

Wirkungsvermutung

Gerd Hallenberger

Ziel des Jugendmedienschutzes ist zu verhindern, dass Kinder und Jugendliche Medienangeboten ausgesetzt werden, die deren „Entwicklung oder Erziehung beeinträchtigen oder gefährden“, so die Formulierung im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Das Fundament aller Jugendschutzmaßnahmen ist also unser Wissen über Medienwirkung – ein Fundament, das bei näherem Hinsehen keineswegs so gefestigt und belastbar ist, wie es manche Äußerungen nicht nur in Boulevardmedien bei aktuellen Problemfällen gerne unterstellen. Dass verlässliche Aussagen über Medienwirkungen nur schwer zu treffen sind, hat vor allem vier Gründe.

Der erste Grund: Wenn es um die Frage von Medienwirkung geht, kommen vor allem sogenannte „Massenmedien“ in den Blick. Massenmedien sind sie aber lediglich hinsichtlich ihrer Verbreitung und Nutzungshäufigkeit, die tatsächliche Nutzung erfolgt jedoch individuell.

Der zweite Grund: Der Begriff „Medienwirkung“ lässt vermuten, dass Medienangebote aus sich heraus zwangsläufig und unvermeidlich Wirkungen produzieren – so wie ein Medikament (falls es denn wirkt) dies ohne Eigenleistung und unabhängig vom Willen dessen, der es einnimmt, tut. Alle Medienangebote sind dagegen auf die Aktivität ihrer Nutzerin oder ihres Nutzers angewiesen. Ohne diese Eigenleistung wäre beispielsweise die schlichteste Fernsehsendung nichts anderes als Flimmern und Rauschen.

Der dritte Grund: Massenmediale Angebote verpflichten ihr Publikum nicht zu einer einzigen Nutzungsweise. Sie sind prinzipiell für verschiedene Nutzungsweisen offen und bieten mehrere Zugänge, ohne dadurch völlig beliebig zu werden – bestimmte Zugänge und

Nutzungswege werden natürlich herausgehoben, was andere aber nicht völlig ausschließt, auch keine Mischungen. So ist die *Tagesschau* als Nachrichtensendung beispielsweise primär als Informationsangebot gestaltet, gleichzeitig bietet sie eine Reihe von Ansatzpunkten zur Nutzung (auch) als Unterhaltungsangebot: Die Person des Sprechers lädt dazu ein, ihn sympathisch (oder unsympathisch) zu finden; der Bericht über einen Flugzeugabsturz ermöglicht das Gefühl des Mitleids über die Opfer (und das beruhigende Gefühl, selbst nicht betroffen zu sein); Sportnachrichten und Meldungen über Prominenz aus Adel und Showgeschäft schließen unmittelbar an Unterhaltungsinteressen an.

Der vierte Grund: Wie die Mediennutzerin oder der Mediennutzer mit einem Medienangebot umgeht, hängt maßgeblich von persönlichen Voraussetzungen und Entscheidungen ab: Wie viel Medienkompetenz kann eingebracht werden? Was sind die Ziele der Mediennutzung? Wie groß ist die Bereitschaft, kognitive und emotionale Leistungen zu erbringen?

All diese Faktoren spielen auch bei der Beurteilung von Medienwirkung auf Kinder und Jugendliche eine wichtige Rolle, allerdings mit einer Besonderheit. Während bei Erwachsenen der Erwerb von Medienkompetenz im Wesentlichen abgeschlossen ist, findet er bei Kindern und Jugendlichen gerade erst statt. Da Medienkompetenz vor allem als „learning by doing“ erlangt wird, kommt der Frage, was bei der Nutzung eines bestimmten Medienangebots „gelernt“ werden kann, hier besondere Bedeutung zu.

Zu diesen im Gegenstand begründeten Schwierigkeiten, an verlässliches Wissen über Medienwirkungen zu gelangen, kommt auch

noch ein wissenschaftsspezifisches Problem. Angesichts der Komplexität der Frage ist es nachvollziehbar, dass sich nicht nur *ein* akademisches Fach mit Medienwirkung beschäftigt, sondern sehr viele Fächer – und jedes tut dies mit eigenen Zugängen, Themen und Methoden, eingebettet in eine je eigene Fachtradition. Als Resultat ergibt sich zwar eine Fülle valider Forschungsergebnisse, die sich aber nicht zu einem geschlossenen Gesamtbild ergänzen, da sie nur begrenzt kompatibel sind.

In Deutschland sind es vor allem vier Fächer, die sich mit der Wirkung von Medien befassen: Kommunikationswissenschaften, Medienpsychologie, Medienpädagogik und Medienwissenschaften. Kommunikations- und Medienwissenschaften repräsentieren dabei zwei Extrempositionen: Kommunikationswissenschaftliche Ansätze der Wirkungsforschung sind sozialwissenschaftlich grundiert und empirisch ausgerichtet, medienwissenschaftliche Ansätze dagegen entstammen den Philologien und operieren mit Methoden, die in Literatur-, Sprach- und Kulturwissenschaften entstanden sind. Vergleicht man die Zugänge und Ansätze, zeigt sich bei beiden je eine aus der Fachtradition erwachsene besondere Stärke und eine besondere Schwäche. Die Kommunikationswissenschaften sind in der Lage, verlässliche Daten über Prozesse massenhafter Mediennutzung hervorzubringen – ihre Schwäche sind Auskünfte über individuelle Nutzungsprozesse. Umgekehrt liegt hier die besondere Stärke der Medienwissenschaften, die selbst hochkomplexe Formen von Mediennutzung und ihre Kontexte analysieren können. Dafür sagen ihre Ergebnisse kaum etwas darüber aus, wie viele Menschen tatsächlich welche Nutzungsmuster aufweisen.

Der Jugendmedienschutz hat vor diesem Hintergrund die schwierige Aufgabe, disparate Befunde zusammenzutragen und zu gewichten, wobei als Ergebnis tatsächlich nur „Wirkungsvermutungen“ entstehen können. Aber angesichts der Tatsache, dass Medien und gar einzelne Medienangebote nur ein Faktor von vielen sind, die die Entwicklung von Kindern beeinträchtigen oder gefährden können, stellen gut begründete und Kontexte einbeziehende Wirkungsvermutungen die bestmögliche Grundlage von Jugendschutz dar.

Dabei besonderes Augenmerk auf „gefährdungsgeneigte“ Jugendliche zu richten, wird so natürlich zur Herkulesaufgabe: Hinter dem Begriff der „Gefährdungsgeneigten“ verbirgt sich keine homogene Gruppe, sondern eine Summe individueller Lebensgeschichten, zu der auch jeweils eine Geschichte – erlernter – Mediennutzung gehört. Und selbst „Killerspiele“ haben eine zweite Seite: Bieten sie doch Gelegenheit, symbolisch zu demonstrieren, dass man den gesellschaftlichen Leitwert „Leistungswillen“ teilt – auch wenn man im realen Leben keine Chance sieht, durch berufliche Leistung zu Erfolg zu gelangen.

Dr. phil. habil.
Gerd Hallenberger forscht als freiberuflicher Medienwissenschaftler über Fernsehunterhaltung, allgemeine Medienentwicklung und Populärkultur. Er lehrt an verschiedenen Universitäten und ist Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

