tv diskurs

Verantwortung in audiovisuellen Medien

tv diskurs 83 1 | 2018 | 22. Jg.

Mächtige Bilder, ohnmächtige Ethik

© REUTERS/Hosam Katan

tvdiskurs.de

HERBERT VON HALEM VERLAG

Gefühlte Grenzüberschreitung

Überlegungen zur Bedeutung von Kriterien in der Ethik

Eine der wesentlichen Aufgaben der Ethik und den daraus entstehenden Regelsystemen ist es, Ordnung und Verlässlichkeit in das Chaos des menschlichen Zusammenlebens zu bringen. Regeln müssen praktikabel und anwendbar sein, sie müssen aber auch von allen Beteiligten als einigermaßen gerecht akzeptiert werden, denn nur so können wir Menschen darauf vertrauen, dass sie von möglichst vielen eingehalten werden. Wer bei Grün über die Kreuzung fährt, muss sich darauf verlassen können, dass die anderen bei Rot halten – sonst knallt es.

Bei abstrakten ethischen Prinzipien wird es allerdings komplizierter. Selbst das Tötungsverbot, das wir in allen Religionen, aber auch in den Gesetzen fast aller Staaten finden, gilt nicht absolut. Bei Notwehr ist die Ausnahme noch verhältnismäßig nachvollziehbar. Komplizierter wird es z. B. bei der Frage, unter welchen Umständen in Deutschland die Sterbehilfe erlaubt sein soll. Die katholische Kirche verweist darauf, dass Gott jedem Menschen das Leben geschenkt hat – und nur er es wieder nehmen kann. Andere verweisen auf das Recht der Selbstbestimmung, das auch für die Beendigung des eigenen Lebens gelte.

Der Philosoph Andreas Urs Sommer hat das Problem im Titel seines 2016 erschienenen Buches auf den Punkt gebracht: *Werte. Warum man sie braucht, obwohl es sie nicht gibt*. Werte existieren als gesellschaftliche Konstrukte, als Versuch, aufgrund religiöser Gebote oder philosophischer Formeln wie Immanuel Kants „kategorischem Imperativ" Prinzipien zu entwickeln. Max Weber nennt das Gesinnungsethik – und dieser Begriff weist darauf hin, dass dabei nicht nur rationale Überlegungen richtungsweisend sind. Weber stellt dem die Verantwortungsethik entgegen, die im konkreten Falle abwäge, was für möglichst viele Beteiligte eine vernünftige Lösung darstellen könnte. Kant würde das ablehnen, weil er befürchtet, man werde sich die Argumente so lange zurechtbiegen, bis das Ergebnis passe. Er nennt das „Vernünfteln". Jürgen Habermas schlägt die Diskursethik vor, er glaubt nicht an absolute Prinzipien. Aber auf welcher Grundlage führen wir die Diskurse? Ebenso wie Kant baut Habermas wohl auf die menschliche Vernunft. Emotionen spielen bei beiden keine große Rolle.

Auf einer Veranstaltung zum Thema „Bildethik", die als Grundlage für diese Ausgabe dient, entstand der Eindruck, dass ethische Positionen erkennbar von den Emotionen der Diskutanten beeinflusst wurden. Was fühlt der Ethiker beim Anblick des Bildes eines auf der Flucht umgekommenen Kindes am Strand einer griechischen Insel? Das Bild emotionalisiert so stark, dass dadurch jedes rationale Prinzip torpediert wird: Man möchte quasi über die eigene Stellungnahme zu dem Bild dem toten Jungen eine Art letzte Ehre erweisen. Wir übertragen unsere eigenen Gefühle auf ihn und stellen Vermutungen an: Dass der Junge sein Persönlichkeitsrecht schützen würde wollen und gegen dieses Bild vorginge. Aber vielleicht hätte der Junge auch gewollt, mit diesem Bild aus der Anonymität herauszutreten, um so vielleicht mehr Verständnis für Menschen zu schaffen, die vor Tod oder Hunger fliehen. Wieder andere glauben, nur die Veröffentlichung des Bildes würde dem Wunsch des toten Jungen am ehesten gerecht werden.

Auf der Tagung wurden verschiedene ethisch grenzwertige Beispiele gezeigt – und obwohl das Publikum aus Fachleuten bestand, herrschte selbst bei der Anwendung identischer Kriterien nur selten Konsens. Man kann das so interpretieren, dass die gefühlsbedingte Bewertung rational entwickelte Kriterien dominiert. Diese Überlegung sollte man im Rahmen der Bildethik zumindest auch berücksichtigen.

Ihr Joachim von Gottberg

tvdiskurs.de/editorials/

EDITORIAL

INTERNATIONAL

Breit aufgestellte Kommission für altersgerechte Freigaben 4
Jugendmedienschutz in Litauen
Jens Dehn

„Gewalt wünscht man keinem, aber Sex …?" 10
Sexualmoral und Bewertungskriterien im internationalen Vergleich
Claudia Mikat

Jugendmedienschutz in Europa 16
Filmfreigaben im Vergleich

TITEL

Darf man das zeigen? 20
Grundzüge einer philosophischen Ethik des Bildes
Arnd Pollmann

Starke Bilder 26
Wie wir sie nutzen und interpretieren
Gespräch mit Katharina Lobinger

Fernsehen: durch die Augen direkt in den Bauch 32
Wie Medienbilder Emotionen erzeugen
Dorothea Adler und Frank Schwab

Bildethische Reflexionen zur Darstellung verstorbener Geflüchteter 38
Christian Schicha

„Es gibt Bilder, die müssen gezeigt werden!" 42
Gespräch mit Johannes Böhning

Ethisches Handeln beim Fotografieren – Professionsethik im Fotojournalismus 46
Felix Koltermann

„Ich glaube an die Kraft der Bilder!" 50
Gespräch mit Hosam Katan

Eisbären auf der Transsib 54
Kolumne von Klaus-Dieter Felsmann

PANORAMA 56

WISSENSCHAFT

Das Porträt: Mark D. Cole 58
Alexander Grau

MEDIENLEXIKON

Bots 62
Gerd Hallenberger

DISKURS

Der Schlaf der Vernunft 64
Seit Jahrtausenden erschafft der Mensch Monster, um auf diese Weise seinen Ängsten ein Gesicht zu geben
Tilmann P. Gangloff

„Gewalt sollte beklemmend sein!" 68
Gespräch mit Marcus Stiglegger

Bundeswe(h)rbung: Krieg als Entertainment für Jugendliche? 74
Laura Keller

LITERATUR* 76

RECHT

Urteile 86
Aufsatz 88
Meldungen 88

SERVICE

Kurz notiert 90

Filmquiz 92

Impressum, Abbildungsnachweis

WEBKLUSIV AUF TVDISKURS.DE

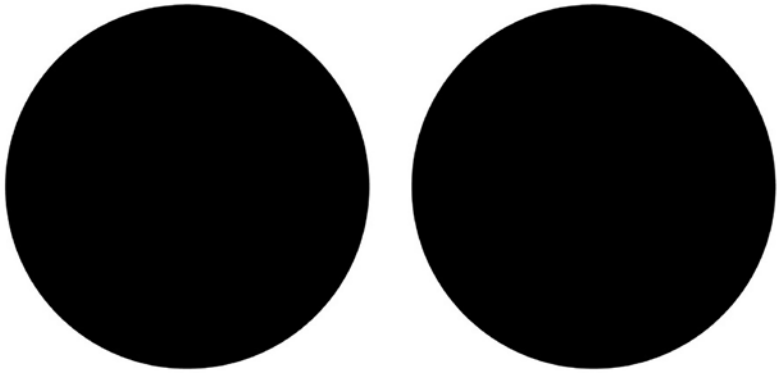
Nur keine Überraschungen, auch nicht zu Weihnachten!
Oder: Das Elend des neuen Radios
Gerd Hallenberger

Einführungen in die Wirklichkeit
Das doxs!-Festival für Kinder und Jugendliche holt das junge Publikum aus der digitalen Cloud in den Kinosaal
Mark Stöhr

„Das Leben hat seine eigene Majestät"
Barbara Weinert im Gespräch mit Martin Rambow

Zu brutal?
Die Ästhetisierung und Kommentierung von Gewalt in YouTube-Videos zum Ultimate Fighting
Jörg-Uwe Nieland und Ludgera Vogt

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



LIETUVOS
KINO
CENTRAS

Breit aufgestellte Kommission für altersgerechte Freigaben

Jugendmedienschutz in Litauen

Jens Dehn

Seit 2012 hat Litauen eine zentrale Anlaufstelle für die nationale Filmwirtschaft: Mit dem Lietuvos kino centras, kurz LKC, ist dem baltischen Staat ein großer und wichtiger Schritt zur Verbesserung der Infrastruktur gelungen. Unter der Führung des LKC kommt auch regelmäßig eine siebenköpfige Kommission zusammen, die dem Kulturministerium Empfehlungen zur Altersklassifizierung von Kinofilmen gibt. Für Fernsehausstrahlungen sind hingegen die jeweiligen Sender eigenverantwortlich.

Litauen ist ein kleines Filmland. Nur rund 40 Kinos besitzt der baltische Staat, mit insgesamt weniger als 100 Leinwänden. In der Hauptstadt Vilnius mit ihren fast 600.000 Einwohnern gibt es drei kommerzielle Kinokomplexe, dazu kommen noch drei Arthouse Cinemas mit jeweils zwei oder drei Leinwänden. 2016 wurden elf Filme produziert, der Marktanteil litauischer Produktionen liegt bei etwa 18 %. Die Fernsehlandschaft besteht aus einem staatlichen Sender sowie drei privaten, die alle landesweit empfangbar sind. Die einheimische Filmwirtschaft verfügte in der Vergangenheit nie über große finanzielle Mittel, doch zumindest hat sich die Situation seit 2012 etwas gebessert. Gesetze zur Filmförderung wurden geändert bzw. angepasst, es wurden Programme für Schulkinder entwickelt, um auch das junge Publikum an die einheimischen Filme heranzuführen. Die wohl wichtigste Neuerung aber: Mit dem LKC wurde eine zentrale Anlaufstelle ins Leben gerufen, auf die viele Filmschaffende in Litauen seit Jahrzehnten warteten.

Das Lietuvos kino centras, gegründet im Mai 2012, ist eine staatliche Einrichtung, die dem Kulturministerium unterliegt. Es richtet sich nach dem litauischen Filmgesetz, das zuletzt 2011 modifiziert wurde. Zu den Aufgaben des LKC gehören u. a. die Förderung der nationalen Filmindustrie, die Bereitstellung von Mitteln für Filmentwicklung, Produktion, Vertrieb und Bildungsprojekte sowie die Erhaltung des Filmerbes. Darüber hinaus verwaltet das LKC das Filmregistrierungs- und Filmindexierungssystem.

Registrierung und Indexierung

Die sogenannte Filmindexierung (Filmų indeksavimas) ist letztlich nichts anderes als eine Altersklassifizierung. Alle Filme, die in litauischen Kinos gezeigt werden, müssen im Filmregister registriert sein und einen bestimmten Filmindex haben, der auf dem geeigneten Mindestalter der Zuschauer basiert. Die Filmindizes müssen auf Filmplakaten und anderen Anzeigen und jeglichen gedruckten Informationen zu dem entsprechenden Film ausgewiesen sein. Ausgenommen hiervon sind Filme, die zu kulturellen, künstlerischen oder pädagogischen Zwecken in Kinos gezeigt werden (z. B. auf Festivals, Seminaren, Retrospektiven etc.).

Seit 2013 legt das LKC die Indizes fest (zuvor wurde dies direkt vom Kulturministerium gemacht), basierend auf den Vorschlägen einer sogenannten „Filmindexierungskommission“. Die Kommission besteht aus sieben Mitgliedern verschiedener staatlicher und öffentlicher Institutionen. Eines davon

ist zurzeit Jurgita Kažukauskaitė-Sarnickienė von der Abteilung für Filmvermittlung, Information und Filmerbe des LKC. „Die Kommission hat einen eher empfehlenden Charakter“, erklärt Kažukauskaitė-Sarnickienė. „Mit der Zusammensetzung soll sichergestellt werden, möglichst viele Blickwinkel und Ansichten abzudecken, bevor wir zu einer Beurteilung kommen.“ So gehören der Kommission ein Vertreter des Ministeriums für Bildung und Wissenschaft an, ein Experte für den Schutz der Rechte von Kindern, ein Abgesandter kommt vom litauischen Verband der Filmemacher, je ein Repräsentant vom Hochschulrat, der Vereinigung litauischer Psychiater und dem litauischen Rat für Jugendorganisationen sowie einer, der für das LKC teilnimmt. „Wir beurteilen alle Filme mit einem regulären Kinostart“, sagt Jurgita Kažukauskaitė-Sarnickienė, „bis auf die erwähnte Ausnahme von Filmen, die z. B. auf Festivals laufen – diese benötigen keinen Index. Das jeweilige Festival trägt in diesen Fällen die Verantwortung, dass die Filme von einem altersgerechten Publikum gesehen werden. Auch das Fernsehen ist selbstverantwortlich: Filme, die im TV gezeigt werden, werden von den entsprechenden Sendern beurteilt.“ Die Alterseinteilungen sind dabei für Kinofilme und Fernsehausstrahlungen unterschiedlich. Bei Kinofilmen gibt es fünf Indizes, beginnend bei einer generellen Freigabe für alle Altersstufen. Die weiteren Stufen liegen bei 7 Jahren, 13, 16 und 18 Jahren. Im Fernsehen sind die Indizes geringfügig anders. Hier liegen die Stufen lediglich bei 7 Jahren, 14 Jahren und einer Freigabe nur für Erwachsene. Sender müssen sowohl Filme als auch Serien und Shows indexieren.

Unterschiede bei der Indexierung in Litauen

Kino	Fernsehen
V – frei für jedes Alter	
N-7	N-7
N-13	N-14
N-16	
N-18	S – nur für Erwachsene

Bekanntes Problem, litauische Lösung

Vor einigen Jahren wurde das Kinogesetz dahin gehend novelliert, dass es jüngeren Kindern ab 7 Jahren mittlerweile erlaubt ist, in Begleitung von Erwachsenen auch Filme mit dem Index N-13 zu sehen. Präzedenzfall hierfür war der Mittelteil von Peter Jacksons *Hobbit*-Trilogie *Der Hobbit: Smaugs Einöde*. Der Film war ab 13 Jahren freigegeben, doch es gab viel Unverständnis – auch und zumeist von Eltern – darüber, dass jüngere Zuschauer ihn somit nicht sehen konnten. Die Diskussion ist vergleichbar mit der alten und regelmäßig aufkommenden Forderung, in Deutschland eine Freigabe ab 9 Jahren einzurichten, da es viele Filme gibt, für die Kinder ab 6 Jahren zu jung, ab 12 aber schon zu alt sind. In Litauen wurde mit dieser Gesetzesänderung eine Kompromisslösung installiert.

Im Kino muss auch schon bei Trailern erwähnt bzw. kenntlich gemacht werden, ab welchem Alter der Film freigegeben ist. Bei Fernsehausstrahlungen wird diese Klassifizierung wie in einigen anderen Ländern auch während der Übertragung in einer Ecke des Bildschirms eingeblendet, um Eltern darauf aufmerksam zu machen, ob der Film für ihre Kinder geeignet ist oder nicht. Sendungen für Jugendliche ab 14 Jahren dürfen erst nach 21:00 Uhr ausgestrahlt werden, Programme ab 18 Jahren dürfen die Sender lediglich zwischen 23:00 und 06:00 Uhr zeigen. Gleiches gilt auch für Radiosendungen.

Beurteilungskriterien und Struktur der Kommission

Die Kommission bewertet die Filme nach inhaltlichen Kriterien, wie die Darstellung von Gewalttaten und Mobbing, Nacktheit, die Verwendung von Drogen bzw. Szenen, in denen Abhängigkeit und Sucht dargestellt werden. Auch im Hinblick auf Selbstmordtendenzen, Waffengebrauch und sprachliche Verletzung (Beschimpfungen, Flüche, Beleidigungen etc.) werden die Filme betrachtet. Dabei berücksichtigt die Kommission bei der Beurteilung den künstlerischen Kontext des Films und die Zweckmäßigkeit, Dauer, Häufigkeit und Intensität der jeweiligen Szenen. Grundlage hierfür ist das nationale Kinogesetz. Darin ist auch geregelt, wie die Kommission sich zusammensetzen und wie, wann und wie oft sich die Mitglieder treffen sollen. „Es gibt die Regelung, dass innerhalb von zwei Jahren drei Mitglieder wechseln müssen“, erklärt Jurgita Kažukauskaitė-Sarnickienė die gesetzlichen Vorgaben. „Es gibt also immer eine gewisse Zirkulation, mit der sichergestellt wird, dass neue Mitglieder nachrücken, aber trotzdem eine gewisse Erfahrung vorhanden ist.“ Zum momentanen Zeitpunkt wird das Kinogesetz überarbeitet und auf den neuesten Stand gebracht. Es wurde dem Parlament bereits vorgelegt, nun muss darüber diskutiert und schließlich abgestimmt werden. Für die Filmbewertungskommission und ihr Arbeitsfeld wird sich allerdings so oder so nicht allzu viel ändern. Die wohl einzig relevante Neuerung in diesem Bereich: Bisher

© Alamode Filmdistribution

Love

© Concorde Home Entertainment/Christian Geisnaes

Nymphomaniac

konnten Repräsentanten bestimmter Institutionen Mitglieder der Kommission werden, wie etwa Vertreter des Ministeriums für Erziehung, von Kinderschutzorganisationen etc. In Zukunft werden nur noch Felder benannt, wie z. B. „Erziehung". Diese müssen durch die nachgewiesenen Kompetenzen der Mitglieder abgedeckt werden, sind aber nicht mehr gebunden an einzelne Institutionen.

Kontroverse um *Nymphomaniac* und *Love*

Ebenfalls gesetzlich geregelt ist der Weg zur Indexierung von Kinofilmen: Die Filmverleiher sind angehalten, beim LKC eine Freigabe ihrer Filme zu beantragen. Sie müssen dann ein Screening arrangieren, sodass die Kommission den Film ansehen und einen Index geben kann. Das sollte 20 Tage vor der Filmpremiere geschehen. Wenn das Ganze im Rahmen eines Kinoscreenings geschieht, sehen sich die sieben Mitglieder den Film gemeinsam an. Ist eine Kinovorführung nicht möglich, bekommen sie Links, unter denen sie den Film zu Hause anschauen können. Nachdem alle sieben Kommissionsmitglieder den Film gesehen haben, setzen sie sich zusammen und beraten über die Indexierung. Dass es dabei nicht immer zu einer einstimmigen Beurteilung kommt, liegt auf der Hand, umso wichtiger ist nach Einschätzung von Jurgita Kažukauskaitė-Sarnickienė auch die offene Diskussion untereinander, um letztlich einen Konsens zu finden, mit dem alle Mitglieder gut leben können. Doch es kann auch vorkommen, dass sich Protest regt, der von außerhalb der Kommission kommt. „In der jüngeren Vergangenheit gab es zwei Fälle, bei denen unsere Entscheidungen Diskussionen hervorgerufen haben", so das Mitglied des LKC. Der erste Film war *Nymphomaniac* von Lars von Trier. „Unsere ursprüngliche Empfehlung lautete, Aufführungen des Films aus pornografischen Gründen komplett zu untersagen. Denn in Litauen ist Pornografie gesetzlich verboten. Filme, die dementsprechend eingestuft sind, bekommen keine Aufnahme ins Filmregister und dürfen nicht in Kinos gezeigt werden. Doch nachdem im Fall von *Nymphomaniac* u. a. Kinobesitzer intervenierten, dass das Gezeigte eine künstlerische Ausdrucksform darstellt und der Film deshalb öffentlich laufen sollte, hat sich die Kommission nochmals mit *Nymphomaniac* und dieser Argumentation beschäftigt und ist zu dem Schluss gekommen, den Film doch zu erlauben und ihn ab 18 Jahren freizugeben." Die durch die öffentliche Diskussion hervorgerufene Aufmerksamkeit sorgte dafür, dass *Nymphomaniac* in Litauen ein beachtlicher Publikumserfolg wurde. Es war wohl gewissermaßen der Reiz des Verbotenen: „Selbst Zuschauer, die sich den Film unter normalen Voraussetzungen sicher nicht angesehen hätten, waren plötzlich interessiert und gingen ins Kino."

Die zweite Kontroverse entstand um den Film *Love* von Gaspar Noé. Aufgrund des Präzedenzfalls *Nymphomaniac* wurde er ebenso mit einem Index belegt, der Zuschauern ab 18 Jahren den Kinobesuch erlaubte. Das war dem Verleiher von *Love* allerdings gar nicht so recht, hatte er wohl ursprünglich gehofft, dass auch sein Film verboten und anschließend eine ähnliche Aufmerksamkeit erhalten würde wie zuvor *Nymphomaniac*. Aus diesem Marketinggeschenk wurde somit nichts, doch letzten Endes konnte sich der Verleiher auch mit der Freigabe ab 18 anfreunden, wie Kažukauskaitė-Sarnickienė schmunzelnd anmerkt.

Strafen bei Fehlverhalten

Von diesen beiden Kinofilmen abgesehen, bekommt die Kommission von Zeit zu Zeit auch Beschwerden von Fernsehzuschauern darüber, dass ein bestimmter Film gezeigt wird. Meistens in den Sommerferien, wenn mehr Menschen Fernsehen schauen, wie Jurgita Kažukauskaitė-Sarnickienė erklärt. „In der Öffentlichkeit ist unsere Arbeit nicht so bekannt und viele Menschen wissen nicht, dass wir für Fernsehausstrahlungen gar nicht zuständig sind." Tatsächlich gibt es eine Aufsichtsbehörde, die Radio- und TV-Kommission Litauens, die aktiv wird, wenn Verstöße von Sendern gegen die Klassifizierungen gemeldet werden, wenn also z. B. ein Film mit Erwachsenenfreigabe im Nachmittagsprogramm gezeigt wird. Die Kommission kann finanzielle Strafen an TV-Sender verhängen. Kinos auf der anderen Seite können bestraft werden für administrative Verstöße, etwa wenn ein Film ab 18 vor einem Publikum aufgeführt wird, in dem Kinder sitzen. Hierfür zuständig ist zurzeit noch das Kulturministerium. Diese Verantwortlichkeit, so Kažukauskaitė-Sarnickienė, wird in Zukunft jedoch an das LKC übergehen, sobald der entsprechende Passus in der Überarbeitung des Kinogesetzes vom Parlament abgesegnet worden ist.

Jens Dehn arbeitet als freiberuflicher Filmjournalist.

„Gewalt wünscht man keinem, aber Sex …?"

Sexualmoral und Bewertungskriterien im internationalen Vergleich

Claudia Mikat

Zentrales Thema der diesjährigen International Classifiers Conference (ICC) in Stockholm war der Umgang mit Darstellungen von Sexualität. Eine Befragung unter den teilnehmenden Organisationen aus 23 Ländern im Vorfeld der Konferenz sollte Aufschluss darüber geben, nach welchen Kriterien und zu welchem Zweck sexuelle Inhalte in den verschiedenen Ländern klassifiziert werden: Geht es dabei um Nacktheit, um sexuelle Handlungen oder gar Orientierungen, um sexualisierte Sprache oder um Sex in Verbindung mit Gewalt? Der Beitrag stellt einige Themen der Tagung und Ergebnisse der Erhebung vor.

Die sexuelle Freizügigkeit in Schweden ist legendär. Unschuldige Nacktbadeszenen (z. B. in Ingmar Bergmans *Die Zeit mit Monika*, 1953) machten die „schwedische Sünde" in den 1950er-Jahren weltbekannt.[1] Schweden galt bald als „Keimzelle filmischer Aphrodisiaka". Eine weibliche Masturbationsszene unter der Kleidung (in Bergmans *Das Schweigen*, 1963) wurde in Deutschland als unerhört freizügig, der Film als „Sex-Schocker" wahrgenommen.[2] 1969 eröffnete der spätere Ministerpräsident Olof Palme in einem Fernsehinterview dem staunenden britischen Journalisten David Frost die Vorzüge der liberalen schwedischen Sexualmoral: Die Zensurbestimmungen seien wenig restriktiv, bestimmte Filme und Bilder könnten in Schweden produziert und verbreitet werden, was auch zu einer natürlichen und normalen Haltung Jugendlicher gegenüber Sexualität führe.[3] Für sich genommen, so die Film- und Literaturprofessorin Mariah Larsson, die auf der Konferenz die 100-jährige schwedische Zensurgeschichte Revue passieren ließ, galt und gilt Sexualität in Schweden nicht als entwicklungsbeeinträchtigend.

Anders sei es, sofern Gewalt im Spiel ist. „Streng bei Gewalt, großzügig bei Sex" – so hatte 1998 der damalige stellvertretende Direktor der staatlichen Zensurbehörde das Paradigma im schwedischen Jugendmedienschutz zusammengefasst.[4] Das Sozialdrama *491* des Bergman-Schülers Vilgot Sjöman war 1964 der erste Film seit Einführung der Filmzensur 1911, der verboten wurde. Zwar hob seine Königliche Majestät Gustav VI. Adolf das Urteil auf, aber Sjömans Film – der passenderweise vom Scheitern eines liberalen Experiments erzählt – gelangte auch in Schweden nur in einer um 84 Sekunden geschnittenen Fassung in die Kinos. Szenen, die Gewalt und Sexualität verquicken – eine Vergewaltigung und ein angedeuteter Zwang zur Sodomie mit einem Schäferhund –, mussten entfernt werden, obwohl sie – zumal aus heutiger Sicht – keineswegs drastisch oder selbstzweckhaft sind, sondern auf desolate Verhältnisse verweisen, denen mit scheinheiliger Doppelmoral im Wohlfahrtsstaat nicht beizukommen ist.

Bis zum Ende der Zensur in 2011 folgten weitere Verbote von Filmen, die als „verrohend" oder „brutalisierend" eingeschätzt wurden. Vor allem die frühe Zensurpraxis zeige allerdings, dass darunter nicht nur Gewaltpornografie fiel, sagte Larsson, sondern auch „vulgäre Elemente", die Palme seinerzeit ebenfalls von seinem Wohlwollen ausgeschlossen hatte. Wesentlich waren weniger die bildliche Explizitheit, sondern Abweichungen von einer hetero-normativen Perspektive. Beanstandet wurden Filmszenen, die eine „anstößige", als

© Studiocanal Home Entertainment

Das Schweigen

„unnormal" geltende Sexualität darstellten, wie z. B. lesbische Sex- oder Masturbationsszenen oder eben Sjömans Bilder, die – obgleich in polemischer Absicht – mit sexuellen Tabus brachen. Auch im liberalen Schweden, so Larssons Schlussfolgerung, gab es im Umgang mit Sexualität implizite Normen, die festlegten, was als entwicklungsbeeinträchtigend oder -gefährdend zu gelten habe. Zentrale Kriterien für ein Verbot wie Verrohung oder Brutalisierung seien nur vorgeschoben, die Subjektivität von einer vermeintlichen Objektivität lediglich verdeckt worden.

Wie werden heute Filme bewertet, die Sexualität thematisieren und visualisieren und welche Normen stehen hinter den Entscheidungen?

Skandinavisches Cluster

Zunächst zeigt sich: Der entspannte Blick auf Sexualität und der vergleichsweise kritische Umgang mit Gewalt kennzeichnen den schwedischen Jugendschutz bis heute. Sex sei schließlich auch etwas Gutes, meinte einer der schwedischen Prüfer, Gewalt würde man dagegen niemandem wünschen. Vergleiche von Filmfreigaben zeigen regelmäßig ein entsprechendes Cluster in ganz Skandinavien im Gegensatz zum angloamerikanischen Raum, wo Darstellungen von Sexualität rigide bewertet werden, die Gewaltakzeptanz dagegen allgemein höher liegt.

Der dritte Teil der Science-Fiction-Saga *Planet der Affen: Survival* (USA 2017) oder auch das Kriegsdrama *Dunkirk* (GB/USA/F/NL 2017) haben in Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien eine Freigabe ab 12 Jahren erhalten. In Schweden werden beide Filme mit der höchsten Altersfreigabe ab 15 Jahren versehen.

Dagegen ist der Stop-Motion-Film *Anomalisa* (USA 2015) nach schwedischer Auffassung trotz einer langen Sexszene mit ausführlicher oraler Befriedigung für Kinder nicht beeinträchtigend und wird ab 7 Jahren freigegeben. Das britische BBFC sieht im Liebesspiel der Puppen „a scene of strong sex featuring strong nudity" und erteilt eine Freigabe ab 15 Jahren. In den meisten anderen Ländern, so auch in Deutschland, werden Freigaben ab 11 bzw. ab 12 Jahren erteilt. Die Sexszene könne Kinder unter 12 Jahren „irritieren und überfordern", so die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).[5]

Ebenso eklatant ist der Bewertungsunterschied beim Animationsfilm *Sausage Party – Es geht um die Wurst* (USA 2016), der wegen einer Sexorgie unter Lebensmitteln im Supermarkt in den USA ein R-Rating (ab 17 Jahren) erhielt. Die Szene, in der ein Würstchen stöhnend in ein Hotdog-Brötchen gleitet und alsbald Camembert und Cracker, Taco und Tabascosauce miteinander verkehren, verleihe „dem Begriff ‚Food-Porn' eine völlig neue Bedeutung", ulkt der „Spiegel".[6] In fast allen Ländern erhält die irre Komödie hohe Freigaben ab 15 bzw. 16 Jahren. Sogar in Frankreich, das sonst bei jeglicher Beschränkung der filmischen Kunstfreiheit äußerst zurückhaltend ist, wird der Film erst ab 12 Jahren freigegeben. Allein in Schweden und in Dänemark ist *Sausage Party* ab 11 Jahren frei und kann in Begleitung Erwachsener auch von 7-Jährigen gesehen werden.

Spezifische Bewertungskriterien

Grundsätzlich unterscheiden sich die versammelten Institutionen darin, ob sie bei der Bewertung von sexuellen Inhalten spezifische Kriterien zugrunde legen oder allgemein gehaltene Kriterien auf konkrete Fälle anwenden.

Sollen Eltern genaue Informationen über die Filminhalte vermittelt werden, spiegeln die Kriterien ihre Erwartungen vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Sexualmoral. Sexuelle Inhalte werden präzise beschrieben, die Alterskennzeichnung wird nach Ausprägung und Frequenz abgeschichtet: Je häufiger und expliziter die Sexszene, umso höher die Altersfreigabe. Welche Inhalte für welche Altersstufe als geeignet oder angemessen angesehen werden, hängt vom jeweiligen kulturellen Kontext ab.

In den USA entspricht die rigide Spruchpraxis der Motion Picture Association of America (MPAA) offenbar dem vermuteten Grad an allgemeiner Prüderie. Es gibt kaum Grenzfälle wie im Gewaltbereich, weil Nacktheit auch im nicht sexualisierten Kontext, sexualisierte Sprache oder auch nur Andeutungen von Sex ohne Details häufig bereits zur Erwachsenen-Kategorie R führen können. Im Roadmovie *American Honey* (GB/USA 2016) etwa, das von einer Jugendlichen aus ärmlichen Verhältnissen erzählt, die sich einer Drückerkolonne anschließt, sind die „stark sexualisierten Inhalte" und „explizite Nacktheit" wesentlich für das R-Kennzeichen. Zu sehen sind ein Jugendlicher, der vor der Gruppe zweimal seinen Penis zeigt, sowie zwei leidenschaftliche Sexszenen.

Auch in Großbritannien sind öffentliche Meinung und Elternerwartungen wesentliche Grundlage des feingliedrigen Kriterienkatalogs. Für unter 12-Jährige dürfen nur dezente sexuelle Handlungen wie Küsse, kurze Nacktszenen im nicht sexualisierten Kontext und sexuelle Andeutungen freigegeben werden. Für eine Freigabe ab 12 Jahren ist Nacktheit mit sexuellen Bezügen erlaubt, aber nur kurz und dezent. Häufige

und deutliche sexuelle Bezüge oder eine derb sexualisierte Sprache sind für diese Altersgruppe nicht akzeptabel und führen unweigerlich zu einer Freigabe ab 15 Jahren. Entsprechend wird auch *American Honey* ab 15 Jahren freigegeben: „There is a single use of very strong language (‚c**t'), as well as strong language throughout (‚f**k' and ‚motherf**ker'). Sex scenes include buttock nudity and sight of pubic hair, as well as thrusting and ‚riding'. […] There is full frontal male nudity as a man exposes himself in front of his friends and as he dances naked on the roof of a van."

Die automatisierten Klassifizierungssysteme wie Kijkwijzer (Niederlande) oder KAVI (Finnland) arbeiten ebenfalls mit präzise beschreibenden Kriterien, sind aber wesentlich liberaler in der Zuweisung der korrespondierenden Altersstufen. In beiden Ländern fallen auch deutlichere Sexszenen wie in Teeniekomödien noch in den Bereich der 12er-Freigaben, sofern sie nicht sehr häufig vorkommen und keine Details zu sehen sind. In Finnland erhält *American Honey* entsprechend eine Freigabe ab 12, in den Niederlanden eine Freigabe ab 16 Jahren, hier allerdings wegen der Darstellungen von Alkohol- und Drogenkonsum.

In ähnlicher Weise reflektieren die Klassifizierungssysteme in Australien, Kanada, Irland, Singapur oder Südafrika die gesellschaftlichen Werte und Moralvorstellungen und bieten mit klaren und einheitlichen Bewertungskategorien Eltern eine Orientierung. Die Freigaben von *American Honey* liegen bei 15 in Australien, 16 in Irland, 18 in Kanada und Südafrika sowie 21 in Singapur.

Entwicklungsbeeinträchtigung und Kontext

In den Ländern, in denen die Frage der potenziellen Entwicklungsbeeinträchtigung im Vordergrund steht wie in Deutschland, Skandinavien oder Frankreich sind die Kriterien allgemeiner und die Freigaben kontextabhängig. Das Alterskennzeichen ist keine Empfehlung, sondern es zeigt den Ausschluss möglicher Wirkungsrisiken an. Spezifische Kriterien für die Bewertung von sexuellen Inhalten gibt es in der Regel nicht.

In Schweden etwa führen Nacktheit auch im sexualisierten Kontext, einvernehmlicher Sex ohne Details (z. B. unter der Bettdecke), explizite sexualisierte Sprache oder sexuelle Anspielungen für sich genommen nicht zu einer Altersbeschränkung. *American Honey*, in dem es nicht vorrangig um Sex geht, sondern um eine Coming-of-Age- und Liebesgeschichte vor dem Hintergrund eines trostlosen Amerikas irgendwo zwischen Ost- und Westküste, wird in Schweden ab 11 Jahren freigegeben. Auch in Deutschland ist der Kontext wesentlich, das Bild von Sexualität, eventuell mitschwingende Gewalt- oder Diskriminierungstendenzen. Entsprechend bewertet die FSK die derbe Sprache und den Drogenkonsum vor dem Hintergrund des gezeigten sozialen Milieus, sieht „Gewalt- wie Sexszenen sehr dezent inszeniert" und schließt das Risiko einer Beeinträchtigung ab 12-Jähriger aus. In Frankreich kommt der Film – mit einer Warnung – ganz ohne Altersbeschränkung in die Kinos.

Sexuelle Orientierung

Die sexuelle Orientierung spielt für die Altersbewertung in den meisten Ländern keine Rolle mehr. Eine Ausnahme ist Singapur, wo jegliche Darstellung von Sexualität mindestens eine Freigabe ab 18 Jahren erhält und Sex unter Gleichgeschlechtlichen nur dann mit der höchsten Kategorie ab 21 zugelassen wird, wenn ein homosexueller Lebensstil nicht propagiert oder gerechtfertigt wird.

Das trifft auf das Drama *Carol* (GB/USA 2015) zu, das eine lesbische Liebesgeschichte in den USA der 1950er-Jahre erzählt, die an gesellschaftlichen Vorurteilen zerbricht. Allein wegen des Themas „Homosexualität" wird der Film in Singapur mit R-21 gekennzeichnet. Das britische BBFC fokussiert auf eine angedeutete Sexszene und ordnet diese als drastisch ein: „A strong sex scene features sexualised breast nudity and the suggestion of oral sex, with one woman's head between another's legs": Freigabe ab 15 Jahren (USA R, Korea 18, Südafrika 16, Irland 15). In den Niederlanden und in Finnland führt dieselbe Szene zu einer Freigabe ab 12 Jahren. Die FSK würdigt die „ruhigen, eleganten Bilder" und die dezente Inszenierung eines erotischen Moments und gibt den Film ab 6 Jahren frei (in Frankreich und Norwegen o. A.).

Auch für die Bewertung des oscarprämierten Dramas *Moonlight* (USA 2016) ist in Singapur die Andeutung einer homoerotischen Beziehung ausschlaggebend für die Freigabe ab 18 Jahren. In Großbritannien sprechen wieder die konkreten Sexszenen für eine Freigabe ab 15 Jahren: „Scenes of sexual activity include implied masturbation and penetration, and in one scene a character wakes up following a ‚wet dream'. Strong verbal references are made to oral sex and intercourse" (USA R, Korea 18, Irland 15). In der FSK-Begründung werden die homoerotische Beziehung zwischen dem Protagonisten und seinem Freund oder konkrete Sexszenen nicht einmal erwähnt. Ausschlaggebend für die Freigabe ab 12 Jahren sind vielmehr „eindringliche Darstellungen von Konflikten, Gewalt und Drogenmissbrauch" (Schweden/Dänemark 11, Norwegen/Finnland 12, Niederlande 12, Frankreich o. A.).

Gesellschaftliche Akzeptanz

Die Vor- und Nachteile der beiden Ansätze liegen auf der Hand: Standardisierte Informationen zum Filminhalt bieten verlässliche Kategorien und spezifische Merkmale für die Zuordnung zu einer bestimmten Altersgruppe. Subjektive Einflüsse sind so weit wie möglich zurückgenommen. Da allgemeine Werte und Erwartungen einbezogen werden, ist die gesellschaftliche Akzeptanz relativ hoch, Beschwerden sind entsprechend seltener. Auf der anderen Seite bleibt der Kontext unberücksichtigt, die Bewertung wird dem Gegenstand oft nicht gerecht, weil ein Film nun einmal mehr ist als die Summe seiner Einzelteile.

Die relativ freie Auslegung von allgemein gehaltenen Kriterien ist dagegen anfälliger für eine subjektive Einflussnahme durch die Prüfenden. Ausschusspluralität kann dem zwar entgegenwirken, dennoch können Grenzfälle je nach Zusammensetzung des Gremiums und persönlicher Einstellung seiner Mitglieder so oder so entschieden werden. Expertenmeinungen, die nach ausführlicher Diskussion zustande kommen und sich auf das Filmganze beziehen, weichen oft erheblich von elterlichen Einschätzungen ab. Wie bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), wo Zuschaueranfragen nahezu ausschließlich sexualthematische Inhalte betreffen, die im Tages- oder Hauptabendprogramm unangemessen erscheinen, richten sich auch in Schweden die Beschwerden vor allem gegen Freigaben von sexuellen Inhalten, die als zu freizügig empfunden werden.

Neuer Konservatismus

Vor diesem Hintergrund ist für Mariah Larsson keineswegs sicher, dass die legendäre liberale Haltung gegenüber einvernehmlichem Sex in Schweden weiterhin Bestand haben wird. Vor knapp zwei Jahrzehnten löste die Freigabe von *American Pie* (USA 1999) ab 7 Jahren keine nennenswerten Reaktionen aus, heute wird die Freigabe von *Sausage Party* auch in Schweden kontrovers diskutiert. 2015 sorgte der Cartoon *Snoppen och Snippan* (auf Deutsch etwa „Pipimann und Pipifrau“) im schwedischen Kinderfernsehen des öffentlich-rechtlichen Senders SVT für Aufsehen. Das Aufklärungsvideo, in dem Penis und Scheide mit Hut, Sonnenbrille und Mikrofon tanzen, sollte es Eltern erleichtern, mit ihren Kindern über Geschlechtsorgane zu sprechen – ein Angebot, das von vielen als Zumutung empfunden wurde. Die Beschwerden sind symptomatisch für einen gesellschaftlichen Wandel, meinte Larsson. Es gebe einerseits eine große Liberalität in den Bewertungen, andererseits aber auch mehr Puritanismus in der Gesellschaft.

Konservativer Gegenwind ist auch in Frankreich zu spüren. Gegen die Bewertung von *Sausage Party* durch das Centre national du cinéma et de l’image animée (CNC) liefen christliche Organisationen Sturm, der Vorsitzende der christdemokratischen Partei forderte in einem offenen Brief an die zuständige Ministerin, die Freigabe ab 12 Jahren zurückzunehmen. „Erklären Sie uns, wie Sie die Vorführung einer gigantischen Orgie vor Familien rechtfertigen“, heißt es in einem Tweet, der durch vermeintlich eindeutig-pornografische Standbilder aus dem Würstchenfilm an Schlagkraft gewinnen soll – er stammt von La Manif pour tous, einer Bewegung gegen die gleichgeschlechtliche Ehe und für den Erhalt der traditionellen Familie.[7]

Fazit

Altersbewertungen von Filmen mit sexuellen Inhalten fallen sehr unterschiedlich aus – je nachdem, welche sexualethischen Normen hinter den Bewertungskriterien stehen. Das gilt in Bezug auf verschiedene Länder wie auch innerhalb einer Gesellschaft. Um die allgemeine Akzeptanz von Freigaben zu erhöhen, ist es hilfreich, die hinter der Bewertung stehenden Kriterien offenzulegen. In Deutschland geht es wie in Schweden nicht darum, ob Inhalte geeignet oder nach moralischen Maßstäben angemessen sind oder vielleicht unangenehme Nachfragen provozieren. Es geht allein um die Frage, ob Inhalte Kinder in ihrer Entwicklung beeinträchtigen oder gefährden können. Mehr als in Deutschland betonen die skandinavischen Länder in diesem Zusammenhang die UN-Kinderrechtskonvention und das Recht von Kindern auf Information und Zugang zu Medien. Wünschenswert wäre es, bei der Einschätzung von Wirkungsrisiken die Sicht von Kindern miteinzubeziehen. Erste Ansätze macht man in Dänemark: Hier wurden Kinderpanels eingerichtet, um herauszufinden, welche Inhalte die Heranwachsenden selbst als grenzüberschreitend wahrnehmen – andernorts undenkbar.

Claudia Mikat ist Geschäftsführerin „Programmprüfung“ der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

Planet der Affen: Survival

© 20th Century Fox

© Paramount Pictures

Anomalisa

Anmerkungen:

1 Kårlin, H.: *Die schwedische Sünde im Nostalgicum in Göteborg.* Abrufbar unter: http://goteborg-schweden.blogspot.de/2010/07/die-schwedische-sunde-im-nostalgicum-in.html

2 *Sündige Brüder.* In: Der Spiegel, 15/1964, 16.09.1964. Abrufbar unter: http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-46174390.html

3 David Frost interviewing Olof Palme, 1969. Abrufbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=yLfBDHsfMPI

4 *Streng bei Gewalt, großzügig bei Sex – Jugendschutz in Schweden. Joachim von Gottberg im Gespräch mit Erik Wallander.* In: tv diskurs, Ausgabe 6, 3/1998, S. 4 – 15

5 Zu den Entscheidungsbegründungen des BBFC siehe: http://www.bbfc.co.uk/, zu den Entscheidungsbegründungen der FSK siehe: https://www.spio-fsk.de/?seitid=2&

6 Busche, A.: *Versaute Würstchen, prüde Brötchen. Animationsfilm „Sausage Party"*. In: Spiegel Online, 06.10.2016. Abrufbar unter: http://www.spiegel.de/kultur/kino/sausage-party-versaute-wuerstchen-pruede-broetchen-a-1115128.html

7 Vietzen, J.: *„Pornographie für Zwölfjährige": Aufregung um französische Altersfreigabe von „Sausage Party"*. In: Filmstarts, 02.12.2016. Abrufbar unter: http://www.filmstarts.de/nachrichten/18508913.html

© 20th Century Fox

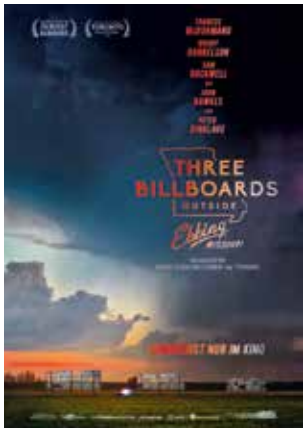
© Alamode Filmdistribution

© Studiocanal Filmverleih

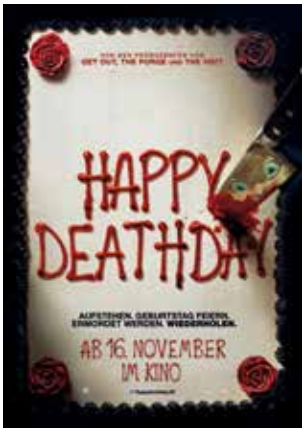
© Warner Bros. Ent.

© Sony Pictures Entertainment

© 20th Century Fox



© Universal Pictures



© Alamode Filmdistribution

© Walt Disney Studios

© Tobis Film

© Universal Pictures

© Sony Pictures Entertainment

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.	Kingsman: The Golden Circle							
	OT: Kingsman: The Golden Circle	16	16	—	15	o. A.	15	15
2.	Körper und Seele							
	OT: Testről és lélekről	12	12	o. A.	18	o. A.!	—	15
3.	American Assassin							
	OT: American Assassin	16	16	16	18	12!	15	15
4.	Geostorm							
	OT: Geostorm	12	12	12	12A	o. A.	11	11
5.	Blade Runner 2049							
	OT: Blade Runner 2049	12	16	14	15	o. A.!	15	15
6.	Three Billboards Outside Ebbing, Missouri							
	OT: Three Billboards*	12	16	14	15	—	11	—
7.	Happy Deathday							
	OT: Happy Death Day	12	16	12	15	12	15	15
8.	The Square							
	OT: The Square	12	12	—	15	o. A.	15	11
9.	Thor: Tag der Entscheidung							
	OT: Thor: Ragnarok	12	12	12	12 A	o. A.	11	11
10.	Bad Moms 2							
	OT: A Bad Moms Christmas	12	12	12	15	o. A.	7	0
11.	Girls Trip							
	OT: Girls Trip	16	12	14	15	o. A.!	—	11
12.	Flatliners							
	OT: Flatliners	12	16	14	15	12	15	—

* Vollständiger Titel: Three Billboards Outside Ebbing, Missouri

o. A. ohne Altersbeschränkung
A Accompanied / mit erwachsener Begleitung
— ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
! Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen

© REUTERS/Hosam Katan

Mächtige Bilder, ohnmächtige Ethik

Bilder erwecken von allen medialen Darstellungsformen am ehesten den Eindruck, die Wirklichkeit so abzubilden, wie sie ist. Dass der gesprochenen und geschriebenen Sprache nicht zu trauen ist und durch sie die Wirklichkeit teils absichtlich, teils irrtümlich auf den Kopf gestellt werden kann, leuchtet wahrscheinlich jedem schon deshalb ein, weil jeder selbst schon einmal irgendwann die Unwahrheit gesagt hat. Bilder hingegen erzeugen den Eindruck, als fange die Kamera Menschen oder Ereignisse so ein, wie sie tatsächlich sind.
Hinzu kommt, dass Bilder direkt über das Auge das Gehirn erreichen und nicht erst über Buchstaben und Wörter decodiert werden müssen. Bilder schaffen so auch unmittelbare Emotionen und werden allgemein als wirkungsmächtiger eingeschätzt als die Sprache oder die Schrift.
Das hat aber auch zur Folge, dass die Kompetenz, Bilder angemessen wahrzunehmen und zu verarbeiten, beispielsweise in der Schule oft unterschätzt wird. Obwohl ein großer Teil der Weltaneignung heute über audiovisuelle Medien geschieht, steht z. B. im Deutschunterricht immer noch die Schrift im Vordergrund. Gleichzeitig werden Personen und ihre Gesichter durch Bilder sehr viel präziser als durch die Sprache beschrieben: Wir erkennen Menschen in der Regel sicher wieder, wenn wir sie auf einem Bild gesehen haben. Daraus ergeben sich aber auch ethische Konsequenzen, wenn es beispielsweise um den Schutz der Persönlichkeitsrechte geht. So werden in der Öffentlichkeit oft kontrovers diskutierte Bilder präsentiert, die Fragen in der Hinsicht aufwerfen, was ethisch vertretbar ist. Was darf man (nicht) zeigen? Was sollte man zeigen? Welche Erwartungen werden an Kameraleute, Fotografen oder Redaktionen von Zeitschriften und Fernsehsendern gestellt, die bei der Herstellung, Auswahl und Verbreitung von Bildern erfüllt werden sollten?
***tv diskurs* gibt einen Überblick über das relativ junge Fach der visuellen Kommunikationsforschung und die Herausforderungen, denen es sich in Zeiten zunehmender Allgegenwart von medialen Bildern stellen muss. Wir wollen die Produktion, Rezeption und Wirkung von Bildern ethisch einordnen und ihre Emotionalisierungsstrategien beleuchten. Es wird ebenfalls der Frage nachgegangen, welche Medienkompetenzen für den Umgang mit Bildern und deren Kontexten erforderlich sind. Die hier vorliegende Ausgabe arbeitet im Wesentlichen die Vorträge und Diskussionen auf, die auf der gleichnamigen Tagung am 7. Dezember 2017 gehalten bzw. geführt worden sind. Die Veranstaltung wurde in Kooperation der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) und der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation" der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) konzipiert und durchgeführt.**

Darf man das zeigen?

Grundzüge einer philosophischen Ethik des Bildes

Arnd Pollmann

Angesichts der fortschreitenden Gewöhnung an eine massenmediale Reizüberflutung durch Bilder werden heute immer weniger Abbildungen noch den jeweils persönlichen Schutzwall des Erträglichen durchbrechen und damit die Grenze des gerade noch Zumutbaren überschreiten. Und doch werden viele Menschen vereinzelt, ob im Fernsehen, Kino, Internet oder in den Printmedien, mit Bildern konfrontiert, die so unmittelbar schrecklich, grausam oder auch obszön wirken, dass sich mit ihnen fast zwangsläufig die Frage nach der Verantwortung für das Zeigen dieser Bilder aufdrängt.

Kontexte der Verantwortung

Ein großer weißer Truck überrollt Menschen an der Strandpromenade von Nizza, ein amerikanischer Soldat wird von Kämpfern des IS geköpft, ein 3-jähriger Flüchtlingsjunge liegt tot am Strand. Darf man das zeigen? Darf man es nicht? Ist es erlaubt, auch wenn man es lassen könnte? Oder soll man, ja, muss man gar?

Auch wenn es auf den ersten Blick so aussehen mag, als bewegte man sich mit diesen Fragen unumwunden innerhalb des argumentativen Bezugsrahmens von Ethik und Moral, so täuscht dieser Eindruck doch. Denn entsprechende Verantwortlichkeiten im Umgang mit problematischen Bildern ergeben sich in ganz unterschiedlichen Kontexten: Fotoreporter, Fotokünstler, Zeitungsredaktionen, Verlage, Fernsehzuschauer, Juristen und Ethiker sehen sich mit diesen Fragen auf jeweils ihre Weise konfrontiert, und sie werden dabei untereinander oft uneins sein. Die journalistische Frage etwa, ob ein Bild „authentisch" ist, ob es die zu berichtenden Informationen wahrhaftig illustriert und daher gedruckt werden sollte, ist eine ganz andere Frage als beispielsweise die spezifisch künstlerische, ob das betreffende Bild ästhetisch „gelungen" ist und künstlerischen Ansprüchen genügt. Das Anliegen einer Zeitungsredaktion hingegen, den teilweise hohen Ansprüchen ihrer akademischen Leserschaft zu genügen, muss sich keineswegs mit den Interessen des Verlags, die Auflage zu erhöhen, decken. Was dagegen Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer sehen wollen, ist bekanntlich nicht immer das, was Juristinnen und Juristen für erlaubt oder aber justiziabel halten. Und selbst wenn *alle* der zuvor genannten Personengruppen aus jeweils ihren Gründen einig wären, dass ein bestimmtes Foto gezeigt werden darf – nehmen wir hier nur das bereits erwähnte Foto des 3-jährigen Aylan Kurdi –, so werden am Ende doch zumindest manche Ethikerinnen und Ethiker etwas gegen die betreffende Veröffentlichung haben.

Daraus folgt zunächst: Fragen der Verantwortung im Umgang mit heiklen Bildern sind nicht *nur* ethische Fragen. Auch auf anderen fachlichen Gebieten und in anderen argumenta-

tiven Begründungszusammenhängen stellt sich die Frage, welche Bilder gezeigt werden sollten und welche nicht – und dann jeweils auch auf andere Weise. Die philosophische Ethik jedoch mag hier eine korrigierende, ja, möglicherweise sogar „vetorechtliche" Rolle übernehmen, sobald schreckliche, grausame oder obszöne Bilder – aus jeweils anderen Begründungslogiken heraus – gezeigt werden dürfen. Damit liegt das Problem auf dem Tisch, erst noch ein wenig genauer bestimmen zu müssen, was das Spezifische einer ethischen Betrachtung von problematischen Bildern ist und was die ethische bzw. moralische Verantwortung im Umgang mit diesen Bildern von etwaigen journalistischen, künstlerischen, redaktionellen, verlagsökonomischen, juristischen oder anderen Verantwortlichkeiten unterscheidet.

»Fragen der Verantwortung im Umgang mit heiklen Bildern sind nicht *nur* ethische Fragen.«

Schreckliche Bilder?

Um also genauer den Verantwortungsbereich einer Ethik des Bildes (hier und im Folgenden: Foto und Film) eingrenzen zu können, ist zunächst ein naheliegendes Missverständnis zu vermeiden. Die „Wucht" schrecklicher Bilder wirkt gelegentlich derart unmittelbar, dass man geneigt sein könnte, die Bilder selbst für ethisch bedenklich zu halten. Doch dieser Eindruck ist aus drei Gründen irreführend:

1) Zwar mögen die betreffenden Bilder teilweise extreme Grausamkeiten zeigen, aber diese Grausamkeiten (sind) geschehen und werden auf dem Bild lediglich dokumentiert: ein mit einem Truck ausgeführter Terroranschlag, Exekutionen seitens des IS, ein toter Flüchtlingsjunge, dem die Welt nicht rechtzeitig zur Hilfe kam. „Schrecklich" ist folglich weniger das dokumentierende Bild als vielmehr die jeweils dokumentierte Grausamkeit, von der wir unter Umständen gar nichts wüssten, wenn es davon nicht ein Abbild gäbe.

2) Fraglich war bislang jedoch vor allem, ob man die betreffenden Bilder *zeigen* soll. Damit ist bereits vorausgesetzt, dass es ethisch oder moralisch falsch sein kann, dies zu tun. Aber auch dann würde gelten: Nicht das Bild als solches ist ethisch bedenklich, sondern gegebenenfalls der Akt des Zeigens, der Veröffentlichung, Verbreitung, Vermarktung, des Konsumierens oder bereits der ursprüngliche Akt des Fotografierens selbst (falls dieser etwa die Intim- oder Persönlichkeitssphäre des fotografierten Menschen verletzt haben sollte).

3) Dass Bilder nicht per se etwas ethisch und moralisch Bedenkliches haben, sieht man auch daran, dass mitunter ein und dasselbe Bild in sehr verschiedenen Veröffentlichungskontexten ethisch unterschiedlich bewertet werden muss. Das Foto einer grausamen Verletzung oder Verstümmelung etwa

mag in einem medizinischen oder auch kriminologischen Zusammenhang selbstverständlich und notwendig sein, während es auf Facebook, Twitter oder in der „Bild-Zeitung“ reißerisch oder gar verwerflich anmutet.

Diese Hinweise legen die Vermutung nahe, dass die infrage stehenden Bilder *an sich* – im Gegensatz etwa zu deren Inhalten oder auch zu den jeweiligen Absichten, die man mit ihrer Produktion und Veröffentlichung verfolgt – ethisch „neutral“ sind. Bilder sind „Medien“. Mit ihnen soll eine Botschaft *vermittelt* werden. Der Inhalt dieser Botschaft mag schrecklich sein. Auch kann der Botschafter mit der Vermittlung, d. h. dem Veröffentlichen, „Teilen“, Weiterleiten dieser Botschaft unmoralische Absichten hegen. Aber das Medium selbst ist weder gut noch anrüchig. Es kommt vielmehr allein auf die mithilfe dieses Mediums dokumentierten Geschehnisse und die Art der Verwendung dieser Medien an. Kurzum: Es sind vornehmlich die jeweils dokumentierten oder aber beim Produzieren und Zeigen dieser Fotos ausgeführten *Handlungen*, die einer ethisch-moralischen Bewertung unterzogen werden können. Dies gilt im Übrigen für philosophische Theorien der Ethik und der Moral ganz allgemein: Auch hier werden vornehmlich Handlungen, d. h. Akte wissentlichen und willentlichen Tuns, als gut oder schlecht bewertet. Beispielsweise: Ich lüge (und das mag schlecht sein), ich verletze, beleidige, demütige, beklaue oder diskriminiere jemanden (und das mag schlecht sein), ich helfe, beachte, respektiere oder schone jemanden (und das mag gut sein) etc. Auf das spezifische Unternehmen einer Ethik des Bildes übertragen: Es geht auch hier nur um ein moralisches Urteil in Bezug auf Handlungen, die mit den Bildern verknüpft sind.

»Es sind vornehmlich die jeweils dokumentierten oder aber beim Produzieren und Zeigen dieser Fotos ausgeführten *Handlungen*, die einer ethisch-moralischen Bewertung unterzogen werden können.«

Eine komplexe Ansichtssache

Die Frage, ob und wann eine auf Bildern dokumentierte oder aber mit der Veröffentlichung dieser Bilder zusammenhängende Handlung moralisch bedenklich ist, scheint sehr oft „Ansichtssache“ zu sein. Konfrontiert mit der soeben bereits skizzierten und konfliktreichen Vielfalt möglicher Begründungszusammenhänge, von denen der ethisch-moralische zunächst nur einer ist, heißt es dann oft, es bedürfe bei der Veröffentlichung bzw. Nichtveröffentlichung eines problematischen Fotos stets der „Abwägung“ zwischen unterschiedlichsten Gründen und Interessenlagen, und für eben diese Abwägung gebe es kein „Patentrezept“. Das sind verlegen wirkende Binsenweisheiten, die meist lediglich eine entsprechende Ratlosigkeit kaschieren und in dieser allgemeinen Form kei-

nerlei bildethische Orientierung stiften. Vielmehr bedarf es einer genaueren Klärung, erstens, was und, zweitens, wie abgewogen werden muss, wenn ein Foto gezeigt werden soll. Beginnen wir mit der ersten Frage, d. h. mit dem „Was" der Abwägung und konzentrieren wir uns dabei, aus Platzgründen, auf Akte der Produktion, Veröffentlichung und Verbreitung von Bildern mit problematischem Inhalt. Im konkreten Abwägungsfall sind mindestens vier sehr unterschiedliche Perspektiven und Interessenlagen voneinander abzugrenzen:

1) Zunächst wäre auf die Perspektive und Interessenlage der jeweils *fotografierten Personen* (und deren Angehörigen) zu achten. Sie besitzen individuelle Rechte auf Selbstbestimmung und gegebenenfalls auch auf Selbstvermarktung, auf Schutz ihrer Persönlichkeit und Intimsphäre, ihres sozialen Ansehens und ihrer Menschenwürde. Übrigens sind die meisten dieser Ansprüche nach Auffassung vieler Ethikerinnen und Ethiker auch dann als verbindlich zu betrachten, wenn es sich bei den Betroffenen um Kinder und Tote handelt.

2) Auch die *fotografierende Person* hat Rechte und Interessen. Als Fotojournalistin und -journalist etwa orientiert man sich an den Prinzipien der Augenzeugenschaft und der Authentizität, als Fotokünstlerin bzw. -künstler hingegen mag man sich einer bestimmten „Schule" und entsprechenden ästhetischen Standards verpflichtet sehen, und beide Gruppen mögen vermeintlich profane Interessen des existenziellen „Broterwerbs" verfolgen, die es aber bei der Abwägung natürlich ebenfalls zu berücksichtigen gilt.

3) Hinzu kommt die das Foto gegebenenfalls *präsentierende Person* in den dafür verantwortlichen Redaktionen, Sendern, Verlagsanstalten oder auch Internetforen. Auch hier sind die Motiv- und Interessenlagen der Akteure meist vielschichtig: Es kann um Verpflichtungen und Aufgaben der Information und Aufklärung gehen, um moralische Appelle und ein „Wachrütteln" der Öffentlichkeit, aber auch um kommerziellen Eigennutz, um Auflage und Profit.

4) Last, but not least: die das Foto *rezipierende Person*. Wenn die unter Punkt drei genannten Akteure entschieden haben sollten, das betreffende Bild zu verbreiten, dann wird dieses Bild – ob freiwillig oder unfreiwillig – von bisweilen sehr vielen Menschen wahrgenommen, betrachtet und gegebenenfalls auch weiter „geteilt". Auch aufseiten dieser Rezipienten sind dann nicht nur Bedürfnisse nach Information und Aufklärung zu verzeichnen. Die meisten Menschen haben zudem egoistische und mitunter regelrecht voyeuristische Unterhaltungsansprüche, und sie weisen darüber hinaus stets auch persönliche Grenzen der Zumutbarkeit und des für sie Erträglichen auf.

Diese vielen verschiedenen Ansprüche mögen zwar nicht allesamt gleichermaßen sympathisch wirken, aber das Problem ist: Sie sind zunächst allesamt auf je ihre Weise legitim. Eine ethisch komplexe Abwägungsentscheidung, ob und in welchem Kontext ein bestimmtes Bild gezeigt werden darf, hätte sie daher allesamt – und vermutlich auch noch weitere – zu berücksichtigen und gegeneinander abzuwägen. Allerdings kann sich dann im konkreten Abwägungsfall zeigen, dass mindestens eine dieser Erwägungen bei genauerer Betrachtung *schwerer* wiegt als andere, diese anderen Erwägungen demnach „übertrumpft" und für die Entscheidung entsprechend ausschlaggebend sein muss. Und genau an diesem Punkt, an dem die Frage auftaucht, ob, wann und warum eine dieser vielen Erwägungen die jeweils anderen zu übertrumpfen vermag, herrscht in der massenmedialen Öffentlichkeit teilweise große Verlegenheit, Ratlosigkeit und Verwirrung. Dieses Durcheinander wiederum ruft die philosophische Ethik auf den Plan, die diesbezüglich für argumentative Orientierung sorgen soll. Damit aber sind wir bei der zweiten und bislang noch ausstehenden Frage nach dem „Wie" der Abwägung angelangt.

Die Priorität der ersten Person

Im vermeintlichen Wirrwarr der vier genannten Perspektiven – die fotografierte, die fotografierende, die präsentierende und die rezipierende Person – scheint am Ende dann doch eine dieser vier Perspektiven, zumindest aus Sicht der zeitgenössischen Ethik, eine gewisse Priorität zu besitzen. Dies liegt vor allem daran, dass die zeitgenössische Ethik in dem Sinn „modern" ist, dass sie das „autonome", das sich selbst bestimmende und mit grundlegenden Freiheitsrechten ausgestattete „Individuum" gegen die Übermacht und mögliche Übergriffe der Gesellschaft, des Kollektivs, des „Systems", der „Sitte" etc. in Schutz nehmen will. Es ist die Perspektive der auch oben bereits wie selbstverständlich an erster Stelle genannten, der fotografierten, abgebildeten Person, der nach Auffassung vieler Ethikerinnen und Ethiker in schwierigen Abwägungsfragen ein gewisser Vorrang gebührt: Die Interessen derjenigen Person, die jeweils fotografiert wurde (und zugleich auch die Interessen ihrer Angehörigen), gehen in vielen Fällen vor; abgesehen von dem auch juristisch nicht immer leicht zu identifizierenden Fall, dass es sich um „Personen des öffentlichen Lebens" oder auch der „Zeitgeschichte" handelt.

Dieser Vorrang der ersten Person lässt sich schon daran ablesen, dass Bilder, die *keine leidenden Menschen* zeigen (die schwierige Frage nach den Ansprüchen leidender Tiere lasse

ich an dieser Stelle außen vor), nur selten überhaupt als ethisch-moralisch problematisch eingestuft werden. Sicher, auch eine von Bomben zerstörte Stadt ganz ohne Menschen, ein zertrümmerter Weihnachtsmarkt ohne Besucher oder auch eine leere Folterkammer mögen auf Bildern „schrecklich" wirken, doch diese Bilder werden meist nur dann eine Diskussion um ein mögliches Verbot ihrer weiteren Verbreitung aufkommen lassen, wenn darauf eben doch auch leidende oder sich zumindest in unvorteilhafter Lage befindliche Menschen zu sehen sind, von denen fraglich ist, ob sie oder ihre Angehörigen auch selbst der Veröffentlichung und Verbreitung dieses Bildes zugestimmt haben oder zustimmen würden, wenn man sie (noch) fragen könnte. Diese Mutmaßung der Nichteinwilligung scheint aus ethischer Sicht ein wichtiges erstes „Ausschlusskriterium" zu sein, das eine Art Vetorecht der ethisch-moralischen Betrachtung begründet: Wenn tatsächlich vieles dafür spricht, dass die jeweils abgebildeten Menschen der Veröffentlichung und Verbreitung nicht selbst zugestimmt haben oder zustimmen würden, falls man sie fragen könnte, so ist das Zeigen oder „Teilen" dieser Fotos schlicht nicht erlaubt. Diese Auffassung mutet enorm konsequenzreich an. Denn die fraglos meisten Menschen, denen wir alltäglich auf unzähligen Fotos begegnen, sind weder Personen des öffentlichen Lebens oder der Zeitgeschichte, noch haben sie der Verbreitung der betreffenden Bilder ausdrücklich zugestimmt (was für „einwilligungsunfähige" Menschen, z. B. Kinder oder Tote, bereits *per definitionem* gilt).

Die illustrierte Menschenwürde

Aber selbst, wenn die betreffenden Personen der Veröffentlichung und Verbreitung der Bilder zugestimmt haben, was z. B. immer dann der Fall ist, wenn es sich um selbst veröffentlichte „Selfies" handelt, mag ein zweites Ausschlusskriterium „trumpfen". Gemeint ist die *Menschenwürde*, die die Gesellschaft bisweilen auch direkt gegen die vermeintlich autonome Entscheidung der Betroffenen in Schutz nehmen muss. Auch wenn teilweise heftig umstritten ist, was genau wir unter der „Würde" des Menschen zu verstehen haben: Wenn sich plausibel zeigen lässt, *dass* die – unfreiwillige, aber mitunter eben auch freiwillige – Produktion, Veröffentlichung und Verbreitung bestimmter Bilder auf empfindliche Weise die Würde der abgebildeten Personen verletzt – man denke hier etwa an Bilder, die im Zusammenhang von Mobbing, Demütigungen, Sexualkontakten, Besäufnissen etc. entstanden sind –, so ist ein starker oder gar „absoluter" Grund gegeben, die Publikation der Bilder zu unterlassen, zu verhindern oder auch zu verbieten. Dies mag, wie gesagt, selbst dann gelten, wenn die betroffene Person selbst gar keine Einwände gegen die Veröffentlichung hat. So werden auf Facebook, Instagram, Snapchat oder Twitter tagtäglich unzählige solcher Bilder veröffentlicht, und zwar gelegentlich eben auch von den Betroffenen selbst, die diese Personen in derart unvorteilhaften oder gar „entwürdigenden" Situationen zeigen, dass das Präsentieren dieser Bilder einem (selbst-) schädigenden Akt gleichkommt, der „paternalistische" Eingriffe oder gar Publikationsverbote im Namen der Würde zu rechtfertigen vermag.

Allerdings ist abschließend darauf hinzuweisen, dass im Rahmen ethisch-moralischer Diskussionen um mögliche Publikationsverbote nur selten so viel Einigkeit besteht wie im extremen Fall eindeutiger Verstöße gegen das Gebot zur Achtung der Menschenwürde. Aus Sicht der philosophischen Ethik ergibt sich diese Uneinigkeit zum einen aus teilweise recht unterschiedlichen Grenzziehungen zwischen dem, was ausdrücklich verboten gehört, und dem, was lediglich von „schlechtem Geschmack" zeugt, aber doch erlaubt sein sollte. Fragen der Moral und Fragen des Stils sind „zwei unterschiedliche Paar Schuhe". Zum anderen jedoch resultiert die erwähnte Uneinigkeit aus dem von ethischen Laien bisweilen unterschätzten Umstand, dass „die" philosophische Ethik keineswegs eine einheitliche, in sich homogene Disziplin ist. Im Gegenteil: Fällt z. B. ein Utilitarist, der auf die Maximierung des Kollektivnutzens fokussiert ist, ein bildethisches Urteil („Dieses Bild muss gezeigt werden, damit es die Öffentlichkeit wachrüttelt"), so mag dieses Urteil völlig anders ausfallen als das einer waschechten Kantianerin („Die Öffentlichkeit muss zwar wachgerüttelt werden, aber niemals auf Kosten der Würde des abgebildeten Individuums"). Eine sich an Aristoteles orientierende Tugendethikerin hingegen mag eine völlig andere Expertise abgeben („Es ist ein Zeichen journalistischer Redlichkeit, hier nichts zu verschweigen") als ein an Schopenhauer geschulter Mitleidsethiker („Das Leiden der Opfer und ihrer Angehörigen zu übergehen, wäre nichts als egoistisch").

Jede ethisch-moralische Bewertung von Bildern ist „theorieabhängig" in dem Sinn, dass in den entsprechenden Urteilen jeweils eigene Überzeugungen davon zum Ausdruck kommen, worum es in Ethik und Moral *vornehmlich* geht. Mit Blick auf diese Frage kann man sehr wohl unterschiedlicher Meinung sein. Für die einen geht es um Glück, Würde, Freiheit oder Autonomie, für andere um Rücksicht, Achtung, Nichtschädigung oder Mitgefühl, für wieder andere um Nutzenmaximierung oder gesellschaftlichen Wohlstand. Kurzum: Die teilweise schwierige Abwägung und dann auch die oft kor-

respondierende Uneinigkeit im Umgang mit problematischen Bildern ergeben sich immer auch daraus, dass selbst innerhalb der philosophischen Ethik teilweise sehr unterschiedliche Moralauffassungen propagiert werden. Es gibt hier keine moralischen „Wahrheiten“, die man bloß aufspüren müsste, sondern berechtigte Meinungsverschiedenheiten, die zu öffentlichen Debatten, aber auch juristischen *Entscheidungen* zwingen, in denen sich dann nicht bloß argumentative Überlegenheiten, sondern stets auch handfeste politische Kräfteverhältnisse spiegeln.

Fassen wir zusammen: Die Ethik des Bildes gibt sich nicht mit dem zufrieden, was Journalistinnen und Journalisten oder Fotokünstlerinnen und -künstler für ihre Pflicht halten, was Redaktionen, Verlage, Sender, Medienanstalten als richtig empfinden, was Konsumenten sehen wollen, ja, nicht einmal mit dem, was Juristinnen und Juristen erlauben oder verbieten. Die Ethik des Bildes hat all diese Interessenlagen zu berücksichtigen, aber zuvorderst die Interessen und Verletzlichkeiten der jeweils abgebildeten Personen in Schutz zu nehmen. Zugleich aber vertraut die Ethik des Bildes auch nicht einfach unbesehen auf die Befindlichkeiten der Betroffenen, da diese mitunter „freiwillig“, aber doch ethisch verantwortungslos mit ihren eigenen Bildern umgehen. Die Ethik des Bildes folgt damit einer anderen, einer eigenen Logik, die sich nicht ohne Weiteres mit der Logik des Journalismus, der Fotokunst, der Verlegerbranche, der sozialen Netzwerke oder auch der Konsumentinnen und Konsumenten deckt. Sie bewahrt vielmehr eine Art Überblick, und gerade deshalb ist ihre Expertise so unentbehrlich. Und sie besitzt ein Vetorecht – zumindest dann, wenn es um fundamentale Ansprüche der Betroffenen auf Schutz der jeweils eigenen Persönlichkeitssphäre und vor allem auch der Menschenwürde geht.

»Die Ethik des Bildes hat […] zuvorderst die Interessen und Verletzlichkeiten der jeweils abgebildeten Personen in Schutz zu nehmen.«

PD Dr. Arnd Pollmann ist Philosoph, Buchautor und u. a. Mitherausgeber des Onlinemagazins www.slippery-slopes.de. Er lehrt Ethik und Sozialphilosophie in Berlin.

Starke Bilder

Wie wir sie nutzen und interpretieren

Die Schrift gilt allgemein als kulturell bedeutsam. Ein Jugendlicher bekommt eher Ärger, wenn er ständig Bilder und Filme auf dem Fernseher, dem Smartphone oder dem Computer nutzt, als wenn er dieselbe Zeit mit Büchern oder Zeitungen verbringt. Beim Lesen müssen Zeichen verstanden und in Wörter umgesetzt werden, der Inhalt des Bildes erklärt sich von selbst, eine besondere Kulturtechnik erscheint vielen unnötig. Um Bilder aber richtig zu verstehen und zu interpretieren, ist eine komplexe Analysefähigkeit notwendig, und die wird heute in der Gesellschaft leider noch immer unterschätzt, so Dr. Katharina Lobinger, Assistenzprofessorin für Onlinekommunikation am Institut für Communication Technologies (ITC) der Università della Svizzera italiana in Lugano. *tv diskurs* sprach mit ihr.

In der gesetzlichen Medienregulierung, so auch im Jugendschutz, geht man davon aus, dass Bilder eine unmittelbarere und damit stärkere emotionale Wirkung haben als Sprache oder Schrift.

Das ist in jedem Fall so. Manche Bilder berühren uns tief und prägen sich auch bei kurzer Betrachtungsdauer in unser Gedächtnis ein. Nicht zuletzt deshalb können wir einmal betrachtete Bilder nicht „ungesehen" machen. Gerade im beruflichen Kontext des Jugendschutzes ist diese Wirkungsmacht von Bildern ein äußerst relevanter Aspekt. Allerdings gilt das nicht für alle Bilder. Viele Bilder machen überhaupt nicht betroffen, sie lösen auch keine emotionalen Reaktionen aus. Das sind meist Bilder, deren Inhalt uns nicht oder nur wenig interessiert. Um das Thema „Bildwirkung" adäquat zu behandeln, muss man erst einmal differenzieren: Viele Bilder werden wir sofort vergessen und sie haben überhaupt keinen Impact. Andere dagegen können sehr starke Wirkungen haben. Bild ist also nicht gleich Bild.

Wie sieht es mit unserer Kompetenz aus, Bilder zu entschlüsseln?

Das ist ganz besonders schwierig. Wir besitzen eigentlich keine ausreichenden Bildkompetenzen, um uns kritisch mit Bildern auseinanderzusetzen. Das ist auch deshalb so, weil es in der Schule nicht explizit unterrichtet wird. Dort liegt der Fokus meist auf dem Schriftlichen oder dem Verbalen. Außerdem werden Bilder kulturell eher gering geschätzt. Wenn es sich nicht gerade um ein künstlerisch bedeutsames Bild im Museum handelt, gelten Bilder eher als banal, als weniger wichtig und weniger reflektiert – und werden der Schrift untergeordnet. Doch wir unterstellen ihnen eine besondere Macht. Als Beispiel: Es gab früher sogenannte Armenbibeln: Sie waren mit Bildern illustriert für all jene, die nicht lesen konnten. Sozusagen als simple Alternative. Das finden wir heute in vielen anderen Bereichen auch noch, wenn Bilder eingesetzt werden, um etwas zu vereinfachen und leichter verstehbar zu gestalten. Die Komplexität des Bildlichen gerät dabei leicht aus dem Fokus.

© Sandra Hermannsen

Bilder können wir mit einem Blick wahrnehmen. Wenn wir das Gleiche sprachlich beschreiben müssten, würden wir Seiten brauchen.

Ja und nein. Es stimmt, Bilder – und das ist eine ganz große Leistung – werden unfassbar schnell wahrgenommen. Ich erfasse in Bruchteilen von Sekunden, worum es in einem Bild geht. Allerdings eignet sich die Bildsprache vor allem dazu, räumliche Verhältnisse aufzuzeigen: Ich fahre mit dem Zug durch die Prärie und in der Ferne steht ein Baum. Nähe, Distanz, Anordnungen kann man bildlich viel einfacher als im Text darstellen. Bei anderen Dingen fällt es jedoch sehr schwer, sie im Bild auszudrücken. Um das Wort „Freiheit" visuell darzustellen, muss ich diesen abstrakten, nicht gegenständlichen Begriff übersetzen. Um dann zu verstehen, wie in einem Bild „Freiheit" suggeriert und vom Rezipienten auch wahrgenommen wird, brauche ich eben eine kritische Kompetenz. Dafür muss ich mich mit dem Bild auch ausführlicher auseinandersetzen, sowohl bei der Produktion als auch in der Rezeption.

Wir müssen für den Begriff „Freiheit" Symbole schaffen. Die kann man wahrscheinlich leicht falsch verstehen.

Genau, daher kommt u. a. die oftmals zitierte Bedeutungsoffenheit von Bildern. Wenn es nur darum ginge, konkrete Phänomene darzustellen, dann wäre das für Bilder eine einfache Übung. Aber gerade für komplexere Zusammenhänge oder abstrakte Konzepte braucht es eine ausgefeilte Bildsprache. Gerade in der Werbung ist dies essenziell. In den 1970er- und 1980er-Jahren gab es recht viele semiotische Analysen, auch aus dem Bereich der Werbung. Eine frühe Analyse von Roland Barthes ist besonders berühmt. Sie arbeitet heraus, wie in einer Pasta-Werbung „Italianität" suggeriert wird: Auf Produktebene wurde Pasta abgebildet, aber diese wurde mit einem besonderen Lebensgefühl beladen. Barthes konnte nachzeichnen, wie das durch ganz viele Farben, Formen, Symboliken etc. ins Bild gesetzt wurde. Daran sieht man, dass Bilder weitaus komplexere Ebenen aufweisen, denen man sich nach und nach nähern muss, wie wir es in der Analyse tun, um verstehen zu können, warum etwas für uns eben „italienisch" aussieht. Was verbinde ich damit, was wird damit eigentlich verknüpft?

Wir haben festgestellt, dass Bilder eine sehr starke direkte, emotionale Wirkung haben. Welche Rolle spielt aber die Kognition beim Verarbeiten von Bildern und Texten?

Das ist eine sehr komplexe Frage, an der Neurowissenschaftler und Psychologen gerade forschen. Zunächst einmal: Es gibt zwei unterschiedliche Varianten, wenn wir Emotionalisierung und Bilder betrachten. Zum einen: Man kann menschliche Emotionen leicht abbilden. Ich kann einen traurigen oder weinenden Menschen darstellen – und für uns ist aufgrund der Mimik und der dargestellten Emotionen klar, was dieser Mensch fühlt oder welche Gefühle er zum Ausdruck bringt. Eine andere, etwas komplexere Variante liegt in der Emotionalisierung durch visuell-ästhetische Darstellungsmittel. Eine besondere Bildästhetik, eine besondere Nähe oder verschiedenste Techniken können bewusst eingesetzt werden. In einem Horrorfilm wird ganz klassisch mit der Farbe Rot für „Gefahr" oder „Blut" gearbeitet. Diese Farbsymbolik hilft uns, zu verstehen, welcher emotionale Zustand suggeriert werden soll. Die Verarbeitung ist allerdings zunächst einmal sehr subjektiv. Aber: Bilder sind besonders einprägsam. Dazu gibt es verschiedene Theorien, z. B. die sogenannte Dual-Coding-Theorie, die besagt, dass die verbale und die visuelle Vermittlungsform in unterschiedlichen Systemen, in einem sprachlichen System und in einem visuell-imaginalen System, verarbeitet werden. Forschungsergebnisse besagen, dass vor allem visuelle Eindrücke sowohl sprachlich als auch visuell gespeichert, also im Gehirn doppelt codiert werden, was dazu führt, dass man sich genauer daran erinnert oder dass die Informationen besser abgerufen werden können. Es entsteht also eine bessere Erinnerung als allein von visuellen Eindrücken. Tatsächlich gilt es aber zu beachten, dass die Verarbeitung von Bildern auch stark von ihrer Kombination mit Text, also Begleittext, Bildunterschrift etc., abhängt. Herausforderungen ergeben sich etwa dann, wenn die Aussagen von Bild und Text divergieren.

Die sogenannte Bild-Text-Schere: Wenn man keine Bilder beispielsweise von einem Terroranschlag zur Verfügung hat und sprachlich einen Vorgang schildert, in dem Menschen ums Leben gekommen sind, und im Bild nur zeigt, wie Menschen über einen komplett intakten Marktplatz laufen, dann kann natürlich auch das Bild den faktischen Eindruck des Schreckens verharmlosen.

Genau, dann ist es eine ganz schwierige Frage in der Rezeption, zu sagen, welchen Anteil das Bild an dem Eindruck hat, den ich von dem Geschehen habe und welchen Anteil der Text hat. Das kann man ganz schwer sagen – eben, weil Bild nicht gleich Bild ist. Das Schlendern über den Marktplatz ist wahrscheinlich ein Bild, das vom Betrachtenden als relativ unbedeutend interpretiert würde. Es wäre vermutlich kein „starkes" Bild, das mit der textlichen Botschaft konkurriert, aber es erschwert in jedem Fall die Verarbeitung, weil es im Widerspruch zu der Botschaft steht, die übertragen werden soll.

Wir haben einmal einen Nachrichtenbeitrag gehabt, in dem ein alter Mann von seiner Tochter gepflegt und dabei extrem misshandelt wurde. Die Tochter hatte zur Kontrolle eine Funk-Überwachungskamera installiert, deren Signal zufällig von einem Nachbarn empfangen wurde. Die Bilder gerieten zum Sender und der verwendete sie als Hintergrund für einen Beitrag über den Pflegenotstand in Deutschland.

Ich kenne dieses Beispiel. Meine persönliche Haltung dazu korrespondiert mit dem Ergebnis, zu dem wir in einer gemeinsamen Diskussion mit anderen visuellen Forschenden gekommen sind, beruht also nicht auf einer von mir alleine durchgeführten Analyse. Was an diesem Beispiel als unerträglich beurteilt wurde, war auf der einen Seite – und das haben wir in der visuellen Kommunikation ganz oft – die Motivebene, also *was* gezeigt wird. Auf der anderen Seite war die Darstellungsebene, also *wie* es gezeigt wird. Darf man zeigen, wie dieser Mann misshandelt wird, weil seine Menschenwürde dadurch verletzt wird? Der Beitrag wiederholt diesen Akt, teilweise in Zeitlupe, und die physische und psychische Gewalt einige Male, um genügend Bilder für den Text zu erhalten. Das sollte man nicht tun. Dagegen steht das berechtigte Interesse einer Öffentlichkeit, von diesen schrecklichen Ereignissen zu erfahren. Insofern ist es gerechtfertigt, die aufgenommene Misshandlung kurz zu zeigen. Das ist aber eine ganz schwierige Gratwanderung. Wir haben die gewählte Darstellungsform als unangemessen angesehen, denn man sah die Szene der tatsächlichen Gewalthandlung vier Mal – und da fragt man sich wirklich, ob diese Emotionalisierung und Wiederholung berechtigt sind. Das Ganze erhielt vor allem durch die Art und Weise der visuellen Darstellung – durch das „Wie" – einen stark voyeuristischen Charakter.

Durch zu starke emotionalisierende Darstellungen kann so etwas wie Reaktanz entstehen: Die Emotionen und das dadurch hervorgerufene Mitleid kann der Zuschauer nicht mehr aushalten.

Da müsste man noch einmal unterschiedliche Ergebnisse aus der Forschung zusammenziehen und kontrastieren. Aber es gibt durchaus Belege, die sagen: Emotionalisierung als Erregungsniveau erhöht unsere Aufmerksamkeit für Inhalte und hilft uns auch dabei, die dargebotenen Informationen zu verarbeiten und leichter zu erinnern – bis zu einem gewissen Grad. Dann funktioniert genau das nicht mehr. Diese Grenze ist aber schwer festzulegen. Bei Bildern aus Kriegen hat man beobachtet, dass die Stärke der angsterzeugenden Stimuli eine Art Blackout erzeugt, dass man also so schockiert ist von dem, was man sieht, dass man gar keine Möglichkeit der Verarbeitung mehr hat. Die Medien befinden sich sehr oft in dem Dilemma, dass sie ein gewisses Aufmerksamkeits- und Erregungsniveau schaffen müssen, um im Kampf mit so vielen anderen Bildern und Informationen die nötige Aufmerksamkeit zu erzeugen. Wenn es aber zu viel wird, dann funktioniert die Vermittlung zentraler Inhalte eben nicht mehr.

Wäre es möglich, dass die Medien auf Dauer unsere Fähigkeit zu Empathie verstärken, dass z. B. dadurch, dass man Bilder von Schlachthöfen oder Massentierhaltung zeigt, die Zahl von Vegetariern und Tieraktivisten zunimmt? Oder könnte angesichts der Inflation von Bildern eher eine Abstumpfung der Emotionen entstehen?

Jeder bringt individuelle Präferenzen mit. Wenn ich per se ein sehr starkes Mitgefühl mit Tieren habe und nicht möchte, dass diese leiden und geschlachtet werden, dann wird mich so ein Beitrag vermutlich ganz anders berühren, als wenn ich überzeugt bin, krank zu werden, wenn ich nicht mindestens einmal am Tag ein blutiges Steak esse. Wir versuchen oft, Medienwirkung als das einfache Stimulus-Response-Modell zu denken – das funktioniert aber nicht. Der Rezipient eignet sich die Inhalte an und gleicht sie mit dem eigenen Erfahrungshorizont ab. Das führt dazu, dass bestimmte Medien bei bestimmten Gruppen stärkere oder schwächere Wirkungen erzeugen. In jedem Fall – und hier ist auch der Wiederholungsaspekt wichtig – sollte man bei sensiblen Themen nicht meinen, dass man immer krasser berichten und immer stärkere Bilder bringen muss, um die

Menschen noch aufzurütteln, nur aus der Annahme heraus, dass sie sonst abstumpfen. Denn auf der anderen Seite gibt es auch die These, dass wiederholte Rezeption z. B. traumatisieren kann. Es gibt zwei Thesen in unterschiedliche Richtungen: Die wiederholte Rezeption stark emotionalisierender Inhalte führt dazu, dass ich vielleicht als Rezipient traumatisiert werde, vor allem in der Kriegsberichterstattung. Die andere These besagt, dass es zur Abstumpfung kommt. Deswegen muss man in der Nachrichtenproduktion im Einzelfall sehr genau überlegen, wie man einen entsprechenden Beitrag aufbereitet, wie die Erzählung einer audiovisuellen Geschichte am besten aufgebaut werden kann, um die beabsichtigte Botschaft zu vermitteln. Oft ist auch ein dezenteres Bild besser geeignet, eine Geschichte zu erzählen. Man kann nie das Bild allein betrachten, man muss es im Kontext sehen.

Wenn im Geschichts- oder Sozialkundeunterricht über die NS-Zeit gesprochen wird und Bilder aus Konzentrationslagern gezeigt werden, gibt es da nicht auch einen Punkt, an dem das nicht mehr zu verkraften ist?

Ich habe Bilder und Filme aus der NS-Zeit, die ich nie vergessen werde, während meiner Studienzeit gesehen. Das ist ein Beispiel für Bilder, die ich nicht „ungesehen" machen kann. Wir wurden auf die Rezeption jedoch entsprechend vorbereitet, um dann auch verstehen zu können, was diese Bilder bedeuten. Wir hatten auch die Möglichkeit, Pausen einzufordern oder zu sagen: Das ist uns an dieser Stelle zu viel. Ein sensibler Umgang mit solchen Bildern ist sehr wichtig. Es zeigt sich auch, dass manche Studierenden zarter und andere weniger zart besaitet waren. Das soll keine normative Wertung sein. Es gibt keine „richtige" Rüstung gegen emotionale Bildwirkungen. Vielmehr zeigt das Beispiel, dass Menschen sehr individuell mit solch schrecklichen Bildern umgehen, abhängig auch vom Vorwissen oder der eigenen Biografie. Bilder haben zwar oftmals eine starke Wirkung, aber sie sprechen eben nicht für sich, sie müssen im Kontext gesehen werden; und wenn ich den Kontext der Produktion und den zeitlichen Kontext nicht verstehe, dann kann ich auch die aktuelle Bedeutung nicht entsprechend einschätzen. Man darf auch nicht vergessen, dass junge Zuschauer wissen: Diese Bilder sind nicht fiktional, sie zeigen die „Wirklichkeit". Interessanterweise wird oftmals nicht berücksichtigt, dass man vieles auch in anderen visuellen Formen kommunizieren kann. Kennen Sie den Comic *Maus. Die Geschichte eines Überlebenden* von Art Spiegelman, der die NS-Zeit thematisiert? Es sind keine Fotografien, sondern gezeichnete Comic-Panels, welche die Geschichten der NS-Zeit erzählen und total berührend sind. Sie regen ebenfalls zum Nachdenken an, relativieren aber ein bisschen die stark emotionalisierende Wirkung des Visuellen, indem eben keine Fotografien gezeigt werden. Auch solche Alternativen können durchaus in Betracht gezogen werden.

Hat die Inflation der Bilder möglicherweise eine Veränderung oder gar einen Verlust der kognitiven Fähigkeiten zur Folge?

Ich denke nicht. Ich kenne dafür keine empirischen Belege. Das ist aber auch etwas, das sich ganz schwer untersuchen lässt. Ich bin davon überzeugt, dass Emotion nicht das Gegenteil von Information ist. Natürlich werden Nachrichten heute anders aufbereitet, weil sie stärker visuell dominiert sind. Wir haben deshalb auch eine andere Erwartungshaltung daran, wie uns Nachrichten präsentiert werden. In den sozialen Medien oder in der Werbung werden wir andere Kontexte erwarten. Daraus einen Rückschluss auf unsere Kognitionsfähigkeiten zu ziehen, geht mir schon sehr weit. Ich glaube nicht, dass da relativ kurzfristige Medieninnovationen einen so starken Einfluss auf unsere kognitiven Fähigkeiten besitzen. Ich gehe auch nicht konform mit Annahmen, die sagen: Bilder machen uns dümmer – oder dass wir den Orientierungssinn verlieren, weil wir Navis verwenden. Die Frage wäre eher: Wie kann ich Bilder, die ich für bestimmte gesellschaftlich wünschenswerte Zwecke einsetze, gestalten? Wie kann ich Kinder und Jugendliche dazu bringen, sich mit diesen Inhalten adäquat auseinanderzusetzen? Gehe ich davon aus, dass Bilder zur Verdummung führen und durch die emotionale Wahrnehmung die Kognition abnimmt, dann habe ich per se nur die Handhabe zu sagen: Gut, dann gibt es eben keine Bilder mehr. Und das ist völlig unrealistisch. Wir sollten vielmehr in einem produktiveren Zugang dafür sorgen, dass Heranwachsende die entsprechenden Handlungsanleitungen erwerben und im Umgang mit Bildern geschult werden, um sie zu kompetenten Nutzern der gegenwärtigen Medienumgebungen zu machen. Das bedeutet nicht, dass wir bestimmte Dinge und Verstöße einfach hinnehmen sollten, aber ich denke, dass erst die entsprechende kritische Kompetenz die Voraussetzung dafür ist, etwas kritisieren zu können, was gesellschaftlich vielleicht nicht wünschenswert ist.

Dass wir Telefonnummern vergessen, weil wir sie im Telefon speichern können, dass wir keine Karten mehr lesen können, seitdem es das Navi gibt, ist unbestritten. Aber das schafft ja auch neue Kapazitäten.

Hinter der Frage steckt die Vermutung, ein Bild sei etwas dem Text Untergeordnetes, und ein weniger rationaler Zugang bedeute weniger Kognition. Sie haben gesagt, meine Telefonnummern merke ich mir nicht mehr, die vergesse ich. Völlig richtig, aber ich muss mir im Leben auch nicht alles merken. Die Frage ist immer: Was wird als bedeutsam gesehen, was muss ich wissen, was muss ich mir für welche Kontexte merken? Das bedeutet aber nicht automatisch, dass meine Kognitionsfähigkeit abnimmt. Da gibt es noch einen zweiten Punkt: Weil wir in einer neoliberalen Gesellschaft leben, müssen wir Experten in einem sehr kleinen Bereich sein – ob jetzt im Allgemeinen oder im akademischen Leben. Was für die Karriere und den beruflichen oder privaten Erfolg nichts bringt, ist nicht so wichtig. Man spricht davon, dass wir alle zu Unternehmern des eigenen Selbst werden und damit selbst – und quasi alleine – verantwortlich für unsere Selbstvermarktung (ähnlich wie bei einem Produkt), unsere Karrieren und unsere erfolgreichen Lebensentwürfe sind. Gleichzeitig steht dem aber immer noch der gesellschaftliche Vorwurf gegenüber, Kinder und Jugendliche verfügten über keine Allgemeinbildung mehr. Beides kann aber niemand erfüllen. Wenn man kritisiert, durch das Navi könnten Kinder keine Karten mehr lesen, würde ich der vorherigen Generation außerdem die Frage stellen, ob sie noch mithilfe der Orientierung an den Sternen über den Ozean segeln könnten. Die Orientierung an Sternen war ein Orientierungssystem vor GPS und Karten. Daran sieht man sehr schnell, dass aktuelle Entwicklungen vermeintlich immer etwas Bedrohlicheres haben, was mit einem Verlust gewisser Bereiche einhergeht.

Wenn man sich mit 16-Jährigen unterhält, hat man als Erwachsener das Gefühl, die Handys seien an der Hand der Jugendlichen festgewachsen.

Gerade, wenn neue Medien aufkommen, sind es meistens die Jugendlichen, die sie zuerst verwenden. Dann gibt es noch keine Regeln über den kulturellen und gesellschaftlichen Gebrauch dieser Geräte. Ist es jetzt in Ordnung, dass mein Neffe, während ich mit ihm spreche, nur auf sein Handy schaut? Aus seiner Sicht macht er vielleicht etwas Produktives oder ist in Kontakt mit Freunden. Ich sehe ja nur das Handy, er aber sieht den Kontakt zu seiner ganz zentralen Peergroup. Das ist ja per se nichts Schlechtes. Es wird erst dann zu etwas sozial Unerwünschtem, wenn man sich nicht auf gemeinsame Regeln verständigen kann. Wenn ich mit meinem Neffen spreche und ihm sage, dass ich seinen Handygebrauch nicht schön finde, weil ich mich mit ihm unterhalten möchte und für seine volle Aufmerksamkeit dankbar wäre, erfolgt eine Verständigung über Regeln. Dann muss ich mir aber auch anhören, was er dazu zu sagen hat. Und das ist etwas, was wir aktuell ganz massiv sehen in Bezug auf Foto-Sharing, in Bezug auf Alltagskommunikation in mediatisierter Form: Es gibt kein Regelwerk, das besagt, was richtig und was falsch ist. Und unsere gesellschaftlichen Regeln hinken hinter den medialen und technischen Innovationen hinterher. In Lehrveranstaltungen präsentiere ich gerne Bilder, die zeigen, wie in der U-Bahn Menschen nebeneinandersitzen, die nicht miteinander reden, sondern alle auf ihre Smartphones starren. Ich bin noch in einer Zeit aufgewachsen, in der ich Zug oder Straßenbahn gefahren bin und kein Handy dabeihatte. Es wäre sehr komisch gewesen, wenn ich damals wahllos Menschen angesprochen hätte, um mich mit irgendjemandem zu unterhalten. Es gibt soziale Konventionen, sie besagen, dass man Menschen, die man nicht kennt, nicht ohne Weiteres anspricht. Früher saßen die Leute eben mit Zeitungen in der U-Bahn, was heute wieder wünschenswert wäre, weil es darauf hindeuten würde, dass Nachrichten gelesen werden etc. Was wir aber auch sehen müssen: Wenn jemand in der U-Bahn auf seinen Screen starrt, dann kommuniziert er vielleicht gerade mit einem guten Freund, dem Partner oder den Eltern. Das sehen wir nicht. Wir sehen immer nur die kalte Technik, die vermeintlich soziale Beziehungen unterbindet.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Fernsehen: durch die Augen direkt in den Bauch

Wie Medienbilder Emotionen erzeugen

Dorothea Adler und Frank Schwab

Film und Fernsehen bewegen uns nicht nur aufgrund der zugrunde liegenden Story, vielmehr löst bereits das Bildmaterial in uns Emotionen aus. Aufgrund von Bildkomposition und Perspektivenwahl bietet das Bild seinem Betrachter diverse Interpretationsangebote, die mit emotionalen Reaktionen beantwortet werden. Inwieweit Bilder dazu in der Lage sind und inwieweit die Evolution unseres kognitiven Apparats dafür verantwortlich ist, wird in folgendem Beitrag erläutert.

Emotionalisierende Bilder – wie man den Zuschauer bewegt

Der kleine tote Flüchtlingsjunge Aylan Kurdi am Strand in den Nachrichten (2015) – Entsetzen. Jack und Rose am Bug der *Titanic* (USA 1997) – Freude. Amon Göth schießt auf Juden in *Schindlers Liste* (USA 1993) – Verachtung. Samara Morgan kriecht aus dem Fernseher in *The Ring* (USA/Japan 2002) – Furcht. Film und Fernsehen lösen in uns Emotionen aus. Wir lassen uns von dem, was auf der Leinwand oder dem Bildschirm passiert, mitreißen oder nehmen die Perspektive eines bestimmten Protagonisten in einer Story ein, fühlen mit ihm und sind von der Szenerie vollkommen eingenommen. Aber auch andere durch Medien vermittelte Ereignisse werden von uns durch emotionale oder moralische Urteile bewertet. Sie lösen Entrüstung aus, versetzen uns moralisch in Zorn oder in vollste Demut und Dankbarkeit.

Grund hierfür ist, dass unser Geist bzw. kognitiver Apparat das Ergebnis eines jahrtausendelangen evolutionären Anpassungsprozesses in einer Welt ist, in der moderne Medientechnologien – wie wir sie heute kennen – so noch nicht existierten (Tooby/Cosmides 2008). Die überlebenswichtigen mentalen und körperlichen Mechanismen unserer Vorfahren, der Jäger und Sammler, greifen jedoch noch heute (ebd.) – auch im Umgang mit Medien. Daher reagieren Menschen auf mediale Inhalte zumindest in Teilen sehr ähnlich wie auf reale Ereignisse (Schwab/Unz 2011). Was auf dem Bildschirm passiert und in bewegten oder unbewegten Bildern gezeigt wird, löst in uns emotionale Reaktionen aus. Wir freuen uns mit dem Biest, als er seine Belle bekommt (*Die Schöne und das Biest* [USA 2017]), fürchten uns vor Pennywise in *Es* (USA/CAN 2017) oder ekeln uns vor der alten, entstellten Frau in der Badewanne in *Shining* (GB/USA 1980). Aber auch reale Ereignisse – in Nachrichten oder Dokumentationen dargestellt – werden von uns mit teilweise starken Gefühlen beantwortet. Emotionalisierende Bilder beeinflussen unser Spendenverhalten, unseren Konsum und unsere politischen Entscheidungen sowie Einstellungen. Unbestritten ist, dass Emotionen ein zentraler Bestandteil der Film- und Medienrezeption sowie -nutzung sind.

© Disney Enterprises, Inc.

Die Schöne und das Biest

Emotionen – immer gleich und doch stets anders

Will man die Wirkung von Bildern auf die Emotionen des Rezipienten näher beleuchten, muss man zunächst das Blickfeld auf den Begriff der Emotion richten. Dabei ist sie weitaus mehr als „nur ein Gefühl", sondern wird durch zahlreiche Charakteristika definiert: Sie ist 1) subjektiv, baut auf 2) kognitiven Urteilen auf, wird 3) körperlich erlebt und 4) hat meist einen spezifischen Ausdruck sowie 5) eine motivationale Neigung als Folge (Rothermund/Eder 2011). Ausgelöst wird dabei eine Emotion von einem bestimmten Ereignis – sei es real oder medial vermittelt. Teilweise erleben wir das Gesehene regelrecht mit, beurteilen es individuell unterschiedlich und sortieren es gleichfalls verschieden ein. Wir spüren Schmetterlinge im Bauch oder haben ein unangenehmes Bauchgrimmen – je nachdem, wie unsere Urteile ausfallen. Die Urteilsdimensionen sind recht ähnlich (etwa: Neuartigkeit, Angenehmheit, Relevanz, Bewältigungsfähigkeit, Fairness oder Normverträglichkeit), unterschiedlich sind jedoch die subjektiven Einschätzungen.

Gerade Bilder können intensive emotionale Reaktionen hervorrufen, da sie weniger Übersetzungsleistungen bedürfen. Denkt man an Filmmotive, die das Publikum besonders mitgerissen haben, kommen einem sofort klassische Bilder der Filmgeschichte in den Kopf – von Jack und Rose auf dem Bug der *Titanic*, die Szene aus *Star Wars* (USA 1980) zwischen Luke und Darth Vader, aber auch Nachrichtenbilder bringen uns zum Nachfühlen. Wir zeigen Verachtung für die Akteure eines Skandals und verurteilen weltpolitisches Geschehen. Wegen der Unfairness reagieren wir mit moralischem Ärger. Bilder wirken aber auch aufgrund der zugrunde liegenden Story. So kann man sich das Grauen und das Elend der Geschichte hinter dem Bild des ertrunkenen Flüchtlingsjungen (2015) erschließen. In unserer Vorstellung wird es die meisten von uns emotional tief bewegen. Aber auch die Bildinszenierung des kleinen leblosen Körpers in der Totalen am menschenleeren Strand, in kalten Farben gehalten, verstärkt unsere emotionalen Einordnungen, Interpretationen und auch körperlichen Reaktionen. Diese Emotionen wiederum orchestrieren – wie ein Dirigent – alle kognitiven Subroutinen der weiteren mentalen Verarbeitung.

© Warner Bros. Ent./Ratpac-Dune Entertainment Inc./Brooke Palmer

Es

Emotionale Bildinszenierung und Kamerasprache

Ein entscheidendes Charakteristikum von Film und Fernsehen ist, dass wir die sichtbare Szenerie nur begrenzt explorieren können. Denn was wir im Film zu sehen bekommen, ist bereits stark vorselektiert. So kann die Kamera als der bildende Rahmen angesehen werden, durch den wir die Szenerie betrachten (Schwab/Unz/Winterhoff-Spurk 2005). Die Kamerahandlung bestimmt allerdings nicht nur, welche Perspektive wir sehen, sondern auch die Eingebundenheit und Distanz des Zuschauers zum medial vermittelten Geschehen. All das hat einen Einfluss darauf, wie wir die Szene wahrnehmen und bewerten (ebd.). Um beispielsweise Spannung beim Betrachter aufzubauen, werden Protagonisten gezielt in den Fokus gerückt, Objekte oder Informationen weggelassen und auch perspektivische Verzerrungen vorgenommen (Mikunda, 2002). Selbst die Kamerabewegung ist intendiert und beeinflusst die Wirkung des Bildes. So kann beispielsweise ein schneller und kraftvoller Schwenk der Kamera als ein aggressives Signal wahrgenommen werden und dadurch Spannung verstärken (ebd.). Unterhaltungs- und Informationsmedien bilden die Welt eben nicht ab, sie inszenieren sie und liefern mit der Inszenierung (emotionale) Interpretationsangebote. Wenn man so will Vorschläge, wie man etwas emotional „verstehen“ und welche subjektive Sichtweise man einnehmen soll (Schwender 2011). Ein weiteres Beispiel für einen geschickten Einsatz der Kamera ist das Mittel der Einstellungsgröße zur Erzeugung von Nähe und Distanz zu Protagonisten. Die Psychologie beforscht das – außerhalb der Medien – unter dem Schlagwort „Proxemik“. So sind Darsteller in der Totalen meist nur aufgrund charakteristischer Merkmale – wie z. B. Kleidung – zu erkennen, während Nahaufnahmen ein Gefühl von Intimität beim Betrachter erzeugen können. Die Einstellungsgröße kann dem Rezipienten auch etwas über das Verhältnis der Darsteller zueinander verraten (ebd.). Ein Beispiel hierfür liefert die Szene in *Jerry Maguire – Spiel des Lebens* (USA 1996). Als Jerry seiner Ehefrau in Anwesenheit ihrer tratschenden Freundinnen seine Liebe bekräftigt, werden durch eine geschickte Bildführung die Nähe und Intimität von Ehemann und Ehefrau dargestellt, obwohl diese sich an unterschiedlichen Stellen im Raum aufhalten.

Gefühlvolle Nahaufnahmen und andere visuelle Verstehensangebote

Besondere Bedeutung haben Nahaufnahmen des menschlichen Gesichts, wobei die Mimik als eine Art Fenster zu der Psyche des anderen angesehen werden kann. Denn durch sie kann sich eine Person, indem sie kleinste emotionale Regungen vermittelt, anderen ganz ohne Worte öffnen (Schwab/Unz 2011). In der Forschung wird dabei angenommen, dass der mimische Ausdruck eine biologische Basis besitzt, da u. a. spezifische Emotionen kulturübergreifend gezeigt und erkannt werden (ebd.). Das Signalisieren und Erkennen des emotionalen Zustandes war für unsere Vorfahren von zentraler Bedeutung. Empfand beispielsweise jemand Angst, diente dies den anderen als Signal von Gefahr (Tooby/Cosmides 2008). Durch das richtige Einordnen des Gefühls von Angst konnten somit auch andere Mitglieder der Gruppe in Alarmbereitschaft versetzt werden, soziale Gruppen konnten sich so emotional synchronisieren und motivational aneinander ausrichten. Emotionen waren und sind also auch für den Aufbau und Erhalt sozialer Beziehungen von Bedeutung (Fischer/Manstead 2007). Liebevolle Gefühle rufen beispielsweise in uns ein Bedürfnis nach Nähe hervor, Freude führt dazu, dass wir positive Erlebnisse miteinander teilen möchten. Weiter helfen uns Emotionen aber auch, uns innerhalb eines sozialen Gebildes zu positionieren und von anderen abzugrenzen (ebd.). So führt beispielsweise die Angst vor einer Person tendenziell dazu, dass wir uns von dieser distanzieren möchten, Verachtung geht mit dem Wunsch einher, dass die Person aus unserer sozialen Gruppe ausgeschlossen werden soll (ebd.). Diese evolvierten Mechanismen nutzt der Regisseur, aber auch der Fotograf geschickt für ein emotionales Film- und Bilddesign und der Schauspieler kann durch sein schauspielerisches Talent den Rezipienten von seinem scheinbaren emotionalen Befinden überzeugen. Erinnern wir uns daran zurück, dass wir – insbesondere, wenn wir in eine Geschichte eintauchen – medial vermittelte Ereignisse ähnlich zu realen Ereignissen verarbeiten. Je nachdem, ob der Zuschauer nun einen Protagonisten sympathisch oder unsympathisch findet, werden entsprechende empathische oder weniger empathische Gefühle (man hofft das Beste für ihn versus man wünscht ihm alles Unheil) auch bei ihm ausgelöst – ähnlich wie bei sozialen Beziehungen in unserem realen Leben. Wir fühlen mit dem Protagonisten, wenn wir ihn mögen – und umgekehrt funktioniert das auch, wenn der Darsteller als unsympathisch eingestuft wird. Da die Emotionen aber medial vermittelt und als nicht authentisch eingestuft werden, spricht man in beiden

Fällen von Kommotion bzw. Mit-Emotion (Scherer 1998). Und diese wird insbesondere durch die Darstellung des mimischen Ausdrucks vermittelt. Nicht ohne Grund werden hochemotionale Szenen durch Nahaufnahmen des Gesichts hervorgehoben. Denn dies ruft neben dem oben beschriebenen Gefühl der Intimität auch starke Emotionen hervor, indem wir die Mimik des Protagonisten entschlüsseln. Man denke nur an die Szene in *The Green Mile* (USA 1999) kurz vor Johns Hinrichtung. Durch die nahen Aufnahmen der Gesichter aller Beteiligten wird die Trauer der Protagonisten direkt ersichtlich und für den Rezipienten spürbar. Auch ein Zuschauer, der erst zu dieser Szene einschaltet, wird sich der Beziehung und Gefühle aller Beteiligten – auch ohne Worte – bewusst.

Emotionalisierende Bilder – wie Medieninszenierungen unsere Emotionen parasitieren

Allerdings lässt sich die emotionale Wirkung eines Bildes nicht hundertprozentig vorhersagen. Die Zuschauer sind keine biologisch determinierten Äffchen, die auf einen Stimulus immer gleich reagieren (das tun noch nicht einmal die Äffchen). Wie das Bild auf uns wirkt, ist auch von unserer individuellen Verfassung abhängig (Schwab/Unz 2011): Welche Normen habe ich? Was habe ich bereits erlebt? Wie mächtig und kompetent erlebe ich mich? Etc.). Und inwieweit uns eine Medienakteurin oder ein Medienakteur sympathisch oder unsympathisch erscheint, ist auch nicht immer gleich – man denke nur an Mr. White aus *Breaking Bad* oder verschiedene Politikerinnen und Politiker.

Halten wir fest: Medien und Medienschaffende parasitieren unsere archaischen kognitiven Mechanismen, die für die Entstehung von Emotionen zuständig sind. Etwa durch eine geschickte Bildkomposition und/oder überzeugende schauspielerische Leistung und/oder eine geschickte Inszenierung kann man emotionale Urteile teilweise lenken. Hin und wieder gehen wir da gerne mit und genießen es, ein wenig verführt und unterhalten zu werden, ab und an aber fühlen wir uns auch bedrängt und gesteuert und reagieren erneut – ganz emotional – auf diese Übergriffe. Das Zitat aus dem Titel „Fernsehen: durch die Augen direkt in den Bauch – unter Auslassung des Kopfes“ von Günter Gaus stimmt eben doch nur so halb. Zum einen ist unser Kopf stets involviert, zum anderen ist das „direkt“ kaum haltbar angesichts der vielen vermittelnden emotionalen Urteilsprozesse, die unseren Gefühlsregungen zugrunde liegen.

Literatur:
Fischer, A. H./Manstead, A. S. R.: *Social Functions of Emotion*. In: M. Lewis/J. M. Haviland-Jones/L. Feldman Barrett (Hrsg.): Handbook of Emotions. New York 2007³, S. 456–468
Mikunda, C.: *Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung*. Wien 2002
Rothermund, K./Eder, A.: *Motivation und Emotion*. Wiesbaden 2011
Scherer, K. R.: *Emotionsprozesse im Medienkontext: Forschungsillustrationen und Zukunftsperspektiven*. In: Medienpsychologie, 4/1998/10, S. 276–293
Schwab, F./Unz, D.: *Untersuchung der mimischen Kommunikation: Das Facial Action Coding System als Forschungsmethode*. In: T. Petersen/C. Schwender (Hrsg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch. Köln 2011, S. 223–245
Schwab, F./Unz, D./Winterhoff-Spurk, P.: *MEDIASCOPE – Ein System zur Inhalts- und Formalanalyse medialer Angebote*. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, 17/2005, S. 110–117
Schwender, C.: *Bewegtbildanalyse*. In: T. Petersen/Ders. (Hrsg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch. Köln 2011, S. 87–101
Tooby, J./Cosmides, L.: *The evolutionary psychology of the emotions and their relationship to internal regulatory variables*. In: M. Lewis/J. M. Haviland-Jones/L. Feldman Barrett (Hrsg.): Handbook of Emotions. New York 2007³, S. 114–137

Dorothea Adler ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Medienpsychologie der Julius-Maximilians-Universität Würzburg.

Dr. Frank Schwab ist Professor für Medienpsychologie am Institut Mensch-Computer-Medien der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Seine Forschungsschwerpunkte sind Evolutions- und emotionspsychologische Aspekte der Massen- und Individualmedien wie u. a. die Film- und Bewegtbildkommunikation.

Bildethische Reflexionen zur Darstellung verstorbener Geflüchteter

Christian Schicha

Die Veröffentlichung von Bildern verstorbener Prominenter hat in den letzten Jahren immer wieder zu kontroversen Debatten geführt. Dabei reicht das Spektrum der Bilder von Verkehrstoten wie Lady Diana über Hinrichtungsszenen wie bei Saddam Hussein bis hin zu aufgebahrten Persönlichkeiten wie Papst Johannes Paul II. Umstritten sind auch die gezeigten Bilder von Opfern, die bei Terroranschlägen, Folterungen, Amokläufen, in Kriegen oder bei Umweltkatastrophen ums Leben gekommen sind.

Beim Blick auf die Spruchpraxis des Deutschen Presserates werden bei der Beurteilung der Darstellung des Todes primär die Ziffer 1 (Forderung nach Wahrheit, Achtung der Menschenwürde), Ziffer 8 (Schutz der Privatsphäre, Einhaltung der Persönlichkeitsrechte) und Ziffer 11 (Verbot einer unangemessenen sensationellen Darstellung) berücksichtigt. So heißt es z. B. in der Richtlinie 11.3 im *Pressekodex* zum Schwerpunkt „Unglücksfälle und Katastrophen“: „Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zu Opfern werden.“ (Deutscher Presserat 2017)

Die visuelle Darstellung des Todes in den Medien gehört also zu den moralisch problematischsten Techniken journalistischer Tätigkeit. Grundsätzlich ist nach den Voraussetzungen zu fragen, die derartige Veröffentlichungen rechtfertigen können. Schließlich ist die Verletzung der Menschenwürde auch über den Tod hinaus möglich. Postmortale Ehrverletzungen und Entwürdigungen sind dabei relevant (vgl. Stapf 2010). Zudem sind die möglichen negativen Folgen zu antizipieren, die für die Betrachter derartiger Bilder entstehen können.

Gleichwohl haben Journalistinnen und Journalisten die Aufgabe, Missstände aufzuzeigen und zu dokumentieren und dadurch Aufklärung über gesellschaftlich relevante Todesfälle zu leisten. Insofern muss es gute Gründe geben, Bilder zu verbieten, da die Pressefreiheit und das Zensurverbot zu Recht ein hohes Gut in Demokratien vom Typ der Bundesrepublik Deutschland darstellen. Insofern ist zu diskutieren, ob das öffentliche Interesse die Publikation von Bildern Verstorbener rechtfertigen kann.

»Es muss gute Gründe geben, Bilder zu verbieten, da die Pressefreiheit und das Zensurverbot zu Recht ein hohes Gut in Demokratien vom Typ der Bundesrepublik Deutschland darstellen.«

Zur Debatte um die Veröffentlichung des Bildes des verstorbenen Aylan Kurdi

Seit vielen Jahren haben sich über das Mittelmeer in z. T. völlig überladenen und seeuntauglichen Booten Menschen in Not auf den Weg nach Europa gemacht. Dabei sind zahlreiche Menschen ums Leben gekommen, die jedoch anonym geblieben sind, da ihre Bilder und Namen bislang nicht publiziert wurden. Inzwischen wird aber auch der Tod als grausame Konsequenz einer gefährlichen Flucht in Bildern dokumentiert und diskutiert.

Das Foto des 3-jährigen syrischen Jungen Aylan Kurdi, der im September 2015 auf der Flucht ertrunken ist und dessen Leiche am Strand von Bodrum angespült wurde, hat die Welt erschüttert. Das Bild des leblosen Körpers, der mit blauer Jeans und rotem T-Shirt tot am Strand lag, avancierte zu einem Symbol der Katastrophen, die Menschen auf der Flucht widerfahren sind. Das Bild besitzt eine emotionale Identifikations- und Wirkungskraft und erzeugte öffentliche Anschlussdiskurse über das moralisch angemessene Verhalten gegenüber Geflüchteten in Not. Es gehört eindeutig zu den Bildern, „die ins Herz treffen" (vgl. Herbst 2012), wenn verstanden wird, dass der leblose Körper des Kindes einen erfolglosen Fluchtversuch mit tödlichem Ausgang dokumentiert. Dieses Foto war am 2. September 2015 der weltweit am häufigsten verwendete Hashtag bei Twitter und löste eine „Empathiewelle" (Hemmelmann/Wegner 2016, S. 25) aus. Die „Bild-Zeitung" räumte die gesamte letzte Seite für das Foto des Jungen frei. In dem abgedruckten Text zum Bild war auf schwarzem Untergrund zu lesen: „Bilder wie dieses sind schändlich alltäglich geworden. Wir ertragen sie nicht mehr, aber wir wollen, wir müssen sie zeigen, denn sie dokumentieren das historische Versagen unserer Zivilisation in dieser Flüchtlingskrise." (vgl. Becker 2015).

Es wurde kontrovers diskutiert, ob dieses Foto überhaupt hätte gezeigt werden dürfen. Der Journalist Heribert Prantl von der „Süddeutschen Zeitung" vertrat in einem Interview die Auffassung, dass man „das tote Flüchtlingskind nicht instrumentalisieren" dürfe, selbst, wenn dies „für einen guten Zweck" (Baetz 2015) vorgesehen sei. Patricia Riekel (2015, S. 9) von der Illustrierten „Bunte" plädierte dafür, das Bild zu zeigen, da es „zum Symbol einer humanitären Katastrophe [geworden ist], die sich direkt vor unseren Augen abspielt."

Bei der Publikation des Bildes vom verstorbenen Aylan sind auch Verfremdungselemente vorgenommen worden, um eine Wiedererkennung des Jungen zu vermeiden. Sein Gesicht ist bei einigen Veröffentlichungen durch Pixel oder Unschärfe unkenntlich gemacht worden. Auf anderen Fotos ist es nicht zu erkennen, da eine Rückensicht abgebildet worden ist. Das Kind kann demzufolge nicht eindeutig identifiziert werden (vgl. Kamann/Posener 2015). Der „Kölner Stadtanzeiger" hat sich dazu entschlossen, den Körper des Kindes aus dem Foto am Strand herauszuschneiden. Es sind nur noch die weißen Konturen des Jungen zu erkennen (vgl. Stenzel 2015).

Der Deutsche Presserat erhielt 19 Beschwerden gegen diverse Zeitungen, die das Foto unbearbeitet zeigten. Diese wurden durch ihn als unbegründet beurteilt, da es – so das Urteil der Medienselbstkontrollinstanz – keine unangemessen sensationelle und entwürdigende Darstellung des Verstorbenen gegeben habe. Der tote Flüchtlingsjunge am Strand sei ein Dokument der Zeitgeschichte, und das Foto stehe symbolisch für das Leid und die Gefahren, denen sich Flüchtlinge aussetzen. Die Dokumentation der schrecklichen Folgen von Kriegen, der Gefahren des Schlepperwesens und der Überfahrt nach Europa begründe ein öffentliches Interesse. Da das Gesicht des Kindes nicht zu erkennen sei, würden seine Persönlichkeitsrechte nicht verletzt (vgl. Deutscher Presserat 2015).

Zur Debatte um die Veröffentlichung des Bildes der verstorbenen Flüchtlinge im Lkw

Ein weiteres Bild, das die fatalen Folgen von Flucht dokumentiert, war das Foto von 71 toten Menschen, die im August 2015 in einem Schleuser-Lkw auf einer österreichischen Autobahn erstickt waren (vgl. Hemmelmann/Wegner 2016). Es sind zwar keine Gesichter zu sehen, wohl aber die leblosen Körper der Verstorbenen. Auch diesmal diskutierten Medienethiker und Journalisten, ob dieses Grauen unverpixelt gezeigt wer-

»Grundsätzlich haben Medien die Aufgabe, ihrer Chronistenpflicht nachzukommen, indem sie Öffentlichkeit herstellen und über relevante Ereignisse berichten.«

den darf. Tobias Eberwein (Universität Klagenfurt) formulierte seine Bedenken wie folgt: „Die Verwendung dieses Fotos ist ein dreister Verstoß gegen die berufsethischen Grundsätze des Journalismus. Die Wahrung der Menschenwürde wird im *Pressekodex* als eines der obersten Gebote des Journalismus hervorgehoben. Das gilt natürlich auch und ganz besonders bei der Berichterstattung über Opfer von Straftaten, weil diese sich häufig nicht mehr gegen die Berichterstattung wehren können." (o. V. 2015). Julian Reichelt („Bild-Zeitung") trat hingegen für eine Veröffentlichung des Bildes ein und verwies auf die Debatte innerhalb der Redaktion, die eine verzögerte Publikation des Fotos nach intensiver Prüfung zur Folge hatte: „Wir haben das Foto nicht sofort online gebracht, sondern erst nach einem Tag der Diskussion zeitgleich in der gedruckten Zeitung und online veröffentlicht. Wir haben uns in der Chefredaktion die Meinung aller Leiter unserer Außenredaktionen eingeholt. Das Meinungsbild war absolut einheitlich und hat uns in unserer Einschätzung bestärkt: Solche Fotos zu veröffentlichen, die die menschliche Dimension politischer Entscheidungen dokumentieren, ist eine der Kernaufgaben von Journalismus." (o. V. 2015) Marlis Prinzing (Macromedia Hochschule, Köln) argumentierte aus einer pflichtethischen Perspektive gegen die Veröffentlichung von Leichenbildern. Aus einer folgenethischen Haltung heraus könnten derartige Bilder jedoch dazu beitragen, die „Öffentlichkeit auf[zu]rütteln" (o. V. 2015). Lars Haider vom „Hamburger Abendblatt" sah die Grausamkeit der Ereignisse auch ohne „Beweisfoto" eindeutig belegt und beklagte ein voyeuristisches Verhalten im Rahmen der Bildveröffentlichung, das die Menschenwürde verletze. Michael Bröcker („Rheinische Post") forderte eine „zurückhaltende ethisch-moralische Linie bei der Fotoauswahl", um Opfer und Angehörige zu schützen (vgl. o. V. 2015).

Der Deutsche Presserat erhielt wegen der Veröffentlichung des Bildes der toten Flüchtlinge im Lkw 20 Beschwerden, die die Medienselbstkontrollinstanz als unbegründet erachtete, da es sich um eine Berichterstattung über ein schweres Verbrechen handele, an der ein öffentliches Interesse bestehe. Das Foto dokumentiere die schreckliche Realität, ohne die abgebildeten Menschen zu entwürdigen. Schließlich seien sie nicht identifizierbar. Der Beschwerdeausschuss hält das Foto zwar für furchtbar. Dennoch dürfe die Realität gezeigt werden, solange die visuelle Darstellung nicht unangemessen sensationell sei und die Opfer dadurch nicht erneut zu Opfern würden. Dies – so die Einschätzung des Presserates – sei hier nicht der Fall (vgl. Deutscher Presserat 2015).

Argumente für und gegen die Veröffentlichung von Bildern verstorbener Geflüchteter

Grundsätzlich haben Medien die Aufgabe, ihrer Chronistenpflicht nachzukommen, indem sie Öffentlichkeit herstellen und über relevante Ereignisse berichten. Dazu gehören auch visuelle Dokumente der Zeitgeschichte, die Missstände aufzeigen. Dies lässt sich gegebenenfalls dann legitimieren, wenn keine Identifikation der Opfer möglich ist. So können beispielsweise Gesichter gar nicht oder nur verpixelt gezeigt werden. Da derartige Schockbilder in der Regel ohnehin im Internet zu finden sind, kann für eine Veröffentlichung dahin gehend argumentiert werden, dass eine Ausblendung derartiger visueller Darstellungen als Zensur wahrgenommen werden kann. Schließlich – so die Hoffnung – kann die visuelle Veröffentlichung der grausamen Konsequenzen einer unmenschlichen Flüchtlingspolitik dazu beitragen, politisches Handeln zu verändern. Derartige Schlüsselbilder können Symbolkraft gewinnen und dazu beitragen, das Wegsehen zu vermeiden und die menschlichen Tragödien nicht auszublenden. Gegen die Veröffentlichung von Bildern verstorbener Geflüchteter spricht, dass die Menschenwürde der Toten berührt wird. Zudem leiden gegebenenfalls auch die Angehörigen der Opfer unter der visuellen Darstellung. Es ist aus der Perspektive des Jugendschutzes auch nicht abzusehen, ob derartige Schockbilder von Heranwachsenden angemessen verarbeitet werden können. Die visuelle Instrumentalisierung von Leid ist nicht zwingend erforderlich, um die tragischen Konsequenzen falschen politischen Handelns zu erklären. Dies ist auch in anderer Form durch sprachliche Aufklärung möglich. Schließlich besteht die Problematik, dass eine drastische Darstellung des Leidens weniger der Aufklärung als vielmehr dem Voyeurismus und der Geschäftemacherei dient.

»Medien sollten gerade bei einem derart sensiblen und emotional sehr aufgeladenen Thema – wie der Berichterstattung über flüchtende Menschen – Regeln beachten, um die öffentliche Debatte nicht anzuheizen, sondern einzuordnen.«

Anforderungen an die Medienberichterstattung über Geflüchtete

Es lässt sich konstatieren, dass notwendige journalistische Einordnungen über die Zusammenhänge oft nicht erfolgen, sondern eher oberflächliche Berichte die Debatte bestimmen, die polarisieren, statt aufzuklären. Der bisweilen unsensible sprachliche Umgang mit dem Phänomen flüchtender Menschen, die als Naturkatastrophen klassifiziert werden, verstärkt diese Tendenz. Hinzu kommt die starke emotionale Wirkung von Schockbildern, die das Leiden oder den Tod flüchtender Menschen dokumentieren. Medien sollten gerade bei einem derart sensiblen und emotional sehr aufgeladenen Thema – wie der Berichterstattung über flüchtende Menschen – Regeln beachten, um die öffentliche Debatte nicht anzuheizen, sondern einzuordnen. Sie können Hintergründe von Flucht und Vertreibung aufzeigen, ihre Ursachen benennen, historische, politische, religiöse, ökonomische, militärische und kulturelle Zusammenhänge darstellen, wissenschaftliche Expertisen nutzen und darüber hinaus die unterschiedlichen Möglichkeiten der Informationsvermittlung in Form von Reportagen, Berichten, Kommentaren und Dossiers nutzen, um umfassend zu informieren. Selbstreflexion und Selbstkritik sollten ebenso zu den Maximen der Medienberichterstatter gehören, wie z. B. das Aufzeigen von ökonomischen und strukturellen Rahmenbedingungen. Zentral ist ein sensibler Umgang mit Bildern und Sprache, der dazu beitragen soll, konstruktiv zu argumentieren, statt populistische und dramatisierende Bedrohungseffekte zu forcieren. Vorhandenes Nichtwissen zu artikulieren und Distanz zu wahren, gehört ebenso zu den zentralen Aufgaben der Medienberichterstatter wie das Benennen eigener Fehler, um einen ehrlichen und konstruktiven Journalismus zu bewerkstelligen. Zentral ist aber gleichermaßen, eine eigene Haltung zur Menschlichkeit zu besitzen und diese im Rahmen der eigenen journalistischen Arbeit zu dokumentieren, indem auch das individuelle Schicksal von flüchtenden Menschen aufgezeigt und eingeordnet wird.

Literatur:

Baetz, B.: *Medienethik. Über die Grenzen des Zumutbaren. Heribert Prantl im Gespräch mit Brigitte Baetz.* In: Deutschlandfunk, 05.09.2015.
Abrufbar unter: http://www.deutschlandfunk.de/medienethik-ueber-die-grenzen-des-zumutbaren.761.de.html?dram:article_id=330279 (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Becker, A.: *Das traurigste Foto der Welt: #Kiyiya wird zum Symbolbild der Flüchtlingskrise.* In: Meedia, 03.09.2015.
Abrufbar unter: http://meedia.de/2015/09/03/das-traurigste-foto-der-welt-kiyiya-wird-zum-symbolbild-der-fluechtlingskrise (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Deutscher Presserat: *Totes Flüchtlingskind am Strand ein Dokument der Zeitgeschichte.* Pressemitteilung, 03.12.2015.
Abrufbar unter: http://www.presserat.de/presserat/news/pressemitteilungen/datum/2015/ (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Deutscher Presserat (Hrsg.): *Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserates. Beschwerdeordnung.* Berlin 2017.
Abrufbar unter: http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex2017light_web.pdf (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Hemmelmann, P./Wegner, S.: *Flüchtlingsdebatte im Spiegel von Medien und Parteien.* In: Communicatio Socialis, 1/2016/49, S. 21 – 38

Herbst, D. G.: *Bilder, die ins Herz treffen. Pressefotos gestalten. PR-Bilder auswählen.* Bremen 2012

Kamann, M./Posener, A.: *Ein totes Kind. Soll man das Foto des im Mittelmeer ertrunkenen und in der Türkei an den Strand gespülten syrischen Jungen veröffentlichen?* In: Die Welt, 04.09.2015, S. 3

o. V.: *Medien-Ethiker kritisieren Schock-Foto aus Flüchtlings-LKW: „Dreister Verstoß gegen Grundsätze des Journalismus".* In: Meedia, 31.08.2015.
Abrufbar unter: http://meedia.de/2015/08/31/medien-ethiker-kritisieren-schock-foto-aus-fluechtlings-lkw-dreister-verstoss-gegen-grundsaetze-des-journalismus/ (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Riekel, P.: *Ein Foto, das die Welt verändern kann.* In: Bunte, 38/2015, 03.09.2015, S. 9

Stapf, I.: *Tod und Sterben.* In: Schicha , C./Brosda, C. (Hrsg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden 2010, S. 391 – 405

Stenzel, K.: *Ertrunkenes Kleinkind am Strand von Bodrum. Fotos, die wir Ihnen nicht zeigen wollen.* In: Kölner Stadt-Anzeiger, 03.09.2015.
Abrufbar unter: http://www.ksta.de/politik/-fotos-sote-die-wir-ihnen-nicht-zeigen-wollen,15187246,31702928.html (letzter Zugriff: 01.12.2017)

Dr. Christian Schicha ist Professor für Medienethik am Institut für Theater- und Medienwissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

© Sandra Hermannsen

„Es gibt Bilder, die müssen gezeigt werden!“

Johannes Böhning ist stellvertretender Chefredakteur des Fernsehsenders N24 und leitet bei WeltN24 die Redaktion „Bewegtbild“. *tv diskurs* sprach mit ihm über die Herausforderungen bei der Berichterstattung über das Attentat auf dem Breitscheidplatz am 19. Dezember 2016 und den Umgang mit den Bildern des Terrors im digitalen Zeitalter.

Vor welchen Herausforderungen standen Sie bei der Berichterstattung über den Terroranschlag auf dem Berliner Breitscheidplatz?

Erst einmal bestand die Herausforderung darin, dass der Terroranschlag quasi direkt vor der Haustür stattfand. Wir wussten die ganze Zeit, dass so etwas passieren kann. Wenn es dann aber tatsächlich geschieht, ist es immer noch mal eine besondere Situation. Im ersten Moment denkt man, das kann nicht wahr sein – wohl wissend, dass es wahr ist. Und dann bringt man die ganze Apparatur zum Laufen. Bei uns bedeutet das, ein Studio vorzubereiten, die Moderatoren ins Studio zu holen und auf Sendung zu gehen. Gleichzeitig müssen Reporter und Kameraleute organisiert und Bilder im Internet recherchiert werden. Daneben gilt es, Telefonschalten mit Experten vorzubereiten. Wenn so ein Anschlag vor der eigenen Haustür geschieht, heißt das natürlich auch, dass man persönliche Gefühle zurückstellen muss. In diesem Moment ist man nur noch Journalist.

Im Zusammenhang mit Terroranschlägen wurde in den Medien darüber diskutiert, wie lange man eigentlich auf Sendung bleiben soll – auch wenn nichts Neues mehr geschieht und sich der Stand der Erkenntnisse ab einem bestimmten Punkt nicht mehr großartig verändert. Wie haben Sie das gehandhabt?

Irgendwann kommt der Punkt, an dem man aufhören muss, zu senden. Für uns war dieser Punkt in der Nacht gegen 02:00 Uhr morgens erreicht. Wir haben uns gesagt, wir steigen um 06:00 Uhr wieder in die Berichterstattung ein und schauen dann, was der neue Tag bringt. Beim Breitscheidplatz war die Nachrichtenlage da plötzlich ganz anders, weil der, der am Abend als Täter gefasst wurde, morgens um sechs nicht mehr der Täter war. Es ist immer schwierig zu entscheiden, wann man aus der Berichterstattung aussteigt. Aber auch der Einstieg ist umstritten. Uns wird nicht nur der Vorwurf gemacht, zu lange zu berichten, sondern auch, dass wir zu schnell berichten und zu viel spekulieren. Von uns wird

aber erwartet, dass wir sofort anfangen zu berichten. Das tun wir auch. Zu behaupten, es gäbe einen Punkt, an dem nicht mehr spekuliert wird, ist unehrlich. Bei dem Germanwings-Absturz wussten wir zwei Tage lang nicht, dass der Pilot die Maschine selbst in den Berg gesteuert hat. Man hätte nicht erst nach zwei Tagen anfangen können, zu berichten. Man berichtet, wenn es passiert. Hinzu kommt, dass der Druck, schnell on air zu gehen, für alle höher geworden ist. Denn durch die digitalen Medien ist eine Nachricht sofort in der Welt. Dann wollen die Menschen auch erfahren, wie viele Verletzte es gibt, wie viele Tote.

Nun war der Anschlag in Berlin nicht der erste, über den die Medien berichten mussten. Man konnte also vorbereitet sein. Haben Sie Leitlinien in der Redaktion, wie man mit solchen Situationen umgeht, was man zeigt und was nicht?

Wir haben Leitlinien, nach denen wir entscheiden, was wir zeigen dürfen und was nicht. Hierbei geht es darum, dass wir die Persönlichkeitsrechte beachten müssen – die der Opfer, der Angehörigen und der Täter. Darstellungen von besonderer Brutalität, herabwürdigende Szenen oder sterbende Menschen dürfen nicht gezeigt werden. Auch wollen wir uns nicht für politische Propaganda instrumentalisieren lassen. Trotzdem muss das jeden Tag wieder neu verhandelt werden, weil es immer Ausnahmen gibt. Es gibt Bilder, die sind so verstörend und so bewegend – wie der Junge Aylan, der am Strand lag –, die müssen gezeigt werden, weil sie sinnbildlich für ein großes Unrecht stehen. Erst durch diese Bilder können sich die Menschen eine Vorstellung von dem machen, was wirklich passiert. Das gilt für Kriege, wie auch für jede Hungerkatastrophe. Eine Hungerkatastrophe existiert für die Öffentlichkeit gar nicht, solange es keine Bilder davon gibt. Das sieht man auch an der Spendenbereitschaft. Die Leute spenden erst in dem Moment, in dem sie Bilder von einer Hungerkatastrophe sehen. Man bekommt erst dann eine Beziehung zu dem Ereignis, wenn man Bilder davon sieht. Insofern ist es immer eine Abwägung. Es ist eine große Verantwortung, Persönlichkeitsrechte zu schützen und Bilder nicht zu zeigen. Es besteht aber auch eine Verantwortung, Bilder zu zeigen und die Öffentlichkeit aufzuklären.

In diesem konkreten Fall bestand ja die besondere Herausforderung darin, dass plötzlich jemand live auf dem Breitscheidplatz mit dem Smartphone filmte und das im Netz streamte. Sie wussten gar nicht, was er als Nächstes zeigen wird. Wie sind Sie damit umgegangen?

Wir waren sehr vorsichtig und haben den Stream dann auch aus dem Programm genommen. Wir hatten selbst 20 Minuten nach dem Anschlag eine Livekamera vor Ort vor dem Lastwagen und haben dort Verletzte gesehen und entschieden: Dieses Bild müssen wir abmildern. Wir sind dann weggeschwenkt, auch weil Zuschauer sich gemeldet und gesagt haben, wir können so etwas nicht zeigen. Man kann sicher darüber diskutieren, ob die Bilder zu hart waren oder nicht. Es war halt ein Terroranschlag in Deutschland. Trotzdem haben wir unsere eigenen Kameraleute angehalten, möglichst neutrale Bilder von dem Ereignis zu liefern. Das ist immer eine Gratwanderung. Später wurde uns vorgeworfen, wir würden zu viel über den Täter berichten und zu wenig über die Opfer. Es ist aber schwer, im Fernsehen über Opfer zu berichten, wenn es keine Bilder gibt. Da entstand am Ende der Eindruck, wir würden uns nur für den Täter interessieren.

Entscheidet auch das Bauchgefühl darüber, welche Bilder man zeigt und welche nicht?

Trotz der Standards, die wir haben, ist es tatsächlich auch immer eine Einzelfallabwägung. Und wenn es so schnell gehen muss, weil es in Echtzeit passiert, entscheiden Kopf und Bauch. Es ist eine rationale Entscheidung, die man aus dem Bauch heraus trifft. Und wir diskutieren in der Redaktion, weil keiner sich in der Lage fühlt, es allein zu entscheiden.

Was wäre denn so schlimm daran gewesen, Verletzte zu zeigen? Es geht ja immer darum, die Würde des Menschen zu bewahren und z. B. nicht das Gesicht zu zeigen. Wenn man nun einen Verletzten zeigte, den man nicht identifizieren kann, wäre das trotzdem schlimm?

Da scheiden sich die Geister. Ich persönlich glaube, es gehört zu einem Anschlag dazu, dass man unter Wahrung der Persönlichkeitsrechte das Leid auch ins Bild hebt. Aber wir haben sehr viele negative Reaktionen erhalten, weil Verletzte zu sehen waren. Durch das Internet sind die Leute sehr sensibel geworden – gerade weil dort alles verfügbar ist, man mit einem Klick auf den schlimmsten Seiten drauf ist. Deswegen wird von „seriösen" Nachrichten umso mehr erwartet, dass sie die Persönlichkeitsrechte respektieren. Der Breitscheidplatz war der Höhepunkt dieser in Anführungsstrichen „restriktiven" Berichterstattung. Alle haben peinlich genau darauf geachtet, bloß keine Toten zu zeigen, bloß keine Verletzten, keine Opfer. Am Ende entstand der Eindruck, dass es ein steriles Ereignis war. Das gipfelte in dem Vorwurf, die Deutschen und die Berliner wären nicht in der Lage, zu trauern. Das ist natürlich Unsinn. Es ist aber schwierig, einen Zugang zu einer Geschichte zu finden, von der es so gut wie keine Bilder gibt.

Ich habe mich auch gewundert, dass so wenig von deutschen Opfern berichtet wurde. Meine Annahme war, die betroffenen Familien wollten das nicht. War das so?

Ich nehme an, dass die Opfer auch dahin gehend beraten wurden, nicht an die Öffentlichkeit zu gehen. Viele haben auch erst nach zwei, drei Tagen erfahren, dass ihre Angehörigen ums Leben gekommen sind. Das geht aus dem offenen Brief hervor, den die Angehörigen an die Kanzlerin im Dezember 2017 geschrieben haben. Tatsächlich hat auch niemand den Weg an die Öffentlichkeit gesucht und wir Medien haben uns ebenfalls zurückgehalten. Im ZDF gab es ein halbes Jahr später einen Bericht, nachdem zwei, drei Familien an den Sender herangetreten waren, um das erste Mal darauf aufmerksam zu machen, dass man ihnen eben nicht genug Beachtung schenkt. Das wurde aber nicht so stark wahrgenommen damals. Ein Jahr später, mit dem offenen Brief, ist es mehr publik geworden.

Mir scheinen die Medien zwischen zwei Extremen zu schwanken. Auf der einen Seite die „Bild-Zeitung" und der Boulevard, der sich auf alles stürzt, und das andere Extrem, dass man respektvoll Distanz wahrt.

Ich glaube, es hat eine Verschiebung des Wertekanons stattgefunden. Das hat angefangen mit dem Germanwings-Absturz, bei dem viele Medien das erste Mal extrem unter Druck geraten sind. Weil sie über Schicksale berichtet haben, wurden Rügen vom Presserat ausgesprochen. Hinterher sind wir immer vorsichtiger geworden. Während des ganzen Syrienkrieges, wo auch viele schreckliche Bilder im Netz kursierten, haben wir bewusst darauf verzichtet, diese zu senden. Teilweise, weil sie zu grausam waren, teilweise, weil wir uns auch von der Propaganda des IS nicht instrumentalisieren lassen wollten. Es hat sukzessive eine Zurücknahme gegeben in der Berichterstattung, der Breitscheidplatz war der Höhepunkt. Es hat sich aber gezeigt, dass es nicht nur gut ist, sich zurückzuhalten, weil am Ende der Eindruck entsteht, man würde sich eigentlich nur mit dem Täter auseinandersetzen und nicht genug Empathie für die Opfer aufbringen.

Wenn sich Zuschauer über die Berichterstattung beschweren, wie gelingt es Ihnen, Ihre journalistischen Prinzipien aufrechtzuerhalten? Wie schafft man es als Medium, standfest zu bleiben und zu sagen: Das sind meine Leitlinien, die natürlich nicht in Stein gemeißelt sind.

Man muss sich jeden Tag bewusst sein, dass man als Journalist eine hohe Verantwortung trägt. Beschwerden, die z. B. massiv über das Internet kommen, dürfen einen nicht von den journalistischen Prinzipien abbringen. Letztendlich sind es auch nur Leserbriefe in Echtzeit. Sie vermitteln einen Eindruck, aber nie das gesamte Bild. Das Gros der Zuschauer meldet sich nicht. Vor allem die nicht, die mit der Berichterstattung einverstanden sind. Kritik wird immer geäußert und auch sehr stark wahrgenommen. Qualität gilt als selbstverständlich. Es ist richtig, heutzutage vorsichtiger zu sein, da gerade im Internet viele Falschinformationen verbreitet werden. Insofern muss man schauen, dass man die Leitlinien aufrechterhält und bei jeder Nachricht neu abwägt. Aber nach der Abwägung müssen wir trotzdem die Freiheit haben, zu berichten.

Das Interview führte Vera Linß.

Ethisches Handeln beim Fotografieren – Professionsethik im Fotojournalismus

Felix Koltermann

Fotoreporter nehmen für journalistische Medien die Rolle des professionellen Augenzeugen ein und fertigen visuelle Dokumente dessen an, was sich vor ihrer Kamera abspielt. Dabei sind während des fotografischen Aktes eine ganze Reihe von ethischen Fragestellungen zu klären, die für das fotojournalistische Handeln im Feld – unabhängig von den Bildern und deren Zirkulation – eine wichtige Rolle spielen.

Es war ein Nebensatz während eines Podiumsgesprächs auf dem *medien impuls* der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) zum Thema „Mächtige Bilder, ohnmächtige Ethik?" am 7. Dezember 2017 in Berlin, der aufhorchen ließ. Zum Thema „Bildethik" äußerte Joachim Herrmann, leitender Bildredakteur bei der Nachrichtenagentur Reuters in Deutschland, dass für seine Fotografen gelte, erst einmal alles zu fotografieren und dann im zweiten Schritt über bildethische Fragestellungen – vor allem hinsichtlich der Publikationswürdigkeit der gemachten Fotografien – zu entscheiden. Problematisch ist hier das nonchalante Übergehen ethischer Fragen beim Fotografieren. Aufschlussreich ist es insofern, als dass hier zwei Bereiche voneinander getrennt werden, die normalerweise zusammen gedacht werden: der Akt des Fotografierens und der Akt des Publizierens. Im folgenden Text soll diese Unterscheidung dazu genutzt werden, unter dem Stichwort „fotojournalistische Professionsethik" zu diskutieren, welche ethischen Fragestellungen beim fotografischen Akt eine Rolle spielen und wie diese das journalistische Handeln von Fotoreportern bestimmen.

Der Fotojournalismus als Subsystem des Journalismus

Der Fotojournalismus ist dabei als ein ausdifferenzierter Teil des Journalismus zu betrachten, der ähnlichen Werten und Normen folgt wie der Textjournalismus. Er ist der Primärfunktion des Journalismus verpflichtet, zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft beizutragen. In der Ausgestaltung fotojournalistischer Arbeit folgt der Fotojournalismus allgemeinen journalistischen Codes wie der Aktualität, der Neuigkeit, der Relevanz und der Faktizität. Innerhalb des Fotojournalismus ist zwischen den beiden zentralen Berufsfeldern Nachrichten- und Dokumentarfotografie zu unterscheiden, die sich hinsichtlich des Grades der Ereignisfixierung, ihrer Darstellungsformen sowie der alltäglichen Arbeitsroutinen unterscheiden (vgl. Koltermann 2017, S. 53 ff.). Im Rahmen ihrer beruflichen Sozialisation, die meist „on the job" und weniger in klar definierten Ausbildungen oder Studiengängen durchlaufen wird, lernen und verinnerlichen Fotoreporter die Standesregeln des Berufsfeldes und die professionsethischen Rahmenbedingungen.

Zentrale Referenz fotojournalistischen Arbeitens ist die Authentizität fotojournalistischer Bilder, die vom Fotoreporter als professionellem Augenzeugen garantiert wird und die als bildspezifische Ausprägung des journalistischen Objektivitätsanspruchs gelten kann (vgl. Grittmann 2007, S. 36). Die Rahmenbedingungen werden dabei von gesetzlichen Schranken und Regelungen sowie von beruflichen Kodizes als einem elementaren Teil medialer Selbstkontrolle gesetzt. In Bezug auf die fotojournalistische Professionsethik während der Produktion geht es vor allem um die Verantwortung des Fotoreporters für sein Handeln im Feld. Dieser Umstand ist von bildethischen Fragestellungen abzugrenzen, die stärker auf das Bild als Handlungsprodukt und Fragen des Zeigens und Betrachtens fokussieren. Wichtig ist jedoch, dass nur ein Teil der Regeln, die im fotojournalistischen Berufsalltag eine Rolle spielen, verschriftlicht, also kodifiziert ist, was auf die Bedeutung der Sozialisation innerhalb fotojournalistischer Institutionen verweist. Vor allem die nicht verschriftlichten, berufsspezifischen Normen und Praktiken unterscheiden sich meist zwischen Ländern und Regionen sowie fotojournalistischen Milieus.

Themenfelder der Fotojournalismusethik

Für eine Beschäftigung mit der Fotojournalismusethik als Professionsethik sind all die Themen relevant, die rund um den fotografischen Akt als dem zentralen Moment fotojournalistischer Produktion eine Rolle spielen. Ausgeklammert werden hier die Aspekte, welche die fotografischen Bilder und mit deren Zirkulation verbundene ethische Fragestellungen betreffen, wie z. B. das Recht am eigenen Bild oder das Zeigen von Tod und Gewalt, da diese in der Literatur zum Thema „Bildethik“ (Leifert 2007; Hackel de-Latour 2014) ausführlich behandelt werden. Themenfelder der Fotojournalismusethik betreffen das Auftreten im Feld, das Verhalten, um an Bilder zu kommen, die Art und Weise der Kooperation mit anderen am Ereignis Beteiligten, den Umgang des Fotoreporters mit der Situation vor der Kamera sowie das Spannungsverhältnis von Dokumentation des Geschehens versus Hilfeleistung für Betroffene. Die einzelnen Aspekte sollen hier eher allgemein skizziert und um Hinweise darauf ergänzt werden, ob es in den relevanten berufsethischen Kodizes der Agenturen Associated Press (AP) und Reuters sowie des deutschen Fotojournalistenverbandes Freelens Antworten darauf gibt.

Verhalten, um an Bilder zu kommen

Das Auftreten im Feld ist der Moment, in dem der Fotoreporter mit oder ohne Kamera als Akteur am Ort eines Geschehens auftaucht und eine konkrete soziale Situation betritt. Dabei stellt sich die Frage, ab wann und wie sich der Fotoreporter als Journalist ausgibt oder nicht, mit wem er am Ort des Geschehens auftaucht und auf welche Art und Weise er Kontakt zu Akteuren des Geschehens aufnimmt. Entscheidend für das Auftreten im Feld ist, ob es sich um eine private oder öffentliche Situation handelt und welchen Charakter das zu dokumentierende Ereignis annimmt. Von diesen Faktoren hängt es ab, ob der Fotoreporter sofort anfängt zu fotografieren, sich erst vorstellt und Kontakt zu den zentralen Akteuren aufbaut oder dem Aufbau eines Vertrauensverhältnisses eine längere Zeit widmet, bevor er die Kamera zur Hand nimmt. Im *Handbook of Journalism* der Agentur Reuters heißt es dazu recht allgemein: „Photographers should be as unobtrusive as possible“ (Reuters 2008), sowie zum Thema „Selbstidentifikation“: „We do not pass ourselves off as something other than a journalist“. Gekoppelt mit dem Auftreten im Feld ist das vom Fotoreporter gewählte Verhalten, um an Bilder zu kommen, und die Frage, ob von Fotografierten ein verbales und nonverbales Einverständnis zum Fotografieren eingeholt wird oder nicht, sowie der Umgang mit einem möglichen Nein zum Fotografieren, das akzeptiert, übergangen oder argumentativ aufgelöst werden kann.

»Themenfelder der Fotojournalismusethik betreffen das Auftreten im Feld, das Verhalten, um an Bilder zu kommen, die Art und Weise der Kooperation mit anderen am Ereignis Beteiligten, den Umgang des Fotoreporters mit der Situation vor der Kamera sowie das Spannungsverhältnis von Dokumentation des Geschehens versus Hilfeleistung für Betroffene.«

Kooperation mit anderen Akteuren

Ein Aspekt, der für das Auftreten im Feld eine zentrale Rolle spielt, ist die Kooperation mit anderen am Ereignis beteiligten Akteuren. Je nach Charakter des Ereignisses und sozialer Situation, also beispielsweise, ob privat oder öffentlich, kann ein Fotoreporter nur am Ort eines Geschehens auftauchen, wenn er von einem beteiligten Akteur dazu eingeladen wurde. Hier ist vom Fotoreporter zu eruieren, was die Interessenlage der Akteure ist und ob es Restriktionen hinsichtlich der Berichterstattung gibt. Bei Reuters heißt es dazu: „Such photographs must say if the image was taken during an organized or escorted visit unless the photographer was truly free to work independently" (ebd.). Von besonderer Relevanz ist dies in Konfliktsituationen, wenn z. B. das Auftauchen am Ort des Geschehens mit Militär oder Polizei von oppositionellen Kräften als Positionierung im Konflikt empfunden wird. Ein Faktor, der hiermit in Zusammenhang steht und ebenfalls in Konfliktregionen eine Rolle spielt, ist, ob es für die Fotografierten negative Folgen haben kann, wenn sie zusammen mit Fotoreportern gesehen werden. Hier geht es als Fotoreporter darum, die Folgen des eigenen Handelns für andere im Feld abzuschätzen.

Die Situation vor der Kamera

Verbunden mit der zentralen fotojournalistischen Berufsnorm, Beobachter des Geschehens zu sein, ist der klare Auftrag, nicht in die Situation vor der Kamera einzugreifen. „[…] we do not stage, pose or re-enact events" heißt es dazu in den *News Values and Principles* der Agentur Associated Press (AP 2017). Als einzige Ausnahme fungieren – als solche gekennzeichnete – gestellte bzw. inszenierte Porträts. Während die Form der direkten Einmischung in ein Ereignis noch relativ klar abzugrenzen ist, wird es bei der Frage nach dem (indirekten) Einfluss auf die fotografierte Situation schon komplexer. Es liegt in der Natur der Sache, dass die Anwesenheit einer Kamera und eines Fotoreporters selten unbeobachtet bleibt. Die entsprechenden Kodizes von Reuters und Freelens verweisen hier vor allem auf die Notwendigkeit, dass sich Fotoreporter dieses Umstandes bewusst sein müssen, um darauf reagieren zu können. Darüber hinaus heißt es bei Freelens: „Nehmen abgebildete Personen Handlungen gezielt ‚für die Kamera' vor, so ist zumindest in der Bildbeschriftung darauf hinzuweisen" (Freelens 2015).

Dokumentieren versus helfen

Ein Moment, in dem die zentrale Berufsnorm des Nichteingreifens als Teil der Beobachterrolle auf den Prüfstand gestellt wird, tritt dann ein, wenn Menschen vor der Kamera Hilfe benötigen. Die besondere Relevanz ergibt sich daraus, dass Fotoreporter wie andere First Responder oft die Ersten am Ort eines Geschehens sind. Wie sich in solch einer Situation zu verhalten ist, dazu schweigen sich die entsprechenden Kodizes von AP, Reuters und Freelens aus, was bedeutet, dass es weitgehend den Fotoreportern selbst überlassen ist, hier eine adäquate Entscheidung zu treffen. Dabei wird in der Regel vom Fotoreporter die Bedeutung der Dokumentation abgewogen mit der Notwendigkeit, Hilfe zu leisten. Außerdem muss der Fotoreporter abschätzen, inwieweit er sich selbst durch das Hilfeleisten in Gefahr begibt. Weitverbreitet ist in der Profession, erst ein Foto zu machen und dann zu helfen – solange keine anderen helfenden Akteure in der Nähe sind. Eine größere Bereitschaft, die eigene Rolle abzulegen und zu helfen, gibt es darüber hinaus bei Unfällen und Katastrophen, da hier der Rollenwechsel weniger Risiken birgt als in Konfliktsituationen.

»Verbunden mit der zentralen fotojournalistischen Berufsnorm, Beobachter des Geschehens zu sein, ist der klare Auftrag, nicht in die Situation vor der Kamera einzugreifen.«

Fazit

Die hier angerissenen Themenfelder der Fotojournalismusethik haben gemeinsam, dass diese den Fotoreporter während der Produktion und des fotografischen Aktes betreffen. Dabei ist natürlich zu berücksichtigen, dass jede soziale Situation und jedes Geschehen eigene Herausforderungen hat, die jedes Mal neu zu bewerten und von Land zu Land, von Region zu Region unterschiedlich sind. Andere externe Einflussfaktoren sind das professionelle Milieu, in dem die Fotoreporter tätig sind, ihre Beschäftigungssituation (und damit auch mögliche Konkurrenzverhältnisse zu Kollegen) sowie regionale Unterschiede. Viele damit verbundene Entscheidungen müssen intuitiv im Moment getroffen werden. Hier ist der Fotoreporter in der Regel auf sich allein gestellt. Nur eine präzise Vorbereitung sowie genaue Absprachen mit Vorgesetzten und Kollegen ermöglichen es, einige dieser Themenfelder schon im Vorhinein einzugrenzen. Sobald der fotografische Akt vorbei ist, verschiebt sich die Bedeutung von den Handlungsfolgen während des Geschehens hin zum Umgang mit dem fotografischen Bild als möglichem Produkt des Handelns.

Ausblick

Ziel dieses Textes war es, ethische Fragestellungen zu skizzieren, die im Moment der fotojournalistischen Produktion und des fotografischen Aktes relevant sind. Im allgemeinen Mediendiskurs ebenso wie in bildethischen Debatten bleiben diese Themen meist hinter der Fassade der fotografischen Bilder verborgen oder werden in einem Nebensatz abgehandelt – wie im eingangs erwähnten Zitat von Joachim Herrmann. Dies hat damit zu tun, dass die hier angerissenen Themenkomplexe fast immer nur individuell oder professionsintern verhandelt werden. Darüber hinaus sind im Mediendiskurs bildethische Fragestellungen, die als Ethik des Bildhandelns auf Zirkulation und Publikation von Bildern ausgerichtet ist, viel präsenter. Umso wichtiger ist in diesem Zusammenhang, immer wieder kritisch die Reichweite und den Geltungsanspruch der jeweiligen Debatten zu überprüfen und genau zu überlegen, welcher Akteur welchen Grad an Verantwortung innehat. Die hier dargelegten Beobachtungen können als Ausgangspunkt dafür dienen, präziser auf einzelne Phänomene und Akteure zugeschnittene ethische Debatten zu führen, in denen Verantwortungsbereiche klar benannt werden.

Literatur:
Associated Press (AP): *News Values and Principles.* 2017.
Abrufbar unter: https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/telling-the-story/visuals (letzter Zugriff: 01.01.2018)
Freelens: *Position zum Fotojournalismus.* April 2015.
Abrufbar unter: https://www.freelens.com/news/freelens-position-zum-fotojournalismus/ (letzter Zugriff: 01.01.2018)
Grittmann, E.: *Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie.* Köln 2007
Hackel de-Latour, R.: *Bildethik im Fadenkreuz.* In: Communicatio Socialis, Ausgabe 47, 4/2014
Koltermann, F.: *Fotoreporter im Konflikt.* Bielefeld 2017
Leifert, S.: *Bildethik. Theorie und Moral im Bildjournalismus der Massenmedien.* München 2007
Reuters: *Handbook of Journalism.* April 2008.
Abrufbar unter: http://handbook.reuters.com/index.php?title=A_Brief_Guide_to_Standards%2C_Photoshop_and_Captions (letzter Zugriff: 01.01.2018)

Dr. Felix Koltermann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien, Theater und Populäre Kultur der Universität Hildesheim. Er forscht schwerpunktmäßig zu globalem Fotojournalismus, Kriegsfotografie sowie visueller Medienkompetenz.

»Weitverbreitet ist in der Profession, erst ein Foto zu machen und dann zu helfen – solange keine anderen helfenden Akteure in der Nähe sind.«

© Sandra Hermannsen

„Ich glaube an die Kraft der Bilder!“

Hosam Katan wurde 1994 in Aleppo geboren. Als 2011 die Syrische Revolution begann, fotografierte er zunächst mit seinem Smartphone und veröffentlichte die Bilder in den sozialen Medien. Mit 18 Jahren begann er, für das Aleppo Media Center zu arbeiten. 2013 wurde er freiberuflicher Fotograf bei der Agentur Reuters. Parallel arbeitete Katan für verschiedene Magazine, u. a. für den „Stern“. Er verließ Syrien Ende 2015 über die Türkei und kam als Geflüchteter nach Deutschland. Zurzeit lebt er in Hannover und studiert dort Fotojournalismus. Für seine Arbeiten erhielt er verschiedene Preise, u. a. den Nannen-Sonderpreis. 2016 war er für den Bayeux-Calvados Award für Kriegsberichterstatter nominiert. Sein jüngstes Projekt ist das Fotobuch *Yalla Habibi. Living with War in Aleppo. tv diskurs* sprach mit Hosam Katan über seine Arbeit und seine ethischen Prinzipien.[1]

Was ist Ihnen besonders wichtig, mit Ihren Bildern zu zeigen?

Ich möchte als Fotojournalist nah an den Menschen sein, um ihre Geschichte erzählen zu können. In Aleppo habe ich fast alle Situationen nach einem Angriff fotografiert. Aber auch Alltagsmomente, die zeigen, wie die Menschen ihr tägliches Leben während des Krieges managen, habe ich mit der Kamera festgehalten. Ich wollte das ganze Bild davon zeigen, was in Aleppo passiert. Jetzt stehe ich vor der neuen Herausforderung, meine Arbeit hier in Deutschland zu machen, denn Fotojournalismus ist mehr als Krieg.

Inwieweit sind Sie persönlich vom Krieg betroffen?

Ein Teil meiner Familie lebt noch immer in Syrien. Einige enge Freunde von mir sind während des Krieges getötet worden. Es ist nicht so einfach zu fotografieren, wenn man weiß, dass dort Menschen, die man persönlich kennt, ums Leben gekommen sind. Ich musste meine Gefühle und auch meine politische Sicht zurückstellen. Ich selbst wurde am 27. Mai 2015 lebensgefährlich von einem Heckenschützen verletzt. Er traf mich in den Bauch. Ich musste dreimal operiert werden – und es hat mehr als zwei Monate gedauert, bis ich genesen war und wieder normal laufen konnte. Aber ich habe überlebt. Danach bin ich nach Aleppo zurückgekehrt. Wenn man als Fotojournalist unterwegs ist, weiß man um die Gefahr. Aber gleichzeitig ist einem klar, dass die Arbeit, die man tut, sehr wichtig ist.

Nehmen wir ein Bild. Können Sie beschreiben, wie dieses Foto entstanden ist?

Das war nach einem Angriff im April 2014.

© Hosam Katan

Fassbomben hatten die ganze Straße fast komplett zerstört. Die Bombe, die das Haus getroffen hatte, war riesig und dadurch war es auch sehr laut. Es waren sehr viele Menschen dort und man konnte nur sehr schwer hören, ob jemand von den Trümmern eingeschlossen war oder nicht. Außerdem brannte das Gebäude.
Auf diesem Bild sieht man ein Kind, das von einem Fotografen getragen wird. Mein Kollege hatte eigentlich Bilder vom Inneren des Gebäudes machen wollen. Als er hineinging, hörte er Geräusche und fand den Jungen. Er legte die Kamera weg und griff das Kind. Es hat ihn sehr glücklich gemacht, dass er den Jungen retten konnte.

Lassen Sie uns ein weiteres Bild betrachten.

Hier z. B. sehen wir in ein Krankenhaus, ebenfalls nach einem Angriff. Viele Leute waren verletzt. Da das Krankenhaus im Kriegsgebiet liegt, war es sowohl Ziel russischer Luftangriffe als auch von Angriffen des Assad-Regimes. Es gab deshalb nur wenige Ärzte und wenig Hilfspersonal. Wir sehen hier einen Pfleger, der sich um einen Mann kümmert.

© Hosam Katan

Das nächste Bild ist im selben Behandlungsraum entstanden, zu einem späteren Zeitpunkt. Da war entschieden worden, dass sie den Mann, um den sich der Pfleger gekümmert hatte, hier nicht operieren können und in die Türkei verlegen müssen. Man kann erkennen, wie die allgemeine Versorgungslage im Krankenhaus war. Wir sehen viel Blut und die Kleidung des Verletzten. Und wir sehen eine Kugel, die herausgenommen wurde.

© Hosam Katan

Wonach entscheiden Sie, was Sie fotografieren und was nicht? Denn Sie zeigen nicht die Untersuchung. Sie zeigen auch den Menschen nicht. Wir sehen nur seinen Arm, aber nicht sein Gesicht.

Manchmal spürst du als Fotograf, dass es nicht nötig ist, alles zu zeigen. Man kann sich auch so denken, was passiert ist. Denn man sieht die Hand, man sieht Blut. Und den Pfleger. Er tut etwas und man kann sehen, dass er komplett auf seine Arbeit fokussiert ist. Das ist meine Art zu fotografieren. Krieg ist Horror. Aber gleichzeitig muss ich die Gefühle des Publikums respektieren. Ich will sie mit den Bildern nicht schockieren, sie sollen darüber nachdenken. Wenn es allerdings nötig erscheint, das Gesicht zu zeigen, dann mache ich das.

Was würden Sie nicht zeigen?

Ich kann nicht genau sagen, was ich nicht zeigen würde, denn meine Arbeit besteht darin, zu dokumentieren. Manchmal kann ein Bild viel mehr aussagen, wenn man nicht zeigt, was passiert. Beispielsweise dieses Bild.
Was wir hier sehen, sind Teile einer Kücheneinrichtung. Das ist alles, was vom ganzen Haus übrig geblieben ist. Ich zeige hier den Teil eines Ganzen, das, wo einmal die Küche war.

© Hosam Katan

© Hosam Katan

Sie können sofort verstehen, was gemeint ist. Manchmal muss man ein bisschen kreativ sein, um eine Geschichte erzählen zu können und dabei die Würde der Betroffenen zu respektieren. Wenn ich jedoch sehe, ich muss etwas zeigen, um sicherzugehen, dass die Geschichte verstanden wird, dann tue ich das.

Wie reagieren die Menschen auf die Kamera?

Sie sind in der Regel nicht daran gewöhnt, dass jemand mit der Kamera so nah herangeht. Viele werden einfach wütend. Und fragen: Was machst du hier? Warum fotografierst du? Was soll das? – Manche Menschen denken, man nutzt ihr Leiden aus, um seine Arbeit machen zu können. Da bin ich dann vorsichtig. In manchen Situationen konnte ich sehr nah an die Menschen herangehen. Sie haben sich nicht daran gestört, dass eine Kamera da war. Beispielsweise hier bei diesem Bild (Katan zeigt auf das Bild rechts oben auf dieser Seite, Anm. d. Red.). Sie können sehr deutlich sehen, dass ich sehr nah an der gesamten Situation dran war. Es war nicht das erste Bild, das ich zu diesem Ereignis gemacht hatte, aber ich musste erst ein Gefühl für die Situation entwickeln. Generell nutze ich je nach Notwendigkeit auch mein Teleobjektiv und versuche, aus der Distanz zu fotografieren. Die Leute bewegen sich dann normal – und gleichzeitig ist es sicherer für mich.

Es gibt einige Bilder, auf denen Tote zu sehen sind. Warum haben Sie diese fotografiert?

Hier geht es um Würde. Menschen haben ihr Leben verloren. Das muss ich dokumentieren! Das ist wichtig. Das ist auch der Krieg. Ich versuche, alle Seiten darzustellen. Auch die harte Seite. Das ist das, was ich Ihnen gesagt habe: Ich versuche, nichts zu verbergen. Oder etwas nicht zu zeigen. Ich zeige alles – die emotionale Seite, den Alltag, die Front. Ich will das gesamte Bild der Kriegssituation zusammenfügen.

Wie hat das Fotografieren Sie verändert? All das zu sehen und Bilder davon zu machen. Wenn man die Brutalität sieht, könnte einen das schockieren, krank machen oder traumatisieren. Was hat es mit Ihnen gemacht?

Zuallererst: Ich glaube an die Kraft der Bilder! Ich glaube an die Kraft der Medien. Ich glaube daran, dass es wichtig ist, als Fotograf, als Fotojournalist zu arbeiten. Die Kamera hat mir geholfen, nicht in dieser ganzen Geisteskrankheit festzustecken und eine Aufgabe für mein Leben zu finden. Ich kann mir nicht mehr vorstellen, kein Fotojournalist zu sein. Sicher, es gibt immer wieder harte Situationen. Ich musste eine Pause machen und mein Verstand und meine Augen mussten sich von all dem erholen, was ich erfahren und gesehen hatte. Aber gleichzeitig ist das meine Arbeit, ich muss das tun.

Das Interview führte Vera Linß.

Anmerkung:
1 Das Gespräch wurde auf Englisch geführt und für den Abdruck übersetzt.

Eisbären auf der Transsib

Kolumne von Klaus-Dieter Felsmann

Meine Erinnerung an eine Amtsstube ist geprägt von akkurat geputzten Räumen, die jeweils durch einen Holztresen geteilt sind. Hinter dem Tresen Männer in blauen Kitteln und dahinter lange Regalreihen voller Videokassetten und Behälter mit 16-mm-Filmen. So präsentierten sich gern Stadt-, Kreis- und Landesbildstellen, die im analogen Zeitalter das Monopol über jegliche Bildmedien hatten, die im Schulbereich eingesetzt wurden. Der zentrale Wandschmuck in diesen behördlichen Servicestellen bestand vielfach aus dem Schriftzug: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte", oft mit dem Zusatz: „Chinesisches Sprichwort". Angesichts des sonstigen Ambientes wirkte dieses Zitat ausgesprochen modern, zudem verwies die Quellenangabe auf nichts weniger als einen weltphilosophischen Handlungsansatz. Dabei war der Spruch nie anders gedacht, als er hier vordergründig auch benutzt wurde. Nämlich als Werbung. 1921 sollte damit in einer US-amerikanischen Zeitschrift auf Bilder in Werbeaufdrucken für Straßenbahnen hingewiesen werden. 1927 erfand man zur Anzeige den Hinweis hinzu: „Chinesisches Sprichwort". Um solcherlei Kontext scherte sich in den Bildstellen kaum jemand. Das Zitat passte einfach zu gut zum eigenen Selbstverständnis und außerdem suggerierte die formulierte kernige Behauptung darüber hinaus so etwas wie ein Wahrheitsmonopol. Hatte man das nicht geradezu dadurch gepachtet, dass der üppige Regalinhalt weitgehend von Kultusbehörden zertifiziert war?

In diesem Umfeld hatte ich im Namen eines Filmverleihs versucht, Interesse für den Erwerb von künstlerisch intendierten Spiel- und Kurzfilmen zu wecken. Das war nicht leicht, denn bei dem, was ich bot, hatte man es plötzlich mit konkurrierenden Bildaussagen zu tun. Ähnlich wie bei Worten war wieder vergleichende Interpretation gefragt. Seit Gründungszeiten tendierte man in Bildstellen aber eher zu eindeutigen Aussagen. Ziemlich hilfreich für mein Anliegen erwies sich angesichts dessen ein Text aus meiner Tucholsky-Ausgabe. Der Dichter war 1926 im Gewand von Peter Panter ebenfalls von der semantischen Möglichkeit der Bilder angetan. Allerdings sah er die Sache etwas komplexer: „Und weil ein Bild mehr sagt als hunderttausend Worte, so weiß jeder Propagandist die Wirkung des Tendenzbildes zu schätzen." „Tendenzbild" – das weckte sogar bei manchem Blaukittel nachdenkliches Interesse.

An Tucholskys Worte musste ich jüngst wieder denken, als wir als Dorfverein den Nachlass des verstorbenen Ortschronisten übernommen haben. Hinsichtlich der dabei ererbten Fotosammlung aus den Jahren 1945 bis 1989 überkamen nicht nur mich, den Zugezogenen, gewisse Zweifel, ob damit auch nur annähernd ein authentisches Entwicklungsbild des Dorfes dokumentiert werden kann. Immer nur fröhliche Menschen bei der Arbeit und beim Feiern. LPG-Gründung, Umzüge zum 1. Mai, der Bau von Wohnhäusern und Stallgebäuden. Eröffnung von Schule, Kindergarten und Landwarenhaus. Alles hat es wie abgebildet gegeben – und doch passt es nur bedingt zu dem, was am Gartenzaun von früherem Leben erzählt wird und was an realen Spuren über die dargestellten Objekte hinaus auch noch zu finden ist.

Kürzlich habe ich im sibirischen Nowosibirsk eine Fotoausstellung über die sowjetische Arbeitswelt gesehen. Frauen schinden beim Gleisbau, erschöpfte Stahlarbeiter ruhen am Pausentisch und einsame Traktoren ziehen auf riesigen Staubfeldern ihre Bahnen. Müde Menschen in überfüllten Nahverkehrszügen und lange Schlangen vor dürftig ausgestatteten Ladengeschäften. Der Fotograf gehörte offenbar nicht zu den arrivierten Propagandisten des sozialistischen Aufbaus. Anders der Schöpfer unseres dörflichen Bildfundus. Er war ein „Volkskorrespondent" der hiesigen Lokalzeitung und so quasi von Amts wegen zu einer optimistischen Tendenz beim Ausrichten der Linse seines Fotoapparats angehalten. Wir hoffen jetzt auf das eine oder andere private Fotoalbum, um die Bildchronik unserer Gemeinde in eine ausgewogene Balance bringen zu können.

Wenn heute jemand erzählt, er werde seinen Urlaub auf den Seychellen, den Malediven oder am Kilimandscharo verbringen, so findet er wohlwollende Anerkennung und niemand wundert sich über solche Reisekoordinaten. Anders ging es mir, als ich erzählte, dass ich nach Nowosibirsk fahre. Bewunderung und Erschrecken hielten sich die Waage. Ein kluger Freund sprach gar die Hoffnung aus, dass ich dort nicht von Eisbären gefressen werde. In Nowosibirsk gibt es zwar schon im November Frost und Schnee, doch eines der Naherholungsgebiete der Einwohner der Stadt, die nach dem Bau der Transsibirischen Eisenbahn (Transsib) zur drittgrößten in Russland geworden war, ist das 800 Kilometer entfernte Altai-Gebirge. Das liegt an der mongolischen Grenze und somit sehr offensichtlich weit vom nördlichen Polarmeer entfernt. Ich war in der Hauptstadt Sibiriens auf Einladung des Goethe-Instituts, um deutsche Filme vorzustellen und für Lehrer einen medienpädagogischen Workshop durchzuführen. Bei allen Veranstaltungen traf ich auf kluge und ausgesprochen interessierte Teilnehmer. Die Stadt selbst hat mich überrascht wegen ihrer wahrnehmbar gelungenen Symbiose zwischen russisch-sowjetischer Tradition und westlicher Postmoderne. Im Zentrum sind die Bauwerke des Sozialistischen Klassizismus durchbrochen und überbaut von Hochhäusern und Glaspalästen, die Ausfallstraßen sind gesäumt von riesigen Einkaufszentren. Am Ufer des Ob verschwinden die alten Waffenschmieden des Zweiten Weltkrieges zugunsten moderner Wohnviertel. Die wenigen verbliebenen Holzhäuser aus der Zarenzeit sind aufwendig restauriert und beherbergen teure Boutiquen und Edellokale, wie sie auch in den Zentren deutscher Großstädte zu finden sind.

Ich schätze noch die Kultur der Ansichtskarte. Diesbezüglich stand ich in Sibirien vor einem Problem, weil in Russland inzwischen die Kommunikation noch weitaus konsequenter als hierzulande über Social-Media-Kanäle abgewickelt wird. Kioske führen dort alles Mögliche, nur kein bunt bedrucktes Papier, das man mit handschriftlichen Botschaften anreichern kann. Die Buchhandlung „Kapital" machte schließlich ihrem nostalgischen Namen alle Ehre, indem sie noch einen Kartensatz vorrätig hatte. In der Zentralpost gab es dazu dann sogar passende Briefmarken. Alle Empfänger in Deutschland waren verblüfft über die Stadtansichten, die ich ihnen habe zukommen lassen.

Warum wissen wir so wenig von Russland, obwohl doch jeder diesbezüglich eine ziemlich eindeutige Meinung hat? Noch problematischer als „Tendenzbilder" scheinen ganz offensichtlich gar keine Bilder zu sein.

In unserer Dorfchronik wollen wir die sich oft widersprechenden Motive nebeneinander stellen. Jeder soll die Chance haben, sich als Selbstdenker eine eigene Meinung zu bilden. Das ist dem Dorffrieden zuträglich und niemand muss sich ähnlich wie Christian Morgensterns Palmström wundern: „[…] Weil', so schließt er messerscharf, ‚nicht sein *kann*, was nicht sein *darf*.'"

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

Panorama 01/2018

„Journalist des Jahres" 2017

Markus Feldenkirchen, Redakteur des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel" ist zum „Journalisten des Jahres" 2017 gekürt worden. „Über wohl kein Stück wurde in den vergangenen Monaten so viel debattiert wie über Markus Feldenkirchens Porträt von Martin Schulz als SPD-Kanzlerkandidat im Wahlkampf", erklärte das „Medium Magazin", das den Titel vergibt. Der Autor hatte den SPD-Kanzlerkandidaten im Wahlkampf mehrere Monate lang begleitet. „Die aufwendige Recherche und sorgfältige Erzählung seiner Schulz-Story ‚Mannomannomann' über einen beispiellosen öffentlichen Höhenflug und Absturz beeindrucken und haben spannende Debatten ausgelöst auch über den Einfluss des Journalismus auf Politik", würdigte die Jury. Die ehemalige Redakteurin des „Stern", Ingrid Kolb, wurde für ihr Lebenswerk ausgezeichnet. Kolb leitete von 1995 bis 2006 die Henri-Nannen-Schule für Nachwuchsjournalisten.

Kritik am Gesetz gegen Hass im Netz

Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) steht auch weiterhin in der Kritik. Nach der Sperrung des Twitter-Accounts des Satiremagazins „Titanic" forderten Politiker von FDP, Grünen und Linken die Abschaffung des Gesetzes. Twitter hatte den Account für mehr als 48 Stunden gesperrt, nachdem das Satiremagazin mehrere satirische Beiträge unter dem Namen der AfD-Politikerin Beatrix von Storch getwittert hatte. SPD-Fraktionschefin Andrea Nahles nahm das neue Gesetz in Schutz. Es müsse mehr Verantwortung ins Internet gebracht werden, mit Zensur habe das nichts zu tun. Kritik kam zudem nicht nur vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV), der eine Abschaffung des NetzDG forderte, sondern auch von der Deutschen UNESCO-Kommission. Der Vorsitzende des Fachausschusses „Kommunikation und Information" der Deutschen UNESCO-Kommission, Wolfgang Schulz, erklärte laut Information des Fachdienstes „epd medien", dass sich eine neue Bundesregierung vornehmen solle, „Alternativen" zum NetzDG zu entwickeln. Ein wichtiges Element zur Bekämpfung von Hass im Netz sei die Einrichtung einer Beschwerdestelle. Opfer müssten gestärkt und mit Informationen versorgt werden, wie sie sich wehren könnten. Dies werde in Deutschland aktuell kaum diskutiert.

PERSONALIEN

© Helen Nicolai

Elisabeth Secker

© Annette Koroll

Cornelia Holsten

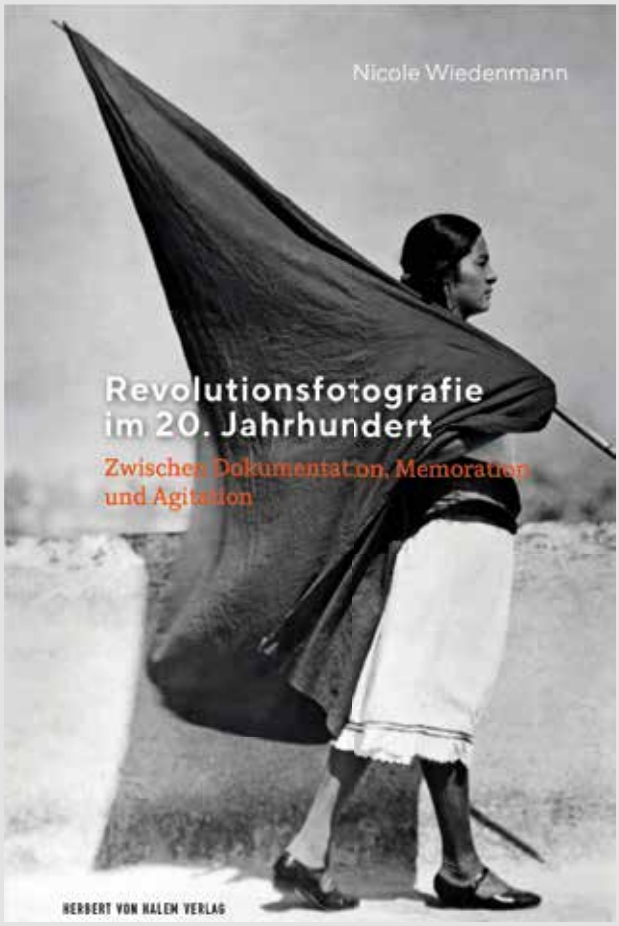
© KJM

Dr. Wolfgang Kreißig

Elisabeth Secker hat zum 15. Januar 2018 die Geschäftsführung der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) übernommen und folgt damit auf Marie-Blanche Stössinger. Als stellvertretende Bereichsleiterin bei der Dachorganisation der Landesmedienanstalten hat Secker mehrjährige Erfahrung im Jugendmedienschutz. Aus Sicht der Branchenverbände BIU und GAME bringt die neue Geschäftsführerin sehr gute Voraussetzungen mit, da sie mit den komplexen Strukturen des Jugendmedienschutzes in Deutschland bestens vertraut sei. Die Verbände sind Träger und Gesellschafter der USK.

Cornelia Holsten, Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt (brema), ist seit Januar 2018 Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Die Gesamtkonferenz der Medienanstalten (GK) wählte Holsten zur Nachfolgerin von Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Ihre Amtszeit beträgt zwei Jahre.

Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), hat mit Beginn des Jahres 2018 den Vorsitz der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) übernommen. Das Gremium wählte ihn als Nachfolger von Cornelia Holsten. Die Amtszeit des neuen KJM-Vorsitzenden endet im März 2022.



Nicole Wiedenmann

Revolutionsfotografie im 20. Jahrhundert. Zwischen Dokumentation, Memoration und Agitation

2018, ca. 530 S., 240 x 170 mm, dt.
ISBN 978-3-7445-1204-6

Als wirkungsmächtige Form politischen Handelns im öffentlichen Raum sind Revolutionen stets von gesteigertem Kommunikationsaufkommen und vom Einsatz kollektiv wirkender Bild- und Symbolarsenale begleitet. Das Erkenntnisinteresse der Untersuchung ist ein theoretisch-systematisches, kein historiografisches. Entsprechend geht es darum, Theorien und Bildanalysen in einen Dialog eintreten zu lassen, der wechselseitige Einblicke in die Funktionen von Fotografien in revolutionären Kontexten und in die sie vorbereitenden, flankierenden und reflektierenden Diskurse ermöglicht. Somit sind Bildartefakte von Revolutionen stets mehr als eine plane Repräsentation des Ereignisses selbst – vielmehr sind sie an dem Geschehen als weitere Produktivkräfte beteiligt, interagieren mit den Handlungen der Akteure, dem Reden über die Revolution, den kollektiven und mythischen Imaginationen von der Revolution, die sich immer wieder wechselseitig vorantreiben, durchdringen und überlagern. Genau diese Verflechtungen zwischen dem Gesagten (Diskurs), dem Gezeigten (Bild bzw. Fotografie) und dem Getanen (Performanz) werden anhand exemplarischer Bildtopoi herausgearbeitet, um über die einzelne Revolution hinausgehende Einsichten in die allgemeine Sinn- und Symbolproduktion von und in Revolutionen gewinnen zu können.

Das Porträt: Mark D. Cole

Alexander Grau

Dr. Mark D. Cole ist Professor für Medien- und Telekommunikationsrecht an der Universität Luxemburg und zugleich Wissenschaftlicher Direktor am Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) in Saarbrücken. Ferner ist er Co-Direktor des Instituts für Rechtsinformatik an der Universität des Saarlandes und Fakultätsmitglied im Interdisciplinary Centre for Security, Reliability and Trust (SnT) der Universität Luxemburg. Zugang zu Fragen des Medienrechts fand er als junger Wissenschaftler über den Begriff der Menschenwürde. Das prägt seine Arbeit bis heute.

© Privat

Es ist noch gar nicht lange her, da war das Medienrecht kaum mehr als ein ziemlich exotisches und abgelegenes Spezialgebiet im weiten Reich der Jurisprudenz. Professuren für Medienrecht gab es sowieso nicht; und die Lehrstühle, die sich mit dieser Thematik zu befassen hatten, taten dies mehr am Rande und nebenbei.

Das lag auch daran, dass die Medienlandschaft eine relativ geordnete und juristisch überschaubar war. Die elektronischen Medien waren öffentlich-rechtlich, für die Printmedien gab es ein Presserecht, und die meisten rechtlichen Fragen, die im Zusammenhang mit Medien auftraten, ließen sich klassischen Rechtsgebieten wie dem Zivilrecht oder dem Öffentlichen Recht zuordnen.

Das änderte sich Ende der 1980er-Jahre mit der Einführung des privaten Rundfunks und dem 1987 geschlossenen Rundfunkstaatsvertrag (RStV). In den 1990er-Jahren dann wurde das Internet durch die Entwicklung abrufbarer Hypertext-Dokumente zum Massenmedium. Der Gesetzgeber reagierte darauf u. a. mit der Verabschiedung des Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetzes (IuKDG). Zudem machten die neuen Medien und die zunehmende Internationalisierung der Medienmärkte europäische Regelungen des Mediensektors notwendig. Darauf reagierte man u. a. mit der Richtlinie *Fernsehen ohne Grenzen* 1989, die 2007 zur Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (kurz: AVMD-Richtlinie) wurde.

Wo aber das Medienrecht vielfältiger, komplexer und internationaler wird, da braucht es auch Medienrechtler, die dieses Recht lehren, weiterentwickeln und anwenden.

Mark Coles Weg zum Medienrecht spiegelt ziemlich genau die Entwicklung, die die Medientechnologie und die Internationalisierung der Medienangebote genommen haben. „In den 1990er-Jahren“, erinnert sich Cole, „war Medienrecht im allerbesten Fall ein Anhängsel. Mein Lehrer Dieter Dörr etwa hatte in Mainz den Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Völker- und Europarecht, der erst später um den Zusatz ‚und Medienrecht‘ ergänzt wurde“.

Die Rechte indigener Völker

Mark Coles Weg zum Medienrecht verlief zunächst weniger zielorientiert als geleitet von den Zufällen des Lebens: „Am Anfang war ich mit dem Jurastudium nicht hundertprozentig glücklich, was vor allem daran lag, dass Anfang der 1990er-Jahre der Studiengang Jura vollkommen überlaufen war. Deshalb habe ich begonnen, nebenher Politikwissenschaften zu studieren. Nach zwei Jahren habe ich aber gemerkt, dass zwei Studiengänge nebeneinander einfach zu viel sind und Jura mehr meinen Interessen entspricht.“

Einen wesentlichen Einfluss auf seine Entscheidung zugunsten des Jurastudiums hatte der schon erwähnte Dieter Dörr, der 1995 einen Ruf an die Universität Mainz erhielt: „Ich saß in Dörrs erster Vorlesung und war begeistert“, erzählt Cole. Hinzu sei gekommen, dass er ursprünglich mit dem Gedanken gespielt habe, Journalist zu werden und auch aus diesem Grund das Thema „Medienrecht“ nahegelegen habe.

»Die Medienlandschaft, die Funktion, die die Medien erfüllen, die Schaffung von Öffentlichkeit, die ist immer noch sehr national [...]. Auch ich bin nicht der Meinung, alles müsse nach Europa. Aber man muss das wissenschaftlich begleiten.«

„Allerdings war schnell klar, dass ich nicht als aktiver Journalist arbeiten werde, Medien mich aber einfach interessierten. Das Medienrecht war da die perfekte Brücke.“

Zunächst jedoch wandte sich Cole einem anderen Rechtsgebiet zu: dem Völkerrecht. Auslöser hierfür war ein Rechtsgutachten seines akademischen Lehrers über die Frage, ob in einem amerikanischen Indianerreservat nach Öl gebohrt werden dürfe. Cole übersetzte die Arbeit und kam auf einem anschließenden Kongress mit einem amerikanischen Anwalt in Verbindung, der die in dem Gutachten angerissenen Rechtsfragen substanziell untersuchen lassen wollte. Dabei kam ein Forschungsprojekt heraus, auf dessen Grundlage schließlich Coles Dissertation entstand: *Das Selbstbestimmungsrecht indigener Völker. Eine völkerrechtliche Bestandsaufnahme am Beispiel der Native Americans in den USA* – 2004 ausgezeichnet mit dem Forschungsförderpreis der Freunde der Universität Mainz e. V.

Initialzündung *Big Brother*

Mit konkreten medienrechtlichen Fragen wurde Cole erstmals 1999 konfrontiert. Damals plante der Sender RTL II die Ausstrahlung der Fernsehshow *Big Brother*. Da das Format zuvor in den Niederlanden ausgestrahlt worden und somit bekannt war, überlegten Landesmedienanstalten, die Ausstrahlung der Sendung zu untersagen. „Dafür hätte es wahrscheinlich gar keine Rechtsgrundlage gegeben“, erinnert sich der Jurist, „zumindest wäre es sehr problematisch geworden. In dieser Situation wollte man bei RTL II jedoch nicht blindlings in eine Konfliktsituation hineinlaufen und ließ daher prüfen, ob die Ausstrahlung im Grundsatz zulässig ist, ob sie mit gewissen Auflagen versehen werden kann usw. Den Auftrag dazu bekam Herr Dörr.“

In der Folge wirkte Cole an einigen kleineren Abschnitten des Gutachtens mit. „Eine der wesentlichen Aufgaben war es, Teile der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts der 1960er-, 1970er-Jahre aufzuarbeiten. Dabei ging es etwa um die Frage, ob Peepshows gegen die Menschenwürde verstoßen, auch wenn die beteiligten Frauen das freiwillig machen“, erläutert Cole.

»Man sollte darauf achten, dass man das Schwert ›Menschenwürde‹ nicht stumpf macht, nur weil man eine Sendung nicht für pädagogisch wertvoll erachtet und es vorschnell einsetzen will.«

Spannend sei die Relevanz und Alltagsnähe des Themas gewesen: „Da habe ich erstmals erlebt, was eine solche Situation bedeutet, auch finanziell. Die ganze Struktur mit Landesmedienanstalten, das föderale Prinzip, BLM versus andere – das alles wurde mir im Schnelldurchlauf in wenigen Wochen eingeflößt, und das fand ich so faszinierend, dass es mich nicht mehr losgelassen hat."

Entsprechend fing Cole an, an einer medienrechtlichen Habilitation zu schreiben. Fragestellung: Was hat das europäische Wettbewerbsrecht für Medien geleistet? Doch es war noch kein Jahr vergangen, da wurde eine Professur für Medienrecht in Luxemburg ausgeschrieben. Da in dem Großherzogtum keine Habilitation für Professuren erforderlich ist, bewarb sich der junge Wissenschaftler auf die ausgeschriebene Stelle – mit Erfolg. Seit März 2007 ist Mark D. Cole Professor für das Recht der neuen Informationstechnologien, Medien- und Kommunikationsrecht an der Universität Luxemburg (seit 2015 umbenannt in Professur für Medien- und Telekommunikationsrecht). 2014 wurde er zudem Wissenschaftlicher Direktor am Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) in Saarbrücken.

Gegründet wurde dieses Institut 1990 vor dem Hintergrund der damaligen technischen und wirtschaftlichen Entwicklung. „Der erste Schritt in Richtung eines europäischen Medienrechts", erklärt Cole, „war die Fernsehrichtlinie von 1989, da die damalige Satellitentechnik eine europäische Regelung notwendig – oder zumindest naheliegend – machte."

Europäisches Medienrecht

Als Cole 2007 in Luxemburg anfing, lag die Novellierung der Fernsehrichtlinie in Gestalt der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) in den letzten Zügen. „Ich habe mich dann erfolgreich um ein Projekt bemüht, bei dem wir eine Art Quervergleichskommentar der 28 einzelstaatlichen Umsetzungen dieser Richtlinie erstellt haben. Und das ist nach wie vor der rote Faden meiner Arbeit: Wie sieht die jeweilige nationale Umsetzung aus bzw. wie ist der Diskussionsprozess in Europa?"

Dass das Medienrecht zu einem ganz wesentlichen Teil europäisch determiniert sei, würde aber immer noch von vielen übersehen. Ein Beispiel dafür sei das Urheberrecht. „Denken Sie etwa an *Metall auf Metall*, also die Auseinandersetzung zwischen Moses Pelham mit dem Sabrina Setlur-Song, der eine zweisekündige Sequenz aus einem alten Kraftwerk-Stück genutzt hatte. Das ging bis zum BGH und zum Bundesverfassungsgericht, und nun muss der EuGH entscheiden, ob das eine eigenständige Verwertung ist oder ob man dafür eine Autorisierung gebraucht hätte. Am Ende des Tages entscheiden solche Fragen europäische Politiker durch Richtlinien oder Verordnungen oder der Europäische Gerichtshof als die oberste Instanz."

Die wichtigsten Bereiche in jüngster Zeit seien jedoch E-Commerce und Datenschutz. Wer hier, auch als nationaler Gesetzgeber, die Entwicklung verschlafen habe, der leide jetzt, denn sein Spielraum sei sehr eingeschränkt. Ab Mai 2018 etwa gelte die neue Datenschutz-Grundverordnung, die mit nationalem Recht an gewissen Stellen ausgefüllt werden kann, deren Kernpunkte seien aber nunmehr vollständig europäisch determiniert.

„Die Medienlandschaft, die Funktion, die die Medien erfüllen, die Schaffung von Öffentlichkeit, die ist immer noch sehr national", unterstreicht Cole, „kompetenziell ist das immer noch eine nationale Angelegenheit. Das ist ein Spannungsverhältnis, wo man das richtige Maß finden muss. Auch ich bin nicht der Meinung, alles müsse nach Europa. Aber man muss das wissenschaftlich begleiten."

Ein gutes Beispiel dafür sei der Jugendmedienschutz. Hier habe der EuGH beispielsweise bei der Alterskennzeichnung von DVDs ganz klar gesagt, dass sei eine mitgliedsstaatliche Angelegenheit. Je mehr jedoch im Internet passiere, desto mehr komme der Druck auf, diesen Ansatz zu hinterfragen bzw. nach internationalen Standards zu suchen.

Menschenwürde, Medien und Internet

Man liegt sicher nicht falsch, wenn man behauptet, dass die Kern- oder Basiskategorie aller jugendschutzrechtlichen Überlegungen die Menschenwürde ist: Offensichtlich ist das bei der Risikodimension der sozialethischen Desorientierung und der Gewaltbefürwortung, aber auch das Gebot einer nicht übermäßigen Ängstigung lässt sich aus dem Grundgedanken der Menschenwürde ableiten.

Doch nicht nur im Jugendschutz spielt die Menschenwürde als Leitkategorie eine entscheidende Rolle. Unser ganzes Rechtssystem basiert – ausgehend von Art. 1 des Grundgesetzes – auf der Vorstellung, dass es das Ziel allen staatlichen Handelns sein muss, die Menschenwürde zu wahren und zu schützen. Diese Haltung aber setzt eine relativ starke, objektivistische Vorstellung von Menschenwürde voraus.

Cole illustriert das Problem anhand des klassischen Beispiels *Big Brother*, das zugleich sein erster praktischer Kontakt mit dem Medienrecht war: Der Rezipientenschutz sei durch das übliche Verfahren der Altersklassifizierung und Sendezeitbeschränkung gut begründet umgesetzt. Spannender sei der Schutz der Teilnehmer: „Diese Verträge müssen sehr genau darauf untersucht werden, ob sie die Teilnehmer wirklich klar informieren, worauf sie sich da einlassen – und zwar detail-

liert. Zudem muss die Einwilligung aus freien Stücken erfolgen." Diese Autonomie werde in der Praxis durch zwei Faktoren eingeschränkt: Gesundheit und Geld. Viele Formate würden sich beim Zeigen von Kranken und Patienten in einer rechtlichen Grauzone bewegen. Und natürlich dürfe die ökonomische Lage von Menschen nicht ausgenutzt werden, in der sie sich gegebenenfalls zu allem Möglichen bereit erklären. Cole erläutert das an einem klassischen Beispiel: „Stell dir vor, du hast 20 Mio. Schulden. Sie sind weg, wenn du dir im Fernsehen den Finger abhacken lässt. So etwas könnte man nicht im Fernsehen zeigen, selbst wenn der Protagonist einwilligt."

Die Leitfrage sei also immer, was Fernsehformate mit der Menschenwürde als quasi über den Dingen schwebende Wertordnung machen, unabhängig von der Zustimmung der Betroffenen: „Ob einem das gefällt oder nicht, spielt gar keine Rolle. Das Bundesverfassungsgericht ist da ganz eindeutig."

Gleichwohl betont Cole, dass die Vorstellung, was eine Menschenwürdeverletzung sei, einem kulturellen Wandel unterliege. Unstrittig sei jedoch, dass dem Staat eine prinzipielle Schutzpflicht zukomme, und damit seien fast zwangsläufig gewisse Grenzen gesetzt. Die Frage sei lediglich, welchen Spielraum der Staat habe. Cole: „Klar sollte sein, dass es extreme Situationen gibt, über die wir gar nicht diskutieren, etwa Kinderpornografie oder eine Sammlung von Exekutionsvideos. Davon aber sind Realityformate zurzeit meilenweit entfernt. Deshalb sollte man darauf achten, dass man das Schwert ‚Menschenwürde' nicht stumpf macht, nur weil man eine Sendung nicht für pädagogisch wertvoll erachtet und es vorschnell einsetzen will."

Letztlich, so Cole, verblassen gegenüber der Menschenwürde alle anderen Rechte: etwa auf Vertrags- oder Informationsfreiheit. Gerade weil die Menschenwürde somit die letzte Waffe des Rechtsstaates sei, sollte man sie nicht leichtfertig benutzen.

Entscheidend bei Medienformaten sei mit Blick auf die Verletzung der Menschenwürde jedoch nicht nur das Gezeigte, sondern auch die Dramaturgie und der Kontext. Wenn, wie in einem bekannten Beispiel, gezeigt werde, wie ein alter Mensch bei der Pflege geschlagen wird, sei das im Sinne der Aufklärung über Missstände möglicherweise sogar wichtig. Wenn diese Szene jedoch im Teaser anreißerisch, mit entsprechender Musikuntermalung und in Wiederholungen gezeigt werde, ändere sich die Situation grundlegend. Das werde auch nicht dadurch infrage gestellt, dass man sich entsprechende Szenen jederzeit und beliebig oft im Internet ansehen könne: „Wir haben in Europa einfach einen gewissen Wertekanon. Und wir sollten als Gesellschaft diesen Auftrag des Rechts ernst nehmen, auch wenn das unter pragmatischen Gesichtspunkten manchmal angesichts der Flut alternativer Angebote sinnlos erscheinen mag."

Es ist diese Perspektive, die den Medienrechtler dazu führt, auch gesetzgeberische Maßnahmen wie das Netzwerkdurchsetzungsgesetz prinzipiell für richtig zu halten: „Es war überfällig, dass man sich dieses Themas annimmt – unabhängig davon, ob das Gesetz in materieller Hinsicht die richtige Lösung ist oder ob es sinnvoll ist, das allein auf nationaler Ebene regeln zu wollen."

»Auf europäischer Ebene hat das Netzwerkdurchsetzungsgesetz deutlich gemacht, dass die Mitgliedsstaaten selbst regelnd tätig werden, solange es keine europäischen Vorgaben gibt.«

Letztlich habe es immer einen Konsens gegeben, dass es sinnvoll sei, dass nicht alle medialen Inhalte frei verfügbar sind. Mit Aufkommen des Internets hätte man aus Innovationsgründen auf entsprechende Reglementierungen verzichtet. Doch mit den Jahren sei aus dieser Zurückhaltung ein Dogma geworden. An dem Punkt gebe es nur zwei Möglichkeiten: Entweder man verzichte weiterhin auf jede Regelung, dann müsse man aber auch die Beschränkungen in den traditionellen Medien infrage stellen. Oder man müsse sich Gedanken über die Reglementierung der „neuen" Medien machen.

„Auf europäischer Ebene hat das Netzwerkdurchsetzungsgesetz deutlich gemacht, dass die Mitgliedsstaaten selbst regelnd tätig werden, solange es keine europäischen Vorgaben gibt. Die deutsche Lösung ist ein interessantes Modell, da es den Unternehmen klarmacht: Ihr seid verantwortlich und zwar schnell, sonst wird es richtig teuer."

Dass diese Privatisierung der Verantwortung kritisiert werde, sei absehbar gewesen. Zugleich aber, hebt Cole hervor, sei die Selbstkontrolle im deutschen Mediensystem letztlich auch nichts anderes als eine Kontrolle von Medieninhalten durch private Unternehmen: „Natürlich ist es problematisch, dass das Justizministerium direkt gegen Medienunternehmen vorgehen kann", betont der Wissenschaftler. „Doch meine Prognose ist ohnehin, dass das Netzwerkdurchsetzungsgesetz in dieser Form nicht lange überleben wird. Aber wenn man eines Tages sagen wird, dieses Gesetz war ein erster Schritt, auch auf europäischer Ebene, dann hat es seinen Sinn erfüllt."

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*: die Duisburger Sozialpsychologin Prof. Dr. Nicole C. Krämer

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

Bots

Gerd Hallenberger

Der Begriff „Bot" ist eine Verkürzung von „Robot". Er stammt vom tschechischen Künstler Josef Čapek, dessen Bruder Karel ihn erstmals 1920 im Theaterstück *R.U.R. – Rossums Universal Robots* verwendet hat. Varianten des Wortes im slawischen Sprachraum bedeuten „Arbeit" oder „Zwangsarbeit". In Karel Čapeks Drama sind Roboter künstliche Menschen, die der Menschheit eigentlich die Arbeit abnehmen sollen, sie letztendlich aber vernichten. Begriffliche Ausdifferenzierung sorgte später dafür, dass wir heute zwischen Androiden (Robotern, die äußerlich Menschen exakt gleichen), humanoiden Robotern (menschenähnlich) und anderen unterscheiden. In allen medialen Erscheinungsformen des Genres „Science-Fiction" sind Roboter zu einem zentralen Motiv geworden, geradezu zu einem Symbol für die Ambivalenz technischen Fortschritts: Einerseits können Roboter Menschen Arbeit abnehmen, ihr Leben verbessern, andererseits aber auch zur tödlichen Bedrohung werden. Beides liegt nahe beieinander, wie im Film *2001 – Odyssee im Weltraum* (GB/USA 1968) schon im Namen des Supercomputers HAL 9000 angedeutet – in jedem Buchstaben ist HAL nur einen Schritt von IBM entfernt.

Beim digitalen Bot bleibt diese Ambivalenz erhalten. Grundsätzlich ist ein Bot erst einmal eine Hilfe, die Menschen stupide Arbeiten in der digitalen Welt abnimmt. Webcrawler etwa sind eine frühe Form von Bots – sie durchkämmen das Internet mit der Aufgabe, Webseiten zu indexieren. Hilfreich für Gamer können FarmBots sein, die einfache Spielroutinen wiederholen und ohne Eigenleistung etwa zu mehr Ressourcen oder höherem Status verhelfen. Solche FarmBots sind zwar nicht gefährlich, aber nicht erlaubt – mit ihnen betrügt ein Spieler, indem er sich unberechtigt Vorteile verschafft.

Bots sind Programme, die – einmal gestartet – autonom agieren. In vielen Fällen kann dabei trotzdem der Eindruck entstehen, man hätte es nicht mit Software, sondern mit einem Menschen zu tun. Wer bei einer Servicehotline die Worte: „Hallo, wie kann ich Ihnen helfen?" hört, spricht mit hoher Wahrscheinlichkeit mit einem Chatbot. Unter diesem Begriff werden textbasierte Dialogsysteme verstanden, sowohl bei geschriebenen wie gesprochenen Texten, bei Texteingabe über Tastatur oder über Mikrofon. Oft, aber nicht immer, werden Chatbots mit einem „Gesicht" versehen, einer grafischen Repräsentation, einem Avatar, der heute in der Regel animiert wird.

Wer schon lange mit Computern zu tun hat, erinnert sich vielleicht noch an einen der ältesten und bekanntesten digitalen Helfer: Karl Klammer, die animierte Büroklammer von Microsoft Office. Sie galt zwar als ausgesprochen nervig, hat heute aber Kultstatus. Die bekanntesten neuen Chatbots kommen jedoch ohne Gesicht aus. Bei Microsoft ist Karl Klammers komplexe und mit künstlicher Intelligenz ausgestattete Nachfolgerin die sprachgesteuerte Assistentin Cortana, die ihren Namen den für Microsoft entwickelten *Halo*-Spielen verdankt. Diese Chatbots haben zwar kein Gesicht, aber eine Stimme, über die gleichfalls Informationen darüber vermittelt werden können, wer dieses virtuelle „Ich" sein soll, das mir helfen will. Stimmen wie Namen stellen vor allem eines klar: Zu helfen, das ist offenbar immer noch vor allem eine Aufgabe für Frauen – was Cortana bei Microsoft, das ist Siri bei Apple und Alexa bei Amazon. Einzig Google bietet bei dem „Assistenten" in der englischsprachigen

Version seit Kurzem auch eine männliche Stimme als Option an.

Bei Chatbots weiß man in aller Regel, woran man ist, nicht aber bei Social Bots. Selbst wenn ihnen Namen, Gesicht und Stimme gegeben worden ist, bezwecken Chatbots nicht, für reale Menschen gehalten zu werden, außerdem ist ihre Funktion offensichtlich. Mit Social Bots dagegen sollen in sozialen Medien gezielt menschliche User getäuscht werden – mit werblichen Zielen oder zur Meinungsmanipulation. Die simple Variante eines Social Bots macht nichts anderes, als nach bestimmten Stichworten zu suchen und dann vorformulierte Posts abzusetzen. Die dazugehörenden Accounts unterscheiden sich auf den ersten Blick nicht von anderen, sind aber noch relativ leicht als Fake zu erkennen. Wenn ich beispielsweise bei Twitter auf einen Account stoße, der erst ein Jahr existiert, aber schon 100.000 Tweets abgesetzt hat, bin ich höchstwahrscheinlich einem Bot begegnet. Andere Indikatoren sind etwa die zeitlichen Abstände zwischen Posts oder die Reaktionszeit bei Antworten. Solche einfachen Bots kann jede bzw. jeder erwerben und programmieren, mittlerweile gibt es jedoch auch weitaus komplexere Modelle, die menschliches Userverhalten nachahmen und nicht mehr so einfach enttarnt werden können, trotz nützlicher Onlinetools wie *BotOrNot*.

Zu einem gesellschaftlichen Problem werden massenhaft eingesetzte Social Bots, wenn sie die politische Meinungsbildung beeinflussen sollen: Vertreten wirklich 100 Menschen diese Meinung? Oder stammen die Kommentare nur von zwei Menschen, aber 98 Bots? Sie ermöglichen die Herstellung eines virtuellen Meinungsbildes, das leicht zu völlig falschen Vorstellungen führen kann – vielleicht spricht hier doch gar nicht das ganze Volk, sondern bloß ein Volker? Bots können außerdem dazu verwendet werden, über Hashtags Thementrends in die Welt zu setzen, Diskussionen in eine bestimmte Richtung zu lenken oder durch Hate-Posts zu unterminieren.

Eine von Digitalmedien geprägte Gesellschaft ist für solche Manipulationsversuche natürlich besonders anfällig, aber im Prinzip sind sie nicht neu. Im Paris des frühen 19. Jahrhunderts konnten beispielsweise Theater Vorklatscher kaufen, sogenannte Claqueure, deren Applaus einem Stück zum Erfolg verhelfen sollte. Seit Mitte der 1980er-Jahre, also auch schon vor dem Internet, ist der Begriff „Astroturfing" geläufig – gemeint ist damit das Vortäuschen einer Basis- oder „Graswurzelbewegung" durch eine Lobbygruppe, obwohl es sich tatsächlich um eine zentral gesteuerte und bezahlte Aktion handelt, also um „Kunstrasen". Was sich dagegen unternehmen lässt, darüber haben ganz andere Bots schon 1980 gesungen: „Aufstehn"!

Dr. habil. Gerd Hallenberger ist freiberuflicher Medienwissenschaftler.

© 20th Century Fox Home Entertainment

Terminator

Tilmann P. Gangloff

„Menschen brauchen Monster", sagt Wissenschaftsjournalist Hubert Filser: weil die Ungeheuer als Seismografen menschlicher Ängste dienten. Während Legenden und Mythen Antworten auf die Frage nach dem Sinn des Lebens lieferten, stünden die Ungeheuer für unterschiedlichste Formen der Angst, aber auch für verborgene Sehnsüchte und versteckte Fantasien. Wissenschaftler aus verschiedenen Fachbereichen setzen sich mit Filsers Thesen auseinander.

Der Schlaf der Vernunft

Seit Jahrtausenden erschafft der Mensch Monster, um auf diese Weise seinen Ängsten ein Gesicht zu geben

Noch heute beschleicht manche Eltern ein leichtes Unbehagen, wenn sie ihrem Nachwuchs die Märchen der Brüder Grimm vorlesen. Hänsel und Gretel, die von ihren Eltern im Wald ausgesetzt werden, Wölfe, die nicht nur kleine Ziegen, sondern ganze Menschen vertilgen, dazu ein Sammelsurium an bösartigen Stiefmüttern und anderen finsteren Zeitgenossen: Das sind wahrlich Stoffe, die zartbesaiteten Gemütern zu schaffen machen können. Vor gut 40 Jahren hat Bruno Bettelheim die elterlichen Sorgen zerstreut, weshalb der deutsche Verlag dem bis heute populärsten Werk des Kinderpsychologen, *The Uses of Enchantment* (sinngemäß „Vom Nutzen der Verzauberung", 1976), gleich einen entsprechenden Titel gab: *Kinder brauchen Märchen*. Es wird kein Zufall sein, dass der Wissenschaftsjournalist Hubert Filser für sein Buch über die Welt der Mythen, Sagen und Ungeheuer einen ganz ähnlichen Titel gewählt hat: *Menschen brauchen Monster* ist eine kenntnisreiche Auseinandersetzung mit der Frage, warum sich die Menschen seit der frühen Steinzeit Wesen ausdenken, die gleichermaßen beängstigend wie faszinierend sind. Diese Monster, schreibt Filser, seien „so vielgestaltig wie unsere kleinen und riesengroßen Ängste" (2017, S. 11). Der Schlaf der Vernunft, der Ungeheuer gebiert, wäre demnach äußerst nützlich, denn sämtliche dieser Wesen dienen laut Filser einem bestimmten Zweck; manche repräsentierten zudem verborgene Sehnsüchte und versteckte Fantasien.

Die dunkle Seite

Neben den klassischen Götter- und Heldensagen bieten vor allem die Literatur und das Kino eine Vielzahl an Bestien und Ungetümen, die Filser in verschiedene Bereiche aufteilt: Monster aus der Natur stünden für mögliche Gefahren in unbekannten Gebieten (King Kong) oder aus dem All (Alien) sowie für Kräfte, die der Mensch entfesselt hat (Godzilla als Menetekel der Atomenergie). Erschaffene Monster (Frankensteins Kreatur, der Golem, Terminator) seien eine Warnung davor, die Grenzen der Wissenschaft zu überschreiten. Innere Monster (der prototypische Mr. Hyde, aber auch die Teenagermörder aus Filmreihen wie *Halloween*, *A Nightmare on Elm Street* oder *Scream*) repräsentierten die dunkle Seite des Menschen. Während man die Geschöpfe aus dem Reich der Untoten (Dracula, Nosferatu) vielleicht als Schatten der Vergangenheit bezeichnen könnte, betrachtet Filser die *Zombie*-Filme von George A. Romero (*Die Nacht der lebenden Toten* [USA 1968], *Zombie* [USA/I 1978]) als Reaktion auf die Folgen der Umweltzerstörung. All diese Wesen böten die Möglichkeit, sich mit den jeweiligen Ängsten auseinanderzusetzen. Die Monster hätten zudem eine pädagogische Funktion, „weil sie uns aufzeigen, wo unsere Grenzen liegen" (ebd., S. 261).

Die Thesen klingen sehr plausibel. Aber halten sie auch einer eingehenden Betrachtung stand? Durchaus, findet der emeritierte Erziehungswissenschaftler Ben Bachmair (ehemals Universität Kassel), und das heute womöglich noch mehr als früher: „Der Mensch braucht Sinnstrukturen, die der Alltag allein nicht liefert." Mythen hätten den Menschen schon immer geholfen, „den Sinn ihres Handelns auf einem einfachen Niveau herzustellen. Sie sind so aufgebaut, dass die Menschen das Hier und Jetzt mit der Welt außerhalb ihres Alltags in eine Spannung bringen können. Sie erinnern uns daran, dass es nicht nur ein Diesseits, sondern auch ein Jenseits gibt." Die alten Griechen hätten zu diesem Zweck die Welt der Götter oder die Unterwelt des Todes und der Dämonen herangezogen. In unserer heutigen säkularen Alltagswelt hätten die Medien diese Rolle übernommen. „Der Mensch lebt ständig mit der Angst, sein Alltag könne in Gefahr geraten: Der Boden bricht weg, und wir purzeln geradewegs in die Hölle. Berichte über Katastrophen und Tragödien sorgen dafür, dass wir diese Angst nie verlieren, weil sie uns daran erinnern, dass unsere Sicherheit trügerisch ist. Fiktionale Geschichten erfüllen einen ähnlichen Zweck. Unsere Welt ist durchtechnologisiert, aber wir ahnen: Es gibt noch eine zweite Ebene; und dieser Ebene geben Romane, Filme oder Video- und Computerspiele ein Monstergesicht. Viele Menschen empfinden die Basis ihres Lebens als unsicher, es brechen Löcher auf, und aus diesen Löchern glotzen merkwürdige Monster heraus."

Zombies sind auch nur Konsumtrottel

Auch der Medienwissenschaftler Gerd Hallenberger teilt Filsers Einschätzung: „Monster sind ein Mittel zur Komplexitätsreduktion externalisierter Ängste, die auf diese Weise leichter handhabbar sind." Die Einteilung der Monsterwelt hält er ebenfalls für einleuchtend, wie er am Beispiel von Mary Shelleys 1818 entstandenem Buch *Frankenstein oder der moderne Prometheus* erläutert: „Kernmotiv ist die tief verwurzelte Angst des Menschen in der Frühzeit der Industrialisierung vor den neuen technologischen Möglichkeiten. Frankensteins aus Leichenteilen zusammengesetztes und mithilfe von Elektrizität zum Leben erwecktes Monster ist der Versuch, einer diffusen Angst ein Gesicht zu geben und sie auf diese Weise beherrschbar zu machen." Das gelte im Grunde für alle klassischen Monster, „bei denen leicht erkennbar ist, welche Ängste sie symbolisieren und somit rationalisieren. Es ist kein Zufall, dass Romero den größten Teil der Handlung von *Zombie* in einem Einkaufszentrum angesiedelt hat: Der Zombie ist auch nur ein Konsumtrottel." Hallenberger geht davon aus, dass der Bedarf an Ungeheuern aller Art heute eher noch größer ist als früher: „Die meisten Menschen haben die Welt schon immer als unübersichtlich wahrgenommen, aber heutzutage wird Gesellschaft zunehmend komplexer; somit wächst auch das Verunsicherungspotenzial." Bis zum 18. Jahrhundert sei der Lebensweg vom Moment der Geburt bis zum letzten Gang im Prinzip vorbestimmt gewesen. „Angst war in hohem Maß über die Religion organisiert, sowohl hinsichtlich ihrer Erzeugung wie auch ihrer Ableitung: Wer ein gottgefälliges Leben führt, kommt in den Himmel, allen anderen droht die Hölle. Verursacht wurden die Ängste durch natürliche Phänomene, die aus heutiger Sicht leicht erklärbar sind, jahrtausendelang aber überirdischen Mächten zugeschrieben wurden: Wird die Ernte durch ein Unwetter vernichtet, hat sich der Zorn der Götter entladen." Die Industrialisierung beschere dem Menschen beinahe unbegrenzte Möglichkeiten, aber auch die Unsicherheit sei entsprechend gewachsen: „Es ist ein Unterschied, ob Wien von den Türken erobert wird oder ob ein ganzer Kontinent infolge einer radioaktiven Katastrophe zugrunde geht. Das ist die Globalisierung des Unglücks: Alles, was passiert, kann noch in Tausenden Kilometern Entfernung eine Resonanz verursachen. Die Orientierungserfordernisse sind daher viel größer geworden. Es gibt unendlich viel mehr Weltwissen als vor 100 Jahren, aber die Aufnahmekapazität des Menschen ist nicht mitgewachsen."

Niemand hört dich schreien

Der Diplom-Psychologe und Autor Gerhard Bliersbach interessiert sich vor allem für die Rolle, die die filmischen Monster im Zusammenhang mit den archaischen Ängsten spielen: „Sie sind die verkörperlichten Symbole, in denen wir gefahrlos unsere archaischen existenziellen Ängste wiederbeleben können." Der Psychotherapeut erinnert an das Motto, mit dem 1979 für *Alien* geworben worden ist: „Im Weltraum hört dich niemand schreien." Die Fremdheit der Monster, „vor denen wir uns fürchten, verdeckt den Schrecken, den man empfindet, wenn man sich im Zustand höchster Angst selbst fremd wird." Das Unheimliche, verweist Bliersbach auf Freud, sei vor allem deshalb unheimlich, weil es versteckt heimlich sei: „Monster sind Verkörperlichungen und Symbolisierungen unserer archaischen Ängste, die schwer zu greifen sind. Die Angst ist im Gegensatz zur Furcht ein unklarer und daher nicht fassbarer Affekt. Furcht bezieht sich auf Gefahren, die wir kennen. Ängste dagegen basieren auf ganz frühen Erfahrungen, die uns immer noch in den Knochen stecken. Ein Säugling z. B. wird von existenziellen Ängsten befallen, wenn seine Bedürfnisse

nicht in gewohnter Weise gestillt werden." Diese Ängste tauchten in bestimmten Lebensphasen wieder auf, etwa in Form von Albträumen, die ein Teil des Verarbeitungsprozesses seien. „Aber die Ursachen verschwinden nicht, sie können jederzeit wieder zum Leben erwachen. Deshalb schauen wir mit wohligem Gruseln zu, wenn wir uns in der Sicherheit eines Kinosaals oder des heimischen Wohnzimmers befinden und sich jemand anders mit solchen Ängsten rumplagen muss." Medien wie Zeitung, Fernsehen und Internet wiederum erinnerten mit ihren Schreckensmeldungen an die Brüchigkeit des Alltags, „aber die Redaktionen sortieren und kommentieren diese Meldungen. Auf diese Weise werden die ständigen Beunruhigungen und Irritationen in eine Form gebracht." Das gelte auch für Spielfilme. Das Gesamtwerk Alfred Hitchcocks lebe geradezu davon, „dass sich im Alltag Abgründe auftun, die am Ende aber doch noch irgendwie überbrückt werden." Der moderne Mensch habe „ein tiefes Bedürfnis, sich seiner Existenz, seiner inneren Ordnung und der Sicherheit seines Gefüges zu versichern. Diese Absicherung läuft permanent, aber unterhalb unserer Bewusstseinsebene. Das gilt für alle Lebenslagen. Wir leben in einer ständigen Vergewisserung unseres Lebenskontextes, wir müssen uns andauernd überzeugen, dass das Eis, auf dem wir stehen, auch massiv genug ist, um uns zu tragen." Wie Hallenberger, so spricht auch Bliersbach davon, dass die Verunsicherungen ständig zunehmen. Als Beispiel führt er die Digitalisierung an, die vielen Menschen „wie ein undurchdringliches Labyrinth" erscheine: „Dauernd tun sich Abgründe auf, die jene archaischen Ängste in uns wachrufen, mit denen wir schon als Säugling konfrontiert worden sind. Auslöser können ganz banale Dinge sein: ein Computer, der nicht funktioniert, oder ein Auto, das nicht anspringt." Hallenberger erwähnt in diesem Zusammenhang das Phänomen der sogenannten Horrorclowns als „Metapher für die bodenlose Verunsicherung." Wie in Stephen Kings Roman *Es* entpuppe sich ausgerechnet der lustige Clown als böse. „Die Botschaft ist klar: Traue nichts und niemandem!"

Brauchen Kinder Monster?

Erwachsene Menschen scheinen die Monster also in der Tat ebenso sehr zu brauchen wie Kinder die Märchen. Aber brauchen auch Kinder Monster? Nach Ansicht von Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI, München), bieten Monster den Kindern die Möglichkeit, sich mit jenen Anteilen ihrer Persönlichkeit auseinanderzusetzen, die gesellschaftlich nicht erwünscht seien: „Wir wünschen uns Kinder, die freundlich, gut gelaunt, sozial, höflich und nicht zu wild sind. Wenn sie sich anerkannt und geliebt fühlen, versuchen die Kinder, diesen Ansprüchen weitestgehend zu genügen. Figuren, die wild, rau und unzivilisiert sind, helfen ihnen, zumindest in ihrer Fantasie auch die anderen Teile ihres Selbst zuzulassen." In diesem Sinne erwiesen sich Monster also als hilfreich, zumal auch die spielerische Verkörperung eines solchen unbändigen Wesens ausgesprochen lustvoll sein könne. Entscheidend sei allerdings, „dass diese Monster aktiv genutzt werden und beherrschbar sind." Das Gegenteil seien Ungeheuer, „die die Kinder in Angstzustände versetzen oder sie in ihrer Entwicklung und Bewegungsfreiheit begrenzen. Der Gedanke an ein Monster unter dem Bett kann körperliche Angstzustände hervorrufen. Die Vorstellung eines Monsters, das hinter einer bestimmten Ecke des Schulwegs lauert, kann die gesamte Freude an der Schule verderben." Erwachsene nähmen diese seelischen Nöte der Kinder jedoch oft nicht wahr: „Typischerweise erschreckt der Vater aus Spaß sein Vorschulkind und übersieht dabei, wie verängstigt es ist und wie sehr es diese Hilflosigkeit hasst." Götz hatte im Rahmen eines weltweiten Projekts in den letzten Monaten viel mit Flüchtlingskindern zu tun und hat festgestellt, „dass Kinder mit traumatischen Erlebnissen Monster fantasieren, die ihnen ein Gefühl tiefster Hilflosigkeit vermitteln." Diese Kinder bräuchten Menschen, „die sie sensibel unterstützen. Wenn sie anfangen können, über die Monster zu sprechen, sie zu malen und sich gegen sie zu wehren, ist der erste Schritt getan." Solchen Ungeheuern ist sie auch schon bei Erwachsenen begegnet, die düstere Erinnerungen an kindliche Medienerlebnisse mit sich herumtragen und sich deshalb z. B. jedes Mal überwinden müssen, in einem dunklen Gewässer zu schwimmen; im See könnte ja aller Logik zum Trotz ein weißer Hai lauern. Das, sagt Götz, seien Monster, „die kein Mensch braucht und über die die Erwachsenen auch nur sehr ungern sprechen."

Literatur:
Bettelheim, B.: *Kinder brauchen Märchen.* Stuttgart 1977
Filser, H.: *Menschen brauchen Monster. Alles über gruselige Gestalten und das Dunkle in uns.* München 2017

Tilmann P. Gangloff
ist freiberuflicher
Medienfachjournalist.

© Claudia Mikat

Dystopien zeigen, was nie passieren darf, und fordern so zu einer moralischen Auseinandersetzung auf. In der Prüfpraxis stellt sich die Frage, wie Gewaltszenen unter Berücksichtigung des jugendaffinen Charakters dieser Formate zu bewerten sind. *tv diskurs* sprach mit dem Film- und Kulturwissenschaftler Dr. Marcus Stiglegger, Vizepräsident und Professor für Fernsehen und Film an der DEKRA Hochschule für Medien in Berlin, über eine veränderte Gewaltästhetik und monströse Körperzerstörungen als Metaphern der Pubertät.

„Gewalt sollte beklemmend sein!“

Worin unterscheiden sich Dystopien von anderen Science-Fiction-Formaten?

Dystopien sind negativ-kritische Zukunftsentwürfe, die meistens ein Gesellschaftsbild zum Thema haben. In Dystopien haben wir oft einen ganzen Gesellschaftsentwurf, während in anderen Science-Fiction-Filmen nur kleine Aspekte eine Rolle spielen oder Konflikte, die weit über diese Dinge hinausgehen. Die Dystopie ist oft gesellschaftspolitisch.

Und worin liegt die Aktualität derartiger Filme oder Serien begründet? Man hat den Eindruck, es gibt derzeit einen richtigen Dystopie-Boom.

Zu den gegenwärtigen gesellschaftspolitischen Entwicklungen gehören Phänomene wie das Scheitern demokratischer Systeme, Macht und Machtmissbrauch oder Ausbeutungsstrukturen. Das sind gesellschaftspolitische Probleme, die in der Kunst, in Dystopien, in übersteigerter Form reflektiert werden und mit denen wir uns auseinandersetzen können. Und natürlich auch mit dem Potenzial einer Revolte, eines Aufstandes gegen soziopolitische Missstände.

Da klingen auch schon die Punkte an, die das Ganze für Jugendliche so interessant machen …

Revolte und Rebellion sind Themen, die mit der jugendlichen und pubertären Phase stark verknüpft sind. Dabei unterscheidet man eine gesellschaftspolitische, ideologische Perspektive, die auf eine Revolution der gesellschaftlichen Verhältnisse abzielt, und den Impuls der Revolte, des individuellen Aufstandes. In den aktuellen Filmen werden diese interessanterweise zusammengebracht. Die jugendliche Revolte wird gekoppelt mit dem Potenzial der gesellschaftlichen Revolution, der Verbesserung der gesellschaftlichen Umstände. Das ist speziell in den *Hunger Games*-Filmen sehr präsent.

Gibt es jenseits der Frage von Selbstwirksamkeit und dem Gefühl, etwas gegen Ungerechtigkeit tun zu wollen, noch andere Entwicklungsthemen, die aufgegriffen werden?

Die Körperthematik scheint mir wichtig zu sein. Die Tatsache, dass wir in einer Gesellschaft leben, die in gewisser Weise todesflüchtig ist, Alter und Tod tabuisiert hat und Körperlichkeit auf Jugendlichkeit und Effizienz ausrichtet – mit Tendenzen der Cyborgisierung, also der technischen Aufrüstung von Körpern –, das sind alles Science-Fiction-Themen, die wir heute leben. Diese technischen Erweiterungen, die ursprünglich als positive Zukunftsmodelle existierten, werden jetzt auch kritisch betrachtet und können sich sogar gegen den Menschen richten. Diese Dinge spielen in Dystopien eine wichtige Rolle.

Wir haben auf der Prüferfortbildung anhand der Geschichte der Dystopien gesehen, dass das schon immer eine Rolle gespielt hat. Aber dennoch hat man jetzt das Gefühl, es gebe einen Peak an Horrorszenarien. Täuscht dieser Eindruck?

Seit etwa fünf bis sechs Jahren haben wir eine sehr starke Präsenz dystopischer Modelle, weil wir gehäuft Nachrichtenmeldungen haben, in denen es um gesellschaftliche Missstände geht. Das sind Themen, die eine Reflexion erfordern; und das jugendliche Publikum ist davon nicht ausgeschlossen. Wenn man sich aktuelle Filme, wie z. B. *Nerve* anschaut, ein leicht utopischer Film, in dem Social Networking und Internet Challenges thematisiert werden, dann erkennt man, dass diese Filme immer destruktiver werden. Wir finden häufig das Modell, dass Jugendliche in eine Welt hineingezogen werden, die ihnen zunächst vertraut ist, dann immer beängstigender wird und die schließlich danach verlangt, dass man sich gegen sie zur Wehr setzt. Das ist relativ nah an unserer Realität.

Welche Rolle spielen die harten Gewaltdarstellungen in diesem Kontext, die die Zerstörung des Körpers zeigen und damit ein Gegenbild zum schönen, leistungsfähigen Körper sind?

Der Körperbezug scheint mir für ein jugendliches Publikum extrem wichtig zu sein, vor allem weil in der pubertären Phase die Auseinandersetzung mit der körperlichen Veränderung nicht nur positiv konnotiert ist. Man muss sich selbst neu verorten und in seiner Körperlichkeit definieren und ist dabei auch mit negativen Aspekten des Körperlichen konfrontiert. Das wird in übersteigerter Form in diesen Gewaltmomenten reflektiert. Ich würde dafür plädieren, in den gewaltbasierten Modellen aus den *Hunger Games* oder aus *Maze Runner* Metaphern zu sehen. Ich würde nicht eins zu eins die direkte Körperzerstörung assoziieren. Es ist eher eine metaphorische Auseinandersetzung mit einem ambivalenten Körperbezug.

Wir betrachten in der Filmprüfung die Gewalt weniger auf einer symbolischen Ebene, sondern eher im Hinblick darauf, wie drastisch die Bilder sind und ob sie von der entsprechenden Altersgruppe verarbeitet werden können. Dabei erkennt man heute in stärkerem Maße auch gewaltkritische Momente an als noch vor einigen Jahren oder Jahrzehnten. Nichtsdestotrotz gibt es sehr harte Gewaltdarstellungen, die man ab 12-Jährigen nicht zumuten möchte, obwohl man weiß, dass der Film sie interessiert. Bei jugendaffinen Formaten ist die Frage: Erleichtert die Nähe zu Entwicklungsthemen die Verarbeitung der Gewalt oder erschwert sie sie?

Ich sehe die Notwendigkeit, damit differenziert umzugehen. Es ist wichtig, Jugendlichen zu ermöglichen, sich aktiv mit diesen Dingen auseinanderzusetzen, also auch mit unerfreulichen Aspekten. Entscheidend ist, dass die Auswirkungen von Gewalt nicht ausgespart werden, dass keine konsequenzlose Gewalt dargestellt wird. Im ersten *Hunger Games*-Film beispielsweise sind die Gewaltauswirkungen für die Betroffenen negativ, und damit muss man leben. Man muss sich damit auseinandersetzen, wie man selbst in einer solchen Situation reagieren würde. Auch das jugendliche Publikum bekommt gewissermaßen eine ethische Herausforderung vom Film mitgegeben und muss sich dazu verhalten. Das ist zunächst einmal eine positive Chance. Wenn ein Film jedoch eindeutig zur Affirmation einer Gewaltlösung rät und man das im Material nachweisen kann, würde ich den Film nicht für Jugendliche freigeben. Aber einen Film, der ein Ambivalenzmodell aufbaut, das bewusst Argumente für oder gegen eine bestimmte ethische Entscheidung liefert und diese dem Publikum als Aufgabe gibt, halte ich für konstruktiv.

Wir haben jenseits der Gewaltaffirmation häufig die Befürchtung, dass solche Gewaltdarstellungen ängstigen können, weil sie zu drastisch und nicht zu verarbeiten sind. Kann die Gewaltästhetik auch so dominant sein, dass die Metapher überlagert wird?

Zunächst würde ich sagen, man muss die Metapher nicht als Metapher erkennen, damit sie als Metapher wirksam ist. Das ist etwas, was auch unbewusst funktionieren kann. Bei der Ängstigung würde ich mich fragen: Ist es denn sinnvoll, eine Situation von Gewalttätigkeit zu entwerfen, die nicht beängstigend ist? Das würde ich für bedenklich halten. Ein gewisses Potenzial der Angst muss damit verknüpft sein. Auch in einem jugendaffinen Ambivalenzmodell darf die Gewalt nicht frei von Angstmomenten sein. Gewalt sollte beklemmend sein. Wenn man feststellt, dass sie das ist, ist das zunächst nichts Negatives.

Wenn wir z. B. an die erste Episode der siebten Staffel* The Walking Dead *denken, in der Negan Glenn mit seiner Keule den Schädel zerschlägt, dann sorgen wir uns weniger um Ängstigung, sondern befürchten, dass Bilder sich verselbstständigen. Das ist eine extreme Gewaltästhetik, die vielleicht von Teilen des Publikums aus anderen Motiven geschaut wird, als sich mit einem dystopischen Narrativ auseinanderzusetzen …

The Walking Dead würde ich nicht primär als jugendaffin bezeichnen, obwohl mir natürlich klar ist, dass Jugendliche tatsächlich ein Bedürfnis haben, das zu sehen. Es ist eigentlich ein Familienmodell, das diese Serie vorschlägt, weil sie in immer neuen Formationen neue Familienkonstellationen entwirft. Das ist sehr amerikanisch und insofern auch von der Dramaturgie her sehr gewohnt. Dass dabei viele Menschen auf der Strecke bleiben, ist zeitgemäß und entspricht einem veränderten Zeiterleben: die Erkenntnis, dass die Dinge sich eben doch nicht immer positiv entwickeln. Das ist etwas, das ich als Jugendlicher nicht wahrgenommen habe. Damals gab es diese Erzählmodelle in der Form auch nicht, während *The Walking Dead* oder *Game of Thrones* diese Verlusterfahrungen schon mit einschreiben. Dann gibt es Identifikationsfiguren, wie der Sohn des Sheriffs in *The Walking Dead*, die für ein jugendliches Publikum anschlussfähig sind und denen auch ethische Herausforderungen gestellt werden. Das ist meiner Meinung nach das Positive. Jetzt kommen wir zum Negan-Problem: Ich war angesichts dieser Szenen ratlos. Ich fand sie schockierend. Als Glenn getötet wird, ist klar: Jetzt wird uns eine Identifikationsfigur genommen, das ist die maximale Fallhöhe. Die wird noch einmal gesteigert, indem wir die Körperzerstörung und das langsame Sterben dabei vor Augen geführt bekommen. Was ich damit als Zuschauer anfangen sollte, war mir nicht klar, das sage ich ganz offen. Im Grunde wird in der gesamten Serie versucht, mit dem Governor das Modell einer gesellschaftlichen Dystopie einzuführen. Nun wird dies aber nochmals gesteigert – durch eine Diktatur, die auf reiner Gewaltandrohung basiert. Es ist eine wichtige Szene, weil man genau das daran diskutieren muss. Ich denke, da ist das Erzählmodell an seine Grenzen gestoßen.

Bei uns wurde die Szene im Hinblick auf eine Sendeunzulässigkeit diskutiert.

Diese Szene hat in der Tat das Potenzial der Traumatisierung eines nicht ganz reflektierten Publikums.

Oder der Desensibilisierung, weil man sich gar nicht distanzieren kann, obwohl man es will – und dies eventuell zu einer Form von Abstumpfung führt.

Die Schaulust wird an einen Punkt getrieben, an dem sie nur noch für sich selbst besteht. Die Neugier auf das Innere des anderen, das ist eigentlich eine pubertäre Neugier. Um damit klarzukommen, muss man recht reif sein. Aber gut, das war vermutlich auch nicht für das Nachmittagsprogramm gedacht.

Nein, hier ging es um die Frage: Senden oder nicht senden? Die Entscheidung fiel für die Ausstrahlung. Aber wir beobachten seit bestimmt 15 Jahren, dass die Gewaltästhetik immer extremer wird. Inhalte, die man früher nur aus der Splatterecke kannte, sind jetzt Mainstream. Wir verlassen hier ja auch das Irreale und befinden uns immer mehr in einem Racheplot.

Das reflektiert die Erfahrung, die mit den aktuellen Kriegen, der Terrorgefahr sowie mit den Terrorvideos einhergeht. Die IS-Hinrichtungsvideos, die im deutschen Fernsehen niemals komplett zu sehen waren, im Internet aber vollständig abrufbar sind, können absolut traumatisierend sein. Diese werden darin reflektiert; und das Erschreckendste ist, dass die Terrorvideos zudem noch die Filmästhetik reflektieren. Sie scheinen sich somit gegen-

seitig zu beeinflussen. Da sind wir an einem tatsächlich recht bedenklichen Punkt. Es ist auf der anderen Seite auch keine Antwort, es als unzulässig zu erklären, weil das eine Kapitulation vor diesen Bildern ist. Wie geht man mit solchen extremen Phänomenen um, die im Internet vorhanden sind? Jugendliche, die das Extreme suchen, schauen sich natürlich auch solche Dinge an.

The Walking Dead *ist eine Familienserie in den USA. Haben Sie eine Erklärung dafür, dass Gewaltdarstellungen dort so gänzlich anders bewertet werden als hier?*

Ich bin mir gar nicht sicher, ob die Wirkung auf Jugendliche dabei tatsächlich ernsthaft diskutiert wird. Es geht eher darum, dass die Mentalität – und ich sage das als jemand, der in South Carolina in den Südstaaten eine Gastprofessur hatte – in die Richtung geht, dass Gewalt immer eine Option der Problemlösung ist. Das ist völlig unhinterfragt. Dass der Waffenbesitz etwas Anzustrebendes und nicht etwas Abzulehnendes ist und dass die ernsthafte Diskussion darüber, speziell im Südstaatenkontext, eher negativ gesehen wird. Das sehen wir auch in der aktuellen politischen Situation. Die Darstellung der Verhältnisse in *The Walking Dead* ist also im Grunde sehr amerikanisch. Das ist die Pioniermentalität, die in die Moderne hinübergerettet wurde, indem man sagt, man muss wehrfähig bleiben, es könnte ja sein – Stichwort „Zombieapokalypse" –, dass wir uns wieder gegen das Fremde wehren müssen. Das ausgegrenzte andere ist das zurückkehrende Tote. Aber wenn man die politischen Tendenzen sieht, dann hat das auch andere politisch bedenkliche Namen. Deshalb ist die Serie auch eine sehr starke Metapher für diese totalitäre Politik.

Es wird vielleicht auch primär als Repräsentation wahrgenommen und nicht so sehr in Bezug zur realen Welt.

Richtig. Deshalb sagte ich auch, dass Gewaltdarstellung im Film nicht Gewalt in der Realität ist. Das ist etwas, woran man in Deutschland gelegentlich erinnern muss, was aber nicht die Antwort auf alles ist. In dem Moment, in dem man das sagt, muss man lauter Einschränkungen einfügen – je nachdem, wie die Modelle entwickelt werden. Wenn wir eine Familienserie haben, ist der Bezug zur Realität doch wieder da. Wenn wir soziale Verhältnisse haben, die nur übersteigert sind, sind es dennoch die sozialen Verhältnisse. *Game of Thrones* spielt zwar einerseits in einer nicht existenten Vergangenheit, die allenfalls Anknüpfungspunkte zu historischen Fakten hat, andererseits lässt sich vieles dennoch übertragen, denn auch da haben wir wieder die Familien- und Machtverhältnisse und die Machtpolitik. Insofern ist es immer ambivalent; und so sollte man es auch betrachten – und das ist nicht negativ. Wichtig ist für mich, dass ein jugendliches Publikum eine Kompetenz vermittelt bekommt. In der Ausbildung sollte das ein Aspekt sein. Das ist ja ein großer Missstand, den wir in Deutschland haben, dass die Medienausbildung in der Schule immer noch extrem marginalisiert ist.

Das Interview führten Christina Heinen und Claudia Mikat.

© 20th Century Fox Home Entertainment

The Walking Dead

Laura Keller

Bereits zwei erfolgreiche Formate kann die Bundeswehr auf ihrem YouTube-Kanal vorweisen: *Die Rekruten* und *Mali*. Videos im Stil des Reality-TV, gefilmt mit Handkameras und Selfie-Sticks. Die Bundeswehr will junge Interessentinnen und Interessenten mithilfe neuer Medien für sich gewinnen. Stets begleitet von der Kritik, bei der Rekrutierung den Alltag und die Einsätze der Soldatinnen und Soldaten zu beschönigen und Krieg zu verharmlosen.

Bundeswe(h)rbung: Krieg als Entertainment für Jugendliche?

Die Bundeswehr hat seit dem Ende der Wehrpflicht Nachwuchssorgen. Doch wo ist die Jugend, wenn schon nicht freiwillig am Dienst an der Waffe? Richtig, im Internet. Vornehmlich auf der beliebten Videoplattform YouTube. Was läge also näher, als die Werbung der Bundeswehr dorthin zu verlagern?

Die Bundeswehr exklusiv im Netz

Im Bundeswehr-Exclusive-YouTube-Kanal finden sich mittlerweile zwei Formate: *Die Rekruten* begleitete bereits 2016 zwölf junge Soldatinnen und Soldaten in über 60 jeweils fünf bis zehnminütigen Episoden bei ihrer Grundausbildung am Marinestandort Parow. Mit durchschnittlich mehreren 100.000 Abrufen pro Video entpuppte sich das Format als Überraschungserfolg. *Die Rekruten* sollten auch den Sprung ins Fernsehen schaffen, RTL II hatte zunächst Interesse bekundet. Nachdem kein geeigneter Sendeplatz gefunden werden konnte, steht die Ausstrahlung weiterhin aus (vgl. Dirscherl 2017). Das Nachfolgeformat *Mali* zeigt in über 40 Episoden den Alltag acht deutscher Berufssoldatinnen und -soldaten vor, während und nach ihrem Auslandseinsatz. Die Serie konnte an den Erfolg des Vorgängers zwar nicht anknüpfen, kann jedoch auch rege Videozugriffe vorweisen.

Beide Formate kennzeichnet der Realityshow-Stil. Keine Hochglanzaufnahmen, sondern wackelige Bilder von Handkameras, unterlegt mit dramatischer Musik. Videos in der vermeintlich klassischen YouTube-Ästhetik, wenn auch mit Produktionskosten von jeweils knapp zwei Mio. Euro. Mit der passenden Social-Media-Strategie auf allen weiteren gängigen jugendaffinen Plattformen – sei es Instagram, Snapchat oder ein Chatbot bei Facebook Messenger. *Mali* bietet beispielsweise die Möglichkeit, den Einsatz – wenn aus Sicherheitsgründen zwar nicht live – immerhin aber in Echtzeit zu verfolgen. Die Werbekampagnen für beide Formate kosteten die Bundeswehr insgesamt 10,7 Mio. Euro (vgl. Wiegold 2017).

Die Zielgruppe? Schulabgängerinnen und -abgänger sollen so auf ihre Karrierechancen bei der Bundeswehr aufmerksam gemacht werden. Doch Klicks allein sorgen nicht zwangsläufig für neue Soldatinnen und Soldaten. Die gestiegenen Bewerbungszahlen und Aufrufe des Karriereportals führt die Bundeswehr jedoch auf den Erfolg der YouTube-Formate zurück. Die Zahl junger Soldatinnen und Soldaten – darunter auch zahlreiche Minderjährige – steigt. Da man aber mit der Wirtschaft um Schulabgängerinnen und -abgänger konkurriere, müsse man auch Minderjährige rekrutieren können (vgl. Peters/Endt 2018).

Krieg bleibt Krieg – Werbekampagne bleibt Werbekampagne

„Es ist alles nicht so, wie man es sich vorstellt, es ist schlimmer. Bist du bereit?“, heißt es im Trailer zu *Mali*. Diese und weitere Aussagen könnten besorgniserregend wirken, sind aber mit schnellen Schnitten und stimmungsvoller Musik wie das Ver-

sprechen eines Action-Blockbusters inszeniert. Inhaltlich dominieren jedoch keine Kampfbilder, sondern alltägliche Tätigkeiten der Soldatinnen und Soldaten in Episoden wie *Warten, Warten, Warten* oder *Dieselkrise im Camp*. Möglichst authentisch möchte man den mehrheitlich jungen Zuschauerinnen und Zuschauern den Bundeswehralltag dennoch präsentieren. Authentisch bedeutet zu Werbezwecken, dass bei der Bundeswehr körperliche Anstrengung auf Langeweile trifft, und nicht, dass der Kampf gegen Dschihadisten in Mali tödlich enden kann.

Auch in der Episode *Gefahr für Leib und Seele* – deren Titel ernste Themen andeutet – verbleibt beispielsweise der Eindruck, dass die zentralen Belastungen vor Ort ausschließlich Hitze, Heimweh und Hautprobleme heißen, aber das, verrät der Militärpfarrer den Zuschauerinnen und Zuschauern, „lässt sogar Atheisten beten". Während der sechswöchigen Ausstrahlung, die die Zuschauerinnen und Zuschauer mit den Soldatinnen und Soldaten auf dem heimischen Bildschirm verbringen, mag der soldatische Alltag auch genau so aussehen, doch werden hier der bis zu 23 Monate dauernde freiwillige Wehrdienst und die mehrjährige Verpflichtung für den Dienst beim Militär beworben.

Die Serie ist Teil einer offensiven Werbekampagne der Bundeswehr. Dass Krieg hier nicht in all seinen Facetten dargestellt wird und nicht zwangsläufig die Gefährdungsrisiken der Soldatinnen und Soldaten im Einsatz fokussiert werden, ist selbstredend. *Mali* schlägt jedoch ernstere Töne an als *Die Rekruten*. Das Vorgängerformat geriet explizit in die Kritik, nachdem Themen wie Tod und Auslandseinsatz kaum Platz fanden, jedoch ebenso zum Alltag der Soldatinnen und Soldaten gehören (vgl. Lücking 2017). In einer der letzten Folgen von *Mali* wird auch der Absturz des Bundeswehr-Helikopters im Juli 2017, bei dem zwei Soldaten starben, thematisiert. In ihrer Inszenierung und Optik bricht die Episode – die mehrheitlich aus Interviewsequenzen mit den Soldatinnen und Soldaten sowie Eindrücken der Trauerzeremonie besteht – mit den weiteren Folgen der Serie, die oftmals eher ein Klassenfahrt-Feeling verbreiten.

Mit dem Ende der Wehrpflicht schwindet nach und nach jedoch nicht nur das Interesse, sondern auch das Wissen über die Aufgaben der Soldatinnen und Soldaten – auch hier möchten die YouTube-Formate gegensteuern. Informationen über berufliche Möglichkeiten bei der Bundeswehr sammelten Jugendliche bereits vor zehn Jahren verstärkt über TV-Reportagen, den medialen Vorläufern der heutigen YouTube-Formate (vgl. Bulmahn 2007, S. 49).

Verschwommene Grenzen zwischen Rekrutierung und Information

Das Interesse von Jugendlichen am Weltgeschehen ist weiterhin hoch, sie informieren sich häufig über das Internet und YouTube ist beliebtestes Internethobby (vgl. MPFS 2017). Sie kategorisieren als Mediennutzerinnen und -nutzer die Angebote ohnehin selbst als Informations- oder Unterhaltungsquelle (vgl. Klaus/Lünenborg 2002).

Die Angebote der Bundeswehr auf YouTube können aber auch als außerschulische Lernorte politischer Bildung verstanden und jenseits ihrer Rekrutierungsabsichten hinterfragt werden. Im Fokus stehen die Arbeitsabläufe und der Alltag der Soldatinnen und Soldaten vor Ort, ein Video mit Hintergrundinformationen zu den Gründen des Einsatzes in Mali hat durchschnittlich eher wenige Aufrufe. Wer sich hierfür interessiert, muss sich mit der Aussage zufriedengeben: „Es ist einer der gefährlichsten Einsätze der Vereinten Nationen, wenn nicht sogar der gefährlichste überhaupt. Aber es ist wichtig, dass die Bundeswehr dort ist." Alternativ werden der „Krieg gegen Terror" und der „Kampf gegen Schleuser" als Erklärungsmuster für die komplexe Friedensmission der Vereinten Nationen geboten. Die Bundeswehr präsentiert im Rahmen ihrer Formate Denk- und Deutungsmuster, die das Militärische als Selbstverständlichkeit darstellen und somit zum gesellschaftlichen Diskurs über Krieg beitragen. Die Infragestellung einer Notwendigkeit von Militäreinsätzen lassen die Formate selbstverständlich nicht zu.

Literatur:
Bulmahn, T.: *Interesse Jugendlicher an einer beruflichen Perspektive bei der Bundeswehr.* Strausberg 2007
Dirscherl, H.-C.: *RTL II zeigt Bundeswehr-Youtube-Hit „Die Rekruten" doch nicht.* In: PC-Welt, 22.08.2017. Abrufbar unter: https://www.pcwelt.de/a/rtl-ii-zeigt-erfolgreiche-bundeswehr-youtube-serie-die-rekruten,3447196 (letzter Zugriff: 15.12.2017)
Klaus, E./Lünenborg, M.: *Journalismus: Fakten, die unterhalten – Fiktionen, die Wirklichkeiten schaffen.* In: I. Neverla/E. Grittmann/M. Pater (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz 2002, S. 100 – 113
Lücking, D.: *Bundeswehr-Imagekampagne auf Youtube.* In: Tagesspiegel online, 13.11.2016. Abrufbar unter: http://www.tagesspiegel.de/medien/die-rekruten-bundeswehr-imagekampagne-auf-youtube/14834686.html (letzter Zugriff: 09.01.2018)
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS): *JIM-Studie 2017. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12 bis 19-Jähriger in Deutschland.* Stuttgart 2017
Peters, P./Endt, C.: *Mit 17 Jahren in die Kaserne.* In: Süddeutsche Zeitung online, 09.01.2018. Abrufbar unter: http://www.sueddeutsche.de/politik/bundeswehr-mit-jahren-in-die-kaserne-1.3818634 (letzter Zugriff: 09.01.2018)
Wiegold, T.: *Werde Soldat, yo!* In: Zeit online, 25.10.2017. Abrufbar unter: http://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-10/bundeswehr-exclusive-mali-youtube-serie-die-rekruten/komplettansicht (letzter Zugriff: 12.12.2017)

Laura Keller studierte Kultur- und Bildungswissenschaften sowie Kinder- und Jugendmedien in Lüneburg und Erfurt. Sie arbeitet als freiberufliche Medienpädagogin.

Literatur 01/2018

Heinz Abels/Alexandra König:
Sozialisation. Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität 77
Dagmar Hoffmann

Hanne Detel:
Netzprominenz. Entstehung, Erhaltung und Monetarisierung von Prominenz im digitalen Zeitalter 78
Claudia Wegener

Kurzbesprechungen 1 79
Tilmann P. Gangloff, Lothar Mikos, Susanne Eichner

Jan-Hinrik Schmidt/Monika Taddicken (Hrsg.):
Handbuch Soziale Medien 80
Susanne Eichner

Kurzbesprechungen 2 81
Lothar Mikos, Klaus-Dieter Felsmann, Michael Wedel

Christoph Bareither:
Gewalt im Computerspiel. Facetten eines Vergnügens 82
Jürgen Fritz

Florian Leitner:
Medienhorror. Mediale Angst im Film 83
Lothar Mikos

Kurzbesprechungen 3 84
Klaus-Dieter Felsmann, Uwe Breitenborn, Lothar Mikos

Felix Stalder:
Kultur der Digitalität 85
Martina Schuegraf

Heinz Abels/Alexandra König:
Sozialisation. Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität.
Wiesbaden 2016²: Springer VS.
273 Seiten, 19,90 Euro

Sozialisation

Die Erstausgabe des bewährten Einführungsbandes trägt den etwas sperrigen Untertitel *Soziologische Antworten auf die Frage, wie wir werden, was wir sind, wie gesellschaftliche Ordnung möglich ist und wie Theorien der Gesellschaft und der Identität ineinanderspielen*. Damit ist die programmatische Ausrichtung treffend beschrieben. Komprimiert zusammengefasst wurden seinerzeit vornehmlich klassische Theorieansätze von Georg Simmel bis Pierre Bourdieu, die sich im weitesten Sinne mit Sozialisation, Subjektwerdung und den Bedingungen der lebenslangen Identitätskonstruktion beschäftigen. Dabei ist Heinz Abels und Alexandra König stets wichtig gewesen, theoretische und historische Hintergründe der jeweiligen Ansätze zu beleuchten und sie möglichst in chronologischer Abfolge darzustellen und zu diskutieren. Diese Bemühungen werden in der nunmehr überarbeiteten zweiten Auflage mit kürzerem Untertitel weiterhin verfolgt. Allerdings ist die Aufsatzsammlung jetzt um zehn weitere Kapitel ergänzt und zuweilen auch umstrukturiert worden. Auf eine längere Einleitung haben Autorin und Autor z. B. verzichtet, dafür bieten sie Zwischeneinschübe an, in denen Ansätze und Entwicklungen in den zugehörigen Disziplinen (nicht nur der Soziologie) reflektiert werden. Weitere Schwerpunktthemen sind umweltbezogene Lern- und Bildungsprozesse, Biografisierung und Lebenslaufforschung sowie Besonderheiten der Selbstsozialisation und Probleme von sozialer Ungleichheit im Kontext von Sozialisation.
Integriert wurde nunmehr ein Hinweis auf frühe US-amerikanische Ansätze zur Sozialisation Ende des 19. Jahrhunderts bzw. Anfang des 20. Jahrhunderts von Franklin H. Giddings, Edward A. Ross und Charles H. Cooley. Kurz vorgestellt wird zudem die Theorie der Strukturierung von Anthony Giddens aus den 1980er-Jahren sowie die ökonomisch grundierte und an Rational-Choice-Ansätzen orientierte Diagnose zur Sozialisation von Heranwachsenden von James S. Coleman, der die Interessen und Kontrollsysteme der Eltern kritisch in den Blick genommen hat. Zu gleicher Zeit etwa stellt Ulrich Beck die These der Individualisierung auf, die unbenommen Widersprüche und Ambivalenzen in der Sozialisation moderner Individuen mit sich bringt. Die daraus resultierenden Folgen werfen Fragen nach der Beliebigkeit des Rahmens sozialer und kultureller „Selbstverständlichkeiten" und dem Umgang mit Kontingenz auf.
Im Anschluss daran gehen Abels und König auf das systemtheoretische Verständnis der Selbstsozialisation von Niklas Luhmann ein, der sich vor allem damit beschäftigt hat, herauszufinden, warum und unter welchen Systembedingungen Sozialisation erfolgt und wie sich die Erwartungen der psychischen Systeme zu denen der sozialen Systeme verhalten (etwa mit Distanz oder Konformität). Des Weiteren widmen sich die beiden Verfasser einem recht neuen Zugang von Matthias Grundmann, der vor allem an Kriterien zur Messung und Deutung von konkreten Sozialisationspraxen interessiert ist. Präferiert wird eine eher mikrosoziale Perspektive auf das „Gelingen" und die kollektive Gestaltung von Sozialisation, die je nach Bezugs- und Handlungssystem (Sicht der Akteure, der Bezugsgruppen, der Gesellschaft) variiert. Zuletzt wird das neu eingeführte Paradigma von Doris Bühler-Niederberger skizziert, das primär nach den Voraussetzungen seitens der Individuen fragt, die das Herstellen und Aufrechterhalten sozialer Ordnung ermöglichen. Ordnung wird als Tätigkeit und Prozess verstanden. Gerade das (oftmals selbstverständliche) generationale Ordnen (nach Alterszugehörigkeit) sollte – so ihr Anliegen – historisch und gesellschaftsanalytisch aufgearbeitet und kritisch hinterfragt werden, da es immer mit Bewertungen verknüpft ist (Kindheit versus Erwachsensein) und bestimmte Sozialisationsprämissen generiert.
Das vorliegende Werk leistet trotz der sehr dichten, komprimierten Darstellung einzelner Ansätze zur Sozialisation einen umfassenden und wichtigen Überblick über vorhandene, disziplinär durchaus unterschiedliche Zugänge sowie ihrer Erklärungspotenziale und -grenzen. Zugehörige Untersuchungsfelder konnten selektiv leider nur angerissen werden. Bedauerlicherweise werden die Herausforderungen, denen sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aktuell stellen müssen – etwa hinsichtlich der Erforschung der Sozialisation mit Medien(-technologien) und/oder der besonderen Sozialisationsbedingungen im Kontext von Mediatisierung –, weitestgehend ignoriert. Dennoch lässt sich bestimmt (also auch weiterhin) mit den Einzelbeiträgen gerade in Einführungsveranstaltungen gut arbeiten, da in einfacher Sprache pointiert das Wesentliche der Ansätze vermittelt wird. Die Artikel haben insofern „Instant-Charakter", was gerade Studierenden zumeist sehr entgegenkommt, sie aber nicht davon abhalten sollte, bei Gelegenheit in die Originalwerke intensiver einzutauchen.

Prof. Dr. Dagmar Hoffmann

Hanne Detel:
Netzprominenz. Entstehung, Erhaltung und Monetarisierung von Prominenz im digitalen Zeitalter. Köln 2017: Herbert von Halem Verlag. 376 Seiten, 35,00 Euro

Netzprominenz

Prominente im Netz sind gegenwärtig weitreichend diskutiert. Plattformen wie YouTube, Instagram oder Snapchat fördern die Bekanntheit von zunächst unbekannten Personen, denen nunmehr überdurchschnittliche Aufmerksamkeit zuteilwird. Daraus entwickeln sich zahlreiche Fragen, die beispielsweise die Mechanismen der Aufmerksamkeitskonstruktion oder ihre Varianten und Strategien der Monetarisierung in den Blick nehmen. Die Arbeit von Hanne Detel über Netzprominenz verspricht, hier einen grundlegenden Beitrag zu leisten. Es handelt sich um die Dissertation der Autorin, die im Jahr 2016 von der Universität Tübingen als solche angenommen wurde.

Das Buch gliedert sich in fünf Teilkapitel mit unterschiedlicher Ausrichtung. Die zehnseitige Einführung beschreibt den Wandel der Prominenz im digitalen Zeitalter. Detel erläutert ihren Begriff der Netzprominenz, den sie „in Abgrenzung zur Prominenz vor dem digitalen Zeitalter" (S. 18) positioniert, und begründet die Relevanz ihrer Arbeit. Das zweite Kapitel zeigt ihren theoretischen Zugang auf. Recht knapp werden die grundlegenden theoretischen Ansätze beschrieben, als solche sind der Ansatz der Aufmerksamkeitsökonomie, der des Impression Managements und der Mediatisierungsansatz genannt. Das dritte Kapitel stellt die forschungsleitenden Fragen und das methodische Vorgehen dar. Auf der Grundlage von vergleichenden Fallanalysen und acht Experteninterviews konzipiert Detel ein exploratives qualitatives Forschungsdesign. Dabei sei angemerkt, dass das Vorgehen bei der Auswertung der Experteninterviews leider nicht ganz nachvollziehbar ist.

Besonders umfangreich ist die Darstellung der Analysen. Detel beschreibt die unterschiedlichen Plattformen – Bühnen –, auf denen sich Netzprominente bewegen mit ihren jeweiligen Eigenschaften und Möglichkeiten. Sie zeichnet „typische Mechanismen der Prominenzentstehung" (S. 141) nach und beschreibt, wie sich der Möglichkeit der Sichtbarkeit die Notwendigkeit der weiteren Aufmerksamkeitsgenerierung anschließt. Die Autorin entwickelt eine Typologie der Netzprominenz, bei der sie zwischen „Kurzzeitprominenten", „Diffamierungsopfern", „Attention-Surfern", „etablierten Netzprominenten" und „Prominenzmemetikern" (S. 224) unterscheidet, und zeigt Strategien auf, die zum Erhalt und Ausbau der Netzprominenz beitragen. In einem abschließenden Kapitel werden die Möglichkeiten zur Monetarisierung von Netzprominenz vorgestellt. Es wird deutlich, dass hier unterschiedliche Strategien der Ökonomisierung greifen, die von wachsender Bedeutung sind und von den Akteuren ebenso vorangetrieben werden wie von Agenturen, Netzwerken und Unternehmen. Das abschließende Kapitel der Arbeit erhebt den Anspruch, „die zentralen Prozesse des Strukturwandels des Prominenzphänomens unter dem Einfluss des Metaprozesses Internetisierung" (S. 311 f.) zu identifizieren und vorzustellen. Hanne Detel fasst ihre Beobachtungen noch einmal zusammen und ordnet sie unterschiedlichen Schlagworten zu. So argumentiert sie beispielsweise, in den neuen Phänomenen der Netzprominenz würden sich Prozesse einer Demokratisierung zeigen, indem erstens der Prominentenstatus potenziell jedermann zugänglich sei. Zweitens sei der Auswahlprozess insofern demokratisiert, als nun das Publikum unmittelbar über den Zuspruch an Aufmerksamkeit entscheide – und damit ohne eine vorauswählende Instanz, über die sich der Zugang zur Sichtbarkeit im Vorfeld regelt.

Resümierend sei festgehalten, dass das Buch in einem Zwischenraum verbleibt: Für theoretisch interessierte Leserinnen und Leser ist es zu deskriptiv, für die an der YouTube-Praxis Interessierten möglicherweise zu ausdifferenziert. Die stetige Einführung neuer Begrifflichkeiten und Systematisierungen lässt ein wenig an Tiefe vermissen, auch bedarf es angesichts fortlaufend neuer Strukturierungen und Differenzierungen eines gewisses Durchhaltevermögens, um den roten Faden der Arbeit im Blick zu behalten. Mitunter wäre eine kritischere Sicht wünschenswert gewesen, beispielsweise wenn es um die durchaus divergierenden Aufmerksamkeitspotenziale und -strategien von Männern und Frauen im Netz geht. Dennoch kann die Lektüre des Werkes gewinnbringend sein. Das Verdienst der Autorin ist es, sich einem vergleichsweise neuen Medienphänomen zu widmen, dabei vielfältige Analysezugänge aufzuzeigen, die das Forschungsfeld strukturieren, Netzprominenz facettenreich zu beschreiben und in ihren unterschiedlichsten Ausprägungen anschaulich aufzuarbeiten und darzustellen.

Prof. Dr. Claudia Wegener

Volker Lilienthal/ Irene Neverla (Hrsg.): *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs.* Köln 2017: Kiepenheuer & Witsch. 320 Seiten, 9,99 Euro

Das Gespenst „Lügenpresse"

Viele Journalisten sind ratlos, wie sie mit dem Stigma „Lügenpresse" umgehen sollen. Die gleichnamige Aufsatzsammlung gibt vielfache Ratschläge, aber auch Entwarnung: Es existiert überhaupt keine Krise. Oder richtiger gesagt: Es gab sie schon immer; in den letzten Jahren ist nur viel mehr darüber gesprochen und geschrieben worden als früher. Das Vertrauen in die seriösen Tageszeitungen z. B. ist seit Aufkommen des Internets sogar gestiegen, aber ein großer Teil der Bevölkerung hat „den Medien" bereits vor 20 Jahren misstraut. Diese Erkenntnis ändert jedoch nichts am Mehrwert der 16 Beiträge. Das Buch dokumentiert eine Ringvorlesung an der Universität Hamburg. Zu den Gastdozenten zählten neben Chefredakteuren wie Klaus Brinkbäumer („Der Spiegel"), Giovanni die Lorenzo („Die Zeit") und Heribert Prantl („SZ") vor allem Vertreter aus den Bereichen „Journalistik" sowie „Medien- und Kommunikationsforschung". Während die Redakteure zur Selbstkritik aufrufen, die Wahrheitssuche beschwören oder über vertrauensbildende Maßnahmen schreiben, erheben die Forscher ihre obligate Forderung, es sollte noch viel mehr geforscht werden; und in den Schulen, ein seit Jahr und Tag ignorierter frommer Wunsch, müsse deutlich mehr für die Medienkompetenz getan werden. Letztlich aber sind die Journalisten offenbar ohnehin bloß Sündenböcke, bieten sie den Skeptikern doch, wie Neverla schreibt, „eine plakative Projektionsfläche […] in der großen Erzählung vom Betrug der Moderne am Menschen" (S. 20).

Tilmann P. Gangloff

Sven Stollfuß: *Cyborg-TV. Genetik und Kybernetik in Fernsehserien.* Wiesbaden 2017: Springer VS. 149 Seiten, 29,99 Euro

Cyborg-TV

Dem Autor geht es in seiner Abhandlung um die „Auseinandersetzung mit der *Informatisierung des Körpers* im Horizont populärer, fernsehserieller Manifestationen und ihren unterschiedlich virulenten kybernetischen Körperkonzepten" (S. 4, H. i. O.). Dabei geht es ihm vor allem um die Verschränkung von Mensch und Computertechnologie. Er setzt sich ausführlich mit Serien wie *Der Sechs-Millionen-Dollar-Mann*, *Dark Angel*, *Continuum*, *Person of Interest*, *CSI* und *Orphan Black* auseinander. So kann er feststellen, dass es in den Serien nicht nur um die technischen Möglichkeiten der Optimierung des menschlichen Körpers geht, sondern gerade auch um „Fragen nach der ‚Natur' bzw. Ontologie des Menschen, seiner Identität und seinem Subjektverständnis im Kontext (bio-)technologischer Flexibilisierung […]" (S. 135). Die Serien stellen damit „Imaginations- und Aushandlungsräume, in denen die Korrelationen von Mensch/Körper, Kultur und Informationstechnologien Handlungs- und Assoziationsketten entstehen lassen, die Human und Information Agency innerhalb der soziokulturellen Symboliken und motivischen Verarbeitungen populärkultureller Narrative erkenntnistheoretisch verbinden" (S. 137). Die genannten Serien und weitere tragen daher mit zum öffentlichen Diskurs über das Verhältnis von Mensch und digitaler Technologie bei. Ein lesenswertes Buch, das zentrale Fragen der digitalisierten Zukunft der Menschheit berührt.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Michael Schneider: *Fans von Fernsehserien und ihr Handeln in sozialen Onlinemedien.* Münster 2016: Nodus Publikation. 237 Seiten, 43,00 Euro

Fanhandeln in Social Media

Onlinemedien – insbesondere Social Media – ermöglichen es Fans, sich unmittelbarer und direkter als früher über ihre Lieblingsserien auszutauschen, kreativ zu werden oder mit den Machern von Fernsehserien zu kommunizieren. Wie dies genau geschieht und welche möglichen Konsequenzen sich daraus ergeben, untersucht die vorliegende Studie mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewählter Fallbeispiele. Michael Schneider zieht hierfür handlungstheoretische Ansätze, Fan-Studies und den Gegenstand der Fernsehserie selbst heran, bevor er auf Social Media als neuen Handlungsraum für Fans eingeht. Indem er eine Typologisierung des Fanhandelns in „Pflegen von Bestand", „Dauerprotestieren" oder „Teilen" vornimmt, erhofft er ein differenziertes Verständnis vom Fanhandeln mit Fernsehserien zu erlangen. Ob dies jedoch tatsächlich gelungen ist, lässt sich nicht immer nachvollziehen, da der Vorgang des „induktiven Beobachtens" (S. 106) und die darauf aufbauende Inhaltsanalyse nicht weiter beschrieben sind. Der Forschungsprozess weist somit nicht immer die notwendige Transparenz auf. Trotzdem überzeugen die Schlussfolgerungen: nämlich, dass die „Möglichkeiten des Fanhandelns in sozialen Medien […] als Zusammenspiel von persönlicher Motivation und technischen Gegebenheiten zu beschreiben [sind]" (S. 218) und dass Serienfans das Internet nicht als Alternative zum Fernsehen betrachten, sondern Social Media nutzen, um Fernsehinhalte zu verhandeln.

Prof. Dr. Susanne Eichner

Jan-Hinrik Schmidt/ Monika Taddicken (Hrsg.):
Handbuch Soziale Medien.
Wiesbaden 2017: Springer VS.
408 Seiten, 49,99 Euro

Soziale Medien

Soziale Medien begleiten uns in unserem Alltag. Mit ihnen managen wir unsere Beziehungen, erhalten Zugang zu Nachrichten, und in der Wissenschaft werden sie als Werkzeug bei der empirischen Forschung genutzt. Bislang fehlte jedoch ein deutschsprachiges Handbuch zu dieser wichtigen Medien- und Kommunikationsform. Deswegen ist es umso erfreulicher, dass die beiden Herausgeber Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken eine Reihe von Beiträgen versammelt haben, die einen Überblick über das Feld sowie den aktuellen Stand der Forschung wiedergeben. Soziale Medien werden hier als Medien verstanden, die „auf Grundlage digital vernetzter Technologien […] es Menschen ermöglich[en], Informationen aller Art zugänglich zu machen und davon ausgehend soziale Beziehungen zu knüpfen und/oder zu pflegen" (S. 8). Schmidt und Taddicken liefern selbst zwei Beiträge zu den Grundlagen von sozialen Medien, die zum einen einen systematischen Überblick über die Entwicklung und das Angebot von sozialen Medien bieten und zum anderen auf Funktionen für die Nutzer sowie spezifische Nutzungspraktiken eingehen. Konkret zählen sie zu den sozialen Medien Plattformen (Netzwerkplattformen, Diskussionsplattformen und UGC-Plattformen), Personal Publishing (Weblogs, Microblogging und Podcasts), Instant Messaging/ Chats sowie Wikis. In dem zweiten Einführungskapitel werden die Funktionen und Nutzerpraktiken von sozialen Medien vorgestellt: Zentral für ein Verständnis von sozialen Medien ist hier die Erkenntnis, dass es sich bei deren Nutzung um soziale Praktiken handelt, welche die Herausgeber und Autoren mit „Identitätsmanagement", „Beziehungsmanagement" und „Informationsmanagement" zusammenfassen (S. 32). Der Blick auf soziale Praktiken verdeutlicht dabei auch, dass es keine strikte Trennung zwischen online und offline gibt, da die Onlinepraktiken in einer Offlinewelt eingebettet sind.
Außerdem werden verschiedene Einsatzbereiche und Anwendungsfelder von sozialen Medien vorgestellt, zehn Beiträge beschäftigen sich mit übergeordneten Fragestellungen und Entwicklungen sozialer Medien. Im ersten Teil des Handbuches führen beispielsweise Nicole C. Krämer, Sabrina C. Eimler und German Neubaum in „Selbstpräsentation und Beziehungsmanagement in sozialen Medien" ein, Martin Emmer bietet einen Überblick über soziale Medien in der politischen Kommunikation, René König und Michael Nentwich beschäftigen sich mit sozialen Medien in der Wissenschaft. Bernadette Kneidinger-Müller knüpft an Konzepte der Selbstpräsentation an und stellt den Forschungsstand zu „Identitätsbildung in sozialen Medien" vor. Mit Rückgriff auf sozialwissenschaftliche Konzepte wie die von Mead, Goffman, Bourdieu und Festinger beschreibt sie Identitätskonstruktion als lebenslange Entwicklungsaufgabe, die sich im Netz fortsetzt. Soziale Medien können durchaus dazu genutzt werden, fiktive oder idealisierte Identitätserprobungen durchzuführen. Jedoch legen Studien nahe, dass es in der Regel zu einer starken Anlehnung an die „Real-life"-Identitäten kommt, ein Ergebnis, was als „extended real-life hypothesis" bezeichnet wird (S. 64). Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass sich mit der zunehmenden Nutzung von sozialen Medien auch die Nutzungskompetenz gesteigert hat und Nutzerinnen und Nutzer häufiger ein komplexes Identitätsmanagement an den Tag legen und verschiedene Identitätsfacetten für verschiedene Nutzergruppen bereitstellen (z. B. Freunde versus Arbeitskollegen).
Im zweiten Teil wird auf die Auswirkungen von sozialen Medien fokussiert: Cornelius Puschmann und Isabella Peters fragen nach der Bedeutung von sozialen Medien für die Informationsverbreitung, Oliver Leistert geht der Frage auf den Grund, was passiert, wenn soziale Medien Kontrolle und Überwachung ermöglichen, und Theo Röhle beschäftigt sich mit den rechtlichen Aspekten von sozialen Medien. Eine abstraktere Fragestellung wird von Maren Hartmann aufgeworfen, die dem Phänomen von Raum und Zeit in sozialen Medien nachspürt. Beides ist für die Medien- und Kommunikationswissenschaft von zentraler Bedeutung, etwa in Bezug auf die Entkopplung von Aktions- und Kommunikationsraum (wie es etwa durch die Nutzung von sozialen Medien möglich ist) oder in Bezug auf die „Vergleichzeitigung" von Tätigkeiten. Soziale Medien unterstützen verschiedene Formen der Raum-Zeit-Wahrnehmung: Facebook vermittelt uns Stabilität, indem es in einer Timeline unser gesamtes Leben speichert. Snapchat vermittelt uns flüchtige Erfahrungen, indem die Snaps (eigentlich) nicht speicherbar sind. Und Location-based Social Networks wie die Dating-App Grindr führen zu einer neuen Raum-Zeit-Struktur, der „Netz-Lokalität" (S. 383), die aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht äußerst interessant ist und zur weiteren Forschung auffordert. Das Handbuch versammelt Beiträge auf hohem Niveau und ist ein Standardwerk für Lehrende und Studierende der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Prof. Dr. Susanne Eichner

Gabriele Hooffacker/ Cornelia Wolf (Hrsg.): *Technische Innovationen – Medieninnovationen? Herausforderungen für Kommunikatoren, Konzepte und Nutzerforschung.* Wiesbaden 2017: Springer VS. 313 Seiten, 49,99 Euro

Medieninnovationen

Die 19 Beiträge des Bandes basieren auf einer Tagung, die im Frühjahr 2016 in Leipzig stattfand. Sie sind fünf Bereichen zugeordnet: 1) Wandel von Rahmenbedingungen für Produktion und Ausbildung, 2) Neue Darstellungsformen im stationären und mobilen Internet, 3) Trends im Social und Mobile TV, 4) Herausforderungen und neue Lösungsansätze für die strategische Kommunikation und 5) Ansätze und Methoden zur Messung veränderter Mediennutzung.
In ihrem Beitrag zur Social-TV-Nutzung beim *Tatort* resümiert Lisa Merten: „Auch wenn die vorliegende Arbeit Hinweise liefert, dass die Social-TV-Nutzung die Sendungsbewertung negativ beeinflusst, bedeutet dies nicht zwingend einen Reputationsverlust für die Fernsehprogramme", denn Twitter-Nutzer berichteten auch, „dass Social TV das Fernseherlebnis bereichere und wieder interessanter mache" (S. 126). Ute Rademacher entwirft in ihrem Beitrag ein dreidimensionales Modell der „postdigitalen Werberezeption" (S. 294 ff.), bei dem personale Faktoren, situative und kontextuelle Faktoren sowie Mediencharakteristika die Rezeption von Werbung beeinflussen. Der Band bietet einen guten Überblick über technische Veränderungen im Medienbereich, vor allem im Journalismus.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Maria Karidi: *Medienlogik im Wandel. Die deutsche Berichterstattung 1984 und 2014 im Vergleich.* Wiesbaden 2017: Springer VS. 243 Seiten, 44,99 Euro

Medienlogik im Wandel

Wer sich fragt, warum für zunehmend mehr Menschen in der westlichen Welt das gängige Demokratiemodell fragwürdig erscheint, der kann in der vorliegenden Publikation sicher eine gewisse Teilantwort finden.
Maria Karidi legt in ihrer Dissertation eine quantitative Inhaltsanalyse von vier großen deutschen Medienangeboten („Süddeutsche Zeitung", „Bild-Zeitung", „Münchner Merkur", *ARD-Tagesschau*) vor, wobei sie die inhaltlichen Aussagen zweier Märzwochen im Jahr 1984 mit dem entsprechenden Zeitraum 2014 vergleicht. Dabei orientiert sich die Autorin am Begriff der „Medienlogik", wie er 1979 erstmals von David L. Altheide und Robert P. Snow geprägt worden ist, den sie mit einer sozialtheoretischen „Analysebrille" untersetzt. Karidi ist sich bewusst, dass der Begriff „Medienlogik" innerhalb der Kommunikationswissenschaft sehr differenziert diskutiert wird – sie zeichnet diesen Prozess anschaulich nach –, doch für sich selbst begreift sie die klassische Definition als zielführend. Tatsächlich gelingt es ihr, überzeugend nachzuweisen, dass es innerhalb der leitbildprägenden Medien im Verlauf der letzten 30 Jahre eine deutliche Verschiebung von einem normativen zu einem kommerziellen Pol gegeben hat. Um Aufmerksamkeit heischende Publikumsorientierung und Kostenminimierung haben wesentliche Demokratie konstituierende Funktionen der Medien, wie die der Kontrolle und der Kritik gesellschaftlicher Prozesse, deutlich in den Hintergrund gedrängt.

Klaus-Dieter Felsmann

Sascha Trültzsch-Wijnen/Alessandro Barberi/Thomas Ballhausen (Hrsg.): *Geschichte(n), Repräsentationen, Fiktionen. Medienarchive als Gedächtnis- und Erinnerungsorte.* Köln 2016: Herbert von Halem Verlag. 217 Seiten, 28,00 Euro

Medienarchive als Erinnerungsorte

2018 steht das Europäische Jahr des Kulturerbes an, und man darf gespannt sein, welche Bedeutung der audiovisuellen Überlieferung in diesem Zusammenhang zugestanden wird. Wer wissen möchte, worum es kulturpolitisch geht, welche Rolle Medienarchiven zukommt und was für die Mediengeschichtsschreibung auf dem Spiel steht, dem bietet vorliegender Band wichtige Anhaltspunkte. Die Beiträge stammen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Archiven und Wissenschaft, deren unterschiedliche Perspektiven auf das Medienarchiv als Ort der strategischen Bewahrungspraxis sowie der Nutzung und Deutung durch die Forschung bereits einen wichtigen Erkenntnismehrwert produzieren. Vorgestellt wird ein breites Spektrum an Beständen der medialen Überlieferung, das u. a. von Schrift- und Tondokumenten über Filme und Fernsehsendungen bis zu Unterrichtsvideos zur Lehrerbildung und privaten Internetarchiven zur Technikgeschichte des Rundfunks reicht. Für Leif Kramp, dessen Eröffnungsbeitrag den medienpolitischen Rahmen absteckt, tritt dabei an den Sendearchiven der Rundfunkanstalten die Problemlage zwischen Urheberschutzrechten, kommerziellen (Wieder-) Verwertungsinteressen und den erinnerungskulturellen Ansprüchen der Öffentlichkeit auf besonders prägnante (und aus Sicht der Forschung schmerzhafte) Weise hervor. Hier Abhilfe zu schaffen, wäre nicht das schlechteste Ziel, das sich alle Akteure gemeinsam für das Jahr 2018 setzen könnten.

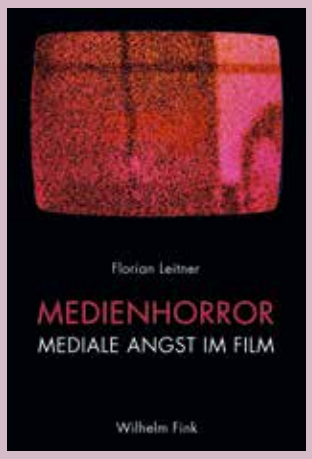
Prof. Dr. Michael Wedel

Christoph Bareither:
Gewalt im Computerspiel. Facetten eines Vergnügens. Bielefeld 2016: transkript. 365 Seiten, 34,99 Euro

Einblicke in virtuelle Spielwelten

Mit den Verankerungspunkten „Gewalt" und „Vergnügen" ermöglicht der Autor einen umfassenden Zugang zur Spielwelt von Spielern, die Spaß an Ego-Shootern haben. Anhand alltäglicher Spielprozesse wird berichtet, wie Spieler mit Gewalt in dieser Spielform umgehen. Dabei wird primär nicht Wert auf theoretische Ergebnisse gelegt. Die Erkenntnisse werden vielmehr aus einem direkten ethnografischen Zugang gewonnen. Ausgangspunkt ist, dass Gewalt in Computerspielen vielen Menschen Spaß macht. Das Buch beantwortet die Frage, welche emotionalen Erlebnisse die Spieler im Umgang mit virtueller Gewalt in speziellen Computerspielen haben und welche Erfahrungen sie dabei machen. Hier bietet das Buch durch einen vielfältigen forschungsmethodischen Zugang eine Fülle an eindrucksvollen und gut nachvollziehbaren Beispielen, sodass man einen guten Einblick in die Spielwelt von Computerspielen gewinnen kann.
Der Untersuchungsgegenstand wird durch verschiedene methodische Zugänge gewonnen. Leitmethode war die teilnehmende Beobachtung in Online-Multiplayer-Games und auf zwei größeren LAN-Partys. Dazu kamen leitfadengestützte, qualitative Onlineinterviews mit 37 Spielern sowie die Auswertung von 310 Let's-Play-Videos und 600 Beiträgen aus Computerspielzeitschriften. Der Vorzug der Untersuchung (und des Buches) besteht darin, dass die Ergebnisse nicht summarisch, tabellarisch, quantifizierend dargestellt, sondern im Rahmen einer Triangulation zu Themenkomplexen zusammengefasst werden.
Alle zum Verständnis der Ergebnisse notwendigen Begriffe werden umfassend eingeführt. Das gilt sowohl für den Begriff des Vergnügens als auch für den der (virtuellen) auf Spielprozesse bezogenen Gewalt. Die zentrale Spielfigur in der untersuchten Spielwelt ist der „Avatar", die Spieler „verwirklichen" sich im Spielprozess, indem sie mithilfe dieser Spielfigur die wesentlichen Spielhandlungen vornehmen. Der Avatar wird so zu einem Knotenpunkt der körperlichen Beziehung zwischen Spieler und Spielprozess. Das Geschehen ist zu wesentlichen Teilen das Ausüben spielbezogener Gewalt in einem durch das Computerprogramm erzeugten virtuellen Raum. Die Gewalt ist die zentrale Interaktionsform zwischen dem Avatar und seiner virtuellen Umgebung. Daraus leitet sich die Grundlage für den Untersuchungsgegenstand her: die Praxis des Spielens mit computervermittelten Repräsentationen von Gewalt, also eine absichtsvolle physische Schädigung von Menschen, Tieren oder Sachen in einem virtuellen Spielraum.
Auf diesem forschungsmethodischen und begrifflichen Hintergrund entfaltet der Autor nun wesentliche Facetten, die das Vergnügen an dieser virtuellen Spielwelt ausmachen können. Er dokumentiert die Freude und den Ärger in den Spielprozessen. Die Ausübung von Gewalt erweist sich als Steigerung der Überlegenheit. Die Spieler sind mit Gefühlen der Unterlegenheit, der Erniedrigung und der Gefährdungen konfrontiert. Spannung in den Spielprozessen entsteht durch die Notwendigkeit, den eigenen virtuellen Körper zu schützen und ständig vor Gefahren auf der Hut zu sein. Wettbewerbe und Leistungsvergleiche durchziehen die Spielprozesse. Dies kann Formen annehmen, die dem traditionellen Leistungssport ähnlich sind – bis hin zum Trainieren der Spieler.
Die Spieler schließen sich häufig zu Spielergruppen, den Gilden, zusammen. Diese Spielergruppen können die Bedeutung von „emotional communities" annehmen. In ihnen entwickeln sich Formen des Zusammenhalts, des gemeinsamen Kämpfens, der Notwendigkeit, Erfahrungen (und Güter) miteinander zu teilen. Man möchte sich auf seine Mitspieler verlassen können, um im Spiel voranzukommen. Im Gegensatz dazu entstehen auch heftige negative Gefühle. Traurigkeit und Wut münden in Beschimpfungen der Feinde, das Ausüben von Rache und Unterscheidungen zwischen „gerechter" und „ungerechter" Gewalt. Dabei entwickeln sich eigene Normvorstellungen, die von den in der Gesellschaft üblichen Wertvorstellungen abweichen können. Das gezielte Überfahren von Fußgängern mit dem eigenen virtuellen Fahrzeug kann teilweise fröhliches Lachen auslösen, gefolgt von einem Hinweis im Spaß, dass das wohl nicht ganz korrekt gewesen sei. Unter Spielern der *GTA*-Reihe ist bekannt, dass man gezielte Amokläufe mit Schusswaffen durchführen kann. Dies mag für manche eine nicht vergnügliche Form der Gewalt darstellen.
Es ist der Vorzug dieses Buches, die vielfältigen Spielsituationen und die darauf bezogenen emotionalen Reaktionen umfassend und unkommentiert darzustellen. Manche Befunde drängen zu wertender Positionierung. Der Autor verteidigt nicht und urteilt nicht negativ. Dadurch schafft er einen Zugang jenseits psychologisierender und wertender Zuschreibungen. Er enthält sich auch bewusst einer theoretischen Einordnung seiner Befunde und bietet kein übergreifendes Erklärungsmodell für Verhalten und Motivation der Spieler an. Auf mögliche Wirkungen von Computerspielen auf ihre Spieler geht er auch nicht ein. Was wie ein Mangel erscheint, ist für mich eine gut begründete und überzeugende Begrenzung, die den besonderen Wert dieses Buches ausmacht.

Prof. em. Dr. Jürgen Fritz



Florian Leitner:
Medienhorror. Mediale Angst im Film.
Paderborn 2017: Wilhelm Fink.
303 Seiten, 39,90 Euro

Medienhorror

Der Filmwissenschaftler und Philosoph Florian Leitner macht sich in seiner Dissertation auf die Spur des Medienhorrors, wie er es nennt. Medienhorror ist seiner Ansicht nach eng mit medialer Angst verknüpft. Daher liegt es für ihn nahe, das Phänomen mithilfe der Psychoanalyse nach Jacques Lacan zu erklären. Medien gehen für ihn über das rein Technische hinaus. „Damit das Medium als solches funktioniert, muss es die von ihm produzierte Erscheinung als Objektivierung eines Imaginären deklarieren" (S. 17). Nach Lacan spielt Angst besonders da eine Rolle, „wo Bilder durch technische Medien prozessiert werden" (S. 22). Sie ist eine existenzielle Erfahrung, „die sich unter anderem an Bildern aktualisiert und auf einem Blickparadigma beruht: Im Bild wird ein ort- und subjektloser Blick spürbar, der Angst auslösen kann. Insbesondere Bewegtbild-Medien weisen eine Affinität zu dieser medialen Angst auf" (S. 27). Dem Autor geht es im Folgenden darum, verschiedene Formen der medialen Angst bzw. des Medienhorrors zu unterscheiden und diese „mit medientechnikgeschichtlichen Konstellationen zu korrelieren" (S. 23). Für die Untersuchung des Medienhorrors sind daher sowohl das Dispositiv der Medien als auch deren Dispositionen bedeutsam. Bilder harren der Interpretation. „Dieses Nichts und das Unheimliche, das hineininterpretiert werden kann, dient dem Film als Anknüpfungspunkt für neuartige Medienhorror-Phantasien, in denen andere Formen medialer Angst und medialer Subjektivierung aufscheinen. Diesen Zusammenhang will die Untersuchung herausarbeiten. […] Konkreter gesprochen: wenn die gesellschaftliche, ideologische Funktion von Bildern, die durch sie ermöglichte Subjektivierung, durch elektronische Technologien neu definiert wird, dann nicht nur weil diese Technologien neue Produktions- und Rezeptionsstrategien ermöglichen, weil nun zum Beispiel bewegte Bilder in Echtzeit übertragen und auch zu Hause konsumiert werden können, sondern auch weil sie mit anderen Phantasien und Ängsten korreliert sind" (S. 27). Diesem Ansatz zufolge kann mediale Angst grundsätzlich bei allen medialen Bildern auftreten.

Der Autor unterscheidet dennoch sechs Szenarien des Medienhorrors: 1) Totenbilder und Geister, 2) geraubte Schatten und Doppelgänger, 3) lebendige Bilder, bei denen Geister aus dem Medium heraustreten, 4) Todesbilder und der Moment des Sterbens, 5) virale Visualität, bei der Bildmedien den Betrachtern körperliche Verstümmelungen zufügen, und 6) Immersion, bei der Zuschauer in die Medien bzw. künstliche Realitäten hineingesogen werden (vgl. S. 28). Mediale Angst stellt sich beim Betrachten von Bildern ein, demzufolge handelt es sich nach Leitner beim Medienhorror „um ein Verfahren, das darauf abzielt, mediale Angst ästhetisch handhabbar, als mediale Furcht erfahrbar zu machen" (S. 86). Bei der Deklination seiner sechs Medienhorrorszenarien zieht der Autor einzelne Filme als Beispiele heran, die seinen Ansatz illustrieren. Leider werden die Filmbeispiele nicht detailliert analysiert, sie dienen vielmehr der Beschreibung allgemeiner Tendenzen, denen sich der Autor widmet. So ist beispielsweise die Doppelbelichtung für ihn ein technisches Mittel, um Doppelgänger im Film erscheinen zu lassen. Dies zeigt er dann anhand von zwei Szenen aus *Der Student von Prag*: Die Hauptfigur schießt auf ihr Spiegelbild – und der Spiegel zerbricht. Der Autor liefert dazu folgende Interpretation: „Der Verlust des Spiegelbilds wird so zu einer Metapher für die Dezentrierung, die das menschliche Subjekt vermeintlich ereilt, wenn es an ein Dispositiv gerät, das eigensinnig bewegte Doubles von ihm herstellt" (S. 119). Als Beispielfilme für die virale Visualität dienen dem Autor *28 Days Later* und *Natural Born Killers*, denn es wird von einer „quasi krankmachenden Wirkung medialer Gewaltdarstellung in Fernsehen und Internet" ausgegangen (S. 207). Die Betrachtungen bleiben an der interpretierenden Oberfläche. Die ästhetische Inszenierung spielt kaum eine Rolle, da der Autor lediglich die Handlungen und Thematiken der Filme beschreibt.
Leider haben die vielen Beispiele, die der Autor in seine Ausführungen einflicht, nur wenig mit den Filmen selbst zu tun. Sie dienen mehr der Illustration seiner Thesen und werden nur herangezogen, wenn seine Interpretationen gestützt werden können. In dem Buch werden auch nicht die ästhetischen Inszenierungsweisen von medialem Horror und medialer Angst untersucht, sondern es wird versucht, im Anschluss an Lacan eine Theorie der medialen Angst und des Medienhorrors zu entwickeln, die sich dann letztlich in der Darstellung und Interpretation der sechs Szenarien des Medienhorrors erschöpft.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Hektor Haarkötter (Hrsg.):
Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. Baden-Baden 2016: Nomos. 182 Seiten, 34,00 Euro

Shitstorms

Im Geleitwort zum vorliegenden Band kennzeichnet der Bundesvorsitzende des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) Frank Überall Shitstorms als Herausforderung für seine Kolleginnen und Kollegen in den Redaktionen.
Ein Shitstorm kommt oft als ein Konglomerat pejorativer Ausdrücke daher und richtet sich scheinbar vordergründig gegen einzelne Personen, die an der Strukturierung der Öffentlichkeit professionell mitwirken. Wie soll man mit diesem Phänomen umgehen? Einfach abzuschalten, erscheint angesichts der Logik des Internets wenig zielführend. Die Publikation versucht, aus unterschiedlichen kommunikationswissenschaftlichen Perspektiven dem Phänomen Shitstorm auf die Spur zu kommen. Hektor Haarkötter macht deutlich, dass Shitstorms weniger „emotional-eruptiv" als eher „rational-bewusst im Sinne einer rhetorischen Kommunikationsstrategie vorgebracht werden" (S. 45). So schwer es auch fallen mag: Ein Shitstorm kann nicht primär als Entäußerung eines „digitalen Mobs" abgetan, sondern muss hinsichtlich seines Potenzials zu Gegendiskursen im Social Web hinterfragt werden. Sandra Kuhlhüser veranschaulicht ein solches Vorgehen anhand eines Amazon-Shitstorms aus dem Jahr 2013. Insgesamt vermittelt die Aufsatzsammlung, dass sich traditionelle Redaktionen nicht beleidigt abwenden können, sondern eher personell aufrüsten müssen, um im Kosmos diverser Teilöffentlichkeiten weiterhin eine Chance zu haben, als eine verlässliche Größe wahrgenommen zu werden.

Klaus-Dieter Felsmann

Alexander Godulla:
Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung. Wiesbaden 2017: Springer VS. 292 Seiten, 49,99 Euro

Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter

Die Modellbildung innerhalb der Kommunikationswissenschaft, so der Autor, befinde sich in einer gravierenden Krise. Alexander Godulla fragt, ob die Wissenschaftsdisziplin mit ihren Modellen noch über ein taugliches Instrumentarium verfügt, um heutige öffentliche Kommunikation zuverlässig abzubilden. Dabei interessiert er sich für die Genese und Relevanz von Kommunikationsmodellen und beleuchtet wichtige theoretische Ankerpunkte und Begriffe. Theoretische Modelle sind immer auch immanenter Ausdruck zeitgenössischer Denkweisen. So diskutiert der Autor Modellkomplexe mit verschiedenen Beziehungsrahmen: „Von der Übertragung zur Interaktion", „Die Entdeckung des Umweltbezugs" und „Das digitale Zeitalter". Das Buch ist Godullas Habilitationsschrift, das Lesern auch „den Weg zur Kommunikationswissenschaft" ebnen will. Leichte Kost ist es nicht, aber es bietet einen sehr gut strukturierten und aktuellen Überblick über verschiedene Denkfiguren und Modelle dieser Wissenschaftsdisziplin. Klassiker sowie aktuelle Modelle werden umfassend verglichen, deren Sinnhaftigkeit und theoretischer Funktionsrahmen reflektiert. Für Forschung und Lehre ist das sehr empfehlenswert. In seinem thesenhaften Fazit konstatiert Godulla, dass die Fähigkeit zur Modellbildung ein Maßstab für die Zukunftsfähigkeit der Kommunikationswissenschaft ist. Wer sich für eine grundlegende kommunikationstheoretische Auseinandersetzung zum Thema „Öffentlichkeit" interessiert, ist hier richtig.

Dr. Uwe Breitenborn

Petra Grimm/ Tobias O. Keber/ Oliver Zöllner (Hrsg.):
Anonymität und Transparenz in der digitalen Gesellschaft. Stuttgart 2015: Franz Steiner Verlag. 230 Seiten, 44,00 Euro

Anonymität und Transparenz

Der Band versammelt insgesamt 13 Beiträge, die sich aus verschiedenen Perspektiven mit Fragen einer „digitalen Ethik" befassen. In seinem Beitrag umreißt Wolfgang Wunden die Grundlinien einer digitalen Ethik, wenn er schreibt: „Informationelle Selbstbestimmung, das Recht auf das persönliche Geheimnis und Anonymität oder auch das Recht, dass Teile des Menschen oder seiner Biographie im Vergessen unsichtbar werden: Das sind unaufgebbare Kulturgüter, was immer das 3. Jahrtausend noch an digitalen Überraschungen bringen mag" (S. 33). Die Entwicklungen der digitalen Welt haben auch das Verständnis von Öffentlichkeit und Privatheit verändert. „Anonymität und Privatheit sind in solch einem Kontext folglich keine Selbstverständlichkeit mehr" (S. 9), schreiben die Herausgeber in ihrer Einleitung. Grundlegende ethische Fragen der Transparenz und Anonymität werden in den ersten fünf Beiträgen behandelt, wobei sich Patrick Kilian dem Thema „Transparenz angesichts von Big Data" widmet. Die restlichen Beiträge umkreisen das zentrale Thema des Bandes anhand von Fallstudien, von partizipativem Journalismus über Selbstrechtfertigung von Facebook-Nutzern bis hin zur Anonymität in Onlinerollenspielen. Der Band liefert nicht nur wichtige Gedanken zur Gestaltung der digitalen Welt, sondern regt auch zum Nachdenken über das eigene „digitale" Verhalten an.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Felix Stalder:
Kultur der Digitalität. Berlin 2016: Suhrkamp. 200 Seiten,18,00 Euro

Kultur der Digitalität

Felix Stalder beschreibt in seinem Buch „die Entstehung und Ausbreitung der Kultur der Digitalität" (S. 10) und zeichnet damit einen Prozess des gesellschaftlichen Wandels nach, den er bis in das 19. Jahrhundert zurückverfolgt. Ihm geht es u. a. darum, Digitalität nicht (rein) technologisch zu betrachten, sondern Mechanismen und Strukturen des Digitalen in der Folge gesellschaftlicher Entwicklungen und Wandlungsprozesse zu exegieren.
„Etablierte kulturelle Praktiken und gesellschaftliche Institutionen haben schon lange vor den neuen Technologien und den mit ihnen einhergehenden neuen Anforderungen an den Einzelnen viel von ihrer Selbstverständlichkeit und Legitimität verloren […]. Die neuen Technologien trafen also auf bereits laufende gesellschaftliche Transformationsprozesse" (S. 21). Dies führt er auf grundlegende gesellschaftliche Umbauten zurück: zum Ersten auf Veränderungen der Arbeitswelt, was er am Beispiel der Entwicklung einer Wissensökonomie verdeutlicht. Im Rekurs auf Fritz Machlup zeigt Stalder auf, wie sich Tätigkeiten, die Menschen verrichten, von der klassischen Produktion auf das Mitteilen bzw. Kommunizieren verlegt haben. In der Folge entstanden Kleinstunternehmen, „creative industries", die durch eine „Flexibilisierung von wirtschaftlichen Aktivitäten" (S. 32) gekennzeichnet sind. Zum Zweiten kommt es zu einer Selbstermächtigung marginalisierter Gruppen. Dies verdeutlicht er am Beispiel der Erosion der Heteronormativität. Neue soziale Bewegungen emergieren und werden bedeutsam. Besonders nachhaltig ist hier die Kritik am bestehenden patriarchalen System sowie heteronormativen Machtverhältnissen, welche auf vereindeutigten Identitäten fußen. Am Beispiel der Schwulenbewegung zeigt Stalder auf, wie sich diese vervielfältigt haben und eine Transformation in die LGBT-Bewegung stattgefunden hat. Ein dritter Weg ist für ihn die Kulturalisierung von Welt. Immer mehr Menschen können an der Produktion von Kultur teilnehmen. Hiermit verknüpft er die gewandelte Vorstellung von Nutzenden hin zu aktiven Teilnehmenden, welche emanzipiert an der Transformation und Differenzierung von Kultur durch eigene Schaffensprozesse teilhaben.
Aus diesen Prozessen destilliert Stalder drei kulturelle Formen der Digitalität: Referenzialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität. Referenzialität ist für Stalder die grundlegendste Methode zur Konstruktion von Bedeutung, denn mit ihr schreiben sich die und der Einzelne in kulturelle Prozesse ein und konstituieren sich auf diese Weise als Produzentin und Produzent. Im Zentrum steht das Herstellen von Bezügen. Bestehendes Material wird durch Appropriation, Rekombination und Transformation de- und rekontextualisiert und so mit neuer Bedeutung versehen. Sich als Einzelne bzw. Einzelner in einer immer komplexer werdenden Welt zurechtzufinden, gelingt nur im Austausch (in Gemeinschaft) mit anderen. Hier spricht er von „neuen gemeinschaftlichen Formationen" (S. 131), welche die eigentlichen Subjektkonzeptionen sind, nämlich temporäre Positionen, die je nach gemeinschaftlicher Formation und Zugehörigkeit performativ hergestellt werden. Algorithmen verbessern wiederum die Fähigkeit, mit großen Datenmengen umzugehen und diese handhabbar zu machen. Gerade dynamische, also sich halb automatisch verändernde Algorithmen, helfen, riesige unstrukturierte Datenmengen zu sortieren und zu ordnen. Damit sind die durch Algorithmen generierten Ordnungen zu einem konstitutiven Bestandteil einer Kultur der Digitalität geworden.
Interessant sind nun die beiden politischen Richtungen, die Stalder aus seinen Ausführungen zur Kultur der Digitalität ableitet: Zum einen manifestiert sich für ihn hierin die Tendenz zur Postdemokratie, in der zwar neue Beteiligungsmöglichkeiten geschaffen, die jedoch zugleich von wenigen kontrolliert werden. Denn nur große, in diesem Geschäft operierende Konzerne wie Facebook und Google haben Zugriff auf die Rückseite ihrer Dienste. Hierdurch findet eine Zentralisierung der Netzwerkmacht statt, welche erneut ein Machtgefälle zwischen jenen, die nur die Benutzeroberflächen nutzen können, und jenen, die die Option und Fähigkeit besitzen, dahinterzuschauen, zementiert. Zum anderen sieht er die Möglichkeit für Commons, in denen sich Nutzende zum Gebrauch einer Ressource langfristig und gemeinschaftlich organisieren. Gleichzeitig fließt das, was gemeinschaftlich entsteht, auch wieder in die Gemeinschaft bzw. den allgemeinen Pool der Nutzenden zurück.
Welche Vision der Autor für wahrscheinlich hält, lässt sich durch die Lektüre des Buches nicht eindeutig bestimmen. Bleibt man jedoch konsequent in seiner Lesart, sollte beides temporär gleichzeitig stattfinden. Die Ausführungen und Gedanken zu einer Kultur der Digitalität sind sehr umfassend, teils fragmentarisch, aber äußerst inspirierend und regen zum Weiterdenken an. Gleichzeitig eröffnen sie Anschlussmöglichkeiten für empirische Forschungen, die sich mit aktuellen Fragen unserer Zeit beschäftigen.

Prof. Dr. Martina Schuegraf

Urteile

Vorlagefähigkeit einer Sendung – Neuigkeiten im Rechtsstreit um eine *Big Brother*-Folge

Im Kern der Auseinandersetzung zwischen dem Sender RTL II und der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) geht es um die Frage, ob das Reality-TV-Format *Big Brother* geeignet ist, vor Ausstrahlung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) zur Prüfung vorgelegt zu werden.

Stein des Anstoßes ist eine Episode des Formats, die die Ereignisse vom 25.03.2009 sowie der Morgenstunden des 26.03.2009 bündelt. Ausgestrahlt wurde diese Tageszusammenfassung am 26.03.2009 zwischen 19:00 und 20:00 Uhr. Das Überspielen dieser Zusammenfassung vom Produktionsbereich an den Sender zur Ausstrahlung hatte am Tag der Ausstrahlung um 18:01 Uhr begonnen. Die Übermittlung war in Echtzeit erfolgt, sodass die Sendung am Ausstrahlungstag frühestens um 18:48 Uhr sendebereit bei der Klägerin vorgelegen hatte. Die LPR legte die Folge aufgrund von Zuschauerbeschwerden der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM) zur Prüfung vor. Moniert wurden insbesondere mehrere zusammengeschnittene „Bettszenen“ und einige sexuell aufgeladene Dialoge. Der KJM-Prüfausschuss sah darin eine Beeinträchtigung der Entwicklung von Kindern unter 12 Jahren (Verstoß gegen § 5 JMStV); ein Beanstandungsbescheid erging. Bevor RTL II gegen diesen Bescheid Klage einlegte, reichte der Sender das Programm zur nachträglichen Prüfung bei der FSF ein. Der FSF-Prüfausschuss kam hingegen zu dem Ergebnis, dass ein Verstoß gegen § 5 JMStV aufgrund einer sozialethischen Desorientierung nicht zu befürchten sei. Zwischen den Streitparteien herrscht im Wesentlichen Uneinigkeit hinsichtlich zweier Punkte: Die erste Problematik umfasst den Aspekt der Vorlagefähigkeit einer Sendung. Und die damit einhergehende Frage, inwiefern die KJM sanktionierende Maßnahmen gegen den Sender erlassen durfte/darf (zur Erläuterung der Systematik des Aufsichtssystems, siehe: *tv diskurs*, Ausgabe 73, 3/2015). Des Weiteren divergieren die Meinungen bezüglich einer möglichen Entwicklungsbeeinträchtigung durch vorgenannte Szenen.

Der Rechtsstreit währt mittlerweile seit mehreren Jahren, nunmehr hatte das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) am 31.05.2017 in dritter Instanz zu entscheiden.

Doch zuvor kurz zu den Entscheidungen der beiden Vorinstanzen. Am 31.10.2013 entschied das Verwaltungsgericht Kassel (VG Kassel) (Az. 1 K 391/12.KS) zunächst zugunsten der Landesmedienanstalt: Als nicht vorlagefähig sah das VG Kassel lediglich „Nachrichtensendungen, Liveübertragungen aus aktuellem Anlass und ähnliche Sendeformate an, nicht aber solche, die allein wegen der Produktionsbedingungen nicht vor der Ausstrahlung vorgelegt werden können.“

Der Sender ging gegen dieses Urteil in Berufung, sodass in nächsthöherer Instanz der Hessische Verwaltungsgerichtshof (HessVGH) zu entscheiden hatte (Urteil vom 07.05.2015, Az. 8 A 256/14). Dieser stützte hingegen die Auffassung des Senders. Bei der Auslegung des Begriffs einer nicht vorlagefähigen Sendung müsse bei der – verfassungsrechtlich als Bestandteil der Rundfunkfreiheit geschützten – Programmfreiheit des Senders angesetzt werden. Nicht vorlagefähig sei demnach ein „Angebot des Rundfunkveranstalters, das nach dessen Konzept durch einen Aktualitätsbezug gekennzeichnet ist, der eine Vorlage an eine Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle zur Überprüfung mit dem sie erforderlichen zeitlichen Vorlauf vor Ausstrahlung nicht zulässt.“ Und bei dem hier vorliegenden Format *Big Brother* sei die Tagesaktualität unmittelbarer Bestandteil der Konzeption des Senders. Daraufhin legte die Landesmedienanstalt Revision ein.

In dritter Instanz tritt das BVerwG schließlich wiederum der Auffassung der Vorinstanz entgegen: Der HessVGH „lege der ‚Nichtvorlagefähigkeit‘ einer Sendung zu Unrecht einen einseitig auf die Programmfreiheit des Rundfunks abstellenden Begriff zugrunde. Vielmehr fordere die Beurteilung einer Sendung als nicht vorlagefähig aus Gründen des effektiven Jugendmedienschutzes einen objektiven Maßstab.“ So definiert das BVerwG: „eine nicht live ausgestrahlte Sendung sei nur dann nicht vorlagefähig, wenn zwischen Fertigstellung und Ausstrahlung nach einem objektiven, dem Gedanken des effektiven Jugendmedienschutzes verpflichteten Maßstab keine Zeit mehr für eine Vorlage bei einer anerkannten Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle verbleibe, ohne das Sendekonzept des Veranstalters zu vereiteln. Dieses Begriffsverständnis folge insbesondere aus dem Sinn und Zweck des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags.“

Da das BVerwG als Revisionsinstanz an die festgestellten Tatsachen der Berufungsinstanz gebunden ist, ist es ihm nicht möglich, abschließend über die Nichtvorlagefähigkeit der hier umstrittenen fremdproduzierten Tageszusammenfassung zu entscheiden. Es verweist die Sache daher zur anderweitigen Verhandlung und Entscheidung an den HessVGH zurück. Es seien weitere Tatsachen zu ermitteln: So fordere die Feststellung der Nichtvorlagefähigkeit einer fremdproduzierten Sendung zunächst die Prüfung des frühestmöglichen Zeitpunktes, in dem die Sendung bei dem Rundfunkveranstalter vorliegen kann. Des Weiteren sei die Feststellung des Zeitpunktes zu eruieren, bis zu dem die Sendung ausgestrahlt werden kann, ohne dass das Sendekonzept des Veranstalters vereitelt werde. Schließlich müsse beurteilt werden, ob innerhalb dieses Zeitraumes die anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle in der Lage wäre, unverzüglich eine Kontrolle der Sendung durchzuführen.

BVerwG, Urteil vom 31.05.2017 – 6 C 10.15

Ultimate fighting Championship (UFC): Wer geht zu Boden? Programmänderungsverlangen seitens der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Was bisher geschah: Auf Antrag des Senders SPORT 1 (ehemals DSF) hatte die BLM im März 2009 zunächst die Ausstrahlung der von der Produktionsfirma Zuffa erstellten Formate *The Ultimate Fighter*, *UFC Unleashed* und *UFC Fight Night* genehmigt. Ein Jahr später jedoch stellte der BLM-Fernsehrat fest, dass diese Sendungen nicht nur gegen das Verbot der Verherrlichung von Gewalt (Art. 111a Abs. 1 Satz 6 der Bayerischen Verfassung) verstießen, sondern zudem die Achtung der Menschenwürde und des allgemeinen Sittlichkeitsgefühls verletzten. Somit forderte die Medienanstalt den Sender mit Bescheid vom 25.03.2010 auf, diese Formate „durch andere, genehmigungsfähige Programminhalte" zu ersetzen. Doch nicht der Sender klagte gegen die BLM-Entscheidung, sondern die Produktionsfirma Zuffa als Veranstalterin der Wettkämpfe.

In erster Instanz entschied das Verwaltungsgericht München (VG München) (Urteil vom 09.10.2014 – Az. M 17 K 10.1438) zugunsten der Produktionsfirma und hob den Bescheid der Beklagten vom 25.03.2010 auf. Der Bescheid sei rechtswidrig – so mangele es zunächst an einer erforderlichen Ermächtigungsgrundlage für das entsprechende Programmänderungsverlangen. Indem die BLM zudem verlangt habe, „die Formate" in vollem Umfang und nicht nur hinsichtlich einzelner Sequenzen zu ändern und durch „andere Inhalte zu ersetzen", habe sie des Weiteren das Gebot des geringstmöglichen Eingriffs sowie den Bestimmtheitsgrundsatz missachtet. Die Landesmedienanstalt ging gegen dieses Urteil in Berufung. Sie macht insbesondere geltend, dass ihr Handeln auf einer rechtlich einwandfreien Satzungs- und Ermächtigungsgrundlage beruhe. Zudem könne sich die klagende Produktionsfirma als nur mittelbar Beteiligte nicht auf ein verletztes Recht berufen, was eine „Klageeinlegung" erfordere.

In zweiter Instanz hatte nunmehr der Bayerische Verwaltungsgerichtshof (BayVGH) zu entscheiden, der am 20.09.2017 folgendes Urteil fällte: Er bestätigte die Entscheidung der Vorinstanz – das VG München habe den Bescheid der BLM zu Recht aufgehoben. Zunächst konstatiert der BayVGH, dass die Zuffa, wie gesetzlich gefordert, selbst Trägerin eines verletzten Rechts sei; zwar könne sie sich nicht auf das Grundrecht der Rundfunkfreiheit berufen, doch mache sie – im eigenen Namen – eine tatsächliche Einschränkung ihres Grundrechts auf Berufs(-ausübungs-)freiheit im Sinne von Art. 12 Grundgesetz (GG) geltend.

Des Weiteren bestätigt der Gerichtshof die Entscheidung der Vorinstanz dahin gehend, dass es der BLM verwehrt sei, ohne „entsprechende gesetzliche Ermächtigung aus inhaltlichen Gründen unmittelbar selbst gegen einzelne Formate einer genehmigten Fernsehsendung vorzugehen und eine entsprechende Änderung dieses Programms zu verlangen. Das gilt auch dann, wenn die Einschätzung der Beklagten, die Sendung verstoße gegen Programmgrundsätze, weil sie in Teilen gewaltverherrlichend und jugendgefährdend sei, tatsächlich zutrifft."

Von der im Gesetz vorgesehenen Möglichkeit, angesichts der monierten Gewalttätigkeiten unter Hinzuziehung der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) vorzugehen, habe die BLM bewusst keinen Gebrauch gemacht. Stattdessen habe sie ihr Handeln auf § 26 Abs. 1 Fernsehsatzung (FSS; Art. 25 Abs. 13 – heute inhaltsgleich Art. 25 Abs. 8 BayMG) gestützt.

Diese Regelung, so der BayVGH, wurzele jedoch in organisationsrechtlichen Bestimmungen des BayMG und verleihe der Beklagten aufgrund ihres verfahrensgestaltenden Charakters keine Befugnis, eine nachträgliche Programmänderung aus inhaltlichen Gründen zu verlangen. Mangels Entscheidungserheblichkeit hat der BayVGH ausdrücklich offengelassen, ob die UFC-Sendungen tatsächlich gegen Programmgrundsätze verstoßen.

Die Revision wurde nicht zugelassen.

BayVGH, Urteil vom 20.09.2017 – Az. 7 B 16.1319

Aufsatz

Zeitgemäßer Jugendmedienschutz für die Nutzung von Handy-Apps?

Bundesfamilienministerin Dr. Katarina Barley im Gespräch mit der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM). Die Interviewpartner diskutieren über die Fragestellung, ob die heute geltenden Regelungen des Jugendmedienschutzes den gegenwärtigen Medienkonsum, insbesondere die bei Kindern und Jugendlichen äußerst beliebte Nutzung von (Messenger-) Apps, noch hinreichend abdecken. Barley verneint dies und betont, dass konvergente Mediennutzung auch eines konvergenten gesetzlichen Jugendmedienschutzes bedürfe. Entsprechend habe die Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz (BLKM) bereits sehr konkrete Eckpunkte zwischen Bund und Ländern hinsichtlich einer Reform des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) vereinbart. Jetzt gelte es, Taten folgen zu lassen. Wesentliche Ziele der Gesetzesreform seien, Kinder und Jugendliche vor den Gefahren wie Cybermobbing oder -grooming zu schützen und ihnen zugleich die Teilhabe an digitalen Medien zu sichern sowie die Chancengleichheit zu fördern. Das Erreichen dieser Ziele fordere parallel zu effektiven gesetzlichen Regelungen auch medienpädagogische und technische Ansätze – deshalb werde im Rahmen der Gesetzesnovelle eine sogenannte „dialogische Regulierung“ statt eines klassischen ordnungsrechtlichen Ansatzes verfolgt.

Hinsichtlich einer möglichen Reform der Alterskennzeichnung spricht sich Barley für ein kohärentes System der Altersklassifizierung aus, das unabhängig vom Verbreitungsweg Rechtssicherheit für die Anbieter und Orientierung für Kinder und Eltern biete. Weiterhin sei zu bedenken, ob die vorhandenen Kennzeichen die Risikodimensionen noch richtig abbildeten – so fehlten bislang Informationen über Interaktionsrisiken oder die Gefahr einer exzessiven Mediennutzung bis hin zu einem möglichen Suchtverhalten. Der Gesetzesentwurf enthalte Regelungen, auf deren Grundlage die beteiligten Akteure die bisherigen Kennzeichnungen weiterentwickeln könnten.

Aufsatz: Im Gespräch. Interview mit der Bundesfamilienministerin Dr. Katarina Barley
Quelle: BPjM-Aktuell, 3/2017

Meldungen

„Lootboxen“ – ein Fall für den gesetzlichen Jugendmedienschutz?

Während in anderen Ländern bereits intensiv über das Thema „Lootbox-Systeme“ in Computerspielen und dessen womöglich illegale Glücksspielkomponente diskutiert wird, hat dieses Thema nun auch Einzug in die deutsche Politik gehalten. Seitens der Partei der Freien Wähler, der CSU und der SPD sind entsprechende Anträge in den Bayerischen Landtag eingebracht worden.

Doch zunächst eine kurze Erklärung: Lootboxen sind „Beutekisten“ (engl. „loot“: „Beute“), deren Inhalte unbekannt und auch immer willkürlich sind. Sie ermöglichen bessere Waffen, eine Aufwertung des Spielcharakters oder beschleunigen den Spielfortschritt. Ein Gamer kauft sich eine solche Beutekiste und hofft, das gewünschte Item darin zu finden. Der Willkürcharakter, so die Kritik, könne eine Art Rauschzustand, aus Erwartung und Enttäuschung, forcieren, in dem der Gamer sich zu immer weiteren kostspieligen Käufen hinreißen lasse. Ähnlich einem Glücksspiel zielten die Mechanismen dieser Boxen auf das Belohnungssystem des Gehirns. Gezahlt wird mit den entsprechenden Ingame-Währungen wie „Kristallen“ oder „Gold“, die man sich gegen echtes Geld in Paketen kaufen kann. Derartige Preispakete fangen bei geringen Beträgen an, können aber auch dreistellige Summen erreichen. Bei dem Spiel *Star Wars Battlefront II*, an dem sich u. a. die Debatte entzündete, benötigt man beispielsweise 2.100,00 Dollar, um alle gewünschten Inhalte der Lootboxen zu erstehen, oder aber man verzichtet und braucht dann ca. 4.500 Stunden Spielzeit, um sämtliche Spieleinhalte freizuschalten.

Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) hat auf ihrer Homepage die gegenwärtige rechtliche Situation aus Jugendschutzgesichtspunkten dargelegt. Insbesondere erörtert sie die sich aufdrängende Frage, ob Lootboxen als „Glücksspiel“ zu qualifizieren sind: „Als Glücksspiel gelten dem Gesetz nach Spiele, bei denen Spieler*innen gegen ein Entgelt eine Gewinnchance erwerben und der Gewinn ganz oder überwiegend vom Zufall abhängt. Lootboxen, die gegen ein Entgelt immer ein zufällig generiertes Item vergeben, gelten nach üblicher Auffassung bisher nicht als Glücksspiel. Die zufällige Auswahl von Gegenständen bei Lootboxen entspricht demnach Geschäftsmodellen, die Gewinnspielen oder sogenannten ‚Ausspielungen, bei denen der Gewinn in geringwertigen Gegenständen besteht‘, ähneln (z. B. Lose auf dem Jahrmarkt, das Sammeln von Panini-Bildchen oder Figuren aus Überraschungs-Eiern).“ Die USK führt weiter aus, dass die genaue Definition darüber, was Glücksspiel ist, Sache des Gesetzgebers und der Gerichte sei, sie hingegen könne und dürfe kein Urteil fällen, was als Glücksspiel gelte.

Wie eingangs erwähnt, ist die Diskussion zumindest im Bayerischen Landtag in Gang gebracht worden. So ist dem Antrag der SPD zu entnehmen: „Die Staatsregierung wird aufgefordert, dem Landtag schriftlich und mündlich zu berichten, wie sie den zunehmenden Einsatz von offensichtlichen Glücksspielelementen in Computerspielen jugendschutzrechtlich bewertet, welche konkreten Suchtgefährdungen von Kindern und Jugendlichen sie erkennt und welche gesetzgeberischen Handlungsmöglichkeiten und Handlungsaufträge sie sieht: mit Blick auf das Jugendschutzgesetz, auf die Leitlinien für die Prüfung und Altersfreigabe durch die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) und die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) und mit Blick auf den Glücksspiel-Staatsvertrag (GlüStV)“. Der Antrag wurde vom Landtag durchgewunken, sodass die Landesregierung des Freistaates nun aufgefordert ist, auf den Antrag der SPD zu reagieren bzw. Stellung zu beziehen.

Quellen abrufbar unter:
http://www.usk.de/service/lootboxen-und-jugendschutz/;
http://www.chip.de/news/Lootbox-Bullshit-Hoert-endlich-auf-diesen-Mist-zu-unterstuetzen-Kommentar_125130507.html; https://www.derstandard.de/story/2000067878581/beuten-mikrotransaktionen-und-lootboxen-die-spieler-aus;
http://www.4players.de/4players.php/spielinfonews/Allgemein/4888/2171886/Spielkultur-Debatte_um_Beutekisten_im_bayerischen_Landtag_Antraege_von_CSU_SPD_und_den_Freien_Waehlern.html
(letzter Zugriff: 15.12.2017)

Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) nimmt Influencer ins Visier

Beim sogenannten Influencer-Marketing preisen Social-Media-Stars bei Instagram, YouTube oder Facebook Produkte an. Leicht bewegen sie sich damit im rechtlichen Grenzbereich zwischen Werbung, Produktplatzierung und rechtlich noch unbedenklicher Produktempfehlung. Der Rundfunkstaatsvertrag (RStV) sieht u. a. jedoch vor, dass Werbung leicht erkennbar sein und vom übrigen Inhalt durch optische und akustische Mittel oder räumlich abgesetzt werden muss (vgl. § 7 RStV Werbegrundsätze, Kennzeichnungspflichten).

Jetzt sind einige Influencer in den Fokus der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) gerückt. Als Verstöße gegen medienrechtliche Vorschriften sind u. a. folgende zu benennen: das Missachten der im Telemediengesetz (TMG) vorgesehenen Impressumspflicht, die fehlende Kennzeichnung von Videos, die als Dauerwerbung einzustufen sind, oder ausbleibende Hinweise auf eine entsprechende Produktplatzierung. Nach teils mehrmalig im Vorfeld ergangener Hinweisschreiben, auf die nicht oder nur unzureichend reagiert worden sei, erließ die Landesmedienanstalt entsprechende Sanktionen. Diese reichen, je nach Intensität des Verstoßes, von förmlichen Beanstandungen bis hin zu teils empfindlichen Bußgeldforderungen in Höhe von bis zu 10.500,00 Euro.

In diesem Zusammenhang sei auf die aktualisierten FAQ zu „Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien“, herausgegeben durch die Landesmedienanstalten, hingewiesen: https://www.die-medienanstalten.de/service/glossar/ausdruck/influencer-marketing/.

Quelle: epd medien aktuell, Nr. 242a, 15.12.2017

Kurz notiert 01/2018

Broschüre der LJS zum Thema „Sexualität“

Die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen (LJS) bietet pädagogischen Fachkräften eine neue Broschüre zum Thema „Sexualität“: *11 Gründe mit Jugendlichen über Sex zu sprechen*. Darin werden einige kursierende Vorurteile und Klischees über Jugendsexualität aufgegriffen und mit dem Sachverstand von Expertinnen und Experten sowie Informationen aus aktuellen Studien geklärt. Dazu gehören z. B.: „Jugendliche halten nichts von Treue“, „Alle Jugendlichen schauen Pornos“ oder „Mädchen müssen als Jungfrauen in die Ehe gehen“.
Die LJS will mit der aktualisierten und erweiterten Auflage die pädagogische Arbeit unterstützen, indem sie kurze und kompakte Informationen liefert, die für Gespräche mit Jugendlichen genutzt werden können. Immer wieder zeige sich, wie wichtig erwachsene Ansprechpartnerinnen und -partner für Jugendliche sind, die Fragen beantworten und das Bedürfnis nach korrekten Informationen ernst nehmen.

Weitere Informationen unter:
www.jugendschutz-materialien.de

Bildungsmesse: didacta 2018

Vom 20. bis 24. Februar 2018 führt die didacta als Deutschlands wichtigste Bildungsmesse wieder Lehrerinnen und Lehrer, Erzieherinnen und Erzieher, Ausbilderinnen und Ausbilder sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in Hannover zusammen. Mit dem erweiterten Ausstellungsschwerpunkt „didacta DIGITAL“ sollen erstmals im Rahmen der Messe die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung fokussiert werden.
Die vier zentralen Themenfelder „Frühe Bildung“, „Schule/Hochschule“, „Berufliche Bildung/Qualifizierung“ sowie „didacta DIGITAL“ sollen alle Aspekte des lebenslangen Lernens aufgreifen und mit innovativen Angeboten die Zukunft der Bildungsbranche mitgestalten. Zum wichtigen Branchentreffpunkt wird die alle drei Jahre stattfindende didacta auch aufgrund des umfangreichen Fort- und Weiterbildungsprogramms mit mehr als 1.500 Veranstaltungen aus allen Bildungsbereichen.
Ideelle Träger der Messe sind der Didacta Verband e. V. und der Verband Bildungsmedien e. V.

Weitere Informationen unter:
www.didacta-hannover.de

41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik

„Aufwachsen mit Medien. Mediensozialisation und -kritik heute“ lautet der Titel der 41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik, die am 14. März 2018 stattfinden.
Die Gestaltung und Begleitung des Medienumgangs von Kindern und Jugendlichen ist eine wichtige Aufgabe, vor allem für Familien. Einige aktuelle Medienstudien schlagen einen kritischen Ton an und warnen vor den Gefahren der Mediennutzung für Heranwachsende. Dies kann Eltern verunsichern.
Gleichzeitig richtet sich die Gesellschaft immer mehr auf eine digitale Welt aus: Industrie 4.0, digitale Bildung und mobiles Lernen, Smart Home und Toolification sind nur einige Stichworte. In der Familie wird der Grundstein für einen kompetenten Medienumgang gelegt. Wie aber können Familien im Blick auf die wachsenden Anforderungen der Mediengesellschaft gestärkt werden? Die 41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik beschäftigen sich mit Ansätzen und Praxisbeispielen der Medienbildung und -pädagogik in Familien und fragen, was Eltern für eine gelingende Medienerziehung brauchen.

Weitere Informationen unter:
https://www.stuttgarter-tage.de

HERBERT VON HALEM VERLAG

Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde

Warum die Digitalisierung unsere Demokratie gefährdet

Stephan Russ-Mohl

Fake News, Halbwahrheiten, Konspirationstheorien – die Ausbreitung der Desinformation in der digitalisierten Welt, insbesondere in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter, wird immer mehr zur Bedrohung und zur Herausforderung für unsere Demokratie. Das Buch analysiert, welche kurz- und langfristigen Trends die Aufmerksamkeitsökonomie in eine Desinformationsökonomie verwandeln: Welche Rolle spielen dabei Journalismus und Public Relations, aber auch die Echokammern im Netz und die Algorithmen der IT-Giganten? Wie kann man denjenigen entgegenwirken, die aus kommerziellen oder machtpolitischen Motiven an medialer Desinformation und an der Destabilisierung unserer Demokratie interessiert sind?

edition medienpraxis, 16
2017, 368 S., 21 Abb., 213 x 142 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-274-3 EUR(D) 23,00
ISBN (ePub) 978-3-86962-275-0 EUR(D) 19,99
ISBN (PDF) 978-3-86962-276-7 EUR(D) 19,99

»Ein wichtiges Buch zur richtigen Zeit. Denn es geht nicht nur um die Presse- und Meinungsfreiheit, sondern es besteht die Gefahr, dass die Demokratie insgesamt ausgehebelt werden kann.« (Dr. Alexandra Föderl-Schmid, Israel-Korrespondentin der *Süddeutschen Zeitung*)

»Ein Überblick, der sich wie guter Journalismus liest, aber ein Gesamtbild mit Tiefgang vermittelt. Ein Meisterstück sowohl in Zeitdiagnostik als auch Wissensvermittlung.« (Prof. Dr. Georg Franck, Sozialforscher an der TU Wien)

»Stephan Russ-Mohl, bewährter NZZ-Autor, analysiert hier mit Verve virulente Medienthemen.« (Rainer Stadler, Ressortleiter Medien, *Neue Zürcher Zeitung*)

www.halem-verlag.de

Filmquiz

Vier Bilder – ein Film

Denken Sie ein wenig um die Ecke und erraten Sie, welcher Film hier dargestellt wird.

Alle Fotos: © Sandra Hermannsen

Die Auflösung unseres Rätsels finden Sie im Impressum auf der gegenüberliegenden Seite in Spiegelschrift.

Abbildungsnachweis:

Seite 4 ff. **Breit aufgestellte Kommission für altersgerechte Freigaben**
Logo: http://www.lkc.lt/en/logo-download/
Love: © Alamode Filmdistribution
Nymphomaniac: © Concorde Home Entertainment GmbH/Christian Geisnaes

Seite 11 ff. **„Gewalt wünscht man keinem, aber Sex …?"**
Das Schweigen: © Studiocanal Home Entertainment
Planet der Affen: Survival: © 2017 20th Century Fox
Anomalisa: © 2015 Paramount Pictures

Seite 16 **Filmfreigaben im Vergleich**
Kingsman: The Golden Circle: © 2017 20th Century Fox
Körper und Seele: © Alamode Filmdistribution
American Assassin: © Studiocanal Filmverleih
Geostorm: © 2017 Warner Bros. Ent.
Blade Runner 2049: © Sony Pictures Entertainment Deutschland GmbH
Three Billboards Outside Ebbing, Missouri: © 2017 20th Century Fox
Happy Deathday: © 2017 Universal Pictures International
The Square: © Alamode Filmdistribution
Thor: Tag der Entscheidung: © Walt Disney Studios Motion Pictures Germany
Bad Moms 2: © Tobis Film GmbH
Girls Trip: © 2017 Universal Pictures International
Flatliners: © Sony Pictures Entertainment Deutschland GmbH

Seite 18 **Titel: Mächtige Bilder, ohnmächtige Ethik**
© REUTERS/Hosam Katan

Seite 27 **Starke Bilder**
Dr. Katharina Lobinger: © Sandra Hermannsen

Seite 33 ff. **Fernsehen: durch die Augen direkt in den Bauch**
Die Schöne und das Biest: © 2016 Disney Enterprises, Inc.
Es: © Warner Bros. Ent./Ratpac-Dune Entertainment LLC./Brooke Palmer

Seite 42 **„Es gibt Bilder, die müssen gezeigt werden!"**
Johannes Böhning: © Sandra Hermannsen

Seite 50 ff. **„Ich glaube an die Kraft der Bilder!"**
Hosam Katan: © Sandra Hermannsen
Fotos: © Hosam Katan

Seite 56 **PANORAMA**
Elisabeth Secker: © Helen Nicolai
Cornelia Holsten: © Annette Koroll
Wolfgang Kreißig: © Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Seite 58 **Das Porträt: Mark D. Cole**
Mark D. Cole: © Privat

Seite 64 **Der Schlaf der Vernunft**
Terminator: © 2017 20th Century Fox Home Entertainment

Seite 68 ff. **„Gewalt sollte beklemmend sein!"**
Dr. Marcus Stiglegger: © Claudia Mikat
The Walking Dead: © 2017 20th Century Fox Home Entertainment

Seite 94 **Filmquiz**
Fotos: © Sandra Hermannsen

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
www.fsf.de

Bezugspreis:
Einzelheft: 24,00 Euro
(inkl. Mwst. und Versandkosten
innerhalb Deutschlands)
ISSN 1433-9439
ISBN 978-3-7445-1940-2
Zu beziehen über den
Herbert von Halem Verlag
Schanzenstraße 22
51063 Köln
Tel.: 0 221-92 58 29 0
Fax: 0 221-92 58 29 29
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: http://www.halem-verlag.de/tv-diskurs/

Bei Änderung Ihrer Bezugsadresse senden
Sie bitte eine E-Mail an tvdiskurs@fsf.de.

Chefredaktion:
Prof. Joachim von Gottberg
(V. i. S. d. P.)
Redaktion:
Karin Dirks
Camilla Graubner
Sandra Hermannsen
Christian Kitter
Prof. Dr. Lothar Mikos
Simone Neteler
Anke Soergel
Barbara Weinert

Gestaltung:
Alexandra Zöller, Berlin

Druck:
BVD Druck + Verlag AG
Schaan, Liechtenstein
www.bvd.li

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

Autoren dieser Ausgabe:
Dorothea Adler
Dr. Uwe Breitenborn
Jens Dehn
Prof. Dr. Susanne Eichner
Klaus-Dieter Felsmann
Prof. em. Dr. Jürgen Fritz
Tilmann P. Gangloff
Dr. Alexander Grau
Dr. habil. Gerd Hallenberger
Christina Heinen
Prof. Dr. Dagmar Hoffmann
Laura Keller
Dr. Felix Koltermann
Vera Linß
Claudia Mikat
PD Dr. Arnd Pollmann
Prof. Dr. Christian Schicha
Prof. Dr. Martina Schuegraf
Prof. Dr. Frank Schwab
Prof. Dr. Michael Wedel
Prof. Dr. Claudia Wegener

Wir danken Assistenzprofessorin Dr. Katharina Lobinger, Johannes Böhning, Hosam Katan und Prof. Dr. Marcus Stiglegger für ihre Gesprächsbereitschaft.

Der gesuchte Film ist
Forrest Gump