

mediendiskurs

104 • 2/2023

# Medien for Future

Handeln für den Klimaschutz



EN DIE WELT IST EINS - ALLES HANGT ZUSAMMEN UND WENN IN CHINA EIN SACK REIS PLATZT DANN GEHT MICH DAS WAS AN !!



# Kommt ein Chatbot in eine Bar...

Künstliche Intelligenz (KI) und vor allem ChatGPT sind in aller Munde. Erfahrungsberichte werden ausgetauscht. Wieder wird eine Grundsatzdebatte um KI versus menschliche, vor allem emotionale Intelligenz geführt. Die üblichen Polarisierungen finden statt - zwischen entwarnender Naivität auf der einen und dramatisierender Skepsis auf der anderen Seite. Wer den Chatbot ausprobiert, ist ebenso schnell zwischen diesen Polen gefangen: Faszination und Ernüchterung.

So ein Chatbot kann viel, beispielsweise ein Editorial über Chatbots schreiben, in dem mögliche Risiken und Chancen unter besonderer Berücksichtigung des Jugendschutzes skizziert werden: Chatbots sind danach „allgegenwärtig“ und „zunehmend beliebt“, weil sie „Kundenservice kosteneffizient verbessern“ und die „Interaktion mit Nutzer:innen automatisieren“. Bei „unbeaufsichtigt und ohne angemessene Sicherheitsvorkehrungen online“ interagierenden Kindern und Jugendlichen besteht allerdings ein erhöhtes Risiko von „Cybermobbing, Belästigung oder Sexting“. Die Chancen liegen in der Aufklärung über „sicherheitsrelevante Themen“ und der Anleitung, wie Heranwachsende „sich online sicher verhalten können“.

So weit, so gut. Aber unter uns Menschen gesprochen: Die Aussagen sind grottenlangweilig (Chatbot korrigiert: „sterbenslangweilig“): banal, wenig konkret, ohne Emotion, ohne Haltung, ohne Problematisierung und ohne Lösungsideen! Ernüchternd sind aber nicht die gestanzten Outputs des Chatbots, sondern die Rückschlüsse auf den Input. Die Einsicht, dass ein Großteil der alltäglichen Kommunikation von Chatbots erledigt werden kann, schmerzt: weil sie den Blick auf die Konfektioniertheit von Alltagskommunikation öffnet, von Korrespondenz und journalistischen „Gebrauchs“-Texten bis zu Clickbait-Inhalten. Es wird uns vor Augen geführt, dass menschliche Kreativität in vielen Bereichen der Kommunikation nicht stattfindet, dass Haltung und Lösungsideen vielerorts nicht gefragt sind - und dass die Tätigkeit deshalb maschinell ersetzbar ist.

Was also macht den Menschen aus? Wessen Aufgabe wird es in Zukunft sein, Chatbots zu füttern? Werden Chatbots uns von lästiger Alltagskommunikation befreien, uns - menschlich gesprochen - „das Doofe“ abnehmen, während wir „das Kreative“ verfolgen und innovative Ideen liefern? Oder werden menschliches Denken und menschliche Arbeitskraft in der Kommunikation zunehmend überflüssig?

Fragen wir den Chatbot: „Insgesamt bieten Chat-Bots viele Vorteile, aber auch Risiken, insbesondere im Zusammenhang mit dem Jugendschutz. Es ist wichtig, dass Unternehmen, Eltern, Regierungen und Aufsichtsbehörden zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass die Chancen maximiert und die Risiken minimiert werden.“

Aha. Das letzte Wort soll (bis auf Weiteres noch) der Mensch haben: Chatbots können keine Witze! Das Lustigste, das „mein“ Chatbot nach einigen Witzanfragen und Dialogen über unschlüssige Pointen in Sachen Humor produzierte, war der Anfang folgender Episode: „Kommt ein Chatbot in eine Bar...“ Den Rest kann man sich schenken. Es ist - wirklich - nicht komisch.

Ihre  
Claudia Mikat



# Inhalt

<b>Editorial</b> Claudia Mikat	1	<b>TITEL</b> <b>Medien for Future</b> Handeln für den Klimaschutz	17
<b>ESSAY</b> <b>Über die Erfindung von Wahrheit</b> Faketonales Erzählen aus literaturwissenschaftlicher Sicht Thomas Strässle	4	<b>„Schönreden ist jedenfalls Quatsch!“</b> Jan Freitag im Gespräch mit Maja Göpel	18
<b>P R A X I S</b> <b>Die vielen Facetten des Erwachsenwerdens</b> Die Retrospektive 2023 „Young at Heart - Coming of Age at the Movies“ auf der 73. Berlinale Moritz Stock	10	<b>Überbringer schlechter Nachrichten</b> Szenarien der Klimaforschung und die kontroversen Reaktionen der Öffentlichkeit Joachim von Gottberg	24
Das Fernseharchiv <b>Der Fall:</b> <b>Sielmann 2000</b> Christian Richter	14	<b>Wie Medien ihrer Verantwortung in der Klimakrise endlich gerecht werden können</b> Sara Schurmann	30
		<b>„Menschen folgen Menschen!“</b> Eva Maria Lütticke im Gespräch mit Louisa Dellert	34
		<b>Grüne Transformation in der Filmbranche</b> Birgit Heidsiek	41
		<b>„Es ist noch nicht zu spät!“</b> Christina Heinen im Gespräch mit Lea Grosse	44
		<b>Wie grün ist unser Medienverhalten?</b> Brigitte Zeitlmann	48
		<b>Greenfluencing</b> Susanna Endres und A. Kristina Steimer	52
		<b>Die grüne Illusion</b> Kolumne von David Assmann	56

<b>WISSENSCHAFT</b>			
<b>True-Crime-Formate: Kriterien, Standards, Good Practice</b>	58		
Claudia Mikat			
<b>Das Drama der wiederhergestellten Ordnung</b>	60		
Christina Heinen im Gespräch mit Jürgen Grimm			
<b>Medienethische Aspekte bei der Bewertung von True Crime</b>	66		
Ingrid Stapf			
<b>Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Bewertung von True Crime</b>	70		
Christine Linke			
<b>True.Crime.Story</b>	74		
Ein medienpädagogisches Projekt zur Bewertung von AV-Inhalten durch Jugendliche Achim Lauber, Lena Schmidt und Carla Zech			
<b>True Crime im Tagesprogramm?</b>	78		
Ein Einblick in die Kriterien und individuellen Vorstellungen von FSF-Prüfenden Eva Maria Lütticke			
<b>MEDIENLEXIKON</b>			
<b>Fernbedienung</b>	82		
Gerd Hallenberger			
<b>DISKURS</b>			
Digitale Souveränität und personale Autonomie: <b>Herausforderungen für eine Digitalpädagogik</b>	84		
Caja Thimm			
<b>Never myself, always the same</b>	88		
Ein Essay von Jana Papenbroock			
<b>POLITIK+RECHT</b>			
<b>Der Digital Services Act (DSA) ist da. Und nun?</b>	92		
Zum aktuellen Stand aus der Perspektive des Mediensektors Mark D. Cole			
<b>Rezension</b>	96		
Marc Liesching			
<b>LITERATUR</b>	98		
<b>Impressum</b>	107		
<b>Letzte Seite</b>	108		
<hr/>			
<b>MEDIENDISKURS.ONLINE</b>			
<b>Der Kurzfilm - ein Experimentierfeld filmischer Erzählweisen</b>			
Barbara Felsmann im Gespräch mit Melika Gothe und Sebastian Markt			
<b>Immer noch keine Lobby</b>			
Warum das Kinderfernsehen (fast) komplett aus der Öffentlichkeit verschwunden ist Tilmann P. Gangloff			
<b>Medienstrategien im modernen Krieg</b>			
Werner C. Barg			
<b>Die Entwicklung unseres Weltbildes in einer pluralistischen Welt</b>			
Wie wir mit medialen Widersprüchen umgehen Joachim von Gottberg im Gespräch mit Jürgen Grimm			
Weitere Beiträge, Meldungen und Einblicke in die FSF-Programmprüfung unter: <a href="https://mediendiskurs.online">https://mediendiskurs.online</a>			

# Über die Erfindung von Wahrheit

---

## Faktionales Erzählen aus literaturwissenschaftlicher Sicht

---

TEXT: THOMAS STRÄSSLE

Fakten können in literarischen Texten einen sehr unterschiedlichen Status haben: Mal handelt es sich um Wirklichkeitsfetzen, die in einen literarischen Text hineinmontiert werden – wie die Annoncen, Artikel, Plakate, Prospekte, Reklamen, Statistiken und Wetterberichte, die Alfred Döblin in seinen Roman *Berlin Alexanderplatz* aufgenommen hat –, mal handelt es sich um historisch genau identifizierbare Orte, Personen oder Ereignisse, die ein literarischer Text als Referenzpunkte in der Wirklichkeit wählt – wie der Sturm auf die Danziger Polnische Post im September 1939 in der *Blechtrommel* von Günter Grass –, mal handelt es sich um ein Faktum, das einzig durch den Akt seiner erzählerischen Setzung zu einer literarischen Tatsache wird – wie etwa, dass Böhmen nach William Shakespeare und Ingeborg Bachmann am Meer liegt. Fakten sind immer gemacht, das verrät schon die etymologische Wurzel, ganz im Unterschied zu Daten, die bekanntlich „gegeben“ sind.

Für den Umgang mit Fakten und Fiktionen in der Literatur ist die Erzähltheorie zuständig. Sie ist eine hoch spezialisierte Disziplin innerhalb der Literaturwissenschaft und verfügt über ein riesiges Reservoir an Begriffen, um die vielen Formen des Erzählens zu beschreiben. Es ist eine etwas unzugängliche Terminologie: Je nachdem, ob der Erzähler mehr weiß als die Figur oder genauso viel oder weniger, unterscheidet man zwischen diversen Arten der *Fokalisierung*; je nachdem, ob der Erzähler Teil der erzählten Welt ist oder nicht oder gar mit der Hauptfigur identisch, spricht man von einem *homodiegetischen*, einem *heterodiegetischen* oder einem *autodiegetischen* Erzählen (griechisch „diégesis“ = „Erzählung“); und auch die Erzählebenen (Rahmen- und Binnenerzählungen) lassen sich ausdifferenzieren: in *intradiegetische*, *extradiegetische* oder *metadiegetische* Ebenen. Etc.

Umso erstaunlicher, wie schwer sich die Erzähltheorie damit tut, zwischen einer *faktualen* und einer *fiktionalen* Erzählung zu unterscheiden, beispielsweise zwischen einer Reportage und einer Novelle. Das liegt auch daran, dass sie sich lange Zeit nicht dafür interessiert hat. Die fiktionale Erzählung galt ihr bis in die 1990er-Jahre hinein in all ihren Ausformungen und Verästelungen als Erzählung *par excellence*, unbesehen der Tatsache, dass auch juristische, medizinische, ökonomische, politische, journalistische etc. Texte Wirklichkeits-erzählungen sind und nach narratologisch analysierbaren Mustern funktionieren. Oder einfacher gesagt: Die Erzähltheorie hat über literarisch lange Zeit das nicht literarische Erzählen vernachlässigt.

Worin sich genau eine faktuale von einer fiktionalen Erzählung unterscheidet, ist bis heute letztlich unklar. Es ist nicht einmal erwiesen, inwieweit diese Unterscheidung überhaupt zulässig ist oder, noch radikaler, ob es diesen Unterschied überhaupt gibt. Man kann sich die Sache auch vom Leib halten wie die Poststrukturalisten, die das Faktum zu einem diskursiven Konstrukt und also letztlich zu einem Modus der Fiktion erklärt haben. Alles ist Text oder Simulation: Unter diesen Voraussetzungen macht es wenig Sinn, zwischen einer faktualen und einer fiktionalen Erzählung überhaupt unterscheiden zu wollen.

\* \* \*

Doch ist das Problem damit nicht aus der Welt. Im Gegenteil: Es hat sich in jüngster Zeit noch verschärft durch die Konjunktur der Fakes, die Wirklichkeitserzählungen eigener Gattung sind. Alle Welt spricht von Fake News, immer in Bezug auf die Fakten, die sie verletzen, weniger in Bezug auf die fiktionalen Techniken, die sie anwenden. Mit Letzteren hat die Literaturwissenschaft eine lange Erfahrung. Sie muss aber andere Perspektiven einnehmen, als sie es meist tut, will sie das *faketionale* neben dem faktualen und dem fiktionalen Erzählen als narratologisches Problem reflektieren – im Sinne eines Erzählens, das in trügerischer, wenn nicht gar betrügerischer Absicht mit Fakten und Fiktionen spielt. Es soll im Folgenden darum gehen, diese Perspektiven zu benennen und kurz zu umreißen.

### 1. Intention

Der Begriff der Intention ist in der Literaturwissenschaft verpönt. Zu sehr klingt er nach der klassisch-allzu-klassischen Frage: „Was will uns der Autor/die Autorin damit sagen?“ Mit dieser Frage will niemand etwas zu tun haben – und sie ist gegenüber literarischen Texten auch ganz unangemessen. Will man indes das Phänomen Fake erzähltheoretisch analysieren, kommt man um den Begriff der Intention nicht herum.

Ein Fehler kann einem unterlaufen, ebenso ein Missgeschick oder ein Versehen, und sogar eine Lüge kann aus dem Moment heraus entstehen, ohne dass sie vorbereitet gewesen wäre oder damit ein bestimmter Plan verfolgt würde, der seine Ziele kennt. Ein Fake hingegen kann einem nicht unterlaufen. Er ist immer Absicht. Er bedingt einen Vorsatz, der sich über seine Ziele im Klaren ist oder zumindest eine Stoßrichtung hat. Der Fake will etwas erreichen, er will eine Wirkung erzielen.

Mögen Kunstwerke ihre Motivation im Unbewussten haben: Der Fake ist ein Akt der Bewusstheit, der auf seine vorsätzlichen Techniken und Strategien hin analysierbar ist. Was die Absichten und was die Ziele sind, kann freilich von Fake zu Fake verschieden sein.

### 2. Wissen/Nichtwissen

Der Fake ist ein interessantes wissenstheoretisches Problem. Sein Kalkül liegt in einem ausgeklügelten Zusammenspiel von Wissen und Nichtwissen. Auf den ersten Blick scheinen die Verhältnisse klar geregelt und die Bestände ungleich verteilt: Wissen aufseiten der Produzenten und Nichtwissen aufseiten der Rezipienten.

Wer einen Fake herstellt, tut es nicht nur willentlich, sondern auch wissentlich. Er muss die Kontexte genau kennen, in denen er sich bewegt: die Fakten, auf die er sich bezieht, die Adressaten, an die er sich richtet, die Formate, derer er sich bedient, die Foren, auf die er sich begibt. Tut er dies nicht, ist der Fake zum Scheitern verurteilt: „Um willentlich falsche Ansichten in die Welt zu setzen, muss man zumindest einige korrekte Ansichten besitzen in der Angelegenheit, über die falsche Ansichten verbreitet werden sollen, da andernfalls das Ergebnis der willentlichen Täuschung planlos sein wird“, wie der Narratologe Jean-Marie Schaeffer festhält.

Wenn also die Produktion von Fakes ein gewisses Maß an Wissen voraussetzt, so geschieht sie immer auch wider besseres Wissen. Sie ist eine bewusste Verletzung der eigenen Wissensbestände zugunsten eines Falschwissens, das über das eigene Wissen triumphieren soll.

Umgekehrt kann das Nichtwissen aufseiten der Rezipienten nicht vollständig sein. Völliges Nichtwissen besäße kein Sensorium, um einen Fake überhaupt rezipieren zu können. Es braucht ein Wissen im Nichtwissen, an dem er ansetzen kann, um seine Macht zu entfalten. Dieses „Wissen“ kann auch bloß eine diffuse Gemengelage aus Vermutung und Verdacht sein. Wem ein bestimmter Sachverhalt gänzlich unbekannt und unvertraut ist, lässt sich jedenfalls nicht wirkungsvoll darüber täuschen, sondern wird sich womöglich gar nicht dafür interessieren.

Es ist somit eine spezifische Dialektik von Wissen und Nichtwissen, der der Fake seine Dynamik verdankt: ein Wissen, das wider sich selbst handelt, und ein Nichtwissen, das Elemente von Wissen aufweist. In dieser Dialektik eröffnet sich eine Zone, in die der Fake hineinstößt und die er stets neu ausloten muss.

### 3. Plausibilität

Mathematische Sätze und logische Schlüsse sind auf Plausibilität nicht angewiesen. Sie müssen beweisbar sein. Wo jedoch der „Wahrheitswert“ von Aussagen nicht feststeht, sondern verhandelbar ist, kommen andere Kriterien ins Spiel. Eines davon ist die Plausibilität. Sie ist ein sehr geläufiger Begriff, von dem man sofort zu wissen glaubt, was damit gemeint sei. Und doch ist die Plausibilität in Philosophie und Wissenschaftstheorie seltsam unbestimmt: In den meisten Hand- und Wörterbüchern kommt sie zwischen Platonismus und Pluralismus gar nicht vor.

Die Plausibilität zielt auf Zustimmung, wenn nicht gar auf Beifall. Hier stammt das Wort auch her: über das französische „plausible“ vom lateinischen „plausibilis“, eigentlich „Beifall verdienend“, von lateinisch „plaudere“, „klat-schen, Beifall spenden“. In der Plausibilität steckt der Applaus: Sie will Akklamation, von möglichst vielen Seiten. Was plausibel sein will, muss sich nach einem sozial hergestellten Konsens richten, nach der Meinung einer Mehrheit oder zumindest einer Gruppe mit dem Ziel, von dieser als einleuchtend und glaubhaft befunden zu werden – und im Idealfall sogar die allgemei-

ne Zustimmung zu erlangen. Je weiter sich die Plausibilität von diesem Hintergrund entfernt, desto mehr läuft sie Gefahr, an Überzeugungskraft einzubüßen.

Die Plausibilität beruht nicht auf einem binären Code von *wahr* oder *falsch*. Sie spielt auf einer Skala von *mehr* oder *weniger*: Etwas kann plausibler sein oder nicht, von kaum plausibel bis überaus plausibel. Was außerhalb dieser Skala liegt, ist entweder *abwegig*, d.h. nicht plausibilisierbar, oder *notwendig*, d.h. nicht plausibilisierungsbedürftig. Am schwierigsten freilich ist es, das Ungereimte und Widersinnige zu plausibilisieren. Goethe schreibt in seinen *Maximen und Reflexionen*: „Wer die Menschen betrügen will, muss vor allen Dingen das Absurde plausibel machen.“ Und das bedeutet zugleich: Dieses Unterfangen ist zwar überaus anspruchsvoll, aber nicht von vornherein aussichtslos.

Wenn mathematische Sätze und logische Schlüsse die Kriterien *Evidenz* und *Stringenz* erfüllen müssen, so gehorchen Aussagen, die Plausibilität für sich in Anspruch nehmen wollen, den Kriterien von *Konsens* und *Konsistenz*: Konsens im Sinne der Anschlussfähigkeit an eine Mehrheitsmeinung bzw. der Mehrheitsfähigkeit und Konsistenz im Sinne der Stimmigkeit der dargestellten Zusammenhänge. Diese Kriterien gelten auch für die „Faketizität“, will sie bei ihren Adressaten die erwünschte Glaubwürdigkeit erzielen.

### 4. Publizität

Ein literarischer Text kann ein *Soliloquium* sein, ein Selbstgespräch ohne Adressaten außerhalb seiner selbst. Auch wenn dies der Extremfall ist, kommt er doch gelegentlich vor. So hat beispielsweise der rumänische Autor Mircea Cărtărescu 2015 bekannt: „Für mich war meine Literatur stets das, was sie auch bleiben wird: ein langes inneres Tagebuch, ein ununterbrochener Dialog mit mir selbst. Ich habe immerzu Literatur geschrieben, und zwar nicht, um Bücher zu veröffentlichen, die Bücher sind lediglich das Endprodukt eines Prozesses der Selbst- und Welterkenntnis, sie sind die leeren, von dem weichen Tier, das sie einmal bewohnt hat, verlassenen Schalen.“

Der Fake ist diesbezüglich genau das Gegenteil. Als Dialog mit sich selbst ist er undenkbar. An Selbsterkenntnis liegt ihm nichts, an Selbstdarstellung hingegen alles. Er sucht die Öffentlichkeit und braucht ein Publikum – mehr noch: Er ist radikal und exklusiv auf seinen



Adressatenbezug hin entworfen. Es geht ihm nicht um Ausdruck oder Einsicht, es geht ihm um den Eindruck, den er macht, und den Einfluss, den er nimmt.

Daraus speisen sich seine Energie und seine Dynamik. Er ist keine abgelebte Schale, sondern eine aufgehende Saat. Das ist zumindest seine Hoffnung. Der Fake besitzt einen eigentümlichen Drall zur Publizität, der sich nach den Parametern von Verbreitungsdynamik und Umlaufgeschwindigkeit bemessen lässt. Besonders ausgeprägt zeigt sich dies im Digitalen. Hier findet er die idealen Voraussetzungen vor, um das Publikum in seinem Sinne zu adressieren: Dichte und Geschwindigkeit der Informationsverbreitung sollen die Möglichkeiten der Informationsverarbeitung übersteuern. Nur, wo er es schafft, sein Publikum gezielt zu überfordern, kann der Fake seine Wirkung tun.

### 5. Suggestion

Die Suggestion ist ein uralter rhetorischer Trick, doch ist sie ein viel zu facettenreiches Phänomen, als dass sie sich auf einen einfachen Mechanismus reduzieren ließe. Ideengeschichtlich spielt sie auf den unterschiedlichsten Feldern: vom Hypnotismus über den Magnetismus bis zum Somnambulismus und hinein in die Psychologie. Dort wurde sie zu einem solchen Modewort, dass schon Sigmund Freud genervt feststellte, man dürfe „alles im Psychischen Unbequeme ‚Suggestion‘ heißen“. Die vielfältigen Verwendungsweisen des Begriffs haben indes einen gemeinsamen Nenner: das Moment der *Beeinflussung* - der Beeinflussung von Denken, Meinen, Fühlen, Vorstellen, Wollen und Handeln auf physiologischen, motorischen, sensorischen und sprachlichen Kanälen.

Die Suggestion ist ein weites Feld. Es lässt sich aber nach zwei Seiten begrenzen: Auf der einen Seite endet es beim *Reflex* und auf der anderen bei der *Reflexion*. Reflexe setzen ein Reiz-Reaktions-Schema voraus: Die Reaktion auf einen bestimmten Reiz erfolgt unwillkürlich, es besteht keine Wahl, sei der Reflex nun angeboren oder erworben. Die Reflexion hingegen bedingt eine Bewusstheit, die die Kontrolle über die Reaktion bewahrt.

Zwischen Reflex und Reflexion entfaltet die Suggestion ihr subtiles Spiel - wie eine Zauberin, die es schafft, dass man genau die Karte zieht, die sie gezogen haben will. Am mächtigsten ist sie, wenn es ihr gelingt, eine schon im Bewusstsein vorhandene und eine neu hinzukommende Vorstellung so miteinander zu verbinden, dass

die oder der Betreffende es nicht merkt. Dazu bedient sie sich einer Vielzahl an Techniken und Mechanismen wie Mehrdeutigkeiten, Komplexitätssteigerungen oder Überraschungseffekten. Es gibt aber auch „weichere“ Faktoren, die die Suggestibilität einer Botschaft oder Nachricht erhöhen können, wie die Vertrauenswürdigkeit des Absenders oder Gemeinsamkeiten sprachlicher, sozialer, habitueller Art zwischen Sender und Empfänger.

Nur so ist es möglich, dass Urteile und Ansichten nicht auf der Basis eigener Schlussfolgerung und Überprüfung gebildet, sondern von anderen übernommen, von ihnen „eingeflüßt“ und „eingeflüstert“ werden. Und es ist klar: In dieser Zone zwischen Reflex und Reflexion arbeitet auch der Fake.

### 6. Identifikation

Was Susan Sontag über das politische Foto sagt, lässt sich auch für den Fake behaupten: dass er „die öffentliche Meinung nicht beeinflussen wird, wenn der entsprechende Zusammenhang mit eigenen Empfindungen und Verhaltensweisen fehlt.“

Wem ein bestimmter Sachverhalt gänzlich unbekannt und unvertraut ist, lässt sich nicht wirkungsvoll darüber täuschen, sondern wird sich womöglich gar nicht dafür interessieren. Bloßes Interesse wird in vielen Fällen aber nicht ausreichen: Ein Fake erhält erst dann seine maximale Schlagkraft, wenn er das Publikum auch emotional zu adressieren und zu involvieren vermag - wobei *emotional* hier sehr weit zu verstehen ist und eigentlich nur meint, dass der Zusammenhang, von dem Susan Sontag spricht, die rein kognitive Ebene übersteigt.

Er setzt ein Interesse voraus und kann bis zur Identifikation reichen. Die Identifikation ist vor allem ein Begriff aus der Psychologie und der Psychoanalyse und bezeichnet dort einen Vorgang der Subjektconstitution durch Assimilation. Sie reduziert die Distanz zwischen Sender und Empfänger. Der Sender muss dem Empfänger Identifikationsangebote machen, die es diesem erlauben, zu glauben, es gehe in der Botschaft zumindest *auch* um ihn selbst. Dies kann nach klassischer Rezeptionsästhetik auf unterschiedlichen Ebenen geschehen: auf der assoziativen Ebene durch ein Sich-Hineinversetzen in eine Rolle oder Figur, auf der admirativen Ebene durch Bewunderung, auf der sympathischen durch Mitleid, auf der kathartischen durch Erschütterung und auf der ironischen durch Befremden.

Mit diesen Mitteln arbeitet die Literatur seit jeher, und es gehört gerade zu ihren größten Stärken, dass sie das Gefühl zu erzeugen vermag, es gehe in ihr nicht um ein beliebiges Ich, sondern auch um *mein* Ich – um das Ich derjenigen oder desjenigen, die oder der liest. Diesbezüglich hat ein guter Fake viel von der Literatur gelernt.

### 7. Merging

Das englische Verb „to merge“ bedeutet im Deutschen „abmischen“, „ineinander übergehen“, „miteinander verschmelzen“, „zusammenfließen“. Bei Verkehrsströmen beispielsweise können durch „merging“ mehrere Fahrstreifen so zusammengeführt werden, dass sich die Fahrzeuge abwechselnd und möglichst abstandslos in eine Spur einordnen, wobei im Idealfall der Verkehrsfluss dadurch nicht beeinträchtigt wird. Von „mergen“ spricht man insbesondere in der Softwaretechnik: Dort bezeichnet der Ausdruck die Zusammenführung verschiedener Datenbestände oder Dateiversionen, die aufeinander abgeglichen und auf einen gemeinsamen Stand gebracht werden müssen.

Allgemeiner gesprochen handelt es sich beim „Merging“ um ein Verfahren, das Informationen verschiedener Provenienz und Prozesshaftigkeit homogenisiert. Die Frage ist nur, inwieweit die zugrunde liegende Heterogenität in der vorliegenden Homogenität noch ersichtlich ist oder zumindest zurückverfolgbar bleibt. Der *Merriam-Webster* führt als eine Bedeutung von „merge“ an: „to blend gradually by stages that blur distinctions“ – in mehreren Schritten so vermischen, dass die Unterschiede verwischen.

„Blend and blur“, „vermischen und verwischen“: Das ist auch eine beliebte Technik aller, die eine Täuschungsabsicht verfolgen, indem sie Wissens- und Informationsbestände unterschiedlicher Herkunft und aus unterschiedlichen Kontexten so miteinander vermengen, als würden sie gleichursprünglich zusammengehören. Entscheidend ist, dass die Übergänge zwischen den heterogenen Bestandteilen in schleifenden Schnitten unkenntlich gemacht werden und am Ende nicht mehr entscheidbar ist, was aus welcher Quelle kommt. Erst dann ergibt sich eine neue Textur, die sich wie ein einheitliches Gewebe liest und doch in Wahrheit ein Flickenteppich ist.

\* \* \*

Die gegenwärtige Debatte über den Fake ist in erster Linie eine politische Debatte, keine philosophische oder ästhetische. Sie hat es mit einem Phänomen zu tun, das sich als manipulativer Überhang an Fiktionalität über die Faktizität beschreiben lässt. Solche Manipulationen können aus unterschiedlichsten Gründen und mit verschiedensten Zielen geschehen. Meist erfolgen sie aber aus unlauteren Absichten. Entsprechend trägt die Debatte auch moralische Züge: Der Fake gilt als eine Plage der Gegenwart, die mit allen Mitteln bekämpft und nach Möglichkeit wieder aus der Welt geschafft werden soll.

Was falsch ist, ist deswegen nicht auch böse. Was falsch ist, kann sogar nützlich, ja unentbehrlich sein, gerade auf der Suche nach der Wahrheit. Diesen verwegenen Gedanken hat der Philosoph Hans Vaihinger in seinem Grundlagenwerk *Die Philosophie des Als Ob* (1911) bis in die letzten Verästelungen durchdacht. Es handelt sich um eine philosophische Abhandlung von 800 Seiten, die aber schon in den *Vorbemerkungen zur Einführung* die leitende Fragestellung auf den Punkt bringt: „So sei denn auch hier gleich zum Eingang die Frage klar und scharf formuliert, welche in diesem Buche aufgeworfen wird: Wie kommt es, dass wir mit bewusstfalschen Vorstellungen doch Richtiges erreichen?“

Das entscheidende Wort ist das ungewohnte Adjektiv „bewusstfalsch“. Es handelt sich also nicht um Fehler, denen unsere Vorstellungen unterliegen, ohne dass wir es merkten und wüssten. Es handelt sich vielmehr um Vorstellungen, mit denen wir operieren, obschon wir wissen, dass sie willkürlich und falsch sind. Und dennoch operieren wir mit ihnen glücklich und erfolgreich, mehr noch: Wir kämen ohne sie überhaupt nicht zum Ziel.

Das ist kein Phänomen, das sich auf bestimmte Felder eingrenzen ließe, sondern es ist ein allgemeines Prinzip der Fiktion: Es zeigt sich im theoretischen Bereich z.B. in der Vorstellung vom Atom, im praktischen Bereich in der Vorstellung von der Willensfreiheit und im religiösen Bereich in der Vorstellung von der Gnade. Sie alle sind logisch widerspruchsvoll, aber überaus ertragreich. Für Vaihinger steht jedenfalls fest: „Wir kommen im theoretischen, im praktischen und im religiösen Gebiet zum Richtigen auf Grundlage und mit Hilfe des Falschen.“ Damit gerät die Wahrheit in eine bedenkliche Nähe zu ihrem Gegenteil. Mehr noch: Sie ist sogar darauf angewiesen.

Fake, Fakt und Fiktion: Es versteht sich von selbst, dass ein zeitgenössischer Fake mit dem, was Vaihinger unter dem Begriff der Fiktion fasst, nicht gleichzusetzen ist. Doch teilt er mit ihr eine entscheidende Eigenschaft: dass er ein „bewusstfalsches“ Phänomen ist, zumindest aus der Perspektive derer, die ihn produzieren und mit ihm operieren, auch wenn sie damit nicht auf der Suche nach der Wahrheit sind, sondern ihre Wahrheit bzw. Interessen durchsetzen wollen. Vor allem aber lässt sich daraus die Frage ableiten, ob der Fake tatsächlich immer nur in Hinsicht darauf, inwieweit er gegen die Fakten verstößt, betrachtet werden muss – oder ob er nicht auch, ergänzend dazu, im Hinblick darauf analysiert werden kann, was er bei aller Falschheit an „Wissen“ zum Vorschein bringt und wie er konstruiert ist.

Jeder Fake hat etwas „Bewusstfalsches“ an sich, sonst wäre er kein Fake. Doch wenn er eine Wirkung erzielt, hat er immer auch etwas anderes an sich, das weder *richtig* noch *wahr* sein muss, aber zumindest *aufschlussreich*, wenn nicht gar *verräterisch*. Der Fake besitzt ein epistemisches Moment: Er transportiert eine Form von „Wissen“ und lässt sich folglich auch unter diesem Gesichtspunkt betrachten. Dies kann nicht nur im Sinne einer Berichtigung von Falschwissen geschehen, das sich anhand einer Faktenlage aufzeigen lässt, sondern auch im Sinne des „Wissens“, das in einen Fake investiert wurde und durch ihn aktiviert wird – und handelte es sich auf beiden Seiten auch nur um eine diffuse Gemengelage aus Vermutung und Verdacht oder gar aus Ressentiment und Hass.

Fakes brauchen Echoräume. Etwas muss mitschwingen, sonst verhalten sie im luftleeren Raum. Ein einzelner Spinner kann irgendetwas erzählen und verbreiten; wenn er damit auf keinen Echoraum stößt, wird ihn niemand hören – und es wird entsprechend auch keine Auswirkungen haben, was er sagt. Ein Fake hingegen, der Furore machen will, muss auf einen Resonanzboden fallen, um ein Erdbeben auslösen zu können.



Prof. Dr. Thomas Strässle ist Literaturwissenschaftler, lehrt an der Universität Zürich und leitet an der Hochschule der Künste Bern das spartenübergreifende Y Institut. Außerdem ist er Präsident der Max Frisch-Stiftung an der ETH Zürich und Mitglied der Kritikerrunde im Literaturclub vom Schweizer Fernsehen SRF.

Eine Perspektive, die nach den epistemischen Aspekten des Fakes *als einer Form von Fiktion* fragt, lässt sich in verschiedene Parameter unterteilen:

Wenn der Fake eine **Intention** bedingt, so lässt er sich befragen nach den *Absichten* derer, die ihn in die Welt gesetzt haben.

Wenn der Fake aus einer spezifischen Dialektik von **Wissen und Nichtwissen** resultiert, gibt er Aufschluss über die *Ansichten* derer, die ihn in die Welt gesetzt haben – und derer, die mit ihm erreicht werden sollen.

Wenn der Fake auf Verfahren wie **Plausibilisierung, Suggestion** und **Merging** setzt, lässt er sich nicht nur hinsichtlich der Faktenlage lesen, die er verletzt, sondern auch hinsichtlich der *Techniken und Strategien*, die er verwendet und verfolgt.

Und wenn ein Fake **Publizität** und **Identifikation** erzielt, lässt er sich befragen nach den *Echoräumen*, in denen er wiederhallt.

Dass Faktenchecks unerlässlich sind, steht außer Frage. Auch soll es keineswegs darum gehen, „Verständnis“ für diejenigen zu schaffen, die mit Fakes bewusstfalsche Informationen verbreiten und damit politisch zwielichtige oder gar kriminelle Absichten verfolgen. Vielmehr geht es um die Einsicht, dass Faktenchecks im Umgang mit Fakes nur Symptome bekämpfen: Sie versuchen, aus der Welt zu schaffen, was dort längst angekommen ist. Und es geht um die Einsicht, dass es in Ergänzung dazu eine zweite Perspektive braucht, die den Fokus auf die Faktizität um den Aspekt der Fiktionalität erweitert – in der Aufklärung, wie sie hier versucht wurde und die sich sicher noch ergänzen ließe.

Was verrät ein Fake? Es geht mit einem Wort darum, im Umgang mit Fakes das Verb „verraten“ in einem doppelten Sinne zu lesen. *Was verrät ein Fake?* im Sinne von: Welche Sachlage verletzt er, gegen welche Fakten verstößt er? Aber eben auch: *Was verrät ein Fake?* im Sinne von: Was gibt er preis über sich selbst sowie die Mechanismen und Strategien, denen er sich verdankt? Wenn der Fake zwei Seiten hat, so erfordert er auch den doppelten Blick.

Dieser Beitrag beruht auf Thomas Strässles Buch *Fake und Fiktion. Über die Erfindung von Wahrheit*.



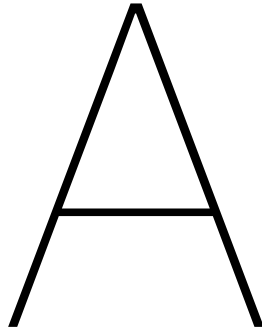
© Courtesy The Film Foundation / World Cinema Project

*Manila*

# DIE VIELEN FACETTEN DES ERWACHSEN- WERDENS

Die Retrospektive 2023 „Young at Heart - Coming of Age at the Movies“ auf der 73. Berlinale

**Die Retrospektive der 73. Internationalen Filmfestspiele Berlin widmete sich in diesem Jahr Filmen über das Erwachsenwerden - kurz: dem Coming-of-Age-Genre. Ziel war es, die Lebens- und Erfahrungswelten von Heranwachsenden in den Fokus zu rücken, das Jungsein zu feiern und damit das Versprechen auf eine andere Zukunft zu verbinden. Dazu wurden insgesamt 28 Filme von 28 Kurator\*innen aus 16 Ländern ausgewählt. Die Leitung der Retrospektive übertrug die Auswahl verschiedenen Filmschaffenden, die der Berlinale verbunden sind.**



TEXT: MORITZ STOCK

usgewählt wurden einerseits Kinder- und Kindheitsfilme wie der iranisch-japanische Beitrag *Ein Sack Reis* (1996), der UdSSR-litauische *The Beauty* (1969) oder der amerikanische *Der kleine Ausreißer* (1953), andererseits aber auch Filme mit Protagonisten, die biografisch zwischen Kindheit und Jugend stehen, wie das nostalgische amerikanische Coming-of-Age-Drama *Now and Then - Damals und heute* (1995) oder das französische Sozialdrama *Lärm und Wut* (1988). Dazu kamen Coming-of-Age-Filme über Jugendliche, welche an der Schwelle zum frühen Erwachsenenalter stehen, wie das ikonische amerikanische Coming-of-Age-Drama ...*denn sie wissen nicht, was sie tun* (1955) oder das indische Drama *Der Unbesiegbare* (1956). Zuletzt wurden auch Entwicklungsgeschichten über Protagonisten im Erwachsenenalter gezeigt wie in dem französisch-polnisch-schweizerischen Trauerdrama *Drei Farben - Blau* (1993) und der amerikanischen Komödie *Und täglich grüßt das Murmeltier* (1993).

Gerade bei letzterem Film wurden die unterschiedlichen Herangehensweisen bei der Auswahl deutlich: Die deutsche Regisseurin Nora Fingscheidt begründete ihre ungewöhnliche Wahl damit, dass die Komödie mit Bill Murray ihre erste bewusste Filmerfahrung gewesen sei und die Gefühlswelt der bereits erwachsenen Hauptfigur durchaus der von Jugendlichen entspreche: „Er fühlt sich einsam, missverstanden und umgeben von Idioten“ (Deutsche Kinemathek 2023).

Biografische Gründe führte auch der philippinische Regisseur Lav Diaz an. Der Film *Manila* (PHI 1975) habe ihn als Student gelehrt, „dass Kino nicht nur Unterhaltung, sondern ein mächtiges diskursives Medium ist, in dem für die Menschheit drängende und wichtige Themen verhandelt werden“ (ebd.), während die französische Regisseurin Céline Sciamma sich rückblickend wünschte, dass sie das Dokudrama *Not a Pretty Picture* (USA 1976) als Jugendliche gern gesehen hätte, weil dieser Film sehr unmittelbar und eindrücklich ein gerade für Jugendliche wichtiges Wissen über „eine Kultur des Missbrauchs als auch über den Widerstand gegen diese Kultur vermittelt“ (ebd.).

Einen dezidiert politischen Bezug stellte auch der iranische Regisseur Mohammad Rasoulof her, der 2022 wegen angeblicher Volksverhetzung verurteilt worden war. Aus dem Evin-Gefängnis schreibend, wählte er Werner Herzogs Film *Jeder für sich und Gott gegen alle* (BRD 1974) mit der Begründung aus, dieser Film habe ihn schon als jugendlicher fasziniert und zeige metaphorisch in der Figur des Kaspar Hauser, wie dessen Wille ihn „durch die Zwänge der Macht zum Opfer macht“ (ebd.), womit eine Brücke zur aktuellen politischen Situation im Iran geschlagen werden könne.

## Erwachsenwerden als Rebellion, Flucht und Anpassung

Bei der Sichtung der 28 Filme wurde schnell die politische Haltung vieler ausgewählter Filme deutlich, die Möglichkeiten jugendlicher Rebellion waren ein wiederkehrendes Thema. Erwachsenwerden bedeutet das Hineinwachsen in eine bereits bestehende Welt mit festgelegten Werten und Normalitätsvorstellungen, gegen die sich die dargestellten jugendlichen Figuren nicht selten aufzulehnen versuchen.

Besonders eindrucksvoll zeigt dies der Film *Vogelfrei* (F 1985) der kürzlich verstorbenen Nouvelle-Vague-Regisseurin Agnès Varda: Darin sucht eine junge Landstreicherin

nach einem freien, ungebundenen Leben abseits gesellschaftlicher Erwartungen. Durch die Vorwegnahme ihres Erfrierungstodes in der Eingangssequenz wird ein vermeintliches Scheitern jugendlicher Ausbruchsfantasien gezeigt. Indem der Film im weiteren Verlauf aber auch unterschiedliche Reaktionen von Menschen zeigt, denen die junge Frau auf ihrem Weg begegnet ist und die von Ablehnung bis Faszination reichen, thematisiert der Film auch, wie Jugendliche eine andere, den gesellschaftlichen Normalitätsvorstellungen widersprechende Lebensweise vorleben und damit inspirierend wirken können.

Ausbrechen will auch das junge Paar in dem senegalesischen Film *Touki Bouki* (1973), welches in einem Slum bei Dakar aufwächst, aber von Paris träumt. So verhandelt der Film über eine assoziative Montage die Entstehung jugendlicher Träume und in welcher Verbindung diese mit der Kolonialgeschichte des Senegals stehen. Die Suche nach einem anderen Leben führt den Fischerjungen Julio in dem philippinischen Drama *Manila* vom Strand in das urbane Manila, wo ihn jedoch kein besseres Leben erwartet. Der Film erzählt sozialrealistisch von Solidarität, Korruption und einer jungen Liebe, die sich unter den Vorzeichen der Marcos-Diktatur wiederfindet, aber an den gesellschaftlichen Realitäten zerbricht.

Mehrere Filme der Retrospektive thematisieren vergebliche Ausbruchsversuche junger Menschen. In Sofia Coppolas *The Virgin Suicides* (USA 1999) bleibt ein Roadtrip und damit die Flucht von fünf Schwestern aus der amerikanischen Vorstadt und ihrem eingengenden Familienleben nur ein Traum, und auch in dem französischen Sozialdrama *Lärm und Wut* kann sich die junge Hauptfigur Bruno nicht aus einem immer wieder neu beginnenden Kreislauf der Gewalt befreien. Sehr ambivalent erzählt auch der Film *Sugar Cane Alley* (F 1983) von Rebellion, Flucht und den Möglichkeiten sozialer Integration: Der Film spielt 1930 in einem abgelegenen Dorf auf der Karibikinsel Martinique und handelt von dem Waisenjungen José, der bei seiner Großmutter aufwächst und als Erster im Dorf lesen und schreiben lernt. Im Mittelpunkt steht kein Heranwachsender, der unbedingt sein Heimatdorf verlassen will, dies aber tun muss, um überhaupt eine weiterführende Schule besuchen zu können. Damit wird auch die Frage aufgeworfen, wer in Coming-of-Age-Erzählungen gezwungen wird, sein gewohntes Umfeld zu verlassen und wer frei darüber entscheiden kann. Auch hier wird eine individuelle Entwicklungsgeschichte mit übergeordneten gesellschaftspolitischen Themen verknüpft. Dies tut auch Bernardo Bertoluccis *Vor der Revolution* (I 1964), ein Film, der in den 1960er-Jahren im italienischen Parma spielt und von einem Studenten aus dem Bürgertum erzählt, der mit dem Marxismus sympathisiert, am Ende aber die konservativen Werte seiner Familie übernimmt. Das Erwachsenwerden ist hier mit einer Anpassung und Abkehr von den Idealen der Jugend verbunden.



Vogelfrei, *Touki Bouki*,  
*Sugar Cane Alley*

## Erwachsenwerden als filmkünstlerisches Experiment

Auch formal rebellieren einige der ausgewählten Filme gegen konventionelle ästhetische Normen: Zu nennen ist die elliptisch-essayistische Struktur in *Vor der Revolution*, die assoziative Verknüpfung von Szenen und Motiven im Film *Touki Bouki*, in dem Träume von Paris mit Schlachthauszenen montiert werden, das Spiel mit Werbeästhetiken in *The Virgin Suicides* oder die Verschränkung von dokumentarischen und fiktionalen Aufnahmen in *Not a Pretty Picture*. Der tschechoslowakische Film *Tausendschönchen* (1966) der Regisseurin Věra Chytilová erzählt nicht nur von zwei Freundinnen, die ihre Alltagswelt auf den Kopf stellen, sondern demonstriert mit seinem assoziativen Collage-Stil auch, was im Kino an stilistischen Experimenten möglich ist. In ihrem unaufhaltsamen Aufstand zerstören die Freundinnen schließlich auch das Filmmaterial.

## Erwachsenwerden als Suche nach sexueller Selbstbestimmung

Wiederholt ging es auch um das Hineinwachsen in Geschlechterrollen, um das Aushandeln unterschiedlicher Formen des Begehrens. Am Coming-of-Age-Drama ... *denn sie wissen nicht, was sie tun* mit James Dean in der Hauptrolle lässt sich zeigen, wie in den 1950er-Jahren während der Zensurbestimmungen durch den Hays Code eine queere Figur (nicht) sichtbar wurde. So kann die Nebenfigur Plato als queer gelesen werden, am

**Literatur:****Deutsche Kinemathek:**

*Young at Heart – Coming of Age at the Movies. Statements der Filmemacher\*innen.* In: Insights – das Magazin der Kinemathek. Berlin 2023. Abruflbar unter: <https://www.deutsche-kinemathek.de> (letzter Zugriff: 09.03.2023)

Ende muss sie aber sterben, während das heterosexuelle Paar kurz darauf zueinander findet. So mündet die im Film dargestellte Rebellion nicht in heterosexuelle Konventionen unterlaufenden Beziehungskonstellationen. Der queere Subtext ist in diesem Film der 1950er-Jahre noch nicht zum Text geworden.

Der von Karoline Herfurth ausgewählte australisch-französische Film *Muriels Hochzeit* (1994) erzählt die Geschichte der 22-jährigen arbeitslosen Muriel, die noch bei ihren Eltern lebt, „Abba“ liebt, von einer Hochzeit träumt und aus ihrer australischen Kleinstadt ausbricht, um im fernen Sydney in einem Brautmodengeschäft ihr Glück zu finden. Am Ende hinterfragt der Film heteronormative Vorstellungen eines vermeintlich glücklichen Erwachsenenlebens und stellt ihnen eine solidarische Freundschaftsbeziehung gegenüber. In dem französischen Coming-of-Age-Drama *Auf das, was wir lieben* (1983) versucht die 16-jährige Suzanne, sich gegen die rigiden, mit Gewalt durchgesetzten Moralvorstellungen ihrer Familie zu behaupten, um ihre eigene Sexualität frei und selbstbestimmt zu erkunden und auszuleben.

Mehrere Filme thematisierten im Jugendalter erfahrene sexuelle Gewalt. Für Irritationen sorgte der in einer langen Plansequenz dargestellte versuchte sexuelle Übergriff eines Schülers auf eine Mitschülerin in dem japanischen Schuldrama *Typhoon Club* (1985). Der Film verknüpft wiederholt jugendliche Ausgelassenheit mit plötzlichen Gewaltausbrüchen und thematisiert damit die Regellosigkeit jugendlicher Lebenswelten, in denen eine kaum zu bremsende Energie immer wieder in Gewalt umschlagen kann. Das Dokudrama *Not a Pretty Picture* der amerikanischen Filmemacherin Martha Coolidge zeigt dagegen, wie die Regisseurin versucht, eine Vergewaltigung, die sie selbst als Jugendliche erlitten hat, filmisch durch eine Spielfilmhandlung zu rekonstruieren. Auf sehr reflektierte und zugleich drastische Weise setzt sich der Film mit filmischen Repräsentationspolitiken auseinander und problematisiert, inwiefern das Medium Film patriarchale Gewalt aufdecken und in Zukunft verhindern kann.

## Divergierende Blickwinkel auf das Erwachsenwerden

Die Gewalt männlicher Blickstrukturen thematisiert schließlich auch Sofia Coppolas Film *The Virgin Suicides*, bei dem das Heranwachsen fünf junger Mädchen in der amerikanischen Vorstadt vornehmlich aus der Perspektive der Nachbarsjungen erzählt wird. Dieser Film stellt auch grundsätzliche Fragen nach der Perspektive, aus der Coming-of-Age-Filme erzählt werden. Inwiefern wird aus männlicher, weiblicher, jugendlicher oder erwachsener Perspektive erzählt und inwiefern lassen sich die z. T. sehr diffusen Gefühls- und Erfahrungswelten von Jugendlichen überhaupt mit dem Oberflächenmedium Film einfangen?

In den Filmen werden unterschiedliche Perspektiven und Blickwinkel eingenommen: In *Now and Then – Damals und heute* wird das Erwachsenwerden im Rückblick auf einen besonderen Sommer im Jahr 1970 erzählt, das New-Hollywood-Drama *Die letzte Vorstellung* (USA 1971) blickt aus der Perspektive der 1970er-Jahre auf das amerikanische Kleinstadtleben der 1950er-Jahre und reflektiert dabei auch die Bedeutung des Kinos für Heranwachsende. Neben den Erzählinstanzen ist auch die Kameraeinstellung entscheidend: So ist die bewegliche Handkamera in *Der kleine Ausreißer* stets auf Augenhöhe mit dem 7-jährigen Joey, wir begleiten ihn bei seinen Erlebnissen im New Yorker Vergnügungspark Coney Island und sehen die Welt mit seinen Augen. Ähnlich verfährt der Film *The Beauty*, in dem wir die 6-jährige Inga begleiten.

Insgesamt versammelte die Retrospektive eine beeindruckende Bandbreite filmischer Coming-of-Age-Erzählungen: Kanonisierte Klassiker standen neben bislang kaum gesehenen Neuentdeckungen. Dabei zeigten Filme wie die iranischen Kinderfilme *Wo ist das Haus meines Freundes?* (1987) und *Ein Sack Reis* auch, was ein bereits erwachsenes Publikum von Kindern an Solidarität und Menschlichkeit lernen kann. Dadurch, dass die Filme für ein internationales Filmfestival im Original mit englischen Untertiteln gezeigt wurden und es keine direkte Kooperation mit Schulen gab, blieb ein jüngerer Publikum leider weitgehend außen vor. Gerade dieses Publikum aber wäre vielen der ausgewählten Filme zu wünschen.



Moritz Stock, M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Siegen im Arbeitsbereich „Medien und Kommunikation“. Er beschäftigt sich in seinem Dissertationsprojekt mit filmischen Coming-of-Age-Narrationen.

Das Fernseharchiv

# Der Fall: *Sielmann 2000*

TEXT: CHRISTIAN RICHTER

## „Wie ist es nur möglich, daß ein Sender in unserer demokratischen Medienlandschaft eine derartige Diktatur aufbaut?“<sup>1</sup>

Der sonst besonnen auftretende Tierfilmer Heinz Sielmann zeigte sich gekränkt und entsetzt, nachdem die ARD entschieden hatte, künftig nicht mehr mit ihm zusammenarbeiten zu wollen. Dabei war er kurz zuvor als „Eckpfeiler in der ARD“ gelobt und seine Sendung als derart zentral beschrieben worden, dass diese „aus dem Programm gar nicht mehr wegzudenken“ sei (Westphal 1991). Was war geschehen?

Bis zum Herbst 1991 galt Heinz Sielmann als ein beliebtes Gesicht des NDR. Er genoss nicht nur ein internationales hohes Ansehen, sondern auch einen großen Publikumszuspruch. Insbesondere in seiner Reihe *Expeditionen ins Tierreich*, die ab 1965 sechsmal im Jahr zur besten Sendezeit im Ersten lief, zeigte er so nah und detailliert wie nie zuvor das Leben, das Verhalten und

die Interaktionen von Wildtieren in ihren natürlichen Umgebungen. Seine blumigen, vermenschlichen Sprachbilder und seine angenehm ruhige Erzählweise verhalfen den Filmen zwar zu einer „permanenten Possierlichkeit“ (Niedenthal 2006), verschleierten jedoch, mit welchem Einsatz diese entstanden. Bezugnahmen auf aktuelle Verhaltensforschungen, Dreharbeiten an den abgelegensten Orten der Welt, innovative Film- und Beobachtungsmethoden sowie enorme Ausdauer waren die Voraussetzungen für seine außergewöhnlichen Werke. Unbestritten war Heinz Sielmann am Ende der 1980er-Jahre eine deutsche Ikone, die fest zum kollektiven deutschen Fernsehgedächtnis gehörte.

Allein im Rahmen von *Expeditionen ins Tierreich* hatte er bereits rund 150 Beiträge produziert, als er im Jahr 1987 mit seinem Kollegen Lutz Bergmann das Konzept für ein neues Format entwickelte und dieses zwei Jahre später seinem Hausender NDR vorlegte. Darin plante er, an die Drehorte seiner früheren Dokumentationen zurückzukehren, um auf diese Weise die Zerstörung der Natur durch den Menschen zu veranschaulichen. Nach Angaben von Sielmann war das Projekt auf ein anfängliches Interesse gestoßen, allerdings ließ die Umsetzung auf sich warten: „Alle waren begeistert, passiert ist nichts“ (Tennigkeit 1991). Dieses Zögern sorgte bei Sielmann für großen Unmut.



© Heinz Sielmann Stiftung



Als dann Lutz Bergmann im Jahr 1990 zum Unterhaltungschef des aufstrebenden Privatsenders RTLplus ernannt wurde, ergab sich die Möglichkeit, Sielmanns Herzensprojekt dort zu platzieren. Und so produzierte er seine Filme erstmals für das kommerzielle Fernsehen. Über dieses neue Engagement war sein bisheriger Arbeitgeber wenig begeistert. Schließlich galt damals in der ARD die sogenannte Konkurrenzschlussklausel, nach der es „programmprägenden Persönlichkeiten“ untersagt war, gleichzeitig im eigenen Programm und bei privaten Anbietern in Erscheinung zu treten. Mit diesem Grundsatz versuchte man, eine Abwanderung der Sendergesichter an die erstarkende Konkurrenz zu verhindern. Der damalige Programmdirektor des NDR, Jürgen Kellermeier, der auch innerhalb der ARD für *Expeditionen ins Tierreich* zuständig war, setzte sich noch für Sielmann ein und kritisierte die Regelung öffentlich: „Diese Grundsatzentscheidung ist nicht elastisch genug. Man muß unter der Würdigung des Einzelfalls Ausnahmen machen können“ (Kellermeier in: dpa 1991). Doch es half nichts. Eine Abstimmung unter den Programmdirektoren ergab, dass Heinz Sielmann fortan nicht mehr im Programm der ARD auftreten durfte. Damit wurde er das erste prominente Opfer der umstrittenen Klausel, die nur wenig später nicht mehr eine solch strenge Anwendung finden sollte.

Diese Entscheidung provozierte Sielmanns eingangs zitierten Vorwurf gegen die Anstalt. In seinen Augen galt „es längst nicht mehr als anstößig beim Fernsehen, auch einmal ‚fremdzugehen‘“ (ebd.) Sein Schimpfen blieb unbeachtet. Aus einer schon angesetzten Ausgabe von *Expeditionen ins Tierreich* über Grönland wurde Sielmann kurzerhand herausgeschnitten und durch einen anderen Kommentator ersetzt. Die Zuschauenden erhielten dazu lediglich den kurzen Hinweis, dass Sielmann die Sendung wegen

„anderweitiger Verpflichtungen“ nicht moderieren könne. So unrühmlich endete eine über 30-jährige Zusammenarbeit.

Unter großer medialer Aufmerksamkeit und dem progressiven Titel *Sielmann 2000 – Rückkehr in die Zukunft* feierte die neue Reihe am 3. Oktober 1991 im Abendprogramm von RTLplus ihre Premiere. Am Montagabend um 21.15 Uhr reiste der mittlerweile 74-jährige Heinz Sielmann fortan im monatlichen Abstand erneut in die Nebelwälder von Afrika, auf die Galapagosinseln, an die Quelle des Amazonas, in die Wälder Kanadas oder in die Gebirge von Mitteleuropa. Hierbei kombinierte er aktuelle und frühere Filmaufnahmen derart miteinander, dass ein erschreckender Beweis entstand, wie sich die paradiesischen Naturräume in den vergangenen Jahren durch den Einfluss des Menschen verändert hatten. Untermalt waren die Dokumentationen mit Sielmanns sonorer Stimme und mit sphärischen Klängen, die der Sänger Michael Holm zusammen mit dem Komponisten Kristian Schultze, den Münchner Symphonikern und dem Gitarrenspieler Johan Daansen extra dafür produzierte. Ergänzend zur Sendung waren ein begleitender Bildband sowie die jeweilige Episode kurz nach ihrer TV-Ausstrahlung als Video käuflich erhältlich.

*Sielmann 2000* lieferte beeindruckendes Fernsehen mit einem ernst gemeinten Anliegen. Dennoch reichte all das offenbar nicht aus, denn der Zuspruch blieb verhalten. Zu fremdartig wirkte das Projekt wohl zwischen all den alten Krimis und schrill-schrägen Shows, die das Bild von RTLplus damals sonst prägten. Weil zudem die Produktionskosten sehr hoch waren, wurden von ursprünglich 13 geplanten nur zehn Folgen realisiert und ausgestrahlt.

Nach diesem Rückschlag drehte Sielmann ab 1993 noch eine kurze Serie für SAT.1, in der er unter dem Titel *Der Heinz Sielmann Report* die Bedrohung von einheimischen

Tierarten und Lebensräumen durch Tourismus und Verkehr in den Blick nahm. Diese Filme konnten aber auch nicht mehr die Sehbeteiligungen erreichen, die Sielmann einst erzielt hatte. Danach beendete er seine Arbeit für das Fernsehen, wodurch *Sielmann 2000* letztlich den Zirkelschluss, den Höhepunkt und das Ende der langen Karriere von Heinz Sielmann darstellte.

Obwohl die Reihe nicht den Einfluss entfalten konnte, den sich Sielmann erhofft hatte, bildete sie einen wichtigen Ausgangspunkt für die Gründung seiner nach ihm benannten Stiftung im Jahr 1994. Diese schafft bis heute durch den Kauf von großen Landflächen Biotope und Schutzreservate für bedrohte Arten und erhält sie – auch, um mit ihnen Kinder und Jugendliche für den Naturschutz zu begeistern.

#### Anmerkung:

1 Heinz Sielmann in: dpa. A.a.O., 24.09.1991

#### Literatur:

dpa: *Tierfilmer zu RTLplus*. In: taz, 24.09.1991, S. 18

Niedenthal, C.: *Nachruf. Poet von Wald, Wiese und Wüste*. In: taz, 09.10.2006, S. 21

Tennigkeit, U.: *Buhmann oder Opfer?* In: Hörzu, 36/1991, 30.08.1991, S. 16

Westphal, R.: *An die Zuschauer denkt keiner*. In: Hörzu, 36/1991, 30.08.1991, S. 16



Dr. Christian Richter ist Fernseh- und Medienwissenschaftler und Referent für Medienbildung. Er beschäftigt sich mit der Theorie und Programmgeschichte des Fernsehens und den Mechanismen und Ästhetiken von On-Demand-Angeboten sowie mit Medienbildung und Digitaler Bildung.



# Medien for Future

Handeln für den Klimaschutz



Längst ist sich die Wissenschaft einig, dass eine vom Menschen verursachte Klimakatastrophe droht und dringender Handlungsbedarf besteht - nicht nur für Politik und Wirtschaft, sondern auch für jeden Einzelnen. Den Medien kommt dabei eine entscheidende Rolle zu: Einerseits sind sie Teil des Problems, denn auch sie verursachen in erheblichem Maße Umweltverschmutzung und CO<sub>2</sub>-Emissionen. Vor allem aber transportieren sie andererseits fundiert-theoretisches Expertenwissen in die breite Gesellschaft und moderieren die Debatte.

*mediendiskurs* beschäftigt sich damit, wie eine geeignete Nachhaltigkeitskommunikation aussehen kann und wie Journalist\*innen den Transformationsprozess begleiten können. Auch die Umsetzung einer grünen Filmproduktion ist ein wichtiges Thema. Nicht zuletzt geht es aber auch darum, Marketingstrategien zu identifizieren, die mit vermeintlicher Nachhaltigkeit für Unternehmen werben, die nicht ernsthaft am Umweltschutz interessiert sind.

„Schönreden ist  
jedenfalls Quatsch!“



Prof. Dr. Maja Göpel ist Politökonomin, Expertin für Nachhaltigkeitspolitik und Transformationsforschung. Sie sagt: „Aus der Notwendigkeit, zu handeln, kommen wir nicht heraus.“ Um der Klimakrise zu begegnen, müsse die Gesellschaft anfangen, Dinge umzusetzen, statt immer nur auf Gradzahlen zu starren.

JAN FREITAG IM GESPRÄCH MIT MAJA GÖPEL

**Wann wurde Ihr Interesse am Umweltschutz erst zur Berufung, dann zum Beruf?**

Vermutlich vor der UN-Klimakonferenz 2001 in Bonn, bei der ich zwar nicht akkreditiert war, aber trotzdem an vielen der Side Events teilgenommen habe. Mich hatte das Thema „Nachhaltigkeit“ im Studium zur Medienwirtin angetrieben und meine Diplomarbeit ist der Nachhaltigkeitskommunikation gewidmet. Aber in die Politikprozesse eingestiegen bin ich erst, als ich dort mit Leuten wie Klaus Töpfer geredet und direkt mit anderen eine europäische Jugendorganisation gegründet habe.

**Das ist mehr als 20 Jahre her. Seither gab es bei ungebremst steigenden Emissionen viele Klimagipfel voll ehrgeiziger Abkommen mit zwei Zahlen, die den politökonomischen Diskurs bestimmen: 1,5 oder 2 Grad maximale Erderwärmung. Können wir die aus Ihrer Sicht noch erreichen?**

Ich finde schon die Frage nicht allzu hilfreich. Im Prinzip ist es zwar richtig, wissenschaftlich fundierte Ziele so zu setzen, dass wir die Überschreitung bestimmter CO<sub>2</sub>-Budgets verhindern, von denen wir wissen: Sie ziehen sehr viele sehr gravierende Konsequenzen nach sich, deren Gesamtvolumen kaum vorhersehbar wäre. Deshalb würde es nicht nur sehr teuer werden, sondern auch sehr viele Dinge, die wir heute noch gewohnt sind, unmöglich machen, wenn wir diese Nutzungsgrenzen überschreiten.

**Warum ist die Frage nach Gradzahlen kontraproduktiv?**

Weil wir anhand dieser Budgets rückwärts rechnen sollten, wie viel CO<sub>2</sub> wir in welcher Zeit noch verbrauchen dürfen, und einen Transformationspfad bauen, den man daran messen muss, ob die Maßnahmen im richtigen Verhältnis zum Ziel stehen. Wenn wir jedoch direkt nach der Zielvereinbarung diskutieren, ob die 1,5 oder 2 Grad überhaupt noch erreichbar sind, anstatt einfach das, was wir wissen,

so schnell wie irgend möglich umzusetzen, verlabern wir weiter unsere Chancen und erwecken den Anschein, als ob es sich sonst nicht mehr lohne, als ginge es um einen Schalter, Klimawandel an oder aus. Dabei geht es darum, dass auch 2 Grad noch viel, viel, viel besser sind als 3 Grad Erhitzung. Aus der Notwendigkeit, zu handeln, kommen wir also gar nicht heraus.

**Die Botschaft lautet also?**

Weder wie ein Reh im Scheinwerferkegel aufs heranahende Temperaturziel zu starren, noch wie ein Faultier irgendwann vom brennenden Baum zu plumpsen, sondern sich klarzumachen: 1,6 Grad sind viel besser als 2 Grad. Und 2,1 Grad viel besser als 3. Denn die will wirklich niemand von uns erleben.

---

„Auch 2 Grad sind noch viel, viel, viel besser als 3 Grad Erhitzung.“

---

**Bedeutet das aus krisenkommunikativer Sicht demnach, bei den Zielmarken möglichst unkonkret zu bleiben und dafür das Mindset der Menschen so zu beeinflussen, dass sie zur Veränderung der Wegmarken bereit sind?**

Beides ist wichtig. Wir brauchen quantifizierbare Zielgrößen, sonst ist ja unklar, wie schnell wir agieren sollten. Aber wir brauchen eben genau die vielen kleinen Zwischenziele, die dann zeigen, ob wir auf Kurs sind. Also ob wir es jetzt schaffen, den Trend zu drehen, anstatt schon wieder mehr Emissionen als zuvor auszustößen. Denn je weniger das infrage gestellt wird und umso konsequenter die Lenkungswirkung der

politischen Mittel auf die Zielmarken ausgelegt und ihre Wirkung gemessen wird, umso eher werden auch die Aufmerksamkeit und die Alltagspraxis der Menschen verändert.

### **Was bedeutet das für die politische und publizistische Kommunikation?**

Dass die Menschheit darin als lernbereite, anpassungsfähige und kreative Spezies dargestellt wird, die ihre Zukunft selbst gestalten kann, sofern sie sich nicht von einem Konsum-, Bequemlichkeits- und Anspruchsnarrativ unterwerfen lässt, das wir mit viel Geld dahinter normalisiert haben.

### **Aber wenn nur eine Minderheit bereit ist, persönlich Konsequenzen zu ziehen - reichen da Appelle an die Eigenverantwortung? Oder muss die Gesetzgebung ran?**

Sowohl als auch. Wobei wir hier mal wieder vorsichtig sein sollten mit solch hypothetischen Spielen und Framings, die nicht den empirischen Befunden entsprechen: Wiederholt geben 80 % der Deutschen an, dass Klimaschutz unter den Top 2 bis 3 der wichtigsten Themen für sie ist. Ja, es gibt den Gap zwischen Sagen und Im-Alltag-Tun.

### **Ein gewaltiger Gap sogar...**

Darum ist es zentral, dass wir die rechtlichen Rahmenbedingungen und politischen Strategien, in denen Industrie- und Lebensmittelproduktion, Mobilität oder Infrastrukturen geplant, subventioniert, angereizt und gefördert werden, neu ordnen, damit Nachhaltigkeit zum Standard und für alle überall zugänglich wird.

Damit entwickeln wir dann auch hier die Lösungen, die im 21. Jahrhundert Chancen auf globale Verbreitung haben. Dieser Kreislauf muss so kommuniziert werden, dass jene, die überzeugt werden wollen, auch überzeugt werden können.

### **Das bremsen konservative Politiker\*innen im Rahmen ihrer Wahlzyklen allerdings gern mit der Floskel aus, alle mitnehmen zu müssen, also nicht ständig mit Konsequenzen und Wahrheiten zu verschrecken.**

Wie schon angedeutet, lassen sich mittlerweile theoretisch 80 %, die den Klimawandel als reale Bedrohung betrachten, sehr wohl mitnehmen. Diese Menschen sind in großer Sorge, aber in noch größerer davor, dass Politik, Wirtschaft und die Medien zu wenig dagegen unternehmen. Das heißt, dieses Rumdrücken, Wahrheiten zu unterschlagen, beeinträchtigt das Vertrauen in die politische Handlungsfähigkeit weit mehr, als sie klar zu formulieren. Das Überforderungsnarrativ hinkt

der öffentlichen Wahrnehmung extrem hinterher – was sich auch darin zeigt, dass Politiker wie Robert Habeck, der unbequeme Wahrheiten offener ausspricht, im Sympathieranking weiter oben stehen als jene, die zögern. Wer Probleme transparent benennt, kommt in den Lösungsmodus, wer sie verschweigt, schürt Ängste ob versteckter Agenden.

### **Welche Rolle spielen wir, die Medien, um, wenn schon keinen Konsens, so doch wenigstens allgemeine Akzeptanz unwiderlegbarer Realitäten zu erzielen?**

Durch umfassende, ausgewogene Informationen. Dauerhaft. Es gibt da z.B. die Initiative KLIMA<sup>o</sup> vor acht, die einerseits um ehrliche Aufklärung über den Stand des Klimawandels und der restlichen CO<sub>2</sub>-Budgets bemüht ist, andererseits mehr mediale Aufmerksamkeit für Lösungen zur Primetime fordert. Menschen lernen unter drei Motivationsfaktoren: moralisch, um schlechte Zustände zu beenden; innovativ, um bessere Zustände zu erreichen; und komparativ, indem sie etwas Überzeugendes nachmachen. Berichterstattung, die beschreibt, was ist, wie es sich verbessern lässt und was das Einzelnen ebenso wie allen anderen bringt, ist zielführende Berichterstattung.

---

„Wer Probleme transparent benennt, kommt in den Lösungsmodus, wer sie verschweigt, schürt Ängste ob versteckter Agenden.“

---

### **Die sozialen Medien führen zwar zur Erweiterung und damit Demokratisierung der Debattenräume, andererseits aber auch zu deren Radikalisierung?**

Die Plattformen an sich bieten zunächst mal allen gleichermaßen Platz zur Entfaltung. Aber durch die Algorithmisierung der Beitragspräsenz werden negative Emotionen und Tabubrüche bekanntlich schneller nach oben gespült. Das verzerrt die Wahrnehmung dessen, was inzwischen als normal gilt. Auch was die Umgangsformen betrifft, hat es eine Erosion zum Negativen gegeben. Auf der

anderen Seite sehen wir aber, wie aufklärerische Positionen dank Social Media eine Präsenz kriegen, die auf den Plattformen klassischer Medien kaum möglich wäre.

#### **Ein Rezo z. B....**

... Oder auch Mai Thi Nguyen-Kim, die ebenso wie viele Podcaster\*innen ihre Informationen in einer Form und Frequenz verbreitet, mit denen tradierte Medien schwerer klarkommen oder sie nun kopieren und bei sich einbauen. Eine Rückbesinnung auf die Funktion von Medien als vierte Gewalt ist aber aus meiner Sicht noch etwas anderes und kann nur funktionieren, wenn das Spielfeld Debattenräume sorgfältig kuratiert und Beiträge gut recherchiert werden. Einen solchen Schutzraum gibt es auf Social-Media-Kanälen natürlich nicht. Ich merke ja bei mir selbst, wie ich mich vor manchen Tweets frage, ob ich die Kraft habe, das Feuer zu parieren.

#### **Als Wissenschaftlerin oder als Frau?**

Beides, aber Letzteres ist die schwerere Rolle. Selbst Wissenschaftlerinnen, die nie persönlich werden, werden nachweislich anders und öfter als ihre Kollegen auf einer sehr persönlichen Ebene dafür attackiert, wie sie reden, aussehen, agieren. Schutzräume, in denen sich Menschen aller Art trauen, Dinge barrierefrei darzulegen, müssen wir als zivilisatorische Errungenschaften verteidigen.

#### **Was ist da Ihr Ratschlag als wissenschaftliche Publizistin an Gleichgesinnte, die sich gegen eine kleine, aber sehr laute Minderheit behaupten müssen: dagegenhalten oder ignorieren?**

Da gibt es mehrere Strategien, aber die wichtigste vorweg: Ich halte bei direkten Angriffen oft gegen, würde aber niemals Menschen persönlich, also anders als evidenzbasiert angehen. Mir geht es daher selten um Einzelfälle, sondern ich versuche, die Muster aufzuzeigen, die sich abspielen. Also nicht, dass ich als Frau angegriffen werde, sondern dass diese Form von Angriff nachweislich Frauen viel häufiger trifft. Mir ist an Transparenz über die strukturelle Verhältnismäßigkeit gelegen.

#### **Aber weil diese Verhältnismäßigkeit tendenziell eine strukturelle Unverhältnismäßigkeit zugunsten der Lauten, Brutalen, Bauchorientierten ist, fragen sich die Leisen, Friedfertigen, Vernunftbegabten langsam: Sollten wir nicht auch mal zurückpöbeln?**

Bei mir persönlich endet der Versuch der Überzeugung spätestens nach zwei Schritten, in denen die andere Seite zeigt, dass es ja gar nicht um die

Inhalte geht. Aber zurückpöbeln? Als Wissenschaftlerin möchte ich einfach mit Fakten und Quellen arbeiten, nicht mit Beschimpfungen. Denn viel schlimmer ist ja, dass viele der Zivilisierten den Diskursraum verlassen, wenn es zu fies wird.

#### **Wenn Sie bei bloßer Wissenschaftskritik taktvoll bleiben - wie ist es dann bei der nächsthöheren populistischen Zündstufe: manifester Wissenschaftsfeindlichkeit, die Haltung mit Wissen gleichsetzt und YouTube-Videos höher gewichtet als evidenzbasierte Forschung?**

Diese Personen können Sie sowieso nicht medial, sondern nur im persönlichen Austausch erreichen. Ich bin keine Medienwissenschaftlerin, finde aber interessant, was Bernhard Pörksen als solcher dazu gesagt hat: Wichtiger als Debunking, also die reaktive Widerlegung von Fake News, sei Prebunking – die aktive Vorbeugung wissenschaftsfeindlicher Behauptungen, bevor sie zum Trend werden. Zugleich sollten wir uns aber davor hüten, solche ersten Behauptungen zu Trends hochzuschreiben und die Filterblasen, in denen sie entstehen, damit aufzuwerten. Je öfter wir diese Spaltung der Gesellschaft herbeischreiben, desto mehr betrachten Menschen die Welt durch diese Perspektive, desto größer könnte dieser Spalt werden. Ähnliches gilt für die erwähnte Wissenschaftsfeindlichkeit. In der Pandemie hat sich zuletzt ja die Wertschätzung großer Teile der Gesellschaft für Wissenschaft und Forschung gezeigt.

---

„Als Wissenschaftlerin möchte ich einfach mit Fakten und Quellen arbeiten, nicht mit Beschimpfungen.“

---

#### **Und beim Klimawandel?**

... Fiel mir grad auf, wie Ökonomen, die zuvor moralisierende Bevormundung durch jahrzehntelange Klimaforschung deklariert haben, einige Änderungen in ihr makroökonomisches Modell getippt haben und der Bundesregierung daraufhin empfehlen, die Gasimporte aus Russland sofort zu stoppen, sonst würde sie unmoralisch und feige handeln. In dieser Form sollte sich Wissenschaft aus meiner Sicht nie in politische Diskurse einmischen.

Wir können nur die wissenschaftliche Grundlage politischer Entscheidungen liefern und aus Expertensicht bewerten, ob die Maßnahmen auch zu den deklarierten Zielen passen, nie die Entscheidungen, welche Ziele aufgegeben werden und bei welcher Risikokalkulation. Da ist unsere Zunft gut beraten, mit der Macht, die wir durch Forschung und Prognosen haben, verantwortungsvoll umzugehen.

**Finden Sie eigentlich, dass die Leugnung des Klimawandels angesichts seiner unwiderlegbaren Existenz ein Straftatbestand wie Hate-speech sein sollte?**

(Überlegt ziemlich lange) Ich bin tatsächlich aktuell intensiv damit befasst, inwieweit das Nichthandeln juristisch als Verstoß gegen die völkerrechtlichen Verträge, aber auch gegen unsere Verfassungsziele zu ahnden ist. Aber dass eine x-beliebige Person das nicht mehr leugnen kann, das ginge mir zu weit. Viel wichtiger finde ich daher, dass Wissenschaftler\*innen, deren Erkenntnisse regelmäßig falsifiziert werden, die aber dennoch gegen unwiderlegte Kolleg\*innen polemisieren, nicht als gleichberechtigte zweite Meinung in den Medien gehört werden.

---

„Wir leben in einer komplett anderen Gesamtsituation, als sie in der menschlichen Geschichte bisher gegeben war.“

---

**Stichwort „False Balance“.**

Oder False Bias. Da muss der öffentliche Raum selbst dann sorgfältig kuratiert werden, wenn die Redaktion einer Talkshow meint, Meinungspluralität widerspiegeln zu müssen. Stichhaltige Evidenz liefern und eine Meinung haben sind eben nicht das Gleiche – wie das stichhaltige Monitoring der Einhaltung von Zielen nicht das Gleiche ist, wie Ziele zu definieren. Um zu zeigen, dass selbst ein überwältigender Konsens weiter von einigen bestritten wird, muss man die wenigen ja nicht gleich in identischer Anzahl einladen; es reicht, ihre Existenz zu erwähnen.

**Und den Rest erledigt gutes Fact-Checking?**

Theoretisch ja. Praktisch war es vor der letzten Bundestagswahl so, dass Klimawissenschaftler\*innen sich die Parteiprogramme durchgeschaut haben, die sich zu den Pariser Klimazielen bekennen, und erkannt haben, dass nicht eins davon ausreichende CO<sub>2</sub>-Einsparpotenziale enthält. Bei denen, die am schlechtesten abgeschnitten hatten, war die Reaktion darauf dann der Vorwurf, die Wissenschaft reagiere damit ideologisch. Da fällt mir nix mehr ein.

**Müssen sich die Medien in der Klimaberichterstattung zwischen Alarmismus und Diplomatie entscheiden – oder geht beides?**

Gegenfrage: Ist eines von beiden denn Ihr Auftrag? Besteht der nicht darin, ehrlich zu berichten, wo wir stehen, und Leute zu zitieren, die nach Lösungen suchen? Da gibt es mittlerweile ja Schlagworte wie „konstruktiver Journalismus“ oder aus dem Englischen „solutions journalism“. Schönreden ist jedenfalls Quatsch! In einer partizipativen, lösungsorientierten, lernfähigen Gesellschaft möchte doch niemand erst dann gewarnt werden, wenn die Katastrophe da ist. Genau das aber ist beim Klimawandel geschehen, sodass es jetzt schockbasierte Innovationen braucht, um auf die Krise zu reagieren.

**Gibt es aus Ihrer Sicht als publizistisch tätige Wissenschaftlerin so etwas wie einen weder didaktischen noch verharmlosenden journalistischen Handlungsleitfaden „Klimawandel erklären“?**

Mein Tipp wäre die Erwähnung und Erklärung des Begriffs „Anthropozän“.

**Also die Klassifizierung unserer erdgeschichtlichen Epoche als menschengepägt.**

Weil wir in einer Welt leben, die sich radikal von jener vor der Industrialisierung unterscheidet, ist die Idee, vorindustrielle Lösungen oder auch nur solche des frühen 20. Jahrhunderts zur Gestaltung des Anthropozäns zu wählen, schlicht und einfach aus der Zeit gefallen. Bevor wir Lösungen suchen, müssen wir erst mal die aktuelle Lage richtig verstehen. Und neben der Erderhitzung gehören dazu auch das Artensterben, Vermüllung, die Begrenztheit materieller Ressourcen. Wir leben in einer komplett anderen Gesamtsituation, als sie in der menschlichen Geschichte bisher gegeben war. Kontext herstellen ist die Aufgabe der Medien.



**Jetzt sorgt die Erkenntnis, wie endlich wir wirklich sind, dafür, dass wir hier im Westen unser Konsumverhalten grundlegend ändern müssen. Wie sähe da der journalistische Handlungsleitfaden „Wohlstandseinschränkung erklären“ aus?**

Er würde zuallererst mal die Begrifflichkeiten klären. Wenn wir solche wie „Wohlstand“ oder „Konsum“ und ganz wichtig „Wachstum“ entglorifizieren und auseinandernehmen, was sich dahinter verbirgt und warum das immer positiv sein sollte, dann kämen wir schon ein Stück weit aus der Panikzone des Verlustdenkens heraus. Ob mit Wachstum das zunimmt, was wir uns unter Wohlstand vorstellen, oder ob mit Konsum Wertschöpfung verbunden ist, sagen so abstrakte Kennzahlen wie das Bruttoinlandsprodukt gar nicht aus. Wir brauchen ein neues Fortschrittsvokabular, und da könnte der Journalismus mit-helfen.

**Welche Vokabeln schlagen Sie vor?**

Wertschöpfung ist doch ein Superstart: Was empfinden wir als wertvoll? Und wie drückt sich das in Zahlen aus, mit denen wir ökonomische Geschichten von Kosten-Nutzen oder „leisten können“, von „wirtschaftlich handeln“ oder „erfolgreich sein“ erzählen? Ist der soziale, ökologische, menschliche Mehrwert aus einer Produktion oder einer Leistung in den Preisen ausgedrückt? Oder die Minderwerte, die wenig rücksichtslose Produktionsprozesse mit sich bringen? Dann würden die Geschäftsmodelle, Tätigkeiten und Investitionen honoriert, die ökologisches, soziales, menschliches Vermögen in einer Gesellschaft aufbauen, anstatt dass wir jubeln, wie viel Geld irgendwo angehäuft wird, egal, wer dafür aus Wohnungen vertrieben wird oder Landflächen verloren hat, wie die dann genutzt werden und ob die Nutzung den Bestand langfristig gut erhält oder regeneriert. Ohne einen Blick auf diese qualitativen Fortschrittsfragen starren wir gebannt auf den Wachstums-Tacho und fragen dabei weder, wohin es eigentlich gehen soll, noch was die Tankanzeige so sagt.

**Und bei diesem Tacho-Blick gilt aus publizistischer Sicht dann auch: nicht sagen, was schlecht ist, sondern wie wir es besser machen?**

Ja, klar! Wenn wir mal ehrlich bilanzierten, sähen viele an Nachhaltigkeit orientierte Veränderungen direkt wie ein Schritt nach vorn aus (lacht). Natürlich darstellen, wie sehr die konventionelle Landwirtschaft die Böden ruiniert, aber gekoppelt an

die Information, wie regenerative Landwirtschaft den Böden dabei hilft, wieder Nährstoffe und Wasser zu speichern. Gleiches gilt für Mobilität, Stadtplanung, Bebauung eines Planeten, dessen Landfläche begrenzt ist. Eher positiv sein und Mut machen.

---

„Eher positiv sein  
und Mut machen.“

---

**Geht es auch darum, Verzicht nicht als Verlust, sondern als Zugewinn darzustellen und Wohlstand weniger materiell als immateriell, in Form von Ruhe, Zeit, Konzentration aufs Wesentliche z.B.?**

Es geht vor allem um Verantwortung und die Freiheit, auch wieder aufhören zu können. Dass Konsumismus Wohlstand mehrt, ist doch kein Naturzustand, sondern das Narrativ unablässiger Werbebotschaften. Dass mangelnder Konsumismus unsere Wirtschaft ins Stottern bringt, ist der eigentliche Elefant im Raum. Aber an den will keiner ran, dann müsste nämlich deutlich mehr verhandelt werden, als weniger schädliche Produkte zu shoppen.

---

Dies ist die gekürzte Fassung eines Interviews, das im August 2022 im Magazin „journalist“ erstmalig veröffentlicht wurde.

---

Der von Wissenschaftlern prognostizierte Klimawandel führt zu erheblichen Einschränkungen unserer Lebensgewohnheiten. Für die Politik steht traditionell das wirtschaftliche Wachstum im Vordergrund, doch aktuell muss sie ihren Wählern vermitteln, dass Energie gespart werden muss und für die Gesellschaft hohe Kosten durch den Umstieg auf erneuerbare Energien entstehen. Über die Medien motivieren Klimaexperten die Menschen zu einem klimagerechten Leben, aber viele wollen diese Botschaften nicht hören. Darunter sind auch Politiker und Wissenschaftler. Die von Experten vorgetragenen Daten und Prognosen werden angezweifelt, Klimaforscher werden mit Hass und Drohungen konfrontiert: Der Kampf um eine klimagerechte Zukunft findet vor allem in den Medien statt.



# Überbringer schlechter Nachrichten

# Szenarien der Klimaforschung und die kontroversen Reaktionen der Öffentlichkeit

© Sandra Hermannsen

TEXT: JOACHIM VON GOTTBURG

Am 28. April 1961 forderte der SPD-Politiker Willy Brandt einen „blauen Himmel über der Ruhr“ und machte damit die Umweltverschmutzung im „Pott“ zum Wahlkampfthema. Allerdings blieb die Forderung ohne große öffentliche Resonanz (Doering 2022). Mehr mediale Aufmerksamkeit erregte 1972 der erste Bericht des „Club of Rome“. Gegenstand war ein Forschungsprojekt des Ökonomen Dennis L. Meadows und seines 17-köpfigen Teams am Massachusetts Institute of Technology (MIT) auf der Grundlage komplizierter Computersimulationen. Die Forscher hatten untersucht, wie sich fünf Trends in Zukunft gegenseitig beeinflussen würden: Industrialisierung, Bevölkerungswachstum, Unterernährung, nicht erneuerbare Ressourcen und Umweltschäden. Die Prognose: Aufgrund des medizinischen Fortschritts sei mit einem starken Anstieg der Weltbevölkerung zu rechnen, was in wenigen Jahrzehnten zu einer Verknappung der Rohstoffe führen werde. Durch die stetig wachsende Industrie sei mit einer beschleunigten Umweltverschmutzung zu rechnen, spätestens im Jahr 2100 sei eine Katastrophe für die Weltgesellschaft unausweichlich (vgl. Huchtötter 2022). Dieser Bericht stieß auf großes öffentliches und mediales Interesse, der Umweltschutz wurde zum ersten Mal in einer breiten Öffentlichkeit diskutiert.

## Politik sieht Wirtschaft im Vordergrund

Die Politik jedoch schreckte vor teuren, unbequemen und den Konsum einschränkenden Maßnahmen zurück. Mitte der 1970er-Jahre teilte der damalige Bundeskanzler Helmut Schmidt auf einer Konferenz mit: „Ab jetzt machen wir keine neuen Umweltgesetze mehr. Das hält die Wirtschaft nicht aus“ (Knoblauch/Hofmann 2014, S. 2 f.). Als Reaktion darauf wurde 1980 die Partei Die Grünen gegründet, die bereits 1983 in den Bundestag einzog: „Mit der Erkenntnis, dass natürliche Ressourcen begrenzt sind und ein wirtschaftliches und gesellschaftliches Umdenken stattfinden muss, standen wir damals ziemlich allein da - insbesondere in der ideologisch festgefahrenen Politik“ (Bündnis90/Die Grünen 2019).

## Umweltschutz heißt Verzicht

Es fällt uns schwer, auf den Flug in den Süden zu verzichten, und das Auto macht den Besuch von Verwandten und Freunden, die Fahrt zur Arbeit oder in den Urlaub bequem. Wenn man auf die Bahn oder das Fahrrad umsteigt, gehen viele Arbeitsplätze und Steuer-

einnahmen durch die Autoindustrie verloren. Die Journalistin Ulrike Herrmann stellte vor Kurzem die These auf, dass der Einsatz für den Umweltschutz das Ende des Kapitalismus bedeute: „Ja, das wäre natürlich wunderbar, wenn wir so eine Art CO<sub>2</sub>-Staubsauger hätten und einfach das Kohlendioxid oder auch andere Treibhausgase wieder aus der Luft absaugen könnten. Aber das Problem ist einfach ein doppeltes. Zum einen ist das sehr, sehr energieintensiv und man müsste das ja dann mit grüner Energie machen, damit man nicht neue Treibhausgase oder neues CO<sub>2</sub> emittiert. Und das andere ist, dass es einfach viel zu teuer würde. Das kann sich kein Mensch leisten“ (Herrmann in: Kaindlstorfer 2023).

Zu der Erkenntnis, dass viele Verbraucher nicht verzichten wollen oder können, kommt hinzu, dass die prognostizierte Katastrophe des Klimawandels zumindest in den Industrieländern (noch) nicht deutlich sichtbar und der Leidensdruck noch relativ gering ist. Außerdem sind die Prozesse und Faktoren, die bei der Berechnung des Klimawandels eine Rolle spielen, sehr komplex und für den Laien nicht ohne Anstrengungen sichtbar und kaum zu überprüfen: Er muss den Medien und der Wissenschaft vertrauen.

## Innere Widersprüche vermeiden

Generell geht es bei der Auswahl medialer Botschaften durch die Rezipienten immer auch um die Steuerung persönlicher Meinungen und Gefühle: ‚Von kommunikationswissenschaftlicher Seite aus gibt es zwei Erklärungsansätze: den ‚uses and gratification approach‘ und die ‚selective exposure‘. Im ersten Fall stehen Bedürfnisse und sogenannte Um-zu-Motive der Mediennutzer im Vordergrund, die eine Veränderung des gegenwärtigen Zustands in der Zukunft herbeiführen sollen: Man langweilt und wendet sich dem Medienkonsum zu, *um* in eine andere Stimmungslage *zu* gelangen. Anschließend oder auch währenddessen ist man dann weniger gelangweilt als zuvor. Bei ‚selective exposure‘ geht es um sogenannte Weil-Motive. Das sind bestimmte Bedingungen, die aus der individuellen Geschichte des Rezipienten stammen und teilweise unbewusst wirksam sind: Mediennutzer wenden sich bestimmten Inhalten zu, *weil* sie eine bestimmte Persönlichkeit und Biografie haben bzw. sich in einer bestimmten lebensweltlichen Situation befinden (Grimm in: Gottberg 2023, H.i.O.).

Nicht nur Journalisten selektieren Informationen, sondern auch die Rezipienten: Wenn eine Botschaft oder eine Information nicht in das eigene Weltbild passt, wird der Informant dafür verantwortlich gemacht und als Lügner hingestellt. Während der Flüchtlingswelle 2015 wurden von rechten Gruppen die Medien als „Lügenpresse“ beschimpft, weil man ihre Darstellungen für einseitig und zu positiv empfand. Auch Wissenschaftler, die mit ihrer Expertise unbequeme Wahrheiten aussprechen und die Dringlichkeit des Handelns anmahnen, werden als unglaubwürdig oder interessengeleitet eingestuft, weil man den Widerspruch zwischen Lebensgewohnheiten und deren notwendiger Änderung nicht aushalten will. Hinzu kommt, dass alle Aussagen und Forschungsergebnisse auf Simulationen und Datenerhebungen beruhen, die wir weder inhaltlich nachvollziehen noch überprüfen können. Wir müssen also darauf vertrauen, dass die Wissenschaft seriös arbeitet.

## Kognitive Dissonanz

Der US-Psychologe Leon Festinger schloss sich in den 1950er-Jahren einer Sekte an, die ihren Mitgliedern versprach, an einem bestimmten Tag werde die Welt untergehen und nur ihre Anhänger würden von einer Wolke in den Himmel mitgenommen und überleben. Er ging davon aus, dass dieses Ereignis nicht eintreten würde, und ihn interessierte: Was bedeutet das für die Mitglieder? Werden die Menschen die Sekte verlassen, wenn sich der Kern ihres Narrativs als Lüge herausstellt? Zwar kam die Wolke nicht, aber statt den Glauben zu verlieren, wurde das Ausbleiben uminterpretiert: Durch die Sekte sei die Welt besser und der Weltuntergang deshalb unnötig geworden (Sprouts Deutschland 2023).

### Literatur:

**ARD:** *Tagesschau*, 06.03.2023.

Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de>

**Bärnthaler, T./Ruppert, J.:** „Die Wahrheit bekommt uns nicht gut.“ Interview mit Jason E. Box, Alice Bows-Larkin und Hans Joachim Schellnhuber. In: *Süddeutsche Zeitung Magazin*, 3/2016, 24.01.2016. Abrufbar unter: <https://sz-magazin.sueddeutsche.de>

**Bündnis90/Die Grünen:** *Grüne Geschichte 1979–2019*. In: *Grüne.de*, 2019. Abrufbar unter: <https://www.gruene.de>

**Doering, K.:** *Vor über 60 Jahren. Blauer Himmel über der Ruhr: Wie Brandt den Umweltschutz begründete*. In: *Vorwärts*, 21.04.2022. Abrufbar unter: <https://www.vorwaerts.de>

**dpa:** *Umweltschutz. Einigung auf Hochseeschutz*. In: *Stern*, 05.03.2023. Abrufbar unter: <https://www.stern.de>

**Götze, S./Joeres, A.:** *Expertenrat der Bundesregierung. Kabale und Klima*. In: *Spiegel Wissenschaft*, 03.03.2020. Abrufbar unter: <https://www.spiegel.de>

**Gottberg, J. von:** *Die Entwicklung unseres Weltbildes in einer pluralistischen Welt. Wie wir mit medialen Widersprüchen umgehen*. Interview mit Jürgen Grimm. In: *mediendiskurs online*, 17.02.2023. Abrufbar unter: <https://mediendiskurs.online>

Der Soziologe Karl-Dieter Opp beschreibt die Möglichkeiten, Dissonanzen zu reduzieren, am Beispiel eines Rauchers (er nennt ihn Ego), der seine Sucht mit der Gefahr gesundheitsschädlicher Folgen in Einklang bringen will: Rein logisch könnte er mit dem Rauchen aufhören oder die möglichen gesundheitlichen Auswirkungen akzeptieren. „Neben diesen rein logischen Möglichkeiten, dissonante Beziehungen zu verändern bzw. zu vermeiden, bestehen auch empirisch verschiedene Möglichkeiten, die analysiert werden müssen, bevor eine Voraussage über die Art und Weise gemacht werden kann, wie Ego seine Dissonanz reduziert. Ego kann z.B. in verschiedener Weise seine Ansicht ändern, daß Rauchen gesundheitsschädigend ist. Er kann die Glaubwürdigkeit bestimmter Wissenschaftler, die diese Hypothese vertreten, bezweifeln. Ego kann einfach bestimmte Informationen nicht lesen. Ego kann glauben, die Zeitungen berichteten falsch usw.“ (Opp 1968, S. 193 f.).

## Ablehnung, Umdeutung und Beschimpfung

Es gibt also nicht nur Fake News, sondern auch Fake-Rezeption. Wissenschaftler, die schlechte Nachrichten überbringen oder vor Katastrophen warnen, müssen mit Ignoranz, manchmal aber auch mit Hass und Drohungen gegen Leib und Leben rechnen. Hans Joachim Schellnhuber, bis 2018 Professor für Theoretische Physik, Direktor des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung und Berater der Bundesregierung, schildert seine Erfahrungen so: „Irgendwann stellt man betroffen fest: Es macht einen Unterschied, ob ich meine Ergebnisse den Entscheidern in Politik und Wirtschaft mitteile oder nicht. Und dann muss man sich auch dafür entscheiden, den Leuten die ganze Wahrheit zu erzählen. Dadurch wird man gezwungen, seine Position zu verteidigen. Entweder man legt sich dann flach auf den Boden und lässt die Kugeln der Kritiker über sich hinwegfliegen. Oder man steht auf und wird auch mal getroffen“ (Schellnhuber in: Bärnthaler/Ruppert 2016).

Und weiter: „Ich wurde von Queen Elizabeth vor einiger Zeit zum Commander des Order of the British Empire ernannt. Seitdem halluzinieren diese Leute, es wäre der Plan der Queen, das britische Empire neu aufzubauen. Dafür brauche man einen Völkermord, man müsse die Weltbevölkerung auf eine Milliarde reduzieren. Und ich träte dafür ein. Irre, nicht wahr? Aber diese Leute gibt es. Sie stören immer wieder meine öffentlichen Vorlesungen. [...] Aber wie soll denn bei einer Vorlesung eine Diskussion aufkommen, wenn man sich mit diesen Fanatikern und ihren wirren Gedanken auseinandersetzen muss? Es gibt Leute, die dort Fotomontagen hochhalten, die mich mit einer Henkerschlinge um den Hals zeigen“ (ebd.).

Klimaforscher sehen sich aber nicht nur mit dem Hass und der Ablehnung in Verschwörungserzählungen konfrontiert, sondern mitunter auch mit andersdenkenden Kollegen, berichtet die Astrophysikerin Alice Bows-Larkin: „Der prüfende Blick aus unserer eigenen akademischen Gemeinschaft ist genauso einschüchternd wie der von Öffentlichkeit und Politik. Das geht so weit, dass wir manchmal zögern, die unangenehmen Wahrheiten auszusprechen, die wir herausfinden“ (Bows-Larkin in: ebd.).

Auch Energieökonomin Claudia Kemfert, die vorrechnet, dass der Ausstieg aus fossilen Energien letztlich viel preiswerter für die Gesellschaft wird, ist heftigen Attacken ausgesetzt: „Windkraftgegner und deren Dachverband Vernunftkraft bezeichnen Kemfert als ‚Chefideologen der Energiewende‘, ihr werden Verschwörungstheorien und ‚argumentativer Pfuscher‘ unterstellt – allerdings wird das weder mit Zahlen noch Fakten belegt. In einer Kolumne auf dem rechtslastigen Blog ‚Achse des Guten‘ wird Kemfert als ‚Depp‘ verunglimpft. [...] Der ebenso aggressive Blog ‚Tichys Einblick‘ bezeichnet Kemfert als ‚Miss Energiewende mit Schwerpunkt Marketing‘“ (Götze/Joeres 2020).

Die Angriffe kommen von allen Seiten, manchmal auch mit unlauteren Mitteln – wie 2009, als Tausende Mails von Klimaforschern gehackt und veröffentlicht wurden. „Da waren auch Hunderte Mails von mir dabei, die von einem russischen Server gestreut wurden. Vor diesem Datendiebstahl hofierten einen die Medien. Daraus wurden dann Ankläger: Geben Sie doch endlich zu, dass Sie die Daten manipuliert haben! Damals habe

**Hain, S.:** *AWI-Forscher: UN-Hochseeschutzabkommen ist sehr großer Erfolg.* In: NDR, 06.03.2023.

Abrufbar unter: <https://www.ndr.de>

**Huchtkötter, T. (SWR):** „Die Grenzen des Wachstums“. Als der Club of Rome erstmals warnte. In: Tagesschau, 02.03.2022. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de>

**Kaindlstorfer, G.:** *Ulrike Herrmann – Das Ende des Kapitalismus. Warum Wachstum und Klimaschutz nicht vereinbar sind – und wie wir in Zukunft leben werden.* In: SWR 2, 17.01.2023. Abrufbar unter: <https://www.swr.de>

**Knoblauch, D./Hofmann, E.:** *Die Umweltpolitik und -forschung wird erwachsen: die 1980er Jahre.* Ecologic Institut 2014. Abrufbar unter: <https://geschichte-umweltpolitikberatung.org>

**Opp, K.-D.:** *Kognitive Dissonanz und positive Selbstbewertung.* In: Psychologische Rundschau, Band 19, 1968, S. 189-203. Abrufbar unter: <https://www.researchgate.net>

**Sprouts Deutschland:** *Kognitive Dissonanz – Der Kampf der gegensätzlichen Glaubenssätze.* In: YouTube, 10.01.2023. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com>

ich mich gefragt: Ist es das wert? Man hat dreißig Jahre lang daran gearbeitet, eine unangenehme Wahrheit aufzudecken. Zum Wohle der Menschheit, wie ich überzeugt bin. Aber stattdessen wird man wie ein Krimineller behandelt. Ich bin froh, dass ich damals nicht hingeschmissen habe“ (Schellnhuber in: Bärnthaler/Ruppert 2016).

## Erschütterung traditioneller Sichtweisen

Woher kommt dieser Hass? Die bestehenden Weltansichten und die Botschaften der Klimaforscher werden als dissonant empfunden. Jason E. Box formuliert das so: „Das liegt daran, dass die Schlussfolgerungen unserer Wissenschaft gewisse Ideologien über unser Wirtschaftssystem ins Wanken bringen. Und der Klimawandel als Symptom belegt empirisch, dass der Neoliberalismus fundamental versagt hat. Deregulierung hat die Wirtschaft heißlaufen lassen, aber eben auch das Klima. Sie [die Wirtschaft] ist nicht nachhaltig, sie zerstört das Ökosystem“ (Box in: ebd.).

Auch Schellnhuber führt die massive Kritik auf die umfassende Veränderung unseres Weltbildes zurück und vergleicht sie mit der Erkenntnis, dass die Erde eine Kugel ist: „Ich glaube, es ist wie bei der kopernikanischen Revolution: Es ging nicht darum, ob die Erde um die Sonne kreist oder die Sonne um die Erde – sie hat die ganze Hierarchie des mittelalterlichen Systems in Frage gestellt. Und damit die Repräsentanten von Gott auf dieser Erde, die Kaiser, die Bischöfe ... Das war eine Rangordnung, an der nie gerüttelt worden war. Nur deshalb wurden Galilei und Kollegen verfolgt. Jetzt stellen wir Klimaforscher ein altes, abgewirtschaftetes System in Frage“ (Schellnhuber in: ebd.).

## Viele Studien fordern mehr Tempo im Klimaschutz

Am 6. März 2023 forderten gleich zwei Studien die Politik auf, ihre Klimaschutzmaßnahmen und den Ausbau erneuerbarer Energien erheblich zu beschleunigen. Die nationale Wissenschaftsakademie Leopoldina mahnt schnelle Entscheidungen für die Klimawende an, neben dem Energiesparen müssten auch private Investitionen etwa in der Wasserstofftechnologie gefördert werden. Auch eine am selben Tag veröffentlichte Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums fordert mehr Tempo beim Klimaschutz, sonst würden durch Hochwasserschäden gigantische Kosten entstehen. Die durch den Klimawandel entstehenden Kosten könnten allein in Deutschland bis 2050 im schlimmsten Fall 900 Mrd. Euro betragen. Neben dem Ausstieg aus fossilen Energien fordern die Wissenschaftler der Leopoldina einen Ausbau des Stromnetzes und des europäischen Emissionshandels sowie einen Aufbau von Wasserstofftransport und dessen Speicherung (ARD 2023).

## Fortschritte in kleinen Schritten

Die UN einigte sich in New York immerhin auf ein Abkommen über den Schutz der Weltmeere: „Bundesumweltministerin Steffi Lemke (Grüne) sprach von einem ‚historischen und überwältigenden Erfolg für den internationalen Meeresschutz, der mich persönlich tief bewegt‘. EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen schrieb auf Twitter: ‚Wir haben es geschafft! Der Vertrag werde das Meer über nationale Zuständigkeiten hinaus schützen‘“ (dpa 2023). Auch Stefan Hain, umweltpolitischer Sprecher des Alfred-Wegener-Instituts in Bremerhaven, hat das Abkommen mitverhandelt und sieht darin einen großen Fortschritt, denn die offenen Weltmeere nehmen 64 % der Meeresoberflächen ein und bieten den größten Lebensraum für Tiere (Hain 2023).

Es gibt also Erfolge, aber in winzigen Schritten. Was wir auf jeden Fall brauchen: mutige Wissenschaftler, die sich durch Anfeindungen und Hass nicht einschüchtern lassen.



Prof. Joachim von Gottberg ist Chefredakteur von *mediendiskurs*.

**Klimawärmung → Klimaerhitzung**

Es wird nicht nur wärmer, was positiv anklingen könnte, es wird zu heiß. Während manche Artikel städtische Vergleiche heranziehen, um die Erwärmung zu illustrieren - wie beispielsweise, dass Hamburg in ca. 27 Jahren das Klima von San Marino erreichen wird, Berlin das von Canberra oder München das von Mailand -, bleibt unerwähnt, dass Flora und Fauna der deutschen Städte sich nicht schnell genug adaptieren können und folglich ganze Ökosysteme, wie Süßgewässer oder Böden, zunehmend kollabieren werden. Im schlimmsten Szenario einer übermäßigen Klimaerhitzung tritt der Planet in eine anthropogene Heißzeit ein, die zum Massenaussterben wasserbasierendes Lebens, einschließlich der Menschheit, führt. Dass dieser inakzeptable Fall zu einer Möglichkeit geworden ist, macht deutlich, wie ernst das Problem ist und wie wichtig es ist, die Gefahr beim Namen zu nennen, damit sie abgewendet werden kann.

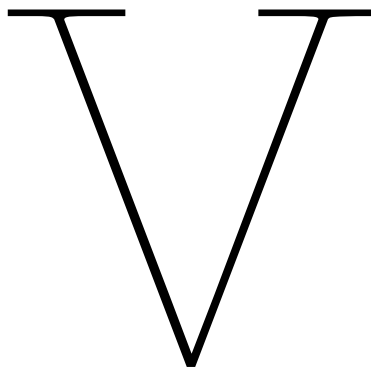


TEXT: SARA SCHURMANN

# Wie Medien ihrer Verantwortung in der Klimakrise endlich gerecht werden können



Die letzte Generation, die einen Klimakollaps noch abwenden kann, das sind nicht nur die Aktivist\*innen, die sich festkleben, sondern wir alle. Der Journalismus kann vom Teil des Problems zum Teil der Lösung werden, ohne dabei die eigenen Grundsätze zu verletzen. Im Gegenteil.



[V]iele Eltern, die sich in den vergangenen Jahren entschieden haben, Nachwuchs zu bekommen, hoffen wohl darauf, dass ihren Kindern eine relativ stabile und sichere Zukunft bevorsteht. Das ist, wissenschaftlich eindeutig, nicht der Fall. Selbst wenn wir es schaffen, die Erderhitzung auf global 1,5 Grad zu begrenzen, wird sich unser Leben in den kommenden zehn, 20, 30 Jahren massiv verändern. Ob wir die Erderhitzung auf einem Level stoppen, an das wir uns als Menschheit noch halbwegs anpassen können, darüber entscheiden wir in diesem Jahrzehnt. Im Moment entscheiden wir uns jeden Tag dagegen, das Nötige und Mögliche überhaupt zu versuchen.

Die Aktivist\*innen der sogenannten Letzten Generation versuchen, darauf aufmerksam zu machen. Berichtet wird oft jedoch nur über ihre Aktionen, den Kontext liefern Beiträge nicht immer mit. Wenn doch, dann oft genug in einem Konjunktiv, der nicht nur ein Zitat anzeigt, sondern auch: Distanz zum Inhalt der Aussage. „Sie sagen, sie seien die letzte Generation, die den unumkehrbaren Klimakollaps noch abwenden könne“ - Formulierungen

wie diese sind im doppelten Sinne irreführend. Die Aktivist\*innen sprechen nicht davon, dass sie die letzte Generation sind, sie meinen uns alle. Auch wird die Aussage so in den Raum gestellt, als könnte man sie nicht überprüfen. Das ist merkwürdig, denn die Kurven im aktuell sechsten Sachstandsbericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) sind eindeutig, die Forschung zu Kipppunkten immer besser gesichert (Armstrong McKay u.a. 2022).

Die erste Climate Literacy Survey der Allianz hat 2021 in einer repräsentativen Studie herausgefunden, dass in Deutschland weniger als die Hälfte der Bevölkerung eine halbwegs realistische Vorstellung davon hat, wie schnell genau umfassende Maßnahmen umgesetzt werden müssen, um die Emissionen zu stoppen und dramatische, irreversible Schäden abzuwenden (Subran u.a. 2021). Die bekannten wissenschaftlichen Fakten lassen sich auch deswegen so gut verdrängen, individuell wie gesellschaftlich, weil medial so unzureichend darüber berichtet wird.

Hungersnöte und verheerende Extremwetter sind für heutige Kindergartenkinder keine ferne theoretische Bedrohung, sondern ihre derzeit wahrscheinlichste Zukunftsperspektive. Aber auch 60- und 70-Jährige werden die Folgen der Klimakrise in den kommenden Jahren persönlich spüren, etwa anhand von zerstörerischem Starkregen und Stürmen, Hitze- wellen, Trinkwassereingippen und



einem beispiellosen Waldsterben. Politisch und medial wird die Klimakrise oft trotzdem noch immer als relative ferne und diffuse Bedrohung diskutiert. Dabei zählt jeder Tag, wenn es darum geht, sich auf die schon heute unvermeidbaren Folgen vorzubereiten und gleichzeitig alles zu tun, um die Erderhitzung auf einem Level zu stoppen, an das wir uns überhaupt anpassen können.

### **Unzureichende Klimaberichterstattung ist ein globales strukturelles Problem**

Dafür, dass dies in der Berichterstattung nicht konsequent so klar eingeordnet wird, gibt es vielfältige Gründe. Es geht nicht darum, dass einzelne Journalist\*innen keinen guten Job machen würden, es handelt sich um ein globales strukturelles Problem. Und es ist wichtig, darüber zu reden, denn wer die Ursachen kennt, kann es beheben. In vielen Redaktionen fehlt es an grundlegendem Faktenwissen zur Klimakrise. Das ist kein Wunder, kaum jemand hat dies im Studium oder der Journalismusausbildung gelernt. Die vergangenen Jahrzehnte war Klima vor allem Thema einiger weniger Fachredakteur\*innen; eine Arbeitsteilung, die in anderen Gebieten sinnvoll ist, die Bedeutung der Klimakrise aber grundlegend verkennt. Die Klimakrise ist kein Thema neben anderen, dem wir auf der medialen Bühne Platz bieten. Sie bedroht die Bühne, die Welt an sich, unsere Lebensgrundlagen und unsere Zivilisation. Denn die Erderhitzung zerstört die Stabilität unseres Klimasystems und damit die Bedingungen, die überhaupt erst ermöglicht haben, dass sich unsere Gesellschaften dahin entwickeln, wo sie heute sind.

Um das einmal ganz klar zu sagen: Es gibt Kolleg\*innen, die auch in den Politikredaktionen seit Jahrzehnten immer wieder deutlich auf die Auswirkungen und Gefahren der Klimakrise hinweisen. Nur werden deren

klimafaktenbasierte Artikel von anderen Journalist:innen allzu oft als eine Perspektive in einem möglichen Spektrum begriffen. Zu wenigen scheint klar, dass ein Großteil der Journalist\*innen diese Klimafakten einfach ignoriert und so den Eindruck von der Gefahr der Klimakrise stark verzerrt.

### **Journalist\*innen haben gesellschaftlich eine komplizierte Doppelrolle**

Journalist\*innen nehmen gesellschaftlich in der Klimakrise eine komplizierte Doppelrolle ein. Einerseits spiegeln wir das Bewusstsein der Öffentlichkeit, andererseits prägen wir die Bewusstwerdung entscheidend mit. Oder hemmen sie sogar (Schurmann/Dohm 2021). Die Klimakrise ist eine Dimension, ein Querschnittsthema und auf zwei Arten mit fast allen Bereichen verknüpft. So gut wie jede politische oder wirtschaftliche Entscheidung hat einerseits Auswirkungen auf die Klimakrise, feuert sie also weiter an – oder bremst sie ab. Andererseits ist die Krise mittlerweile so akut, dass sie sich schon bald auf alles auswirken wird: auf die Sicherheit der eigenen Kinder, auf unsere Rente, unser Zuhause und unsere Lebensmittelversorgung.

Anstatt die vorhandenen Verbindungen überall dort aufzuzeigen, wo sie eine Rolle spielen, werden sie medial immer wieder ignoriert. Das ermöglicht, sie auch politisch und gesellschaftlich so konsequent zu verdrängen und Handeln immer wieder in die Zukunft zu verschieben. Bürger\*innenräte zu Klimapolitik, wie sie in Frankreich vom Staat nach den sogenannten Gelbwesten-Protesten abgehalten und in Deutschland unter der Schirmherrschaft des ehemaligen Bundespräsidenten Horst Köhler erprobt wurden, zeigen, dass man diesen Mechanismus durchbrechen kann. Ganz normale, repräsentativ ausgewählte Bürger\*innen haben dort über klima-

politische Maßnahmen beraten und Vorschläge für die Politik formuliert, nachdem sie von Expert\*innen eingehend über die Dringlichkeit der Krise und effektive Lösungen aufgeklärt worden waren. Die Ergebnisse: in beiden Fällen überraschend weitreichend und verglichen mit dem aktuellen politischen Diskurs vermeintlich radikal.

Das zeigt, dass gesellschaftliche Kompromisse möglich sind, wenn Menschen das Ausmaß und die Dringlichkeit der Krise begreifen und sie – ausgehend von einem ähnlichen Verständnis für das Problem – gemeinsam nach Antworten suchen. Um der Klimakrise angemessen begegnen zu können, seien vor allem Bildung und Aufklärung zentral, betonen auch die Teilnehmer\*innen der Räte. Das Ausmaß der Krise sei ihnen so nicht bewusst gewesen.

### **Wir können nicht angemessen reagieren, wenn wir das Ausmaß der Krise verdrängen**

Daraus ergibt sich ein Problem für die demokratische Entscheidungsfindung, denn um Krisen zu lösen, sind informierte Abwägungen zentral. Nur wenn wir Ausmaß und Dringlichkeit einer Krise realistisch einschätzen, können wir angemessen und schnell genug darauf reagieren. Mit einer aggressiven Grippe gehen wir anders um als mit einem neuartigen tödlichen Virus, mit einem grundlegenden, aber vergleichsweise fernen Problem anders als mit einer akuten Krise. Kippunkte kennen keine Kompromisse. In Demokratien braucht es für entsprechende Entscheidungen dennoch Mehrheiten: im Parlament, aber grundsätzlich auch in der Bevölkerung. Daher reicht es nicht, wenn ein Großteil der Bürger\*innen anerkennt, dass der Klimawandel ein ernsthaftes Problem ist, aber nur einer kleinen Gruppe bewusst ist, wie schnell umfassende Maßnahmen umgesetzt werden müssen, um die Krise noch abzubremsen.

Das heißt nicht, dass Journalist\*innen unkritisch über Aktionen berichten sollten, die versuchen, auf dieses Problem aufmerksam zu machen. Man kann das Anliegen der Letzten Generation richtig finden, ihre Mittel aber dennoch kritisieren. Man kann – und sollte – selbst das Anliegen kritisch hinterfragen. Wenn dabei herauskommt, dass Aktivist\*innen auf ein relevantes Problem hinweisen, dann muss Journalismus das aber auch entsprechend einordnen.

Wir begegnen Klimapolitik-Themen stattdessen oft mit klassischem Politikjournalismus. Politikjournalismus geht im Wesentlichen davon aus, dass es zu einem Thema mehrere legitime politische Meinungen gibt. Diese einander gegenüberzustellen, erzeugt dieser Logik folgend Ausgewogenheit in der Berichterstattung, manche Journalist\*innen würden das sogar als „Objektivität“ bezeichnen. Objektivierbarkeit im Sinne des Wissenschaftsjournalismus ist jedoch etwas anderes. Dafür wäre es zur Beurteilung politischer Maßnahmen in einer Krise mit naturwissenschaftlich mess- und modellierbaren Folgen entscheidend, die wissenschaftlichen Fakten, die dem Problem zugrunde liegen, konsequent als Maßstab heranzuziehen. Das jedoch geschieht nicht in ausreichendem Maße.

### **Klimapolitische Positionen müssen konsequent journalistisch eingeordnet werden**

Zur Aufgabe des Journalismus gehört es, die Politik zu kontrollieren und Lobby narrative zu kennen, offenzulegen und einzuordnen. Stattdessen präsentieren wir Verzögerungstaktiken immer wieder als eine mögliche, legitime Perspektive, wechseln sie – im Bestreben, jede Seite zu hinterfragen – mit kritischem Journalismus und reproduzieren sie allzu oft sogar (Schulzki-Haddouti 2020). Das bremst den Diskurs – und damit das Handeln.

Die Implikationen der Erderhitzung und wissenschaftlich gesicherter Klimafakten werden in großen Teilen der Politik- und Wirtschaftsberichterstattung noch immer einfach ignoriert. Obwohl die Klimakrise schon heute alles und alle betrifft, werden die vorhandenen Verbindungen und Zusammenhänge journalistisch zu selten sichtbar gemacht. Steigendes Wirtschaftswachstum etwa wird immer wieder als gute Nachricht weggemeldet, ohne transparent zu machen, dass es noch immer auch steigende Emissionen mit sich bringt. Bei sportlichen Großveranstaltungen wurden in den vergangenen Jahren selbstverständlich Aspekte wie die Einhaltung von Menschenrechten, Korruption oder die Corona-Hygienemaßnahmen mitberichtet, um die Klimabilanz des Events oder die Auswirkungen der klimatischen Bedingungen auf die Spiele geht es oft nicht. Wird über Bauprojekte berichtet, stellen sich die wenigsten Journalist\*innen die Frage, inwiefern das Projekt mit den Klimazielen vereinbar oder ob der Bau auf die klimatischen Bedingungen in den nächsten Jahrzehnten überhaupt vorbereitet ist.

Es geht nicht darum, politische Diskurse zu unterbinden, im Gegenteil: Um die Klimakatastrophe abzuwenden, müssen innerhalb kürzester Zeit unzählige Entscheidungen getroffen werden, die heute öffentlich noch nicht einmal ansatzweise ausreichend diskutiert werden. Journalismus kann und muss diese Auseinandersetzung und Entscheidungsfindung maßgeblich mit ermöglichen und begleiten. Konstruktiver Journalismus ist hier zentral. Der Ansatz bedeutet nicht etwa, positive oder optimistische Beiträge zu produzieren, sondern zusätzlich zum Problem mögliche Lösungen mitzuberichten und einzuordnen. Zusätzlich zum Was?, Wer?, Wie?, Wo? und Warum? schaut man hier auch auf „Was nun?“ oder „Wie weiter?“.

Es geht nicht darum, dass Journalist\*innen klimapolitische Maßnahmen bejubeln. Herausforderungen und Probleme sind real, darauf hinzuweisen, ist wichtiger Teil unseres Jobs. Aber die wesentliche Frage ist, wie wir sie gesellschaftlich überwinden und lösen, sowohl sozial gerecht als auch technisch und wirtschaftlich. Um erwiesenermaßen notwendige Maßnahmen nicht nur zu zerreden, fehlen in der Berichterstattung oft zwei wichtige Dimensionen: Kontext und konstruktive Ausblicke. Welche Möglichkeiten, welche Alternativen gibt es? Wie können sie funktionieren, wo liegen Hürden und Beschränkungen? Indem wir unser Wissensdefizit in den Redaktionen aufarbeiten und den Fokus auf Handlungsmöglichkeiten verlagern, kann Journalismus vom Teil des Problems zum Teil der Lösung werden. Einfach, indem wir unseren Job machen.

#### **Literatur:**

**Armstrong McKay, D. u.a.:** *Exceeding 1.5°C global warming could trigger multiple climate tipping points.* In: Science, 661/2022/337.

Abrufbar unter: <https://www.science.org>

**Schulzki-Haddouti, C.:** *Nicht ich. Nicht jetzt. Nicht so. Zu spät: Mit welchen Argumentationsmustern Klimaschutz gebremst wird.* In: klimafakten.de, 03.09.2020.

Abrufbar unter: <https://www.klimafakten.de>

**Schurmann, S./Dohm, L.:** *Die Klimakrise ist nicht ein weiteres Problem auf der Bühne. Sie bedroht die ganze Bühne.* In: Übermedien, 23.08.2021.

Abrufbar unter: <https://uebermedien.de>

**Subran, L. u.a.:** *Allianz Climate Literacy Survey: Time to leave Climate Neverland. 27 October 2021.* München/Paris 2021.

Abrufbar unter: <https://www.allianz.com>



Sara Schurmann ist freie Journalistin, Autorin und Journalismus-Trainerin. 2020 schrieb sie einen offenen Brief an die Branche, um eine Diskussion über die Klimaberichterstattung anzustoßen; im Sommer 2021 gründete sie das Netzwerk Klimajournalismus Deutschland mit. 2022 erschien ihr erstes Buch *Klartext Klima*, im gleichen Jahr wählte die Jury des „Medium Magazins“ sie zur Wissensjournalistin des Jahres.

Sie ist Unternehmensberaterin im Social-Media-Marketing und im Bereich „Nachhaltigkeitskommunikation“, Podcasterin, Moderatorin und Content Creatorin: Auf Instagram, LinkedIn und TikTok folgen ihr mehr als eine halbe Million Menschen. Louisa Dellert ist mittlerweile Vollprofi, wenn es darum geht, Nutzer\*innen auch komplexe Themen näherzubringen und bestenfalls nicht nur Debatten zu moderieren, sondern auch zum Handeln zu motivieren.

„Menschen  
folgen  
Menschen!“

EVA MARIA LÜTTICKE IM GESPRÄCH MIT LOUISA DELLERT

Nachhaltigkeit ist im Trend, auch bei den Unternehmen. Wie sehen Sie Trend, insbesondere bezogen auf Social Media? Gerade da positionieren sich viele Marken sehr grün.

Zunächst einmal finde ich es gut, dass es vor allem *Fridays for Future* gelungen ist, diesen Trend in Gang zu setzen. Wenn es diese Bewegung nicht gäbe, würden nicht so viele Unternehmen auf diesen Nachhaltigkeitszug aufspringen. Das ist die eine Seite, die andere Seite ist, dass es natürlich viele Greenwashing-Fälle gibt, bei denen ich denke: Fangt erst mal woanders an. Aber ich kenne eben auch viele Unternehmen, die Angst haben, überhaupt über das Thema zu sprechen, weil sie wissen, sie sind noch nicht bei 100 %. Sie wollen anfangen und ihnen wird nicht zugestanden, dass sie nicht sofort alles perfekt machen können.

Wie kommunizieren Sie das innerhalb Ihrer Community?

Ich versuche, meiner Community zu erklären: Hey, einige Unternehmen probieren wirklich, Dinge zu verändern, aber wir können den Kapitalismus nicht einfach abschaffen, indem wir – bildlich gesprochen – die großen Unternehmen abbrennen. Wir müssen eher schauen, wie wir in der jetzigen Situation verantwortungsbewusster wirtschaften können.

Sie sind auch Unternehmensberaterin, welche Kommunikationsstrategien empfehlen Sie denen?

Bei den Unternehmen versuche ich zu verdeutlichen, dass es nicht reicht, eine grüne Kampagne nach außen zu kommunizieren. Vielmehr muss sich unternehmensintern strukturell etwas ändern. Das fordern Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auch die Konsument\*innen immer mehr ein. Das sehe ich als meine Aufgabe: Brückenbauerin zu sein.

Die sozialen Medien sind nicht unbedingt dafür bekannt, ein Raum zu sein, in dem man Fehler machen darf...

In der „linken Bubble“ wird oft gegenseitig mit dem Finger aufeinander gezeigt, obwohl man dasselbe erreichen will und Dinge verändern möchte.

Mir ist das auch bei Content Creator\*innen aufgefallen, die über Umweltthemen sprechen: Man muss alles perfekt machen; und wenn dem nicht so ist, hat man quasi keine Berechtigung, über dieses Thema öffentlich zu reden...

Ja! Aber es ist auch ein Geschäftsmodell geworden von manchen Content Creator\*innen, nur noch die Fehler an anderen zu suchen und nicht mehr zu unterscheiden, ob das Menschen sind, die einmal einen Fehler gemacht haben und noch nicht so weit sind, oder ob das wirklich Personen sind, die strukturell Fortschritt verhindern wollen.

Gibt es bestimmte Umweltthemen, die besonders polarisieren?

Beim Thema „Umwelt“ polarisiert ehrlicherweise alles. Alles, was du politisch äusserst, im Kleinen und im Großen, polarisiert. Vor allem, dass wir im globalen Norden als Industrienationen tausendmal besser leben als die Menschen im globalen Süden. Was haben wir damit zu tun, dass Menschen aus dem globalen Süden fliehen müssen? Wenn wir den ganzen Tag Fisch und Fleisch essen wollen, das uns jederzeit zur Verfügung steht, und es dann den Menschen vor Ort wegnehmen, sodass sie keine Lebensgrundlage mehr haben?! Das sind Themen, die triggern, weil Menschen mit ihren eigenen Privilegien konfrontiert werden. Es ist total in Ordnung, auch in Deutschland zu sagen: „Ich bin aus einem einkommensschwachen Haushalt, ich muss schauen, wie ich überhaupt im Alltag überlebe, und über solche Fragen kann ich mir keine Gedanken machen.“ Aber es gibt viele Menschen, die sehr gut in Deutschland leben und die sich mit ihren Privilegien auseinandersetzen sollten.

Es gibt negative Nachrichten wie Überfischung, Überschwemmungen und Erdbeben, denen man tagtäglich ausgesetzt ist. Was macht das mit den Nutzer\*innen?

Die haben keine Lust auf noch mehr negative Nachrichten. Und die haben auch keine Lust, sich damit zu beschäftigen, weil sie das Gefühl haben, dass sie sowieso nichts verändern können. Deshalb ist es so wichtig, dass wir uns erlauben – auch in der *Tagesschau*, auch in den großen Zeitungen –, neben all dem, was passiert, immer wieder Geschichten von Menschen zu erzählen, die im Kleinen – in ihrer Kommune, in ihrem Kiez – etwas verändern. Von Menschen zu erzählen, die eine Idee haben, die ein Problem sehen und es lösen, die

es einfach in die Hand nehmen. Solche Geschichten braucht es, um andere zu inspirieren, damit man das Gefühl hat, dass es sich lohnt, sich einzubringen. Vorausgesetzt natürlich, man hat die zeitlichen, mentalen und auch finanziellen Kapazitäten dafür.

### Wie würden Sie Ihre Community beschreiben?

Auf Instagram besteht die Zielgruppe aus 80 % Frauen und 20 % Männern zwischen 25 und 35 Jahren.

### Mehr zentriert auf die großen Städte oder ganz gemischt?

Es sind nicht nur Leute aus Hipster-Berlin (schmunzelt), sondern wirklich viele Lebensrealitäten, auch vom Dorf oder aus kleineren Kommunen, die vor ganz anderen Herausforderungen stehen, als wenn ich hier in Berlin über den ÖPNV spreche.

### Gibt es ein Medium, das Sie präferieren, um Ihre Inhalte zu teilen? Sie sind auf Instagram, TikTok, YouTube, Sie moderieren, sind Podcasterin und noch vieles mehr...

Am allerliebsten bin ich momentan auf LinkedIn. Das ist eine superspannende Plattform, auf der man noch sehr gut Inhalte teilen und Diskussionen führen kann, die nicht von Trollen dominiert werden. Und da sind auch jüngere Leute, sodass ich mit dem Thema „Umwelt“ auch die Richtigen erreiche. Ansonsten habe ich vor, mir auf Discord einen eigenen Channel zu machen. Dort können dann wirklich nur Leute miteinander kommunizieren, die Lust auf das Thema haben, unterschiedlicher Meinung sind und sich konstruktiv austauschen wollen.

### Sie teilen oft sehr komplexe Themen. Wie schaffen Sie es, die Inhalte verständlich aufzubereiten?

In der Politik wird beispielsweise oft eine Sprache mit vielen Fachbegriffen gesprochen, die auch für mich nicht immer verständlich ist. Ich versuche, mir das Thema dann selbst zu erklären - in einer Sprache, die für mich und auch für Menschen verständlich ist, die nicht aus akademischen Haushalten stammen und sich täglich politische Debatten anhören. Gerade bei Social Media ist das ganz wichtig, weil man nie weiß, welche Menschen man erreicht.

### Wie wichtig ist das Storytelling, um die Inhalte zu vermitteln?

Menschen folgen Menschen! Deshalb erreicht man Menschen am ehesten mit Emotionen. Wenn eine Person in die Kamera spricht, dann führt das zu einer Interaktion - egal, ob man die Person mag oder nicht. Und es ist ganz wichtig, dass man eine Person vor Augen hat, die einen thematisch mitnimmt und die Hand reicht und sagt: „Darüber müssen wir jetzt reden.“ Bei mir war das natürlich schon immer so, aber ich beobachte mittlerweile auch bei Unternehmen oder journalistischen Formaten, dass der Trend dahin geht, dass sie eigene Content Creator\*innen haben, die sie für sich entsprechend ausbilden.

### Welche Rolle spielt Vertrauen in der Wissensvermittlung?

Das spielt eine große Rolle, auch für mich. Meine Community vertraut mir, dass ich die Inhalte richtig recherchiere und keinen Blödsinn erzähle oder gar Fake News verbreite. Ich bin sehr genau bei der Quellenauswahl und weise diese aus. Aber es gibt natürlich viele, die das nicht machen und dieses Vertrauen bewusst ausnutzen, um Fake News zu verbreiten. Vertrauen ist eine Währung auf Instagram. Über Vertrauen baust du dir eine Community auf; und nur mit einer Community kannst du Dinge verändern. Daher spielt das auf jeden Fall eine ganz große Rolle.

### Lassen Sie sich bei Ihrer Arbeit beraten?

Ja, wir haben eine Produktionsfirma und eine Beratungsagentur. Das heißt, für inhaltliche Themen, gerade wenn ich Beiträge erstelle, kann ich mich immer mit unserer Produktionsfirma austauschen. Ich habe mittlerweile auch eine Mitarbeiterin, die für mich Themen aufarbeitet und recherchiert. Früher habe ich das allein gemacht.

### Online ist man nicht selten Anfeindungen ausgesetzt. Ist das dem Thema „Umwelt und Nachhaltigkeit“ geschuldet oder ein Social-Media-Problem im Allgemeinen?

Zum einen sind vor allem die sozialen Medien zu einem Ort geworden, an dem man gerne anonym seinen Frust rauslässt. Und dann kommt es immer auf die Themen an und in welcher Beziehung man zu ihnen steht. Ich bin eine Frau, die sich zu Umweltthemen äußert. Das heißt, ich habe schon einen Nachteil, weil ich kein Mann bin. Andere Männer hören

„Vertrauen ist eine Währung  
auf Instagram.“



Männern einfach anders zu als mir. Wenn ich über ein Umweltthema spreche, bin ich schnell die hysterische Ökotante. Wenn über das gleiche Thema ein YouTube-Umweltaktivist spricht, dann ist der cool und wird gehört. Das ist ein Problem in unserer Gesellschaft und trägt leider dazu bei, dass sich vor allem Männer an mir abarbeiten.

Welchen Vorteil sehen Sie in den Verbreitungswegen der großen Plattformen gegenüber denen der klassischen Medien?

Der Vorteil der sozialen Medien ist eine viel größere politische und gesellschaftliche Teilhabe von Menschen - auch aus Regionen, die sonst nicht die Aufmerksamkeit bekommen, weil sie nicht die klassischen Medien vor Ort haben, wie wir sie hier haben. Und es ist auch ein Vorteil, dass wir viel mehr mitbekommen, was am anderen Ende der Welt passiert. Zudem können wir uns über Social Media verabreden und politischen Druck ausüben. Und es ist wichtig, Journalismus auf diesen Plattformen stattfinden zu lassen, damit eben wirklich Fakten geteilt werden. Es gibt immer mehr Gruppierungen von rechten Akteuren oder Trolle, die probieren, die Unsicherheit der Menschen auszunutzen, um sie auf ihre Seite zu ziehen. Deswegen ist Social Media insofern nicht ein Vorteil, sondern eher eine Chance für den Journalismus.

Hat sich der Journalismus dadurch verändert, dass er auch auf sozialen Plattformen stattfindet?

Man sieht, dass auch Journalist\*innen und journalistische Formate immer mehr unter Druck stehen und sich überlegen müssen, wie sie in kurzer Zeit sehr viel mehr Inhalte produzieren können. Und auch, welche Aspekte sie in einem TikTok oder Reel weglassen können. Zum einen, weil es das Format nicht anders zulässt, zum anderen, weil die Menschen in der Kürze gar nicht so viele Fakten aufnehmen können. Für Journalist\*innen ist das eine Herausforderung. Und natürlich merkt man, dass auch Clickbait genutzt wird, auch von Zeitungen wie der „Zeit“ oder dem „Spiegel“, wenn sie irgendwelche Beiträge teilen wollen. Das hat dann eher Boulevard-Charakter und kann gefährlich werden. Aber ich weiß, dass da viele gute Journalist\*innen zusammensitzen und überlegen, wie es hinzukriegen ist, das eben nicht zu machen und trotzdem die Klicks für ihre Beiträge zu bekommen.

Es ist natürlich eine Gratwanderung, auf der einen Seite irgendwie neugierig zu machen und sich den Plattformmechanismen zu unterwerfen und auf der anderen Seite ausreichend Informationen zur Verfügung zu stellen, auch wenn man nicht auf den Link klickt. Wissensvermittlung beruht aber nicht nur auf Fakten, sondern hat auch viele andere Komponenten. Sie sprachen davon, dass Emotionen wichtig sind. Welche anderen Strategien gibt es, Wissen über Social Media zu vermitteln? Wo sehen Sie die Chancen für Wissenschaftskommunikation in den sozialen Medien?

Eckart von Hirschhausen ist ein Superbeispiel. Er schafft es, wissenschaftliche Fakten so in Bilder zu fassen, dass die Leute es verstehen. Wenn er sagt: „Kein Mensch der Welt, egal, wie reich er ist, kann sich eine Außentemperatur kaufen, die ihn am Leben hält“, dann ist das etwas, was ich einfach sehr gut nachvollziehen und damit auch besser einordnen kann. Ich glaube, es braucht solche *Bilder*, die die Wissenschaft den Menschen an die Hand gibt, damit sie verstehen, was die Wissenschaft mit den Zahlen und mit den Fakten meint. Ich habe sein Buch gelesen und bei jedem Kapitel gedacht: Genauso musst du es den Leuten erklären. Davon brauchen wir mehr. Deshalb ist es wichtig, dass Texter und Marketingleute mehr mit Wissenschaftler\*innen zusammenarbeiten, weil da zwei Welten zusammenkommen, die viel Gutes bewirken können.





#### Klimawandel oder Klimakrise → Klimanotstand

Der Begriff des „Wandels“ klingt neutral und infolgedessen wenig alarmierend. Eine „Krise“ wiederum deutet eine zeitliche Limitierung an, die überwunden werden kann. Um das Ausmaß der existenziellen Gefahr einer möglichen Unbewohnbarkeit des Planeten durch „business as usual“ (Nichtstun) zu verdeutlichen, ist die Bezeichnung „Klimanotstand“ geeigneter als „Klimawandel“.

Bei „Klimanotstand“ handelt es sich zudem um einen festen Begriff in der Politik. Mit der Ausrufung eines Klimanotstandes erklären Parlamente oder Verwaltungen, dass der Klimawandel einer Katastrophe entspricht und dass die bisher ergriffenen Maßnahmen nicht ausreichen, um diese befriedigend zu begrenzen.



# Grüne Transformation in der Filmbranche

Mit der Produktion von Kinofilmen und Serien geht oftmals eine Verschwendung von Energie und Ressourcen einher, die der Umwelt schadet. Zu den größten Klimasünden beim Dreh gehören Dieselgeneratoren ohne Rußpartikelfilter, Flugreisen, Einweggeschirr und Billigfleisch. Aber auch Kostüme, Requisiten oder Setbauten aus Holz sollten nicht im Abfall landen.

TEXT: BIRGIT HEIDSIEK

Eine CO<sub>2</sub>-Bilanzierung soll helfen, die potenziellen Auswirkungen der verschiedenen Maßnahmen auf das Klima bereits im Vorfeld zu erfassen und die Optionen entsprechend zu sondieren. Ziel ist, dass die Produktionen auf Lösungen mit einem geringeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß setzen. Bereits ein *Tatort* verursacht im Schnitt rund hundert Tonnen CO<sub>2</sub>, ein Kinofilm einige hundert Tonnen und große Hollywoodproduktionen sogar ein paar tausend Tonnen des klimaschädlichen Gases. Als der Regisseur Roland Emmerich vor zwei Jahrzehnten den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck seines Katastrophenfilms *The Day After Tomorrow* berechnen ließ, war die Filmbranche noch nicht an diesem Thema interessiert.

Spätestens seit den Demonstrationen der *Fridays for Future*-Bewegung und der Verkündung des European Green Deal ist Klimaschutz für Filmproduktionen kein Fremdwort mehr. Nachdem die im Produzentenverband zusammengeschlossenen unabhängigen Kinoproduzenten 2019 eine Selbstverpflichtungserklärung veröffentlicht haben, bestimmte Umweltstandards einzuhalten, sind zahlreiche Organisationen und Institutionen in ganz Europa nachgezogen. Eine Vielzahl von Best Practice Guides, Richtlinien und CO<sub>2</sub>-Rechnern zeugt von der Bereitschaft, Film- und Fernsehproduktionen umweltschonender produzieren zu wollen.

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit klafft allerdings noch eine große Lücke. Neben mangelndem Know-how und fehlender Verfügbarkeit klimafreundlicher Lösungen im Energie- und Transportsektor gibt es im Filmbereich ein systemimmanentes Problem, das der Finanzierung geschuldet ist. Filmproduzenten realisieren ihre Projekte nicht zwangsläufig dort, wo das Drehbuch verortet ist, sondern in den Ländern und Regionen, die mit attraktiven Förderkonditionen und Steuervergünstigungen locken.

Das gilt weltweit, auch auf europäischer Ebene und in Deutschland, wo sogenannte „Rucksack-Produzenten“ mit Cast und Crew von Nord nach Süd und Ost nach West tingeln, um die regionalen Fördereffekte in der entsprechenden Region zu erbringen. Dieses veraltete System führt dazu, dass eine Filmcrew von Bayern nach Berlin reisen muss, um im Wald zu drehen, obwohl sie diesen auch zu Hause vor der Tür hat.

Das Modell der Standortförderung, bei dem für die Fördermittel jeweils das Eineinhalbfache in dem entsprechenden Bundesland ausgegeben werden muss, ist in den 1980er-Jahren entstanden und hat erfolgreich zum Aufbau diverser Filmmetropolen geführt. Die Kehrseite dieses Prinzips, die Fördermittel an die Erbringung von Standorteffekten zu knüpfen, ist der daraus resultierende größere Mobilitätsaufwand.

Energie, Reisen und Transport gehören in der Regel zu den größten Posten in der CO<sub>2</sub>-Bilanz. Um Filme möglichst umweltschonend zu produzieren, ist eine frühzeitige Planung essenziell. Dies beginnt bereits beim Schreiben des Drehbuches, denn die Umsetzung eines Actionfilms erfordert weitaus größere Ressourcen als beispielsweise ein Kammerstück. Mit der Auswahl der Locations und der Anzahl der Motive gehen entsprechende Anforderungen bezüglich der Transportoptionen für Cast, Crew und Equipment einher.

Ein Drehort in Südafrika, zu dem Team und Schauspieler fliegen, verursacht einen wesentlich höheren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck als eine Produktion, die überwiegend im Studio entsteht. Eine Kosten-, Zeit- und CO<sub>2</sub>-sparende Alternative kann ein Set im Mixed Reality Studio sein, in dem eine LED-Leinwand mit der entsprechenden Kulisse als Hintergrund fungiert. Damit ist allerdings ein hoher Strombedarf verbunden, der nicht nur aus dem Einsatz des Equipments im Studio resultiert, sondern durch die Verarbeitung der hochauflösenden Bilddaten auf den Servern im Rechenzentrum entsteht. Welche Lösung im Endeffekt umweltfreundlicher ist, hängt jeweils vom entsprechenden Projekt ab.

Die Nutzung von Energie ist stets ein wesentlicher Faktor bei der Produktion eines Films. Während der Strom beim Dreh im Studio oder in Gebäuden aus dem Festnetz bezogen werden kann, kommen bei Filmaufnahmen an Außenmotiven oft dieselbetriebene Stromerzeuger zum Einsatz, die mit gesundheitsschädlichem Ruß, Stickoxiden, Feinstaub, Kohlenmonoxid und Kohlenwasserstoffen die Umwelt belasten. Zudem können Dieselgeneratoren nicht bedarfsorientiert genutzt werden, sondern laufen auf Vollast, selbst wenn nur Strom zum Kaffeekochen oder Föhnen in der Maske benötigt wird.

Als umweltfreundliche Alternative für die Stromerzeugung am Set haben verschiedene Hersteller Prototypen von Hybridsystemen entwickelt, die über einen batteriebasierten Stromspeicher verfügen. Um den Filmset mit Strom zu versorgen, wird die Batterie über Nacht mit Strom aus dem Festnetz aufgeladen. Wird mehr Strom am Set benötigt, schaltet sich bei niedrigem Akkuladestand automatisch das Back-up-System des Hybridgenerators ein, um die Batterie wieder aufzuladen. Mittlerweile werden verschiedene Hybridsysteme mit einer Akkukapazität von 30 kWh bis zu 100 kWh angeboten, deren Batteriespeicher mit Diesel, Flüssiggas (LPG) oder hydriertem Pflanzenöl (HVO) nachgeladen werden.

---

*„Zwischen Wunsch und Wirklichkeit klappt noch eine große Lücke.“*

---

Bislang werden die umweltschonenden Stromerzeuger erst in Kleinserien hergestellt, denn die Anschaffung für einen Equipment-Verleih schlägt mit sechsstelligen Summen zu Buche. Aus diesem Grunde können diese Stromerzeuger nicht zu so günstigen Preisen wie die Dieselaggregate vermietet werden, da sie refinanziert werden müssen. Die Produktionen sind jedoch bestrebt, die Kosten möglichst niedrig zu halten, sodass die Nachfrage nach umweltschonenden Produktionsmitteln bisher gering ist.

Um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Film- und Fernsehproduktionen in Deutschland zu senken, haben die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), die Filmförderungsanstalt (FFA) und die Filmförderungen der Länder in Zusammenarbeit mit dem Green-Shooting-Arbeitskreis bundesweit einheitliche ökologische Produktionsstandards entwickelt, deren Einhaltung spätestens ab dem 1. Juli 2023 Voraussetzung für alle in Deutschland öffentlich geförderten Kino-, TV- und Online-/VoD-Produktionen wird.

Die ökologischen Standards sind in fünf Handlungsfelder unterteilt, zu denen auch der Energieeinsatz und die Energienutzung gehören. Bezüglich des Einsatzes von Stromaggregaten wird in Form von Soll-Vorgaben empfohlen, den Einsatz von Dieselgeneratoren zu beschränken und auf Stromerzeuger mit einem Partikelfilter zu setzen. Eine strikte Vorgabe, die eine Nachrüstung der bestehenden Dieselgeneratoren erfordert, gibt es allerdings nicht.

Um den Wirkungsgrad der ökologischen Standards zu erhöhen, sollen diese perspektivisch weiterentwickelt werden. Bislang sind die Anforderungen in 21 Muss-Vorgaben gegliedert, von denen eine Produktion mindestens 16 erfüllen muss. Hinzu kommen weitere 18 Soll-Vorgaben, die als Anregung dienen. Mit diesen Standards ist ein erster Grundstein gelegt, um den Transformationsprozess in der Filmbranche voranzubringen.

Um eine höhere Wirksamkeit zu erreichen, ist eine Schärfung erforderlich. Zu den Muss-Vorgaben gehört u. a. die Anforderung, in allen Betriebsstätten inklusive der Postproduktionsunternehmen zertifizierten Ökostrom zu beziehen. Das klingt gut, aber nicht überall, wo Ökostrom draufsteht, handelt es sich um tatsächlich erzeugten Ökostrom. Der Handel mit sogenannten Herkunftsnachweisen in Europa ermöglicht es, Strom aus fossilen Quellen mit einem Grünstrom-Label zu zertifizieren, das beispielsweise von einem norwegischen Wasserkraftwerk stammt. Bei der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung wird dann Ökostrom angesetzt, aber der Ausbau der erneuerbaren Energien in Deutschland wird dadurch nicht forciert.

Seitdem es eine größere Nachfrage nach klimafreundlichen Lösungen gibt, ist dieser Trend von diversen Unternehmen als ein lukratives Geschäftsmodell identifiziert worden. Ob Strom, Schokolade oder Strohhalme – immer mehr Produkte werden mit Werbeversprechen und Eigenkreationen von Labels als „grün“, „bio“, „nachhaltig“, „fair“ oder „kompostierbar“ vermarktet. Eine Transparenz oder ein tieferer Blick in die Produktions- und Lieferketten ist dabei nicht gegeben. Nachhaltige Beschaffung und die Umsetzung der Kreislaufwirtschaft erfordern auch in der Filmbranche eine Umstellung der Arbeitsabläufe und eine stärkere Nutzung vorhandener Ressourcen, damit statt „Fast Fashion“ Kostüme aus dem Fundus eingesetzt werden.

Um eine Abkehr vom „Fast-Film“-System herbeizuführen, müsste der Fokus in der Filmproduktion von der Quantität auf mehr Qualität verlagert werden. Mehr Zeit in der Vorbereitungsphase würde in allen Gewerken für eine entschleunigte Arbeitsweise sorgen, die zur Einsparung von Energie, Ressourcen und CO<sub>2</sub>-Emissionen führen könnte. Nachhaltigkeit ist ein Prozess, der sich nach dem Plan-Do-Check-Act-Prinzip ständig optimieren lässt und in der Filmbranche noch am Anfang steht.



Birgit Heidsiek ist Gründerin von Green Film Shooting, dem Europäischen Zentrum für Nachhaltigkeit im Medienbereich, das mit Publikationen und Podiumsdiskussionen über grüne Innovationen in der Medienbranche informiert. Als Grüne-Kino-Beraterin der Filmförderungsanstalt (FFA) hat sie *Das Grüne Kinohandbuch 2.0* produziert.

Die Fakten über den Klimanotstand sind den meisten Menschen bekannt, und doch wird bei Weitem nicht genug getan, um die katastrophalen Folgen einzudämmen. Woran liegt das? Läuft etwas in der Kommunikation schief? Auf der Suche nach Antworten haben sich Klimaschützer\*innen in den vergangenen Jahren verstärkt der Kommunikationswissenschaft und der Psychologie zugewandt. Die Psychologin Lea Grosse leitet Trainings zur Klimakommunikation. *mediendiskurs* sprach mit ihr darüber, wie gelingende Kommunikation zum Motor für gesellschaftlichen Wandel werden kann. Eine vertiefende Lektüre zu dieser Frage findet sich im Handbuch *Über Klima sprechen*.<sup>1</sup>

CHRISTINA HEINEN IM GESPRÄCH MIT LEA GROSSE

# „Es ist noch nicht

*Warum ist es wichtig, mehr über die Klimakrise zu sprechen?*

Weil seit mehreren Jahrzehnten die naturwissenschaftlichen Fakten dazu, dass die Klimakrise extrem bedrohlich ist, auf dem Tisch liegen. Es ist an der Zeit, dass alle Menschen sich dessen endlich bewusst werden und daraus folgend handeln. Das Wissen um den Klimanotstand muss sowohl die Bäckermeisterin, der Klimaschutzmanager als auch das Schulsekretariat in ihr tägliches Tun transformieren. Ins Handeln zu kommen, ist auch aus einer psychologischen Perspektive wichtig, weil das bloße Wissen um die Fakten viele Menschen ohnmächtig zurücklässt.

*In Ihrem Handbuch geht es also weniger um professionelle Kommunikationsstrategien als vielmehr um die Kommunikation unter Einzelpersonen?*

Das Handbuch bietet beides. Man bekommt sehr viele Informationen, wie in einem persön-

lichen Gespräch das Thema aufgegriffen werden kann. Und es gibt Kapitel, in denen besprochen wird, wie das Thema einer breiteren Öffentlichkeit vermittelt werden kann. Es gibt z. B. ein Kapitel, in dem es darum geht, wie Bilder eingesetzt werden können – was für ein persönliches Gespräch wahrscheinlich nicht so eine Relevanz hat.

*Inwiefern sollten wir anders über die Klimakrise sprechen?*

Noch heute denken wir als Klimakommunikator:innen häufig, es würde ausreichen, die Fakten zu präsentieren. Wie wir jetzt wissen, funktioniert das leider nicht. Der Begriff hierfür ist das Defizit-Modell der Kommunikation – die Annahme, dass mehr Informationen zu mehr Einsicht und ohne weiteres Zutun auch zum richtigen Handeln führen.

Einzelpersonen sind mit psychologischen Barrieren behaftet. Einerseits sprechen sie das

---

„Jeder Zehntelgrad zählt.“

---

zu spät!“



---

## „Es gibt noch zu viel negative Berichterstattung über die Klimakrise und zu wenig positive Texte zu gelungenem Klimaschutz.“

---

Thema nicht an, um Konflikte zu vermeiden. Andererseits wissen sie selbst oft nicht, was sie konkret tun können. Sie spüren, dass sie sich selbst kaum klimafreundlich verhalten. Das schlechte Gewissen verbietet ihnen quasi, mit anderen darüber zu sprechen. Das führt oft zu einer Schweigespirale.

*Das Konzept der Schweigespirale beinhaltet ja auch, dass der Eindruck entsteht, es gäbe gar nicht so viele Personen, die das Thema wichtig finden – weil so wenig darüber gesprochen wird ...*

Ja, das stimmt. Das bedingt sich. Die sozialempirische Forschung belegt aber, dass es für die allermeisten Menschen ein wichtiges Thema ist und sie gern etwas machen würden.

*Wie kann man die Kommunikation so verbessern, dass das Thema nicht so viel Angst und Abwehr auslöst?*

Wenn man sich als Klimakommunikator:in versteht, erkennt man die Dringlichkeit und ist frustriert ob der Langsamkeit des nötigen Wandels. Was hier helfen kann, ist, sich selbst bewusst zu machen, dass es einen langen Atem und ein Wandel seine Zeit braucht. Es wird nicht alles in fünf Jahren klimaneutral sein. Das sollte man auch anderen zugestehen. In der konkreten Kommunikation heißt das, auf andere Personen nicht mit vorgefertigten Annahmen zu deren Meinung zuzugehen und sie quasi vom Gegenteil überzeugen zu wollen. Das funktioniert nicht, da die Personen sich dann eher angegriffen fühlen und mit Reaktanz reagieren.

Oft ist es wirksamer, einer Person, die Zweifel oder Schwierigkeiten hat, sich klimaschützend zu verhalten, zuzuhören. Man sollte herausfinden, woher die Widerstandsargumente kommen

und Verständnis und Wertschätzung signalisieren. Nur so ist ein Dialog realisierbar, der wiederum die Möglichkeit eröffnet, gemeinsame Ziele oder Lösungsideen zu definieren.

Emotionen haben in den letzten Jahren auch bei diesem Thema einen anderen kommunikativen Stellenwert bekommen – vor allem seit der *Fridays for Future*-Bewegung. Es ist aber herausfordernd, mit und über Emotionen zu kommunizieren. Es kann nicht Sinn der Sache sein, die Klimadebatte zu emotionalisieren, aber es sollte mehr Raum sein, sich über Emotionen auszutauschen. Das machen wir viel zu wenig. Es gibt kaum Austauschräume, in denen offen kommuniziert wird, dass man frustriert oder wütend ist. Das hat nicht einmal etwas mit der Klimakrise zu tun, sondern wir leben in einer Gesellschaft, in der das allgemein nicht zur sozialen Norm gehört.

*Sind Emotionen nicht ein wichtiges Scharnier, um vom ersten Schock in ein späteres Handeln zu kommen? So empfinde ich das zumindest: Nur wenn man das Ganze emotional an sich heranlässt, empfindet man die Dringlichkeit, etwas an seinen Gewohnheiten zu ändern.*

Dieser Gedanke greift auf sehr alte philosophische Debatten zurück. Rationales Gehirn gegen emotionales Gehirn. Lange Zeit war man der Annahme, Diskurse müssten rational sein – Emotionen hätten da keinen Platz. Das hat sich klar verändert. Zu Recht! Wut oder Frustration sind gute Beispiele dafür. Wut als eine negative Emotion sollte man laut gesellschaftlicher Konvention nicht haben, aber Wut kann mich sehr antreiben, mich zu engagieren, z.B. aktiv zum politischen Handeln beizutragen.



*Wenn ich Wut nicht in Handeln umsetzen kann, wenn ich sie nur für mich behalte, wird sie eher Depressionen o.Ä. auslösen ...*

Ja, das stimmt.

*An wen richten sich die Kommunikationstrainings-Module, die Sie in Ihrem Handbuch beschreiben?*

Im Prinzip an alle Zielgruppen. Wir finden, dass es in allen Berufsgruppen nötig ist, anders über die Klimakrise zu kommunizieren. Aber vor allem im Gesundheitsbereich bzw. in der sozialen Arbeit halten wir es für notwendig, mehr Kommunikation darüber zu verankern.

*Warum gerade da?*

Weil es ein interessanter politischer und gesellschaftlicher Hebel sein kann. Im Gesundheitsbereich merkt man am ehesten, dass die Klimakrise auch in Deutschland angekommen ist, sie stellt eine reale Bedrohung für unsere Gesundheit dar. Aber der Zusammenhang wird im derzeitigen Gesundheitssystem noch nicht berücksichtigt. Es gibt z. B. für stärkere Hitzesommer keine gesundheitlichen Einrichtungen, was ein Problem ist.

Wir sehen hier Bedarf für schnelle Veränderungen, da Gesundheit natürlich jeden Einzelnen betrifft.

Wenn Klimakommunikation nur aus einer aktivistischen Bubble heraus stattfindet, gibt es immer Menschen, die sich ideologisch überhaupt nicht mit diesen Menschen identifizieren können und deswegen eine Kommunikation blockieren. Aber Gesundheit ist für jeden wichtig.

*Was sollte sich in der journalistischen Berichterstattung zum Klimanotstand ändern?*

Einerseits, dass es mehr Berichterstattung gibt. Damit meine ich nicht einzelne Artikel, sondern dass die Klimakrise immer integrativ bei allen Themen mitgedacht werden muss, z. B. in Sportberichten. Sportredakteur:innen könnten z. B. über die Klimabilanz im Fußball berichten oder darüber, wie sich Extremwetterereignisse auf internationale Wettkämpfe auswirken.

Ein zweiter Punkt, der sich ändern müsste, ist die Art und Weise der Berichterstattung. Derzeit werden eher Sorgen geschürt. Das löst Angst aus, die wiederum Handeln blockiert. Der Leitgedanke „when it bleeds, it leads“, je dramatischer in der Darstellung, desto mehr Leserschaft, ist für die Klimaberichterstattung – und für die Berichterstattung generell sicherlich auch – sehr kontraproduktiv.

Wenn ich über die Dringlichkeit berichte, was ja durchaus notwendig ist, sollte gleichzeitig immer eine Handlungsoption aufgezeigt werden. Und nicht zuletzt gibt es noch zu viel negative Berichterstattung über die Klimakrise und zu wenig positive Texte zu gelungenem Klimaschutz. Es gibt viele Initiativen und auch Einzelpersonen, die sich einsetzen. Viele, viele Gemeinden und Kommunen wollen klimaneutral werden. Da ist sehr viel lösungszentriertes Wissen vorhanden, das über Berichterstattung geteilt werden sollte.

Es ist notwendig, immer wieder klarzumachen, dass die Situation gerade sehr bedrückend ist, aber es noch nicht zu spät ist. Was heißt das überhaupt, „zu spät“? – Damit setzt sich die Klimadebatte gerade sehr auseinander. Das geframte Ziel von 1,5 Grad Celsius wird zwar immer unwahrscheinlicher, aber es ist besser, das Ziel auf 1,6 oder 1,7 Grad zu korrigieren, als zu verzweifeln. Jeder Zehntelgrad zählt. Es ist ja nicht an einem Punkt zu spät – und dann ist es vorbei! Sich das bewusst zu machen, ist ein sehr bestärkender Gedanke.

*Haben Sie ein journalistisches Beispiel, wo das schon gut gelingt?*

Ein gutes Beispiel für gelingende Klimaberichterstattung ist für mich der Newsletter des „Guardian“. Darin werden, angenehm verteilt, gute und weniger gute Nachrichten publiziert. Ich kann mich einerseits informieren, welche kleinen und großen Initiativen es schon gibt – was viel Hoffnung erweckt. Und andererseits gibt es die nicht so guten Nachrichten zum Thema. Diese Mischung hält mich auch davon ab, Nachrichten ganz generell zu vermeiden, denn nur negative Berichte sind schwer ertragbar und setzen Vermeidungsstrategien in Gang.

---

#### **Anmerkung:**

**1 Schrader, C.:** *Über Klima sprechen. Das Handbuch.* München 2022.  
Abrufbar unter: <https://klimakommunikation.klimafakten.de>

---

**Der Inhalt dieses Interviews steht mit der menschengemachten Klimakrise in Zusammenhang. Die Auseinandersetzung damit kann belastende Gefühle wie Sorge, Angst oder Wut auslösen. Aber man kann etwas tun.**

**Wie viel Aktivismus bringt, lässt sich hier ausrechnen:**

<https://www.climate-handprint.de>

**Und hier umsetzen:**

Du willst ein:e Lawyer for Future werden?

Melde Dich bei [support@lawyers4future.org](mailto:support@lawyers4future.org) und folge den Lawyers for Future auf Twitter (@lawyers\_4future) oder Instagram (@lawyersforfuture).

Die Lawyers for Future freuen sich über neue Unterstützer:innen!

**Weitere Informationen sind abrufbar unter:**

<https://studentsforfuture.info>

<https://letztegeneration.de>

<https://www.bundesregierung.de>

# Wie grün ist unser Medienverhalten?

TEXT: BRIGITTE ZEITLMANN

Das Portal *medienradar* bietet aktuelle medien(-ethische) Themen für Lehrkräfte an, indem sowohl Hintergrundartikel, Mediensammlungen, Statistiken, Erklärvideos und Lehrmaterial für den Einsatz im Unterricht bereitgestellt werden. Die Auswahl der Themen orientiert sich dabei an der medialen Relevanz für Kinder und Jugendliche in ihrem Alltag. Jüngst erschienen ist das Dossier *Umweltfaktor Digitalisierung – Wie grün ist unser Medienverhalten?*. Lehrkräfte erhalten in diesem Dossier umfangreiche Materialien, die sie dabei unterstützen sollen, den Kenntnisstand von Schüler:innen zu erweitern, kontroverse Sichtweisen zuzulassen und Denkprozesse in Gang zu setzen.

Wird heutzutage über das gesellschafts-politische Engagement von Jugendlichen gesprochen, ist ihre Beteiligung an Umweltschutzmaßnahmen das Erste, was einem in den Sinn kommt. Kaum ein anderes Thema hat in den letzten Jahren so viele junge Menschen politisiert und mobilisiert. Das mediale Echo ist entsprechend groß. In Talkshows sind junge Aktive gern gesehene Gäste, Reportagen dokumentieren ihre politische Teilhabe. Insbesondere Social-Media-Kanäle werden genutzt, um drängende Umweltthemen zu behandeln, zu teilen und sich zu vernetzen.

Seit Längerem dient das Thema „Klimawandel“ darüber hinaus als Stoff für jugendaffine fiktionale Filme, Serien und Games. Häufig handelt es sich hier (noch) um eine dystopische Auseinandersetzung, in der katastrophale Auswirkungen von unverantwortlichem Handeln zum Thema gemacht werden.

Die starke (mediale) Präsenz des ökologischen Themas ermöglicht es jungen Menschen bereits, fundierte Positionen zu etablieren. Gleichzeitig sind diese nicht als starr zu begreifen, sondern unterliegen – entsprechend dem wachsenden Kenntnisstand der Gesellschaft, aber auch der kognitiven Entwicklung von Kindern und Jugendlichen – einem gewissen Wandel. Ebenso wenig sind die Positionen als trennscharf zu verstehen. Aber: Sie polarisieren und treffen im Alltag manchmal recht brüsk aufeinander. Dabei ist vielen Beteiligten ein Gefühl der Überforderung gemeinsam. Das ist nicht verwunderlich. Schließlich müssen globale Probleme auch übergreifend gelöst werden – und so stehen sowohl die internationale Politik als auch die Großunternehmen als Hauptverursacher der Umweltverschmutzung in der Pflicht, verantwortlich zu handeln. Aus dem Gefühl der Überforderung kann Druck entstehen, dieser wiederum erschwert eine erkenntnisoffene Reflexion. Das ist fatal in einer Welt, in der gesellschaftlicher Zusammenhalt für die Lösung globaler Probleme unabdingbar ist. Medien greifen diese Themen auf und helfen insbesondere bei der Informationsvermittlung, der Sichtbarmachung des ökologischen Diskurses und der Vernetzung von Interessengruppen. Die Digitalisierung an sich ist jedoch auch ein

Umweltfaktor, u. a. durch den enormen Energieverbrauch bei der Herstellung und Nutzung von digitalen Medien, durch die Ausbeutung seltener Ressourcen, den gestiegenen Materialeinsatz und die vermehrten Transportwege.

Während jedoch medial viel über „analoge“ Umweltverschmutzung – beispielsweise im Transportwesen, im Energiesektor oder der Müllentsorgung etc. – gesprochen wird, ist der Anteil der Digitalisierung am Klimanotstand weitaus seltener Diskussions-thema. Insbesondere im medienpädagogischen Kontext wird dieser Aspekt bisher kaum behandelt.

## Themenschwerpunkte Dossier

Um eine offene Kommunikation im schulischen und außerschulischen Bereich zu fördern, ist eine nähere Betrachtung der verwendeten Begriffe, der Framings und Perspektiven hilfreich. *Wie sollen wir über das reden, was mit unserem Planeten passiert?* titelte die „Washington Post“ und fragt damit nach einer angemessenen Sprache über den Klimawandel. Dieser Aufgabe stellt sich Jana Papenbroock in dem Verzeichnis *Klimakompetenz stärken: Aufgeben ist keine Option!*<sup>1</sup>. In kurzen Abschnitten werden gängige Klimabegriffe und Framings hinterfragt, um sie handlungsorientierten Alternativen gegenüberzustellen.

Produktwerbung mit gängigen Klimabegriffen wie „klimaneutral“ oder sogar „klimapositiv“ kann sich für Unternehmen umsatzsteigernd auswirken. Dass sich manche Konzerne wie „Wölfe im Froschpelz“<sup>2</sup> geben, verdeutlicht David Assmann und fordert ein verantwortungsvolles Handeln der Wirtschaft. Das gewährleiste nicht nur ihren guten Ruf – schließlich riskieren sie mit Täuschungsmanövern einen hohen Imageschaden –, es fördere insbesondere den notwendigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel. Auch die Medienbranche wirbt mit klimaeffizientem und nachhaltigem Konsum bei digitalen Produkten. Inwieweit es sich dabei auch um Greenwashing handelt, wird in dem Artikel *Grün ist eine profitable Farbe*<sup>3</sup> näher betrachtet.

Nicht alle Medienbranchen vermarkten jedoch das grüne Image gleichermaßen. Insbesondere die Gaming-Branche verhält sich diesbezüglich etwas zurückhaltender. Prof. Sylvius Lack erläutert in kurzen Videosequenzen die Relevanz des Klimaschutzes für digitale Spiele. In „*Aus der Not eine Tugend machen*“<sup>4</sup> werden aktuelle Entwicklungen auf dem Markt benannt und Inhalte von Spielen vorgestellt, die sich mit dem Thema „Klima“ auseinandersetzen. Überdies wird der Frage nachgegangen, welche Faktoren für ein intensives Spielerlebnis relevant sind.

## „Das Thema ‚Umweltfaktor Digitalisierung‘ ist komplex.“

Was sagen Jugendliche zu dem Zusammenhang von Klimaschutz und Medien? In Zusammenarbeit mit DOXS RUHR entstand ein Podcast<sup>5</sup>, in dem junge Menschen gemeinsam über die Präsenz von Klimaschutz und Medien in ihrem persönlichen Leben sprechen und über ihr Gefühl, dass viele der politischen Entscheidungen die Interessen Jugendlicher nach wie vor nicht vertreten, sondern vornehmlich für Konzerne und deren Wachstum gemacht sind. Um zukunftsgerichtetes Auftreten geht es in der Playlist *Medienauftritte zu Klima, Umwelt und Nachhaltigkeit*<sup>6</sup>. Das Internet ist zur Plattform der globalen Klimabewegung geworden – ohne Onlineaktivismus wäre organisiertes politisches Engagement heute kaum noch denkbar. Eine umfangreiche Sammlung präsentiert die Medienauftritte unterschiedlicher Akteure, Initiativen, Tools und Plattformen.

Für die Teilhabe am Onlineaktivismus sind Smartphones unverzichtbar geworden. Wie klimafreundlich das ist, demonstriert das Erklärvideo *Die Klimabilanz deines Smartphones*<sup>7</sup>. Im Lehrmaterial stehen Lehrkräften überdies Unterrichtseinheiten von Max Martens für die Klassenstufen 7/8, 9/10 und 11/12 mit unterschiedlicher Fächeranbindung zur Verfügung. In diesen Einheiten wird ein besseres Verständnis für den Klimanotstand gefördert, eine Reflexion verschiedener Perspektiven unterstützt, und auch mögliche Handlungsweisen werden aufgezeigt. Außerdem wird berücksichtigt, dass viele Schüler:innen gerade bei den Themen „Digitalisierung“ und „Klimaschutz“ über eine starke Expertise verfügen, die sie konstruktiv in den Unterricht einbringen können.

Das Thema „Umweltfaktor Digitalisierung“ ist komplex. Deshalb werden weitere Inhalte, wie z. B. eine Sammlung von (Fernseh-)Dokumentationen und Reportagen zu den Themen „Klimaschutz“ und „Nachhaltigkeit“, im Laufe des Jahres 2023 folgen.

### Anmerkungen:

- 1 Papenbroock, J.:** *Klimakompetenz stärken: Aufgeben ist keine Option! Ein Verzeichnis zur besseren Kommunikation des Klimanotstandes.* In: Medienradar, 12/2022.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 2 Assmann, D.:** *Wölfe im Froschpelz. Wie Greenwashing Profite steigert und Klimaschutz verhindert.* In: Medienradar, 1/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 3 Assmann, D.:** *Grün ist eine profitable Farbe. Die Bedeutung der Digitalisierung für die Klimabilanz des Medienkonsums.* In: Medienradar, 2/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 4 Lack, S./Zeitlmann, B.:** *„Aus der Not eine Tugend machen“. Ein Interview zur Nachhaltigkeit von digitalen Spielen.* In: Medienradar, 2/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 5 DOXS RUHR/Azahrai, J./Kitter, C./Uhlig, D.:** *„...es geht darum, dass Alle mitreden!“. Ein Podcast mit Jugendlichen über Klimaschutz und Medien.* In: Medienradar, 2/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 6 Ávila González, E./Lütticke, E. M./Uhlig, D./Zeitlmann, B.:** *Medienauftritte zu Klima, Umwelt und Nachhaltigkeit. Webseiten, Social-Media und Podcasts.* In: Medienradar, 2/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>
- 7 Diehl, A. L./Kitter, C./Schneider, J. F.:** *Die Klimabilanz deines Smartphones. Erklärvideo.* In: Medienradar, 2/2023.  
Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>



Brigitte Zeitlmann ist Hauptamtliche Prüferin bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) sowie Mitglied der *medienradar*-Redaktion.



© Sandra Hermannsen

Sich sozial zu engagieren, das Klima zu schützen, für Nachhaltigkeit einzustehen – eben Gutes zu tun –, scheint im Trend zu liegen und beim Publikum anzukommen. Wie ernst sollte man jedoch die Selbstinszenierung als „Weltretter:in“ von Social-Media-Akteur:innen nehmen? Geht es tatsächlich darum, „das Richtige“ zu tun? Oder eher um Profit und Image? Nicht zuletzt der Fall um den Influencer Fynn Kliemann und die hierauf folgende Empörungswelle, die durch die Satiresendung *ZDF Magazin Royale*<sup>1</sup> ausgelöst wurde, zeigen die medienethische Bedeutung einer solchen Frage: Die vorgebrachten Vorwürfe liefen dem aufgebauten Image des Influencers als „Weltverbesserer“ massiv zuwider, die Erwartungshaltung wurde enttäuscht, das positive Gesamtbild dekonstruiert.

Auftritte auf Social-Media-Plattformen stellen für Influencer:innen eine lukrative Einkommensquelle dar. Es scheint naheliegend, dass gerade das Wissen um derartige ökonomische Zusammenhänge das Publikum dazu animiert, an Medienschaaffende, die zu sozialen oder Nachhaltigkeitsthemen arbeiten, besonders „strenge“ moralische Maßstäbe anzulegen. Aus medienethischer Sicht bleibt zu hinterfragen, ob es die individuellen Verdienste um ein Thema tatsächlich schmälert, wenn die dahinterstehende Intention in erster Linie darin bestehen sollte, mit dem produzierten Content Geld zu verdienen. Auf den Punkt gebracht: Ist für eine medienethische Beurteilung des Influencing-Handelns die Intention oder das Resultat ausschlaggebend? Und in Bezug zu welchen normativen Annahmen stehen Bezahlung und eine moralisch als gut zu beurteilende Intention einander eigentlich entgegen? Fragen wie diese verweisen auf moralphilosophische „Klassiker“ zur Handlungsmotivation. Diese wird in der Ethik differenziert betrachtet. Deutlich wird dies z. B. in der Gegenüberstellung deontologischer und konsequentialistischer Theorien, die jeweils für die Bewertung einer Handlung entweder deren Intention und die zugrunde liegende Gesinnung oder die Folgen einer Handlung betrachten (Fenner 2020, S. 161). Eine allgemeingültige ethische Bewertung und Einordnung lässt sich mit Blick auf die vorliegende Frage nach der Handlungsmotivation jedoch kaum vornehmen. Ein detaillierter Blick auf die im Netz aktiven Sinn- und Greenfluencer:innen erscheint geboten.

# Greenfl

## Greenfluencing

„Greenfluencing“ verweist auf den Begriff „Influencing“: Unter Influencer:innen versteht man Personen, die sich über digitale Kanäle wie z.B. Social-Media-Plattformen ein breites Netzwerk erarbeitet haben und eine große Zielgruppe erreichen. Sie verfügen häufig über hohe kommunikative Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Fachwissen zu einem bestimmten Themensegment. Der Begriff „Greenfluencing“ spezifiziert Influencer:innen in einem solchen Wortsinn als Personen, die sich schwerpunktmäßig in den Bereichen „Nachhaltigkeit“ und „Klimaschutz“ engagieren (Koinig/Diehl 2022, S. 20).

In der Praxis lassen sich eine Vielzahl von recht unterschiedlichen Greenfluencer:innen finden. Die Motivation, die Hintergründe, das Auftreten und auch die Organisation der auf Social-Media-Plattformen auffindbaren Kanäle sind vielfältig. Die Medienrealität der Social Media zeigt Greenfluencing-Content in Audio, Bild, Film und Text. Bei den Akteur:innen handelt es sich u. a. um ausgebildete Umweltwissenschaftler:innen und Aktivist:innen, teils auch in Kooperation mit Wirtschaft und Politik – so z.B. mit der Initiative der Bundesregierung *KlimaGesichter* oder dem Eiscremekonzern Ben & Jerry's unter dem Schlagwort „Climate Just'Ice Now“ ([klimagesichter.de](https://www.benjerry.de); <https://www.benjerry.de>). Die Werte und normativen Ideen, die dabei weithin thematisiert werden, lassen sich grob in vier Kategorien gliedern.

Erstens wird, beispielsweise mit dem Slogan „Climate Just'Ice Now“, Gerechtigkeit als Wert insbesondere

mit Blick auf eine damit verbundene Intersektionalität adressiert. Entsprechende Kanäle verweisen damit auf den Anspruch, dass Klimagerechtigkeit notwendig auch mit sozialer Gerechtigkeit insbesondere in globaler Perspektive zusammenhängt.

Zweitens wird die normative Idee von Good News vertreten. Das heißt, eine positive Medienberichterstattung steht im Fokus. Entsprechende Kanäle bringen sich gegen das sogenannte Doomscrolling in Stellung. Sie bieten ein Gegenangebot zum Konsumieren von Negativ- und Krisenmeldungen auf den Newsfeeds und die damit verbundene Frustration. So legen z.B. Accounts wie Pique Action, The Joy Report oder The Garbage Queen den Fokus dezidiert auf „climate solutions“ ([instagram.com/piqueaction](https://www.instagram.com/piqueaction); [spotify.com/TheJoyReport](https://www.spotify.com/TheJoyReport); [thegarbagequeen.com](https://www.thegarbagequeen.com)).

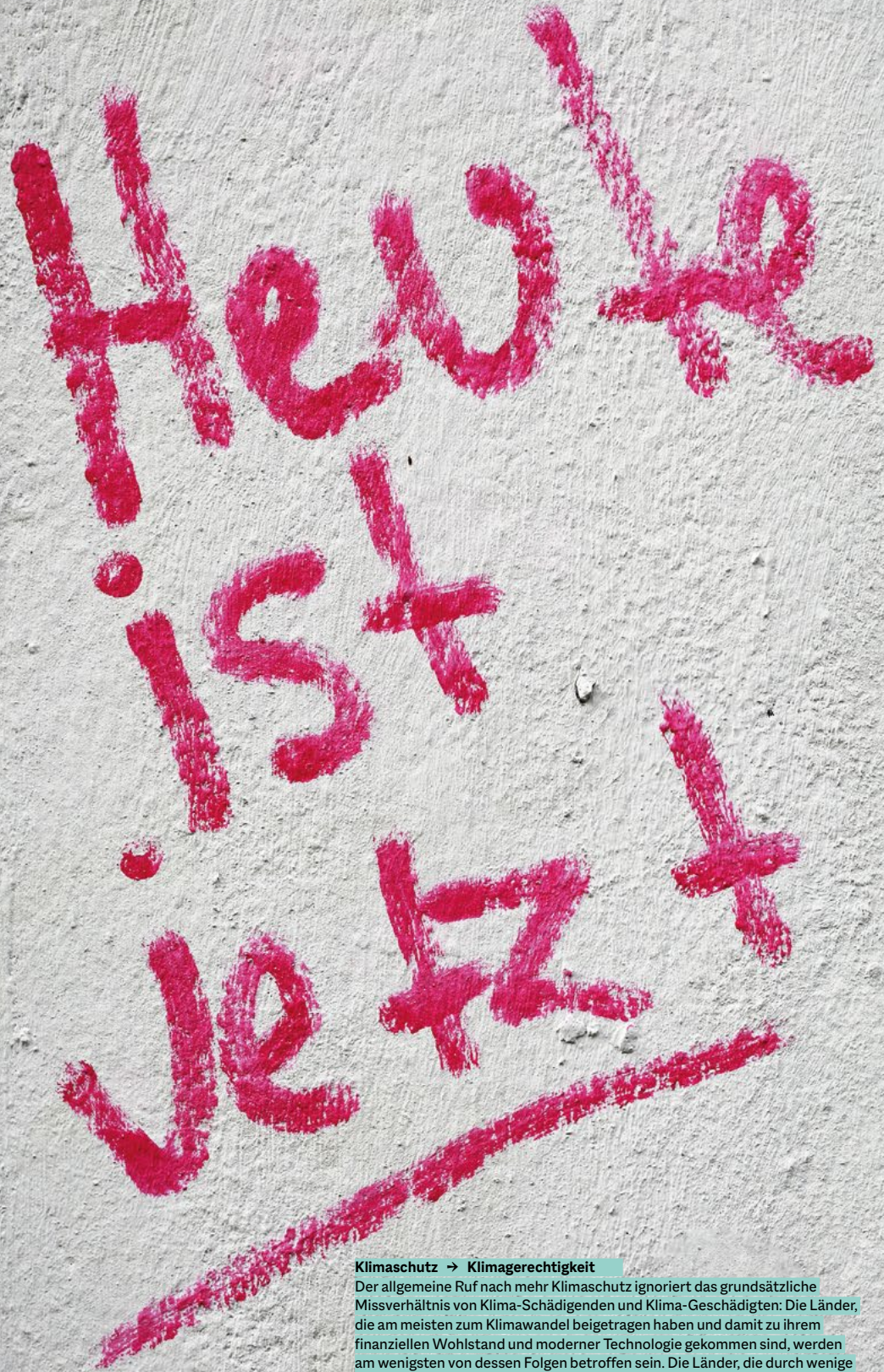
Drittens soll es um die Vermittlung von Bildung und, normativ damit verbunden, Inspiration gehen, wie der TikTok-Kanal EcoTok sinnbildlich zeigt, der von verschiedenen Greenfluencer:innen bespielt wird ([tiktok.com/@eco\\_tok](https://www.tiktok.com/@eco_tok)).

Viertens steht schließlich die anthropologische Idee des Menschseins überhaupt zur Disposition. Wie es beispielsweise @queerbrownvegan formuliert, stellt es einen Wert dar, eine Idee von der eigenen Zukunft zu haben, auf die sich gestaltend zu beziehen möglich ist: „Wanting to hear about climate solutions isn't false hope. It's our birthright as humans to feel empowered, connected, and have a vision of the future. Awareness of climate solutions help all of that become a reality“ ([queerbrownvegan.tumblr.com](https://www.queerbrownvegan.tumblr.com)).

## Medienethische Perspektiven auf den Trend „Greenfluencing“

Wie kann man den Trend „Greenfluencing“ aus medienethischer Sicht analysieren und bewerten? Moral bezieht sich allgemein auf die Frage, in Bezug auf welche normativen Annahmen sich Orientierung im Handeln finden lässt. Das, was bei der Suche danach herauskommt, muss allerdings normativ immer auch strittig bleiben – um begründbar anstatt nur glaubbar zu sein. Dies trifft nicht nur in Bezug auf einzelne konkrete Werte wie z.B. Gerechtigkeit zu, sondern ist auch hinsichtlich der Legitimierung von Moral selbst der Fall, wie es etwa der Schlusssatz aus Camus' *Der Fall* zum Ausdruck bringt: „[...] es wird immer zu spät sein. Zum Glück!“ Die Frage, ob in Anbetracht der gegenwärtigen Weltlage Optimismus oder doch eher das Aufgeben von Hoffnung moralisch angeraten ist, impliziert ein Spannungsfeld, aus dem einer der einflussreichsten Greenfluencing-Kanäle, EcoTok, sein normatives Selbstverständnis schöpft. Wie eine der EcoTok-Creator:innen in einem TedTalk<sup>2</sup> zur Motivation hinter dem Kanal konstatiert, soll Moral gegenwärtig insbesondere eine Frage der Entscheidung zwischen „Climate Optimism“ und „Climate Anxiety“ sein: „Climate Optimism“ soll dazu befähigen, ins Handeln zu kommen – und dies, über neue Medien, insbesondere fernab „ausgetretener Pfade“, etablierter Gatekeeper:innen und bereits bestehender machtvoller sowie einflussreicher Interessengruppen aus Politik oder Wirtschaft, sondern stattdessen in

# uencing



Heute  
ist  
Welt

#### Klimaschutz → Klimagerechtigkeit

Der allgemeine Ruf nach mehr Klimaschutz ignoriert das grundsätzliche Missverhältnis von Klima-Schädigenden und Klima-Geschädigten: Die Länder, die am meisten zum Klimawandel beigetragen haben und damit zu ihrem finanziellen Wohlstand und moderner Technologie gekommen sind, werden am wenigsten von dessen Folgen betroffen sein. Die Länder, die durch wenige Emissionen am wenigsten verantwortlich sind, stehen dagegen existenziellen Risiken gegenüber.

Die Forderung nach Klimagerechtigkeit adressiert u.a. ein gerechteres Verhalten innerhalb der Generationen (dass den jüngsten und kommenden Generationen ein bewohnbarer Planet hinterlassen wird) und der Länder (den Export von Klimagefahren in ärmere Länder, an indigene, vulnerable, nicht weiße Bevölkerungen) und definiert den Klimawandel als Angelegenheit von Menschenrechten und Gerechtigkeit.



„spontane[r] Interaktion mit vernetzten Informationen“ (Münker 2012, S. 46), die jede:r mit dem Smartphone alltäglich in der Hosentasche bei sich tragen kann. Allerdings entstehen dabei neue Interessengruppen, die medienethische und philosophische Anschlussfragen aufwerfen. Was muss z.B. aufseiten der User:innen gegeben sein, um überhaupt „influencet“ werden zu können? Braucht es dazu Vorwissen über Umweltthemen? Anders gefragt: Ist die Klimakrise auch eine Bildungskrise? Es scheint beispielsweise für die Handlungsmotivation durch Greenfluencing-Content zu einem Pro-Umwelt-Verhalten förderlich zu sein, bereits über ein Vorwissen zu Umweltthemen zu verfügen (Knapfer u. a. 2023). Nicht zuletzt rückt bei der Beurteilung entsprechender Kanäle auch die Person der bzw. des Greenfluencer:in in den Fokus. Offenbar spielt bei der Beurteilung von Greenfluencing-Content nicht nur die Reichweite, die ein Inhalt online erlangt, eine Rolle. Vielmehr kommt auch der Glaubwürdigkeit der bzw. des Content-Creator:in eine zentrale Bedeutung zu (Boerman u. a. 2022). Nicht selten lassen sich daher auch Kommunikationsstrategien des Greenfluencing online abbilden, die sich in der persönlichen Ansprache und im Gewähreren von privaten Einblicken konstituieren. Entsprechende persönliche Faktoren werden insbesondere mit Blick auf die Eingangsfrage relevant: Glaubwürdigkeit und Transparenz werden wichtig, wenn es um die Frage nach der Handlungsmotivation geht. Was zählt: die Intention oder das Resultat?



## Medienpädagogische Anschlusspunkte

Deutlich wird, dass der Umgang und die Einordnung von Greenfluencing vielschichtig ist. Zugleich gewinnen entsprechende Fragen mit Blick auf die Klimakrise und den Diskurs darüber, wie Klimathemen in medialen und pädagogischen Kontexten behandelt werden können und sollen, eine immer größere Relevanz. Wie könnte eine entsprechende Förderung in der medienpädagogischen Praxis aussehen? Um die unterschiedlichen Dimensionen des Themas zu diskutieren, wurden im Rahmen eines Seminarangebots an der Hochschule für Philosophie München im Sommersemester 2022<sup>3</sup> vier kurze social-media-taugliche Filme erstellt, die flexibel in verschiedenen schulischen wie außerschulischen Kontexten eingesetzt werden können. Die Videos zeigen exemplarisch vier Facetten des Themas auf:

- 1) Wie werden Greenfluencer:innen wahrgenommen und der Trend gewertet?
- 2) Welche Bedeutung haben Plattformaffordanzen für die Vermittlung von zielgruppenspezifischen Inhalten?
- 3) Wie kann die Werturteilskompetenz im Umgang mit medialen Vorbildern gefördert werden?
- 4) Wer ist verantwortlich für eine gelingende Diskussionskultur auf Social Media?

Alle Videos stehen für den Einsatz in der Praxis auf der Internetseite des Zentrums für Ethik der Medien und der digitalen Gesellschaft zur Verfügung.<sup>4</sup> Sie sollen dazu dienen, Gesprächsanlässe zu generieren, und dazu anregen, selbst in die Medienproduktion zu kommen.

### Anmerkungen:

**1** Das Video *Fynn Kliemann: SCHEISSE bauen (DIY)* des ZDF Magazin Royale ist auf YouTube abrufbar unter: <https://www.youtube.com>.

**2** Das Video zum TedTalk *The Eco-Creators Helping the Climate Through Social Media* von Zahra Biabani ist auf YouTube abrufbar unter: <https://www.youtube.com>.

**3** Das Seminar wurde von Prof. Dr. Claudia Paganini und A. Kristina Steimer geleitet. Wir danken allen beteiligten Studierenden herzlich für ihre engagierte Teilnahme, insbesondere Etayaa, Weiser, Morell, Beer, Muth, Khedri, Knothe und Wirz.

**4** Die Videos sind abrufbar unter: <https://zemgd.de>.

### Literatur:

**Boerman, S. C./Meijers, M. H. C./Zwart, W.:** *The Importance of Influencer-Message Congruence When Employing Greenfluencers to Promote Pro-Environmental Behavior*. In: *Environmental Communication*, 7/2022/16, S. 920-941. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2115525>

**Fenner, D.:** *Ethik. Wie soll ich handeln?* Tübingen 2020<sup>2</sup>

**Knapfer, H./Neureiter, A./Matthes, J.:** *From social media diet to public riot? Engagement with „greenfluencers“ and young social media users' environmental activism*. In: *Computers in Human Behavior*, Februar 2023/139, S. 1-12. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107527>

**Koinig, I./Diehl, S.:** *GreenfluencerInnen – eine neue Form der Nachhaltigkeitskommunikation?*. In: A. S. Kümpel/C. Peter/A. Schnauber-Stockmann/F. Mangold (Hrsg.): *Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Aktuelle Studien und Befunde*. Baden-Baden 2022, S. 19-40. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.5771/9783748926436-19>

**Münker, S.:** *Die Sozialen Medien des Web 2.0*. In: D. Michelis/T. Schildhauer (Hrsg.): *Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle und Praxis*. Baden-Baden 2012, S. 45-55

Susanna Endres ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum für Ethik der Medien und der digitalen Gesellschaft. Sie promoviert an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg zum Thema „Medienethische Bildung im digitalen Zeitalter“ im Schnittfeld zwischen Medienethik und Medienpädagogik.

A. Kristina Steimer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Professur für Medienethik an der Hochschule für Philosophie München, wo sie derzeit zum Thema „Die Angst, nicht man selbst zu sein. Kierkegaards Reflexionsphilosophie am Beispiel ‚Selfie‘“ (AT) promoviert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Existenzphilosophie, Digital Culture, Animal Media Studies und Social Media.

# Die grüne Illusion

KOLUMNE VON DAVID ASSMANN



David Assmann ist freier Filmkritiker, Filmemacher und Filmwissenschaftler. Er ist Mitglied des Auswahlgremiums von Berlinale Generation, der Jury für den Kinder & Jugend Grimme-Preis und seit 2018 Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

[I]n gewisser Hinsicht ist das Phänomen Greenwashing ein positives Zeichen. Eine gute Klima- und Umweltbilanz ist als Marketingstrategie so wichtig geworden, dass keine Branche und kaum ein Unternehmen mehr darauf verzichten kann. In der Werbung wird Nachhaltigkeit immer häufiger als entscheidendes Verkaufsargument präsentiert. Um im öffentlichkeitswirksamen Imagewettbewerb nicht das Nachsehen zu haben, verpassen sich Firmen ein grünes Profil - und nehmen es dabei mit der Wahrheit nicht immer ganz genau. Eher nehmen sie das Risiko in Kauf, dass ihre Behauptungen als heiße Luft entlarvt werden, als ohne Ökosiegel, Ozeanplastik-Anteil oder Netto-Null-Versprechen dazustehen. Die Relevanz einer klimabewussten Wirtschaft ist also offensichtlich im öffentlichen Bewusstsein angekommen - und die Wirtschaft kann sich davor nicht länger verschließen: Das ist die gute Nachricht. In jeder anderen Hinsicht ist Greenwashing ärgerlich, skandalös und, was am schlimmsten ist, für den Klimaschutz kontraproduktiv.

Ärgerlich ist Greenwashing, weil es sich immer um eine Täuschung handelt: Produkte und Dienstleistungen werden als nachhaltiger dargestellt, als sie es in Wirklichkeit sind. Nur selten handelt es sich dabei um handfesten Betrug wie beim Dieselskandal von VW, meist geht es eher um irreführende Angaben. So kann beispielsweise der ökologische Anbau einer Zutat stark hervorgehoben werden, die unter etlichen anderen konventionell erzeugten Bestandteilen nur einen verschwindenden Anteil hat. Oder die Angabe „recycelt“ bezieht sich bei näherem Hinsehen nicht auf das Produkt selbst, sondern nur auf Teile seiner Verpackung.

Für Kennzeichnungen wie „umweltfreundlich“, „regional“, „nachhaltig“, „natürlich“, „ökologisch“, „bio“ oder „fair“ gibt es keine einheitlich geschützten Definitionen und Regeln, weshalb sie nahezu beliebig verwendet werden können. Subtiler, aber keineswegs weniger effektiv, ist die Wirkung eines Designs, das Naturnähe suggeriert und von der Werbung bis zum Supermarktregal allgegenwärtig ist: Bilder von Wasserfällen und opulenten Wäldern oder organische Strukturen wie Holz, Gras und Moos vermitteln implizit eine Anmutung von Nachhaltigkeit. Im Logo von McDonald's prangt das gelbe M seit 2009 auf grünem statt auf rotem Grund. Ganz ohne ausdrückliche Versprechen oder Verpflichtungen wird so bei Konsument\*innen das gute Gefühl erzeugt, beim Einkauf nicht nur auf Qualität und Preis geachtet, sondern auch an die Umwelt, das Klima, die Zukunft gedacht zu haben.

Doch auch Marken, die ihre Nachhaltigkeitsversprechen einhalten, können problematisch sein. Nicht selten handelt es sich bei ihnen lediglich um ein öffentlichkeitswirksames Rädchen in einem Unternehmensgeflecht,

gegründet oder aufgekauft als eine Art Bio-Feigenblatt, das es dem Mutterkonzern erlaubt, weiterhin seine umwelt- und klimaschädlichen Geschäfte zu machen. So wie die Naturkosmetikmarken Sante, Logona, Neobio und Heliotrop (unter dem Dach von L'Oréal, das wiederum zu 24 % dem umstrittenen Lebensmittelriesen Nestlé gehört), die Pflanzendrinkhersteller Alpro und Provamel (Danone), die Eis-Hippies Ben & Jerry's und der Bio-Tee von Pukka (Unilever) oder Honest Bio-Tee (Coca-Cola Company).

Ein weiterer Weg für Konzerne, nachhaltig zu erscheinen, ohne ihre Geschäftspraktiken zu ändern, ist das Modell der CO<sub>2</sub>-Kompensation. Es geht in die 1990er-Jahre zurück und war ursprünglich mal eine gute Idee: Im Kyoto-Protokoll legten sich 1997 die Industrienationen auf verbindliche Einsparziele für den Treibhausgas-Ausstoß fest. Entwicklungs- und Schwellenländer verpflichteten sich hingegen nicht zu Einsparungen. In diesen Ländern konnten Konzerne, die in Klimaschutz investieren wollten, für ihr Geld sehr viel mehr bewirken als in den Industrieländern, wo an den effektivsten Einsparmaßnahmen bereits gedreht wurde. Durch Maßnahmen wie den Bau von Wind- und Wasserkraftanlagen konnte so in einem Teil der Welt das CO<sub>2</sub> eingespart werden, das in einem anderen Teil ausgestoßen wurde. Spätestens mit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 geht diese Rechnung jedoch nicht mehr auf. Seitdem haben alle Länder eigene Einsparziele definiert, wodurch die Möglichkeiten für private Klimaschutzinvestitionen schwinden: Weil die günstigsten und wirksamsten Einsparpotenziale bereits durch die Staaten vorgenommen werden, bleiben nur teurere und weniger wirksame Optionen übrig. Das hat das Kompensationsmodell jedoch nicht davon abgehalten, sich in den letzten Jahren rasant zu verbreiten.

Bei der Industrie am beliebtesten ist der Ausgleich durch Aufforstung, weil sie leicht verständlich ist und so schöne Bilder produziert. Gleichzeitig ist es hier jedoch ganz besonders schwer zu überprüfen, ob das Versprechen auch eingehalten wird. Das beginnt mit der entscheidenden (und oftmals nicht zweifelsfrei zu klärenden) Frage, ob ein Wald wirklich nur durch die Ausgleichszahlungen angepflanzt bzw. erhalten wird oder ob dies ohnehin geschehen wäre. Wichtig ist auch die zeitliche Dauer: Bäume nehmen beim Wachsen zwar CO<sub>2</sub> auf, geben es aber, wenn sie verrotten oder verbrennen, wieder in die Atmosphäre ab. Der Nutzen für das Klima ist dann dahin. Das kann absichtsvoll geschehen, weil beispielsweise ein Waldschutzprojekt ausläuft, ist manchmal aber auch schlicht nicht zu verhindern: Bei den Waldbränden an der US-Westküste im Jahr 2020 brannten große Waldflächen ab, für deren Aufbau Unternehmen bezahlt hatten, um ihre eigenen Treibhausgase wegzurechnen. Expert\*innen sind sich einig, dass Kompensationspro-

gramme nur dort sinnvoll sind, wo klimaschonende Alternativen nicht existieren, etwa bei (unvermeidbaren) Langstreckenflügen. Den eigenen Benzinverbrauch auszugleichen, ist insofern Unfug, als mit Fahrrad, Elektroauto und Eisenbahn sehr viel wirksamere Wege zur Einsparung offenstehen. Mit seinem Ausgleichsangebot, bei dem Autofahrende für nur 1,1 Cent zusätzlich pro Liter getanktem Benzin oder Diesel die CO<sub>2</sub>-Emissionen der eigenen Fahrt ausgleichen können, überträgt Shell nicht nur, wie von der fossilen Energiewirtschaft seit Jahrzehnten praktiziert, die Verantwortung für den Klimawandel auf den Individualkonsum jedes und jeder Einzelnen. Die völlig willkürliche Berechnung verharmlost auch das Ausmaß des Problems und sendet ein verheerendes Zeichen, weshalb diese Kampagne 2022 mit dem Schmähprijs Goldener Geier der Deutschen Umwelthilfe (DUH) für die dreisteste Umweltlüge des Jahres ausgezeichnet wurde. „Aus Sicht der DUH und der großen Mehrheit der Abstimmenden signalisiert Shell damit, Autofahrerinnen und Autofahrer könnten ihr Fahrzeug ohne schlechtes Gewissen und Klimaschäden nutzen“, heißt es zur Begründung. „Tatsächlich stoßen sie jedoch weiterhin ungemindert CO<sub>2</sub> aus.“ Genau darin besteht der eigentliche Skandal von Greenwashing: dass es suggeriert, es müsse sich nichts ändern. Die Industrie könne an ihren bisherigen Produktionsprozessen und Vertriebswegen ebenso festhalten wie die Konsument\*innen an ihrem gewohnten Fahr- und Kaufverhalten. Dieses falsche Versprechen hält jedoch Unternehmen wie Konsument\*innen davon ab, tatsächlich wirksame Einsparungen ihres Treibhausgas-Ausstoßes vorzunehmen.

Konzerne können ihre Gewinne sogar noch steigern, weil sie Kund\*innen mit der verlockendsten Verheißung von allen ködern: das Klima nicht mittels Verzicht, sondern mittels Konsum zu retten. So omnipräsent ist diese Botschaft, so raffiniert sind die Methoden der Irreführung, dass es schwerfällt, sich ihr zu entziehen. Selbst eine renommierte Institution wie der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist wiederholt auf Täuschungen und Betrüger hereingefallen. Das Einzige, was dagegen hilft, Greenwashing auf den Leim zu gehen, ist Recherche: über die Aussagekraft von Gütesiegeln, über die Besitzstrukturen von nachhaltigen Marken, über die Details von Klimakompensationsprojekten. Glücklicherweise gibt es zahlreiche idealistische Menschen, Blogs und NGOs, die die grünen Versprechungen der Unternehmen genauer unter die Lupe nehmen. Und mitunter ist auch der sogenannte gesunde Menschenverstand ein nützliches Werkzeug: Aluminiumkapseln werden nie eine nachhaltige Form des Kaffeetrinkens, Kreuzfahrten keine klimafreundliche Form des Tourismus sein.

# TRUE

TEXT:  
CLAUDIA MIKAT

## True-Crime-Formate: Kriterien, Standards, Good Practice

Wie entwickeln sich Bewertungskriterien, wenn sich gesellschaftliche Maßstäbe verschieben, z.B. in Bezug auf Sprache, Gender oder Darstellungen von sexueller Gewalt? Wie beeinflussen persönliche Haltungen und Sichtweisen die Anwendung von Kriterien? Wie kann man aufnehmen, dass auch die Nutzungsweisen und Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen sich verändern - und wie kann man sie einbeziehen? Diese Fragen waren Ausgangspunkte für ein Forschungs- und Praxisprojekt zu True-Crime-Formaten, das in 2022 von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) initiiert wurde. Aus den Ergebnissen lassen sich Schlüsse für die Bewertung der Inhalte und für Good-Practice-Ansätze für die Produktion ziehen.

### Genreboom

Geschichten von wahren Verbrechen boomen, in Podcasts, Filmen und Fernsehsendungen. True-Crime-Formate stellen auch einen wachsenden Anteil an den FSF-Prüfungen dar. Entsprechend der inhaltlichen und formalen Vielfalt des Genres variieren die Ergebnisse zwischen Freigaben ab 12 und ab 18 Jahren. Wirkungsrisiken werden vor allem in einer potenziellen Ängstigung durch belastende Themen oder drastische Bilder gesehen sowie in desorientierenden Effekten, z.B. der Verharmlosung oder Verherrlichung von Gewalt, der Konstruktion von Täter:innen- und Feindbildern oder verzerrten Vorstellungen von Kriminalität und der Betroffenheit der eigenen Person. Darüber hinaus sind z.T. Fragen der Unzulässigkeit berührt, beispielsweise wegen des Verstoßes gegen die Menschenwürde.

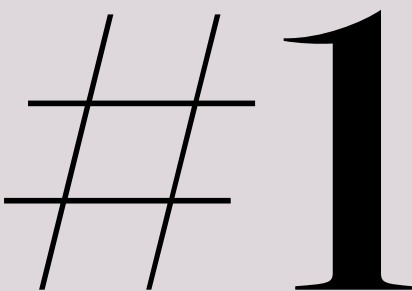
### Dramaturgische Module

In seiner Analyse des Genres identifiziert Jürgen Grimm dramaturgische und formale Gestaltungsmerkmale, die sehr unterschiedliche Wirkprozesse anstoßen können. Während eine Standard-Krimidramaturgie mit der Auflösung und Überführung des Täters oder der Täterin soziales Vertrauen wiederherstellt und befriedend wirkt, können Abweichungen vom Krimischema die Aggressivität auch erhöhen, zu Selbstjustiz animieren oder die Empathie in Richtung der Täter:innen verlagern. Wesentlich ist auch die Darstellung von Täter- und Opfergruppen - sowohl mit Blick auf angstgeprägte Weltbilder als auch auf Stigmatisierungen und Diskriminierungen von gesellschaftlichen Gruppen. Grimm arbeitet heraus, dass die Nähe zur eigenen Lebenswelt und zu eigenen Alltagserfahrungen für die Verarbeitung entscheidend ist, und zwar im Fiktionalen wie im Non-fiktionalen. Die Behauptung von Wahrhaftigkeit verstarke nicht per se die Wirkmächtigkeit, so die These. Gefährdungspotenziale leiten sich aus den Kontexten ab.

### Behauptete versus gefühlte Realität

Aussagen der im medienpädagogischen Teilprojekt mitwirkenden Jugendlichen unterstreichen die Bedeutung von Lebensweltnähe und Glaubwürdigkeit. Es ist nicht nur die Behauptung, dass die Geschichte wirklich stattgefunden hat, sondern der „gefühlte Realitätsbezug“, der das Ängstigungspotenzial bestimmt. Formen psychischer, unberechenbarer Gewalt sowie lebensnahe Themen, z.B. Fälle mit kindlichen Opfern, werden besonders intensiv erlebt. Ist die Darstellung nicht plausibel, löst sie weniger Ängste aus. Zu erkennen, wie ein realistischer Eindruck mit filmischen Mitteln erzeugt wird, kann insofern eine Bewältigungshilfe sein.

Mit Blick auf desorientierendes Potenzial sind Geschlechterstereotype und Täter:innen-/Opfer-Zuschreibungen relevant. Dass überwiegend männliche Täter und weibliche Opfer in den Geschichten auftauchen, wird von den Heranwachsenden zwar wahrgenommen, aber nicht als Verzerrung der realen Kriminalstatistik erkannt. Eher wird die Stereotypisierung fortgeführt und versucht, das Täter-Opfer-Verhältnis „logisch“ zu erklären.



# CRIME

## Sexuelle Gewalt

Geschlechtsspezifische Taten, insbesondere Gewalt gegen Frauen, machen die weiblichen Jugendlichen zum Thema. Auch Prüferinnen nehmen sexuelle Gewalttaten und Femizide intensiver wahr als ihre männlichen Kollegen, wie Eva Maria Lütticke zeigt, die die individuellen Wirkungshypothesen von Prüfenden untersucht hat.

Christine Linke erläutert auf der Grundlage von FSF-Prüfgutachten zu verschiedenen Ausprägungen des Genres geschlechtsspezifische Aspekte bei der Bewertung von True Crime. Sie problematisiert langfristige Wirkungen und Kultivierungseffekte, die etwa in einer erhöhten Kriminalitätsfurcht bei Mädchen und Frauen oder einer Normalisierung oder Sensationalisierung von Beziehungsgewalt liegen können. Zwar lassen sich Schlussfolgerungen für den Einzelfall nicht ableiten; ihr Plädoyer für eine differenzierte Herangehensweise an das Thema „sexuelle Gewalt“ gibt aber Anhaltspunkte für die Krimiproduktion. Sorgfältig konzipierte Formate können das Bewusstsein für das Thema schärfen und über Auswirkungen auf die Opfer aufklären. Die Benennung von Femiziden kann strukturelle Gewaltmuster in den Blick rücken, Vorab- oder Kontexthinweise können die Sensibilität für die Opfer erhöhen. Zusatzhinweise ermöglichen es den Zuschauer:innen, bewusst zu entscheiden, ob sie einen Inhalt wahrnehmen möchten oder nicht. Auch die befragten Jugendlichen würden solche Hinweise zu sensiblen Themen als Stärkung der Eigenverantwortung begrüßen.

## Bildethik und Visualisierung von Tod und Sterben

Neben grundsätzlichen Fragen der Pietät, des (postmortalen) Persönlichkeitsschutzes und der Menschenwürde beleuchtet Ingrid Stapf aus medienethischer Perspektive mögliche langfristige und kumulative Wirkungen, z.B. auf gesellschaftliche Bilder von Tod und Sterben. Gleichzeitig betont sie die Möglichkeiten von True Crime, Heranwachsende über Verbrechen zu informieren und aufzuklären, was zu ihrem Schutz und zur Prävention beitragen kann. Auch beunruhigende Erlebnisse können die Entwicklung und Resilienz Heranwachsender stärken, sofern sie nicht nachhaltig verunsichern, sondern Ansätze zur Bewältigung bereitstellen. Für die Produktion von True Crime ergeben sich hier Hinweise, was im Sinne von Good Practice vermieden bzw. ermöglicht werden kann. Ansatzpunkte sind die Drastik der Verbrechensdarstellung, die Beteiligung von Kindern sowie die Verwendung von Originalmaterial hinsichtlich der Erkennbarkeit von Opfern, der Charakterisierung von Täter:innen oder der Verbindung von Verbrechen mit Trophäennarrativen.



## Zwischenfazit

Ziel des Projekts war und ist es, das Genre „True Crime“ und die Genrekompetenzen von Heranwachsenden näher zu beleuchten, um Bewertungskriterien zu präzisieren und Good-Practice-Ansätze zu entwickeln. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die bisherigen Kriterien der FSF das Genrefeld im Wesentlichen abdecken. Die Systematisierung von dramaturgischen Modulen und formalen Gestaltungsweisen in Verbindung mit unterschiedlichen Wirkprozessen erweist sich darüber hinaus als geeignete Grundlage für eine differenziertere Betrachtung. Es liegt nun beim Kuratorium der FSF, konkrete Schlussfolgerungen abzuleiten und ein Kriteriengerüst oder Produktionsstandards zu entwickeln. Inwieweit wiederkehrende Narrative, z.B. des männlichen Täters und weiblichen Opfers, überhaupt einbezogen werden können oder sollen, ist offen.

Auf den folgenden Seiten sind die Einschätzungen der im Forschungs- und Praxisprojekt mitwirkenden Expertinnen und Experten zusammengefasst. Jürgen Grimm, Ingrid Stapf und Christine Linke stellen ihre Überlegungen zu Bewertungsmaßstäben und Wirkungshypothesen in den Prüfgutachten der FSF zu True-Crime-Formaten vor, Achim Lauber u.a. berichten, wie Jugendliche True Crime wahrnehmen, und Eva Maria Lütticke fasst Ergebnisse ihrer Untersuchung der individuellen Wirkungshypothesen von Prüfenden zusammen.

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

# Das Drama der wiederhergestellten Ordnung

„Ich halte die Prognose, dass das, was als Realität verkauft wird, wirkungsmächtiger ist als Fiktion, für falsch.“

Dr. Jürgen Grimm ist Professor i.R. am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien sowie Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF). Er forscht seit 30 Jahren zu Fernsehgewalt.

#2

Dreh- und Angelpunkt Ihrer Analyse von True-Crime-Formaten ist die Standarddramaturgie des Krimis, das sogenannte Krimischema. Was hat es damit auf sich, welche psychische und soziale Funktion erfüllt diese typische Krimidramaturgie?

Die Standarddramaturgie des Krimis knüpft an Mythen, Legenden und andere Narrative aus verschiedenen Kulturen an, die zum kognitiv-psychologischen Kulturerbe der Menschheit gehören. Letztlich geht es um das Drama der wiederhergestellten Ordnung. Der Mensch ist ein soziales Wesen, das auf den Kontakt und die Zusammenarbeit mit anderen Menschen angewiesen ist. Das macht ihn verletzlich, denn von den Mitmenschen könnte ja jemand aus der Art schlagen, sich nicht an bestimmte kooperative Regeln halten, eine kriminelle Tat begehen. Diese Grundangst berührt das soziale Vertrauen im Kern und bedarf somit einer Bearbeitung. Das klassische Krimischema - Störung der Ordnung, Ermittlung, Aufklärung - ist der Versuch, der Angst mit kulturellen Mitteln etwas entgegenzusetzen. Und offenbar ist der Bedarf sehr groß, dieses Wiederherstellen der Ordnung immer wieder zu repetieren: Wenn man sich Programmzeitschriften anschaut, gibt es kein Genre, das häufiger vorkommt als Kriminalgeschichten, seien es True-Crime-Formate, fiktionale Angebote oder Dokumentationen. Die Grundfunktion der Standarddramaturgie besteht darin, soziales Vertrauen, das durch eine kriminelle Tat infrage gestellt wird, wiederherzustellen, um auf dieser Grundlage ein kooperatives und gedeihliches Zusammenleben zu ermöglichen.

Was ist vor diesem Hintergrund Krimikompetenz?

Krimikompetenz bedeutet, dass ich das Krimischema, das jedes Kind z.B. aus Märchen kennt und verinnerlicht hat, angemessen anwenden kann, sodass am Ende die wiederhergestellte Ordnung das soziale Vertrauen zwischen Menschen und ihren Glauben an die staatliche Ordnung stärkt und Gründe für eigenes aggressives Verhalten im Kontext der Verbrechensbekämpfung entfallen. In der Realität der medialen Formate existieren allerdings ganz unterschiedliche Ausformungen der Standarddramaturgie, die dann auch ganz andere Effekte haben können. Wir wissen, dass der Pacifying Effect, die befriedende Wirkung der Standarddramaturgie, nur funktioniert, wenn die Auflösung auch tatsächlich präsentiert wird und ein Prinzip der Verhältnismäßigkeit des Gewaltmitteleinsatzes

staatlicherseits gewahrt bleibt. Das ist im True-Crime-Segment keineswegs immer der Fall. Wird die Auflösung weggelassen und der Verbrecher gerade nicht entsprechend bestraft und unschädlich gemacht, kann das Menschen zur Selbstjustiz animieren, weil sie ja mit einem ungelösten, offenen Problem der sozialen Unordnung weiterhin konfrontiert sind. Liegt der Fokus der Darstellung auf der Täterpsychologie, ist auch die Wahrnehmung eher darauf ausgerichtet, den Täter zu verstehen, statt soziales Vertrauen zu stärken. Auch wenn das klassische Krimischema überspitzt und die Verbrechensbekämpfung mit zu martialischen Mitteln ausgeführt wird, kann das Ganze kippen, sodass man am Ende nicht mehr die wiederhergestellte Ordnung genießen kann, sondern sich vor der Staatsmacht fürchtet. Das sind Beispiele, die zeigen, dass ganz andere Wirkungsprozesse greifen können, wenn das Krimischema aufgebrochen wird.

Kann Krimikompetenz bei Abweichungen von der Standarddramaturgie Defizite ausgleichen, sodass angstverstärkende Wirkungen oder Selbstjustizhandlungen ausbleiben?

Ja, in gewissem Maße. Sie ermöglicht es einem, durch selbstständige Schlussfolgerungen das Krimischema zu vervollständigen, sich z.B. vorzustellen, dass der Täter doch noch gefasst wird; oder dass ein Täter, der psychologisch ausgeleuchtet wurde, deshalb nicht als sozial akzeptabel oder gar als „cool“ und „attraktiv“ verstanden werden muss. Das kann allerdings auch danebengehen, wenn einzelne Rezipienten die fehlende Aufklärung durch rachegetriebenes Handeln gegen Verbrecher ersetzen wollen und dadurch die soziale Ordnung selbst torpedieren. Die Krimikompetenz hilft, zwischen einer sachgemäßen und sozialschädlichen Ergänzung der Dramaturgie-Lücken zu balancieren.

Wo sehen Sie Gefährdungspotenziale bei True-Crime-Formaten?

Die Standarddramaturgie hat eine horizontale Struktur, ein Ablaufschema. Das Verbrechen steht am Anfang und wirft die Frage auf: Wer ist der Täter? Dann kommt die Ermittlungsarbeit - und am Ende die Auflösung. Das ist ein universelles Skript, das, normativ gesehen, die Ordnung wiederherstellt und im Ergebnis das Publikum beruhigt: „Kriminelle Täter werden gefasst, wir können unserem Nachbarn vertrauen, dass

er kein Verbrecher ist, für Recht und Ordnung sorgt die Polizei!“ Eigenes Handeln – z.B. Selbstjustiz – entfällt unter diesen Bedingungen. Werden in einer Kriminalstory wesentliche Elemente ausgelassen und fehlt etwa die Auflösung des Falles, ist diese Wirkung nicht gewährleistet, weil der Rezipient dazu neigt, die Lücke durch eigenes imaginiertes oder tatsächliches Handeln zu füllen. Daneben gibt es aber noch eine zweite dramaturgische Strukturierung, die für die Wirkung ebenso ausschlaggebend ist. Ich nenne sie die *vertikale dramaturgische Struktur*. Da geht es um die Frage: Wer wird als Opfer und eventuell auch als Vertreter einer Opfergruppe dargestellt? Wer als Täter, als Vertreter einer Tätergruppe? Diese Aspekte werden unter Umständen mehr oder weniger generalisiert in das eigene Weltbild übernommen. Daraus entstehen z.B. Scary-World-Effekte, wie sie George Gerbner schon in den 1970er-Jahren beschrieben hat. Von welchen Gruppen geht Gefahr aus? Wer muss als Tätergruppe stigmatisiert werden? Das beinhaltet ein erhebliches Diskriminierungspotenzial und eröffnet Wege der soziaethischen Desorientierung. Die Angst ist nicht nur als psychologisches individuelles Phänomen zu sehen, sondern sie tangiert die Beziehung zur sozialen Mitwelt und die Konstruktion von Weltbildern. Gefährdungstatbestände resultieren also aus zwei Faktoren: aus einem defizitären standard-dramaturgischen Konzept, wo bestimmte Teile fehlen oder übermäßig aufgebläht erscheinen. Und/Oder daraus, dass in der vertikalen Dramaturgie bestimmte Formen der Bedrohung ausgemalt werden, wodurch beim Zuschauer eine Bereitschaft entsteht, das in die eigene Lebenswelt zu übertragen.

Welche Rolle spielt der Realitätsgehalt von True Crime für die Verarbeitung?

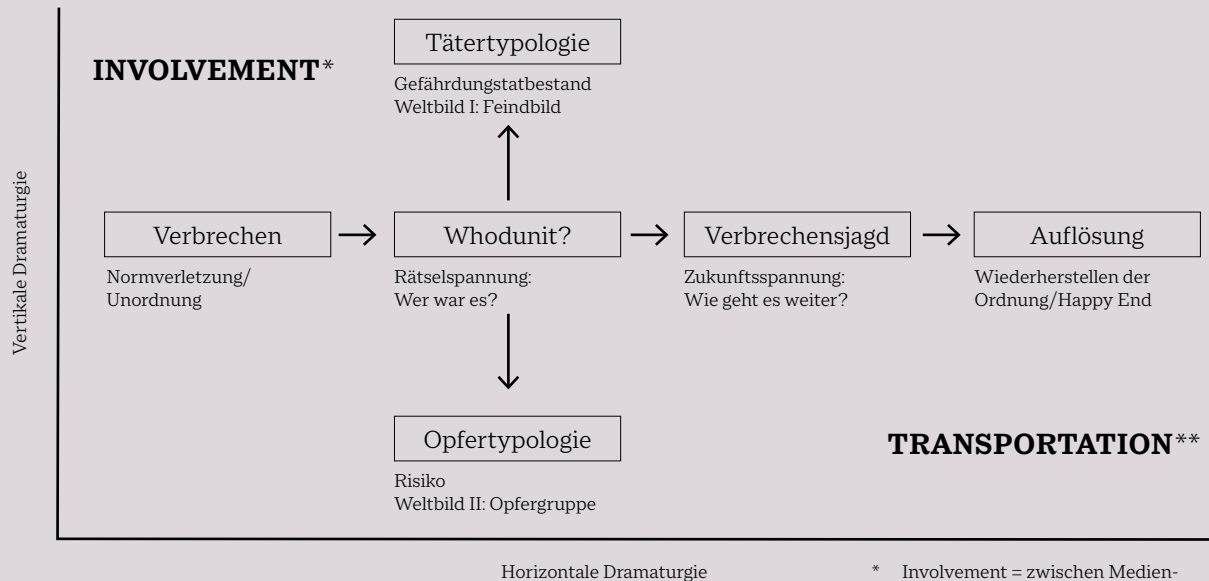
Das ist nicht ganz einfach zu beantworten. Wir unterscheiden in der Rezeptionsforschung zwischen Immersion oder narrativem Eintauchen in die Geschichte und Involvement, was bedeutet, Bezüge zur eigenen Lebenswirklichkeit herzustellen. Involvement wird ganz wesentlich durch die vertikalen dramaturgischen Strukturen geprägt und beinhaltet – im Gegensatz zur Immersion – ein Heraustreten aus der Geschichte. Die Behauptung von Wahrhaftigkeit ist ein altes Stilmittel, um die Immersion zu verstärken, das wirkt natürlich auch bei True Crime. Es geht um ein „wahres Verbrechen“! Das ist spektakulär und weckt Neugier. Mit dem Involvement, d.h.

„Wir lernen über das Fiktionale ebenso wie über das Dokumentarische.“

mit dem Abgleich – stimmt das Szenario im Film oder stimmt es nicht, habe ich schon einmal Ähnliches erlebt oder auch nicht –, fängt aber die Verarbeitung erst richtig an. Das gilt für rein fiktionale Vorlagen genauso wie für True Crime. Auch bei der Rezeption von Fiktion trete ich in bestimmten Momenten heraus aus der Immersion, um das Gesehene mit meinen Alltagserfahrungen zu vergleichen. Die Verarbeitung hängt nicht so sehr von dem durch die Darstellungsästhetik suggerierten Realitätsgehalt ab, wie fälschlicherweise oft angenommen wird, sondern viel mehr von der Haltung und Kompetenz des Rezipienten, der seine Lebenswelt ins Spiel bringt. Und von den Themen der Gesamtnarration, die mehr oder weniger geeignete Anschlussstellen für lebensweltliche Vergleiche bereithalten, wenn z.B. Familienkonflikte auf jugendliche Seher treffen, die selbst unter solchen Konflikten leiden. Dieser Prozess des Alltagsvergleichs lässt sich nun durch bestimmte Gestaltungsmerkmale, die mit dem dokumentarischen Charakter spielen, gezielt beeinflussen.



**Abb. 1: Standarddramaturgie im Kriminalfilm/-roman**  
Pazifizierende Wirkung des Happy Ends



Quelle: Grimm, eigene Darstellung

\* Involvement = zwischen Medienrealität und Alltag vergleichen

\*\* Transportation = in die Geschichte hineingezogen werden

Ich kann es so darstellen, dass die Grenzen zwischen Fiktion und Realität verschwimmen, indem ich etwa in das dokumentierte Geschehen bewusst Falschmeldungen einbaue oder etwas „Wahres“ durch Kommentare absichtsvoll fiktionalisiere. Das ist mit Sicherheit bei True Crime häufiger der Fall. Die Macher von True Crime begnügen sich allerdings nicht damit, zu sagen, dass es dieses erwähnte Restaurant wirklich in dieser Straße in New York gibt, so wie es seinerzeit im Klappentext von *Jerry Cotton*-Romanen behauptet wurde, um die immersive Spannung zu erhöhen. Vielmehr geht es um Beglaubigungsstrategien, welche die Wahrhaftigkeit der gesamten Story mit Interviews, Dokumentaraufnahmen, einem ganzen Arsenal von formalen Gestaltungsmitteln betonen. Dadurch wird eine involvierende Rezeptionshaltung gefördert, bei der ein Abgleich mit der Realität nahegelegt wird, sei es, dass man es mit eigenen Alltagserfahrungen oder anderen True-Crime-Geschichten in Verbindung bringt, sei es, dass der Realitätsabgleich zu einer kritischen Distanzierung

führt. Dabei kann es natürlich auch zu Übertragungsfehlern kommen, wenn man einzelne „Fiction“-Elemente mit „Faction“-Elementen verwechselt und umgekehrt.

Wird nicht durch entsprechende Beglaubigungsstrategien auch die Immersion gefördert?

Zunächst einmal ja. Aber durch die exzessive Anwendung von dokumentarischen und realitätsbezogenen Gestaltungsmitteln wird auch das Involvement angeregt, weil ich ja geneigt bin, die Realität, wenn mir schon mit Nachdruck versichert wird, es ist die Realität, mit meiner eigenen Realität zu vergleichen. Es wird beides gefördert, das Eintauchen in und das Heraustreten aus der Geschichte. Ich halte daher die Prognose, dass das, was als Realität verkauft wird, wirkungsmächtiger ist als Fiktion, für falsch. Diese Annahme ist durch Studien widerlegt worden. Im Einzelfall kann die Fiktion durchaus wirkungsmächtiger sein, weil wir uns in der Fiktion vielleicht gefühlsmäßig besser fallen

lassen können oder weil kleinteilige Realitätsüberprüfungen entfallen und durch die „Essenz der Story“ ersetzt werden. Im Übrigen muss man bei Realitätsübertragungen von True Crime beachten, dass auch in der außermedialen Alltagswirklichkeit deine Realität nicht meine Realität ist. Die Realität von gestern ist nicht die von morgen. Es findet daher immer ein kritischer Abgleich mit eigenen Erfahrungen statt, der den unkritischen Realitätstransfer bremst. Wir würden sonst zu psychotischen Zombies werden, bei denen in der Tat Realität und Wahn zusammenfließen.

In den Ausschüssen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) wird im Hinblick auf True-Crime-Formate häufig die Wirkungsvermutung geäußert, je realitätsnäher, umso wirkmächtiger. Andererseits haben wir als Gegenargument immer die Lebensweltferne, durch US-amerikanische Settings z.B. Wie schätzen Sie diese Argumentation ein?

„Die  
Unsicherheit  
wird nicht  
erst durch  
True Crime  
in die Köpfe  
getragen.  
Sie ist dort  
schon  
vorhanden.“

Ich glaube, sie ist falsch. Wir haben schon in den 1990er-Jahren Rezeptionsstudien gemacht mit wirklich martialischen Reality-TV-Szenen.<sup>1</sup> Damals ging es in einem brasilianischen Format um die reale Lynchjustiz an einem Vergewaltiger, der von Dorfbewohnern mit Benzin übergossen und bei lebendigem Leib verbrannt wurde, man hat das wirklich gesehen. Das haben wir Probanden vorgeführt und einmal im Vorfeld als real und somit dokumentarisch deklariert, einmal fälschlich als fiktional. Heute würde ich das aus ethischen Gründen nicht mehr machen, die Bilder waren einfach zu belastend. Das gemessene Stresserleben der Probanden (Hautleitfähigkeit, Herzfrequenz) war bei der Etikettierung als vermeintliche Fiktion größer als bei der Ankündigung, dass es eine Dokumentation ist. Die Erklärung ist, dass die Probanden sich stärker darauf einließen, sich ihren Emotionen eher hingaben und entsprechend dann auch körperlich reagieren konnten, wenn es als Fiktion deklariert war. Die „Verharmlosung“ als „nicht wahr“ hat dazu geführt, dass man sich emotional stärker engagiert hat. Unsere gesamte Kultur – Literatur, Kino, Theater etc. – zeugt davon, dass wir emotional ansprechbar sind auf bestimmte Themen, ganz unabhängig davon, ob die jeweilige Geschichte „wahr“ ist, ob sie tatsächlich einer realen Gegebenheit entspricht oder nicht. Wir lernen über das Fiktionale ebenso wie über das Dokumentarische, da ist kein prinzipieller Unterschied.

Wir hatten eine ähnliche Diskussion bei Scripted Reality. Das Ergebnis war: Es ist im Hinblick darauf, ob die Inszenierung ängstigend ist oder Inhalte sozialetisch desorientierend sind, nicht relevant, ob „scripted“ oder „fiktional“. Sehen Sie das für True Crime auch so?

Entscheidend ist die dramaturgische Struktur, im horizontalen wie im vertikalen Bereich. Die formale Etikettierung als wahrhaftig oder nicht spielt eine untergeordnete Rolle. Sie ist aber auch nicht vollständig irrelevant. Wenn ich an bestimmten Stellen sage: Das ist wahr, und wenn zugleich der neuralgische Punkt der Erzählung berührt wird, dann hat das schon eine verstärkende Wirkung. Aber nicht als generalisierte Aussage. Eine Gefahr sehe ich bei True Crime eher in der Dekontextualisierung des Krimischemas, darin, dass man einzelne Teile aufbauscht. Beispielsweise die Täterpsychologie – mit dem Risiko, dass die vertikale Verarbeitung dann in Richtung von ganz bestimmten Feindgruppen läuft, die man für besonders gefährlich hält.

Wie können wir in der Prüfpraxis damit umgehen, dass sich bestimmte verzerrende Darstellungen sozialer Verhältnisse quer durch viele Formate ziehen? – So werden beispielsweise Trennungstötungen von Frauen durch ihren eifersüchtigen Partner oder Ex-Partner immer wieder aufs Neue als tragische Einzelfälle und „Beziehungstaten“ dargestellt, obwohl wir doch wissen und in der Fülle der Formate auch beobachten können, dass diese geschlechtsspezifische Gewalt eine strukturelle Dimension hat, die aber so gut wie nie als solche thematisiert wird.

Damit muss man sehr vorsichtig umgehen, die Prüfung des Einzelfalles ist ein fundamentaler Grundsatz und auch ganz wesentlich für die Einhaltung des Beurteilungsspielraumes. Wenn allerdings schon im Titel einer Reihe eine verzerrende Generalisierung anklingt – wie z.B. im Format *Evil Twins*, wo es um böse Zwillingspaare geht, die Folge für Folge zu Mördern werden –, dann kann und sollte man das schon zum Thema machen und fragen, ob hier ein generalisiertes Feindbild entworfen wird bzw. ein Bild von Gruppen, die „kriminogen“ sind. Ebenso problematisch wäre es, wenn aus immer wiederholten Femiziden „Opferrollen“ entstehen mit weitreichenden Konsequenzen für die Stellung der Frau in der Gesellschaft. Emanzipierte Frauen sind eben mehr als „Opfer“. Zumindest in dieser Hinsicht kann man *Evil Twins* keinen Vorwurf machen. Gleichzeitig darf man aber auch nicht aus dem Blick verlieren, dass diese Formate ausschnitthaft sind, bewusst einen ganz speziellen Blickwinkel einnehmen und den Alltag im Ausnahmezustand zeigen. Das weiß auch der Zuschauer: Nicht alle Zwillinge sind Mörder! Bezogen auf die geschlechtsspezifische Gewalt ist es besonders kompliziert. Wenn wir da Kontexte außerhalb des Kommunikats berücksichtigen, würden wir ein ganzes Spektrum von Interpretationsmöglichkeiten eröffnen. Wir werden uns nie einigen über das, was die Gesellschaft insgesamt auszeichnet. Selbst wenn ein Prüfungsausschuss es könnte, wäre es schwer nach außen kommunizierbar. Was nicht heißen soll, dass es da keine sozialetisch desorientierende Dimension gibt und dass gerade dieses Wirkungsrisiko auch sich wandelnde gesellschaftliche Sensibilitäten bis zu einem gewissen Grad abbilden kann, aber man macht sich angreifbar.

Wie ordnen Sie das True-Crime-Projekt vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen ein – im Jugendmedienschutz und auch allgemein?

Das Projekt stellt einen Beitrag zur kontextbezogenen Prüfpraxis dar. Aus den dramaturgischen Kontexten leiten sich die Gefährdungspotenziale ab. Insofern stellt es einen Kontrapunkt zu aktuellen Tendenzen dar, im Jugendmedienschutz auf maschinelle Unterstützung zu setzen. Ganz ohne diese Unterstützung werden wir in Zukunft nicht auskommen. Aber man sollte auf jeden Fall die kontextbezogene Beurteilungspraxis am Leben erhalten. Und sei es auch nur, um Menschen schulen zu können, die dann eventuell dezentral in den Sendeanstalten mit Unterstützung von KI oder ohne KI Bewertungen vornehmen. Die Glaubwürdigkeit des deutschen Jugendmedienschutzes liegt in dieser kontextbezogenen Beurteilungspraxis begründet. Entsprechende Wissensbestände dürfen nicht verloren gehen.

True Crime spielt aktuell eine große Rolle in der Medienrealität, es ist ein richtiger Boom. Krimis haben immer eine hohe Konjunktur gehabt. Das ist jetzt noch einmal gesteigert worden. Ich sehe darin einen Reflex auf eine Zeit, die von multiplen Krisen gekennzeichnet ist, in der wir permanent diese prekären Erlebnisse einer infrage gestellten Ordnung haben. Und zwar nicht nur von irgendwelchen kriminellen Einzeltätern, sondern viel fundamentaler. Man denke an den Krieg Russlands gegen die Ukraine oder an die Klimakatastrophe. Damit müssen wir zurechtkommen. Ich hoffe, dass das Projekt dazu einen Beitrag leisten kann. Die Sehnsucht nach der Wiederherstellung von Ordnung wird wahrscheinlich noch größer werden. Weil wir mehr Krisen erleben und uns insgesamt weniger sicher fühlen. Die Unsicherheit wird nicht erst durch True Crime in die Köpfe getragen. Sie ist dort schon vorhanden. Der Krieg ist im Grunde eine Verallgemeinerung dieser außer Rand und Band geratenen Ordnung. Die Frage ist: Wie kommen wir da wieder raus? Medien können hier einen positiven Beitrag leisten im Sinne einer Dramaturgie der wiederhergestellten Ordnung, die uns zumindest als Hoffnung nicht ganz abhandenkommen sollte.

**Anmerkung:**

1 **Grimm, J.:** *Vom wahren Schrecken. Schockerlebnisse in der Mediengesellschaft.* In: *Medien praktisch*, Ausgabe 65, 1/1993/17, S. 22-27

# Medienethische Aspekte bei der Bewertung von TRUE CRIME

TEXT: INGRID STAPF

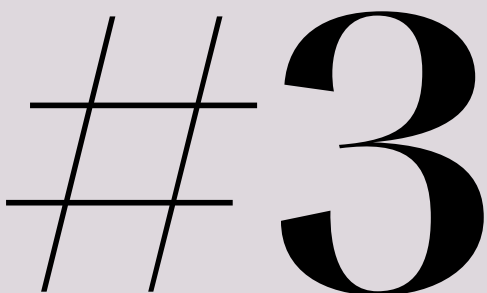
**Die medienethische Perspektive fragt, wie weit Unterhaltung in freiheitlichen Demokratien gehen darf und wo die Grenzen im Hinblick auf Rechtsstaatlichkeit, die Achtung der Menschenwürde und Wahrheit liegen.**

Diese Grenzen sind bei Kindern und Jugendlichen aufgrund ihrer erhöhten Verletzlichkeit besonders zu reflektieren, da ihre Entwicklung zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten sowie auch ihre Integrität sicherzustellen ist (vgl. Schutzziele, so § 10a JuSchG). Zu bedenken ist dabei, dass die Rechte von Kindern auf eine offene Zukunft und ihre Entwicklung zu *zukünftigen* Staatsbürger\*innen der Demokratie einerseits sowie ihre Rechte auf Unterhaltung, Freiheit und gesellschaftliche Teilhabe andererseits *in ihrer Gegenwart* (als Kinder) gegeneinander abzuwägen sind (Stapf 2019; 2022).

Die Rezeption von True-Crime-Formaten kann medienethisch zwischen Wissensaneignung, Prävention, Unterhaltung, aber auch im Hinblick auf ihren Bezug zu sozialen Interaktionen diskutiert werden. Dabei sollte zwischen Risiken und Herausforderungen einerseits und Potenzialen und Möglichkeiten andererseits differenziert werden, um auch diskutieren zu können, was im Sinne von Good Practice durch die Formate ermöglicht werden kann.

**Die medienethische Perspektive berücksichtigt Werte- und Normenkonflikte, die sich im Kontext freiheitsorientierter Ansätze ergeben können.**

Grundsätzlich geht Medienfreiheit mit gesellschaftlicher Verantwortung einher. Dies impliziert in Bezug auf Unterhaltungsformate nicht, dass Gewaltverbrechen grundsätzlich nicht gezeigt werden dürfen, sondern dass es darauf ankommt, wie dies geschieht. Für Kinder ist es wichtig, zu lernen, dass Verbrechen stattfinden können, wie sie zustande kommen, was im Kopf von Täter\*innen vorgeht und wie sie sich selbst schützen können. True-Crime-Formate haben daher auch das Potenzial, Kinder zu informieren und aufzuklären, was zu ihrer eigenen Sicherheit und ihrem eigenen Schutz und damit zur Entscheidungsfähigkeit und Selbstbestimmung im eigenen Leben und Alltag beitragen kann. Auch beunruhigende Erfahrungen können ihre Entwicklung und Resilienz stärken, wenn sie nicht nachhaltig ängstigen oder verunsichern bzw. wenn ausreichend Bewältigungsmöglichkeiten bereitgestellt werden.



Auf der anderen Seite können Bilder zu Realitätsverzerrungen führen oder mit übermäßiger Verängstigung oder Sicherheitsängsten einhergehen. Aktuelle Kritik an den Formaten bezieht sich neben der Verängstigung auf den Umgang mit Geschlechterrollen, Missrepräsentationen tatsächlicher gesellschaftlicher Zusammenhänge oder den interkulturell variierenden Umgang mit Persönlichkeitsrechten Betroffener (Harms 2021). Diese Kritik ist dabei ethisch gesehen immer auch auf mögliche Potenziale bezogen.

**True Crime macht den Tod als Unterhaltungserlebnis zugänglich. Aus ethischer Sicht ist die Frage, welche Effekte dabei vertretbar sind, entscheidend.**

Medien konstruieren (und rekonstruieren) gesellschaftliche Wirklichkeit und stehen in Bezug zur Lebenswelt. Damit haben sie soziale Effekte: „Die medial erzeugten Bilder des Todes nehmen Einfluss auf die in einer Gesellschaft zirkulierenden Todesbilder“ (Meitzler 2017, S. 118) - und können dabei auch verzerrte Wahrnehmungen verursachen, die im Extremfall zu Ängstigung, Desorientierung oder auch Zynismus führen. Auch wenn True Crime auf wahren (Teilen von) kriminellen Fällen beruht, so wird das, „was in den Medien auftaucht, [...] nach den Gesichtspunkten der Medien [z. B. über Inszenierungspraktiken, so Dramatisierung, Narrativierung oder Emotionalisierung] umgeformt“ (ebd., S. 138). Zu prüfen ist, wann Formate Unterhaltung im Kontext von Tod und Gewalt ermöglichen, wann individuelle oder gesellschaftliche Auseinandersetzung mit damit verbundenen Themen stattfindet und ab welchem Punkt ein die Menschenwürde missachtender Voyeurismus eintritt.

**Die Medienethik übersetzt Idealnorm-Konzeptionen (wie Freiheit, Verantwortung, Wahrheit) für einen konkreten Anwendungsbereich.**

Für eine medienethische Auseinandersetzung mit True-Crime-Formaten bedeutet dies, dass sich eine Bewertung von Formaten grundsätzlich an diesen (überdies demokratisch verankerten) Prinzipien ausrichtet und sie fallorientiert „übersetzt“.

So macht es beispielsweise einen Unterschied in der Bewertung, ob Reenactments mit Schauspieler\*innen oder Originalaufnahmen gezeigt werden, auf denen beteiligte Opfer, Täter\*innen oder Bystander\*innen erkennbar sind, da dies Auswirkungen auf das gegenwärtige oder zukünftige Leben der Beteiligten haben kann. Ethisch problematisch wird dies, wenn die Betroffenen nicht eingewilligt haben. Dies gilt umso mehr, wenn es sich um jüngere Kinder handelt, die rechtlich nicht einwilligungsfähig und zudem nicht in der Lage sind, die Folgen einer Einwilligung sowohl im Hinblick auf ihre gegenwärtigen als auch auf ihre zukünftigen Interessen abzuschätzen. Es ist auch davon auszugehen, dass diese Wirkungsdimension bei Originalaufnahmen anders einzuschätzen ist als bei nachgestellten Szenen oder Berichten über Tathergänge. Dies spricht zwar nicht grundsätzlich gegen den Einsatz solchen Materials, erfordert aber besondere Vorsicht, wenn Kinder True-Crime-Formate im Tagesprogramm wahrnehmen können sollen. Da sich deren Wertebildung noch im Prozess befindet, sollte hier das Prinzip der Verantwortung vorrangig beachtet werden. Besondere Vorsicht ist bei der Verwendung von Originalaufnahmen von Verbrechen in Verbindung mit Trophäennarrativen geboten.

**Besondere Aspekte, die es im Themenbereich „True Crime“ zu berücksichtigen gilt, sind Fragen der Bildethik und der visuellen Darstellung von Tod und Sterben.**

Im Gegensatz zu fiktionalen Formaten erheben True-Crime-Formate nicht nur den Anspruch, die Realität abzubilden und Verbrechen so zu zeigen, wie sie geschehen sind, vielmehr werden auch die involvierten Personen – ob Täter\*innen, Opfer, Bystander oder auch andere Akteure wie Ermittler\*innen, Anwält\*innen oder Familienangehörige – in den Folgen identifizierbar. Bei besonders drastischen Bildern, Videosequenzen, Verhören oder anderem Archivmaterial ergeben sich neue ethische Herausforderungen, die neben Persönlichkeitsrechten und postmortalem Persönlichkeitschutz auch grundsätzliche Fragen der Pietät und Menschenwürde berühren – etwa wenn Taten besonders grausam sind, wenn identifizierbare Leichen oder verstümmelte Leichenteile sichtbar werden oder auch, wenn betroffene Kinder gezeigt werden, die nicht einwilligen können und für die dies möglicherweise gravierende Auswirkungen auf ihr Leben als Erwachsene haben kann. Neben den gezeigten Verstorbenen bzw. Sterbenden sind aber auch die Angehörigen (Familie, Freunde etc.) zu berücksichtigen, die ein „Bild vom Leben“ bewahren wollen oder deren Privatsphäre durch das Zeigen der Bilder nachträglich beeinträchtigt werden könnte. So macht es z. B. in einem True-Crime-Format einen Unterschied, ob Tathergänge gezeigt werden, die im Nachhinein die möglicherweise unschuldige Familie, Verwandte oder Freunde belasten könnten, auch wenn dies nur angedeutet wird. Insoweit Kinder betroffen sind, ist die Wirkung durch die thematisierte Verletzung der Menschenwürde (z. B. zerstückelte Leichen) drastischer als in fiktionalen Formaten, insbesondere dann, wenn aus dem Format Rückschlüsse auf konkrete Lebensorte oder soziale Kontakte gezogen werden können.

**Kinder und Jugendliche haben laut UN-Kinderrechtskonvention nicht nur Rechte auf Schutz und Sicherheit, sondern auch auf Unterhaltung, Freizeit und Information.**

True-Crime-Formate suggerieren, dass Gewalt und Verbrechen real so stattgefunden haben und auch in der Lebenswelt von Kindern so stattfinden könnten, was ängstigend und desorientierend wirken kann.

True-Crime-Formate können aber auch das Potenzial haben, Kinder zu informieren und aufzuklären, was zu ihrer eigenen Sicherheit und ihrem eigenen Schutz und damit zur Entscheidungsfindung und Selbstbestimmung in ihrem eigenen Leben und Alltag beitragen kann. Auch verstörende Erfahrungen können ihre Entwicklung fördern und ihre Resilienz stärken – vor allem, wenn sie konstruktiv eingeordnet und fürsorgend begleitet werden.

Vom Kind aus zu reflektieren, heißt aber auch, aktuelle Kinder- und Jugendkulturen bezogen auf Medien mit zu berücksichtigen. Kinder haben Zugang zu niederschwellig zugänglichen True-Crime-Inhalten auf wenig regulierten Plattformen wie TikTok. Sie nutzen True Crime auch als Unterhaltungsformate, da diese ein Teil der Kinder- und Jugendkultur sind. Näher zu untersuchen wäre, inwieweit gerade diese Formate auf sozialen Medien Bezüge zur Lebenswelt von Heranwachsenden oder eine Auseinandersetzung mit grundlegenden Entwicklungsthemen (Umgang mit Ohnmacht, Angst etc.) erlauben und wie sich dies auf die Rezeption von True-Crime-Formaten im Fernsehen auswirkt.

## **Kinder haben das Recht, in wesentlichen sie betreffenden Angelegenheiten angehört und an den Prozessen beteiligt zu werden.**

Kinder als handelnde Subjekte und Expert\*innen ihrer Lebenswelt anzuhören, sollte Grundlage neuer Regulierungsansätze und Bildungsangebote sein. Auch der Prozess einer Programmbeurteilung ist offener, wenn die Sichtweisen von Kindern als handelnden Subjekten einbezogen werden. Partizipation liegt dabei „im Spannungsfeld zwischen Offenheit und vorgegebenen Strukturen“ (Stapf u. a. 2022, S. 53). Offenheit kann gefördert werden, wenn das Verhältnis zur Forschung (in diesem Fall die Erweiterung von Kriterien für die Prüfpraxis) als kollektives Lernen verstanden wird (Kindler 2016, S. 83). Die Statements von Kindern und Jugendlichen zu exemplarischen Szenen im JFF-Teilprojekt (vgl. die empirische Befragung im JFF-Teilprojekt, Achim Lauber in dieser Ausgabe, S. 74 ff.) geben dabei einen ersten Einblick zu Sichtweisen von Kindern und Jugendlichen im Themenfeld und verweisen darauf, wie wichtig weitere Vertiefungen dieser Art zukünftig werden, um die Regulierung vom Kind aus weiter voranzutreiben.

## **Die bisherigen Kriterien der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) decken das Genre weitgehend ab.**

Neben den bisher berücksichtigten Fragen der übermäßigen Angsterzeugung, sozialetischen Desorientierung und der meist weniger stark relevanten Frage der Gewaltbefürwortung stellen sich vor allem Fragen der Menschenwürde mit Blick auf identifizierbare Leichen, menschliche Leichenteile, die Brutalität von Taten in ihrer eindringlichen Beschreibung mit voyeuristischen Tendenzen und vorrangig die Frage der Menschenwürde betroffener Kinder als Opfer und bezogen auf ihr Recht auf eine offene Zukunft. Für das Themenfeld wurden anhand von Fallbeispielen aus dem Bereich „True Crime“ ethische Reflexionskriterien erarbeitet, die für die Prüfpraxis, aber auch für die Bestimmung von Good Practice herangezogen werden können.

### **Literatur:**

**Harms, J.:** *Rezeption und Kritik von True Crime. Perspektiven auf Verbrechen 2.* In: Medienradar, 11/2021. Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de>

**Kindler, H.:** *Ethische Fragen in der Forschung mit Kindern und Jugendlichen zu sexueller Gewalt: Ein Überblick.* In: C. Helfferich/B. Kavemann/H. Kindler (Hrsg.): *Forschungsmanual Gewalt. Grundlagen der empirischen Erhebung von Gewalt in Paarbeziehungen und sexualisierter Gewalt.* Wiesbaden 2016, S. 69-100

**Meitzler, M.:** *Mediatisierung des Todes. Die Leiche zwischen Unsichtbarkeit und Medienpräsenz.* In: J. Reichertz/M. Meitzler/C. Plewnia (Hrsg.): *Wissenssoziologische Medienwirkungsforschung. Zur Mediatisierung des forensischen Feldes.* Weinheim/Basel 2017, S. 111-146

**Stapf, I.:** *Zwischen Selbstbestimmung, Fürsorge und Befähigung: Kinderrechte im Zeitalter mediatisierten Heranwachsens.* In: I. Stapf/M. Prinzing/N. Köberer (Hrsg.): *Aufwachsen mit Medien. Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend.* Baden-Baden 2019, S. 69-84

**Stapf, I.:** *Das Recht auf eine offene Zukunft. Kinderschutz in der Online-Welt am Beispiel von Privatheits- und Sicherheitsgefährdungen.* In: *Datenschutz und Datensicherheit*, 46/2022, S. 339-345. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1007/s11623-022-1616-5>

**Stapf, I./Bieß, C./Heesen, J. u. a.:** *Zwischen Fürsorge und Forschungszielen. Ethische Leitlinien für die Forschung mit Kindern zu sensiblen Themenbereichen.* Tübingen 2022



Dr. phil. Ingrid Stapf habilitiert sich zu Grundlagen einer Kinder-Medien-Ethik im digitalisierten Zeitalter. Sie lehrt und forscht aktuell am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) der Universität Tübingen.

# Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Bewertung von TRUE CRIME

TEXT: CHRISTINE LINKE

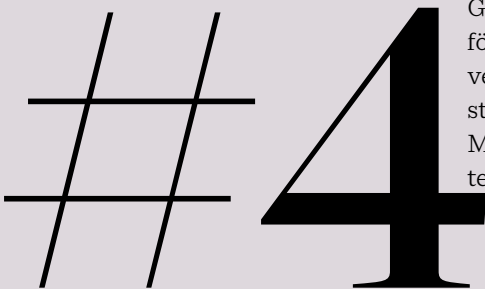
**Geschlechtsspezifische Gewalt bezieht sich auf Gewalt, die aufgrund des Geschlechts einer Person begangen wird.**

Diese Art von Gewalt kann sowohl körperlich als auch emotional oder psychologisch sein und in vielen Formen auftreten, einschließlich häuslicher Gewalt, sexualisierter Gewalt, Stalking, sexueller Belästigung und Diskriminierung. Der Begriff wird u.a. in der Istanbul-Konvention zur Definition struktureller Gewalt gegen „Frauen und Mädchen“ genutzt und ist in rechtlichen Diskursen etabliert als „Gewalt, die sich gegen eine Person aufgrund ihres biologischen oder sozialen Geschlechts richtet“ (BMFSFJ 2019). Betroffen sind hauptsächlich Frauen und Mädchen, aber auch Männer und Jungen sowie Menschen, die sich nicht einem binären Geschlecht zuordnen. In vielen Fällen ist geschlechtsspezifische Gewalt Teil einer Kultur von Unterdrückung und Diskriminierung, die das Machtgefälle zwischen den Geschlechtern verstärkt. Geschlechtsspezifische Gewalt ist ein ernstes menschenrechtliches Problem, das Bemühungen zur Bekämpfung und Verhinderung erfordert. Dies beinhaltet die Stärkung gesetzlicher Maßnahmen, die Unterstützung von Überlebenden und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Auswirkungen und Ursachen von geschlechtsspezifischer Gewalt.

**Grundsätzlich kann die Darstellung von geschlechtsspezifischer Gewalt in den Medien sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben.**

Auf der positiven Seite kann die Darstellung von geschlechtsspezifischer Gewalt in den Medien ein Bewusstsein für das Ausmaß und die Auswirkungen dieser Art von Gewalt schaffen. Das kann dazu beitragen, dass Überlebende ihre Geschichten teilen und die öffentliche Debatte anregen und dass Politik und Gesetzgebung handeln, um geschlechtsspezifische Gewalt zu bekämpfen. Die mediale Thematisierung kann zudem über Ursachen und Hilfsangebote aufklären und damit aktiv zur Beendigung geschlechtsspezifischer Gewalt beitragen.

Auf der anderen Seite kann die Darstellung von geschlechtsspezifischer Gewalt auch zu einer Verharmlosung beitragen oder Sensationslust befördern. Wird sexualisierte Gewalt in den Medien nicht als ernstes und verletzendes Verbrechen, sondern als erotisch oder unterhaltend dargestellt, kann dies zu einer Kultur beitragen, die Gewalt gegen Frauen und Mädchen normalisiert und rechtfertigt. An diesem Punkt gilt es, die Kriterien für den Jugendmedienschutz zu aktualisieren und anzupassen.





**Die Repräsentation geschlechtsspezifischer Gewalt in True-Crime-Formaten ist im Kontext einer medialen Darstellung von gesellschaftlichen Verhältnissen zu sehen.**

Medienproduktion, Medienrezeption und Medienaneignung sind in komplexe Verhandlungen und Prozesse des Sichtbar- und Unsichtbarmachens von sozialen Zusammenhängen eingebunden (Prommer/Linke 2019; Linke/Prommer 2021). Audiovisuelle Medien im Allgemeinen und Genres wie True Crime im Speziellen können strukturelle Ursachen von Gewalt adressieren oder ausblenden und hierbei eine Perspektive auf strukturelle Differenzkategorien wie Geschlecht, Ethnizität, Race, soziale Herkunft, körperliche Beeinträchtigung, sexuelle Orientierung oder Alter sichtbar machen – oder eben nicht (Thiele 2020; Thomas 2020). Die Art und Weise von Gewaltdarstellungen und Erzählweisen in True-Crime-Formaten hat durch deren hohen Realitätsbezug eine besondere Stellung. Der Blick auf die internationale Forschungslandschaft unterstützt die Bedeutung dieses Aspekts und verdeutlicht auch die globale Dimension der Thematik „Gewalt“, die mit Hinblick auf Geschlechterverhältnisse strukturelle Ungleichheitsverhältnisse als Thema der Medienkommunikation adressiert (z.B. Kaya 2019; Nettleton 2011).

**Das große Interesse an True-Crime-Formaten zeigt, dass (einige) Menschen sich mit geschlechtsspezifischer Gewalt auseinandersetzen wollen.**

Häufig geht es bei den Fällen auch um eine Verhandlung von Geschlechterbeziehungen und von dysfunktionalen bis hin zu schwer gewaltvollen Beziehungsmustern. Um geschlechtsspezifische Gewalt, häusliche Gewalt und Partnerschaftsgewalt tatsächlich besser zu verstehen, ist eine differenzierte Annäherung an Historie und Muster gewaltvoller Interaktionen und Handlungen notwendig, wobei auch Geschlechterrollen und heteronormative Ideen von Männlichkeit und Weiblichkeit hinterfragt werden müssen, die sich häufig in (gewaltvollen) Beziehungsmustern wiederfinden (Degele 2005). Diese Muster werden allerdings zumeist nicht reflektiert, sondern vielmehr bedient, indem die Charaktere als stereotype Figuren charakterisiert und damit auch die geschlechtsspezifische Gewalt in Narrative stereotyper Beziehungsmuster eingeschrieben wird (zu Medien und Stereotypen: Thiele 2015). Eine aktuelle Studie von Linke und Kasdorf (2021; in Vorbereitung) mit repräsentativen Daten für die acht Hauptsender in der Pre-Primetime und Primetime des Jahres 2020 belegt, dass geschlechtsspezifische Gewalthandlungen quer durch alle Genres in einem Drittel aller Sendungen sichtbar werden.

**Die Themen „Beziehungsgewalt“, „Sexualstraftaten“ und „geschlechtsspezifische Gewalt“ stehen häufig im Zentrum von True-Crime-Sendungen und adressieren damit den besonders vulnerablen Nahbeziehungsbereich von Menschen.**

Eine der wenigen internationalen Studien, die zu True Crime vorliegen, problematisiert bereits in den späten 1990er-Jahren, wie True Crime Geschlechterstereotype manifestiert (Cavender u.a. 1999). Damit verbunden sind auch Fragen nach der langfristigen Wirkung und Kultivierung: Kann sich etwa, insbesondere bei Mädchen und Frauen, eine Kriminalitätsfurcht erhöhen? Können Verbrechen in Nahbeziehungen normalisiert und Gewaltverbrechen sensationalisiert werden? Inwieweit ist für Zuschauende ein Realitätsbezug gegeben? Eine vergleichsweise neuere Frage lautet: Welche Sichtbarkeit von gesellschaftlichen Kontexten von Gewalterfahrungen oder Bedrohungssituationen schaffen True-Crime-Formate? Hierbei wird der Blick auf die intensive zivilgesellschaftliche und juristische Diskussion um geschlechtsspezifische und sexualisierte Gewalt gerichtet, die ihren Ursprung in ungleichen Geschlechter- und Machtverhältnissen hat (BMFSFJ 2019).

**Die Nichtthematisierung von Femiziden sollte unter dem Gesichtspunkt der Gewaltbefürwortung bzw. -förderung problematisiert werden.**

Ein Programm macht beispielsweise einen brutalen Mord an einer jungen aus Mittelamerika eingewanderten Frau sichtbar, ohne die in den Geschlechter- und Herkunftsverhältnissen verankerten ungleichen Strukturen zu thematisieren. Frauen mit Migrationshintergrund sind statistisch gesehen besonders von Unterdrückung betroffen; und gerade die Kombination von Personenmerkmalen bzw. die sogenannte Intersektion von Strukturvariablen (z.B. wie im Fall „weiblich mit Migrationshintergrund“ und „Person of Color“) ist zu adressieren (Gill 2018). Es handelt sich um einen Femizid mit intersektionaler Dimension. Die Empfehlung wird ausgesprochen, Programme zukünftig nicht nur auf die Einzeltat bezogen zu bewerten, sondern die gesellschaftlichen Strukturen zu benennen, die diese Taten ermöglichen und stützen und wie im Beispielfall dazu führen, dass die Justiz zum Zeitpunkt des Mordes dem Fall nicht systematisch nachgegangen ist. Es muss Mindestanspruch an mediale Repräsentationen von Femiziden sein, diese auch so zu benennen (vgl. auch Meltzer 2021; 2022).

**Die Darstellung von Beziehungsgewalt in True-Crime-Sendungen kann ein wichtiger Weg sein, um das Bewusstsein für dieses Thema zu schärfen und die Öffentlichkeit über seine Auswirkungen auf die Opfer zu informieren.**

Es ist jedoch wichtig, dass diese Formate sorgfältig konzipiert und präsentiert werden, um nicht dazu beizutragen, dass Gewalt gegen Frauen verherrlicht oder trivialisiert wird. Die vorliegenden Prüfgutachten verdeutlichen vielmehr, dass oft keine differenzierte Perspektive auf Gewaltmuster und die Entstehung von Gewalt in Beziehungen entwickelt wird, vielmehr liegt der Fokus vielfach auf der Gewalthandlung an sich und auf der stereotypen Einordnung der Betroffenen. Indem immer wieder durch Reenactment, Tatortaufnahmen oder Interviews mit Zeug:innen oder Bekannten von Opfern oder Täter:innen der Schrecken der Taten und das Entsetzen im Fokus stehen, erfolgt keine differenzierte Aufarbeitung, sondern letztlich nur eine mediale Verwertung vorhandenen Materials ohne Anspruch auf den eigentlich dokumentarischen und auch journalistischen Grundsatz des Neuigkeitswertes (z.B. La Roche 2006).

**Medienproduzierende müssen Verantwortung übernehmen und geschlechtsspezifische Gewalt differenziert darstellen bzw. über diese berichten, um ein klares und präzises Bild der Auswirkungen dieser Art von Gewalt zu vermitteln.**

Die Gefahr bei oberflächlicher, stereotyper und einseitiger Darstellung ist, dass sich die strukturellen Ursachen geschlechtsspezifischer Gewalt, die in ungleichen Geschlechterrollen und deren Akzeptanz liegen, fortsetzen. Darüber hinaus sollten Medienproduzierende sicherstellen, dass sie nicht zur Verharmlosung, Distanzierung oder Sensationslust beitragen. Im Gegenteil können gut recherchierte und differenzierte Blickwinkel einnehmende True-Crime-Formate einen Beitrag zur Aufklärung und Destigmatisierung leisten und damit zur Bekämpfung und Verhinderung von geschlechtsspezifischer Gewalt beitragen. Diese Problematik bedarf einer fundierten und strikten Prüfung und Regulierung.

**Vorab- und/oder Kontexthinweise können eine Hilfestellung für Menschen darstellen, die sich bewusst für bzw. gegen die Rezeption spezifischer Inhalte entscheiden wollen.**

Auch wenn dieses Thema einem Teil der Medienkonsumierenden nicht relevant erscheint oder einige Menschen schlicht keinen Bedarf an Inhaltshinweisen haben, sind diese für andere Menschen mit Traumata (beispielsweise Gewaltvorerfahrungen), mit

psychischen Erkrankungen oder mit Epilepsie eine wichtige Option. Beleg dafür sind etwa Onlinedatenbanken, in denen Menschen mit Gewalterfahrungen Inhaltshinweise für Filme oder Serien sammeln mit dem Ziel, andere Betroffene in die Lage zu versetzen, eine bewusste Auswahl für den eigenen Medienkonsum zu treffen (z.B. <https://www.unconsentingmedia.org>). Ebenfalls einen Bedarf haben Kinder und Jugendliche und deren Erziehungspersonen, die die Medienrezeption alters- und entwicklungsgerecht differenziert steuern möchten.

Inhalte, vor denen grundsätzlich gewarnt werden kann, sind:

- Drogen, Alkohol und Sucht
- Flackernde Lichter und Stroboskopeffekte
- Suizid und Selbstverletzung
- Psychische Erkrankungen
- Sexuelle Handlungen
- Gewalt
- Krieg und Terror

#### Literatur:

- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (Hrsg.):** *Verhütung und Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen und häuslicher Gewalt. Gesetz zu dem Übereinkommen des Europarats vom 11. Mai 2011 (Istanbul-Konvention)*. Berlin 2019. Abrufbar unter: <https://www.bmfsfj.de>
- Cavender, G./Bond-Maupin, L./Jurik, N. C.:** *The Construction of Gender in Reality Crime TV*. In: *Gender & Society*, 5/1999/13, S. 643-663. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1177/089124399013005005>
- Degele, N.:** *Heteronormativität entselbstverständlichen: Zum verunsichernden Potenzial von Queer Studies*. In: *Freiburger FrauenStudien: Zeitschrift für interdisziplinäre Frauenforschung*, 17/2005/11, S. 15-39. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.25595/1717>
- Gill, A.:** *Survivor-Centered Research: Towards an Intersectional Gender-Based Violence Movement*. In: *Journal of Family Violence*, 33/2018, S. 559-562. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1007/s10896-018-9993-0>
- Kaya, Ş.:** *Gender and violence: Rape as a spectacle on prime-time television*. In: *Social Science Information*, 4/2019/58, S. 681-700. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1177%2F0539018419883831>
- La Roche, W. von:** *Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege. Deutschland, Österreich, Schweiz*. Berlin 2006<sup>17</sup>
- Linke, C./Kasdorf, R.:** *Geschlechtsspezifische Gewalt im deutschen Fernsehen*. Kooperationsprojekt der Hochschule Wismar und der Universität Rostock 2021. Abrufbar unter: <https://fg.hs-wismar.de>
- Linke, C./Kasdorf, R.:** *Audiovisuelle Repräsentation geschlechtsspezifischer Gewalt. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde*. In: E. Grittmann/J. Pinsler/C. Peil/K. F. Müller (Hrsg.): *Medien und Ungleichheiten. Perspektiven auf Gender, Diversität und Identität* (in Vorbereitung)

- Linke, C./Prommer, E.:** *From fade-out into spotlight: An audio-visual character analysis (ACIS) on the diversity of media representation and production culture*. In: *Studies in Communication Sciences*, 1/2021/21, S. 1-17. Abrufbar unter: <https://malisastiftung.org>
- Meltzer, C. E.:** *Tragische Einzelfälle? Wie Medien über Gewalt gegen Frauen berichten*. Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung. Frankfurt am Main 2021. Abrufbar unter: <https://www.otto-brenner-stiftung.de>
- Meltzer, C. E.:** *Die Darstellung von Gewalt gegen Frauen in den Medien. Die Rolle von Nachrichten für das gesellschaftliche Verständnis von Gewalt gegen Frauen*. In: *Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)*. Bonn 2022. Abrufbar unter: <https://www.bpb.de>
- Nettleton, P. H.:** *Domestic Violence in Men's and Women's Magazines: Women Are Guilty of Choosing the Wrong Men, Men Are Not Guilty of Hitting Women*. In: *Women's Studies in Communication*, 2/2011/34, S. 139-160. Abrufbar unter: <https://doi.org/10.1080/07491409.2011.618240>
- Prommer, E./Linke, C.:** *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Köln 2019
- Thiele, M.:** *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld 2015
- Thiele, M.:** *Intersektionalität und Kommunikationsforschung: Impulse für kritische Medienanalysen*. In: T. Thomas/U. Wischermann (Hrsg.): *Feministische Theorie und Kritische Medienkulturanalyse. Ausgangspunkte und Perspektiven*. Bielefeld 2020, S. 163-177
- Thomas, T.:** *Kontroversen über Unterdrückungsverhältnisse: Race, Class und Gender in der feministischen Debatte*. In: T. Thomas/U. Wischermann (Hrsg.): *Feministische Theorie und Kritische Medienkulturanalyse. Ausgangspunkte und Perspektiven*. Bielefeld 2020, S. 59-74



Dr. phil. habil. Christine Linke ist Professorin für Kommunikationswissenschaft am Studiengang „Kommunikationsdesign und Medien“ der Fakultät Gestaltung an der Hochschule Wismar. Ihre Schwerpunkte in Lehre und Forschung sind Medienalltag, Digitalisierung und der Wandel sozialer Kommunikation sowie audiovisuelle Medien.

**Das medienpädagogische Projekt „True.Crime.Story“ ist als Begleitforschung zum professionellen Handeln von Jugendschützer\*innen angelegt und zielt darauf, die Selbsteinschätzung Jugendlicher im Alter von 12 bis 15 Jahren und ihren Blick auf das Gefährdungspotenzial von AV-Inhalten, die unter dem Label „True Crime“ gefasst werden, in den Fachdiskurs zum Kinder- und Jugendmedienschutz einzubringen. „True.Crime.Story“ wurde von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) beauftragt und vom JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis umgesetzt.**

TEXT: ACHIM LAUBER, LENA SCHMIDT UND CARLA ZECH

# TRUE. CRIME. Story

Ein medienpädagogisches Projekt zur Bewertung von AV-Inhalten durch Jugendliche



Schutzorientierte Maßnahmen im Kinder- und Jugendmedienschutz sind zielführend, wenn sie möglichst optimal an die Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen und an ihre Bewältigungsstrategien angepasst sind. Die in der UN-Kinderrechtskonvention geforderte systematische und strukturelle Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an der gesetzgeberischen Konkretisierung des Schutzauftrags kann auch als Impuls für die Einrichtungen des Kinder- und Jugendmedienschutzes verstanden werden, die Perspektiven der Zielgruppen stärker in die Bewertung von Medieninhalten und die Vergabe von Altersfreigaben einzubeziehen. Sofern die unmittelbare Mitwirkung von Minderjährigen in Prüfungsgremien rechtlich und ethisch nicht vertretbar ist, können ihre Sichtweisen in den Fachdiskurs mittelbar über Forschungsergebnisse eingebracht werden (vgl. Brüggem u.a. 2022, S. 6).

## Forschungswerkstätten - Forschungsfragen und medienpraktische Methoden

Ziel des Projekts ist es, die Perspektiven von Jugendlichen in Bezug auf das Gefährdungspotenzial von True-Crime-Sendungen empirisch zu erfassen, medienpädagogisch einzuordnen und die Ergebnisse als Videos aufzubereiten. Die Erhebung der authentischen Aussagen Heranwachsender im Alter von 12 bis 15 Jahren erfolgte im Rahmen von vier ganztägigen Forschungswerkstätten in Berlin, an denen insgesamt 27 Jugendliche teilnahmen, davon neun Mädchen und 18 Jungen. Die Werkstätten wurden mit medienpraktischen Methoden umgesetzt, die den Teilnehmenden Spaß machen sollten und die gleichermaßen an den Forschungsinteressen orientiert waren und den Teilnehmenden Gelegenheit zum Austausch, zur Reflexion und zur Artikulation geben sollten. Es wurden teilstandardisierte Erhebungsverfahren sowie Gruppendiskussionen und kreative Methoden vorbereitet. Elemente wie ein offenes Brainstorming, strukturierte Gallery Walks oder die Bewertung von Sendungsausschnitten dienten der Sondierung, Meinungsbildung und eigenen Positionierung zum Gefährdungspotenzial von True-Crime-Formaten. Kreative Methoden wie die Gestaltung von Opfer-/Täterfiguren oder die Entwicklung eigener Filmplots mit Adobe Spark unterstützten die Motivation der Jugendlichen und gaben ihnen erweiterte Artikulationsmöglichkeiten. Zur Vertiefung thematischer Schwerpunkte wurden ergänzende Interviews mit einzelnen Jugendlichen geführt.

Die leitenden Fragen des Projekts gliedern sich in einen allgemeinen Teil, der die Perspektive Jugendlicher auf den Kinder- und Jugendmedienschutz erhebt, und einen spezifischen Teil, der sich auf aktuelle Krimi- und True-Crime-Formate bezieht. Zum Kinder- und Jugendmedienschutz sollte erarbeitet werden, welche Kenntnisse und Erwartungen Jugendliche haben, besonders in Bezug auf Schutzmaßnahmen, die ihre Altersgruppe betreffen. Die Forschungsfragen zu True-Crime-Formaten bezogen sich auf die

**„Da ist ein Teil von Entertainment drin - wie bei normalen Serien oder Filmen. Aber ich finde es auch spannend, die Geschichten zu hören, und mich reizt das auch, dass ich weiß: Das ist echt passiert.“**

**„Eigentlich finde ich Mord immer sehr interessant und am liebsten mag ich es, wenn beide Sichten geschildert werden, also vom Opfer und vom Täter, sodass man sozusagen beiden in den Kopf gucken kann.“**

**„Ja, wenn echte Kameraaufnahmen benutzt werden oder echte Tatwaffen oder die Opfer und Blut usw. gezeigt wird, so was ist noch mal spannender und gruseliger für einen, weil man sich mehr darunter vorstellen kann. Wenn es irgendwelche Schauspieler nachgespielt haben, dann wäre es mehr wie ein Krimi. Aber True Crime ist echte Begebenheit und das ist das Tolle, Spannende und Gruselige daran.“**

**„[...] dass der vielleicht schon als Kind so Anzeichen hat, z.B. gar keine Freunde hat oder gemobbt wurde. Oder dass der Mensch sich ausgeschlossen fühlt und denkt, er muss jetzt irgendwas machen, um Aufmerksamkeit zu bekommen. Aufmerksamkeitsmangel haben die vielleicht auch.“**

Unterscheidung von Fiktion und Realität sowie auf die Bedeutung des Realitätsgehalts von True Crime für das Ängstigungspotenzial der Sendungen. Weitere Fragen bezogen sich auf die Täter- und Opferrollen und die Bewertung der Darstellungen und Zuschreibungen in Bezug auf Geschlecht und Gender in diesen Kontexten. Die von Jugendlichen formulierten Wirkungsannahmen wurden in Bezug auf ihre eigene sowie auf jüngere Altersgruppen reflektiert.

Die Aufbereitung der Ergebnisse aus den Forschungswerkstätten mit Jugendlichen erfolgte in Form von 3- bis 5-minütigen Videos. Im Zentrum der Videos stehen Zitate aus den Einzelinterviews mit den Jugendlichen. Diese Interviewpassagen wurden so ausgewählt, dass sie die Meinung der Teilnehmenden und der vorangegangenen Reflexionsprozesse exemplarisch repräsentieren. Weitere Ergebnisse der Forschungswerkstätten wurden in verdichteter Form vom Forschungsteam als Voiceover eingesprochen. Auswertung und Darstellung der Ergebnisse sind orientiert an Kategorien, die auch im Rahmen der Prüfpraxis von True-Crime-Formaten relevant sind: Format, Charaktere und Beziehungsstrukturen, Gewalt und Verängstigung sowie Kinder- und Jugendmedienschutz. Die folgenden Abschnitte geben einen kurzen Einblick in die Ergebnisse.

### **Faszination von True-Crime-Formaten**

Zum Schwerpunktthema „Format“ stand die Frage im Fokus, wie Jugendliche das Genre und im Speziellen audiovisuelle True-Crime-Sendungen wahrnehmen. Auch wenn True Crime nicht bei allen Beteiligten gleich beliebt war, sind die Formate den Jugendlichen präsent. Für die Nutzung sind Portale wie Netflix und Amazon Prime, aber auch YouTube zentral. Der Fernseher ist im familiären Rahmen bedeutsam, wird aber weniger genutzt und kaum aktiv eingeschaltet.

Teilweise begründen die Jugendlichen ihre Unterscheidungen zwischen Fakt oder Fiktion eher oberflächlich. Es werden Beispiele genannt, die vermuten lassen, dass ihnen nicht vollständig bewusst ist, dass ein realistischer Eindruck auch filmisch hergestellt werden kann. Entscheidend für die Qualität der Sendung, so meinen manche, sei das vermeintlich echte Videomaterial, wie z.B. Amateuraufnahmen, Aufzeichnungen von Überwachungskameras, Mitschnitte von Polizeiverhören und Gerichtsverhandlungen sowie Fotos vom Tatort und Beweismaterial. Grundsätzlich wurde vor allem eines deutlich: Der gefühlte Realitätsbezug der Geschichte ist sowohl für das Spannungs- als auch das Ängstigungspotenzial enorm wichtig.

### **Augenmerk auf Charakteren und Beziehungen**

In True-Crime-Sendungen steht bei den Jugendlichen der Täter bzw. die Täterin im Fokus ihres Interesses. Ihnen fällt

**„Das, was ich so geschaut habe, da ging es um eine Frau und einen Mann, die sich getrennt haben. Das hat dem Mann nicht gefallen - und er hat sich an der ganzen Familie gerächt und sie als Einzige verschont, um sie leiden zu lassen.“**

**„Es ist so dieser Unterschied, wie auf einmal aus Liebe Hass wird, sodass man in der Lage ist, einen Menschen, den man geliebt hat, umzubringen - das interessiert mich wirklich sehr.“**

**„Ich finde Beziehungsgeschichten besonders gruselig und spannend bei True Crime, weil dein Freund, deine Freundin, dein Familienmitglied mehr mit dir zu tun hat. Du würdest es nicht von deinem Partner erwarten, von deinem Freund erwarten - und das macht es so spannend und auch noch gruseliger. Stell dir vor, mein bester Freund bringt mich um! Das wäre viel schlimmer für mich, als würde das irgendein Unbekannter machen.“**

**„Krimis verbindet man ja mit Mord - und bei Mord gehört eben Blut dazu. Das ist auch im echten Leben so. Es kann nicht sein, dass jemand angeschossen wird und nichts passiert und er stirbt einfach so.“**

**„[...] oder ich mache den Ton aus, weil ich den Film gerne weitersehen möchte, aber die Stelle halt nicht. Und dann schau ich entweder ohne Ton - oder ich tu so, als würde ich Wasser holen. Das ist so mein Trick meistens, wenn andere dabei sind. Nicht, weil ich mich schäme, Angst zu haben, sondern weil ich rausgehe, und das hilft mir dann, das zu verarbeiten. Das mache ich jedes Mal - ich denke mir Strategien aus, wie ich aus der Situation rauskomme, und das hilft mir sehr.“**

**„Wenn es um Kinder geht, also wenn Kinder sterben, also getötet werden oder vergewaltigt werden und dann sterben, finde ich das sehr schlimm, weil ich dann nicht die Leute sehe, sondern meine eigene Familie. Und wenn da ein Kind liegt, das ertränkt wurde, dann sehe ich da meinen Bruder drin.“**

auf, dass oft Männer in der Rolle des Täters gezeigt werden und Frauen in der Rolle des Opfers. Sie finden das realistisch und naheliegend und versuchen dabei, die Stereotype, die ihnen in den Formaten begegnen, logisch zu erklären. Damit reproduzieren sie geschlechterspezifische Stereotype, die in True-Crime-Sendungen verbreitet sind. Dass Männer eher in der Lage sind, zu töten, finden beispielsweise mehrere Teilnehmende naheliegend, da Männer überlegen in körperlicher Größe und Stärke seien.

Die Thematisierung von Liebe und Hass war häufig Teil der Auseinandersetzung mit Beziehungsstrukturen innerhalb von True-Crime-Sendungen. Die Jugendlichen waren sich einig, dass Morde, die innerhalb von Liebes- oder Familienbeziehungen stattfinden, meistens schwerer für sie zu verarbeiten sind. Die Auseinandersetzung mit Gewalttaten innerhalb der Familie ist für einige Studienteilnehmende besonders belastend, weil es ihnen verdeutlicht, wie Gefühle sich umkehren und Menschen sich ändern können. Anderen Jugendlichen hilft es hingegen, sich von dem Gesehenen zu distanzieren, weil sie sich in der eigenen Familie besonders sicher fühlen.

### **Mit Gewalt und Verängstigung umgehen**

Die Darstellung von Gewalt gehört für Jugendliche zum Format und wird als spannend und realitätsnah empfunden. Die Jugendlichen hatten keine Schwierigkeiten, über das Thema „Angst“ im True-Crime-Kontext zu sprechen. Es wird allerdings deutlich, dass ihnen insbesondere Szenarien zusetzen, mit denen sie sich identifizieren können. In diesem Kontext wird oft Gewalt an Kindern genannt, was zeigt, dass sie sich unter bestimmten Umständen noch als Kinder wahrnehmen, die geschützt werden sollen. Geschlechtsspezifische Taten, insbesondere Gewalt gegen Frauen, machen weibliche Teilnehmende zum Thema.

Thematisiert wird von den Jugendlichen im Kontext mit Angst vor allem psychische Gewalt. Sie ist subtil in der Darstellung und wirkt unberechenbar. Solche Gewaltakte, die nicht explizit dargestellt werden, gehen mit Spannungserleben einher und regen die Fantasie der Jugendlichen an, sich Schlimmes vorzustellen. Sie sind allerdings auch sehr aufmerksame Rezipient\*innen und prüfen das Gesehene auf dessen Glaubwürdigkeit: Wenn eine Szene nicht plausibel ist, löst sie auch keine Angst aus.

Jugendliche identifizieren sich besonders über ihr Alter und Geschlecht mit den Opfern. Doch auch Handlungsorte bieten Platz für Angsterzeugung. Besonders gruselig sind Settings, die den Jugendlichen aus dem Alltag vertraut sind. Hierzu zählen private Wohnungen, öffentliche Verkehrsmittel, Wälder und schulische Gebäude.

**„Da ich selbst noch ein Kind bin und auch eine Frau, mache ich mir auch ständig Sorgen darüber. Was ist, wenn mir das passiert, was wird dann passieren, wie kann man entkommen? – Darüber macht man sich schon Gedanken, auch unbewusst.“**

**„Ich habe nicht so Angst vor Gewalt. Also schon, aber ich spiele auch Ballerspiele und so was. Ich habe mehr Angst vor psychischen Störungen, weil man eben nicht weiß, was passieren wird. Er könnte dich von hinten abstechen, du weißt nicht, was sein nächster Schritt ist.“**

**„Es ist manchmal schon sehr unheimlich, weil man weiß, dass es in echt passiert ist – hier an diesem Ort, wo ich gerade stehe. Zum Beispiel in der U-Bahn-Station ist auch mal was passiert. Und da läuft man lang und dann denkt man gleich daran. Ist schon gruselig.“**

**„Diese Altersfreigabe ist ja nicht umsonst da. Also, natürlich ist es bei jedem anders, wie man es verträgt, aber wenn da jetzt ein Film ab 16 ist – mit 14 würde ich mich vielleicht schon trauen, den zu gucken, aber wenn da ‚18‘ steht, würde ich mich eher zurückhalten und den nicht gucken. Vielleicht was anderes gucken, was freundlicher ist.“**

**„Na ja, also ich finde es gut, dass man das einteilt in ‚16‘ und ‚18‘ und so, aber z. T. passt das nicht so. Manchmal ist es zu übertrieben – und manchmal ist es halt zu wenig.“**

**„Manchmal gucke ich mir Filme ab 12 oder 6 an, wo solche Inhalte vorkommen, wo ich so denke: Warum ist das jetzt ab 6 Jahre? Mit 14 Jahren triggert mich das, ich weiß nicht, was das da soll.“**

## Jugendmedienschutz ist wichtig

Jugendmedienschutz ist für Jugendliche ein wichtiges Thema bei True-Crime-Formaten. Die Jugendlichen glauben, dass unangemessene Inhalte Gefahren für empfindliche Kinder bergen. Dazu zählen Verängstigung, Misstrauen gegenüber Menschen, Albträume und Gewaltverherrlichung. Die Jugendlichen bewerten den Kinder- und Jugendmedienschutz insgesamt als notwendige und wichtige Einrichtung. Gerade in Bezug auf Kinder, die jünger als sie selbst sind, sind sie sehr sensibel. Viele haben jüngere Geschwister oder können sich noch sehr gut in die Zeit hineinversetzen, als sie selbst jünger waren.

Die Jugendlichen kennen vor allem solche Maßnahmen des Kinder- und Jugendmedienschutzes, die ihnen selbst in ihrem Medienalltag als sichtbare Elemente begegnen. Das sind z.B. die Altersfreigaben mit den bekannten Symbolen oder die Ankündigungen ungeeigneter Inhalte, die Jugendliche aus dem Fernsehen, aber auch von Streamern wie Amazon Prime kennen.

Während im Blick der Jugendlichen auf jüngere Kinder der Schutzgedanke im Vordergrund steht, nehmen sie für sich selbst in Anspruch, selbstständig entscheiden zu können, was gut für sie ist. Sie setzen sich mit Maßnahmen, die ihnen bekannt sind, auseinander und bewerten sie individuell, d.h. mit Bezug zum Medieninhalt und zur Selbsteinschätzung ihrer eigenen Resilienz. So finden sie häufig die Altersfreigaben von bestimmten Medieninhalten entweder zu streng oder zu locker. Mit dem Entwicklungsschritt, selbstständig für sich selbst und den eigenen Medienumgang entscheiden zu wollen, geht auch der Wunsch nach mehr Teilhabe, Sichtbarkeit und Transparenz im Jugendmedienschutz einher. In den Forschungswerkstätten wünschten sich einige Jugendliche Triggerwarnungen, durch die man selbst einschätzen könne, ob man das, was in den Formaten gezeigt wird, schauen möchte. Solche Lösungen finden sie gut, weil sie die Eigenverantwortung Jugendlicher stärken.



### Literatur:

Brüggen, N./Dreyer, S./Gebel, C./Lauber, A./Materna, G./Müller, R./Schober, M./Stecher, S.: *Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln*. Bonn 2022<sup>2</sup> (Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz [Hrsg.]

Achim Lauber ist wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsabteilung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

Lena Schmidt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Forschungsabteilung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

Carla Zech ist studentische Mitarbeiterin in der Forschungsabteilung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.

# TRUE CRIME im Tagesprogramm?

Ein Einblick in die Kriterien  
und individuellen Vorstellungen  
von FSF-Prüfenden

TEXT: EVA MARIA LÜTTICKE

**In einem qualitativen Forschungsdesign wurden im Rahmen einer Masterarbeit an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF Prüferinnen und Prüfer der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) interviewt. Das Erkenntnisinteresse richtete sich auf die individuellen Kriterien und Vorstellungen der Prüfer\*innen bei der Beurteilung von True-Crime-Formaten hinsichtlich einer Entwicklungsbeeinträchtigung von Kindern und Jugendlichen. Im Folgenden werden einige ausgewählte Ergebnisse vorgestellt.**

## **Anlass und Zielsetzung der Forschungsarbeit**

In den letzten Jahren dominierte vor allem ein Genre die Prüfungen der FSF: True Crime. Das True-Crime-Genre zeichnet sich durch zahlreiche Genredifferenzierungen aus, die von der faktenorientierten Dokumentation bis hin zu Scripted-Reality-Formaten reichen. Auch inhaltlich gibt es eine große Bandbreite an Erzählmustern. Mal wird der Täter gefasst und verurteilt, in anderen Fällen kann man nur mutmaßen, wer das Verbrechen verübt hat. Thematisch reicht das Spektrum von verschwundenen Kindern, die nie wieder auftauchen, über Raub und Vergewaltigung bis hin zu Serienmördern, die über Jahrzehnte in der Bevölkerung Angst und Schrecken verbreiten. Diese Genrevielfalt stellt die Prüferinnen und Prüfer der FSF vor die komplexe Herausforderung, mögliche entwicklungsbeeinträchtigende Wirkungen zu ermitteln und einzuschätzen, inwieweit Kriterien relativierend oder verstärkend auf Kinder und Jugendliche wirken können. Ziel der hier vorgestellten qualitativen Forschungsarbeit ist es, die handlungsleitenden, individuellen Vorstellungen und Wirkungshypothesen der Prüfenden in der Beurteilung von True-Crime-Formaten herauszuarbeiten.

## **Theoretische Grundlage und methodisches Vorgehen**

Die Expertise der Studienteilnehmenden basiert auf ihrer Prüferfahrung und der damit verbundenen Prüfordnung der FSF. Gleichzeitig verfügen die Befragten über persönliche Erfahrungen mit True-Crime-Formaten und haben aufgrund ihrer Biografie ein individuelles Verständnis von Mediennutzung und Medienwirkung. Um diese individuellen Vorstellungen



und Wirkungshypothesen herauszuarbeiten, bedarf es eines theoretischen Bezugsrahmens, der das Alltagsverständnis und die Medien-erfahrung der Befragten berücksichtigt. Hierfür bietet sich das Konzept der Subjektiven Medientheorien an. Die Grundidee der Subjektiven Medientheorien basiert auf dem Verständnis, dass jeder Mensch seine Umwelt reflektieren muss, um erfolgreich handeln zu können (vgl. Stiehler 1999, S. 12). Bezogen auf Medien bedeutet dies, dass

„Menschen im Umgang mit den Medien, aber auch durch die mediale und personale Kommunikation über die Medien insgesamt, über einzelne Medienereignisse bzw. -erlebnisse, mehr oder minder spontan, Vorstellungen vom Funktionieren der Medien und Wertmaßstäbe ihnen gegenüber entwickeln“ (Schorb/Stiehler 1999, S. 7).

Der empirische Zugang erfolgte über das qualitative Verfahren des leitfadengestützten Expert\*innen-Interviews. Insgesamt wurden acht Interviews mit Prüfer\*innen der FSF geführt. Die hochselektive Stichprobe kann keinesfalls repräsentative Ergebnisse liefern. Vielmehr handelt es sich um einen partiellen Ausschnitt, der jedoch über die Einzelfallanalyse hinausgeht (vgl. Keuneke 2017, S. 301). Die inhaltlichen Schwerpunkte des Leitfadens waren:

- Genrekonventionen: Welche Merkmale zeichnen True-Crime-Formate aus?
- Annahmen über Zuschauer\*innen: Für welche Altersgruppe sind True-Crime-Formate besonders attraktiv und warum?
- Wirkungsannahmen: Welche Risikodimensionen spielen bei der Bewertung von True-Crime-Formaten eine Rolle?

### Die Ergebnisse der Studie

Die Auswertung der Interviewtranskripte erfolgte anhand eines Kategoriensystems, das deduktiv und induktiv aus dem Datenmaterial gebildet wurde. Ziel war es, das Antwortspektrum aller Befragten abzudecken. „Dabei soll klar werden, inwieweit die einzelnen Aussagen voneinander abweichen und woraus diese Unterschiede resultieren“ (Hajok/Mann/Lauber 1999, S. 39). Im Anschluss wurden die detaillierten Ergebnisse zu verallgemeinern den Mustern reduziert. Welche Auffassungen wurden explizit oder implizit besonders häufig genannt? Aber auch: Wo gab es die größte Diskrepanz zwischen den befragten Expert\*innen?

### Es ist vom Einzelfall abhängig

True-Crime-Formate sind in ihrer Aufbereitung sehr vielfältig. Zwar gibt es klare Genrekonventionen, entscheidend für die Bewertung ist jedoch die Verknüpfung der einzelnen ästhetischen und inhaltlichen Elemente. Es verwundert daher nicht, dass die Prüferinnen und Prüfer betonen, dass sie jedes Prüfobjekt im Einzelfall hinsichtlich seiner Wirkung auf Kinder und Jugendliche betrachten müssen. Dies untermauert die Prüfpraxis, in der ein Prüfungsgremium jedes Format einzeln im Hinblick auf eine mögliche Entwicklungsbeeinträchtigung von Heranwachsenden betrachtet und diskutiert.

### Anschlussfähigkeit als zentrales Kriterium

Trotz der Einzelfallbetrachtung gibt es einen Aspekt, den alle Studienteilnehmenden in ihrer Wirkungsvermutung hervorheben, und das ist die Anschlussfähigkeit des Formats für Kinder und Jugendliche. Je anschlussfähiger das Format ist, desto wirksamer ist es im Hinblick auf eine Entwicklungsbeeinträchtigung. Die Anschlussfähigkeit ist gegeben, wenn kindliche Identifikationsfiguren vorhanden sind, wenn die Handlung im häuslichen Umfeld stattfindet und z.B. die Eltern eine zentrale Rolle spielen. Wenn also die Tat in irgendeiner Form in der Lebenswelt der Heranwachsenden verortet ist. Die Prüferinnen und Prüfer versetzen sich dabei in die Lage der Kinder und Jugendlichen und stellen sich die zentrale Frage: Könnte mir das auch passieren?

### Performative Gewaltdarstellungen sind kritisch einzuordnen

True-Crime-Formate handeln häufig von Gewaltverbrechen. Nicht selten wird die Gewalt zu Unterhaltungszwecken inszeniert, um eine besonders schockierende Wirkung auf die Zuschauerinnen und Zuschauer zu erzielen. Entscheidend für die Beurteilung ist, wie die Tat visuell und auditiv aufbereitet wird: je drastischer und expliziter, desto wirkungsvoller. Hinzu kommt, dass die Expert\*innen spekulative und reißerische Darstellungen in ihrer Wirkungsvermutung nochmals verstärkt empfinden.

### Die Täterperspektive ist immer problematisch

Sobald der Täter die Möglichkeit hat, aus seiner Perspektive zu erzählen, sehen die Prüfenden die große Gefahr einer desorientierenden Wirkung auf Kinder und Jugendliche. Durch

die Täterperspektive kann eine Faszination für den Täter entstehen, die bei der Beurteilung besonders kritisch zu bewerten ist. Zwar wird diese Perspektive in True-Crime-Formaten eher selten eingenommen, aber wenn, dann urteilen die Befragten mit einer höheren Altersfreigabe oder einer späteren Sendezeit, um Kinder und Jugendliche nicht dem Risiko einer Entwicklungsbeeinträchtigung auszusetzen.

### Sexualisierte Gewalt und das weibliche Opfer

Hinsichtlich der Darstellung von sexualisierter Gewalt, die in der Regel dem weiblichen Opfer zugefügt wird, gibt es Unterschiede in den Aussagen der Prüferinnen und Prüfer. Die meisten stufen sexualisierte Gewalt als drastischer ein als andere Gewaltdarstellungen. Das wiederkehrende Narrativ des weiblichen Opfers, das häufig in Geschlechterstereotypen erzählt wird, ist jedoch nur über mehrere Folgen hinweg erkennbar. Hier ergibt sich eine Ambivalenz, da die Prüfenden vom Einzelfall ausgehen müssen. Insbesondere die interviewten weiblichen Personen scheinen für das Thema sensibilisiert zu sein.

### Tagesprogramm

Die Aussagen der Prüfenden zur Frage, ob True Crime im Tagesprogramm ausgestrahlt werden darf, differenzierten stark zwischen „es sollte kein Thematisierungsverbot geben“ und „ich gehöre zu den Prüfenden, die sehr stark gegen das Tagesprogramm votieren, weil ich das Format einfach wirklich gänzlich ungeeignet für Kinder finde“. Insgesamt ist sich die Mehrheit aber einig, dass es True-Crime-Formate geben kann, die so sachlich und zurückhaltend inszeniert sind, dass nichts gegen eine Platzierung im Tagesprogramm spricht. Dies sei aber sehr, sehr selten der Fall.

### Schlussfolgerung

Die Studienteilnehmenden haben ihre Rolle als FSF-Prüfer\*innen verinnerlicht. Ihre Wirkungsvermutungen basieren auf den Kriterien der FSF-Prüfordnung, die allen Prüfentscheidungen zugrunde liegt, auf ihren persönlichen Erfahrungen sowie auf „Fremddaten“ (z.B. Wissen über den Scary-World-Effekt). Auch wenn die Prüferinnen und Prüfer selten pauschalisierende Aussagen trafen – es kommt immer auf den Einzelfall an –, wurden doch Kausalzusammenhänge hergestellt („wenn – dann“, „je – desto“, „weil – deshalb“ etc.).

In wenigen Fällen gab es unterschiedliche Auffassungen. Dass vor allem die Prüferinnen einen besonderen Fokus auf das weibliche Opfer und die damit häufig einhergehende sexualisierte Gewalt legten, kann auf das Geschlecht und eine mögliche Identifikation zurückzuführen sein. Eine Ambivalenz ergab sich bei der Bewertung struktureller Gewalt (z.B. Femizide). Die Prüferinnen sind sich bewusst, dass sie bei der Bewertung nur vom Einzelfall ausgehen können, dennoch stufen einige Prüferinnen Femizide in der inhaltlichen Bewertung als drastischer ein. Die Subjektiven Medientheorien der Prüferinnen und Prüfer müssen nicht widerspruchsfrei sein, sondern folgen einer inneren, subjektiven Plausibilität. Bezogen auf die soziodemografischen Daten der Befragten ließen sich keine weiteren Muster erkennen, etwa dass ältere Prüfer\*innen anders entscheiden als jüngere oder Filmwissenschaftler\*innen anders als Jurist\*innen. Auffällig war jedoch, dass insbesondere bei den ersten Assoziationen zum True-Crime-Genre einige Prüfende sich dem Thema eher visuell, andere eher inhaltlich näherten. Ein abschließendes Muster lässt sich daraus jedoch nicht ableiten. Vielmehr muss betont werden, dass die Expert\*innen ein fundiertes Genrewissen aufweisen und alle Aspekte des Genres in ihre Wirkungsvermutungen mit einbeziehen. Sie können zwischen den Wirkungsvermutungen auf Kinder und Jugendliche je nach Altersstufe und ihren eigenen Empfindungen beim Sehen von True-Crime-Formaten abstrahieren.

#### Literatur:

**Hajok, D./Mann, A./Lauber, A.:** *Fernsehnutzung*. In: B. Schorb/H.-J. Stiehler (Hrsg.): *Idealisten oder Realisten? Die deutschen Kinder- und JugendfernsehmacherInnen und ihre Subjektiven Medientheorien*. München 1999, S. 39–71

**Keuneke, S.:** *Qualitatives Interview*. In: L. Mikos/C. Wegener (Hrsg.): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz/München 2017, S. 302–312

**Schorb, B./Stiehler, H.-J. (Hrsg.):** *Idealisten oder Realisten? Die deutschen Kinder- und JugendfernsehmacherInnen und ihre Subjektiven Medientheorien*. München 1999

**Stiehler, H.-J.:** *Subjektive Medientheorien – Zum Begriff*. In: B. Schorb/H.-J. Stiehler (Hrsg.): *Idealisten oder Realisten? Die deutschen Kinder- und JugendfernsehmacherInnen und ihre Subjektiven Medientheorien*. München 1999, S. 12–25



Eva Maria Lütticke studierte Medienwissenschaften (M.A.) an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLFF. Zurzeit arbeitet sie als Redakteurin bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



© Frank Lütjcke

# Fernbedienung

TEXT: GERD HALLENBERGER

**E**in bekanntes Zitat des Science-Fiction-Autors und Physikers Arthur C. Clarke (u. a. Verfasser der Textvorlage zum Film *2001: Odyssee im Weltraum*) lautet: „Jede hinreichend fortschrittliche Technologie ist von Magie nicht zu unterscheiden.“ Kaum eine Erfindung des 20. Jahrhunderts veranschaulicht diese These so einleuchtend wie die Fernbedienung. Sah es nicht wie Magie aus, als immer mehr Geräte, vor allem der Unterhaltungselektronik, bedient werden konnten, ohne die Geräte selbst zu berühren? Ohne auch nur in ihrer Nähe zu sein? Die Magie brauchte allerdings etwas Zeit, um sich zu zeigen, denn zu Beginn der Entwicklung war noch eine Nabelschnur sichtbar. Erste Modelle einer Fernseher-Fernbedienung mit noch wenigen Funktionen tauchten in den USA um 1950 auf, es handelte sich um Kabelfernbedienungen. Nach einigen frühen Versuchen wie dem „Tele-Zoom“ (1948) der Firma Garod zur Bildverbesserung war der erste erfolgreiche Pionier 1950 die Zenith Radio Corporation, die als kostenpflichtiges Extra für 30,00 US-Dollar „Lazy Bones“ („Faulpelz“) anbot. Das war ein kleines Gerät, das dem Handregler einer Autorennbahn ähnelte und mit zwei Knöpfen Senderwechsel und Lautstärkeregelung ermöglichte. Der große Vorteil: Um einen anderen Sender zu suchen oder lästige Werbespots wegzuschalten oder leiser zu stellen, musste man nicht mehr zum Fernseher gehen. Der Nachteil: Durch das Kabel, das TV-Gerät und „Lazy Bones“ physisch verband, gab es im Wohnzimmer eine neue Stolperfalle.

Richtig magisch wurde es erst, als das Kabel entfiel und die Steuerungssignale erstmals 1955 per Licht, dann per Ultraschall übertragen wurden. Auch in

diesem Fall fand die Markteinführung in den USA statt – 1956 wurden die ersten „Zenith Space Commander“ produziert. Der Name dieser Fernbedienung war kein Zufall: Für Wunder der Technik war in der Populärkultur Science-Fiction zuständig und die Raumfahrt eines ihrer Kernthemen. In Deutschland stand ein paar Jahre später am Anfang ebenfalls eine Kabelfernbedienung, und wie in den USA kam vor der TV- die Radio-Fernbedienung. Anders als in den USA gab es hier aber in den 1950er-Jahren keine Gründe für eine rasche Markteinführung von TV-Fernbedienungen: Bei nur einem Fernsehprogramm waren Senderwechsel nicht möglich und das Hauptabendprogramm wurde nicht durch Werbung unterbrochen. Außerdem wurde das Fernsehen erst im nächsten Jahrzehnt zum echten Massenmedium, in den 1950er-Jahren war das Radio viel wichtiger. Die Medienzukunft musste noch etwas warten, was sich auch in der Namensgebung spiegelte: Die 1955 von der Firma Grundig angebotene Radio-Fernbedienung per Kabel verwies nicht auf futuristische Technik, sondern auf ein Kernangebot des Mediums, nämlich Musik – sie hieß „Ferndirigent“. Wirklich unverzichtbar wurden nun selbstverständlich drahtlose TV-Fernbedienungen in den 1980er-Jahren, als es in Deutschland dank der Zulassung von privatrechtlichem Fernsehen und neuen Technologien immer mehr Sender gab, zwischen denen gewechselt werden konnte – und immer mehr Werbung, die zu umschiffen war. Zugleich konnten immer mehr Funktionen des TV-Geräts per Fernbedienung kontrolliert werden; weitere Bausteine des heimischen Technikparks wurden im Laufe der Zeit ebenfalls mit dieser praktischen Bedienungshilfe ausgestattet, neben anderen Geräten der Unterhaltungselektronik beispielsweise Garagentore oder Raumbeleuchtung. Die Folge: TV-Fernbedienungen wurden immer klobiger und komplizierter, generell stieg die Zahl der Fernbedienungen pro Haushalt an. Dieses Problem durch Zwischenlösungen – wie die Umdreh-TV-Fernbedienung (eine einfache Seite mit wenigen Tasten für die tägliche Fernsehnutzung und eine komplizierte mit vielen Tasten für Programmiervorgänge) oder Universal-Fernbedienungen für mehrere unterschiedliche Geräte – zu lösen, hat nicht funktioniert. Letztlich waren es Medienkonvergenz und Digitalisierung, die hier Abhilfe schufen, und das über ein doppeltes Paradoxon: Einerseits gibt es in jedem Haushalt immer mehr Technik, andererseits aber weniger separate Geräte. Einerseits werden immer mehr davon ferngesteuert, andererseits mit immer weniger Fernbedienungen.

Wo früher etwa TV-Apparat, Kabelreceiver, Stereoanlage, CD-Player, Video- und DVD-Rekorder mit je eigenen physischen Fernbedienungen erforderlich waren, kann heute ein einziges Gerät genügen, eventuell mit zusätzlicher Peripherie für bessere Bild- und Tonausgabe. Aus vielen großen Kisten sind wenige kleinere geworden, mit einer halben Ausnahme. Die Displays von Fernsehgeräten haben sich deutlich vergrößert, dafür sind sie so flach, dass man sie sogar an die Wand hängen kann. Für die Steuerung dieser Technik wird oft überhaupt keine Fernbedienung mehr verwendet, sondern kleine Programme auf Minicomputern, die in ihrer Anfangszeit noch „Mobiltelefon“ hießen. Smartphone-Apps ersetzen immer mehr traditionelle Fernbedienungen, falls überhaupt noch Fingerfertigkeit erforderlich ist.

„Voice Control“ bedeutete zunächst nur, dass man morgens seinen Wecker mit einem herzhaft gebrüllten „Ruhe!“ zum Schweigen bringen konnte. Mittlerweile ist Sprachsteuerung in vielen Bereichen selbstverständlich, bevorzugt über digitale Assistenten wie Alexa oder Siri. Das Hantieren mit physischen oder virtuellen Tasten lässt sich aber auch noch auf ganz anderen Wegen ersetzen, nämlich durch Sensoren und Kameras. Einmal programmiert, kann ein erheblicher Teil des heimischen Geräteparks, schlichte Haushaltsgeräte eingeschlossen, in Smart-Home-Konzepte integriert werden, eventuell sogar mit eigener Netzanbindung an das „Internet of Things“. Egal, ob Raumlicht, Heizung oder Sicherheit, ob von Musikbegleitung, Lichtinszenierung und Kaffeemaschinenstart begleitete Aufstehrituale oder Vortäuschung von Anwesenheit im Urlaub durch zeitweise Beleuchtung, automatische Betätigung von Rollläden oder timergesteuertes Ein- und Ausschalten des Fernsehers: Das Zeitalter der Fernbedienung war das 20. Jahrhundert, heute geht es um automatisiertes Wohnen – ein Leben mit Algorithmen und Presets.



Dr. habil. Gerd Hallenberger ist freiberuflicher Medienwissenschaftler.

Digitale Souveränität und personale Autonomie:

# HERAUSFORDERUNGEN FÜR EINE DIGITALPÄDAGOGIK

TEXT: CAJA THIMM

Die rasanten technologischen Entwicklungen im Zusammenhang mit künstlicher Intelligenz (KI), die mit ChatGPT einen globalen Durchbruch verzeichnen konnten, machen deutlich, dass ein Begriff wie „Medienkompetenz“ den Umgang mit diesen Technologien nicht mehr adäquat abbilden kann. Es soll daher nachstehend argumentiert werden, dass sich eine moderne, auf digitale (und die folgenden) Technologien ausgerichtete (Digital-)Pädagogik mit dem Konzept der „Digitalen Souveränität“ ein Feld erschließen sollte, in dem bisher die Pädagogik kaum eine Rolle spielte.

## Einleitung

Ende des Jahres 2022 kam die von OpenAI entwickelte textbasierte KI ChatGPT als Gratisversion auf den Markt und veränderte nicht nur durch die simple, weltweit verfügbare Nutzeroberfläche die digitale Welt, sondern schockte mit ihren interaktiven Fähigkeiten selbst überzeugte KI-Zweifler\*innen. Schlagartig wurde aber auch ein Thema aufgerufen, das die Medien- und Kommunikationswissenschaft schon länger beschäftigt: Was sind heutige Medien - oder besser: Was sind „zukünftige Medien“ (Ernst/Schröter 2020)? Kann man künstliche Intelligenzen wie ChatGPT oder DALL-E (die KI-Variante zur Bildgestaltung), soziale Roboter oder automatisierte Fahrzeuge, die nichts als rollende Computer sein werden, noch mit dem alten Medienbegriff erfassen? Angesichts der rasanten technologischen Entwicklung erscheint zumindest klar, dass sich die Gegenstandsbereiche so massiv verändert haben, dass man neue terminologische Perspektiven benötigt. Und so, wie man den Medienbegriff der 1980er- oder 1990er-Jahre hinterfragen muss, gilt dies konsequenterweise auch für den Begriff der „Medienkompetenz“. Daher soll nachstehend argumentiert werden, dass eine moderne, auf digitale (und die folgenden) Technologien ausgerichtete (Digital-)Pädagogik sich im Sinne von Technologiesouveränität ein neues Feld erschließen sollte, in dem bisher die Pädagogik kaum eine Rolle spielte.

## Digitale Souveränität - vielfältige Begriffsdimensionen

„Digitale Souveränität ist innerhalb der letzten Jahre zu einem der zentralen Begriffe in der Digitalpolitik geworden. Es wird zunehmend klar, dass es für verschiedene Stakeholder entscheidend ist, digital souverän entscheiden und handeln zu können. Es geht um den Staat und um Behörden, um Unternehmen und Bürger\*innen. Wir sprechen über die Souveränität von Infrastruktur, Daten, Algorithmen, Hardware, Software, Bildung - letztlich geht es um die Unabhängigkeit und Selbstbestimmtheit unserer Gesellschaft“ (GI 2020, S. 3). Mit dieser programmatischen Standortbestimmung beginnt die Gesellschaft für Informatik ihre 2020 erschienene Abhandlung zur Frage der digitalen Souveränität in der Gesellschaft. Betrachtet man die vielfältigen Debattenbeiträge zum Begriff „Digitale Souveränität“ (z.B. Wittpahl 2017), lässt sich zunächst feststellen, dass das Konzept der digitalen Souveränität in vielen Beiträgen als Leitbild für eine nachhaltige und demokratische Zukunft im digitalen Zeitalter angesehen wird (Müller u.a. 2022). Dabei gilt es, die unterschiedlichen Dimensionen von Souveränität und Selbstbestimmtheit, die sich sowohl auf die gesellschaftliche und individuelle Ebene als auch auf die Ebene von Staat und Politik, Zivilgesellschaft und Organisationen beziehen lassen, zu unterscheiden. Digitale Souveränität als Konzept wirft für alle Geltungsbereiche wichtige Fragen der Teilhabe, Transparenz und Rechenschaftspflicht auf mehreren Ebenen auf und stellt damit ein zentrales Element in Diskursen über digitale Fragen an sich dar (Couture/Toupin 2020).

In vielen aktuelleren Beiträgen wird inzwischen deutlich, dass sich die Erweiterung des Souveränitätsbegriffs auf den Bildungsbereich als eine sinnvolle Kontextualisierung verstehen lässt (Pohle/Thiel 2021). Auch eine Adaption auf die medienpädagogische Praxis erscheint ausgesprochen zielführend, wie zwei Beispiele verdeutlichen sollen. So kann z. B. Schulentwicklungsplanung unter der Prämisse digitaler Souveränität erfolgen, wie von Rau und Geritan (2021) verdeutlicht. Aber auch individuelle Handlungskompetenzen im Sinne der „tiefgreifenden Mediatisierung“ lassen sich als Aspekte digitaler Souveränität verstehen und interpretieren. So betonen Kramer u. a. (2022, S. 98) in ihren Studien zur digitalen Souveränität von Jugendlichen, dass „der souveräne Umgang mit digitalen Medien entscheidend [ist], um in einer tiefgreifend mediatisierten Welt individuelle Potentiale zu entfalten und an der Gesellschaft teilzuhaben“.

Allerdings hält sich vielerorts immer noch die hartnäckige Vorstellung von den sogenannten „digital natives“, die nur aufgrund ihres Geburtszeitraumes automatisch über profunde Digitalkenntnisse verfügen. Nichts allerdings könnte falscher und für die Debatte schädlicher sein, als der jeweils jungen Generation automatisch digitale Souveränität zuzuschreiben. Dies belegen auch die „International Computer and Information Literacy Studies“ (ICILS) zur Technikkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Diese Langzeiterhebungen zeigen u. a., wie bedeutend die Einbettung von digitaler Kompetenzvermittlung im schulischen Alltag ist. Um digitale Souveränität zu erreichen, müssen aber digitale Kompetenzen einerseits und lebensweltliche Erfahrungen andererseits zusammenkommen. Die Verfasser\*innen betonen explizit, dass die weitverbreitete Annahme, Kinder und Jugendliche würden durch das Aufwachsen in einer von neuen Technologien geprägten Welt „automatisch zu kompetenten Nutzern“, nicht zutrifft (Eickelmann u. a. 2019).

## Digitale Selbstbestimmung, Medienkompetenz und personale Autonomie

Als ein wichtiges Element zum Verständnis von Technologiesouveränität ist für den Einzelnen das Ziel der „digitalen Selbstbestimmung“ anzuführen, das sich anhand von Begriffskomponenten wie Kompetenz, Informiertheit, Verantwortung, Willensbildung und Autonomie bestimmen lässt. In ihrem Gutachten *Digitale Souveränität und Bildung* kommen die Autor\*innen zu dem Schluss, dass der, der „den Prozess der digitalen Transformation mitgestalten und im digitalen Raum selbständig und verantwortungsvoll handeln möchte, über digitale Souveränität verfügen [muss]“ (vbw 2018, S. 7). „Digitale Souveränität“ wird definiert mit Bezugnahme auf die in einer Gesellschaft lebenden Personen und die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die einen souveränen Umgang mit digitalen Medien gewährleisten (S. 12). Das Gutachten schlägt vor, den Begriff „Medienkompetenz“ als „personale Voraussetzung digitaler Souveränität“ zu verstehen und ihn als einen Baustein dem Gesamtkonzept der „Technologiesouveränität“ zuzuordnen. Medienkompetenz bezieht sich dann auf Wissen, Handlungskompetenz und Lernprozesse des Individuums im Umgang mit konventionellen als auch digitalen Medien gleichermaßen. Dabei erscheint die enge Verzahnung von sozialen mit digitalen/technologischen Kompetenzen als eine wichtige Perspektive. So spricht Stubbe (2017, S. 54) von „soziodigitaler Souveränität“. Er nimmt mit dieser Begriffsbildung eine Zielbeschreibung von Technologiesouveränität vor, die auf die gesellschaftspolitische Einbettung abzielt. Damit kann „digitale Souveränität auch als soziale Souveränität gedacht werden, die sich durch einen kompetenten und verantwortungsvollen Umgang mit Technik sowie mit ihren sozialen Auswirkungen und Chancen auszeichnet“ (S. 44). Diese Perspektivenerweiterung erscheint angesichts der vielfältigen kommunikativen, wirtschaftlichen, politischen und sozialen Bedingtheiten und Folgen von digitaler Souveränität als eine stimmige Veranschaulichung.



## Fazit

Für die Zielstellung, eine pädagogisch motivierte Konzeption für digitale Souveränität zu bestimmen, ist festzuhalten, dass der Umgang mit Medien und neuen Technologien wie der künstlichen Intelligenz nicht allein durch individuelle Fähigkeiten determiniert werden kann und sollte. Vielmehr sind es die konkreten Handlungspraxen und Handlungskompetenzen in einer durch „deep mediatisation“ gekennzeichneten Welt, die digitale gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen (Thimm 2023). Ausgegangen werden sollte für eine digitalpädagogische Perspektive von einem Konzept der digitalen Souveränität als *Leitbild für eine nachhaltige und demokratische Zukunft im digitalen Zeitalter*. Gemeint sind damit Fähigkeiten und Möglichkeiten von Individuen, ihre Rolle(n) in der digitalen Welt selbstständig, selbstbestimmt und sicher ausüben zu können. Hierzu zählt u. a. das Bewusstsein, mit digitalen Kompetenzen das eigene Leben und damit auch die eigene Biografie zu gestalten. Diese Souveränität kann, wie skizziert, auf verschiedenen Ebenen beschrieben werden. Mit dem Begriff der „soziodigitalen Souveränität“ lässt sich ein damit verbundenes Bildungsziel von den politischen und ökonomischen Deutungen der Technologiesouveränität abgrenzen.

Allen Verständnissen von Souveränität in diesem Kontext ist jedoch gemeinsam, dass sie mit einem Ziel gekoppelt sind: der Wahrung von Autonomie. Sei es auf der Ebene der personalen, politischen oder ökonomischen Autonomie: Die Infragestellung personaler Autonomie durch diverse KI-Technologien, die trotz ihrer bisher eher rudimentären Applikationsoptionen gezeigt haben, welche Autonomieverluste unter Umständen auf Menschen, Institutionen oder ganze Nationen zukommen können, sollte uns gerade in der Digitalpädagogik zu denken geben. Dass Menschen in die Lage versetzt werden, neue Technologien einschätzen zu können, ist durch die Verflechtung der Digitalisierung mit dem gesellschaftlichen Leben zu einer grundsätzlichen Frage demokratischer Teilhabe geworden. Dabei geht es darum, dass Menschen die Wirkweisen der „digitalen Logik verstehen“ (Stubbe 2017, S. 57). Fraglos erscheint dabei, dass dieses Verstehen nicht von allein entsteht, sondern dass es im Interesse eines demokratischen Gemeinwesens sein muss, diese Prozesse über Bildungsinitiativen zu fördern. Angesichts der rasanten Technologieentwicklung, die sich massiv auf alle gesellschaftlichen Sektoren auswirkt, erscheint ein demokratischer Meinungsbildungsprozess ohne digitale Souveränität in Zukunft kaum noch vorstellbar.



Dr. Caja Thimm ist Professorin für Medienwissenschaft und Intermedialität an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. Sie war Sprecherin des Graduiertenkollegs „Digitale Gesellschaft“ und ist Leiterin der Research Group „Autonomy and autonomous systems“. Sie forscht seit vielen Jahren zu Onlinemedien – hier besonders zur digitalen Demokratie, Medienethik, sozialen Netzwerken und zur Mensch-Maschine-Kommunikation.

### Literatur:

- Couture, S./Toupin, S.:** *What does the notion of „sovereignty“ mean when referring to the digital?* In: International Organisations Research Journal, 15/2020/4, S. 48-69
- Eickelmann, B./Bos, W./Labusch, A.:** *Die Studie ICILS 2018 im Überblick - Zentrale Ergebnisse und mögliche Entwicklungsperspektiven.* In: B. Eickelmann u. a. (Hrsg.): ICILS 2018 #Deutschland. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking. Münster/New York 2019, S. 7-31
- Ernst, C./Schröter, J.:** *Zukünftige Medien. Eine Einführung.* Wiesbaden 2020
- GI (Gesellschaft für Informatik):** *Schlüsselaspekte digitaler Souveränität.* Bonn/Berlin 2020. Abrufbar unter: <https://gi.de>
- Kramer, M./Müller, J./Thumel, M./Potzel, K.:** *Ich wurde auf einem Bild markiert, da war so ein Mädchen und die war nackt: Zur Notwendigkeit von visueller Kompetenz und Digitaler Souveränität.* In: MedienPädagogik, 18/2022, S. 89-117
- Müller, J./Tischer, M./Thumel, M./Petschner, P.:** *Unboxing digitale Souveränität. Ein Scoping Review zu digitaler Souveränität von Individuen.* In: Medienimpulse, 4/2022/60, 37 Seiten
- Pohle, J./Thiel, T.:** *Digitale Souveränität. Von der Karriere eines einenden und doch problematischen Konzepts.* In: C. Piallat (Hrsg.): Der Wert der Digitalisierung. Gemeinwohl in der digitalen Welt. Bielefeld 2021, S. 319-340
- Rau, F./Geritan, A.:** *Auf dem Weg zu digital souverän agierenden Schulen. Erste Erfahrungen und Erkenntnisse eines entwicklungsorientierten Modellschulprojektes.* In: MedienPädagogik, 44/2021, S. 160-184
- Stubbe, J.:** *Von digitaler zu soziodigitaler Souveränität.* In: V. Wittpahl (Hrsg.): Themenband digitale Souveränität. Bürger - Unternehmen - Staat. Heidelberg 2017, S. 43-60
- Thimm, C.:** *Medienhandlungen, Medienpraktiken und Mediengrammatik: Handlungstheoretische Überlegungen zur „deep mediatisation“.* In: P. Nehls/C. Thimm (Hrsg.): Digitale Kulturen, Digitale Praktiken: Empirische Zugänge zur tiefgreifenden Mediatisierung. Münster 2023, S. 22-48 (im Druck)
- vbw (Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V.) (Hrsg.):** *Digitale Souveränität und Bildung. Gutachten.* Münster 2018
- Wittpahl, V. (Hrsg.):** *Themenband digitale Souveränität. Bürger - Unternehmen - Staat.* Heidelberg 2017

---

# NEVER MYSELF, ALWAYS THE SAME

---

Letztes Jahr brachte Prada einen neuen Duft auf den Markt, *Paradoxe*, der schon wie Calvin Kleins *Contradiction* in den späten 1990ern mit dem offenbar nie alt werdenden Spruch „Never the same, always myself“ und einer wild tanzenden, dramatisch mit VR-Brille navigierenden, tiefseetauchenden, larger-than-life malenden, auf einem exaltierten Selbstverwirklichungstrip befindlichen Emma Watson wirbt. „Why should I be framed, boxes are always too small“, sagt die junge, schöne Multimillionärin im Werbeclip, die durch „frames“ und „small boxes“ ihr Vermögen produziert, sei es durch opulent finanzierte Filmframes, die formatierten kleinen Kästchen ihres Instagram-Werbekanals oder den Verkauf wohlkaderter Bilder ihres Gesichts und Körpers für die Vermarktung eines Produkts der Luxusfirma einer italienischen Multimilliardärin. Paradox ist das alles nicht, nur unehrlich. Gerade wenn der Kauf von Luxusgütern als notwendiges Mittel konstruiert wird, um ganz authentisch bei sich selbst und seiner Situation anzukommen. Wie soll ich zu meinem Selbst gelangen, wenn dieses Selbst erst durch einen Konzern an möglichst viele Abnehmer\*innen verkauft werden muss, die alle das gleiche Bild einer Emma Watson im Ausnahmezustand verinnerlichen? Bin ich mehr ich selbst und gleichzeitig im abwechslungsreichen Wandel, wenn ich durch Konsum von Kommoditäten dazu beitrage, den Reichtum von Milliardär\*innen zu steigern?

Wer die Gesichter der Upperclass, von Social-Media-Influencer\*innen und aufsteigenden Reality-TV-Persönlichkeiten genauer beobachtet hat, dem wird nicht entgangen sein, dass das „never the same“ vor allem in der letzten Dekade zu einem zuweilen geradezu gruseligen „ever the same“ gemorph ist und ein vermeintlich individueller Gesichtsausdruck cyborgartige Gleichförmigkeitsausmaße angenommen hat.

Für die meisten nicht an Instagram-Fish-Gape-Selfies bzw. mit dem Filter Facetune zombieartig revitalisierte Selbstvermarktungsfotos gewöhnte Augen sieht ein beträchtlicher Anteil der weiblichen und zunehmend ebenfalls männlichen Unternehmer\*innen mehr und mehr zum Verwechseln ähnlich aus: ein plastisches Gesicht wie eine Maske, schräg liegende Katzenaugen, hohe Wangenknochen, eine winzige Stupsnase, dicke, hochgebürstete Statement-Augenbrauen, absolut falten- und porenfreie latexartige Haut und ein Gesichtsausdruck, als sei man kurzsichtig und müsse die Augen zusammenkneifen, um scharf zu stellen, wobei einem die Kinnlade herunterfällt und daher der Mund leicht offen steht, oder als sei man gerade von einer Weltreise zurückgekehrt, aber habe zu viele Beruhigungsmittel genommen – alles gesehen, nichts mitbekommen.

Im Porträtfilm *Story Telling for Earthly Survival* erzählt die Biologin und Philosophin Donna Haraway von ihrem Forschungsausflug in die Geschichte der Kieferorthopädie, als sie zum ersten Mal Student\*innen der Princeton University mit schneeweißen und perfekt geraden Zähnen begegnete. Ihre Recherche über den Ursprung des scheinbar perfektionierten Biss-Modells führte sie schließlich zu antiken Statuen griechischer Götter. Der US-amerikanische Biss wird nach einem nicht real existierenden griechisch-mythologischen Okklusionsideal modelliert. Ein Biss entwickelt sich evolutiv hochgradig situativ: Je nachdem, ob täglich zähes Fleisch gerissen wird oder mit den Backenzähnen Körner gemahlen werden müssen, formen sich Zähne und ihre Anordnung im Kiefer idiosynkratisch. Dass vermögende US-Amerikaner\*innen heute seltsam gleichförmige, zu gerade angeordnete und zu weiße Zähne aufweisen, zeigt wohl einerseits im Aby Warburg'schen Sinne, wie stark wir noch vom Nachleben der griechi-

schen Antike geprägt sind, und andererseits, wie sehr wir durch Technologie längst zu Cyborgs geworden sind, denen weder ihr Gewordensein noch ihr Gesicht mehr gehört.

Haraway entwirft im *Cyborg Manifesto* aus dem Jahr 1985 ein hoffnungsvoll progressives Bild des Hybridwesens, das von ödipaler Triangulierung und der Oppression eines übermächtigen kapitalistischen Patriarchats befreit ist. Ihr Cyborg ist ein sozialistischer, nicht essenzialistischer Versuch eines genderfluiden, monströsen Mischwesens, das rigide Grenzziehungspraktiken zu verunklaren versucht und ein romantisiertes Naturbild ablehnt. Für Haraway gibt es kein Zurück zu einer vermeintlich ursprünglichen, heilen, natürlichen Welt und biologisch-eindeutigen Geschlechtlichkeit. Sie nutzt Technik und Technologie emanzipatorisch, um Herrschaft und Unterdrückung zu dekonstruieren. Haraways posthumaner Cyborg tritt für situative, partielle Wissensformen ein und Geschlechterbilder, die einander nicht phallogozentrisch dominieren, sondern egalitäre Differenz und Mehrstimmigkeit zulassen. Aus der Übernahme einer Cyborg-Identität ergeben sich unterschiedliche Effekte: die feministische Rückeroberung des unterdrückten Körpers durch das Aufbrechen der Grenze zwischen Organismus und Technologie. Oder die Akzeptanz fließender, nicht binärer und widersprüchlicher Identitäten sowie anderer Arten von Verwandtschaftsbeziehungen, die über die biologische Kernfamilie hinausgehen.

In den technohybriden Schönheitsidealen, die momentan hoch im Kurs auf Instagram oder in Reality-TV-Shows und anderen TV-Beauty-Formaten sind, in denen teilweise auch invasive OPs genutzt werden, um den Anforderungen der idealisierten Bilder zu genügen, ist leider

\*  
„Paradox  
ist das alles nicht,  
nur  
unehrlich.“  
\*

weder ein radikal sozialistischer noch emanzipatorischer, antikapitalistischer Gestus spürbar. Im Gegenteil, die liquiden oder finanzierten Cyborgs, mit denen wir es hier zu tun haben und die auf Seiten wie celebface ausgiebig anthropologisch untersucht werden können, sind Inbegriffe eines reaktionären, internalisierten Male Gaze, der weiblich gelesene Körper vor allem auf ihre primären Geschlechtsmerkmale reduziert: ein großer Po, eine kleine Taille, große Brüste, geschwollene, lüsterne Lippen, die sexuelle Verfügbarkeit suggerieren, keinerlei dermatische Spuren von gelebtem Leben. Anstatt Macht infrage zu stellen und andere Welten und Seinsweisen zu imaginieren, propagieren diese Cyborgs steten Konsum von in der Regel hochpreisigen Beautyprodukten, -behandlungen und -OPs, kurzum: Es sind systemstabilisierende, patriarchale Bilder von Weiblichkeit, die diese rückschrittlichen Cyborgs verbreiten; Bilder, die Frauen in einen paternalistischen Schönheitswettbewerb stellen, anstatt sie zur Kooperation zu befähigen, wodurch sie erst in die Lage kämen, alteingesessene Herrschaft ernsthaft kippen zu können.

Auch das gegenwärtige Diversity Washing einschlägiger TV-Formate ändert nichts am patriarchalen Diktum ihrer Grundaussagen: Du musst schön sein, verführen und brav Produkte verkaufen.

Dabei sind es unglücklicherweise oft auch Frauen, die das patriarchale Projekt perpetuieren, weil sie maßgeblich von ihm profitieren und nicht unmittelbar an seinem Umbau verdienen würden. Es würde zwar eine Mehrheit profitieren und es könnte zudem wasserbasiertes Leben in einem menschenfreundlichen Klima erhalten werden, aber das myopische Begehren der extrem Reichen gebietet es nicht, dass alle etwas haben, was sie auch für sich allein behalten können.

So progressiv, um diverser und inklusiver auszusehen durch einen Anstrich aus Blackfishing, Queerbaiting oder die Aufnahme einiger phänotypisch diverser Teilnehmer\*innen in den exklusiven Formaten, ist die Film- und Fernsehindustrie inzwischen. Aber die Klassenverhältnisse zu ändern im Sinne von Fair Pay für alle oder gar obszöne Multimillionen-Euro-Löhne von ohnehin schon extrem Reichen abzuschaffen? – Daran ist nicht zu denken mit dieser Hardcore-Minorität der Celebrity-Unternehmer\*innen, die sich verhalten wie ihr Alphetier Elon Musk, der lieber in die Kolonisation des Planeten Mars investiert, als mit seinem mittelalterlich feudalen Vermögen dazu beizutragen, unseren Planeten bewohnbar zu halten.

Die bestehende Realität ist längst und immer schon ungleich diverser und komplexer als die fabrizierten medialen Schönheits- und Subjektbilder großer Unternehmen, die in ihrer Fortschrittlichkeit konstitutiv hinterherhinken. Einer der erfolgreichsten Skinfluencer (Influencer im Bereich „Hautpflege“) in Deutschland ist beispielsweise ein queerer, türkischstämmiger, nerdiger Bio-Student mit Vollbart und Hornbrille, dem Hunderttausende junger Konsument\*innen folgen, der nebenbei in der herzlichen Manier einer gesprächigen Tante Bodyshaming und Depression thematisiert und oft zu günstigen Produkten der Eigenmarken von Drogerien rät, die der Arbeiterklasse zugänglich sind.

Die Wirklichkeit ist seit jeher divers und queer gewesen. Jeder, der den Körper und die Hände einer arbeitenden Landwirt\*in gesehen hat, weiß, dass klischierte Bilder von Geschlechterstereotypen völlig an der Realität arbeitender Frauen vorbeigehen, die uneindeutig und in vielerlei Hinsicht „queer“ sind, auch wenn ihre Sprache nicht immer das de facto gelebte avancierte Geschlechterbild zeitgemäß zu beschreiben vermag. Wer zurück-

blickt und die Bilder eines nicht sexualisierten nackten Körpers einer kurzhaarigen promovierten Physikerin am Badensee in der DDR anschaut, findet teilweise fortschrittlichere, freiere Körperbilder als die Bilder, die heutzutage von jungen Frauen im TV produziert werden, die in antiquiertem, rückschädigendem Schuhwerk wie in den heteronormativen 1950ern herumstöckeln und sich – anstatt in ihr Wissen zu investieren – im sinnentleerten Konsum und der Arbeit an ihrem fremdbestimmten Bild verausgaben.

Man denke an Gestalten wie Divine, Mabel Hampton, Annemarie Schwarzenbach und gehe weiter zurück bis zu Sappho und darüber hinaus. Es hat im 7. Jahrhundert v. Chr. progressivere Geschlechterrollen gegeben, als sie heute unter dem Hashtag der Diversität und sexuellen Vielfalt als Novitäten serviert werden.

Auch die eigentlichen Leben der Reality-TV-Frauen\*, die im Subtext ihrer Repräsentation als flache Abbilder konventioneller Schönheitsideale ohne eigenen wirklichen Subjektstatus gehandelt werden, sind natürlich weitaus komplexer und vielschichtiger als ihre reduzierte Darstellung. In der klassischen Showdramaturgie werden die Teilnehmerinnen misogynerweise meist als „blöd“, „bitchy“ oder aber „brav“ im Sinne von „unbedarft“ und „prüde“ charakterisiert, sodass Dynamik durch geschlechterstereotype „Stutenbissigkeit“ und „Zickenkriege“ konstruiert werden kann. Dass sich hier denkende, überlebende, arbeitende, ausgebeutete, prekär lebende, kämpfende, verletzte, vulnerable, teilweise auch psychisch erkrankte, unter Umständen sogar suizidale und noch sehr junge Menschen ausliefern, die keine Kontrolle über ihr Fremdbild haben, nicht einschätzen können, welche medialen Folgen wie Cybermobbing, Hassrede, Stalking etc. ihre Partizipation auslösen kann, ist fragwürdig, wenn keine Verantwortung für einen

eintretenden, medial-misogynen Shitstorm übernommen wird und den Betroffenen kein Mittel zur Rehabilitierung ihres Selbstbildes zur Verfügung steht. Das Übergewicht eines fremdbestimmten Bildes, das mit der Selbstwahrnehmung nicht vereinbar scheint, kann schwere psychische Störungen und tiefe Krisen auslösen. Sicher, es gibt kein stabiles ursprüngliches Selbst, das zu finden wäre. Ein Selbstbild ist immer schon zutiefst verworren, durchmischt, von anderen und anderem abhängig. Aber ein Selbst muss nicht von einem es reduzierenden, als minderwertig behandelnden zynischen Blick bestimmt sein, ein Selbst kann zur progressiven Selbstgestaltung durch Kultur, Wissen, Kooperation oder emanzipatorisches Fernsehen wie die Kindersendung *Wissen macht Ah!* (von 2001-2017 von der ehemaligen Profifußballerin, Autorin und Musikerin Shary Reeves moderiert) ermächtigt werden.

Die Wahrnehmung einer komplexen, vielfältigen, widersprüchlichen und veränderbaren Welt wird durch die oppressive Macht von reduktionistischen Selbst- und Schönheitsbildern auf eine Weise eng geführt, dass proto-narzisstische Selbstdarstellung (ob im nächsten Post oder TikTok-Video) weltbestimmend zu sein scheint, als ginge es um nichts anderes im Leben. Während dieser wertvollen Zeit, die zur medialen Selbstdarstellung aufgewendet wird, wird die Welt tatsächlich bestimmt, nur nicht von wissentlich oder unwissentlich unterdrückten, künstlich minimierten Content-Lieferant\*innen, die das Geschäft der (im Jahr 2021) in Deutschland 81 % männlich besetzten Führungspositionen ermöglichen.

Bei genauerem Blick sind diese mehrheitlich männlichen Chefs und Unternehmer genau das, was Marx 1867 als „vampirische“ „Ungeheuer“ bezeichnete, die sich durch die Kraft von Arbeiter\*innen beleben und ewig leben wollen. Der Unternehmer

\*

*„Die Wirklichkeit ist seit jeher divers und queer gewesen.“*

\*

und Milliardär Christian Angermayer, der zwar erst 44 Jahre alt ist, aber schon jetzt aussieht wie ein Untoter, investiert mit seinen Start-ups zum einen - wie prophetisch von Marx vorhergesehen - in die Überwindung des Todes, nach ihm ist Altern „heilbar“, und zum anderen in die Therapie von Psychopathologien mit psychotropen Drogen. Warum sollte ein extrem Reicher auch etwas an der toxischen Situation vieler psychisch Erkrankter ändern - wie beispielsweise guten Wohnraum zu schaffen, schöne Arbeitsbedingungen, schöne Löhne, Zugang zu guter Ernährung und Erholung -, wenn er auch Magic Mushrooms verkaufen kann? Oder gleich ganz neue Krankheiten als Absatzmärkte erfinden kann wie das Altern?

Gegen die durchgeknallten, vampirischen, nicht sterben wollenden ultrareichen Ungeheuer und ihre pathologischen Bilder von Schönheit, die als Kommoditäten verkauft werden, um ihr Privatvermögen stets weiter zu steigern, ist glücklicherweise ein Kraut gewachsen: Widerstand in all seinen Ausdrucksformen. Prada zeigt auf Emma Watsons YouTube-Kanal, wie 46 % Plastik, 29 % Glas, 67 % Metall und 39 % Pappe gespart werden können, wenn man sich gleich die Refill-Flasche zum *Paradoxe*-Parfum dazukauf. Der erste Kommentar unter dem Video: „Und wenn Du es nicht kaufst, sparst du 100 % aller Materialien.“

Wie gesagt, die Wirklichkeit ist immer ihrer Zeit voraus.



Jana Papenbrock ist freie Autorin und Filmmacherin. Sie studierte Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften.

# Politik+Recht

Der Digital Services Act (DSA) ist da.

# Und nun?

TEXT: MARK D. COLE

---

Zum aktuellen Stand  
aus der Perspektive des  
Mediensektors

Nach einem - gemessen an Umfang und Bedeutung des Rechtsaktes - kurzen Legislativverfahren von knapp zwei Jahren wurde der finale Text der Verordnung (EU) 2022/2065 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, das sogenannte Gesetz über digitale Dienste oder besser bekannt als der DSA - Digital Services Act, am 27. Oktober 2022 im Amtsblatt der EU veröffentlicht. Mit Veröffentlichung und Inkrafttreten nach weiteren 20 Tagen ist der DSA in der Realität angekommen, auch wenn es bis zu seiner vollständigen Anwendung noch eine Weile hin ist. Mit ihm kommt eine neue digitale Grundordnung mit bedeutsamen Regeln für die sogenannten Vermittlungsdienste, die aus Perspektive des audiovisuellen Sektors, ob durch den Blickwinkel von Anbietern oder Zuschauern, von besonderer Relevanz sind, weil es um die Verbreitung von Inhalten in der Onlineumgebung geht.

## Die Pflichtenkataloge

Die entscheidende Änderung, die den DSA zum vorerst wichtigsten Baustein einer digitalen Grundordnung macht, ist die Einführung von Sorgfaltspflichten, die die Anbieter von Vermittlungsdiensten unabhängig von der grundsätzlichen Haftungsprivilegierung und zusätzlich zur Frage der national zu regelnden Haftung zu beachten haben. Der DSA verfolgt dabei einen abgestuften Verantwortungs- und Verpflichtungsansatz, der sich nach Art und Bedeutung des Vermittlungsdienstes richtet.

Auf der *ersten Ebene* gibt es Grundregeln, die von allen Vermittlungsdiensten (Access-, Caching- und Hosting-Diensten) eingehalten werden müssen, die ihre Angebote in der EU verbreiten. Dazu gehören die Pflicht zur Einrichtung von Kontaktstellen für Nutzer und Behörden sowie Transparenzpflichten zum Umgang mit illegalen Inhalten sowohl in Form von jährlichen Transparenzberichtspflichten, wie man sie in Deutschland aus dem Network Enforcement Act (NetzDG) kennt, als auch innerhalb von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, für die besondere Anforderungen gelten (wie die Verständlichkeit auch für Minderjährige, wenn sich Dienste an diese Altersgruppe richten).

Auf der *nächsten Ebene* müssen über diese Regeln hinaus Hosting-Dienste (solche, die von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in dessen Auftrag speichern) weiter gehende Anforderungen erfüllen. So müssen sie etwa ein Verfahren bereitstellen, über das Nutzer illegale Inhalte melden können und mit dem den Meldungen abgeholfen wird. Sie müssen ihre Entscheidung über die Art der Abhilfe begründen und zudem strafrechtsrelevante Inhalte direkt den zuständigen nationalen Behörden zur Kenntnis bringen.

Einer *weiteren Ebene* zusätzlicher Anforderungen müssen Online-Plattformen (solche Hosting-Dienste, die nicht nur die von einem Nutzer bereitgestellten Informationen in dessen Auftrag speichern, sondern diese auch veröffentlichen und verbreiten, wie z. B. soziale Netzwerke oder Video-Sharing-Plattformen) entsprechen: Einrichtung interner Beschwerdemanagementsysteme und außergerichtlicher Streitbeilegung, Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Hinweisgebern, deren Meldungen über rechtswidrige Inhalte bei der Abhilfe priorisiert zu behandeln sind, Ergreifen von Maßnahmen zum Schutz vor missbräuchlicher Verwendung von Meldesystemen, Gewährleistung von Transparenz von Onlinewerbung und Empfehlungssystemen, Verzicht auf den Einsatz sogenannter „Dark Patterns“ und gesteigerte Transparenzberichtspflichten (die Informationen müssen genauer sein und in geringeren Zeitabständen vorgelegt werden). Im späten Legislativprozess bei den Kompromissverhandlungen zwischen Rat und Parlament ist eine gesonderte und bemerkenswerte Bestimmung zum Onlineschutz Minderjähriger hinzugekommen: Online-Plattformen, die für Minderjährige zugänglich sind, müssen geeignete und verhältnismäßige Maßnahmen ergreifen, um für ein hohes Maß an Privatsphäre, Sicherheit und Schutz von Minderjährigen innerhalb ihres Dienstes zu sorgen. Haben sie hinreichende Gewissheit, dass ein konkreter Nutzer minderjährig ist, dürfen sie diesem gegenüber kein Werbef profiling betreiben. Für Fernabsatzplattformen wie insbesondere Onlinemarktplätze gibt es wiederum Sonderpflichten in einem gesonderten Abschnitt, die Verbraucherschutzrechtliche Aspekte aufgreifen.

Auf der *vierten und letzten Ebene* kommen die umfassendsten Sorgfaltspflichten zum Einsatz: Diese gelten „nur“ – aber eben gerade – für sehr große Online-Plattformen (die „VLOPs“ nach dem englischen Begriff der „very large online platforms“) und teilweise für sehr große Online-Suchmaschinen (die „VLOSEs“ nach dem englischen Begriff der „very large online search engines“). Das sind solche Akteure, die eine Reichweite von 45 Mio. „aktiven Nutzern“ in der EU haben. Ansatzpunkt war dabei die Richtgröße von 10 % der aktuellen EU-Bevölkerung. Solche Anbieter sind aufgrund der mitzuteilenden Nutzerzahlen von der Kommission in einem förmlichen Verfahren als VLOPs und VLOSEs zu benennen, damit dann die Regeln auf sie Anwendung finden. Sie haben Risikobewertungs- und Risikominde-rungspflichten, was „systemische Risiken“ bei ihren Angeboten betrifft, also etwa illegale Inhalte, Grundrechtsgefährdungen oder die Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigende Inhalte. Sie unterliegen einem Krisenreaktionsmechanismus bei schwerwiegenden Bedrohungen, müssen Zugang und Kontrolle über Daten unter bestimmten Bedingungen Dritten einräumen, unterliegen nochmals strengeren Pflichten im Zusammenhang mit Werbung und Empfehlungssystemen sowie Transparenzberichtspflichten im Vergleich zu „kleineren“ Anbietern, und sie müssen sich schließlich an den Kosten für die Aufsicht über die Kategorie der sehr großen Anbieter durch eine an die Kommission zu entrichtende Aufsichtsgebühr beteiligen.

## Die Durchsetzung der neuen Regeln

Der DSA stellt aber nicht nur die genannten Pflichten im materiellen Regelungsteil auf, sondern schafft auch institutionelle Strukturen, die gewährleisten sollen, dass die Regeln auch eingehalten werden und ihre Kontrolle sichergestellt ist. Zu diesem Zweck sollen die Mitgliedstaaten einer oder mehreren Behörden die Zuständigkeit für die Überwachung zuteilen und diesen ausreichende Überwachungs- und Rechtsdurchsetzungsbefugnisse einräumen. Eine dieser – existierenden oder neu zu schaffenden – Behörden muss als Koordinator für digitale Dienste (KDD oder nach der englischen Sprachfassung Digital Services Coordinator [DSC]) benannt werden, der eine entscheidende Rolle bei der Koordinierung der Aufsicht sowohl auf nationaler Ebene (wenn es mehrere zuständige Behörden gibt) als auch auf EU-Ebene (im Europäischen Gremium für digitale Dienste und in der Kooperation mit Koordinatoren aus anderen Mitgliedstaaten sowie der Kommission) einnehmen wird. Die Überwachung und Rechtsdurchsetzung des DSA erfolgt maßgeblich durch diese nationale(n) Behörde(n) – und zwar aufgrund der Zuständigkeitsverteilung durch die Behörde des Mitgliedstaates, in dem der zu beaufsichtigende Anbieter seine Hauptniederlassung hat

oder – im Falle von Nicht-EU-Anbietern – in dem er einen gesetzlichen Vertreter benannt hat. Für nicht-EU-ausländische Angebote, die keinen gesetzlichen Vertreter in der EU haben, sind alle Mitgliedstaaten zuständig. Diese Zuständigkeitsverteilung zwischen den Mitgliedstaaten gilt jedoch nicht für VLOPs und VLOSEs: Für deren Beaufsichtigung ist ausschließlich die Kommission zuständig, soweit es um die Pflichten geht, die nur VLOPs und VLOSEs treffen (also auf der eben dargestellten „vierten Ebene“). Was die übrigen Pflichtenkataloge betrifft (auf den „Ebenen 1-3“), teilen sich Kommission und Mitgliedstaaten die Zuständigkeit, wobei die Kommission auch hierfür die Aufsichtsaktivität jederzeit an sich ziehen kann.

### Der Pflichtenkatalog aus Perspektive von Medienanbietern

Medienanbieter selbst sind regelmäßig nicht die Adressaten der Pflichten aus dem DSA, geht es doch bei ihren Angeboten gerade darum, dass sie eigene Inhalte verbreiten, für die sie ohnehin verantwortlich sind, und nicht Nutzerinhalte für diese speichern oder öffentlich zugänglich machen. Sie sind Medienschaffende und keine Vermittlungsdienste (etwas anderes kann sich ergeben für entsprechend ausgerichtete Onlineangebote, die verschiedene Community-Funktionen oder Kommentarbereiche nicht lediglich als Nebenfunktion mit dem Inhalteangebot verbinden, vgl. dazu Erwägungsgrund 13). Allerdings sind die Regeln von grundsätzlicher Bedeutung für die Medienanbieter, da diese mit den Vermittlungsdiensten im Wettbewerb um das gleiche Publikum und die gleichen Werbetreibenden stehen. Sie haben also ein Interesse daran, dass sich auch Vermittler von (eben auch) Informationen an bestimmte Regeln halten müssen, die zumindest im Ansatz denen vergleichbar sind, die nach dem nationalen Medienrecht auf sie anwendbar sind, ob in Umsetzung der AVMD-Richtlinie oder nicht. Das betrifft etwa Kennzeichnungspflichten für Werbung oder den Schutz Minderjähriger. Sie haben vor allem ein Interesse daran, dass diese Regeln auch entsprechend durchgesetzt werden.

Noch wichtiger aber ist der Aspekt, dass Inhalte von Medienanbietern über solche Vermittlungsdienste verbreitet werden – ob von den Medienanbietern selbst veranlasst oder durch andere Nutzer der Dienste. Aufgrund der zentralen Rolle der Vermittlungsdienste zwischen den Produzenten des Medieninhalts und den Empfängern ist eine stärkere Einhegung der Dienste in ein Regelungsgeflecht aus Sicht der Medienanbieter elementar. Einerseits geht es darum, dass die illegale Verbreitung ihrer Inhalte verhindert wird, etwa wenn dies urheberrechtswidrig erfolgt. In Ergänzung des Regelungsrahmens durch die – ebenfalls noch neue – Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt,

die für eine bestimmte Kategorie von Anbietern bestimmte Pflichten und Verantwortlichkeiten in diesem Zusammenhang 2019 eingeführt hat, setzt der DSA mit Melde- und Abhilfemechanismen für „illegale Inhalte“ (in der finalen Terminologie des DSA: rechtswidrige Inhalte) an, die auch von Medienanbietern in Anspruch genommen werden können. Rechtswidrig in diesem Sinne kann auch ein urheberrechtswidriger oder ein Datenschutzrechte verletzender Inhalt sein. Um das Meldeverfahren praktisch handhabbarer zu machen, gibt es eine ergänzende Regelung zu vertrauenswürdigen Hinweisgebern, deren Meldungen von den Vermittlungsdiensten vorrangig und unverzüglich behandelt werden sollen. Solche „trusted flaggers“ sind Stellen, die eine besondere Sachkenntnis und Kompetenz in Bezug auf die Erkennung, Feststellung und Meldung rechtswidriger Inhalte aufweisen und unabhängig von Anbietern von Online-Plattformen sind. Sie erhalten auf einen entsprechenden Antrag und eine Prüfung hin von den Koordinatoren für digitale Dienste einen solchen Status zuerkannt. Während von Mediendiensteanbietern im Legislativverfahren die Befürchtung geäußert wurde, dass dadurch bestehende Mechanismen und Vereinbarungen mit den Plattformanbietern etwa im urheberrechtlichen Bereich verdrängt werden könnten (vgl. dazu *Cole*, Overview of the impact of the proposed EU Digital Services Act Package on broadcasting in Europe), lässt sich von dem Hinweisgebermechanismus nach Anpassung des vorgeschlagenen Wortlautes in der finalen Fassung auch anbieterseitig unter dem DSA bei Schaffung entsprechender Strukturen profitieren. Andererseits kann es den Medienanbietern im Hinblick auf den Umgang mit vermeintlich rechtswidrigen Inhalten in umgekehrter Richtung darum gehen, dass ihre über die Vermittlungsdienste verbreiteten Inhalte nicht ungerechtfertigt von den Anbietern beeinträchtigt, also etwa gesperrt oder gelöscht werden. Hier wiederum setzen die Regelungen zur Transparenz der Inhaltmoderation an, wozu Regelungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen – Grundrechte wie das „Recht auf freie Meinungsäußerung, die Freiheit und de[r] Pluralismus der Medien“ sind dabei ausdrücklich zu wahren –, Transparenzberichtsspflichten und Begründungspflichten gehören. Dass diese Sicherungen als unzureichend gewertet werden, ist auch daran erkennbar, dass die – manchmal in anderer Bedeutung als im nationalen (Datenschutz-) Recht als „Medienprivileg“ bezeichnete – Verfahrensgarantie beim Umgang mit Medieninhalten im jüngst vorgelegten Vorschlag für ein Europäisches Medienfreiheitsgesetz (European Media Freedom Act [EMFA]) wieder aufgetaucht ist.



## Zeitliche Aspekte: schon da, aber noch nicht ganz

Dass der DSA nun „da“ ist, ist allerdings nur halb zutreffend. Das gilt zunächst in zeitlicher Hinsicht. Zwar ist er am 16. November 2022 in Kraft getreten, aber seine Regelungen finden noch nicht in der Gänze Anwendung. Bislang, seit dem Tag des Inkrafttretens, gelten lediglich diejenigen Pflichten, die vorwiegend im Kontext der Regeln für VLOPs und VLOSEs stehen: Online-Plattformen und Online-Suchmaschinen mussten bis zum 17. Februar 2023 ihre aktiven Nutzerzahlen veröffentlichen, um ermitteln zu können, wer in die Kategorie der sehr großen Anbieter fällt. Viele Anbieter sind dem nachgekommen, viele aber auch nicht. Das lässt aber bereits einen ersten Blick darauf zu, wer nach eigenen Angaben die VLOP- und VLOSE-Schwellenwerte erreicht: Google (Search) und Bing, Facebook, YouTube, Instagram, Amazon, Twitter, Pinterest, Snapchat, Booking, AliExpress, LinkedIn, TikTok, Wikipedia, Google Shopping und Google Maps sowie die App-Stores von Google und Apple (vgl. *Husovec*, *The DSA's Scope Briefly Explained*). Da auch die Regeln zum Benennungsverfahren bereits seit November gelten, wird die Kommission wohl alsbald auf dieser Basis eine formale Benennung vornehmen. Vier Monate danach müssen die VLOPs und VLOSEs die Regeln des DSA vor allen anderen Anbietern bereits einhalten. Auch Durchsetzungsbefugnisse der Kommission gelten bereits jetzt. Im Übrigen finden die Regeln erst ab dem 17. Februar 2024 Anwendung, um den Anbietern eine Übergangszeit zu gewähren, in der sie ihre Rechtskonformität vorbereiten können (und müssen).

## „What next?“

Es ist noch viel zu tun und zu klären. Für Medienanbieter sowie deren Rezipienten hängt insbesondere viel davon ab, wie die Bestellung der Koordinatoren für digitale Dienste – auch im Blick auf deren Rolle für die vertrauenswürdigen Hinweisgeber – erfolgt. Auch ist es wichtig, dass sie sich über ihre Regulierungseinrichtungen – in Deutschland die Landesmedienanstalten – Gehör in der Koordinierung sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene verschaffen können. Es gilt, bestehende und funktionierende medienrechtliche Strukturen nicht mit der Horizontalwirkung des DSA zu beschädigen.

Nicht zu vergessen ist dabei, dass der DSA auch noch einen „Sister Act“, den Digital Markets Act (DMA; Gesetz über digitale Märkte, GDM) hat, der ebenfalls in der Festschreibung von Ge- und Verboten für die sogenannten „Gatekeeper“ und deren zentralen Plattformdienste für die Medienanbieter potenziell erhebliche Wirkung entfalten kann. Ob diese beiden zusammen eine klingende Gesamtmelodie vortragen, wird sich in

Zukunft zeigen müssen. Und schon wird die Notwendigkeit einer weiteren Komposition von der Kommission gesehen, nicht zuletzt um offengebliebene Fragen der Auswirkung der Plattformregulierung auf den Medien-sektor (besser) zu beantworten: der bereits genannte EMFA, der 2023 die gesetzgeberische Aktivität auf Unionsebene bestimmt. Dieser ist jedoch ein neues Werk und steht im Gegensatz zum DSA noch am Anfang des Entstehungsprozesses, sodass darüber und über seine möglichen Dissonanzen, etwa über die Frage der Zuständigkeit zwischen Mitgliedstaaten und EU (*Ory*, *ZRP* 2023, 23), erst in Zukunft zu berichten ist (für eine erste Bewertung *Cole/Etteldorf*, *Future Regulation of Cross-Border Audiovisual Content Dissemination*).

### Literatur:

*Cole*, Overview of the impact of the proposed EU Digital Services Act Package on broadcasting in Europe, 2021. Abrufbar unter: <https://emr-sb.de>  
*Cole/Etteldorf*, Future Regulation of Cross-Border Audiovisual Content Dissemination, A critical analysis of the current regulatory framework for law enforcement under the EU Audiovisual Media Services Directive and the Proposal for a European Media Freedom Act, in: Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW, 2023 (erscheint in Kürze; Zusammenfassung bereits abrufbar unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de>)  
*Husovec*, The DSA's Scope Briefly Explained, 2023. Abrufbar unter: <https://husovec.eu>  
*Ory*, Medienfreiheit – Der Entwurf eines European Media Freedom Act, in: *ZRP* 2023, 23

Eine Langfassung des Beitrags ist abrufbar unter: <https://mediendiskurs.online>.



Dr. Mark D. Cole ist Professor für Medien- und Telekommunikationsrecht an der Universität Luxemburg (seit 2007) und Wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR) in Saarbrücken (seit 2014).

---

# REZENSION

---

**Christian-Henner Hentsch/Felix Falk (Hrsg.):**

*Games und Recht. Games-Entwicklung / Publishing / Vertrieb / Plattformen / Marketing. Praxishandbuch.*  
Baden-Baden 2023: Nomos. 562 Seiten, 99,00 Euro

**Games und Recht**

Das umfangreiche Praxishandbuch liefert ein praxisorientiertes Kompendium zum wachsenden Wirtschaftsbereich der Games. Die 31 Kapitel sind chronologisch am Verwertungszyklus von Computerspielen orientiert. Die Ausführungen von erfahrenen PraktikerInnen und JuristInnen beziehen sich auf die Games-Entwicklung, sodann das Publishing und den Vertrieb und schließlich das Marketing. Dabei werden auch Besonderheiten von Spieleplattformen und anderen Verwertungs- und Verbreitungsformen einschließlich Konsolen berücksichtigt.

Das Werk nimmt in den einzelnen Kapiteln nicht nur rechtliche Fragestellungen in den Blick, sondern stellt u. a. auch Möglichkeiten der Finanzierung und Förderung im Rahmen der Games-Entwicklung dar. Ebenso erhalten die LeserInnen Einblicke in die Games-Branche, etwa im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Bedeutung, das weitere Entwicklungspotenzial und die vielgestaltige Phänomenologie von Spielangeboten, aber auch in Bezug auf steuerliche Aspekte beim Vertrieb. Auch kommunikationsstrategische Perspektiven im Rahmen einer modernen Ausrichtung des Games-Marketings werden in einem eigenen Kapitel (§ 27) von *Liewer* dargestellt.

Einen zentralen Schwerpunkt bilden freilich die Rechtsausführungen, welche sich den vielfältigen und z. T. komplexen Fragestellungen aus zahlreichen juristischen Teildisziplinen in einem nachvollziehbar differenzierten Aufbau widmen. Neben dem Arbeitsrecht, dem Urheberrecht, dem Kaufrecht, dem Kartellrecht sowie allgemeinen wettbewerbs- und medienrechtlichen Fragestellungen stehen in mehreren Kapiteln auch Motive des Jugendschutzrechts im Mittelpunkt. Grundlegend ist hierbei im dritten Teil (Publishing) die Darstellung des gesetzlichen Jugendmedienschutzes in § 15 (*Secker/von Petersdorff*), welche sowohl der Detailtiefe und Komplexität des Rechtsgebiets als auch dem notwendigen Anspruch einer praxisorientierten, konsolidierten Darstellung gerecht wird.

Auch die Spruchpraxis zur Alterskennzeichnung, wie sie im anschließenden Kapitel von *Lober* kenntnisreich und umfassend dargestellt wird, ist auch über die Games-Branche hinaus gewinnbringend für alle im Jugendschutz tätigen Personen. Im Rahmen des Kapitels über Plattformen erfährt der Bereich des technischen

Jugendmedienschutzes in § 25 durch *Hilgert* ebenfalls eine sehr umfassende, den zahlreichen schwierigen Fragestellungen rund um die Anforderungen an Altersverifikationssysteme sowie an technische Mittel gerecht werdende Bearbeitung.

Wer beruflich mit der Entwicklung und dem Vertrieb von Computerspielen befasst ist oder auch aufseiten der Regulierung oder im Rahmen der Rechtsberatung tätig ist, wird an diesem grundlegenden Werk zu „Games und Recht“ nicht vorbeikommen. Die praxisorientierte und zugleich rechtlich fundierte Darstellung hat im Schrifttum bislang wenig Vorbilder und kann daher schon jetzt als Standardwerk für Computerspiele im Rechts- und Wirtschaftsbereich angesehen werden. Dem Praxishandbuch ist weite Verbreitung zu wünschen.

Marc Liesching

---

# Praktischer Journalismus

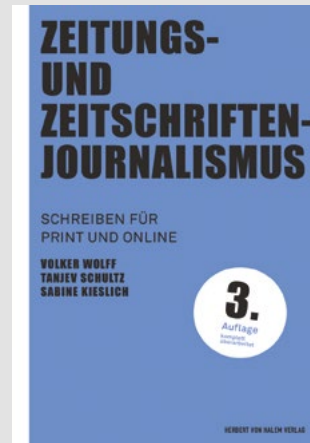


Stephan Russ-Mohl / Tanjev Schultz

## Journalismus. Das Lehr- und Handbuch

*Praktischer Journalismus*, 110  
2023, 4. Auflage, 360 S., Broschur m. Klappe,  
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-544-7 | 34,00 EUR  
ISBN (PDF) 978-3-86962-548-5 | 28,99 EUR  
ISBN (ePub) 978-3-86962-541-6 | 28,99 EUR



Volker Wolff / Tanjev Schultz / Sabine Kieslich

## Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. Schreiben für Print und Online

*Praktischer Journalismus*, 67  
2021, 3., vollständig überarbeitete Auflage, 392 S.,  
Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2053-9 | 34,00 EUR  
ISBN (PDF) 978-3-7445-2054-6 | 28,99 EUR



Stefan Wachtel / Antje Keil / Clemens Nicol

## Sprechen und Moderieren. In Radio, Fernsehen und Social Media

*Praktischer Journalismus*, 23  
2022, 7., komplett überarbeitete Auflage, 288 S.,  
38 Abb., Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2007-2 | 29,50 EUR  
ISBN (PDF) 978-3-7445-2008-9 | 25,99 EUR



Marie Lampert / Rolf Wespe

## Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte?

*Praktischer Journalismus*, 89  
2021, 5., überarbeitete Auflage, 296 S., 52 Abb.,  
8 Tab., Broschur mit Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2016-4 | 29,50 EUR  
ISBN (PDF) 978-3-7445-2017-1 | 24,99 EUR



1.



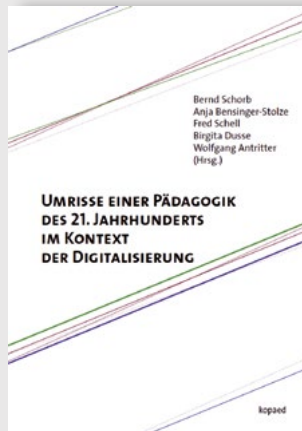
2.



3.



4.



5.



6.



7.

**Frauke Gerlach/Christiane Eilders (Hrsg.):**

*#meinfernsehen2021. Bürgerbeteiligung: Wahrnehmungen, Erwartungen und Vorschläge zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medienangebote.*

Baden-Baden 2022: Nomos. 335 Seiten, 34,00 Euro

### **Bürgerbeteiligung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk**

Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist seit einigen Jahren Thema von (Medien-)Politiker:innen, Journalist:innen und Fachleuten aus der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Bürger:innen werden eher selten zu ihren Vorstellungen und Wünschen befragt. Offenbar hat die Coronapandemie dabei geholfen, dies nun zu ändern. So fand der ARD-Zukunftsdialog ebenso statt wie die NDR-Dialogwoche, und es fand sich ein Konsortium aus der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), dem Grimme-Institut und dem Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie (DIID) an der Heinrich-Heine-Universität zusammen, um die Partizipationsplattform #meinfernsehen2021 zu initiieren und auszuwerten. Die Ergebnisse werden, ergänzt durch einige Fachbeiträge, im vorliegenden Buch vorgestellt.

Von den 637 Personen, die sich an der Diskussion beteiligten, wurden 9.793 Bewertungen durch Likes oder Dislikes abgegeben, sie hinterließen 3.924 Kommentare und formulierten 107 Vorschläge für Veränderungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (vgl. S. 31). Die Personen waren mehrheitlich Männer, älter und hatten eine formal höhere Bildung. Das führt zwangsläufig zu einer Verzerrung der Ergebnisse, die einerseits als nicht repräsentativ für die Bevölkerung gesehen werden können und andererseits in ihren kulturellen Mustern von Bewertung und Distinktion gefangen bleiben, wie Gerd Hallenberger in seinem Beitrag zum Wert der Unterhaltung sehr schön verdeutlicht. So müssen auch die vielen Vorschläge zur Verbesserung der Programme mit Vorsicht betrachtet werden, denn neben sozialer Erwünschtheit in den Antworten muss man auch von selektiver Wahrnehmung der Teilnehmenden ausgehen. Vieles, was nach Meinung der Teilnehmer:innen angeblich nicht im öffentlich-rechtlichen Fernsehen vorkommt, findet sich sehr wohl in den Programmen, läuft aber offenbar unter dem Radar der Befragten.

Ein sicher wichtiger Befund, der sich aus den Diskussionen auf der Plattform ergibt, ist, dass es bei den Teilnehmenden offensichtlich große Wissenslücken zu den gesetzlichen und strukturellen Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gibt. So lassen sich allein aufgrund der gesetzlichen Regelungen einige Vorschläge der Befragten nicht realisieren, wie Anna Soßdorf und Viviana Warnken sehr anschaulich in ihrem

Beitrag zur Rolle der Medienbildung zeigen (vgl. S. 151 ff.). So sehen auch einige Befragte Unterhaltung nicht als Teil des Programmauftrags. Überhaupt kommt Unterhaltung schlecht weg. Soßdorf und Warnken stellen dazu fest: „Es ist also zu differenzieren zwischen Personen, die nicht um den Unterhaltungsauftrag wissen, und Teilnehmer:innen, denen die Unterhaltungsfunktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zwar bewusst ist, die diese jedoch nicht mehr für zeitgemäß halten“ (S. 149).

Eine wichtige Frage im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist die nach den jungen Zuschauenden. Da nicht viele Jugendliche auf der Plattform aktiv waren, wurden zusätzlich vom SINUS-Institut 19 Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren befragt. Die zentralen Fragen orientierten sich an den Themen aus den Beteiligungsrunden der Plattform #meinfernsehen2021. Dabei wurden auch sogenannte bildungsferne Jugendliche berücksichtigt. Die Affinität zum klassischen, linearen Fernsehen ist gering, dennoch „möchte es niemand ‚abschaffen‘“ (S. 187). Denn es ist als gemeinsame Aktivität mit Familie und Freunden wichtig. Allerdings bevorzugen sie einen Onlinezugang zu den Inhalten, auch wenn sie die Mediatheken kaum nutzen. Für die Jugendlichen, die mit einer Vielfalt an klassischen Massenmedien, sozialen Medien und Streamingdiensten aufwachsen, gehört Medienkonvergenz gewissermaßen zum Alltag. Aus diesem Alltag heraus entwickeln sie dann auch ihre Vorstellungen vom Fernsehen der Zukunft: „Jugendliche sind der Meinung, dass sich das Fernsehen stärker an seinen Zuschauer:innen ausrichten muss. Idealerweise werden die Zuschauer:innen nicht als Rezipient:innen begriffen, sondern als Community, die mit den Redaktionen/Fernsehmacher:innen im regelmäßigen Austausch steht“ (S. 194). Informativ und instruktiv sind die Fachbeiträge von Frauke Gerlach zum Wandel von Gesellschaft und Öffentlichkeit, von Karl-Nikolaus Peifer zu den gesetzlichen Grundlagen der Rundfunkfinanzierung, von Christoph Bieber zur Aufgabe der Rundfunkräte, sich stärker mit Innovationen und dem (digitalen) Wandel zu befassen, und die Überlegungen von Christoph Neuberger zur Plattformisierung der Medien und der möglichen Entwicklung öffentlich-rechtlicher Plattformen, für die dann auch eine Neukonzeption des Auftrags notwendig wäre. Hierfür definiert Neuberger acht Aufgabenbereiche (vgl. S. 105 f.).

Insgesamt wird in dem Buch deutlich, welche Mängel die Teilnehmenden der Plattform #meinfernsehen2021 beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehen. Ein wichtiger Kritikpunkt ist die mangelnde Transparenz, sowohl in der Programmgestaltung als auch bei den Aufsichtsgremien. Zugleich werden die Vor- und Nachteile derartiger Beteiligungsverfahren deutlich. Es werden zahlreiche Kritikpunkte formuliert, die aber

mit Vorsicht zu genießen sind – nicht nur aufgrund der bereits erwähnten Wissenslücken, sondern auch, weil es im „Spannungsfeld zwischen Selbstinteresse und Gemeinwohlorientierung“, das Habermas für politische Entscheidungen der Bürger:innen in der Demokratie als wichtig erachtet, wie Frauke Gerlach in ihrem Beitrag hervorhebt (S. 41), bei #meinfernsehen2021 anscheinend doch eher in Richtung Selbstinteresse zu gehen scheint. Das mag auch an der Mehrheit der älteren, männlichen, besser gebildeten Teilnehmer liegen. Es wird aber auch deutlich, dass solche Beteiligungsverfahren zwar Mängel aus Sicht des Publikums aufzeigen können, die Lösungen dann aber doch in der Hand von Expert:innen liegen sollten, die (hoffentlich) keine Wissenslücken zu den strukturellen und gesetzlichen Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben und eine umfassende Programmkenntnis aufweisen. Es ist den Herausgeberinnen und Autor:innen hoch anzurechnen, dass die Vor- und Nachteile von #meinfernsehen2021 offen angesprochen und diskutiert werden.

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos

## 2.

**Ulla Autenrieth/Cornelia Brantner (Hrsg.):**

*It's All About Video. Visuelle Kommunikation im Bann bewegter Bilder.* Köln 2022: Herbert von Halem. 324 Seiten, 34,00 Euro

### **It's All About Video**

Mediale Praktiken wie das Aufnehmen, Bearbeiten, Teilen und Rezipieren bewegter Bilder gehören mittlerweile zum Alltag derjenigen, die Videosharing-Plattformen und soziale Netzwerke nutzen. Videos sind ein fester Bestandteil kommunikativer Prozesse – nicht nur im professionellen Filmschaffen, sondern auch in privaten Kontexten. Innerhalb der Visuellen Kommunikationsforschung stellten sich daher „Fragen nach der Spezifik visueller Kommunikation im Kontext bewegter Bilder“, so die Herausgeberinnen Ulla Autenrieth und Cornelia Brantner in der Einleitung zu ihrem Sammelband (S. 10).

Die Coronapandemie hat die Entwicklung neuer Videoformate mehr als nur beschleunigt, sodass sich die in dem Band versammelten Fragen nach der Rolle von Bewegtbildpraktiken in Politik, Werbung, Nachrichtenjournalismus und Wissenschaft noch dringender stellen als 2019, dem Jahr, in dem die Konferenz stattgefunden hat, auf der die Publikation basiert: Dokumentiert und erweitert wurde eine Jahrestagung der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Aufgeteilt in fünf Sektionen, geben 14 Artikel Einblicke in Konzepte, Methoden und Erkenntnisse der

deutschsprachigen Forschung, die Beiträge - und damit auch die untersuchten Phänomene - stammen von Wissenschaftler:innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. In Co-Autor:innenschaft sind auch graduierte Studierende an der Diskussion beteiligt, was ebenso loblich ist wie die Integration von Beiträgen aus der publizistischen (Ausbildungs-)Praxis.

Kritisch ist anzumerken, dass zwar viele Abbildungen verwendet werden, diese aber in der Printpublikation zumeist in Schwarz-Weiß gehalten und von eher mäßiger Druckqualität sind: Viele Bildinhalte sind kontrastarm und „verwaschen“. Einige Grafiken sind so klein gesetzt, dass sie kaum mehr lesbar sind. Mag sein, dass die digitale Ausgabe hier die bessere Alternative für die ansonsten empfehlenswerte Lektüre ist.

Im ersten Abschnitt „Audiovisuelle Inszenierungen und Manipulation in der politischen Kommunikation“ gibt Marion G. Müller einen instruktiven Überblick über die jüngere Geschichte politischer Onlinevideos und untersucht diese im Hinblick auf kommunikative Muster.

Karin Liebhart beschäftigt sich mit Bewegtbildstrategien der Neuen Rechten und zeigt eindrucksvoll auf, wie Einblicke in das Privatleben politischer Akteur:innen systematisch genutzt werden, um rechte Ideologien und Positionen in einem scheinbar unpolitischen Umfeld zu etablieren. Katharina Christ klassifiziert Formate verschwörungstheoretischer Onlinevideos und zeichnet Persuasions- und Argumentationsmuster nach.

Die folgenden Beiträge stehen unter der gemeinsamen Überschrift „Stereotype und Images in Werbe- und PR-Videos“. Linda Geimer und Dagmar Hoffmann untersuchen Praktiken der visuellen Nachhaltigkeitskommunikation auf der Plattform Instagram und entwickeln eine differenzierte Typologie für die verwendeten Videoformate. Dabei kommen sie zu dem Schluss, dass bereits etablierte Formate „adaptiert, lediglich umfunktioniert und über die konsumkritische Themensetzung neu kontextualisiert“ (S. 104) werden. Dieser Befund der adaptiven Rekontextualisierung einiger weniger Grundformate dürfte sich auf weitere visuell aufbereitete Themenfelder übertragen lassen. Florian Diener beschäftigt sich in einer explorativen Analyse mit der interessanten Frage, wie Personen mit niedrigem Einkommen in der Werbung dargestellt werden. Dass Frauen seltener sichtbar sind und häufiger mit stereotyp weiblichen Themen in Verbindung gebracht werden, weisen Elizabeth Prommer, Claudia Wegener und Christine Linke in einer auf 2.000 Videos basierenden Inhaltsanalyse zu visuellen Geschlechterrollen in YouTube-Videos nach.

Die dritte Sektion ist betitelt mit „Humor und Unterhaltung als Stilelemente erfolgreicher Zielgruppenansprache in audiovisuellen Kurzformaten“. Bei zwei von den drei Beiträgen - jeweils Fallstudien - muss man darüber hinwegsehen, dass Humor und Komik nicht

präzise unterschieden werden. Im vierten Abschnitt „Neue (Bewegt-)Bilder im Journalismus“ findet sich von Daniel Pfurtscheller eine profunde Auseinandersetzung mit journalistischen Instagram-Stories. Am Beispiel der Berichterstattung über den Terroranschlag in Wien 2020 setzen sich Katharina Lobinger und Cornelia Brantner luzide mit einer sich diskursiv entwickelnden Ethik visueller Kommunikation auseinander - und appellieren sowohl an Journalist:innen wie an Nutzer:innen, sich ihrer Verantwortung in der Bildkommunikation bewusst zu werden. Passend schließt das Buch selbst-reflexiv mit Beiträgen über „Audiovisuelle Daten im Kontext wissenschaftlicher Forschungspraxis“.

Insgesamt bietet der Sammelband nicht nur einen breit gefächerten Überblick über den Stand der Visuellen Kommunikationsforschung, vielmehr bieten sich einzelne Beiträge auch als Ausgangspunkt für weitere Fragen und Untersuchungen auf dem Feld der Kommunikation mit und über bewegte Bilder an.

PD Dr. Sandra Nuy

### 3.

#### **Kilian Hauptmann/Philipp Pabst/Felix Schallenberg (Hrsg.):**

*Anthologieserie. Systematik und Geschichte eines narrativen Formats.* Marburg 2022: Schüren. 270 Seiten, 34,00 Euro

#### **Anthologieserie**

Seit einigen Jahren ist in Feuilleton und Fernsehkritik verstärkt von Anthologieserien die Rede. Mit einzelnen, in sich abgeschlossenen Folgen oder jeweils zu Ende erzählten, inhaltlich und stilistisch unterschiedlichen Staffeln gelten solche Serien oft als narratives Gegenmodell zu „serials“ mit ausufernden horizontalen Handlungsbögen. Eine tiefer gehende Analyse und Theoretisierung der Anthologieserie stand in der deutschsprachigen Medienwissenschaft aber bislang aus. Der von Kilian Hauptmann, Philipp Pabst und Felix Schallenberg herausgegebene Sammelband schließt die entsprechende Lücke.

In der Einleitung wird zunächst dieses Buzzword durch eine Begriffs- und Definitionsarbeit fundiert. Hier unterteilen die drei Herausgeber die „auf den ersten Blick neuartige Hybridform“ (S. 9) in „Episodenanthologien und Staffelanthologien“ (S. 10). Als Leitfrage ihres Bandes stellen sie heraus, wie Anthologieserien Äquivalenz und Kohärenz herstellen. Anschließend ordnen sie diese Serienausrprägung in die vor allem US-amerikanische Fernsehgeschichte ein und gleichen sie mit „familienähnliche[n] Begriffe[n]“ (S. 15) wie der Reihe oder der Miniserie ab. Dirk Rose systematisiert den Terminus „Anthologieserie“ weiter, indem er auf die Anthologieforschung in Literatur- und Buchwissenschaft zurückgreift und

drei zentrale Forschungsperspektiven entwickelt: auf das Material, das in Anthologien versammelt wird, auf den Markt, in dem Anthologien „kulturökonomische Produkte“ (S. 52) sind, sowie auf die Marke, die Anthologieserien herausbilden und ausformen. Die weiteren Beiträge wenden sich spezifischeren Serienbeispielen zu: Gleich zwei Autor\*innen setzen sich z. B. mit der HBO-Produktion *True Detective* auseinander: Moritz Baßler mit der strukturellen Äquivalenz zwischen ihren Staffeln, Irene Husser mit den zeitlichen Strukturen in der Narration. Kilian Hauptmann untersucht Kohärenzbildungen anhand von anthropologischen Elementen in der Serie *Fargo*; Sebastian Berlich und Johannes Ueberfeldt legen dar, wie sich *Black Mirror* in einen Modus der „dynamische[n] Selbstbeobachtung“ (S. 177) ergibt. Philipp Pabst und Felix Schallenberg erkunden den Zusammenhang von anthologischer Form mit Ästhetik anhand der Science-Fiction-Animationsserie *Love, Death & Robots*. Sven Grampp nimmt ein älteres Beispiel, *Walt Disney's Disneyland* aus den 1950er-Jahren, zum Ausgangspunkt, um Ähnlichkeitsrelationen in Anthologieserien und die epistemische Voraussetzung einer solchen Beobachtung zu diskutieren. Während Grampp den Band so um fernsehhistorische Betrachtungen erweitert, eröffnet Raphael Krause Perspektiven auf die deutsche Fernsehfiktion: Er legt den hybriden Charakter des Erfolgsformats *Tatort* – zwischen Episoden-, Fortsetzungs- und Anthologieserie – dar. Martin Hennig nimmt ein bestimmtes Genre in den Blick, indem er Ästhetik, Erzählformen und kulturelle Funktionen von Horrorthologien in Film und Fernsehen beleuchtet. Bezüge zum Horrorgenre sind auch im Beitrag von Ilona Mader und Nicole Mattern gegeben, da sie hier u. a. an *American Horror Story* den Anthologiebegriff verhandeln.

Durch die verschiedenen Aufsätze entsteht ein facettenreicher Blick auf das gegenwärtige, aber auch in der Fernsehgeschichte immer wieder relevante Phänomen der Anthologieserie. Nur am Rande ist zu bemängeln, dass die Herausgeber in der Einleitung allzu pauschal behaupten, dass Anthologieserien Kohärenz und Äquivalenz weniger über Figuren und Diegese als vielmehr über formale Ähnlichkeiten konstituieren. Sie unter-schlagen, dass viele der später analysierten Serien, wie beispielsweise *True Detective*, ausgesprochen „character-driven“ sind. Damit verknüpft ist auch ihre Aussage angreifbar, dass Parasozialität in der Rezeption von Anthologieserien nur noch eine untergeordnete Rolle spiele. Dies lässt sich nicht nur bei horizontal erzählten „Staffelanthologien“ (S. 10), sondern zudem bei früheren Anthologieserien mit immer wiederkehrenden Moderator\*innenfiguren bezweifeln (die die Herausgeber selbst in dem historischen Rückblick anführen). Hier hätte dem Band wohl ein genauerer, gegebenenfalls auch empirisch fundierter Blick auf Rezeptionsweisen gutgetan. Eine

ausführlichere Thematisierung der Zuschauer\*innen wäre auch angesichts des theoretischen Befundes in Dirk Roses Beitrag spannend gewesen, dass sich angesichts von stärkeren Rezeptionsaktivitäten im „Zeitalter des ‚sharings‘ und der ‚collaborative economy‘ [...] ganz neue Perspektiven für die Anthologieforschung“ (S. 54) ergeben. Der Verortung in Medienkultur- und Literaturwissenschaften geschuldet, bleiben in dem Sammelband auch Ökonomie und Produktionszusammenhänge von Anthologieserien weitgehend außen vor.

Als weiteres Desiderat lässt sich feststellen, dass sich der Band, abgesehen von den Beiträgen zum *Tatort* und zum britischen Science-Fiction-Drama *Black Mirror*, nur um US-amerikanische Serien dreht und so wie das Gros der aktuellen Serienforschung nicht englischsprachige Produktionen vernachlässigt. Aber zu US-amerikanischen Anthologieserien liefert das Buch einen vielschichtigen, immer wieder auch historisch kontextualisierten Blick. Zudem etabliert es wichtige Begriffsdefinitionen zu diesem Serientypus, die künftige Forschungen befruchten können.

Dr. habil. Florian Krauß

## 4.

### **Rudolf Kammerl/Claudia Lampert/Jane Müller (Hrsg.):**

*Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung. Zur Rolle der kommunikativen Figuration Familie.* Baden-Baden 2022: Nomos. 260 Seiten, 59,00 Euro

### **Sozialisation und Medien**

Kinder wachsen in mediatisierten Kommunikationsumgebungen anders auf als ihre Eltern, obwohl auch diese bereits digitale Medien in ihren Alltag integriert haben. Es gibt viele Statistiken zu Medienausstattung und -nutzung (vgl. u. a. *KIM-* und *JIM-Studien* des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest [mpfs]), aber es fehlen Studien, die das Medienensemble der Kinder in ihrer Lebenswelt und deren Wechselwirkungen betrachten. Das ist medienpädagogisch von hohem Interesse, weil Medienerziehung der Kinder primär in der Familie stattfindet und dort in ein vielfältiges Interaktions- und Wirkungsgeflecht eingebunden ist. Das vorliegende Buch präsentiert erste Befunde aus dem DFG-Projekt „ConKids“: „Connected Kids. Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung“, das seit 2018 in Zusammenarbeit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und des Leibniz-Instituts für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) in Hamburg durchgeführt wird. Die acht Beiträge des Sammelbandes sind in unterschiedlicher Konstellation von Mitarbeitenden des Forschungsprojekts verfasst. Sie stellen präzise die theoretischen Grundlagen



(Kapitel 1-3) und die Methoden (Kapitel 4) vor, begründen die Auswahl der Untersuchungsgruppen (Kapitel 5-6) und geben vielfältige Einblicke in medial mitbedingtes Familienleben. Drei exemplarische Fallbeispiele – alle Kinder- und Familiennamen sind verändert – führen die Bedeutung der Medienensembles und -praktiken der jeweiligen Kinder in den unterschiedlichen Wechselwirkungen sehr anschaulich vor Augen.

Die differenzierten Theorie-Grundlagen der Studie zeigen u.a. die Kontexte einer tiefgreifenden Mediatisierung, das Zusammenspiel verschiedener Medienarten und die ökonomischen Zwänge, die auch die Ausbildung von Medienkompetenz bedingen. Sozialisation in der Familie wird subjektzentriert gesehen und ist neben äußeren Faktoren durch die Qualität von Eltern-Kind-Beziehungen geprägt (Nähe versus Distanz, Kontrolle versus Autonomie). Medien werden nicht als isolierbare tertiäre Sozialisationsinstanzen gesehen, sondern sind – dem „Doing-Family-Ansatz“ folgend – Teil der alltäglichen sozialen Praktiken. Familien sind „kommunikative Figurationen“ (Hepp/Hasebrink), in deren Interaktionsgeflecht sich spezifische Medienpraktiken ausbilden, zu denen auch die Kinder selbst ihren aktiven Beitrag leisten. Grundsätzlich stehen nicht die Medien, sondern die sozialen Beziehungen im Fokus. Welche medialen Möglichkeiten Kinder tatsächlich auf welche Weise nutzen, welche Kompetenzen sie ausbilden, ist ohne Berücksichtigung dieses Beziehungsgeflechts kaum nachvollziehbar.

Entsprechend dieser Theorie ist die Methodik der Studie komplex. Nur eine Längsschnittstudie kann Entwicklungen der Medienbeziehungen im Familienkontext nachzeichnen. 32 Familien aus dem Nürnberger und Hamburger Raum wurden in zwei Kohorten jeweils im Jahresabstand bislang zweimal befragt. Die beiden Kohorten wurden nach Alter der Kinder und den Übergangsphasen Kindergarten zur Grundschule, Grundschule zur weiterführenden Schule eingeteilt. Die Relevanz dieser Übergangsszenarien wird gut erläutert. Die Perspektiven der Kinder und der Eltern wurden in getrennten Interviews erhoben. Für die leitfadengestützten Gespräche mit den Kindern wurden Bildlegetechniken einbezogen. Ebenfalls wurden Fotos der Mediengegebenheiten erstellt und in den Interviews aufgegriffen. Um die medienbezogenen Aushandlungsprozesse und Beziehungsgestaltungen aufgreifen zu können, sollten die Eltern und Kinder zwei typische Situationen fotografisch inszenieren. All diese Materialien wurden nach wissenschaftlichen Standards transkribiert und ausgewertet. Dabei kommen natürlich immer Interpretationen und Wertungen der ForscherInnen ins Spiel, die aber kontrollierbar gemacht werden. Im umfangreichen Anhang werden alle relevanten Materialien offengelegt.

Kapitel 7 bietet eine erste Zusammenführung der Ergebnisse und Kapitel 8 ordnet diese in die größeren Forschungskontexte ein. Die derzeit vorliegenden Zwischenergebnisse geben differenzierte Einblicke in die Beziehungsgeflechte der Familien zwischen Gewährenlassen und Eingreifen. Das ist weit mehr als das, was quantitative Studien bislang an medienpädagogischen Orientierungen liefern konnten. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen der ca. 6-jährigen und der 10-jährigen Kinder, die mit dem Alter wachsende Autonomie und Medienkompetenz und das Zutrauen der Eltern werden deutlich. Schule spielt bei der Gestaltung des Medienensembles bei beiden Altersgruppen so gut wie keine Rolle. Den größten Kritikpunkt der Studie benennen die AutorInnen selbst: Die beteiligten Familien stammen nahezu ausschließlich aus sozial bessergestellten Verhältnissen und entsprechen auch eher einem traditionellen Familienbild. Diesen Mangel versuchen die AutorInnen durch Abgleiche mit einer aktuellen Studie von Ingrid Paus-Hasebrink etwas auszugleichen.

Prof. i. R. Dr. Bernward Hoffmann

## 5.

**Bernd Schorb/Anja Bensinger-Stolze/Fred Schell/Birgita Dusse/Wolfgang Anritter (Hrsg.):**

*Umriss einer Pädagogik des 21. Jahrhunderts im Kontext der Digitalisierung.* München 2022: Kopaed. 208 Seiten, 18,00 Euro

### **Pädagogik im 21. Jahrhundert**

Der Sammelband wurde im Rahmen des Bundesforums „Bildung in der digitalen Welt“ der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) erarbeitet. Er bietet keine zufällige Ansammlung von Autorenbeiträgen, sondern folgt einer klaren Konzeption. Alle 20 AutorInnen nehmen Bezug auf die aktuelleren Positionspapiere der Kultusministerkonferenz (KMK) ab „Bildung in der digitalen Welt“ (2016) und auf die überraschend zahlreichen Positionen der GEW zu Digitalisierung und Bildung; und in allen Beiträgen findet sich eine Argumentation für den Primat des Pädagogischen in einer Kultur der Digitalität, in der es quasi keine medienfreien Räume mehr gibt; sie kritisieren einen eher technologischen oder rein funktionalen Blick auf Digitalisierung im Bildungswesen. Immer wieder tauchen zentrale Fragen auf: Welche Macht und Rolle hat die Digitalwirtschaft? Was passiert mit den Daten der Lernenden und folglich ihrer Selbstbestimmung und Souveränität? Wie begegnen Gesellschaft und Politik den Gefahren einer zunehmenden sozialen Spaltung durch Digitalisierung? Welche Chancen zur Mitgestaltung bleiben den BürgerInnen? Der Band ist klar gegliedert. Er bietet nach einem guten einleitenden Überblick zwei eher theoretische Grundlagenbeiträge zum Verständnis von Medienpädagogik.

Es folgen drei Beiträge zu „Lehren und Lernen im Kontext der Digitalisierung“ mit einem Plädoyer für die Theorie des „expansiven Lernens“ und jeweils einem spezifischen Blick auf die Medienkompetenzen der Lernenden und der Lehrenden. Die zweite Hälfte des Buches ist mit Beiträgen zur Praxis gefüllt. Herausforderungen der Digitalisierung für Kita, Primarstufe, Schule, Schulsozialarbeit, Hochschule, berufliche Aus- und Weiterbildung, Erwachsenenbildung und für ältere Menschen werden aktuell, exemplarisch und sehr praxisnah diskutiert.

Durch die Pandemie erhielt die Nutzung digitaler Technik im Bildungsbereich einen Zwangsschub; pädagogische Kommunikation und Lernen über Distanz wurden quasi selbstverständlich, verlangen aber von den Lernenden ein hohes Maß an Selbstorganisation und Selbstständigkeit. Gegen den Begriff einer digitalen Kompetenz bemühen sich alle Beiträge um ein differenziertes Verständnis von Medienkompetenz. So geht es etwa Horst Niesyto um eine Stärkung der medienkritischen Perspektive auf einen digitalen Kapitalismus mit einer neuen Konzentration von Kapital, Wissen und Macht. Ein antagonistisches Denken in Richtig und Falsch müsse dabei überwunden werden. Niesyto zeigt die Nähe von kapitalistischen und digitalen Strukturprinzipien auf und benennt konkret eine Reihe von Problemfeldern, u. a. „soziale Ungleichheiten und Benachteiligungen“ und „weitere Beschleunigung und Fragmentierung von Alltag und Kommunikation“ (S. 26). Auch in anderen Beiträgen wird als wichtiger Kritikpunkt benannt, dass sich die IT-Wirtschaft immer mehr im Bildungsbereich breitmachen kann. Die GEW hat sich mehrfach kritisch zu „Aktivitäten der Digitalindustrie im Bildungsbereich“ geäußert.

Auch die Vermessung von Bildung durch Learning Analytics muss kritisch gesehen werden. Man kann daraus wichtige Erkenntnisse zum (Lern-)Verhalten von Menschen gewinnen. Aber dies kann und darf nur unter Beachtung der Selbstständigkeit und Souveränität der Subjekte (Schorb/Schell, S. 48) geschehen. Gegen eine technologische Engführung einer sogenannten „digitalen Bildung“ müssen vor allem „die symbolisch-kommunikativen Dimensionen von Bildungsprozessen betont“ (S. 29) werden.

Eine Position, wie sie im Beitrag von Schorb/Schell anklingt, dass digital gesteuertes Lernen in der Schule für reproduzierbares Grundwissen genutzt werden könnte und so Freiräume für eine pädagogische Konzentration auf soziale und emotionale Lernkontexte in reformpädagogischem Verständnis entstehen könnten (vgl. S. 47 f.), ist zu diskutieren; kann man diese Bereiche wirklich sinnvoll voneinander trennen? Auch die in der Medienpädagogik verbreitete Konzentration auf ein „starkes“ Subjekt ist zu differenzieren. Für eine Demokratisierung von Lernprozessen, eine Beteiligung der

Lernenden plädieren viele Beiträge; aber eine absolute Verlagerung der Verantwortung für Lernerfolge auf das Individuum verstärkte eher die Ungleichheit in der Bildung. Und das widerspricht einer zentralen GEW-Forderung: Die in der Pandemie gewachsene digitale Spaltung muss überwunden werden.

Dem Anspruch des Titels, „Umriss einer Pädagogik des 21. Jahrhunderts“ zu liefern, wird das Buch durchaus gerecht, wenn man den Fokus der GEW-Positionen einkalkuliert. Ein wichtiges Problemfeld aber wird nur im abschließenden Ausblick des Buches angetippt: Die Chancen der Digitalisierung im Bildungsbereich bewegen sich häufig in rechtlichen Grauzonen, was Praktiker verunsichert. Die Frage, bis wohin pädagogische Institutionen „nicht öffentlich“ sind und was laut Urheberrechtsgesetz und Datenschutzgesetzen erlaubt bzw. illegal ist, bleibt sehr komplex und steht vielfach im Widerspruch zur alltäglichen Nutzung der Medien (vgl. S. 195).

Prof. i. R. Dr. Bernward Hoffmann

## 6.

**Christian Gürtler/Marlis Prinzing/Thomas Zeilinger (Hrsg.):**

*Streitkulturen. Medienethische Perspektiven auf gesellschaftliche Diskurse.* Baden-Baden 2022: Nomos. 260 Seiten, 54,00 Euro

### **Streitkulturen**

Fake News, Hassbotschaften, Trolling und Shitstorms, also Desinformationen, Diffamierungen, Anfeindungen, Manipulationen und Verleumdungen (in traditionellen Begriffen) prägen weithin Foren, Chats und Plattformen der sozialen Medien. Es fällt schwer, noch von „Streitkulturen“ zu sprechen, wie es offenbar die Fachgruppe „Kommunikations- und Medienethik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) auf ihrer Jahrestagung 2021 tat, die mit diesem Sammelband dokumentiert wird. In zwölf Beiträgen versuchen medienethisch ausgewiesene Autor\*innen, aus verschiedenen Perspektiven gegen diese permanente „große Gereiztheit“ medienethische Strategien und Argumente zu finden. Immerhin führt die Einleitung der Herausgebenden sechs Initiativen in der Zivilgesellschaft und der Wissenschaft an, die dem Verlust der Diskussionskultur entgegenwirken wollen. Gegliedert sind die Beiträge in vier Abschnitte, die sich historische Perspektiven, aktuelle Diskurse, publikumsethische Aspekte und Fragen von Ordnung und Regulierung vornehmen. Die historischen Sichtweisen sind weitgespannt: Sie reichen von einem Plädoyer, die Streitkultur anhand des philosophischen Diskurses wieder zu erlernen und für demokratische Formen zu nutzen (Funiok), über ein Porträt der „Fußnote als Raum wis-

senschaftlicher Streitkultur“ (Haarkötter) bis hin zur Wiederentdeckung Georg Simmels Aufsatz *Der Streit* von 1909 und dessen Eintreten für konfliktzügelnde Faktoren, damit sich Streit für die handelnden Subjekte positiv und wohltuend auswirken kann (Pöttker). Der zweite Abschnitt widmet sich aktuellen Themen: Im ersten Beitrag wird zunächst eine korpuslinguistische Analyse des gegenwärtigen Diskurses zum Koran geleistet, und zwar anhand zweier der bekanntesten Online-medien im Bereich „Rechtspopulismus und Antiislamismus“. Mit ihr kann im Vergleich zu konventionellen Mainstream-Medien wie „Der Spiegel“ und „Die Zeit“ gezeigt werden, dass in den untersuchten Onlinemedien eine rationale, differenzierende Streitkultur mit und über den Islam gänzlich verhindert wird (Krasselt/Dreesen). Anhand einer kürzlichen Kontroverse innerhalb der DGPK bzw. der Zeitschrift „Publizistik“ greift der nächste Beitrag (Schicha) aktuelle Momente um Cancel Culture in der Wissenschaft auf und plädiert für eine grundsätzliche Offenheit und tolerante Streitkultur. Ob der demokratietheoretisch zentrale Begriff der Deliberation für digitale Kampagnen noch aussagekräftig ist, diskutieren die Autor\*innen des letzten Beitrags (Roberts/Filipović) in diesem Abschnitt. Sie kommen zu einem dialektischen Resultat, das Inhalte in den Hintergrund rückt, aber immerhin an formalen Kriterien festhält.

Unter dem für User und Prosumerinnen der sozialen Netzwerke nicht mehr ganz passenden Rubrum der „Publikumsethik“ finden sich im dritten Abschnitt folgende Beiträge: immerhin eine Auseinandersetzung mit Shitstorms und mit ihrem zunehmend disziplinierteren Umgang der Nutzer\*innen. Deshalb formulieren die Beiträger (Wiedel/Dietrich/Knieper) am Ende Kriterien, mit denen die User\*innen die diversen Einlassungen beurteilen können. Nach dem Einfluss, den das jeweilige Interface einer Social-Media-Plattform wie WhatsApp, Facebook, Instagram und Twitter auf die digitale Kommunikation nimmt, fragt der nächste Beitrag (Gürtler). Die Analyse illustriert die normierende Funktion der technischen Skripte; darüber Bescheid zu wissen, könnte einen reflektierteren Umgang fördern. Nach der exemplarischen Befassung mit Desinformationen, Bots und weiteren Risiken im Netz plädieren die Autor\*innen des letzten Beitrags (Büsch/Prinzing) in diesem Abschnitt für einen Basiskatalog zum sozialverantwortlichen Medienumgang in der digitalen Gesellschaft, entsprechend den vielen medienpädagogischen Diskussionen über Kompetenzen und Literacy.

Die drei Beiträge des letzten Abschnitts befassen sich mit „Ordnung und Regulierung“ auch eher aus der Perspektive der klassischen Massenmedien; die bereits ergangenen und noch erforderlichen Regelungen der sozialen Medien auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene erwähnen sie nur am Rande. Der erste

Beitrag (Ruppert) fragt aus demokratietheoretischer Sicht, welche Zusammenhänge zwischen Pluralismustheorie und den sozialen Medien zu ziehen sind. Er folgert vor allem, dass die Verbände die sozialen Medien noch zu wenig nutzen, um die gesellschaftliche Basis der digitalen Öffentlichkeit zu verbreitern. Der zweite Beitrag (Jarren) fokussiert die strukturellen und rechtlichen Voraussetzungen, unter denen der etablierte Journalismus und die publizistischen Medien gesellschaftliche Öffentlichkeit herstellen, und fordert, dass Intermediäre und Plattformen eben solchen Regulierungen und Vorgaben unterworfen werden. Schließlich untersucht der letzte Beitrag (Brosda), wie sich eine „Vielfalt der Vernunft“ in der öffentlichen Diskussion (wieder-)herstellen lässt, und identifiziert sieben medienpolitische Felder für einschlägige Reformen.

Den aktuellen problematischen Phänomenen und vielfach geäußerten Besorgnissen über die Verwerfungen, Dysfunktionen und aggressive, manipulative Nutzungen der sozialen Medien, wie sie öffentlich diskutiert und von Gesetzgebern geahndet werden, nähern sich mithin nur einige Beiträge dieser weitgehend akademischen Diskussion. Dementsprechend bleiben auch die ethischen Fragen und vor allem die daraus zu ziehenden konkreten Vorgehensweisen weitgehend allgemein.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## 7.

### Jan Husemann:

*Die Problematisierung von Gewalt in Computerspielen. Zur Geschichte einer Themenkarriere.* Bielefeld 2022: transcript. 328 Seiten, 49,00 Euro

### Gewalt in Computerspielen als Problem

In seiner Dissertation beschäftigt sich der Soziologe Jan Husemann mit der Bewertung und Problematisierung von Gewalt in Computerspielen, die immer wieder Thema öffentlicher Debatten ist. Ihm geht es in seiner Arbeit aber nicht um die Wirkung von Gewalt, sondern darum, wie sich verschiedene Institutionen diesem Thema annehmen und dadurch ein öffentliches Problembewusstsein schaffen. Als Untersuchungszeitraum wählt der Autor die Jahre 1984 bis 2014. So kann er über den langen Zeitraum hinweg auch Veränderungen im Problembewusstsein und in den Bewertungen nachvollziehen. Die institutionalisierten Sichtweisen analysiert er anhand der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM; heute Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz [BzKJ]), der Fachliteratur in Computerzeitschriften sowie der Sach- und Ratgeberliteratur. Um dieses umfangreiche Material handhabbar zu machen, wählt Husemann fünf Computerspiele aus, die von der BPjM indiziert wurden: *River Raid*, *Doom*, *Command & Conquer: Generals*, *Call of Duty: Modern*

*Warfare II* und *Dead Rising 3*. Für alle Spiele analysiert er zunächst die Art der Gewaltdarstellung und anschließend die Problemmuster, wie sie in den Diskursen der drei institutionellen Bereiche sichtbar werden.

Theoretisch ist die Arbeit in der Soziologie sozialer Probleme verortet. Dabei wird deutlich, dass institutionelle Deutungsmuster stets konstruiert sowie kulturell und zeitlich variabel sind (vgl. S. 30). Das zeigt sich dann später auch in der Analyse, da sich die Kriterien für die Bewertung von Gewalt in Computerspielen über die Zeit verändern. So kann Husemann für die Prüfpraxis der BPjM feststellen: „So lassen die ausgewerteten Problematisierungs- und Bewertungsstrukturen im Laufe des Untersuchungszeitraums von rund 30 Jahren eine Entwicklung von einer eher subjektiv und affektiv geprägten Prüfpraxis hin zu einer differenzierten und rationalisierten Bewertung von Computerspielgewalt erkennen. Die Versachlichung der Problematisierungsstrukturen wird im Vergleich der Prüfberichte bis 2003 und ab 2009 deutlich. Die ungefähre zeitliche Eingrenzbarkeit dieses Umbruchs lässt vermuten, dass das Inkrafttreten des *Jugendschutzgesetzes* (JuSchG) maßgeblichen Einfluss auf die veränderten Gewaltbewertungen gehabt haben muss“ (S. 267, H.i.O.). Während sich in der Fachliteratur keine Veränderungen zeigen, lässt sich für die Sach- und Ratgeberliteratur für den Zeitraum von 2005 bis 2011 das Problem einer schädigenden Wirkung von gewalthaltigen Computerspielen nachweisen. Der Autor vermutet, dass die Sach- und Ratgeberliteratur von der öffentlichen Debatte um „Killerspiele“ beeinflusst wurde, die nach dem Amoklauf von Erfurt entbrannte (vgl. S. 287).

Ein soziales Problem existiert gemäß dem soziologischen Ansatz, den der Autor wählt, erst, wenn es fassbar und benennbar ist und wenn es eine soziale Relevanz hat, weil Organisationen oder Institutionen zur Problembewältigung geschaffen werden (vgl. S. 31). In seiner Analyse kann Husemann zeigen, wie dies in den drei untersuchten institutionellen Bereichen geschieht. So sind die Problematisierungen von Gewalt in der Fachliteratur am geringsten, bei der Bundesprüfstelle und in der Sach- und Ratgeberliteratur erheblich höher. Allerdings befasst sich Letztere nur mit drei der fünf analysierten Computerspiele, vor allem aber mit *Doom*. Autoren wie Dave Grossman, Manfred Spitzer u. a. thematisieren nicht mehr die Analyse der Arten von Gewalt und deren Inszenierung, sondern gehen direkt von einer Konditionierung der Spieler durch die Gewalt aus und stellen „somit eine unmittelbare Kausalität zwischen virtueller und realer Gewalt her“ (S. 290). Diese Literatur geht von sehr emotionalen und moralischen Bewertungen aus, die sehr subjektiv gefärbt sind. Dagegen haben sich die Begründungen in den Indizierungsentscheidungen der BPjM mit der Zeit versachlicht: „Die *situativ-statische Diskursstrategie* sowie die

Novellierung des *Jugendschutzgesetzes* liefern Erklärungsansätze, warum sich die teilweise subjektiv geprägten Prüfberichte (bis 2003) spürbar von den differenzierten und versachlichten Prüfberichten (nach 2003) unterscheiden, obwohl übergeordnete Gewaltbewertungen (Problemmuster *Darstellung von Gewalt* und *Darstellung von Krieg*) größtenteils unverändert geblieben sind“ (S. 299, H.i.O.). Und es ist nicht verwunderlich, dass in der Computerspiel-Fachliteratur zwar auf die Gewalt in den Spielen eingegangen, diese aber meist nicht negativ bewertet wird.

Das Buch von Jan Husemann macht zweierlei deutlich: 1) die Bewertung von Gewalt in Computerspielen verändert sich mit der Zeit und 2) die analysierten institutionalisierten Bereiche haben ihre eigenen Diskursregeln und ihr eigenes Problembewusstsein. Während das Kapitel über die Gewaltdefinition für einen Soziologen etwas mager geraten ist, ist die Analyse des Problembewusstseins in den drei institutionellen Bereichen sehr erhellend.

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos

---

Außerdem auf *mediendiskurs.online*:

**Hagen Myller:**

*Filme drehen. Geschichten, Montage, Regie.*  
München 2023: UVK/utb. 281 Seiten, 29,90 Euro

**Annika Domainko/Tobias Heyl/Florian Kessler/  
Jo Lendle/Georg M. Oswald (Hrsg.):**

*Canceln. Ein notwendiger Streit.* München 2023:  
Carl Hanser. 224 Seiten, 22,00 Euro

**Lisa Dillinger/Johannes Drerup/Phillip D. Th.**

**Knobloch/Jürgen Nielsen-Sikora:** *Jim Knopf,  
Gonzo und andere Aufreger. Zur Analyse und Kritik  
engagierter Pädagogiken.* Berlin/Heidelberg 2023:  
J. B. Metzler. 178 Seiten, 49,99 Euro

# Der politische Klimadiskurs

Wie kann ein gesamtgesellschaftliches Umdenken in der Klimakrise und vor allem eine politische Kehrtwende für mehr Klimaschutz gelingen? Welche Rolle kommt dabei der Politik, der Wissenschaft, zivilgesellschaftlichen Initiativen sowie den Medien zu?

Die Autor\*innen betrachten für die Beantwortung dieser Fragen Erkenntnisse der Klimawissenschaft – Erkenntnisse, die auf die Dringlichkeit des Problems hinweisen und trotzdem lange nicht gehört wurden.

Lea Busch / Lothar Mikos

## Der politische Klimadiskurs

2022, 276 S., 38 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-526-3 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-523-2 | 22,99 EUR



<https://www.halem-verlag.de>

### Impressum

**Herausgeber:** Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF)

Am Karlsbad 11, 10785 Berlin

Tel.: 0 30 23 08 36-0

E-Mail: [mediendiskurs@fsf.de](mailto:mediendiskurs@fsf.de)

[fsf.de](http://fsf.de) | [mediendiskurs.online](http://mediendiskurs.online)

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

**Redaktion:** Karin Dirks, Camilla Graubner, Christina Heinen, Eva Maria Lütticke, Prof. i.R. Dr. Lothar Mikos, Simone Neteler, Anke Soergel

**Bildredaktion:** Camilla Graubner, Sandra Hermannsen

**Onlineredaktion:** Karin Dirks

**Gestaltung:** Alexandra Zöller, Berlin

### Bildnachweis Umschlagvorderseite:

© Sandra Hermannsen

**Mit Beiträgen von:** David Assmann, Prof. Dr. Mark D. Cole, Susanna Endres, Jan Freitag, Dr. habil. Gerd Hallenberger, Birgit Heidsiek, Prof. i. R. Dr. Bernward Hoffmann, Dr. habil. Florian Krauß, Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler, Achim Lauber, Prof. Dr. Marc Liesching, Prof. Dr. habil. Christine Linke, Claudia Mikat, PD Dr. Sandra Nuy, Jana Papenbroock, Dr. Christian Richter, Lena Schmidt, Sara Schurmann, Dr. Ingrid Stapf, A. Kristina Steimer, Moritz Stock, Prof. Dr. Thomas Strässle, Prof. Dr. Caja Thimm, Carla Zech, Brigitte Zeitlmann

**Wir danken** Louisa Dellert, Prof. Dr. Maja Göpel, Lea Grosse und Prof. i. R. Dr. Jürgen Grimm für ihre Gesprächsbereitschaft.

### Quellenangabe – Glossarbegriffe, S. 29, 39, 54:

**Papenbroock, J.:** *Klimakompetenz stärken: Aufgeben ist keine Option!* Ein Verzeichnis zur besseren Kommunikation des Klimanotstandes.

In: *medienradar*, 12/2022. Abrufbar unter: <https://www.medienradar.de/hintergrundwissen/artikel/klimakompetenz-staerken-aufgeben-ist-keine-option#c7926> (letzter Zugriff: 04.04.2023)

### Bezugspreis:

Einzelheft: 24,00 Euro

(inkl. MwSt. und Versandkosten innerhalb Deutschlands)

ISSN (Print) 2751-0379

ISBN (Print) 978-3-86962-670-3

ISSN (Online) 2751-0387

ISBN (PDF) 978-3-86962-671-0

Zu beziehen über den Herbert von Halem Verlag

Schanzenstraße 22, 51063 Köln

Tel.: 02 21 92 58 29-0

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

[www.halem-verlag.de](http://www.halem-verlag.de)

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

**Druck:** BVD Druck + Verlag AG

Schaan, Liechtenstein

[www.bvd.li](http://www.bvd.li)

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

### Hinweis:

Die *mediendiskurs*-Redaktion befürwortet einen gendergerechten Sprachgebrauch. Sie überlässt die Umsetzung und Form aber den Autor:innen.

**mediendiskurs** (hervorgegangen aus der *tv diskurs*, 1997–2022)

Mit der Namensänderung möchten Herausgeber und Redaktion der gewachsenen Tradition ihren Respekt erweisen, gleichzeitig aber den erweiterten Themenfeldern Rechnung tragen, die mit dem stetig fortschreitenden Medienwandel einhergehen.





