätskonstruktion in Mädchenfreundschaften (Networx 61).* Hannover/ München 2011

**Walter, N.:** *Living Dolls. Warum junge Frauen heute lieber schön als schlau sein wollen.* Frankfurt am Main 2010

**Wegener, C.:** *Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans.* Wiesbaden 2008

Dr. Martin Voigt promovierte an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit einer Arbeit über „Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media“ und betreute für die Bundespolizei das Präventionsprojekt „Selfies im Gleisbett“.



Vermutlich ist kein deutscher Drehbuchautor derzeit so gut im Geschäft wie Jürgen Werner. Nach dem *Tatort* aus Dortmund entwickelt der Schwabe derzeit auch die Schwarzwaldkrimis für den SWR. Nebenbei hat er Michael Baiers Erbe bei *Um Himmels Willen* angetreten.

Im Interview beschreibt er, wie er zum Drehbuchschreiben gekommen ist, wie schwierig es für Autoren ist, sich aus einer bestimmten Schublade zu befreien, und warum leichte Unterhaltung schwieriger ist als ein preiswürdiges Fernsehspiel.

# Von *Traumsschiff* bis *Tatort*

## Über den Spagat zwischen Unterhaltung und Anspruch

### **Herr Werner, wer sind Sie, und wenn ja, wie viele?**

Wenn das eine Anspielung auf die Anzahl meiner Drehbücher sein soll: Ich habe keine Schreibsklaven im Keller. Ich schreibe jeden Dialog und jede Regieanweisung selbst.

### **Ärgert Sie das Etikett „Vielschreiber“?**

Sehr, denn das klingt so nach Massenware. Im Umkehrschluss hieße das ja, wer wenig schreibt, schreibt die besseren Bücher, was ich bezweifle.

### **Es vergeht aber kaum eine Woche ohne einen Film oder eine Serie von Ihnen. Wie schaffen Sie das?**

Sobald ich anfangen zu schreiben, läuft die Handlung in meinem Kopf ab und ich schreibe der Geschichte im Grunde nur noch hinterher. Außerdem bin ich Schwabe, und wir gelten ja als besonders fleißig. Man darf auch nicht vergessen, dass Drehbuchschreiben zu 90 % Handwerk ist, das man lernen muss – so wie jeden anderen Lehrberuf auch.

### **Wie sieht dieses Handwerk aus?**

Wie baut man eine Szene richtig auf, welche Figur führt die Szene? Die dramaturgische Struktur des Buches muss stimmen, der Bogen, der Rhythmus. Ein Drehbuch muss finanzierbar sein. Drehorte sollte man möglichst so einsetzen, dass man einen Drehtag voll bekommt, dasselbe gilt für Schauspieler. Du kannst nicht beliebig viele Schauspieler in einem Film mitwirken lassen und nicht immer drei, vier Schauspieler in einer Szene einsetzen oder einen Schauspieler einfach nur mal durchs Bild laufen lassen. Das ist Handwerk. Aber ohne diesen Moment, an dem dich das alles nicht mehr interessiert, wenn du einfach nur spürst, dass die Szene so laufen und dein Held so handeln muss; wenn die Geschichte plötzlich dich und alle anderen überrascht, wenn du dabei Gänsehaut bekommst – das sind dann die 10 %, auf die es ankommt.



### Wie sind Sie zum Drehbuchschreiben gekommen?

Neben meinem Studium habe ich für einen Buchladen die Buchhaltung gemacht, um zusätzlich Geld zu verdienen. Im Stockwerk darüber war ein kleiner Verlag, in dem Märchen für Erwachsene erschienen. Als ich mal Liebeskummer hatte, habe ich ein Märchen geschrieben, das auch veröffentlicht wurde; von dem Moment an wollte ich nur noch schreiben. Als irgendwann Felix Huby zu einer Lesung in der Buchhandlung war, kam dann die Idee mit dem Drehbuchschreiben. Ich habe daraufhin jahrelang Exposé und Drehbücher an Gott und die Welt geschickt; immer ohne Erfolg, bis jemand Erbarmen hatte und mich an die Autorenförderung des ZDF vermittelte. Aus heutiger Sicht wirkt das alles sehr naiv, aber mit Anfang 20 war ich jung und verrückt genug, um an meine Chance zu glauben.

### Wie ging es weiter?

Zuerst ein Jahr ZDF, dann als Assistent vom Assistenten des Assistenten bei der täglichen SAT.1-Serie *So ist das Leben! Die Wagenfelds bei der Bavaria in München*. Anschließend schrieb ich Dialogbücher für *Marienhof*, dann folgten Serien wie *alphateam* oder *Für alle Fälle Stefanie*. Auf diese Weise habe ich mich in 15 Jahren durch alle Instanzen geschrieben, bis ich 2007 den Auftrag für den ersten *Tatort* bekam, *Verdammt*, mit den Kölner Kommissaren *Ballauf* und *Schenk*.

### Warum hat das so lange gedauert? Sie waren doch längst ein erfolgreicher Autor.

Ich steckte in der Schublade „Serie“. Ich hatte allein 120 Folgen *Forsthaus Falkenau* am Stück geschrieben, viel Erfahrung gesammelt und mein Handwerk gelernt. In der TV-Branche denken jedoch offenbar viele: Wer *Forsthaus Falkenau* oder *Das Traumschiff* schreibt, kann kein *Tatort*-Autor sein. Die *Bavaria*-Produzentin *Sonja Goslicki* gab mir dann eine Chance, wofür ich ihr ewig dankbar bin. Mit ihr und dem WDR habe ich schließlich auch den *Tatort* aus *Dortmund* entwickelt.



Der Schwabe Jürgen Werner (52), aufgewachsen in Korb und Waiblingen, gehört zu den meistbeschäftigten deutschen Fernsehautoren. Er ist ausgebildeter Fernmeldeelektroniker, hat anschließend Luft- und Raumfahrttechnik studiert und neben dem Studium als freier Lokaljournalist für die Waiblinger Kreiszeitung gearbeitet. Werner hat Serien wie *alphateam*, *Für alle Fälle Stefanie* und *Forsthaus Falkenau* maßgeblich mitgeprägt. Seit drei Jahren schreibt er auch die Bücher für *Um Himmels*

*Willen*, seit 2007 (*Verdammt*) liefert er regelmäßig Vorlagen für den *Tatort*. Für das Drama *Zivilcourage* erhielt Werner 2011 zusammen mit Regisseur Dror Zahavi sowie den Hauptdarstellern Götz George und Carolyn Genzkow den Publikumspreis der Marler Gruppe im Rahmen des Grimme-Preises. Für *Hydra*, einen *Tatort* aus *Dortmund*, ist er 2015 mit dem Deutschen FernsehKrimi-Preis für das beste Drehbuch ausgezeichnet worden. Werner lebt in *Stuttgart*.

**Die ersten fünf Folgen waren geprägt vom Trauma des Hauptkommissars. Haben Sie dazu beigetragen, das im deutschen Fernsehen lange verpönte horizontale Erzählen salonfähig zu machen?**

Wir haben das ja nicht erfunden, es hat bei uns nur ganz gut geklappt. Vielleicht lag es mit daran, dass ich aus der Serie komme und es gewohnt war, auch mal zehn, 20 oder noch mehr Folgen am Stück zu schreiben. Und es war natürlich ein Glücksfall, Leute wie Sonja Goslicki und den WDR-Redakteur Frank Tönsmann als Partner beim Entwickeln der Bücher zu haben. Dass die beiden mir dieses große Vertrauen entgegengebracht haben und mich gleich fünf Folgen am Stück schreiben ließen, war ein großes Privileg.

**Was schreiben Sie lieber, Tatort oder Traumschiff?**

Für den kürzlich verstorbenen Traumschiff-Schöpfer Wolfgang Rademann arbeiten zu dürfen, war eine große Freude und Ehre. Da stellt sich die Frage nicht, was man lieber schreibt. Tatort ist die Krone im deutschen Fernsehen, das möchte sicher jeder Drehbuchautor gerne schreiben, aber Das Traumschiff ist das Herz und die Seele.

**Aber ist es nicht ein Unterschied, ob man einen leichten Film schreibt, der im Wesentlichen dem Zeitvertreib dient, oder eine Geschichte von gesellschaftlicher Relevanz, wie z. B. das Drama Zivilcourage mit Götz George als Antiquar, der sich für einen brutal zusammengeschlagenen Obdachlosen einsetzt?**

Ich schreibe tatsächlich lieber Geschichten wie Zivilcourage oder Drehbücher für den Tatort, weil mir diese Formate leichter fallen als die sogenannte leichte Unterhaltung. Aber im Grunde nervt mich dieses Schubladendenken. In beiden Fällen muss man einen guten Job machen und die Geschichte ernst nehmen. Dramatische Stoffe gibt es wie Sand am Meer, aber gute Filme mit leichter Unterhaltung sind rar gesät; und das liegt sicher nicht daran, dass die leichte Unterhaltung so einfach ist.

**Vor drei Jahren haben Sie auch den ARD-Dauerbrenner Um Himmels Willen übernommen. Warum?**

Das hat im Wesentlichen drei Gründe: Liebe, Treue, Serie. Serie macht einfach Spaß, Serie ist das Schönste, was einem Autor passieren kann; ich träume davon, dass wir auch hierzulande irgendwann die Qualität amerikanischer Serien hinbekommen. Michael Baier, der Schöpfer von Um Himmels Willen, ist mein großes Vorbild und mein Mentor; als er mich gebeten hat, die Serie fortzuführen, musste ich nicht lange überlegen. Aus beruflicher Liebe zu ihm habe ich sofort Ja gesagt. Und dann war da noch die Treue zur Produktionsfirma ndF, der ich viel zu verdanken habe, u. a. Forsthaus Falkenau.

**Wie kam es zu der Verbindung mit Baier?**

Die ndF hat mich irgendwann zu ihm nach Amerika geschickt. Ich habe viel von ihm gelernt. Dabei ging es weniger um das reine Handwerk, sondern vor allem um die Seele beim Drehbuchschreiben. Das Feuer, das in einem Autor brennen muss, die Liebe zu den Figuren. Und wie man im Autorenalltag überlebt, ohne müde, angepasst oder zynisch zu werden. Wir haben dann gemeinsam an Freunde fürs Leben und Samt und Seide gearbeitet und treffen uns bis heute regelmäßig, um nächtelang über das Fernsehen zu reden.

**Ist es nicht langweilig, eine Serie zu „erben“? Es ist doch alles vorgegeben.**

Eine Serie von Michael Baier, das ist wie ein roter Teppich mit extra hohem Flausch. Baier hat die große Fähigkeit, Figuren mit ewigem Haltbarkeitsdatum zu entwickeln. Wenn man von ihm gelernt hat, seine Philosophie kennt, ist es einfach nur eine große Freude, in seine Fußstapfen zu treten.

**Sie erwähnten die amerikanischen Serien. Diese Produktionen, die später weltweit Erfolg haben, sind ja das Ergebnis eines aufwendigen Ausleseprozesses, außerdem ist viel mehr Geld im Spiel als hierzulande. Ist es nicht illusorisch, sich an solchen Vorbildern zu orientieren?**

Woran sollen wir uns denn sonst orientieren? Am russischen Staatsfernsehen oder brasilianischen Telenovelas? Es geht ja nicht darum, amerikanisches Fernsehen zu kopieren, sondern es als Ansporn zu nehmen, sich selbst neu zu erfinden. So wie es dem norwegischen und dänischen Fernsehen mit Serien wie Lilyhammer oder Borgen gelungen ist. Vielleicht sollten wir dorthin schauen und uns fragen, wie das gelungen ist.

**Oft beklagen Autoren, dass sich der fertige Film in wichtigen Punkten von ihrer Vision unterscheidet. Das ließe sich nur verhindern, wenn Autoren zumindest ein Mitspracherecht bekämen, was beispielsweise die Besetzung oder die Auswahl der Regisseure angeht. Haben Sie das?**

Nein. Sobald ein Regisseur den Stoff übernimmt, ist der Job des Autors in der Regel zu Ende.

**Ist das nicht mitunter frustrierend, wenn Sie die Filme sehen?**

Klar, mitunter frage ich mich schon, warum ein Regisseur nicht noch mal mit mir geredet hat. Aber gerade bei den Produktionen für den WDR gibt es Regisseure wie Dror Zahavi oder Thomas Jauch, mit denen ich schon lange zusammenarbeite. Das sind Regisseure, die ihre Energie nicht damit verschwenden, das Drehbuch um jeden Preis zu verschlimmbessern. Sie drücken der Geschichte ihren eigenen Stempel auf und heben sie dadurch auf eine neue Ebene. Jauch hat bei den ersten beiden Dortmund-Folgen Regie geführt, Zahavi bei Zivilcourage, Franziska und Auf ewig Dein. Das sind Filme, auf die ich wirklich stolz bin.

**Sie leben in Stuttgart, haben aber bislang nur selten für den SWR geschrieben. Warum?**

Es hat sich einfach noch nicht ergeben. Ich bin Schwabe durch und durch, aber mein „Haussender“ ist der WDR.

**Sie schreiben aber derzeit für den SWR den neuen Schwarzwald-Tatort. Wie kam es dazu?**

Ich vermute, das hing mit dem Erfolg des Dortmunder Tatorts zusammen. Ich wurde gefragt, ob ich Interesse hätte, einen neuen Tatort für den SWR zu entwickeln. Ich habe daraufhin zwei Konzepte vorgelegt, jeweils mit einem klassischen Duo. Das eine Konzept spielte in ganz Baden-Württemberg, das andere hatte den Schwerpunkt Schwarzwald. Man hat sich dann für den Schwarzwald entschieden.

**Das größte Echo hatte die Ankündigung, dass Harald Schmidt mitspielt. War das Ihre Idee?**

Nein, das war eine Entscheidung der Redaktion.

**Wird es wie zu Beginn des Dortmunder Teams eine horizontale Ebene geben?**

Im Konzept sind Horizontalen vorgesehen, aber ob und wie sie letztendlich umgesetzt werden, wird sich in den Gesprächen mit dem Sender ergeben.

**Sie sind sehr einsilbig, was den neuen SWR-Tatort angeht. Warum?**

Das Projekt ist mitten in der Entwicklung, das ist immer ein spannender, aber auch ein sensibler Prozess.

**Für den Autor oder für den Sender?**

Für alle Beteiligten. Du begibst dich gemeinsam auf eine Reise, du kennst das Ziel, aber auf dem Weg dorthin ist alles möglich.

**Haben Sie eigentlich noch Zeit fürs Fernsehen?**

Die Zeit muss man sich nehmen, das habe ich von Wolfgang Rademann und Michael Baier gelernt. Ich versuche von jeder neuen Serie die ersten beiden Folgen und die wichtigen Fernsehfilme zu sehen. Nur um den Tatort mache ich einen Bogen.

**Warum?**

Wenn man zu viel Tatort sieht, fragt man sich bei jeder Geschichte: Gab's das nicht so ähnlich schon einmal? Auf diese Art entsteht eine Selbstzensur, die nicht produktiv ist.

Das Gespräch führte Tilmann P. Gangloff.

# Literatur

Thomas Wilke/Florian Mundhenke/Fernando Ramos Arenas (Hrsg.): <b>Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen</b>	96
Stefan Greif/Nils Lehnert/Anna-Carina Meywirth (Hrsg.): <b>Popkultur und Fernsehen. Historische und ästhetische Berührungspunkte</b>	98
Kathi Gormász: <b>Walter White &amp; Co. Die neuen Heldenfiguren in amerikanischen Fernsehserien</b>	99
Michael Dellwing/Martin Harbusch (Hrsg.): <b>Vergemeinschaftung in Zeiten der Zombie-Apokalypse. Gesellschaftskonstruktionen am fantastischen Anderen</b>	100
Martina Thiele: <b>Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes</b>	101
Benjamin Jörissen/Torsten Meyer (Hrsg.): <b>Subjekt. Medium. Bildung</b>	102
Stefan Welling/Andreas Breiter/Arne Hendrik Schulz: <b>Mediatisierte Organisationswelten in Schulen. Wie der Medienwandel die Kommunikation in den Schulen verändert</b>	
<b>Kurzbesprechungen 1</b>	103
Björn von Rimscha/Gabriele Siegert: <b>Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung</b>	104
Olaf Hoffjann/Hans-Jürgen Arlt: <b>Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien</b>	105
Petra Grimm/Michael Müller (Hrsg.): <b>SocialMania. Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeiten</b>	
<b>Kurzbesprechungen 2</b>	106
Ulrike Wagner (Hrsg.): <b>Vernetzt_öffentlich_aktiv. Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen</b>	107

## Mashups

Zwar wird das Phänomen seit einigen Jahren in medienpädagogischen Kontexten und im Zusammenhang mit Jugendkulturen diskutiert, doch hat es noch keinen Eintrag im Duden erhalten. Wikipedia ist da schneller und bezeichnet „Mashup“ als „die Erstellung neuer Medieninhalte durch die nahtlose (Re-)Kombination bereits bestehender Inhalte“. Dabei geht es vor allem um die vermeintlich neuartige Kombination von Inhalten des Web 2.0 wie Texten, Tönen, Sounds, Daten, Bildern und Videos. In den 15 Beiträgen des vorliegenden Bandes sollen Mashups aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden: theoretisch, ästhetisch, methodisch und praktisch. Die beiden theoretischen Beiträge von Thomas Wilke und Reinhold Viehoff nähern sich dem Phänomen jeweils auf andere Art und bleiben dabei doch eher fragmentarisch oder wie im Fall von Viehoff eine Annäherung. Einigkeit scheint darüber zu bestehen, dass die Digitalisierung eine Bedingung für das Entstehen von Mashups ist, da dadurch auf bisher nur in der Kunst bekannte Weise verschiedene mediale Formen miteinander verbunden und „vermischt“ werden können. Einigkeit besteht auch darin, den Begriff „Mashup“ auf die englische Wortbedeutung „vermischen“ zurückzuführen. Mashups werden von Wilke als mediales Phänomen begriffen, denn es handelt sich um Neuarrangements von Tönen, Bildern, Videos etc., die sich in der Musik, in Computerspielen, in Videos, in der bildenden Kunst, in der Literatur, der Architektur und der Fotografie zeigen. „Es ist auffallend, dass sich in Mashups stets – quasi selbstreferenzielle – Ver-

weise auf ihre Medialität finden lassen. Bei medialen Mashups werden mehrere bereits existierende mediale Fragmente miteinander verwoben, verbunden und vermischt. Das heißt, bestehende Medien und Medieninhalte entnimmt man ihrem ursprünglichen Zusammenhang und montiert, collagiert oder kompiliert sie aufgrund der technischen Möglichkeiten als „Mix neu“ (S. 13f.). Allerdings weist Viehoff zu Recht darauf hin, dass man fragen müsse, „ob denn die Digitalisierung der Kommunikation und die dadurch aufgetretenen kommunikativen Erscheinungsweisen im Web 2.0 überhaupt so etwas wie ein Medium“ sei (S. 46). Die theoretische Annäherung Wilkes führt letztlich dazu, dass er verschiedene Formen des Mashups in verschiedenen Medien beschreibt – und damit indirekt die Frage von Viehoff nach dem Medium negativ beantwortet. Er befasst sich mit Mashups im Film, in der Literatur, in der Musik, im Musikvideo, in der Videokunst und Fotografie – und schließlich im Internet (vgl. S. 21 ff.). Mashups in diesen Medien verweisen nach Auffassung von Wilke „auf die Möglichkeitsbedingungen des Diskurses“ (S. 35), denn sie lösen die bereits vorhandenen medialen Strukturen auf. Daher können sie nur „performativ und aus einer sich veralltäglichen Praxis“ begriffen werden (S. 37). Die mit Mashups einhergehenden juristischen Fragen werden lediglich in dem Beitrag von Frédéric Döhl thematisiert, in dem es um Musik geht. Er behandelt musikalische Mashups explizit aus Sicht des Urheberrechts, das er in seiner jetzigen Form für überholt hält. Gerade bei den Mashups gebe es keine klaren Fronten: „Was der eine aus (regelmäßig eher grundsätz-



lichen) Erwägungen zu untersagen versucht, interpretiert der andere als kostenlose Werbung und Aufmerksamkeit generierende Hommage, was die eine als ästhetischen Coup wertet, der schon seines kritischen Potenzials wegen voraussetzungslos möglich sein muss, beurteilt die andere als Vergreifen an sakrosankten Originalen, was der eine gerade aufgrund seiner puristischen bipolaren Struktur schätzt, erscheint der anderen eben deswegen als künstlerisch limitiert und nicht entwicklungsfähig“ (S. 137). Sicher ist, dass das Urheberrecht in seiner jetzigen Form noch auf der analogen Welt basiert und dringend der digitalen Welt angepasst werden muss. Ob das dann aber der Praxis der Mashups förderlich ist oder sie nur in einen anderen rechtlichen Rahmen zwingt, bleibt vorerst offen. In seinem Beitrag über Mashups in der Literatur von Hubert Fichte, Rolf Dieter Brinkmann und Jörg Fauser geht Heiner Stahl der Frage nach, inwieweit Mashups als Cut-up-Verfahren bereits in der vordigitalen Zeit präsent waren. Dabei stellt er fest, dass es den genannten Autoren mittels Mashup-Verfahren gelungen ist, „das Schwingen der gesellschaftlichen Verhältnisse auszudrücken. Bei ihnen vibrieren die sozialen und kulturellen Echokammern“ (S. 224). Auf diese Weise formen sie das mediale Erleben ihrer Texte. Das scheint ein wesentliches Element von Mashups zu sein: In ihnen verschmelzen Produzenten und Konsumenten in einer gemeinsamen medialen Erfahrung. Petra Missomelius sieht im Mashup daher die paradigmatische Form digitaler Medienkulturen: „Es handelt sich um eine für die digitale Medienkultur paradigmatische Praxis, die von der Logik der Netzwerkmedien

geprägt ist und sich quer durch die Einzelmedienontologien bewegt“ (S. 239). Die Praxis des Mashups entbehrt dabei nicht der Anmutung einer sozialromantischen, antikapitalistischen Praxis, denn „das Format des Mashups bietet jedoch die Möglichkeit, Konventionen kommerzieller Medienkulturen zu instrumentalisieren und jenen eigene Entwürfe gegenüberzustellen“ (S. 239). Das heißt aber auch, dass Mashups nur möglich sind, weil es kommerzielle Medienkulturen gibt, deren Produkte man sich aneignen und vermischen kann. Und: Das ist keineswegs neu. Reinhold Viehoff weist in seinem Beitrag auf die Argumentation im Rahmen des Diskurses über Mashups hin, nämlich dass das Phänomen keineswegs neu sei, sondern es entsprechende Praktiken bereits „im Bereich der Kunst – Literatur, Musik, Malerei, Interaktiven Kunstszenierung und -installationen, Tanz, von mir aus bei der Kunst des Kochens – immer schon gegeben habe und weiterhin gebe“ (S. 54). Und das heißt auch, dass es Mashups bereits immer in kommerziellen Medienkulturen gegeben hat – als kreative Praxis der Unterhaltungsindustrie im Varieté und dem bunten Abend, ebenso wie in Operetten und Musicals etc. Auch als kreative Praxis der Nutzer hat es Mashups bereits in der vordigitalen Zeit gegeben, als Mixtape, als Bild- und Textcollagen in Schülerzeitschriften oder der Underground-Presse der 1960er-Jahre und den Punk-Fanzines der 1970er-Jahre. Überhaupt könnte sowohl der ästhetische Stil der Hippies als auch der der Punks als großes Mashup gesehen werden. Diese vordigitalen Mashup-Nutzerpraktiken bleiben leider eine große Leerstelle in dem Buch,

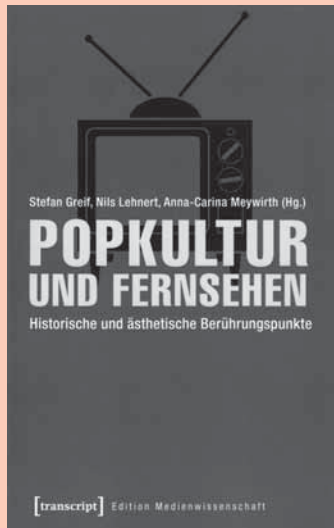
lediglich auf Mashups in „anerkannten“ Kunstformen wird eingegangen.

Wie sagt es Florian Mundhenke in seinem Beitrag so schön: „Vom Mashup zu sprechen, heißt, sich auf unsicheres Terrain zu begeben“ (S. 65). Allerdings kann man auf dem schwankenden Terrain des vorliegenden Buches zu einigen erhellenden Erkenntnissen gelangen. Den Herausgebern und Autoren kommt das Verdienst zu, das Phänomen Mashup aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet zu haben, auch wenn die historische und juristische Sicht zu kurz kommen. Die geneigten Leserinnen und Leser bekommen jedoch einen gelungenen Überblick über die aktuelle Diskussion.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Thomas Wilke/Florian Mundhenke/Fernando Ramos Arenas (Hrsg.):** *Mashups. Neue Praktiken und Ästhetiken in populären Medienkulturen.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 280 Seiten, 44,99 Euro



**Stefan Greif/Nils Lehnert/Anna-Carina Meywirth (Hrsg.):**

*Popkultur und Fernsehen. Historische und ästhetische Berührungspunkte.* Bielefeld 2015: Transcript. 322 Seiten, 34,99 Euro

## Popkultur und Fernsehen

Die auf Basis von Alltagserfahrungen auszumachenden Überschneidungsbereiche, Verbindungslinien und Berührungspunkte von Popkultur und Fernsehen sind ebenso vielfältig wie vieldeutig. Dies wird jedoch – folgt man den Einschätzungen der Herausgeberin und der Herausgeber – nicht in dieser Deutlichkeit in der Anzahl an wissenschaftlichen Publikationen zu diesem Thema abgebildet. Mehr noch, es scheint so, als würden die betreffenden Akteure der Popkultur- und der Fernsehforschung nicht wesentlich Notiz voneinander nehmen. An dieser Stelle setzt der vorliegende Sammelband an und führt aus interdisziplinärer Perspektive Popkultur und Fernsehen zueinander, um „erste Überlegungen anzustellen, wie Pop- und Fernsehforschung zusammengedacht werden können“ (S. 12). Die Strukturierung der Beiträge erfolgt entlang dreier Denkachsen, ausformuliert in Aneinanderreihungen dreier Substantive: Pop – TV – Ästhetik, Pop – Kultur – Akteure und TV – Genre – Pop. Damit folgt der Aufbau des Sammelbandes einer inhaltlichen Bewegung, die von historischen und ästhetischen Dimensionen von Popkultur und Fernsehen ausgeht und über das Aufgreifen des Spannungsfeldes von Selbst- und Fremdinszenierung im Massenmedium Fernsehen zu Aushandlungsprozessen zwischen dem Ernsten und dem Unterhaltenden, dem Mainstream und der Gegenöffentlichkeit führt. Strukturell und inhaltlich gerahmt wird diese Dreiteilung durch eine das Thema konturierende Einleitung des Herausgebertrios und ein abschließendes Interview zu Popmusik und Fernsehen in Deutschland.

In der Einleitung *Popkultur im Fernsehen – Fernsehen in der Popkultur* nehmen Stefan Greif, Nils Lehnert und Anna-Carina Meywirth eine konzeptionelle und definitorische Rahmung vor, wobei auf eine eng gefasste Definition von Pop zugunsten eines „breit angelegten Deutungs- und Verständnisspektrums des Wortfeldes ‚Pop‘“ (S. 10) verzichtet wird, um sich auf das „keineswegs immer oberflächliche Spiel mit dem Alltäglichen einzulassen“ (S. 12).

Unter der Begriffstrias „Pop – TV – Ästhetik“ versammeln sich Texte von Helmut Schanze, Ralf Schnell, Stefan Greif, Kai-Uwe Hemken, Bernd Maubach und Achim Barsch, deren Gemeinsamkeit das Verhandeln ästhetischer Berührungspunkte von Popkultur und Fernsehen im historischen Kontext ist. Im reflektierenden Ausloten historischer Gravitationsfelder sind es auch das Selbst- und das Fremdverständnis der Rezipierenden, die im Kontext von Dynamiken und Bruchlinien dieser Gravitationsfelder diskutiert werden. Im inhaltlich zweiten Teil „Pop – Kultur – Akteure“ widmen sich Peter Seibert, Nils Lehnert, Julia Pater, Alfonso Meoli und Andreas Wicke aus unterschiedlichen Blickwinkeln den Akteurinnen und Akteuren eines Spannungsfeldes, das sich zwischen Eigen- und Fremdinszenierung aufspannt. Sie legen dabei zentrale Dreh- und Angelpunkte popästhetischer Spielräume und Strategien frei.

Unter der Zusammenführung der Begriffe „TV – Genre – Pop“ nähern sich Anna-Carina Meywirth, Anna Seidel, Max Dorn und Kristina Flieger der Verwobenheit und Vielschichtigkeiten von Ernstem, Unterhaltendem, Mainstream und Gegenöffentlichkeit aus der Perspektive verwandter und benachbarter Gen-

res des Fernsehens, indem die Uneindeutigkeit dieser Kategorien argumentiert und kritisch reflektiert wird.

In gewissem Sinne inhaltlich abschließend und gleichzeitig öffnend ist das Gespräch zwischen Markus Kavka und Christoph Jacke am Ende des Sammelbandes positioniert, das entlang beruflicher und privater Erfahrungen, Einschätzungen und (Zukunfts-)Perspektiven das Zueinander von Popkultur und Fernsehen nochmals aufgreift, ein weiteres Mal konturiert und in den Kontext des eigenen (Berufs-)Lebens stellt.

*Popkultur und Fernsehen* ist ein thematisch breit angelegter, informativer Sammelband auf hohem wissenschaftlichem Niveau, der sowohl für eine interessierte Öffentlichkeit als auch für ein wissenschaftliches Fachpublikum eine bereichernde Lektüre darstellt. Obwohl die dreiteilige Struktur der Publikation auf den ersten Blick nicht vollständig nachvollziehbar erscheint, macht dieser Umstand gleichzeitig auch neugierig und Lust darauf, sich auf die Gedanken und Argumentationen der Herausgeber und Autoren einzulassen, sie nachzuvollziehen und davon ausgehend den eigenen Blick auf Überschneidungsbereiche, Verbindungslinien und Berührungspunkte von Popkultur und Fernsehen zu reflektieren.

Prof. Dr. Beate Flath

## Walter White & Co.

Pointiert hat Kathi Gormász ihr Buch wie die Aktstruktur eines Dramas aufgebaut. In den fünf Akten ihrer Studie (zugleich auch Dissertation) dreht sich alles um aktuelle Charaktere aus US-Autorenserien. Diese sind ambivalenter, widersprüchlicher und damit interessanter geworden. Mehr als zuvor gilt in der digitalen oder Post-Television-Ära das Prinzip: Character is King. Von dem tradierten Serienstandard, Figuren „likable“ zu gestalten, wurde in den letzten Jahren massenhaft abgewichen. Und so symbolisiert bereits der Buchtitel mit seinem Bezug zum *Breaking Bad*-Protagonisten die Richtung dieser Veränderung. Die Autorin fragt, wodurch dennoch gewährleistet ist, dass der Zuschauer sich auf diese schwierigen Figuren einlässt? „Wovon ist eigentlich die Rede, wenn sich der Zuschauer mit einer Figur zu identifizieren glaubt?“ (S. 12). Es geht Gormász in theoretischer Hinsicht also auch um einen modernen Identifikationsbegriff, den sie exemplarisch an US-Qualitätsserien diskutiert. Zwei Aspekte fokussiert sie dabei: Welche Charakterisierungstechniken (Character Building) erzeugen den Eindruck einer psychologisch komplex angelegten Serienfigur und welche dramaturgisch narrativen Strategien bestimmen das Involvement der Zuschauer? „Nicht die Figur verändert sich im Verlauf der Zeit, sondern unsere Wahrnehmung von ihrem Gesamtcharakter. In einer Vielzahl von Konstellationen entsteht seine Komplexität; seine Wirklichkeitsnähe ist eine Begleiterscheinung des seriell Fortgesetzten [...]. Im Unterschied zur Filmfigur ist die Serienfigur nicht nur Handlungsträger, sondern auch Gewohnheitstier“ (S. 220).

Bei aller Unkonventionalität der neuen Serienformate bleibt eins immer noch unverzichtbar: Charaktere müssen plausibel sein. In ausführlichen Fallstudien analysiert Gormász Dramaturgien, Charaktere und Figurenkonstellationen neuerer Produktionen wie *The Sopranos*, *The Wire*, *Dexter*, *Friday Night Lights*, *Breaking Bad*. Detailliert und neugierig seziiert sie mit einem reichhaltigen dramen- und filmtheoretischen Instrumentenkoffer die Konstruktion der Serienprotagonisten. Die Komplexität dieser Serienhelden versteht die Autorin als „psychologischen Realismus für Fortgeschrittene“, der ein starkes Bindungspotenzial erzeugt. Die Stärke der US-Autorenserien liegt u. a. in deren clever austarierten Figurenkonstellationen. Und so widmet die Autorin auch Gespielinnen und Gangstergattinnen wie Skyler White und Rita Bennett ein eigenes Kapitel, in dem sie verschiedene feminine Rollenmodelle diskutiert. An dieser Stelle sei die gute Lesbarkeit des Buches hervorgehoben, denn der Autorin gelingt es, in einer leichtfüßigen Erzählweise psychologische und filmtheoretische Perspektiven elaboriert und pointiert darzulegen. Anschaulich und kenntnisreich kontextualisiert Gormász die jetzigen Formate in der US-Fernsehgeschichte, in der ein Switch vom Broadcasting zum „narrowcasting“ oder „egocasting“ zu beobachten ist. HBOs Markenkultur und die digitalen Speichertechnologien stärkten massiv das serielle und inhaltliche Moment sowie komplex verflochtene Erzählweisen („Zopfdraturgie“), die aus den Soap-Operas à la *Dallas* längst bekannt waren. Gepaart mit der Aufkündigung simpler, episodischer Happy-End-Szenarien ergibt sich eine neue, offe-

ne Komplexität der Geschichten und Charaktere, die viel realitätsnäher ist. In den Achtzigern war so etwas schon in *Hill Street Blues* oder *St. Elsewhere* zu sehen. Aber digitale Speichermedien (wie die DVD-Box) und Streamingtechnologien veränderten die TV-Rezeption und -Produktion fundamental (Cinematization, TVIII-Ära, neue Konsum- und Fankulturen). Neben dramaturgischen Aspekten untersucht Gormász in ihrer Studie auch transmediale Strategien und zeigt, wie beispielsweise Content einer Serie über diverse Kanäle als Teil einer ausgeklügelten Involvement-Strategie ausgespielt wird (z. B. *Lost*). In den letzten Jahren konnten wir daher auch die Rückkehr bzw. den Aufstieg der Autoren erleben. Die „hyphenate auteurs“ sind zentrale Akteure eines Produktionsprozesses, der sich von standardisierten Serien-Massenproduktionen abheben möchte. Sie kennzeichnen das neue „Goldene Fernsehzeitalter“. In theoretischer wie in anwendungsbezogener Hinsicht ist dieses Buch detailorientiert, anregend und geistreich geschrieben. Die Zuneigung der Verfasserin zu ihren Untersuchungsfällen ist dem Text in angenehmer Weise anzumerken. Angesichts der enormen Verweisdichte wäre ein TV-Produktionsregister optimal gewesen. Kurzum: eine kluge Bestandsaufnahme zu aktuellen US-Serienformaten, für Forscher, Fans und Medienleute goldrichtig.

Dr. Uwe Breitenborn



**Kathi Gormász:**  
*Walter White & Co. Die neuen Heldenfiguren in amerikanischen Fernsehserien.* Konstanz/München 2015: UVK. 264 Seiten, 39,00 Euro



Michael Dellwing/Martin Harbusch (Hrsg.): *Vergemeinschaftung in Zeiten der Zombie-Apokalypse. Gesellschaftskonstruktionen am fantastischen Anderen*. Wiesbaden 2014: Springer VS. 375 Seiten, 29,99 Euro

## Fernsehen in der Soziologie

Nachdem in den letzten Jahren das Interesse der Soziologie am Medium Film gewachsen ist, haben nun die Kasseler Soziologen Michael Dellwing und Martin Harbusch mit der Veröffentlichung des vorliegenden Sammelbandes das Medium Fernsehen in den Blickwinkel dieser Disziplin gerückt. Das stellt an sich einen wichtigen Beitrag zur Aufwertung des Themas „Fernsehen in der Soziologie“ dar. Schon mit dem Medium Film hatte die Soziologie sich lange schwergetan. Erst 1992 erschien mit Rainer Winters *Filmsoziologie* eine erste Monografie. Ihr folgten, deutlich verzögert, die Sammelbände *Gesellschaft im Film* (2008) und *Perspektiven der Filmsoziologie* (2012). Nun also das Medium Fernsehen: Unter dem Titel *Vergemeinschaftung in Zeiten der Zombie-Apokalypse* versammeln die Herausgeber eine Reihe von Beiträgen zum Thema „Gesellschaftskonstruktionen am fantastischen Anderen“, wie der Untertitel des Buches ausweist. Das Othering ist ein zentrales Feld der Soziologie, wird doch das Selbstverständnis von Gesellschaften und Individuen auch immer am „Anderen“ festgemacht. Im Mittelpunkt stehen nicht so sehr das zurzeit so populäre Quality-TV, sondern Science-Fiction- und Fantasyformate. Diese sind nicht völlig vom Quality-TV abzugrenzen, wie auch die Herausgeber in ihrer Einleitung anmerken. Die Kultserien der Science-Fiction und Fantasy sind gerade die Vorgänger des heutigen Quality-TV, denn über sie erfolgt Distinktion und – mit Goffman – „die Infragestellung der sozialen Regeln der Vorderbühnenwelt“ (S. 11). Dellwing und Harbusch vertreten in ihrer fokussierten und le-

senswerten Einleitung vor allem den Ansatz der Cultural Studies und schreiben dem Fernsehen mit John Fiske und John Hartley eine „bardische“ Funktion zu, da es wesentliche Themen des kulturellen Konsenses einer Gesellschaft widerspiegeln. Formate der Science-Fiction und Fantasy erscheinen hier als besonders interessant, da sie – im Gegensatz zum Quality-TV, in denen das Andere an der Oberfläche verhandelt wird – es „risikoloser und deutlicher“ (S. 15) darstellen können als ein tatsächlich existierendes Anderes. Der Ansatz sieht sich damit in der Tradition der Darstellung des filmisch Anderen, wenn z. B. im US-amerikanischen Science-Fiction-Film der 1950er-Jahre die Außerirdischen nur rudimentär versteckt als kalte Krieger des Ostblocks zu lesen sind. Er steht auch in der Tradition des ersten großen Filmsoziologen Siegfried Kraucner, der – allerdings retrospektiv und zu Recht daher häufig für diesen Ansatz kritisiert – in Vampir- und Golem-Darstellungen des Weimarer Kinos Vorboten des Naziregimes erkannt hat.

So konkret werden die einzelnen Beiträge des Bandes selten – und das ist gleichzeitig eine Stärke und eine Schwäche. Es geht insgesamt vielmehr um die „Darstellung des Anderen in seinen vielen Permutationen“ (S. 13) und darum, in „welchen Prozessen und Praktiken diese Konstruktion“ (ebd.) vonstattengeht. Eine Stärke, weil sie Faulstichs Paradigma der polysemen Bedeutungsoffenheit Rechnung tragen. Eine Schwäche, weil der konkrete Blick auf den Zuschauer – überraschend für einen soziologischen Band – völlig fehlt. Am spannendsten ist eine These von Alexander I. Stingl und Sabrina M. Weiss in ihrem ansonsten zu lang geratenen Beitrag

*Between Shell and Ghost*. Sie erkennen in der Evolution der Figur des Zombies eine neue Entwicklungsstufe, die sie über den Begriff der „agency“ definieren und in die Nähe des Cyborgs rücken. Anhand des Animes *Sankarea* zeigen sie eine Figur des Zombies auf, der aktiv ist und über „agency“ verfügt (der klassische Zombie ist ebenfalls sehr „active“, denn er jagt Menschen, aber er verfügt über keine „agency“, also über keinen freien Willen). Überwiegend aufschlussreich sind auch die Analysen einzelner Formate. Besonders stechen die Ausführungen zur Darstellung des sexuell Anderen in *True Blood* von Bernhard Unterholzner und die Übertragung des historischen virulenten Motivs des „Wilden Mannes“ in *Game of Thrones* durch Michael Toggweiler heraus. Überzeugend auch, wie Nina Schad und Marc-André Vreca durch ein „close reading“ einer Sequenz aus *True Blood* die Aushandlung von Normierungsprozessen und Kittungsstrategien darstellen. Insgesamt hätte dem Band eine stärkere Fokussierung gutgetan. Neben Fernsehformaten finden sich auch Filmanalysen. Soziologische Fragestellungen mit Blick auf den Rezipienten werden zugunsten kultur- und literaturwissenschaftlicher Beiträge vernachlässigt. Auch eine stärkere Selektion der Beiträge, besonders studentischer, hätte zu einer durchgehend höheren Qualität beigetragen.

Dr. Jesko Jockenhövel



## Medien und Stereotype

In Bezug auf die Konstruktion und Vermittlung von Vorurteilen und Stereotypen nehmen Medien eine Schlüsselrolle ein. Dies spiegelt sich auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Thematik. Mittlerweile haben sich verschiedene Disziplinen in zahlreichen Studien mit medial vermittelten Stereotypen und Vorurteilen beschäftigt, sodass eine kaum überschaubare Fülle an Publikationen erschienen ist. Überblicksdarstellungen, die den Forschungsstand für eine bestimmte Fachdisziplin aufbereiten, sind dagegen rar. Die vorliegende Habilitationsschrift von Martina Thiele versucht dieses Defizit auszugleichen, indem sie den bisherigen Forschungsstand zum Thema „Medien und Stereotype“ für die Kommunikations- und Medienwissenschaft aufarbeitet.

Trotz des beachtlichen Umfangs von 504 Seiten ist die Schrift sehr übersichtlich in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil „Begriffe und Theorien“ stellt die Autorin dar, was ein Stereotyp zu anderen mit ihm verwandten Konzepten wie Vorurteil, Klischee, Image und Bild ausmacht. Dabei stellt die Definition des Forschungsgegenstandes ihrer Meinung nach eine besondere Herausforderung dar; fehlende Begriffsdefinitionen sowie die mangelnde Auseinandersetzung mit Funktionen und Arten von Stereotypen und Interdependenzen (Stichwort Intersektionalität) deuten auf ein bestehendes Theoriedefizit in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft (S. 97). Dem versucht sie eine – zwar vorläufige und ergänzungsbedürftige – eigene Definition gegenüberzustellen, in der sie Stereotype als „Eigenschaften

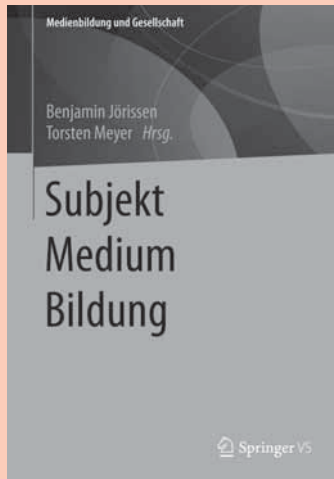
bzw. Qualitäten [fasst], die als verbunden mit Kategorisierungen von Personen, Gegenständen, Situationen oder auch abstrakten Dingen und Ideen wahrgenommen werden“ (S. 96). Im zweiten Teil der Publikation mit dem Titel „Wissenschaft und Geschichte“ zeichnet Thiele die bisherige kommunikationswissenschaftliche Stereotypen- und Vorurteilsforschung der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts nach. Dabei stellt sie ausgewählte Studien vor und stellt fest, dass eine Auswahl „aufgrund der zahlreichen englischsprachigen, sozialpsychologischen Werke zum Thema leichter fällt, als zu eruieren, welche deutschsprachigen sozialpsychologischen Studien vorliegen“ (S. 153). Da bislang noch „nicht erhoben [wurde], wann mittels welcher Methoden mediale Stereotype untersucht hat“ (ebd.), stellt sie mittels eines metaanalytischen Verfahrens die neueren Entwicklungen in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Stereotypenforschung dar. So zeigt sich insbesondere im dritten Kapitel „Metaanalysen und Ergebnisse“ die besondere Leistung der Untersuchung. Anhand der inhaltsanalytischen Auswertung von Beiträgen der Fachzeitschriften „Publizistik“ und „Medien und Kommunikationswissenschaft“ sowie dem theoretischen Sampling weiterer Publikationen aus anderen Disziplinen zum Thema „Medien und Stereotype“ im deutschsprachigen Bereich seit 1945 schafft es Thiele, die bislang kaum überschaubaren Forschungsergebnisse systematisch und übersichtlich zu bündeln. Dabei arbeitet sie heraus, welche Forschungsphasen und Themenkonjunkturen es bislang gegeben hat. Da einige Stereotypenarten für die Kommunika-

tionswissenschaft relevanter und dementsprechend in den Fachzeitschriften häufiger thematisiert werden (wie z. B. nationale, ethnische und geschlechtliche Stereotype), zeigt sich auch, welche Forschungsfelder defizitär behandelt wurden. So spielen religiöse, Körper- und Altersstereotype in den beiden untersuchten kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften kaum eine Rolle, sind jedoch außerhalb derer von immenser Bedeutung. Eine weitere Forschungslücke stellt Thiele im Bereich „Klassismus“ und „Klassenstereotype“ fest (S. 378). Auch angesichts der untersuchten Medien zeigt sich ein Ungleichgewicht. So werden mehr Presseerzeugnisse als TV-, Radio- oder Internetangebote auf stereotype Inhalte untersucht (S. 380). Auf dieser Grundlage stellt Thiele in einem abschließenden vierten Kapitel „Medien und Stereotype – Konturen eines Forschungsfeldes“ Überlegungen hinsichtlich theoretischer Verortungen und epistemologischer Herausforderungen an. Dabei ist es dem aufwendigen – aber wie diese Publikation eindrucksvoll zeigt – sehr lohnenswerten Verfahren der Metaanalyse zu verdanken, dass erstmals nachvollziehbar wird, wie sich der Forschungsbereich „Medien und Stereotype“ über mehrere Jahrzehnte im deutschsprachigen Raum entwickelt hat und welche Forschungsdefizite nachgewiesen werden können. Die Publikation leistet damit einen für die kommunikations- und medienwissenschaftliche Stereotypenforschung sehr wichtigen Beitrag.

Claudia Töpfer



**Martina Thiele:**  
*Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes.* Bielefeld 2015: Transcript.  
504 Seiten, 44,99 Euro



**Benjamin Jörissen/Torsten Meyer (Hrsg.):** *Subjekt. Medium. Bildung.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 287 Seiten, 39,99 Euro



**Stefan Welling/Andreas Breiter/  
Arne Hendrik Schulz:** *Mediatisierte Organisationswelten in Schulen. Wie der Medienwandel die Kommunikation in den Schulen verändert.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 336 Seiten, 49,99 Euro

## Medien in der Schule

Die beiden hier vorzustellenden Publikationen verhandeln aus unterschiedlicher Perspektive den Prozess der Mediatisierung in Schulstrukturen. Jörissen, Meyer und Kollegen legen in diesem Kontext ihr Augenmerk in erster Linie auf Lern- und Lehrprozesse. Die drei Autoren des zweiten Bandes hingegen konzentrieren sich auf die Untersuchung der Aneignung und Nutzung von schulbezogenen Informations- und Kommunikationssystemen (IuK-Systeme). Um es gleich vorwegzunehmen: Was bei Jörissen und Meyer deutlich euphemistisch als visionäre Bildungspraktiken im Kontext globaler Kommunikationsnetze gedacht wird, hat, selbst wenn man es wollte, so schnell kaum eine Chance, hiesige Schulportale zu durchschreiten. Zumindest drängt sich dieser Schluss auf, wenn man das, was Welling, Breiter und Schulz in ihrer detaillierten Praxisstudie an zwei ausgewählten Großstadtschulen, die „in ihrer Medienintegration überdurchschnittlich weit vorangeschritten“ sein sollten „und digitale Medien auf möglichst breiter Basis einsetzen“ (S. 62), herausgefiltert haben. Politisch-ökonomischer Druck verbunden mit Konkurrenz stimulierenden internationalen Schulleistungsuntersuchungen wie PISA etc. haben zwar dazu geführt, dass IT-basierte Prozesse an den Schulen implementiert wurden, doch im Ergebnis ist bisher nicht viel mehr passiert, als dass ehemals analog basierte Sachverhalte nunmehr nahezu eins zu eins auf digitaler Basis abgewickelt werden. „Würde man z. B. die beiden an den Schulen eingesetzten SIS abschalten, stünden die allermeisten Kommunikate auch in Papierform zur

Verfügung“ (S. 316). Gemeint sind hier Schulinformationssysteme, zu denen die Studie über Gründe der Nutzung bzw. Nichtnutzung aufschlussreiche Auskünfte vermittelt. Hier haben wir es sicher mit einem gravierenden „Mismatch“ zwischen gegenwärtiger Schulpraxis und in der Gesellschaft gängigen technologischen Medienpraktiken zu tun, von dem Jörissen und Meyer im Vorwort zu ihrem Sammelband sprechen. Doch deren diesbezügliche Überlegungen gehen weit über profane Informationskommunikation hinaus. Für sie passt die klassische Konzeption von Bildung, die stark auf das Subjekt als Individuum und umgekehrt ausgerichtet ist, grundsätzlich nicht mehr mit „kollaborativen und netzwerkförmigen sozio-technischen Prozessen“ (S. 7) zusammen, auf deren Grundlage im globalen Kommunikationskontext zunehmend Bildung generiert werde. Das Individuum verliere als erkenntnistheoretisches Paradigma an Exklusivität „zugunsten des Wissen schaffenden Projekts und der sich darum bildenden Community“ (S. 8). Folglich müssten, wollte man dem gerecht werden, völlig neue Bildungskonzepte her. Ein solcher fundamentaler Wechsel der Bildungsorientierung würde sicher die ambitionierten Propheten des Silicon Valley freuen. Deren Anspruch, das gesellschaftliche Leben auf der Grundlage der von ihnen dominierten Technologien grundsätzlich neu auszurichten, basiert auf stetem Zuwachs an Datenquellen. Das eigentliche Problem macht aber ein Blick in die Geschichtsbücher deutlich. Immer dann, wenn ein gesellschaftliches Konstrukt primär auf die „Weisheit des Kollektivs“ gesetzt hat, kam dabei nichts Gutes heraus.

Es lohnt sich dennoch, von der im Vorwort gesetzten Prämisse abzusehen und die im Band versammelten Texte aufmerksam zu lesen. Unter vielfältigen Blickwinkeln wird hier die angenommene Transformation des Subjekts unter den Bedingungen elektronischer Vernetzung ventiliert. Das ist nicht nur aufschlussreich, sondern auch trotz immer wieder zu spürendem Systemfatalismus anregend. Tanja Carstensen etwa setzt sich mit Fragen der Erwerbsarbeit und damit einhergehender Entgrenzung angesichts des technologischen Wandels auseinander. Sie konstatiert „u. a. gestiegene Anforderungen an eigenverantwortliches, selbstorganisiertes und aktives Handeln“ (S. 255). Ruft sie damit nicht gerade Eigenschaften auf, die originärer Anspruch klassischer Bildung sind? Überhaupt ist es bemerkenswert, welches komplexes bildungsbürgerliches Fundament sämtliche Texte der Publikation durchzieht. Sicher kann man entsprechende Impulse auch den auf Algorithmen basierenden und durch Informationen der vielen gespeisten Netzmaschinen entnehmen. Doch entscheidend bleibt, wie angehäuften Wissen mit Blick auf soziale, psychologische und emotionale Komponenten, die für jeden einmalig sind, verarbeitet wird. Schule muss sich mediatisierten Gesellschaftsstrukturen öffnen und sie muss entsprechend ausgestattet werden. Doch kontraproduktiv wäre, den Bildungsansatz, den Humboldt geprägt hat, dafür in den Orkus zu werfen.

Klaus-Dieter Felsmann

## Visuelle Medienkulturen in der Jugendmedienarbeit

Jedes Jahr im November werden medienpädagogische Projekte mit dem Dieter Baacke Preis ausgezeichnet. Im Handbuch 10 werden die sieben Preisträger von 2014 kurz und knapp vorgestellt, wobei die Form weniger an ein Interview als an einen Projektantrag erinnert. Unter den ausgezeichneten Projekten sind ein Live-Radio an einer Grundschule in Overath, app2music aus Berlin und ein Dokumentarfilmprojekt mit Jugendlichen aus Bergisch-Gladbach, Köln und Barcelona. Ergänzende Informationen, wie die Laudationes der Jury, finden Interessierte unter [www.dieterbaackepreis.de](http://www.dieterbaackepreis.de). Der Präsentation der Preisträger sind neun „Beiträge aus Forschung und Praxis“ vorangestellt (u. a. von Kai-Uwe Hugger/ Lea Braun, Andreas Hedrich, Jan Schmolling, Ines Müller-Hansen). Hier werden als Themenschwerpunkt „bewegte Bilder“ fokussiert, die für Kommunikation, Selbsta Ausdruck, Unterhaltung und Bildung an Bedeutung gewonnen haben und weiter gewinnen werden. Claudia Wegener und Alexander Rihl berichten von einer neuen Studie an der Filmuniversität Babelsberg („YouTube als Fankultur Jugendlicher“), und in einem Special werden Ergebnisse des Workshops „Praxismethoden zu YouTube und YouNow“ vorgestellt. Das Buch lädt mit Fotos und kurzen Beiträgen zum Hineinlesen ein. Es bietet Anregungen für die medienpädagogische Praxis und Denkanstöße zur Entwicklung der visuellen Medienkultur, die u. a. für die Identitätsbildung Jugendlicher einen hohen Stellenwert hat.

Susanne Bergmann

## Jahrbuch Medienpädagogik 12

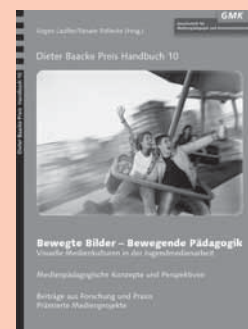
Der vorliegende Sammelband geht auf die Herbsttagung 2013 der Sektion Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaften zurück. Insofern haftet den einzelnen Beiträgen vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklungssprünge im digitalen Kontext (wie etwa der Bedeutung des Smartphones gegenüber dem Laptop) bereits etwas Patina an. Dennoch sind die dokumentierten Fragestellungen als solche nicht nur nach wie vor wichtig, sondern ausgesprochen anregend. Ulrike Wagner und Christa Gebel verweisen auf der Grundlage einer empirischen Studie auf die komplizierten und konfliktbeladenen Bedingungen für Medienerziehung in der Familie. Hier bräuchte es mehr wissenschaftlich fundierten Beistand, der nur Ergebnis einer interdisziplinären Zusammenarbeit sein kann. Ein Beitrag geht darauf ein, dass Kinder gern Videos erstellen und sie auf Onlineportalen veröffentlichen, ein anderer auf die Nutzung von digitalen Spielen. Es wird jeweils die Frage gestellt, wie dies in Erziehungsprozessen aufgegriffen werden kann. Damit ist der Grundtenor vorgegeben, der auch die folgenden Aufsätze durchzieht. Kindliche Lebenswelten sind zunehmend durch Medienhandeln geprägt. Dem stehen traditionelle Erziehungs-träger vielfach unsicher gegenüber. Doch die wissenschaftliche Aufarbeitung des Phänomens ist noch derart lückenhaft, dass relevante bildungspolitische Reaktionen bislang rudimentär bleiben müssen.

Klaus-Dieter Felsmann

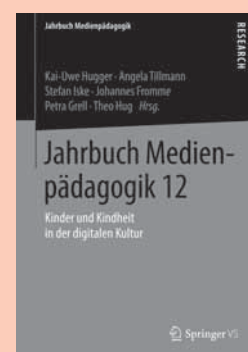
## Multimediales Erzählen

Der reich bebilderte Band bietet eine praktische Anleitung für Journalisten, die ihre Geschichten nicht nur mit Text, sondern multimedial erzählen wollen. Unter multimedialem Erzählen verstehen die Autoren, dass eine Geschichte mit Texten, Bildern, Videoclips, Tönen, Grafiken und Animationen möglichst interaktiv erzählt wird. Denn Multimedialität wird der sinnlichen Wahrnehmung der Menschen gerecht, da sie mehrere Sinne anspricht. „Daher ist multimediales Erzählen in gewisser Weise lebensnäher am Menschen, näher am Rezipienten also“ (S. 11). Im Folgenden schildern die Autoren aktuelle Beispiele und geben Tipps für die Recherche und den dramaturgischen Aufbau der Geschichten. Ganz praktisch zeigen sie schließlich die Möglichkeiten verschiedener Werkzeuge wie grafischen Web-Editoren, Audio-Slideshows und Content-Management-Systemen wie WordPress auf. Letzteres macht deutlich, dass es den Autoren hier um Onlinejournalismus geht. Es sollen Geschichten im Web erzählt werden. Dafür bietet der praktisch angelegte Band zahlreiche Handreichungen und Tipps – auch wenn manche Merksätze etwas altbacken daherkommen, z. B.: „der Inhalt entscheidet über die Dramaturgie“ (S. 62). Wer bei dem Titel erwartet, dass es darum geht, eine Geschichte journalistisch in verschiedenen Medien zu erzählen und dabei Radio, Fernsehen, Zeitung bzw. Zeitschrift und Foto zu verbinden, liegt falsch.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Jürgen Lauffer/  
Renate Röllecke (Hrsg.):**  
*Bewegte Bilder – Bewegende Pädagogik. Visuelle Medienkulturen in der Jugendmedienarbeit.* München 2015: Kopaed. 130 Seiten, 16,00 Euro



**Kai-Uwe Hugger/Angela Tillmann/Stefan Iske u. a. (Hrsg.):**  
*Jahrbuch Medienpädagogik 12. Kinder und Kindheit in der digitalen Kultur.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 142 Seiten, 34,99 Euro



**Barbara Witte/Martin Ulrich:**  
*Multimediales Erzählen.* Konstanz/München 2014: UVK. 177 Seiten, 24,99 Euro



**Björn von Rimscha/Gabriele Siebert:**  
*Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung.* Wiesbaden 2015: Springer VS.  
 238 Seiten, 18,99 Euro

## Einführung in die Medienökonomie

Zur Medienökonomie gibt es einige Einführungen und Lehrbücher, aber keins wie dieses. Das Wörtchen „problemorientiert“ im Titel macht deutlich, worum es den Autoren geht: eine Einführung, die sich an konkreten Fragestellungen und Problemen der Medienbranche orientiert und deren Eigenheiten hervorhebt. Dabei stellen sie einerseits „die besondere Rolle der Medien mit ihren auch politischen, sozialen und kulturellen Funktionen“ heraus und gehen andererseits von der „gelebten Normalität“ der Digitalisierung aus (S. 9). Grundsätzlich gehen sie von einem erweiterten SVE-Modell aus – dabei steht SVE für Struktur-Verhalten-Ergebnis. Denn: „Die Struktur wiederum beeinflusst eingebettet in die institutionellen Rahmenbedingungen das Verhalten der Akteure am Markt. Das Marktverhalten beeinflusst das Marktergebnis, also das Medienangebot. Marktergebnis und -verhalten wirken schließlich auch zurück auf die Struktur des Marktes“ (S. 21). Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass es nicht den einen Medienmarkt gibt, sondern es gibt verschiedene nationale Märkte, auch wenn vielfach von Globalisierung die Rede ist. Zugleich unterliegen verschiedene Medienmärkte, z. B. der Print- und der Fernsehmarkt, unterschiedlichen Einflussfaktoren auf rechtlicher, politischer, sozialer und kultureller Ebene. Den 13 Kapiteln des Buches sind Fragen vorangestellt, z. B.: „Warum sind Medien keine Ware wie jede andere?“, „Was bedeutet Ökonomisierung?“, „Warum produzieren Fernsehsender ihre Inhalte nicht selbst?“ oder: „Warum gibt es öffentlichen Rundfunk?“ . So

stellen die Autoren u. a. fest, dass die Ökonomisierung der Medien sehr kritisch gesehen wird. „An Medien und ihre Berichterstattung sind hohe Erwartungen gerichtet. Der Zugang zu vielfältigen, relevanten, objektiven und richtigen Informationen muss für die Bevölkerung in demokratischen Gesellschaften möglich und gesichert sein. Eine ökonomisierte, das heißt rein nach ökonomischen Prinzipien und Handlungsrationitäten gesteuerte Medienproduktion kann dies aller Wahrscheinlichkeit nach nicht sicherstellen“ (S. 71f.). Ferner erläutern sie, warum es zur Medienkonzentration kommt, die dann oft auch zu einer Konzentration auf dem Meinungsmarkt führt. Allerdings sehen sie in der Medienkonvergenz ein Hemmnis für Konzentrationsbewegungen (vgl. S. 75ff.). Ausführlich werden auch die Zusammenhänge zwischen dem Publikums- und dem Werbemarkt dargestellt. Das ist wichtig, da sich die Medien überwiegend über diese beiden Märkte finanzieren (vgl. S. 120). Die Frage, warum Fernsehsender ihre Inhalte nicht selbst produzieren, beantworten von Rimscha und Siebert ausgehend von der Wertschöpfungskette, die sie in der Abfolge von Konzeption, Beschaffung, Produktion, Konfektionierung, Vervielfältigung, Verteilung und Nutzung sehen (vgl. S. 139). Grundsätzlich wird es durch die Digitalisierung möglich, einzelne Stufen der Wertschöpfung zu überspringen. Zudem kommt es auf allen Stufen zu Spezialisierungen. Und Fernsehsender „sind auf die Konfektionierung (Packaging) und die Distribution von Inhalten spezialisiert, nicht jedoch auf die Produktion. Die Inhalte selbst zu produzieren wäre in den meisten Fällen teurer, würde aber nicht

notwendigerweise zu besseren Ergebnissen führen“ (S. 149). Das ist zwar richtig, trifft in den meisten Fällen aber nicht auf journalistische Produktionen zu. Außerdem haben sich verschiedene Rahmenbedingungen auf die Fernsehproduktion ausgewirkt, sodass die Rolle von Auftragsproduktionen zugenommen hat. Die Frage nach dem öffentlichen Rundfunk beantworten die Autoren so: „Öffentlichen Rundfunk gibt es, um den Marktunvollkommenheiten zu begegnen, die sich aus den Gütereigenschaften der Medien ergeben. Öffentliche Medien sollen solche Inhalte produzieren und zugänglich machen, die kommerzielle Anbieter nicht oder nicht im gesellschaftlich wünschenswerten Umfang anbieten“ (S. 193). Das ist allerdings etwas zu kurz gedacht, weil es den öffentlichen Rundfunk auf eine Komplementärfunktion reduziert und die historisch-politische Dimension nicht berücksichtigt. Immerhin kommen die Autoren zu dem Schluss, dass Qualitätsmedien ökonomisch sinnvoll sind, „weil damit aufgrund funktionierender Medienmarken-Reputation auch Gewinne erwirtschaftet werden können“ (S. 205). Ganz so einfach scheint es in der Praxis jedoch nicht zu sein. Den Autoren ist eine äußerst lesenswerte Einführung gelungen, die es schafft, das Abstraktionsniveau ökonomischer (Medien-)Theorie auf konkrete „Problemlagen“ der Medien herunterzubrechen. Das Buch eignet sich nicht nur für Studierende der Medien- und Kommunikationswissenschaft, sondern auch für den interessierten Laien, der schon immer einmal verstehen wollte, wie und warum die Medienbranche so funktioniert.

Prof. Dr. Lothar Mikos



## Öffentlichkeit theoretisch und digital

Theorien über Öffentlichkeit, ihre Funktionen und Leistungen gibt es seit Habermas' grundlegendem Werk von 1962 viele, wie Olaf Hoffjann und Hans-Jürgen Art, Kommunikations- und Medienforscher in Braunschweig und Berlin, bereits in ihrer Einleitung mit zahlreichen Verweisen belegen. Die von ihnen in diesem schmalen Band dargelegte Theorie stützt sich auf den „Systemfunktionalismus“ (S. 7) – vornehmlich Luhmann'scher Provenienz –, will primär deskriptiv, aber auch argumentativ sein, ohne empirische Beweisführung, eher mit paradigmatischer Evidenz. Dafür leisten die Autoren zunächst definitive Begriffsarbeit zu Öffentlichkeit, Funktion, Leistung etc. Ihnen gilt Öffentlichkeit als „kollektive Information“ (S. 33); „keine kollektive Information“ wäre dann als „Leitdifferenz“ das Gegenteil. Doch der dafür bemühte Informationsbegriff, der allenthalben ebenso vielfach strapaziert wurde, bleibt bemerkenswert vage und diffus; er fällt jedenfalls kaum die normative und politische Bedeutung von Öffentlichkeit. Die im Titel annoncierte „nächste“ Öffentlichkeit – so scheint es – ist einerseits ein weiterer, nämlich dieser Theorieentwurf, aber sie soll auch die anhaltenden Evolutionsprozesse, etwa die Erosion der klassischen Medienöffentlichkeit sowie die rasante Ausbreitung digitaler Formen, reflektieren. Öffentlichkeit umfasst – ohne Wertung – vier Leistungssysteme, nämlich Journalismus, Unterhaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung gleichermaßen. Die seit Habermas in der Demokratietheorie angelegten Funktionen der gesellschaftlichen Reflexion, Kritik und

Kontrolle sowie der rasonierenden Vergemeinschaftung (Agora, Forum, Encounter) und politischen Willensbildung der Bürger (Citoyens) bleiben mithin unberücksichtigt. Alle vier Leistungssysteme lassen sich durch ein Hauptmerkmal – hier Sekundärkode genannt (S. 80) – charakterisieren: Journalismus durch Aktualität, Unterhaltung durch angenehmes Erleben, Öffentlichkeitsarbeit durch Überzeugen und Werbung durch Verführen. Für alle sind Veränderungen – hier Evolutionen genannt – erkennbar, im Wesentlichen die Verschmelzung und Instrumentierung der theoretisch formulierten Spezifika und Grenzen, weshalb die penibel konstruierten Attribuierungen wohl nicht zu halten sind. Vollends treibt sie die anhaltende Digitalisierung voran, die aber als „Extremismus der Onlineöffentlichkeit“ (S. 129 ff.) nur kurz gestreift wird. So fragt man am Ende, was die akkurat postulierte, funktionalistische Differenzierung noch bringt, zumal die Autoren sie nicht mehr in ein kompaktes Theoriemodell überführen. Die „nächste Öffentlichkeit“ muss auf ihre theoretische Explikation wohl noch warten.

Ganz anders gehen die Beiträge zum Phänomen „SocialMania“ – verstanden als „übersteigertes soziales Kommunikationsverlangen“ (S. 14) infolge der Allverfügbarkeit und Omnipräsenz sozialer Medien – vor. Eine geschlossene Theorie von Öffentlichkeit haben die sechs Beiträge, die teils von renommierten Forschern stammen und auf Vorträge an der Stuttgarter Hochschule für Medien (2012) zurückgehen, nicht im Visier. Übereinstimmung lassen sie bei ihrer Suche, Beschreibung und Erklärung anhaltender kommu-

nikativer Veränderungen infolge von Digitalisierung und Social Web darin erkennen, dass sich Öffentlichkeit erheblich ausdifferenziert, fragmentiert und auch weitgehend mit Privatheit verschmilzt, sodass der Begriff nur noch wenig analytischen Wert hat. Im Fokus stehen daher utopische und dystopische Zukunftsnarrative, wie sie seit jeher beim Aufkommen und bei der Verbreitung neuer Medien ventiliert wurden und werden: Gefragt wird zunächst nach den sozialpolitischen und ökonomischen Gratifikationen des Social Web, sodann nach seiner kulturellpolitischen Bedeutung zur Darstellung des „Eigensinns“, schließlich nach der Angemessenheit partikularer und privatisierter Öffentlichkeiten für eine sich weiter pluralisierende Gesellschaft. Partizipation fokussieren die drei nächsten Beiträge, natürlich unter verschiedenen Blickwinkeln: als Chancen (aber auch Risiken) für Jugendliche zur Identitätsentwicklung, als digitale Erregung und Skandalisierung bei Shitstorms und politischen Fanpages sowie als vielfältige Potenziale zur weiteren Demokratisierung, aber auch zur Kontrolle möglicher Restriktionen. Sowohl die profunde Einleitung der Herausgebenden über paradigmatische Narrative zu Internet und Social Web seit den 1990er-Jahren als auch die genannten Beiträge im Einzelnen verdienen eine intensivere, angemessenere Beachtung.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler



**Olaf Hoffjann/Hans-Jürgen Art:**  
*Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 140 Seiten, 19,90 Euro



**Petra Grimm/Michael Müller (Hrsg.):**  
*SocialMania. Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeiten.* Stuttgart 2014: Franz Steiner Verlag. 90 Seiten, 29,00 Euro



**Christopher Blake:**  
*Wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen. Eine theoretische Rekonstruktion der Wirkungsursachen.* Wiesbaden 2014: Springer VS. 244 Seiten, 39,99 Euro



**Josef Sachs/Volker Schmidt:**  
*Faszination Gewalt. Was Kinder zu Schlägern macht.* Zürich 2014: Orell Füssli Verlag. 224 Seiten, 22,95 Euro



**Meike Uhrig:**  
*Darstellung, Rezeption und Wirkung von Emotionen im Film. Eine interdisziplinäre Studie.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 213 Seiten, 39,99 Euro

## Idealisierte Körperdarstellungen in den Medien

Immer wieder stehen idealisierte Körperdarstellungen, wie etwa im Fall der Castingshow *Germany's next Topmodel*, im Verdacht, die Körperwahrnehmung der (meist weiblichen) Rezipienten negativ zu beeinflussen. Die öffentliche Empörung hierzu ist groß. Mit seiner Publikation, die als Dissertation an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover vorlag, will Christopher Blake einen Beitrag zum besseren Verstehen leisten, wie mediale Darstellungen von Körpern tatsächlich die Zufriedenheit der Rezipientinnen beeinflussen. Dafür hat er systematisch und ausführlich die in der Forschung existierenden Erklärungsansätze gesichtet und verknüpft sie zu einem Erklärungsrahmen. Die theoretische Basis bildet die Selbstdiskrepanztheorie: „Wenn man [...] erklären möchte, auf welche Art und Weise die Betrachtung medialer Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen kann, muss man erklären, wie die Betrachtung medialer Körperdarstellungen kurz- und langfristig zur Aktivierung bestehender Selbstdiskrepanzen oder zur Änderung ihres Ausmaßes beitragen kann“ (S. 213). Die Publikation bietet einen detaillierten Überblick über den Forschungsstand zum Thema sowie einen interessanten theoretischen Ansatz. Sie dürfte sich vornehmlich an ein Fachpublikum richten.

Barbara Weinert

## Faszination Gewalt

Dass der Titel ihres vorgelegten Buches auf einige Leser provokant und geradezu befremdlich wirken kann, ist den Autoren Josef Sachs und Volker Schmidt durchaus bewusst. Aber, mit Bedacht sei dieser gewählt, wolle man doch bei allem Schrecken, den Gewalthandlungen mit sich bringen, auch deren Anziehungskraft in den Blick nehmen, da „das zwiespältige Verhältnis, das wir zur Gewalt haben, [...] zugleich ihr wichtigster Nährboden [ist]“ (S. 7). Das klar gegliederte Buch gibt einen Überblick über den aktuellen Wissensstand zum Thema „Jugendgewalt“. Neben der Suche nach Gründen für gewaltbereites Handeln und der Differenzierung unterschiedlicher Gewaltformen wird der Frage: „Was tun?“ großer Raum eingeräumt. Dabei machen die Autoren eindrücklich deutlich, dass es hier nicht um allgemeingültige Patentrezepte und pauschale Schuldzuweisungen gehen kann, sondern „langfristig wirksame Maßnahmen zur Gewaltprävention und maßgeschneiderte Programme für gewaltbereite Jugendliche“ (S. 12) gebraucht werden. Die Perspektive der Autoren ist eine wissenschaftliche: Schmidt, forensischer Kinder- und Jugendpsychiater, arbeitet als medizinischer Gutachter und Therapeut mit jugendlichen Straftätern und deren Familien. Sachs ist Facharzt für Psychiatrie und Psychotherapie und als Gerichtspsychiater tätig. Dennoch ist das Buch allgemein verständlich geschrieben und gut lesbar. Damit kann es als guter Einstieg in die Thematik dienen.

Barbara Weinert

## Film sehen und erleben

Emotionen haben zwei Aspekte: einen, der eine Emotion auslöst, und einen, der sich im Empfinden selbst darstellt. Beide Aspekte sind keine zwei Seiten einer Medaille. Filme sind keine Reiz-Reaktions-Maschinen, die bei jeder und jedem die immer gleichen Folgen zeigen. Das emotionale Erleben ist wesentlich durch diejenigen bestimmt, die sich einen Film anschauen. Als mögliche Auslöser gelten Ausformungen wie Farbe, Bildgestaltung oder Schnitt. Auch die Geschichte und die Figuren liefern Hinweise, die emotional gedeutet werden. Zuschauer interpretieren einen Film dennoch eigensinnig. Sie bringen Bedürfnisse und Sichtweisen ins Kino mit. Alter und Geschlecht sind Faktoren, die Präferenzen vorhersagen können. Darüber hinaus spielt es eine Rolle, welche Genres man mag und welche man sieht. Natürlich hat der Film selbst auch einen Einfluss auf das Erleben und auf die Gefühle. Die filmwissenschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Analysen sind in der Arbeit von Meike Uhrig kompetent abgehandelt, ohne sich konsequent aufeinander zu beziehen. Die Filmanalyse öffnet Fragen nach Emotionsauslösern, die im empirischen Teil nicht aufgenommen werden. Beide Teile sind für sich genommen gewinnbringend, der Anspruch nach Interdisziplinarität ist aber nicht umfassend erfüllt. Beide Aspekte – Emotionsauslöser und Emotionserleben – sind unterschiedliche Bereiche, die doch nur schwer in ein gemeinsames Modell passen.

Prof. Dr. Clemens Schwender

## Mobile Medien und die Jugend

Das Buch basiert auf einer interdisziplinären Tagung, die Ende 2013 in München stattfand. Hier wurden die Sozialisationsbedingungen von bundesdeutschen Jugendlichen aus verschiedenen Fachrichtungen wie Erziehungswissenschaft, Soziologie, Medienpsychologie und -pädagogik, Verbraucher-, Daten- und Jugendschutz in den Blick genommen. Im Schwerpunkt ging es dabei um Veränderungen, die die mobilen Medien mit sich bringen. Dieses Thema wird in dem vorliegenden Tagungsband unter folgenden Fragestellungen fokussiert: „Welche Herausforderungen stellen sich vor diesem Hintergrund bei der Entwicklung von Kompetenzen und Fähigkeiten, um sich die Welt in einem umfassenden Sinne anzueignen, an ihr teilzuhaben und sie zu gestalten?

Wie aktiv gestalten Heranwachsende die Bedingungen ihres Aufwachsens mit? Wo brauchen sie Unterstützung und wie können sie sich Freiräume für ein selbstbestimmtes Leben erobern?“ (S. 8).

Das Buch ist in drei Kapitel gegliedert. Im „Einführungsteil“ reflektieren Susanne Eggert und Niels Brüggemann über das „Heranwachsen in mediatisierten Lebenswelten“ auf dem Stand der Zahlen von 2013, denn das Buch ist bereits 2014 erschienen. Die Überlegungen sind insofern nicht mehr ganz aktuell. Dieser Problematik entzieht sich Matthias Thiele, der den wissenschaftlichen Teil des Buches eröffnet. Thiele wirft einen Blick auf historische mobile Medien und schreibt über *Walkman*, *Boombox*, *Tamagotchi*, *Game Boy* – allerdings ohne das Thema mit der aktuellen Debatte zu verknüpfen.

Sehr erhellend ist der Beitrag von Nicola Döring. Hier geht es um jugendliche Identitätsarbeit und den umfassenden Nutzen von Smartphones in der Phase der Adoleszenz: „Mit der Facebook-App auf dem Smartphone hat man den Freundeskreis in der Hosentasche immer dabei“, konstatiert Döring und skizziert fünf Bereiche des „multifunktionalen Alltagsbegleiters“ Smartphone: Kommunikation, Unterhaltung, Information, Organisation des Alltags und Contentproduktion (S. 53). Die Contentproduktion ist durch den unkomplizierten Zugriff auf die Foto- und Videokamera alltäglich geworden, und das mit Abstand beliebteste Motiv ist – übrigens nicht nur bei Jugendlichen – die eigene Person (ebd.). Döring schreibt über Selfies und Relfies („relationship selfies“) und das Reizthema „Sexting“. Sie durchpflügt ihr Themenfeld dabei so grundsätzlich, dass ein Bezug auf nicht mehr ganz aktuelle Daten irrelevant erscheint. Döring schöpft aus dem Fachwissen ihrer Disziplin, der Medienpsychologie, und entwickelt daraus Analysen und Standpunkte. Dabei wirbt sie für ein tiefgreifendes Verständnis für das Medienhandeln Jugendlicher, ohne die Komplexität und Ambivalenz der Entwicklung zu übersehen. Ihr Fazit lautet: „Dass wir uns auf einen ethischen Umgang mit privatem Bildmaterial verständigen und die dazu notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten medienpädagogisch fördern, ist und bleibt von großer Wichtigkeit. Pädagogische Bemühungen können indessen ausstehende medienpolitische und medienrechtliche Regelungen zum digitalen Datenschutz der Bürgerinnen und Bürger nicht ersetzen“ (S. 64).

Nadia Kutscher nimmt mobile Räume als „Kontexte der Nor-

mierung“ (S. 78) in den Blick und belegt ihre kritische Sicht am Beispiel von WhatsApp. Kutscher plädiert für eine „machttheoretisch informierte Medienbildung“, um ohnehin begrenzte Autonomiepotenziale entwickeln zu können (S. 80). Im dritten und letzten Kapitel geht es um „Kontexte medienpädagogischer Praxis“. Hier gibt Miriam Meder, Juristin und Referatsleiterin am Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht, einen informativen Überblick über Apps aus der Perspektive ihrer Aufsichtsbehörde. Ebenfalls aufschlussreich ist der Artikel der Verbraucherschützerin Carola Elbrecht, die speziell auf den Kinder- und Jugendmedienschutz eingeht und konkrete Forderungen an die Entwickler und Anbieter von Apps formuliert.

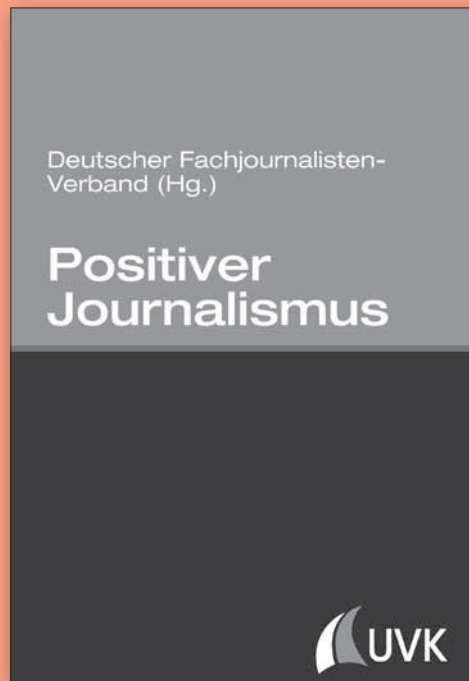
Von den interaktiven Diskussionsrunden und offenen Podien, deren Ergebnisse in dem vorliegenden Buch zusammengefasst sein sollen, ist wenig zu erfahren. Die einzelnen Beiträge beziehen sich kaum auf die übergeordnete Fragestellung und auch nicht aufeinander. Diese, am eingangs formulierten Anspruch gemessene Schwäche des Buches wird grafisch kongenial umgesetzt durch die sechsfache Verwendung des haargenau gleichen Fotos – das sich vom Motiv her für eine Sequenz angeboten hätte. Bevor das Potenzial mobiler Medien für die gesellschaftliche Teilhabe Jugendlicher erschlossen werden kann, müssen wohl zunächst die Erwachsenen eine Haltung zu dem Thema gewinnen und demokratietaugliche Rahmenbedingungen schaffen – wozu der Tagungsband mit seinem interdisziplinären Zugriff einen Beitrag leisten kann.

Susanne Bergmann



Ulrike Wagner (Hrsg.): *Vernetzt\_öffentlich\_aktiv. Mobile Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen*. München 2014: Kopaed. 129 Seiten, 16,80 Euro

# THINK POSITIVE



Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.)

**Positiver Journalismus**

2015, 224 Seiten

30 s/w Abb., fester Einband

ISBN 978-3-86764-646-8

Seinem Selbstverständnis nach hat der Journalismus die Aufgabe, Ereignisse und Sachverhalte wahrheitsgemäß, neutral und objektiv darzustellen. Weder eine übermäßig negative noch positive Akzentuierung in der Darstellung sind erwünscht. In der Berichterstattung ist jedoch ein Negativitätsbias festzustellen – und zwar sowohl in inhaltlicher als auch sprachlicher Hinsicht. Der Mainstream-Journalismus scheint überwiegend negativ geprägt zu sein: »Bad News« sind »Good News«. Seit einiger Zeit wird über eine Gegenbewegung, einen **positiven Journalismus**, diskutiert, also eine Berichterstattung, die bewusst über positive Themen berichtet und sich einer positiven Sprache bedient. Das vorliegende Buch regt eine theoretische und berufliche Reflexion hierüber an, ohne voreilig Partei zu ergreifen. Schließlich besteht auch die Chance, mit positivem Journalismus neue Leser, Hörer und Zuschauer als Zielgruppe zu gewinnen.

#### Dieses Buch geht 3 Fragen nach:

- Ursachen: Weshalb berichten die Medien tendenziell negativ?
- Wirkungen: Welche kognitiven, affektiven und motivationalen Wirkungen hat negative Berichterstattung?
- Bewertung: Ist negativer Journalismus ausschließlich schlecht und positiver Journalismus immer gut? Welche Kritik ist am positiven Journalismus zu üben?



# Aufsätze und Notizen

## Bußgeldahndung im Jugendmedienschutz – durchweg verfassungskonform?

Autor Liesching widmet sich in seinem Beitrag der Frage, inwieweit die Bußgeldahndung nach der landesgesetzlichen Bestimmung § 24 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) verfassungskonform ist. Insbesondere, ob sie mit der Sperrwirkung des Art. 72 Grundgesetz (GG) (konkurrierende Gesetzgebung) und dem Gleichbehandlungsgebot des Art. 3 GG vereinbar ist.

Art. 72 GG schreibe vor, dass „im Bereich der konkurrierenden Gesetzgebung die Länder die Befugnis zur Gesetzgebung haben, solange und soweit der Bund von seiner Gesetzgebungszuständigkeit nicht durch Gesetz Gebrauch gemacht hat.“

Der Bund habe im Strafgesetzbuch (StGB) jedoch medienstrafrechtliche Verbreitungsverbote geregelt, erörtert Liesching zunächst. Zu nennen seien hier insbesondere die Straftatbestände der verfassungsrechtlichen Propaganda und Kennzeichen (§§ 86, 86a StGB), volksverhetzende Inhalte (§ 130 StGB), Gewaltdarstellungen (§ 131 StGB) und pornografische Medien (§§ 184 ff. StGB).

Ob diese bundesrechtlichen Regelungen aber abschließend seien und damit eine Sperrwirkung für ländereigene Regelungen entfalten würden, müsse für die einzelnen Bußgeldtatbestände des § 24 JMStV gesondert betrachtet werden. Diejenigen Tatbestände des § 24 JMStV, die kriegsverherrlichende und menschenwürdeverletzende Angebote sowie Darstellungen Minderjähriger in geschlechtsbetonter Körperhaltung zum Gegenstand hätten, seien originär von den Ländern geregelt (vgl. § 24 Abs. 1 Nr. 1 lit. G, h und i i. V. m § 4 Abs. 1 S. 1 Nr. 7, 8, 9 JMStV). Ein Vorrang der bundesrechtlichen Regelungen sei damit ausgeschlossen. Anders verhalte es sich hingegen mit denjenigen Bußgeldtatbeständen, die bereits durch das StGB sanktionsrechtlich geregelt seien (s. o./vgl. § 24 Abs. 1 Nr. 1 lit. A bis f und j, Nr. 2 i. V. m. § 4 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 bis 6 und 10, Abs. 2 S. 1 Nr. 1 JMStV). Hier sei von einer abschließenden Regelung auszugehen, eine Missachtung der Sperrwirkung des Art. 72 GG und eine Verfassungswidrigkeit damit zu bejahen.

Diese Regelungen seien aber auch deswegen verfassungswidrig, weil sie gegen das Gleichheitsgebot nach Art. 3 GG verstoßen würden. So sei nicht zu rechtfertigen, dass sich die Bußgeldahndung dem Gesetzeswortlaut nach nur gegen private Anbieter richte, wohingegen die Anbieter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verschont blieben (vgl. JMStV – „VI. Abschnitt. Ahndung von Verstößen der Anbieter mit Ausnahme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“). Da beide Anbietertypen in gleicher Weise und Umfang Fernsehsendungen bundesweit ausstrahlen würden und auch beide die Unzulässigkeitstatbestände der §§ 4 Abs. 1 und 2 JMStV zu beachten hätten, sei diese Ungleichbehandlung nicht nachvollziehbar.

**Aufsatz:** Verfassungskonformität der Bußgeldahndung im Jugendmedienschutz Sperrwirkung des Art. 72 GG und Gleichbehandlungsgrundsatz vereinbar?

**Autor:** Dr. Marc Liesching, Professor für Medienrecht und Medientheorie an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur in Leipzig

**Quelle:** MMR MultiMedia und Recht – Zeitschrift für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht 2016, S. 97 f.

## Die neue EU-Datenschutzgrundverordnung – der große Wurf?!

Im Dezember 2015 haben sich EU-Kommission, EU-Parlament und der EU-Ministerrat auf einen Kompromiss – die sogenannte EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) geeinigt. Die Zielsetzung: ein möglichst einheitliches Datenschutzrecht für Europa zu schaffen und die Rechte der Betroffenen zu stärken.

Doch vorab kurz zur Entstehungsgeschichte der DSGVO: Gegenwärtig gilt seit 1995 in ganz Europa die EG-Datenschutzrichtlinie 95/46/EG. Den Mitgliedsstaaten wird mit dieser Richtlinie ein Rahmen vorgegeben, den sie im nationalen Recht umsetzen und ausfüllen. Entsprechend hat der Deutsche Bundestag das Bundesdatenschutzgesetz verabschiedet, das Regelungen zum Datenschutz im öffentlichen und nicht öffentlichen Bereich enthält. Mit einiger Vorbereitungszeit hat die EU-Kommission dann im Januar 2012 einen Entwurf zur Abstimmung vorgelegt. Weitere vier Jahre zogen ins Land, in denen die drei Institutionen unterschiedliche Fassungen erstellten. Für die jetzige DSGVO musste also ein Kompromiss dreier sich widersprechender Versionen geschlossen werden. In Kraft treten wird diese Grundverordnung ca. zwei Jahre nach ihrer Verabschiedung, also in 2018. Hinsichtlich der Dauer ihrer Entwicklungszeit merkt Rechtsinformatiker Prof. Dr. Nikolaus Forgó an: „Wenn man die Geschwindigkeit der Entwicklung des Internet beobachtet, ist es wahrscheinlich eine gute Näherungsformel, ein Internetjahr wie ein Hundejahr zu sehen; ein Kalenderjahr entspricht dann sieben Internetjahren. So gerechnet, wird die Verordnung, wenn sie denn in Kraft getreten sein wird, 70 Jahre alt sein – und das sieht man ihr schon heute an.“

Aber welche nennenswerten Änderungen beinhaltet die Verordnung für Verbraucher und Unternehmen? Eine der im Vorfeld der Verkündung höchst umstrittenen Fragen war die nach der Teil- bzw. Nichtteilnahme von Minderjährigen an sozialen Netzwerken. Konkret: Welches Mindestalter solle für die damit einhergehende Einwilligung zur Datenerhebung/-verarbeitung festgelegt werden? Art. 8 DSGVO sieht nun vor, dass das Mindestalter bei 16 Jahren liegt. Den Mitgliedsstaaten ist es aber unbenommen, die Altersgrenze herabzusetzen, jedoch darf ein Alter von 13 Jahren dabei nicht unterschritten werden. Kritiker warnten im Vorfeld davor, dass das Setzen des Mindestalters auf 16 Jahre den Kindern und Jugendlichen eine legale Nutzung ihrer beliebten Plattformen erschwere. Spannend bleibt nun, wie die zahlreichen Social-Media-Plattformen, die auch jüngeres Publikum ansprechen, die genannten Anforderungen umsetzen werden.

Geändert und damit gestärkt wurden die Positionen der Verbraucher u. a. durch die Erweiterung ihres Auskunftsrechts (Art. 15 DSGVO) und durch das Recht zur Datenübertragbarkeit (Art. 18 DSGVO). Letzteres ermöglicht es den Nutzern, Bestandsdaten (z. B. Profile) zwischen Diensteanbietern zu übertragen. Eine nennenswerte Erleichterung für Unternehmen hingegen bietet die Option des One-Stop-Shops; für die Klärung ihrer datenbezogenen Angelegenheiten können diese in Zukunft eine zentrale Aufsichtsbehörde anrufen. Eine bemerkenswerte Änderung ist auch die deutliche Erhöhung möglicher Sanktionen. Die Behörden können im Fall von Verstößen Bußgelder von bis zu 4 % des Jahresumsatzes verhängen. Dies würde insbesondere die Internetgiganten (wie Google und Facebook) empfindlich treffen. Forgó weist in diesem Zusammenhang jedoch darauf hin, dass eine noch so drakonisch anmutende Strafe erst dann verhaltenssteuernd wirkt, wenn die Verantwortlichen es als ausreichend wahrscheinlich ansehen, diese irgendwann auch bezahlen zu müssen. Da die entsprechenden Vorschriften über die territorialen Regeln jedoch nach wie vor sehr unklar ausgestaltet seien, zweifelt er an einer entsprechenden Durchsetzbarkeit.

Datenschutzexperten kommen zu dem Schluss, dass die Regeln der DSGVO zwar grundsätzlich inhaltlich fair und sinnvoll seien, jedoch nach wie vor zu viel Spielraum für undurchsichtige Ausgestaltung bleibe. Gerade das Kernziel, eine einheitliche EU-Regelung, werde durch die vielen Einfallstore hin zur nationalen Regelung nicht konsequent verfolgt. Forgó weist in seinem Beitrag deutlich darauf hin, dass das Finden eines Kompromisses bei einer derart komplexen Ausgangslage seinen Preis für die einzelnen Beteiligten habe – die Unternehmen zahlten insofern, als dass sie umfangreiche und teure Rechtsberatungen in Anspruch nehmen müssten, um die teils unklaren Regelungen zu verstehen. Aber auch sämtliche Bürger würden diesen zahlen müssen, wenn sie nicht postwendend damit beginnen würden, an der nächsten technologienahen Edition der DSGVO zu arbeiten.

#### Quellen abrufbar unter:

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Datenschutz-in-der-EU-Nach-dem-Spiel-ist-vor-dem-Spiel-3045740.html>

(letzter Zugriff: 24.03.2016)

<http://www.telemedicus.info/article/3023-Licht-und-Schatten-in-der-neuen-EU-Datenschutzgrundverordnung.html>

(letzter Zugriff: 24.03.2016)

#### Pranger der Schande – zulässige „Bild“-Berichterstattung?

Die Gerichte in München hatten über die Frage der Zulässigkeit einer „Bild“-Aktion zu entscheiden. Unter dem Titel *Pranger der Schande* veröffentlichte die „Bild“ auf einer Doppelseite in der Zeitung und in einem Beitrag ihrer Onlineversion rund zwei Dutzend Facebook-Kommentare, die fremdenfeindliches Gedankengut im Rahmen der Flüchtlingsdebatte wiedergaben. Profilbilder und Namen der Angeprangerten druckte die „Bild“ ebenfalls ab und forderte die Staatsanwaltschaft auf: „Übernehmen Sie!“

Einige Medienrechtler bewerteten diese Aktion im Anschluss als zulässig, sahen insbesondere keine Persönlichkeitsrechtsverletzung in dem Abdrucken der Fotos. Erläutert wurde, dass der Abgebildete grundsätzlich in die Veröffentlichung seines Bildes einwilligen muss. Ausnahmsweise sei diese Einwilligung jedoch entbehrlich für Bildnisse aus dem „Bereich der Zeitgeschichte“. Dass die Vorgeführten hier nicht in die Veröffentlichungen ihrer Profilfotos eingewilligt hätten, falle unter diese Ausnahme. Die Fotos würden zeitgeschichtlichen Bezug aufweisen. Teil der Zeitgeschichte seien nach Ansicht des Bundesgerichtshofes (BGH Urt. v. 28.05.2013 – VI ZR 125/12) nämlich grundsätzlich sämtliche Fragen von allgemeinem Interesse. Die Flüchtlingsthematik mit entsprechenden Kommentaren und Reaktionen der Bevölkerung sowie der mehrfach monierte lasche Umgang des Portals mit vermeintlich extremen Posts stellten sogar ein Kernthema der öffentlichen, gesellschaftlichen Debatte dar.

Eine der Kommentatorinnen beantragte gleichwohl den Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den Abdruck ihres Fotos. Das Landgericht München entschied zu ihren Ungunsten – das Abbilden verletze weder ihr „Recht am eigenen Bild“, noch missachte es ihre urheberrechtlichen Befugnisse.

Anderer Ansicht war hingegen die nächsthöhere Instanz. Das Oberlandesgericht München sah das Persönlichkeitsrecht der Kommentatorin sehr wohl verletzt. Es bejahte zwar ebenfalls den zeitgeschichtlichen Bezug der Berichterstattung, entschied jedoch, dass die Zeitung das Foto der Frau genauso gut hätte weglassen bzw. in verpixelter Form hätte zeigen können. Die unverpixelte Darstellung schaffe keinerlei Mehrwert für den Leser, stelle aber einen intensiveren Eingriff in die Rechte der Betroffenen dar.

Stand des Rechtsstreits: noch nicht abgeschlossen; die Zeitung strebt eine Entscheidung im Hauptsacheverfahren an.

#### Quellen:

Niklas Haberkamm: Der „Pranger der Schande“ bei Bild und das Persönlichkeitsrecht: Gehetzte Hetzer – Rache der Gerechten?

In: Legal Tribune Online, 22.10.2015. Abrufbar unter:

[http://www.lto.de/persistent/a\\_id/17296/](http://www.lto.de/persistent/a_id/17296/) (letzter Zugriff: 23.03.2016)

LG München I zu „Pranger der Schande“: BILD durfte Facebook-Kommentare veröffentlichen. In: Legal Tribune Online, 11.12.2015.

Abrufbar unter: [http://www.lto.de/persistent/a\\_id/17841/](http://www.lto.de/persistent/a_id/17841/)

(letzter Zugriff: 22.03.2016)

## Bewährungsstrafe für YouTube-Star „Julien“ wegen volksverhetzenden Verhaltens

Der YouTube-Star Julien (27 Jahre) betreibt einen der prominentesten Blogs in Deutschland – 1,3 Mio. haben seinen Blog „JuliensBlog“ abonniert, seine dargebotenen Videos werden bis zu 1,5 Mio. Mal angeklickt. Lauthals übt der Blogger in seinen Clips Kritik an Gesellschaft und Massenmedien, seine Zuschauer bezeichnet er gern als „Schamlippen“ oder „wertlose Untergestalten“.

Das Amtsgericht Tecklenburg verurteilte Julien nun wegen Volksverhetzung zu einer Freiheitsstrafe von acht Monaten auf Bewährung sowie zur Zahlung von 15.000 Euro. Der Streitgegenstand: Ein seitens des Bloggers produziertes Video, indem er sich über den erneuten Bahnstreik der Gewerkschaft für Lokführer (GDL) auslässt. Er bezeichnete die GDL als „Hurensohn-Armee“ und „Drecksbastarde“, forderte: „Vergasen sollte man die Mistviecher“ und sinnierte: „Wisst ihr noch, wie die Juden mit Zügen nach Auschwitz transportiert wurden? Man sollte die Zugführer da hinbringen. Ich fahr den Zug und zwar umsonst. Und ohne zu streiken“. Die letzten Sätze versah er mit Bildern von Menschen in Gaskammern des Vernichtungslagers Auschwitz. Das Video verblieb vier Monate auf der Plattform, bevor es gelöscht wurde. In diesem Zeitraum generierte es ca. 800.000 Aufrufe.

Der Blogger versuchte sich dahin gehend zu rechtfertigen, dass „es witzig gemeint war“, „er schlüpfte bei der Produktion eines solchen Clips in eine Rolle – vergleichbar mit Arnold Schwarzenegger, dem in seinen Filmen auch nicht vorgeworfen würde, er bringe eine Vielzahl von Menschen um.“ Der 27-Jährige betonte, dass er nicht gewusst habe, dass man in Deutschland keine Witze über die NS-Zeit machen dürfe. Auch andere Comedians würden öffentlich Witze über diese Zeit machen. Einen entsprechenden Antrag seiner Verteidigung, im Sitzungssaal Filme von Anke Engelke, Stefan Raab und „Stromberg“ zu zeigen, wies das Gericht jedoch zurück. Richter und Staatsanwalt waren sich einig, die Grenzüberschreitung sei um des Verdienstes willen geschehen. „Ich mag's mir nicht vorstellen, wie Juden, die Auschwitz entkommen sind, oder Angehörige von ermordeten Juden den Clip empfinden“, betonte der Richter. Mit dem Video verstoße der Blogger gegen § 130 Abs. 3 Strafgesetzbuch (StGB), der insbesondere die Verharmlosung der unter der Herrschaft der Nationalsozialisten begangenen Verbrechen unter Strafe stelle.

Erwähnenswert sei abschließend, dass der Verteidiger des Bloggers den „Volksverhetzungsparagraf“ als nicht mehr zeitgemäß befindet, „da er in einer Zeit entstanden sei, als die NS-Zeit den Menschen noch in Erinnerung war.“ Um diese Zeit gerade den heutigen Jugendlichen vor Augen zu führen, entschied ein Richter des Amtsgerichts Wolfsburg, dass ein 19-jähriger Student, der mehreren Personen den Hitlergruß gezeigt hatte, zusätzlich zur gemeinnützigen Arbeit zum Lesen und Verfassen eines Extrakts des Tagebuches der Anne Frank verurteilt werden sollte.

### Quellen abrufbar unter:

<http://m.wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Westerkappeln/2271016-YouTube-Star-Julien-verurteilt-Volksverhetzung-statt-Videokunst>  
<http://www.mycsc.de/recht/youtube-blogger-julien-verurteilt-wo-sind-die-grenzen-der-kunsthfreiheit/>  
 AG Wolfsburg zu Hitlergruß: Student muss Anne Frank-Tagebuch lesen. In: Legal Tribune Online, 03.11.2015. Abrufbar unter:  
[http://www.lto.de/persistent/a\\_id/17423/](http://www.lto.de/persistent/a_id/17423/) (letzter Zugriff: 21.03.2016)  
<http://www.lto.de/recht/nachrichten/n/ag-wolfsburg-hitlergruss-tagebuch-anne-frank-auflage/>

Ins Netz gegangen

# Klexikon.de

## Wenn Wissen mitmachen lässt

Wie vielen Menschen hat die freie Online-encyklopädie Wikipedia schon das Leben erleichtert? Kein lästiges Nachschlagen im Papierwerk mehr, mit einem einfachen Klick gelangt man zum nächsten Themengebiet und jede Verknüpfung macht deutlich, wie viel tiefer man in die Materie eindringen könnte. Nur einen Nachteil hat das Ganze: Es ist von Erwachsenen für Erwachsene geschrieben. Doch schon längst ist das Internet auch für Kinder kein Neuland mehr. Viele von ihnen nutzen das Web nicht nur als Freizeitbeschäftigung, sondern gezielt ebenso für die Schule. Für all jene dürfte das neue Angebot Klexikon.de von großem Interesse sein.

Klexikon.de, das freie Kinderlexikon, will sich als „Wikipedia für Kinder“ zwischen 6 und 12 Jahren etablieren. Es führt mittlerweile bereits über 1.000 Begriffe und stetig kommen neue hinzu. Gegründet wurde das Wissensportal von Ziko van Dijk und Michael Schulte im Auftrag von Wikimedia Deutschland bereits im Winter 2014. Es ist u. a. eines der Wikis der ZUM (Zentrale für

Unterrichtsmedien im Internet) und Mitglied der ZUM-Wiki-Family. Klexikon will einen einfachen Zugang zu Wissen schaffen. Deshalb ist es den Machern nach eigener Aussage besonders wichtig, dass die Beiträge leicht verständlich geschrieben sind. Kindgerecht sollten sie sein und damit die entsprechende Zielgruppe adressieren sowie kontroverse Themen angemessen darstellen, gerade in Bezug auf Politik, Gewalt und Sexualität. Das Projekt „Klexikon.de“ lebt genauso wie das große Vorbild Wikipedia von seiner Community. Hier können z. B. Lehrer, Eltern oder Erzieher, die Mitglieder dieser Gemeinschaft sind, gemeinsam Texte entwickeln, deren Vorsatz es ist, leicht und angemessen verständlich für Kinder zu sein. Da Rezipienten Kinder sein sollen, geht es auch darum, diese in die Entstehung der Beiträge so direkt wie möglich einzubinden. Deshalb haben sich die Entwickler mit ebenjungen beratschlagt, wie ein solches Kinder-Wikipedia sein könnte. Durch Beispieltexte wurde im Austausch ermittelt, wie Verständlichkeit tatsächlich aussieht und welche

Empfehlungen späteren Artikelschreiberinnen und -schreibern mitgegeben werden können. Das Ziel von Klexikon.de ist es nicht nur, Themen abzuhandeln, die Kinder selbst interessieren, sondern auch einen Grundstock an Wissen abzudecken, der die Schulthemen ebenso umfasst wie Thematiken, die für Kinder heutzutage von Belang sind. Orientiert haben sie sich hierfür an jenen allgemeinbildenden Themengebieten, die auch die klassischen Kinder-Lexika abdecken.

### Woher kommen die Beiträge?

Das Klexikon umfasst nun also zwölf Wissens-kategorien wie beispielsweise „Bekannte Leute“, „Glaube und Denken“ oder „Wissen und Technik“, welche die Oberthemen bilden und sich dann (wie bei anderen Onlineencyklopädiën) in einzelne Unterkategorien aufspalten. Die Schwierigkeit hierbei besteht vor allem darin, zu filtern, was auch zukünftig von Bedeutung sein wird und was schlicht von zeitlich begrenzter



Relevanz ist. Dabei geht es weniger darum, Themen aufzuschlüsseln, die der Popkultur entsprechen, als einen allgemeingültigen gängigen Bestand an Artikeln zu sammeln. Klexikon.de versteht sich als Gemeinschaft, die in ehrenamtlicher Form eine Plattform für Wissensaustausch schaffen will. Die Entscheidung geht dahin, dass es ein Inhalts-wiki sein soll, in dem die Qualität im Vordergrund steht. Was die Größe angeht, will und wird man nicht mit Wikipedia.org konkurrieren.

Mitmachen darf erst einmal jeder. Die Gemeinschaft funktioniert durch das freundliche Miteinander und einen regen Austausch der einzelnen Nutzer. Über das eigene Benutzerkonto stellen die Verfasser ihre Beiträge online und können Artikel bearbeiten, kategorisieren, Bilder einbinden oder sich über die Benutzer-Diskussionsseite untereinander austauschen. Hier besteht dann auch die Möglichkeit für Kinder ab etwa 10 Jahren, als sogenannte Jungautoren mithilfe eines Erwachsenen selbst zu veröffentlichen.

### Wie entsteht ein Beitrag?

Bevor ein Thema dann allerdings tatsächlich veröffentlicht wird, muss es verschiedene Etappen durchlaufen. Erste Station ist hierbei die Artikelwerkstatt, in der ein Beitrag als Entwurf besteht und auch durch andere Mitmacher optimiert wird. Erst wenn sich drei Mitmacher auf der jeweiligen Diskussionsseite für den Artikel aussprechen, wird der Entwurf in das eigentliche Lexikon (den sogenannten Artikelnamensraum) verschoben. Zwar ist vorher jeder Entwurf einsehbar, gehört aber noch nicht zum eigentlichen Lexikon, sondern ist noch Teil des Entwurfnamensraumes. Schaubilder sollen neben der schriftlichen Anleitung den Mitmachern beim Erstellen helfen, die jeweiligen Arbeitsschritte zu durchschauen. Und unter der Kategorie „Hilfe“ ist alles noch einmal zusammengefasst, von den Grundregeln, über Aufbau und Inhalt, den sprachlichen Ausdruck, die Länge eines Beitrags bis hin zur Verwendung von Fachausdrücken und ihrer Erklärung.

Wenn ein Beitrag es nun tatsächlich bis zur Veröffentlichung geschafft hat, dann lassen sich so wunderbare Erklärungen wie etwa diese zum Thema „Zeit“ finden: „Zeit kann man nicht sehen, aber man merkt, wie sie vergeht. Wenn wir einen Apfel vom Baum fallen sehen, vergeht Zeit. Wenn wir auf etwas warten, vergeht Zeit. Wenn wir ein altes Foto von uns betrachten, sehen wir, dass wir größer und älter geworden sind. Auch das macht die Zeit. Manchmal kommt es einem so vor, als ob die Zeit unterschiedlich schnell vergeht: Wenn man auf etwas warten muss, vergeht sie scheinbar langsamer, als wenn man gerade etwas Schönes erlebt.“

Tabea Dunemann

# Kurz notiert 02/2016

## Deutscher Multimediapreis mb21 ausgeschrieben

Bereits zum 18. Mal sind junge Medienmacherinnen und Medienmacher, die nicht älter als 25 Jahre sind, dazu eingeladen, sich mit digitalen, netzbasierten, interaktiven und crossmedialen Projekten und Produktionen beim Deutschen Multimediapreis mb21 zu beteiligen. Die Projekte können im Kindergarten, in der Schule, Hochschule oder in der Freizeit entstanden sein. Egal ob App, Webseite, Video-Channel, Game, Installation oder Performance – alles ist erlaubt, was verschiedene Medienformate miteinander verbindet.

Die Einreichungen werden in fünf verschiedenen Altersgruppen und mehreren Sonderkategorien bewertet. Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend hat einen Sonderpreis zum Thema „Zweite Heimat“ ausgeschrieben, bei dem die konstruktive Auseinandersetzung mit den Herausforderungen im Kontext der Flüchtlingsdebatte im Fokus steht.

Seit 1998 hat sich der Deutsche Multimediapreis mb21 als eines der wichtigsten bundesweiten Foren junger digitaler Medienkultur etabliert. Veranstalter des Wettbewerbs sind das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF) und das Medienkulturzentrum Dresden. Einsendeschluss ist der 7. August 2016.

Weitere Informationen abrufbar unter:  
[www.mb21.de](http://www.mb21.de)

## „Sommerforum Medienkompetenz“ 2016

Neue Nachrichtenformen erfordern neue Kompetenzen der Nutzer: Die Zeiten, in denen man morgens gemütlich zum Frühstück die Tageszeitung aufschlug, um sich über das Weltgeschehen zu informieren, sind längst vorbei. Auch *Tagesschau* und *Tagesthemen* gehören als zentraler Überblick über das Tagesgeschehen zumindest für die junge Generation der Vergangenheit an. Über unsere mobilen Geräte sind wir rund um die Uhr mit der Welt vernetzt und können uns in Echtzeit über mehr oder weniger wichtige Ereignisse irgendwo in der Welt informieren.

Das „Sommerforum“ will sich am 15. Juni 2016 mit der Interaktion von Nachrichten und Nutzer beschäftigen: Während die Macher neben der Vermittlung inhaltlich seriöser Informationen immer mehr auf die emotionale Bedürfnislage des Kunden schießen, muss der Nutzer Strategien entwickeln, um sich aus den explodierenden Informationen, emotionalen Ansprachen, diversen Positionen aus sozialen Netzwerken eine Vorstellung über die Welt zu konstruieren. Braucht er dazu neue Kompetenzen und können wir dazu beitragen, diese zu unterstützen? Darüber wird das Forum mit Nachrichtenmachern, Pädagogen, Emotionspsychologen, Linguisten und Medienforschern diskutieren.

Das „Sommerforum Medienkompetenz“ wird veranstaltet von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb).

Weitere Informationen abrufbar unter:  
[www.fsf.de](http://www.fsf.de)

## medien impuls: Künstliche Intelligenz

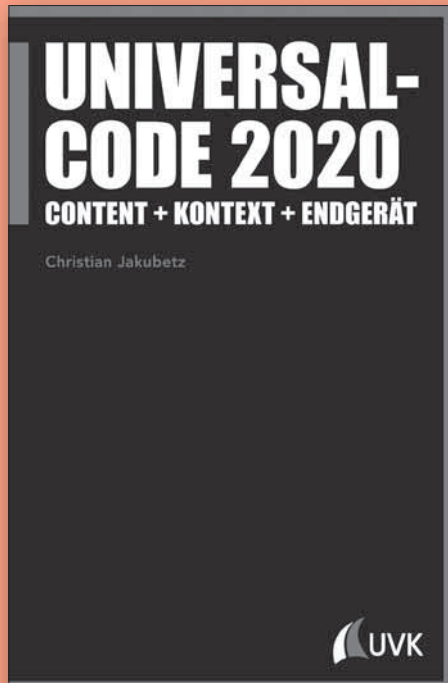
„Künstliche Intelligenz: Werkzeug des Menschen oder Menschen als Werkzeug“ lautet der Titel der nächsten Veranstaltung in der Reihe *medien impuls* am 30. Mai 2016, veranstaltet von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter. Noch ist das menschliche Gehirn als „Allrounder“ der Mustererkennung leistungsstärker als die besten Maschinen. Die Frage ist: Wie lange noch? Die heutigen Rechner besitzen nicht nur mehr Rechenleistung – Wissenschaftler arbeiten bei Künstlichen Intelligenzen nun daran, die Fähigkeiten des menschlichen Gehirns nachzuahmen. Computer sollen menschliche Sprache verstehen und Wörter samt Kontexten erkennen können. Sie sollen selbstständig Informationen aus Daten gewinnen, Schlüsse ziehen und dabei in einem selbstlernenden Prozess immer intelligenter werden.

Wie wird die Zukunft der Maschinen aussehen? Niedliche Roboterhelfer, ausgefallenes Spielzeug, treuer Begleiter und sogar Liebespartner oder Welteroberer? Müssen sich Menschen bald Maschinen unterwerfen?

Der *medien impuls* wird sich mit dem Entwicklungsstand von Künstlicher Intelligenz und den Möglichkeiten im Jugendschutz und in der Medienbildung beschäftigen. Sei es bei der automatischen Erkennung von nicht jugendfreien Inhalten, als pädagogisch wertvolles Spielzeug oder als Lernhilfe im Unterricht – die theoretischen Einsatzbereiche sind endlos.

Weitere Informationen abrufbar unter:  
[www.fsf.de](http://www.fsf.de)

# DIGITAL, CROSSMEDIAL, TRANSMEDIAL – ... UND DANN?



Christian Jakubetz  
**Universalcode 2020**  
Content + Kontext + Endgerät  
2016, ca. 300 Seiten, flexibler Einband  
ISBN 978-3-86764-681-9

»Von WDR-Intendant Tom Buhrow stammt der schöne Satz, früher seien Moderatoren von Nachrichtensendungen wie der Prophet auf dem Berg Sinai erschienen und hätten im Stil einer Predigt ihre Nachrichten verkündet. Heute, so Buhrow weiter, stehe auf dem Berg eine Webcam und das Publikum würde vom Propheten erwarten, dass er mit ihnen chattet...«

Nichts bleibt, wie es ist: Der Wandel in Medien, Journalismus und Kommunikation geht ungebremst weiter. Aber wie damit umgehen? Was muss man wissen, was muss man können, wenn man in Medien, Journalismus und Kommunikation arbeitet?

»Content + Kontext + Endgerät«: Der erfahrene Journalist und Berater Christian Jakubetz erklärt in seinem Buch »Universalcode 2020«, auf was es heute wirklich ankommt und in welche Richtung wir Medienmacher gehen werden. Informationsdirektor Thomas Hinrichs sowie Christian Daubner und Silvia Renauer berichten, wie der Informationsbereich des Bayerischen Rundfunks trimedial aufgestellt wird und was sich für die jetzigen und künftigen Mitarbeiter dadurch ändert.

## Filmquiz

Aus welchem Film stammt dieses Zitat?

**„Hoffnung. Sie ist die wesentlichste menschliche Illusion, die beides ist, sowohl Quelle unserer größten Stärken als auch unserer größten Schwächen.“**

- A *Matrix Reloaded* (2003)
- B *Schindlers Liste* (1993)
- C *Flashdance* (1983)
- D *... denn sie wissen nicht, was sie tun* (1955)
- E *Vom Winde verweht* (1939)

- Seite 4 ff. **Abbildungsnachweis:**  
**Hoffnungen und Enttäuschungen**  
*Zud, Ottaal, Royahaye Dame Sobh, Es esmu šeit, Las plantas:*  
Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
- Seite 9 ff. **Schöne fremde Welt**  
Tagungsimpressionen: Stefan Piasecki
- Seite 15 **„Die Akzeptanz ist großartig.“**  
Reed Hastings: Jörg Wagner
- Seite 16 **Filmfreigaben im Vergleich**  
*13 Hours: The Secret Soldiers of Benghazi:* Paramount Pictures Germany GmbH  
*Anomalisa:* Paramount Pictures Germany GmbH  
*Batman v Superman: Dawn of Justice:* © 2016 Warner Bros. Ent.  
*The Danish Girl:* Universal Pictures International Germany GmbH  
*Deadpool:* © 2016 Twentieth Century Fox  
*Hail, Caesar!:* Universal Pictures International Germany GmbH  
*The Hateful 8:* Universum Film GmbH  
*Kung Fu Panda 3:* © 2016 Twentieth Century Fox  
*The Revenant – Der Rückkehrer:* © 2016 Twentieth Century Fox  
*Raum:* Universal Pictures International Germany GmbH  
*Spotlight:* Paramount Pictures Germany GmbH  
*Star Wars: Das Erwachen der Macht:* Walt Disney Studios Motion Pictures Germany
- Seite 23 ff. **Märchen und moderne Actionfilme**  
*John Wick:* Studiocanal Filmverleih
- Seite 26 **Titel**  
Sandra Hermannsen
- Seite 33 **Das Grauen der Nachrichten und die Sehnsucht nach dem Positiven**  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Je\\_suis\\_Charlie.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Je_suis_Charlie.svg)  
Joachim Roncin's tweet (WebCite)
- Seite 36 **„Wir sind davon überzeugt, dass konstruktiver Journalismus vieles besser macht!“**  
Dr. Bernhard Eickenberg: Marvin Kronsbein
- Seite 49 ff. **Das Prinzip Hoffnung im deutschen Kinderfilm**  
*Rettet Raffil:* © Copyright Genia Karasek/Verleih: MFA+ FilmDistribution e.K  
*Kauwboy:* © Daniël Bouquet/Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin  
*Stella:* © Moritz Schultheiß/Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin  
*La casa más grande del mundo:* Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin  
*Ottaal:* Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
- Seite 56 **Das Porträt: Frank Schwab**  
Prof. Dr. Frank Schwab: privat
- Seite 61 **Hilfestellung für Jugendschutzprogramme**  
Dr. Rolf Bardeli: FSF
- Seite 66 **Girls don't play games**  
*Pong:* ZDF/Janett Kartelmeyer
- Seite 71 **Unter Ausschluss der Öffentlichkeit**  
*Fack ju Göthe 2:* Constantin Film Verleih GmbH
- Seite 73 **Den Schaden begrenzen, den Nutzen mehren**  
Alfred Holighaus: SPIO
- Seite 81 ff. **Die Geburt der Serie**  
*Tatort: Im Schmerz geboren:* HR/Philip Sichler  
*Spiel mir das Lied vom Tod:* DIF  
*Breaking Bad:* Sony Pictures Home Entertainment  
*Morgen hör ich auf:* ZDF/Mathias Bothor 2015  
*Nashville:* obs/Fox/Katherine Bomboy Thornton
- Seite 88 ff. **Voll Hübsch Süße ! – Danke mein schatz du aber auch –**  
Screenshots: Martin Voigt
- Seite 93 **Von Traumschiff bis Tatort**  
Jürgen Werner: privat



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 978-3-86764-706-9  
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  
Susanne Bergmann  
Dr. Uwe Breitenborn  
Tabea Dunemann  
Barbara Felsmann  
Klaus-Dieter Felsmann  
Prof. Dr. Beate Flath  
Tilman P. Gangloff  
Dr. Michael Gestmann  
Dr. Alexander Grau  
Nana Grote  
Prof. Dr. Gerd Hallenberger  
Jan Hellriegel  
Prof. Dr. Thomas Hestermann  
Prof. Dr. Tobias Hochscherf  
Dr. Jesko Jockenhövel  
Nina Kiel  
Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler  
Vera Linß  
Melanie Pfeifer M. A.  
Prof. Dr. Stefan Piasecki  
Thomas Prescher  
Prof. Dr. Clemens Schwender  
Georg Seeßlen  
Claudia Töpfer  
Dr. Martin Voigt  
Christine Watty

Wir danken Dr. Rolf Bardeli, Dr. Bernhard Eickenberg, Reed Hastings, Alfred Holighaus und Jürgen Werner für ihre Gesprächsbereitschaft.



