



€ 4,50/6,00

Reality-TV als Orientierungshilfe

Aneignung und Distanzierung bei der Identitätsbildung

Vom Nobody zum Tagesthema

Der Amoklauf und die Suche nach den Ursachen

Wie kommt ein 17-Jähriger dazu, in seiner ehemaligen Schule und auf der sich anschließenden Flucht, die unweigerlich mit seiner Selbsttötung endet, scheinbar emotionslos 15 Menschen umzubringen? Diese Frage, die sich in das Entsetzen über die Tat und die Trauer über die ermordeten Menschen mischt, bewegt nach den Amokläufen in Erfurt, Emsdetten und jetzt in Winnenden unser Land. Wir suchen das Unfassbare zu verstehen und wollen verhindern, dass sich so eine grausame Tat wiederholt. Je weniger wir über den Täter und sein Umfeld wissen, desto mehr prüfen wir gesellschaftliche Faktoren, inwieweit sie Auslöser für diesen Massenmord mit anschließendem Suizid gewesen sein könnten. Und wieder werden reflexartig die „Killerspiele“ und die Verfügbarkeit von Waffen bemüht, um das Unerklärbare erklärbar zu machen.

Dabei wissen wir inzwischen manches über die Persönlichkeitsstrukturen der Täter, die sich in einigen Punkten erstaunlich ähnlich sind: Es sind ältere Jugendliche, die bisher alle aus der Mittelschicht stammen. Sie sind sozial isoliert, haben es schwer, soziale Anerkennung und Freunde zu finden. Sie spielten alle offenbar exzessiv Computerspiele mit gewalthaltigen Inhalten und entwickelten gleichzeitig eine starke Affinität zu Waffen. Sie alle hatten auch tatsächlich und ganz konkret Waffen zur Verfügung, denn sonst wären solche Taten gar nicht möglich gewesen. Wichtig ist aber auch, dass sie alle suizidale Absichten hatten. Sie alle wussten, dass am Ende ihrer Taten nur noch die Selbsttötung bleiben würde. Einen Amoklauf ohne abschließende Selbsttötung hat es bisher nicht gegeben.

Diese Selbstmordabsicht ist ein wichtiger Punkt, wenn wir nach der Rolle von „Killerspielen“ oder anderen gewalthaltigen Medienangeboten in der Motivkette fragen. Denn der Spieler sucht in seinen simulierten Gewalthandlungen Bestätigung, er will siegen. Er will die Regeln des Spiels so gut beherrschen, dass er damit im Wettbewerb gegen andere besteht, um so auf der spielerischen Ebene ein Machtgefühl zu erzielen, das ihm im Alltag versagt bleibt. Der Selbstmord als Ausweg entspricht aber eher dem Verlierer als dem Sieger. Wer sich selbst tötet, hätte im Spiel verloren.

Der Amokläufer verknüpft allerdings seine im Alltag subjektiv erlittene Erniedrigung mit dem Bedürfnis nach Macht, die er durch seinen Entschluss zur Selbsttötung zumindest für kurze Zeit empfinden kann. Dadurch, dass er andere Menschen gezielt oder wahllos mit in den Tod nimmt, will er sich zumindest posthum ein Denkmal setzen. Sebastian B. aus Emsdetten kündigte seine Tat im Internet an, er schrieb in seiner letzten Botschaft: „Bevor ich gehe, werde ich euch einen Denkkärtchen verpassen, damit mich nie wieder ein Mensch vergisst.“ Angesichts des bisherigen Medienechos auf Amokläufe ist gewiss: Die Namen der Täter werden sich tatsächlich in das kollektive Gedächtnis einer Gesellschaft einbrennen – und das umso mehr, je höher die Zahl der Opfer ist.

In manchen Städten gibt es eine Übereinkunft zwischen Polizei und Medien, über Selbstmorde (z. B. durch das Springen vor fahrende Züge) nur ganz kurz und ohne Namensnennung zu berichten. Vergleichbare Taten gingen dadurch signifikant zurück. Dies zeigt, dass es vermutlich einen Zusammenhang zwischen dem geplanten Selbstmord und einer beabsichtigten öffentlichen Wahrnehmung gibt. Es ist sicherlich schwierig, eine vergleichbare Selbstbeschränkung in der Berichterstattung über Amokläufe zustande zu bringen. Schließlich existiert bei solchen Taten ein Informationsbedürfnis in der Bevölkerung. Das Gleiche gilt für die Politiker, die verständlicherweise ihre Anteilnahme und Trauer gegenüber den Hinterbliebenen zum Ausdruck bringen möchten, die damit aber auch Medienereignisse bieten, die den Bekanntheitsgrad und damit – zumindest aus der subjektiven Sicht späterer potenzieller Täter – die Macht des Amokläufers verstärken. Dieses Phänomen sollten wir als einen wichtigen Baustein in der Motivkette nicht außer Acht lassen.

Ihr Joachim von Gottberg



EDITORIAL

INTERNATIONAL

Jenseits von Wallander und Mitternachtssonne 4

Schwedisches Fernsehen zwischen nationaler Identität und globalen Formaten
Lothar Mikos

Der eigene Nabel ist nicht der Mittelpunkt der Welt 8

Klaus-Dieter Felsmann

Jugendmedienschutz in Europa 14

Filmfreigaben im Vergleich

PÄDAGOGIK

Medienarbeit mit bildungsbenachteiligten Heranwachsenden 16

Elke Stolzenburg

TITELTHEMA

Man selbst sein 20

Alexander Grau

Realityshows, soziale Netzwerke und Videoüberwachung 26

Die Grenzen des Privaten werden gesellschaftlich immer neu ausgehandelt
Gespräch mit PD Dr. Gerd Hallenberger

Zuhause im Glück 30

Zwischen Voyeurismus und Anteilnahme, Fremdschämen und Empathie –
sind die neuen Coaching-Reportagen rund um das Thema Familie ein Fall
für den Jugendmedienschutz?

Christina Heinen

„Persönlichkeit wie 'ne Bockwurst!“ 34

Was in der aktuellen Staffel von *Deutschland sucht den Superstar* anders ist
Claudia Mikat

Massenmedien werden nicht als Öffentlichkeit empfunden 38

Warum Menschen in Fernsehen und Internet vieles von sich preisgeben
Gespräch mit Jun.-Prof. Dr. Sabine Trepte

Verhandlungssache Castingshows 42

Warum das Format jugendliche Fans begeistert
Elisabeth Klaus

Pro bono publico – auf Kosten der Würde 46

Silke Burmester

Mehr Respekt vor der freien Entfaltung der Persönlichkeit 49

Lothar Mikos

PANORAMA 52

WISSENSCHAFT

- Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job** 54
Jugendarbeitslosigkeit und Reality-TV
Andrea Nolte

DISKURS

- Lauter große TV-Romane** 58
25 Jahre Privatfernsehen: Mit ihren TV-Movies
haben die Sender auch künstlerischen Erfolg
Tilmann P. Gangloff

- Auf dem Weg zur sozialistischen Persönlichkeit** 62
Kinder- und Jugendmedienschutz in der DDR, Teil 1
Matthias Struch

- Pro-Anorexie im Weblog** 66
Zur Indizierungspraxis der Bundesprüfstelle
Marc Liesching

- Eingeborene und Immigranten** 70
Wie das Internet mittlerweile das Leben der Jugendlichen dominiert
Tilmann P. Gangloff

- Wie kann jemand nur so gestört sein?!** 74
Gespräch mit Conny, Josie, Max, Dave und Tarik

LITERATUR* 78**RECHT*** 88**SERVICE**

- Ins Netz gegangen:** 98
Friss oder stirb, das war einmal!
Mit www.schola-21.de gemeinsam im Projekt lernen
Christine Grosche

- Mit Jugendschutz von gestern gegen Inhalte von morgen?** 100
Möglichkeiten der Selbstkontrolle in einer konvergenten Medienwelt
medien impuls-Tagung am 20. Februar 2009 in Berlin
Vera Linß

- Was tun bei Cyber-Mobbing?** 103
Der Internationale Safer Internet Day am 10. Februar 2009
Vera Linß

- Materialien, Termine** 106

- Das letzte Wort** 108

Impressum, Abbildungsnachweis

*
Die detaillierten Inhalts-
verzeichnisse für Literatur
und Recht befinden sich auf
den oben genannten Seiten.

Jenseits von Wallander und Mitternachtssonne

Schwedisches Fernsehen zwischen nationaler Identität und globalen Formaten

Lothar Mikos

Der folgende Artikel gibt einen Überblick über das Fernsehen in Schweden. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung der Fernsehlandschaft im dualen System, es werden zudem die erfolgreichen Programme und die Programmprofile der fünf großen Sender beschrieben.

Schweden ist nicht nur für Ikea, Volvo und Mitternachts-sonne bekannt, sondern auch für seine hervorragenden Krimiautoren. Die Kommissare Beck und Wallander sind dem deutschen Fernsehpublikum durch zahlreiche Verfilmungen vertraut – in der Regel handelt es sich dabei um Koproduktionen des staatlichen schwedischen Fernsehens SVT mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland. Vor allem das ZDF tut sich hier mit seiner Firma ZDF Enterprises als Partner der Schweden hervor. Im März 2009 ist in den schwedischen Kinos gerade die erste Verfilmung der Krimis von Stieg Larsson gestartet, koproduziert vom ZDF. Die weiteren Verfilmungen werden allerdings nur noch für das Fernsehen gedreht.

Die Senderlandschaft

Schweden hat wie alle skandinavischen Länder noch ein starkes, über Gebühren finanziertes öffentlich-rechtliches Fernsehen mit zwei Programmen, SVT 1 und SVT 2 (SVT steht für Sveriges Television) (vgl. auch Hadenius/Weibull/Wadbring 2008, S. 99 ff.; Weibull/Wadbring 2008). Die Höhe der Gebühren wird vom Parlament festgelegt. Formell gehören die Sender einer Stiftung, die 1993 mit Geld der schwedischen Regierung gegründet wurde (vgl. Jönsson 2004). Werbung ist auf den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht erlaubt. Mit Einführung der digitalen Verbreitung von Fernsehprogrammen über DVB-T seit 1999 wurden weitere öffentlich-rechtliche Kanäle gegründet, der Nachrichtensender SVT 24, der aber auch Lebenshilfeformate und Wiederholungen erfolgreicher Sendungen von SVT 1 zeigt, und der Kinderkanal (Barnkanalen), der abends ab 20.00 Uhr zu einem Wissenschaftsprogramm (Kunskapskanalen) wird. Seit 2009 sind alle Kindersendungen aus dem ersten und zweiten Programm verbannt und werden nur noch auf dem Kinderkanal gezeigt.

Die Einführung des dualen Rundfunksystems erfolgte in Schweden wie in Deutschland Mitte der 1980er-Jahre. Mit der Kabelgesetzgebung im Jahr 1986 wurde das Rundfunkrecht liberalisiert. Bereits ein Jahr später ging der Satellitenkanal TV 3 auf Sendung, der von London aus ein Programm für Norwegen, Schweden und Finn-



land produzierte, das dann ab 1990 in verschiedene nationale Programme aufgeteilt wurde. 1989 wurde Kanal 5 von dem schwedischen Industriellen Mats Carlgren gegründet und aufgrund der Verluste, die in den ersten Jahren anfielen, an SBS (Scandinavian Broadcasting System) verkauft, das inzwischen im Besitz der ProSieben-Sat.1 Media AG ist. Im Jahr 1992 wurde auch eine Lizenz an den Sender TV 4 erteilt, der inzwischen erfolgreichste kommerzielle Kanal in Schweden. All diese Sender werden mittlerweile digital terrestrisch sowie über Kabel und Satellit verbreitet.

Den Privatfernsehmarkt teilen sich drei Unternehmen, Bonnier (TV 4), die Kvinnevik-Gruppe über MTG (TV 3), die auch an TV 4 beteiligt ist, und die ProSieben-Sat.1 Media AG über SBS (Kanal 5). Ob diese Aufteilung so bleibt, ist fraglich, da der Fernsehmarkt sehr dynamisch ist. Besonders bei TV 4 unterlagen die Eigentumsverhältnisse in den vergangenen Jahren großen Wechsellagen, nachdem die norwegische Schibstedt-Gruppe versucht hatte, auf den schwedischen Markt zu drängen – allerdings letztendlich ohne Erfolg (vgl. Tjernström 2007).

Mit der Einführung des dualen Systems und der sukzessiven Etablierung der kommerziellen Sender begannen die Marktanteile der öffentlich-rechtlichen Sender kontinuierlich zu sinken, wobei sich SVT 1 noch einigermaßen behaupten konnte (vgl. Tabelle 1). Seit Mitte der 1990er-Jahre verloren dann auch große Privatsender wie TV 4 wieder Marktanteile, da sich aufgrund der Digitalisierung der Fernsehmarkt enorm ausweitete. So gründete TV 4 eigene Digitalkanäle wie TV 4+, TV 400, TV 4 Komedi, TV 4 Guld, TV 4 Science-Fiction und TV 4 Sport und machte sich damit selbst Konkurrenz, auch wenn der Gesamtmarktanteil nahezu gleich geblieben ist. Am deutlichsten hat SVT 2 in den vergangenen Jahren verloren, der Marktanteil hat sich von 1997 bis 2007 von 26 % auf 13 % halbiert. Ein Grund dafür liegt jedoch in internen Umstrukturierungen, in deren Verlauf die populären Sendungen auf SVT 1 verlagert wurden, während auf SVT 2 mittlerweile eher Kultur- und Nischenprogramme zu finden sind.

Tabelle 1: Marktanteile der Fernsehkanäle in Schweden in %

	1997	2007
SVT 1	22	19
SVT 2	26	13
TV 3	10	9
TV 4	27	22
Kanal 5	6	8
Andere Kanäle	9	29

(Quelle: Harrie 2009, S. 108)

Es ist deutlich zu erkennen, dass die Ausweitung der Kanäle zu einem fragmentierten Publikum geführt hat. Zu den übrigen Kanälen zählen allein 36 weitere Fernsehprogramme sowie über 50 lokale Sender, die zusammen mittlerweile knapp ein Drittel der schwedischen Zuschauer an sich binden. Ein weiteres Drittel bleibt den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern treu, etwas mehr als das letzte Drittel (39 %) schließlich entfällt auf die drei großen Privatsender, von denen TV 4 mit Abstand der populärste ist. Im Jahr 2007 verteilten sich die Marktanteile der Sender, die zu einer Senderfamilie gehören, auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen (zusammen 35 % bei fünf Kanälen), auf TV 4 (27 % bei acht Kanälen), auf MTG/Viasat (16 % bei 14 Kanälen), auf SBS (10 % bei neun Kanälen) und übrige Besitzer (11 % bei 34 Kanälen) (vgl. Harrie 2009, S. 109).

Allerdings zeigen sich im schwedischen Fernsehen ähnliche Tendenzen wie im deutschen. Das Publikum der öffentlich-rechtlichen Sender ist überdurchschnittlich alt, lediglich TV 4 hat sich auch bei dieser Zielgruppe etablieren können. Bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis 25 Jahre sind TV 4 und Kanal 5 die populärsten Sender (vgl. ebd., S. 107). Bei den Kindern war SVT 1 im Jahr 2007 noch sehr populär, weil der Sender zu dem Zeitpunkt noch ein Kinderprogramm sendete. Inzwischen schauen die meisten Kinder den öffentlich-rechtlichen Kinderkanal, der mit seinen beliebtesten Sendungen Marktanteile von 50 % bis 69 % bei den 3- bis 14-Jährigen erreicht, gefolgt von Nickelodeon mit Marktanteilen zwischen 20 % und 30 % (allerdings mit Ausreißern nach oben wie *Spongebob Schwammkopf*, *Jimmy Neutron* oder *George of the Jungle*, die schon mal 55 % erreichen [Quelle: www.mms.se]).

Die Programme

Die genannten Sendungen bei Nickelodeon zeigen, dass sich im schwedischen Fernsehen auch internationale Formate durchgesetzt haben, nicht nur im Kinderprogramm. Während das öffentlich-rechtliche Fernsehen vor allem auf Eigenproduktionen setzt, zeigen die kommerziellen Sender hauptsächlich amerikanische Serien, amerikanische und britische Realityshows und schwedische Adaptionen internationaler Formate. Nicht erst seit Abba ist bekannt, dass die Schweden ein musikalisches Volk sind. Der schwedische Vorentscheid zum *Eurovision Song Contest*, eine Sendung namens *Melodifestivalen*, erreicht regelmäßig einen Marktanteil von mehr als 70 %, das Finale am 15. März 2008 kam sogar auf einen sagenhaften Marktanteil von 81,4 %. Knapp 5 Mio. der etwa 9,2 Mio. Schweden saßen an diesem Abend vor dem Fernsehgerät und schauten dem Sängerwettbewerb zu. Solche Quoten erzielen in Deutschland höchstens Spiele der Fußballnationalmannschaft bei Welt- oder Europameisterschaft

ten. Der *Eurovision Song Contest* ist ebenfalls beliebt und kam 2008 auf einen Marktanteil von 75,3 %. Unter den Top-10-Sendungen des Jahres 2008 befinden sich allein sechs Ausgaben von *Melodifestivalen*, das Finale des *Eurovision Song Contest*, zwei Spiele der schwedischen Fußballnationalmannschaft während der EM in Österreich und der Schweiz – die in Schweden auf dem privaten Kanal TV 4 gezeigt wurden – sowie *Kalle Anka och Hans Vänn* (*Donald Duck und seine Freunde*) auf SVT 1. Die letztgenannte Sendung sahen zwar nur 3,7 Mio. Schweden am Nachmittag des Heiligen Abends, der Sender erzielte damit aber einen Marktanteil von 87,3 %. Obwohl die Sendung ein Ritual ist und jedes Jahr am Heiligen Abend um 15.00 Uhr ausgestrahlt wird (mit regelmäßig hohen Marktanteilen von um die 90 %), verbringen viele Schweden diesen Tag offenbar mit ihren Kindern auch ohne Fernsehen. Dem schwedischen Fernsehen gelingt es auch jenseits des Fußballs, die Bewohner vor dem Bildschirm zu vereinen, Fernsehshows wie *Melodifestivalen* oder *Let's Dance* (TV 4) gelingt es regelmäßig, mehr als 30 % der Bevölkerung zu begeistern. Im Vergleich mit Deutschland würde das bedeuten, dass – um nur zwei erfolgreiche deutsche Formate zu nennen – *Wetten dass...?* oder *Wer wird Millionär?* nicht lediglich 10 Mio., sondern 27 bis 40 Mio. Zuschauer zählen müssten, um einen ähnlichen Erfolg zu haben. Die Musikbegeisterung der Schweden zeigt sich auch im Erfolg weiterer Songwettbewerbe und Musikshows wie *Doobidoo* (SVT 1), *Sing a long* (TV 3), *Singing Bee* (TV 3) und *Musikmaskinen* (Kanal 5).

Die beiden öffentlich-rechtlichen Programme setzen neben Musikshows auf Serien wie *Andra Avenyn* (die andere Avenyn, dabei handelt es sich um eine Anspielung auf die Prachtstraße in Göteborg), die in der zweiten Staffel läuft, auf erfolgreiche Comedyserien wie *Svensson, Svensson*, die Ausstrahlung von zahlreichen Dokumentationen – neben schwedischen vor allem englische, dänische und norwegische –, auf Nachrichtensendungen, Talkshows und Magazinsendungen. Außerdem werden auch britische und amerikanische Serien und Filme gezeigt. Auffallend ist der hohe Anteil an Dokumentationen zur besten Sendezeit zwischen 20.00 und 22.00 Uhr. Serien laufen hier eher am späten Abend. Eine Besonderheit ist das sehr erfolgreiche Format *Antikrundan* (Antikrunde), das seit 1989 läuft und nach dem Vorbild der britischen Sendung *Antiques Roadshow* gestaltet ist. Experten für alte Möbel, Bücher, Glas, Schmuck, Waffen, Teppiche und Kunst reisen durch das Land und bewerten die echten oder vermeintlichen Schätze der Menschen. Die Sendung, die abends um 20.00 Uhr auf SVT 1 ausgestrahlt wird, erzielt regelmäßig Marktanteile von mehr als 50 %, etwa ein Viertel der Einwohner schaut zu.

Die drei großen Privatsender unterscheiden sich etwas in ihrem Profil. Während TV 4 als „relativ seriös“ gilt (vgl. Tjernström 2007, S. 90), ist TV 3 unterhaltungs-

orientiert und gilt Kanal 5 als Spielfilmsender – ähnlich ProSieben in Deutschland. Auf TV 4 laufen vor allem Adaptionen internationaler Show- und Realityformate wie *Postkodmiljonären* (die schwedische Variante von *Wer wird Millionär?*), *Idol* (die Adaption der britischen Show *Idol*, hierzulande *Deutschland sucht den Superstar*), *Let's Dance*, *Stjärnor på is* (*Stars auf Eis*) oder *Bonde söker fru* (*Bauer sucht Frau*). Die Shows sind nach dem gleichen Muster gestrickt wie die deutschen Adaptionen dieser international erfolgreichen Formate. In *Idol* gibt es zwar keinen Dieter Bohlen in der Jury, dafür aber neben der Vertreterin einer Plattenfirma mit Anders Bagge und Andreas Carlsson zwei international erfolgreiche Produzenten, die bereits mit Madonna, Britney Spears, Janet Jackson oder den Backstreet Boys zusammengearbeitet haben. Auch hier werden in den ersten Sendungen die Castings gezeigt, bei denen neben den talentierten Sängerinnen und Sängern besonders die Exoten und Schrägen in den Mittelpunkt gerückt werden. Bei den anschließenden Mottoshows lässt sich in Schweden natürlich nicht vermeiden, dass die Kandidaten auch in der fünften Staffel im Jahr 2008 wieder einmal Songs von Abba zu Gehör bringen müssen. Neben diesen Shows bietet TV 4 seinen Zuschauern amerikanische Serien wie *Boston Legal* oder *Numbers*, setzt aber wie die öffentlich-rechtlichen Sender auch auf Verfilmungen schwedischer Kriminalromane. Im Jahr 2008 war die Wallander-Serie auf dem Sender sehr erfolgreich (koproduziert mit der deutschen Degeto). In diesem Jahr hat der Sender eine Reihe mit Verfilmungen um Kommissar Martin Beck gezeigt.

Der unterhaltungsorientierte Sender TV 3 setzt auf schwedische Adaptionen von Lebenshilfeformaten wie *SOS Familj* (SOS Familie) und Realityshows wie *Ensam mama söker* (Einsame Mutter sucht). Am Nachmittag lassen sich hier US-Shows im Original bewundern, von der *Oprah Winfrey Show* über *Extreme Home Makeover* bis hin zu *America's Next Topmodel* und *Project Runway* mit Heidi Klum, am Abend werden dann vor allem amerikanische Serien gezeigt – wie *Shark*, *Navy CIS* oder *Without a Trace*. Der zur ProSiebenSat.1 Media AG gehörende Kanal 5 setzt auf die gleichen US-Serien wie ProSieben hierzulande. Neben aktuellen Serienhits wie *Desperate Housewives*, *CSI Miami* und *Grey's Anatomy* sind hier vor allem Serien älteren Datums wie *Friends*, *Seinfeld* oder *Der Prinz von Bel-Air* zu sehen, aber auch britische Realityshows wie *Gordon's Kitchen Nightmares* oder Adaptionen deutscher Shows wie *Vem kann slå Filip och Fredrik*, der schwedischen Variante von *Schlag den Raab*, deren erste Staffel im September 2008 für den Sender ein großer Erfolg war.

Schlussbemerkungen

Die schwedische Fernsehlandschaft ist ähnlich strukturiert wie die deutsche. Es gibt fünf große Programme (drei privat-kommerzielle und zwei öffentlich-rechtliche), die sich den Markt aufteilen und deshalb auch „the big fives“ genannt werden (vgl. Hadenius/Weibull/Wadbring 2008, S. 201). Die Diversifizierung der Kanäle aufgrund der Digitalisierung hat jedoch in Schweden schneller als in Deutschland dazu geführt, dass die Marktanteile der großen Sender gesunken sind. Im Unterschied zur deutschen TV-Landschaft fallen zwei Dinge besonders auf: 1) Die Senderprofile unterscheiden sich z. T. deutlich, was auch auf die privat-kommerziellen Kanäle zutrifft. 2) Die öffentlich-rechtlichen Sender setzen in der sogenannten Primetime, dem Hauptabendprogramm, stärker auf Dokumentationen aus Schweden und anderen skandinavischen Ländern sowie auf Kulturprogramme – und sie erzielen damit hohe Quoten. Dem schwedischen Fernsehen gelingt es auch zu nicht sportlichen Anlässen, die halbe Nation vor dem Fernseher zu versammeln. Der duale Markt hat seit den 1990er-Jahren zu einer stärkeren Orientierung am internationalen Fernsehmarkt geführt, auf dem manche schwedische Produktionen präsenter sind als die aus dem deutschen Markt. Gerade auch im Bereich der Realityshows waren die Schweden innovativ tätig. Mit *Expedition Robinson*, das von 1997 bis 2003 in mehreren Staffeln auf dem öffentlich-rechtlichen Sender SVT lief, nahmen sie den Erfolg von *Big Brother* und ähnlichen Formaten vorweg. Produziert wurde die Sendung von Strix TV, neben Endemol und einigen britischen TV-Produzenten weltweit führend im Bereich der Entwicklung von sogenannten Non-Fiction-Formaten. Auf diese Weise gelingt es dem schwedischen Fernsehen recht gut, den Spagat zwischen nationaler Identität und globalem Markt zu meistern.



Kommissar Wallander –
ein schwedischer Importschlag

Literatur:

Hadenius, S./Weibull, L./Wadbring, I.:
Mass Medier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern. Stockholm 2008 (9., überarb. Aufl.)

Harrie, E.:
The Nordic Media Market. Media Companies and Business Activities. Göteborg 2009

Jönsson, A. M.:
Das schwedische Mediensystem. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden 2004 (27. Aufl.), S. 582–593

Tjernström, S.:
Ownership Concentration in the TV Industry. A Case Study on the Limitations of Media Policy. In: Nordicom Review, 28/1/2007, S. 77–93

Weibull, L./Wadbring, I.:
Scandinavian States: Media Systems. In: W. Donsbach (Hrsg.): The International Encyclopedia of Communication. Volume X. Oxford/Malden 2008, S. 4487–4493

Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Der eigene Nabel ist nicht der Mittelpunkt der Welt

Klaus-Dieter Felsmann

In einem Gespräch für „Die Welt“ meinte Berlinale-Chef Dieter Kosslick mit Blick auf das bevorstehende 59. Festival: „Wir stehen mit unseren Filmen voll im Leben“. Hinsichtlich der Sektion „Generation“ mit ihren beiden Wettbewerben „Kplus“ und „14plus“ kann im Nachhinein nur bestätigt werden, dass er mit dieser Ankündigung nicht übertrieben hat. In der Tradition der vergangenen Jahre schuf das Festival neuerlich einen einmaligen cineastisch vermittelten Blick auf Lebensrealitäten von Kindern und Jugendlichen unterschiedlicher kultureller und sozialer Milieus aus nahezu allen Kontinenten.

So verschieden die konkreten Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Heranwachsenden in den Filmen der Festivalsektion auch waren, so trafen sich die Geschichten doch meist in einem Punkt. Die Härten des jeweiligen Alltags setzten innerhalb der unbeschwerten naiven Entwicklungsansätze der jungen Protagonisten vielfach ernüchternde Zäsuren. Im Kontext einer ganzheitlich erlebten Welt finden sich dabei für die Heranwachsenden keine gesicherten Schutzräume. Vielfach auf sich allein gestellt, müssen sie die Herausforderungen, die teilweise existenziellen Charakter haben, annehmen. Nichts wird ihnen dabei geschenkt und nichts Menschliches bleibt ihnen fremd.

Gesichter prägen sich ein

Die Gesichter von Ahmet und seiner kleinen Schwester Ayse wird niemand, der Atalay Tasdikens Film *Mommo* im „Kplus“-Programm gesehen hat, so schnell vergessen können. Die Kinder, gespielt von Elif und Mehmet Bülbül, leben bei ihrem Großvater in einem abgelegenen anatolischen Dorf. Ihre Mutter ist verstorben, und in der Familie der neuen Frau des Va-

ters finden sie keine Aufnahme. Latent ist die Gefahr zu spüren, dass der kranke Großvater ihnen nicht mehr lange ein Zuhause wird bieten können. Die Hoffnung, dass die Kinder bei einer Tante in Deutschland Aufnahme finden, zerbricht ob der damit verbundenen bürokratischen Hürden. So lebt der Junge ganz im Bewusstsein um die Verantwortung für seine Schwester, und diese vertraut ihm in jeder Hinsicht. Welches Glück geht von dem Bild aus, als die Kinder ihre Matratze auf ein Vordach legen und zusammengekuschelt unter dem unendlich weiten Himmel schlafen. Welchen Kontrast bildet dagegen jenes Bild, bei dem Ayse die Haare abgeschnitten werden, weil das Mädchen in die Dienste einer Familie in der Stadt gegeben werden soll, bei der der Opa in seiner Not hofft, sie „versorgt“ zu wissen. Als Ahmet beobachtet, wie Ayse weggebracht wird, fährt er dem Auto mit seinem Fahrrad verbiegt hinterher. Die Kleine trommelt verzweifelt gegen das Rückfenster des sich entfernenden Autos. Alles Unglück dieser Welt spiegelt sich in diesem Moment in den Gesichtern der Kinder. Ein großartiger Film, der von der Kraft des aktuellen türkischen Kinos zeugt.

Auch das Gesicht von Tedo aus dem georgisch-kasachischen Film *Gagma Napiri* (*Das andere Ufer*) von George Ovashvili wird man nicht so schnell vergessen. Der georgische Flüchtlingsjunge lebt in einer primitiven Hütte am Rande von Tiflis. Er kann es nicht ertragen, wie seine Mutter ihren Körper irgendwelchen Männern hingibt, um auf diese Weise den gemeinsamen Lebensunterhalt zu sichern. So verdingt sich Tedo in einer Autowerkstatt, was nicht genug einbringt – und so wird er Mitglied einer jugendlichen Diebesbande. Als diese auffliegt, beschließt der 12-Jährige, seinen in Abchasien zurückgebliebenen Vater zu suchen. So beginnt ein Roadmovie des Grauens vor der malerischen Kulisse der kaukasischen Berge. Tedo erlebt, wie Autoschmuggler ein Mädchen vergewaltigen, die Maschinengewehrsalve eines russischen Grenzpostens einem Mann den Leib zerfetzt und verbitterte abchasische Eltern nicht über den Kriegstod ihres eigenen Jungen hinwegkommen. Schließlich steht er vor den ausgebrannten Wohnblöcken, die einst sein Zuhause waren, und muss von einer alten Frau erfahren, dass sein Vater inzwischen eine neue Familie gegründet hat.



Mommo

Linke Seite:
C'est pas moi, je le jure!



I know You know



Gagma Napiri

Das ganze Geschehen wird aus der Perspektive des Jungen geschildert. Was seine Augen sehen, geht über das hinaus, was der deutsche Jugendschutz gemeinhin Kindern zuzutrauen bereit ist. Doch hier ist nichts spekulativ inszeniert. Gezeigt wird eine bittere Realität, mit der sich Kinder außerhalb unserer zentral-europäischen Arche auseinandersetzen müssen.

Dass auch das Schreiben- und Lesenlernen für ein 13-jähriges Mädchen nicht selbstverständlich sein kann, sondern diese sich stattdessen gegen eine Zwangsverheiratung mit einem viel älteren Mann wehren muss, ist für hiesige Kinder ebenfalls keine leicht zu verdauende Information, in anderen Weltteilen aber Realität. Niloofar in der gleichnamigen Koproduktion zwischen Frankreich, dem Iran und dem Libanon von Sabine el Gemayel ist ein Mädchen, das sich solcherlei Problemen stellen muss. Mobina Ayenedar, wie alle Darsteller des Films aus dem Iran stammend, spielt ihre Figur mit einer großen Ausstrahlungskraft, die sowohl Stolz als auch Neugier und unverstellte kindliche Freude zum Ausdruck bringt. Allein die äußerst sinnlich inszenierte Szene ei-

ner Entbindung, bei der Niloofar ihrer Mutter als Hebamme zur Hand geht, ist eine großartige visuelle Hommage auf das Recht für ein freies Leben an sich.

Die Vorstellungen im Zoopalast waren, vielleicht noch mehr als in den Jahren zuvor, eine Begegnungsstätte zwischen jungen und älteren Zuschauern. Hier zeigt sich nicht zuletzt die ganz spezifische Bedeutung des Sektionstitels „Generation“. Es ist zu hoffen, dass sich nach den Vorführungen das Publikum auch die Zeit gegönnt hat – über die Altersgrenzen hinweg –, im Gespräch zu bleiben.

Kindliches Wohlbefinden braucht mehr als Geld

Mit *Los Herederos* von Eugenio Polgovsky aus Mexiko war im „Kplus“-Programm erstmals ein Dokumentarfilm zu sehen. Polgovsky hat darin das Leben von Landarbeitern und insbesondere das ihrer Kinder beobachtet. Auch hier sind es die Gesichter, die den Zuschauer lange nicht loslassen. Die Gesichter von Kindern bei schwerster körperlicher Arbeit, die zwischendurch immer wieder einmal ein bisschen

Glück zu erhaschen suchen, die aber das, was wir hierzulande Kindheit nennen, nie kennenlernen werden.

Krieg, Zwangsheirat, Vertreibung und schwerste körperliche Arbeit bedrängen die jungen Helden aus den reichen Ländern dieser Welt nicht. Trotzdem ist in den Filmen mehr von Einsamkeit und Verdruss die Rede als etwa von kindlicher Verspieltheit und Abenteuerlust. Die Kinder sind versorgt, doch seelisch scheinen sie verwaist. In *Flickan (Das Mädchen)* aus Schweden hat die kleine Heldin nicht einmal einen Namen. Fredrik Edfeldt erzählt in seinem Film mit beeindruckender fotografischer Intensität die Geschichte eines Kindes, das von seiner Familie aus oberflächlichen egoistischen Motiven heraus verlassen wurde und das sich daraufhin immer mehr in eine phantastische Traumwelt flüchtet. In *Kdopak by se vlka bál (Wer fürchtet sich vor dem Wolf)* der Tschechin Maria Procházková begibt sich die kleine Terežka, in der Inszenierung sehr schön visualisiert, in die Märchenwelt von Rotkäppchen, weil sie nicht damit zurechtkommt, wie die Familie angesichts beruflicher Karrierezwänge zu zerfallen droht. Max aus dem humorvollen dänischen



Oben, von links nach rechts:
Niloofar und *Los Herederos*
Darunter: *Kdopak by se vlka bál*



Max Pinlig

Film *Max Pinlig* (*Max Peinlich*) sagt einmal: „Vielleicht sind die Erwachsenen nur Kinder, die verrückt geworden sind“. Lotte Svendsen, die den Film nach einer erfolgreichen Fernsehserie inszeniert hat, diskutiert die Frage in einer sehr spaßigen Form. Im Kern erzählt sie dabei sehr prononciert von einer Gesellschaft, die mit ihren Kindern nichts mehr anzufangen weiß und die folglich deren Bedürfnisse auch nicht verstehen kann. Wohlstand, Beruf, Selbstverwirklichungsanspruch, die Suche nach diversen Grenzerfahrungen und nicht zuletzt der Wunsch, eigentlich selbst nie erwachsen werden zu wollen – all das lässt durchaus den Verdacht nicht unbegründet erscheinen, dass die Erwachsenen irgendwie verrückt geworden sind.

Besonders zugespitzt machte der sowohl von der Kinderjury mit dem „Gläsernen Bären“ als auch von der internationalen Jury mit dem „Großen Preis des Kinderhilfswerkes“ ausgezeichnete kanadische Film *C'est pas moi, je le jure!* (*Ich schwör's, ich war's nicht!*) von Philippe Falardeau auf die Problematik aufmerksam. Leon, 11 Jahre alt, leidet so sehr an Einsamkeit und Verlassenheit, dass er mehrfach Versuche

Snow



Katia's Sisters

unternimmt, sich umzubringen. Der Film erzählt seine bittere Botschaft mit viel Humor und erreicht ob der so erzeugten Spannung sein Publikum umso eindringlicher. Philippe Falardeau sagte bei der Preisverleihung, er sei überrascht und gleichzeitig froh über die Auszeichnung durch die Kinder. Doch er habe seinen Film eigentlich gar nicht für ein junges Publikum gemacht. Dennoch ist der Regisseur der Empfindungswelt der Kinder sehr nahegekommen, gerade weil er gar nicht auf die Idee kommen konnte, einen künstlichen Schutzraum für sie zu schaffen. In der 1968 angesiedelten Geschichte geht der Vater als Anwalt der damals noch klassischen Rolle als Gesellschaftsmensch, der mehr mit der „Rettung Kanadas“ denn mit seiner Familie beschäftigt ist, nach, und die Mutter bricht aus dem traditionell vorgegebenen Part als Stütze der Familie aus, um sich als Malerin im fernen Griechenland zu verwirklichen. Leon und sein Bruder bleiben, zwar materiell versorgt, doch seelisch allein gelassen, zurück. In all diesen Filmen steckt die Frage, ob beim Aufbruch klassischer Familienstrukturen in den letzten Jahrzehnten innerhalb der westlichen Gesellschaften eine angemessene

Kompensation für die Kinder vielleicht schlicht vergessen worden sein könnte.

Wenn es aber keine selbstbewussten und zukunftsorientierten Kinder mehr gäbe, wer sollte da jenes Buch vollenden, das die Kraft hat, Dunkelheit in Licht zu verwandeln? Im Irland des 9. Jahrhunderts gab es mit Brendan noch einen solchen Jungen, der dadurch sein Volk vor den anstürmenden Wikingern schützen konnte. So erzählte es zumindest im diesjährigen „Kplus“-Wettbewerb der in einer außergewöhnlich farbenfrohen Ornamentik animierte Film von Tomm Moore und Nora Twomey: *Brendan and the secret of Kells*.

Und wenn wir 14 sind, dann wird es noch schwerer

Merve Avdic (13) und Jan Hensel (14) aus der Kinderjury des diesjährigen Festivals wurden vom Berliner Stadtmagazin „zitty“ (3/2009, S. 97) gefragt, was ihre Lieblingsfilme seien. Die Antworten lauteten u. a. *Der Herr der Ringe*, *Der Teufel trägt Prada*, *Fluch der Karibik* und *Sex and the City*. Das sind unbesehen alles keine Kinderfilme. Doch sind das Jugendfilme?

Wenn nicht, was ist dann ein Jugendfilm? Es ist gemeinhin schwierig, hier eine klare, an der Zielgruppe orientierte Abgrenzung vorzunehmen. Angesichts der Problemlage setzt das Team der Berlinale beim entsprechenden Programm im Wettbewerb „14plus“ konsequent auf solche Filme, die junge Menschen in einem sehr realitätsnahen Umfeld zeigen. Ergänzt wird dies durch cineastische Perlen, die oft auf anderen internationalen Festivals bereits preisgekrönt worden sind.

Diese Mischung funktioniert und zieht Jahr für Jahr mehr Besucher an. Das, was dabei in diesem Jahr unmittelbar an jugendlichem Befinden wahrzunehmen war, hinterließ beträchtliche Nachdenklichkeit.

So etwa beim Gewinner des „Gläsernen Bären“ *My Suicide* des Amerikaners David Lee Miller. Der 17-jährige Archie verkündet, dass er als Abschlussfilm eines schulischen Videokurses seinen eigenen Selbstmord zu inszenieren gedenkt. Die Erwachsenen, Lehrer, Eltern, Psychologen, reagieren auf diese Ankündigung panisch und letztendlich hilflos. Bei seinen Mitschülern wird der stille Außenseiter zu einer Art von besonderem Helden. Die einen warten



Mary and Max



Brendan and the secret of Kells



My Suicide



Glowing Stars

sensationsgierig auf den Vollzug der Ankündigung, die anderen offenbaren ihre hinter Masken versteckten Nöte, die denen des Provokateurs nicht unähnlich sind. Archie dokumentiert die Reaktionen seiner Umwelt mit seiner stets aufnahmebereiten Kamera und bearbeitet die Bilder zu rasant geschnittenen und um teilweise animierte Traumsequenzen ergänzte YouTube-Clips, die in der vorgeführten Gesamtheit ein erschütterndes moralisches und seelisches Bild einer modernen Mittelstandsgesellschaft zeigen. Als schließlich ein Mitschüler tatsächlich am Basketballkorb der Turnhalle erhängt gefunden wird, kippt das filmische Experiment, Archie beginnt über den eigenen Bauchnabel hinauszusehen – und die aufgeworfenen Fragen werden an das Publikum weitergereicht. Archies Provokation hat ein offenbar weitverbreitetes Grunddilemma sichtbar gemacht, das die Jury in ihrer Preisbegründung mit „Einsamkeit und Sehnsucht nach Liebe“ beschreibt und welches sie im Film „authentisch und beängstigend“ dargestellt fand.

Archies Dokumentation von der ihn umgebenden jugendlichen Community wirkt wie das Protokoll eines permanenten kollektiven Betäubungsversuchs. Wenn die jungen Leute die Einsamkeit ihrer Kinderzimmer verlassen, dann suchen sie die innerliche Leere mit Drogen und Alkohol zu vergessen, und sie suchen exzessiven Sex, der sich eher an YouPorn-Mustern aus dem Internet als an romantischen körperlichen Entdeckungs- und Erfüllungsvorstellungen orientiert. *My Suicide* stellte diesbezüglich keine Ausnahme im „14plus“-Programm dar. Besonders drastisch wurde das in einem zweiten amerikanischen Beitrag, *Afterschool* von Antonio Campos, deutlich. Hier war nebenbei auch explizit zu erleben, dass die Pornografierezeption längst zur medialen Alltagserfahrung von unter 18-Jährigen geworden ist. Offenbar braucht es immer erst die Katastrophe, um zumindest die Möglichkeit einer Perspektive anzudeuten. Bedingung dafür ist aber die Anerkennung der Defizite, die Akzeptanz von Schmerz und unerfüllbaren Harmoniesehnsüchten und die Formulierung eigener, an der Realität orientierter Wünsche. Jenna im ergreifenden schwedischen Film *Glowing Stars* von Lisa Siwe findet das nach dem Tod der Mutter ebenso wie die lange namenlos bleibende Lucia in *Katia's Sisters* der Holländerin Mijke de Jong, nachdem sie begriffen hat, dass es am Huredasein der Mutter und auch der Schwes-

ter nichts zu beschönigen gibt. Schmerzlicher als für die Frauen im Film *Snow* der Bosnierin Aida Begić angesichts der Ermordung ihrer Männer im Krieg kann die Herausforderung für einen Neubeginn nicht motiviert sein. Er wird für sie möglich, nachdem sie Gelegenheit und Kraft zum Trauern gefunden haben.

Berlinale-Preise 2009 Sektion Generation

Generation „Kplus“, Kinderjury 2009

„Gläserner Bär“ für den besten Spielfilm

C'est pas moi, je le jure! (Ich schwör's, ich war's nicht!) von Philippe Falardeau

Lobende Erwähnung

Max Pinlig (Max Peinlich) von Lotte Svendsen

„Gläserner Bär“ für den besten Kurzfilm

Ulybka Buddy (Buddhas Lächeln) von Bair Dyshenov

Lobende Erwähnung

Oh, My God! (Oh, mein Gott!) von Anne Sewitsky

Generation „14plus“, Jugendjury

„Gläserner Bär“ für den besten Spielfilm

My Suicide von David Lee Miller

Lobende Erwähnung

Mary and Max von Adam Elliot

„Gläserner Bär“ für den besten Kurzfilm

Aphrodite's Farm von Adam Strange

Lobende Erwähnung

Slavar von David Aronowitsch und Hanna Heilborn

Generation „Kplus“, Internationale Jury 2009

Großer Preis des Deutschen Kinderhilfswerkes

C'est pas moi, je le jure! (Ich schwör's, ich war's nicht!) von Philippe Falardeau

Lobende Erwähnung

Flickan (Das Mädchen) von Fredrik Edfeldt

Spezialpreis des Deutschen Kinderhilfswerkes für den besten Kurzfilm

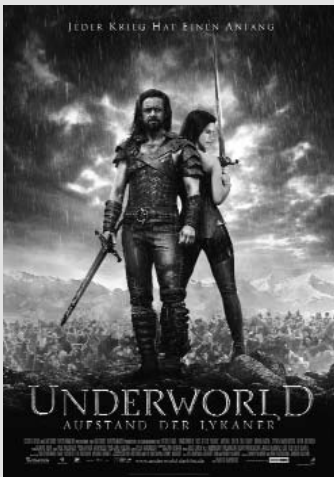
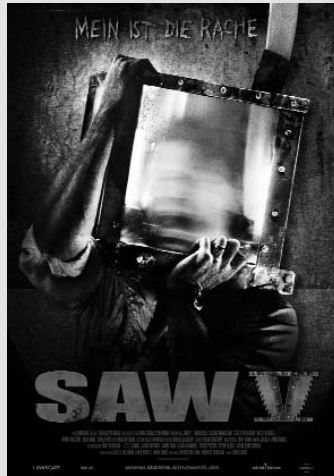
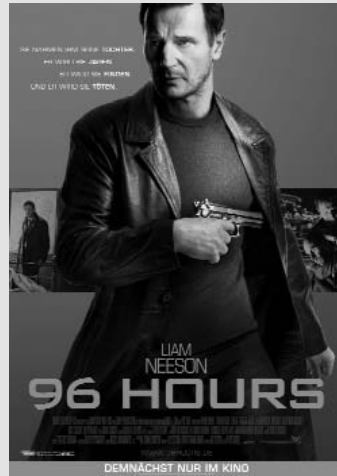
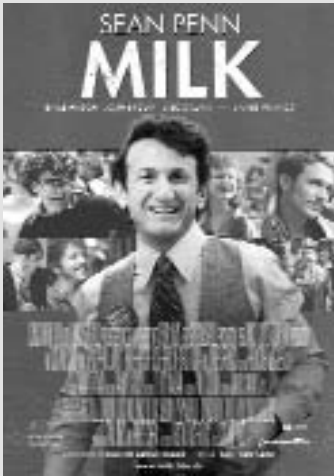
Oh, My God! (Oh, mein Gott!) von Anne Sewitsky

Lobende Erwähnung

Jerrycan (Benzinkanister) von Julius Avery

Klaus-Dieter Felsmann ist freier Publizist, Medienberater und Moderator sowie Vorsitzender in den Präfausschüssen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).





Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

In den europäischen Ländern sind die Kriterien für die Altersfreigaben von Kinofilmen unterschiedlich. *tv diskurs* informiert deshalb regelmäßig über die Freigaben aktueller Spielfilme.

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. Der fremde Sohn OT: The Changeling	12	16	14	15	o.A. !	15	15
2. Freitag, der 13. OT: Friday the 13 th	KJ	16	16	18	12	15	15
3. Frost/Nixon OT: Frost/Nixon	6	12	6	15	o.A.	11	7
4. Gran Torino OT: Gran Torino	12	12	12	15	o.A.	11	15
5. Milk OT: Milk	12	12	10	15	o.A.	11	11
6. 96 Hours OT: Taken	16	12	16	15	12	15	15
7. Saw V OT: Saw V	KJ	16	16	18	16	—	15
8. Der seltsame Fall des Benjamin Button OT: The Curious Case of Benjamin Button	12	6	10	12 A	o.A.	11	11
9. Underworld: Aufstand der Lykaner OT: Underworld: Rise of the Lycans	16	16	14	18	o.A. !	11	—
10. Der Vorleser OT: The Reader	12	12	12	15	—	11	o.A.
11. Watchmen – Die Wächter OT: Watchmen	16	16	16	18	12	15	15
12. The Wrestler OT: The Wrestler	12	12	16	15	o.A. !	15	15

o.A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied/mit erwachsener Begleitung
 ! = Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen
 KJ = Keine Jugendfreigabe (ehemals: „Nicht freigegeben unter 18 Jahren“)

Medienarbeit mit bildungsbenachteiligten Heranwachsenden

Elke Stolzenburg

Anmerkung:

1

Wagner, U. (Hrsg.):
Medienhandeln in Hauptschulmilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München 2008

Das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis hat eine Studie zum Medienhandeln in Hauptschulmilieus durchgeführt¹, die die Aneignungsweise von Medien durch bildungsbenachteiligte Heranwachsende untersucht. Die Ergebnisse lassen auch Rückschlüsse darauf zu, wie Medienarbeit mit dieser Zielgruppe zu gestalten wäre. Die wichtigsten einschlägigen Erkenntnisse sollen an dieser Stelle kurz zusammengefasst werden.

Medien sind ein wichtiger Teil des Alltags von Kindern und Jugendlichen. Sie nutzen sie zur Kommunikation und Unterhaltung, aber auch zur Orientierung und Lebensgestaltung. Dabei ist der Medienumgang von bildungsprivilegierten Jugendlichen und bildungsbenachteiligten Heranwachsenden verschieden, was einerseits mit einem unterschiedlichen Medienwissen, andererseits mit den verschiedenen Zugängen zu Ressourcen begründet werden kann. Unterschiedliches Medienhandeln kann die Kluft zwischen Bildungsbenachteiligten und Bildungsprivilegierten noch vergrößern. Gleichzeitig bietet das Medienhandeln bildungsbenachteiligter Heranwachsender Anknüpfungspunkte, um ihre Medienkompetenz zu erweitern. Um aktive Medienarbeit mit bildungsbenachteiligten Heranwachsenden sinnvoll und in ihrem Interesse gestalten zu können, ist es wichtig zu wissen, wie Jugendliche Medien in ihre Lebensgestaltung einbeziehen und mit welchen Themen und Motiven sie diese Medien verknüpfen.

Medienhandeln in Hauptschulmilieus

Kommunikation

Kommunikative Tätigkeiten nehmen viel Raum in der Nutzung multifunktionaler Medien ein. Heranwachsende vereinbaren gemeinsame Aktivitäten oder treffen Freundinnen und Freunde online im Chat. Ebenfalls von Bedeutung ist der Austausch über den Schulalltag oder die Verbreitung von Neuigkeiten in Social Network Sites (z. B. Lokalisten) oder per Instant Messenger. Auch das Aushandeln von Konflikten mittels Medien ist für die Hauptschülerinnen und Hauptschüler ein wichtiger Faktor.

Einerseits werden die neuen Medien als Kommunikationsraum – frei von der Kontrolle durch Erwachsene – genutzt, andererseits ergeben sich jedoch auch neue gemeinsame Medienhandlungsweisen in der Familie, die Eltern und ihre Kinder tatsächlich näher zusammenbringen. Heranwachsenden mit Migrationshintergrund dient die mediale Kommunikation zur Überwindung räumlicher Distanz und zur Anbindung an die familiäre Herkunftskultur: So wird beispielsweise der Instant Messenger zum kostengünstigen Telefonsatz, oder Familien chatten mittels Webcam gemeinsam mit jenen Familienmitgliedern, die in anderen Ländern leben.

Markt der Möglichkeiten

Musik spielt nach wie vor eine wichtige Rolle im Leben der Heranwachsenden. Das Internet bedient dieses Interesse, indem es vielfältige Möglichkeiten zur Rezeption und zum Download von Musik bietet. Doch auch Bildmaterialien sind begehrt. Dabei ist die Eigenproduktion von Fotos und Bildern für die befragten Hauptschülerinnen und Hauptschüler sehr wichtig; Videos sind im Produktionszusammenhang eher nicht so relevant. Gerade jene Heranwachsenden, die selbst produktiven Tätigkeiten nachgehen (wie z. B. der Fotobearbeitung), erweisen sich als sehr zielstrebig, wenn es um die Erweiterung ihres medienbezogenen Wissens und der erforderlichen Fähigkeiten geht.

Informationsquelle

Neben der Kommunikation und dem Download dient das Internet auch als Informationsquelle für eine ganze Palette von Themen. Dabei dominieren Medienthemen und Freizeitinteressen, doch spielen hier für Hauptschülerinnen und Hauptschüler auch Themen aus den Bereichen Schule und Beruf eine bedeutsame Rolle.

Statussicherung

Ein souveräner und kompetenter Medienumgang erhöht nach Ansicht der Heranwachsenden den Status in der Peergroup und birgt Chancen auf ein berufliches Fortkommen. Deutlich wird in den Ergebnissen aber auch, dass es für die Mehrzahl der Hauptschülerinnen und Hauptschüler eine Idealvorstellung bleibt, sich mit multifunktionalen Medien sehr gut auszukennen. Sie vertrauen eher darauf, in ihrem Bekannten- und Freundeskreis Medienexpertinnen und -experten zu haben, die ihnen mit Rat (und Tat) zur Seite stehen.

Risiken und Gefahren

Im Hinblick auf die Risiken des Internets haben die befragten Hauptschülerinnen und Hauptschüler einen sehr unterschiedlichen Wissensstand. Es zeigt sich beispielsweise, dass ihnen die Gefahren im Internet zwar durchaus bekannt sind, ihr Medienhandeln dem aber widerspricht.

Erfahrungen aus der medienpädagogischen Arbeit

Die Ergebnisse der Studie bestätigen die Erfahrungen aus der medienpädagogischen Arbeit hinsichtlich der Motivation und Interessenlagen der Jugendlichen.

Ein Hauptmotiv von Heranwachsenden ist das „Auflegen“ ihrer Musik, um z. B. mit auditiven Medien Beiträge für Jugendludiosendungen zu produzieren. Über diesen Zusammenhang können sie sowohl angeregt werden, selbst Musik zu produzieren, als auch Inhalte, die ihnen wichtig sind, in ihren Audiobeitrag zu integrieren und damit einen eigenen Beitrag zu „bauen“. Sie erhalten so die Möglichkeit, mit Mitteln, die ihnen meistens sowieso schon zur Verfügung stehen – sprich dem Computer zum Download von Musik, dem MP3-Player, mit dem auch Sprache aufgenommen werden kann, und einer kostenlosen Schnittsoftware aus dem Internet –, kreativ zu werden und ihre Inhalte, ihre Sichtweisen für eine Öffentlichkeit aufzubereiten. Öffentlichkeit wiederum können sie über das Internet herstellen, indem sie eine Webseite kreieren, auf der sie ihre Audioproduktion „podcasten“, oder ihre Produktion über eine Jugendludiosendung oder über den offenen Kanal veröffentlichen.

Gerade von Heranwachsenden mit Migrationshintergrund wird das Internet erfahrungsgemäß vielseitig genutzt, bietet sich hier doch die Möglichkeit, allen Familienmitgliedern in den verschiedenen Ländern – voller Stolz – die Eigenproduktion vorzuführen. Die Präsentation vor der Familie, die eine ganz konkrete und keine unbekannte diffuse Öffentlichkeit darstellt, motiviert auch dazu, die Internetseite aufwendig zu gestalten und mehr abzubilden als das Icon für den Audiopodcast. So wird die Webseite z. B. in einen inhaltlichen Zusammenhang mit dem Audiobeitrag gestellt oder es werden mehr Informationen als die ohnehin im Audiobeitrag präsentierten angeboten.

Vergleichbares gilt für das Interesse an Fotografie oder Bildbearbeitung. Darüber können die Heranwachsenden motiviert werden, Fotogeschichten zu produzieren, die ihr Lebensumfeld und ihren Blick darauf zeigen. Voraussetzung ist, dass die Medienarbeit das Lebensumfeld wie auch die Interessen und Wahrnehmungen der Heranwachsenden in den Mittelpunkt der inhaltlichen Beschäftigung stellt.

Da Bildungsbenachteiligte in der Regel nicht über größere finanzielle Ressourcen verfügen, ist es bei Heranwachsenden aus dieser Klientel für die aktive Medienarbeit sehr wichtig, mit den Medien zu arbeiten, die den Jugendlichen zur Verfügung stehen. Die meisten Heranwachsenden besitzen ein Handy und einen MP3-Player; viele haben auch Zugang zu Computern. Mit dem Handy können sie Fotos oder Clips produzieren, mit dem MP3-Player Interviews, die sie dann wiederum mit dem Computer bearbeiten und auf einer Webseite veröffentlichen können.

Fazit

Die Studie zeigt, dass die Hauptschülerinnen und Hauptschüler teilweise nur bruchstückhaftes Wissen über die Medienwelt und ihre Risiken haben.

Die Kenntnisse über die Medienwelt sukzessive zu erweitern, sollte eine Zielvorgabe der medienpädagogischen Arbeit sein, bilden solche Kenntnisse doch die Grundvoraussetzung für eine selbstbestimmte Nutzung von Medien.

Aktive Medienarbeit zielt darauf, Heranwachsende zu befähigen, sich selbstbestimmt die Welt anzueignen und sie aktiv mitzugestalten. Die inhaltliche Beschäftigung, die kreati-

ve Produktion und schließlich die Präsentation des eigenen Produkts fördern die aktive Auseinandersetzung mit dem eigenen Lebensraum und stärken das Selbstbewusstsein der Jugendlichen.

Aktive Medienarbeit sollte dabei an das Medienhandeln der Heranwachsenden anknüpfen: Die Hauptschülerinnen und Hauptschüler finden ihre Zugänge zu virtuellen Medienwelten vor allem über präsentative Ausdrucksformen. Dies betrifft auch die Ebene der Produktion und Veröffentlichung, was für die aktive Medienarbeit einen ausgezeichneten Ansatz bietet.

Die Symbolik der Medienwelt ist in dem alltäglichen Medienhandeln der Jugendlichen präsent. Für die pädagogische Arbeit bedeutet das, diese Ausdrucksformen über Bilder und Symbole verstärkt in pädagogische Prozesse einzubinden und nutzbar zu machen. Ziel ist dabei, die Heranwachsenden anzuregen, sich einerseits Sinn und Bedeutung medialer Symbolwelten systematisch zu erschließen und diese Welten andererseits selbst aktiv zu gestalten.

Die etablierte Praxis der Jugendlichen, sich untereinander Unterstützung zu geben oder ein Feedback zu bekommen, bietet gerade für Hauptschülerinnen und Hauptschüler gute Möglichkeiten, sich selbst Fähigkeiten zu erarbeiten und das eigene Wissen zu erweitern.

Elke Stolzenburg
ist Referentin für Medienarbeit am JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.





Reality-TV als

Aneignung und Distanzierung bei der Identitätsbildung

Früher war bekanntlich alles besser! Die soziale Herkunft, die Regeln der Gemeinschaft sowie die Gebote und Verbote der Religion entschieden in Verbindung mit persönlichen Merkmalen wie Begabungen, Charaktereigenschaften und Aussehen weitgehend darüber, welchen Platz ein heranwachsender Mensch in der Gesellschaft einnehmen konnte. Die Entwicklung des Ich-Gefühls, die Vorstellung darüber, was der Einzelne ist, was ihn als Person auszeichnet, welche Formen von Beziehung er eingeht, nach welchen Kriterien sein Verhalten zu bewerten ist und wie er sich von anderen abgrenzt – all das war stark normiert.

In pluralistischen Gesellschaften mit freiheitlich-demokratischen Grundordnungen ist der Spielraum für den Einzelnen sehr viel größer geworden. Der Preis der Freiheit liegt jedoch darin, dass die Ansprüche an den Heranwachsenden, aber auch an die Eltern erheblich gestiegen sind. Der Lebensweg ist nicht mehr

vorgegeben, der junge Mensch muss sich stattdessen immer neu entscheiden, wohin er gehen will, was ihn ausmacht, wie er sich in welchen Bereichen gegenüber anderen abgrenzt und er seine Einzigartigkeit im Kontext einer äußerst komplexen Umgebung herstellt und definiert. Erziehung findet längst nicht mehr allein in der Auseinandersetzung mit Eltern, Familie, Lehrern oder dem Pfarrer statt. Über die Medien werden inzwischen verschiedenste Wertvorstellungen, Verhaltensweisen, Ideale, Lebenswege und Meinungen aus aller Welt in die letzten Winkel jedes noch so kleinen Dorfes transportiert und treten so in Konkurrenz zu den klassischen Sozialisationsinstanzen. Innerhalb eines bestimmten Rahmens, den Verfassungen durch ihre Grundwerte und Staaten durch ihre Gesetze vorgeben, bleibt dem Einzelnen eine enorme Vielfalt an Möglichkeiten, seine Identität zu gestalten. An die Stelle von strikten Regeln treten Orientierungsangebote, welche die Freiheit lassen, sie an-

Orientierungshilfe



zunehmen, sie abzulehnen oder sich nach eigenem Belieben aus Teilen daraus eine eigene Identität zu konstruieren.

Diesen Orientierungsangeboten stehen die spezifischen Eigenschaften des Subjekts Mensch gegenüber. Intellektuelle oder musische Begabungen, sportliche Talente, ein introvertiertes oder extrovertiertes Wesen sowie die Fähigkeit zur sozialen Interaktion entwickeln sich in einer Mischung von genetischen Determinanten und sozialen Einflüssen. Die meisten Heranwachsenden orientieren sich nach oben, zu den Älteren, den Erfolgreichen, den Prominenten. So entstehen Wünsche und Vorstellungen darüber, was man aus sich machen will. Um ein realistisches und starkes Ich zu entwickeln, ist es unerlässlich, auszutesten, wie weit die eigenen Fähigkeiten mit diesen Wünschen übereinstimmen. Bereits Kinder lieben Wettbewerbe oder Spiele, die gewonnen werden wollen. Der soziale Vergleich mit anderen ist oft enttäuschend und schmerzhaft, wenn man

dabei schlecht abschneidet. Aber wahrscheinlich ist es noch schlechter zu ertragen, gar nicht zu wissen, wo man steht.

Reality-Formate bieten hier eine breite Projektionsfläche. Kindern und Jugendlichen werden Modelle und Orientierungen angeboten, die nicht länger nur aus der (unerreichbaren) Welt der Stars und Experten kommen, sondern aus allen gesellschaftlichen Schichten. *tv diskurs* sucht unter verschiedenen Aspekten eine Antwort auf die Frage, was junge Menschen daran fasziniert, anderen dabei zuzuschauen, wie sie sich vor Juries in Castingshows blamieren oder bewähren, wie sie sich bei Schulden und anderen Lebensproblemen in aller Öffentlichkeit helfen lassen. Geht es hier nur um Voyeurismus und Schadenfreude oder werden auch Orientierungen geboten, die bei der Entwicklung des eigenen Ichs behilflich sind?

Man selbst sein

Alexander Grau

Die Frage nach dem Selbst und seiner Identität ist die Grundfrage der Moderne. Von den Denkern der Renaissance über Descartes bis Kant und Hegel war man sich einig, dass die Antwort auf die Frage nach der Identität im Subjekt selbst liegt. Erst die moderne Soziologie hat im Hinblick auf die Identitätsbildung die Aufmerksamkeit auf die Rolle der Gesellschaft gelenkt. Doch das Selbst ist keine soziale Konstruktion. Die Kognitionspsychologie erarbeitet daher differenzierte Vorstellungen des Selbst und eröffnet so Perspektiven auf eine identitätspsychologische Medienwirkungsforschung.

„Ich bin nicht, was ich bin“, lässt Shakespeare Jago rufen. Glaubt man modernen Medientheoretikern, hätte der Mann einfach etwas mehr Fernsehen schauen sollen. Denn Identitätsbildung, so wird uns erzählt, findet durch die Medien statt. Allerdings ist diese Sicht der Dinge nicht ganz unumstritten. Die meisten Medienkritiker behaupten eher das Gegenteil. Aus ihrer Perspektive verhindern Medien eine ernst zu nehmende Identitätsbildung: Es gibt eben kein richtiges Leben im falschen. Das Ergebnis medialer Identitätsbildung, so die Befürchtung, sind im besten Fall ein paar trottelige Superstars, viel wahrscheinlicher aber die Jagos von morgen.

Nun gut, vermutlich erzieht Heidi Klum ihre Fangemeinde nicht zu Desdemonas, doch zu einer Lady Macbeth werden ihre Zuschauerinnen vor dem Fernseher auch nicht. Bleibt die Frage, inwieweit Medien überhaupt zu einer Identitätsbildung beitragen. Deren Beantwortung wiederum hängt in erheblichem Maße davon ab, was man eigentlich unter persönlicher Identität versteht. Ist Identität in diesem Sinne ein statischer Zustand, den man einmal erreicht oder gegebenenfalls eben nicht? Oder handelt es sich dabei eher um einen Prozess, der niemals abgeschlossen ist und der verfehlt wird, wenn die Persönlichkeitsentwicklung stehen bleibt?

Eigentlich liegt es schon in der Logik der Sache, dass es nicht unproblematisch ist, den Begriff „Identität“ auf Persönlichkeitsbildung anzuwenden. Streng genommen dürften nur multiple Persönlichkeiten Zustände von Identität erreichen, denn identisch können nur mehrere verschiedene Dinge sein. Von einer Sache oder einer Person zu sagen, sie sei identisch mit sich selbst, ist daher eigentlich Unfug. Aber vielleicht gibt diese – logisch gesehen unsaubere – Verwendung des Begriffs „Identität“ einen Hinweis darauf, was Menschen meinen, wenn sie von persönlicher Identität sprechen. Anscheinend verbirgt sich hinter dieser Formulierung das Bild, dass es zwei Aspekte unserer Persönlichkeit gibt, die nicht von Natur aus in Einklang sind, sondern erst mittels einer speziellen Anstrengung, der Identitätswerdung oder -findung, zusammengebracht werden müssen. Doch welche Aspekte unserer Persönlichkeit könnten das sein? Weder ist klar, was das in mir sein soll, das erst mit etwas anderem zusammengebracht werden muss, damit ich identisch mit mir selbst bin, noch ist unmittelbar evident, was das andere sein könnte, das mit etwas in mir identisch sein muss, damit ich identisch mit mir selbst bin.

Genau genommen ist es sogar vollkommen unmöglich – pathologische Ausnahmen siehe oben –, nicht identisch mit sich selbst zu sein. Auch wenn das eine harte oder sogar unerfreuliche Einsicht ist: Wir sind immer mit uns selbst identisch. Insbesondere vielleicht dann, wenn uns das gar nicht passt und wir wieder einmal lügen oder faul sind oder feige. Hier liegt zugleich die Lösung für die seltsame Rede von der Identität: Eine Identität zu suchen, bedeutet in der Alltagssprache gemeinhin, anders sein zu wollen, als man ist. Das andere, mit dem der nach Identität Suchende identisch sein will, ist sein inneres Bild von einem idealen oder richtigen Leben. Das erklärt zugleich, weshalb die Suche nach persönlicher Identität in dem Moment beginnt, in dem entwicklungspsychologisch die Persönlichkeitsentwicklung eigentlich abgeschlossen ist: in der Pubertät. Man muss paradoxerweise eine halbwegs reife Person sein, um sich selbst als unvollständig oder nicht authentisch zu erfahren.

Statt von Identitätsfindung sollte man daher vielleicht etwas weniger spektakulär von Persönlichkeitsbildung oder Selbstwerdung sprechen und damit zunächst die problematische Assoziation, dass der Weg zum Ich nur über etwas führt, das gleichsam außerhalb liegt und mit dem es identisch werden muss, zurückweisen.

Das Selbst, seine Ichs und die anderen

Die Verwechslung von Identität und Selbst hat eine lange Tradition, die sich in der deutschen Geistesgeschichte besonders eindringlich im Deutschen Idealismus, namentlich bei Fichte, Schelling und Hegel manifestiert hat. Um beides unter einen Hut zu bringen, das Selbst und seine Identität, waren diese Philosophen genötigt, das Selbst als eine – Achtung, jetzt wird es kompliziert – Identität von Identität und Nicht-Identität zu definieren.

Dass die Skepsis, das Selbst über etwas außer ihm Liegendes zu definieren, nicht an den Haaren herbeigezogen ist, zeigt die Wirkungsgeschichte des Idealismus. Insbesondere Fichtes und Hegels Staatsdenken ist mehr oder minder totalitär, und es ist nur folgerichtig, dass beide das Individuum im Staat aufgehen lassen und damit dem Totalitarismus des 20. Jahrhunderts intellektuell den Boden bereitet haben. Es bedurfte schon eines Exports des idealistischen Vokabulars in die USA, um insbesondere Hegels

Grundideen demokratietauglich zu machen. Zu diesem Zweck musste es zudem von der Philosophie in die Sozialpsychologie übertragen werden. Diese Aufgabe übernahm George Herbert Mead.

Schon der Titel von Meads – posthum zusammengestelltem – Hauptwerk führt uns mitten hinein in die schon diskutierte Problematik: *Mind, Self and Society* übersetzt als *Geist, Identität und Gesellschaft* (Mead 1968). Natürlich kann man über diese Übersetzung streiten. Doch immerhin ist sie insoweit berechtigt, als Mead das Selbst tatsächlich als eine Identität denkt, die sich aus dem Subjekt als Subjekt ergibt und dem Subjekt, insofern es sich als Objekt betrachtet.

Diese Spaltung des Subjekts in ein subjektives Subjekt und ein sich objektivierendes Subjekt ist das deutschidealistische Erbe in Meads Sozialpsychologie. Doch Mead war nicht nur Hegelianer, er entstammte zugleich einer kongregationalistischen Familie. Kongregationalisten unterscheiden sich von anderen protestantischen Kirchen dadurch, dass sie mit Verweis auf die Bibel jede Form der Kirchenorganisation oberhalb der einzelnen Gemeinde ablehnen. Die einzelne Gemeinschaft ist absolut autonom und unmittelbar zu Gott. Zugleich konstituiert sich die Gemeinschaft durch einen willentlichen Gründungsakt der einzelnen Gläubigen. Dieses dialektische Verständnis von Selbst und Gemeinschaft der kongregationalistischen Gemeinden spiegelt sich in Meads Konzeption von Identität wider.

„Identität“, so schreibt Mead, „ist vom eigentlichen physiologischen Organismus verschieden. Identität entwickelt sich; sie ist bei der Geburt anfänglich nicht vorhanden, entsteht aber innerhalb des gesellschaftlichen Erfahrungs- und Tätigkeitsprozesses“ (Mead 1968,

»Eine Identität zu suchen, bedeutet in der Alltagssprache gemeinhin, anders sein zu wollen, als man ist. Das andere, mit dem der nach Identität Suchende identisch sein will, ist sein inneres Bild von einem idealen oder richtigen Leben.«

S. 177). Identität wird demnach durch Interaktion mit dem anderen generiert und zwar, so Mead, mittels der Sprache, durch das Spiel und im Wettkampf. Das bedeutet: Identität bildet sich dort aus, wo der Einzelne einer Gemeinschaft angehört, die Regeln dieser Gemeinschaft annimmt und seine individuelle Interpretation der Regeln durch sein Handeln in diese Gemeinschaft gleichsam zurückträgt.

Obwohl Identität also das Ergebnis „kooperativer Tätigkeiten“ (ebd., S. 207) ist, erschöpft sie sich nach Mead nicht darin, eine Haltung innerhalb einer Gruppe einzunehmen. Um diese These zu begründen, unterscheidet er, anknüpfend an William James, zwischen dem „I“ und dem „Me“, in der deutschen Übersetzung dem „Ich“ und dem „ICH“: „Das „Ich“ ist die Reaktion des Organismus auf die Haltung anderer; das „ICH“ ist die organisierte Gruppe von Haltungen anderer, die man selbst einnimmt“ (ebd., S. 218).

Das bedeutet, dass das „Ich“ der etwas unzuverlässige Impulsgeber ist, während das „ICH“ die Handlungen des „Ich“ einordnet und bewertet. „Beide Aspekte, ‚Ich‘ und ‚ICH‘, sind für den vollen Ausdruck der Identität absolut notwendig“ (ebd., S. 243), da wir sowohl Teil von Gemeinschaften sind als auch Einzelne, die auf gesellschaftliche Situationen reagieren müssen. „Ich“ und „ICH“ sind bei Mead somit auch nicht Aspekte der Persönlichkeit, sondern Phasen, die jedes Individuum anders gewichtet.

Da beide Phasen individueller Existenz jedoch gesellschaftlich vermittelt sind, ist Identität bei Mead letztlich das Ergebnis eines Prozesses, in Zuge dessen sich der Einzelne in ein Verhältnis zu einer Gemeinschaft setzt. Das bedeutet nicht, dass der Einzelne das Produkt einer Gemeinschaft ist, aber: Identität ist nur möglich,

»Identität bildet sich dort aus, wo der Einzelne einer Gemeinschaft angehört, die Regeln dieser Gemeinschaft annimmt und seine individuelle Interpretation der Regeln durch sein Handeln in diese Gemeinschaft gleichsam zurückträgt.«

wo er „die Haltungen der anderen Individuen ihm gegenüber in einem organisierten Rahmen gesellschaftlicher Beziehung einnimmt“ (ebd., S. 270).

Das kann man natürlich auch bezweifeln. Insbesondere gute Liberale würden darauf pochen, dass das Individuum zunächst einmal Individuum ist und nicht erst das Ergebnis einer sozialen Rolle. Zudem wird diese nicht allein durch die Gemeinschaft festgelegt. Wichtig ist auch, welche Rolle das Individuum überhaupt spielen möchte. Das bedeutet nicht, dass das Individuum grenzenloser Herr seiner Identität ist, einfacher Knecht einer sozialen Rolle ist es aber auch nicht.

Das Selbst als Schauspieler

Wie problematisch bei der Suche nach einer adäquaten Beschreibung des Selbst eine einseitige Fixierung auf dessen soziale Rolle ist, wird bei Erving Goffman deutlich. Goffman erkennt zwar, dass die Rollenerwartungen an das Selbst weitaus heterogener sind, als es Mead beschreibt, zugleich aber übergeht er den individuellen und persönlichen Kern des Selbst, etwa dessen autobiografische Erinnerung, vollständig. Gerechterweise muss man allerdings sagen, dass Goffman dieser Aspekt sehr wohl bewusst ist, geht es ihm doch „nicht um Menschen und ihre Situationen, sondern eher um Situationen und ihre Menschen“ (Goffman 1971, S. 9).

Goffman beschreibt das Selbst hinsichtlich zweier Aspekte oder Dimensionen: als Image und als Spieler. Das Image ist dabei der positive soziale Wert, „den man für sich durch die Verhaltensstrategie erwirbt, von der die anderen annehmen, man verfolge sie in einer bestimmten Interaktion“ (ebd., S. 10). Spieler ist das Selbst in sozial festgelegten Handlungsritualen, den Spielen, in denen es als Spielfigur eine gewisse Rolle einnimmt.

Image und Spieler sind jedoch, so Goffman, eng aufeinander bezogen. Erst durch ein entsprechendes Image werden wir überhaupt zu ernst zu nehmenden Spielern. Durch unsere Sozialisation erlernen wir „Verhaltenselemente, die man haben muss, soll man als Interagierender eingesetzt werden“ (ebd., S. 52).

In letzter Konsequenz bedeutet das, dass Image und Selbst weitgehend deckungsgleich sind. Das von einer Gruppe einem Individuum zugeschriebene Selbst ist „ein Produkt einer erfolgreichen Szene und nicht ihre Ursache“ (Goff-

man 1969, S. 231). Im Klartext: „Das Selbst als dargestellte Rolle ist also gar kein organisches Ding, das einen spezifischen Ort hat und dessen Schicksal es ist, geboren zu werden, zu reifen und zu sterben; es ist eine dramatische Wirkung, die sich aus einer dargestellten Szene entfaltet“ (ebd.).

Goffmans Theatermetaphorik übernimmt Lothar Krappmann. Er variiert sie allerdings etwas stärker zugunsten des Individuums: Der Schauspieler hat bei Krappmann, wenn man so will, etwas mehr Mitbestimmungsrecht über seine eigene Rolle: „Den Eindruck, den das Individuum in seinen Anstrengungen, Identität zu behaupten, vermittelt, ist der eines ständig jonglierenden und balancierenden Artisten, eines Schauspielers, der in einem Augenblick das gesamte Geschehen auf der Bühne beherrscht und sich dann leise wieder davonstiehlt, eines geschickten Händlers, der seine Verträge mit Vorbehaltsklauseln in jeder Hinsicht absichert und dann doch alles auf eine Karte setzt, fast eines Scharlatans, der sich in seinen vieldeutigen Äußerungen letztlich auf nichts festlegen lässt“ (Krappmann 1988, S. 56).

Das Schlüsselwort, das beschreibt, weshalb für uns Artisten unser Tanz auf dem Hochseil der Identitätsfindung so mühsam ist, lautet Balance. Wir versuchen, so Krappmann, permanent zwei Dimensionen des Selbst auszubalancieren: unsere biografische, diachrone Identität mit ihrem Ehrgeiz, nicht so zu sein wie alle anderen, und unsere soziale, synchrone Identität mit ihrem Anspruch, genau so sein zu wollen wie alle anderen auch. Dieses Dilemma führt uns in eine Existenz des „Als-ob“ – ein Terminus, den Krappmann von Kant und dem Neukantianer Hans Vaihinger übernimmt: Wir versuchen so zu sein, als ob wir einzigartig und zugleich wie alle anderen sind. Norbert Bolz hat diesen Sachverhalt Jahrzehnte später in die schöne Formel vom „Konformisten des Andersseins“ (1999) gefasst.

Identität ist für Krappmann daher „nicht mit einem starren Selbstbild, das das Individuum für sich entworfen hat, zu verwechseln; vielmehr stellt sie eine immer wieder neue Verknüpfungen früherer und anderer Interaktionsbeteiligungen des Individuums mit den Erwartungen und Bedürfnissen, die in der aktuellen Situation auftreten, dar“ (Krappmann 1988, S. 9). Das bedeutet, „dass weder der Einzelne seine Identität allein, sozusagen privat, definieren, noch dass die Umwelt sie ihm zudiktieren kann“ (ebd.,

»So etwas wie die Gesellschaft gibt es nicht; es gibt nur Individuen.«

Margaret Thatcher, britische Premierministerin (1979–1990)

S. 67). Gleichwohl ist auch für Krappmann Identitätsbildung in letzter Konsequenz über die Gemeinschaft vermittelt. Der Einzelne entwirft seine Identität, indem er auf die „Erwartungen der anderen, der Menschen in engeren und weiteren Beziehungskreisen, antwortet“ (ebd.).

Mead verstand sich als Sozialpsychologe, Goffmann als Soziologe, Gleiches gilt für Krappmann. Und hier liegt ein Problem: Ein im Kern soziologischer Ansatz nimmt den Einzelnen naturgemäß immer von außen in den Blick – als den anderen, als „Gefährten“ (lat. socius), als Teil einer Gemeinschaft. Verfährt man so, kommt man schnell auf den Gedanken, dass der Einzelne seine Identität auf andere hin entwirft, dass sie ein Ergebnis seiner sozialen Rolle oder sogar – noch radikaler – nichts anderes als eine soziale Konstruktion ist. Doch Identität lässt sich nicht auf soziale Identität reduzieren.

Vielleicht sollte man die Sache daher ganz anders angehen. Die bekannte Sozialphilosophin Margaret Hilda Thatcher hat es in einem Interview einmal so ausgedrückt: „So etwas wie die Gesellschaft gibt es nicht; es gibt nur Individuen.“ Individuen interpretieren ihre Umwelt aufgrund ihres Selbstverständnisses und konstruieren so Gemeinschaften. Gesellschaften, das hat die „Eiserne Lady“ hellsichtig erkannt, sind das Ergebnis von interpretierender Selbstwahrnehmung und nicht etwa umgekehrt. Und das bedeutet: Die Frage nach der Identität ist mit dem Verweis auf die Gesellschaft nicht oder zumindest nicht ausreichend beantwortet.

Das Selbst, sein Selbstkonzept und dessen Selbstkonstrukte

Identität ist zunächst einmal, darauf haben ganz interdisziplinär der Soziologe Hans-Peter Frey und der Psychologe Karl Haußer hingewiesen, ein „selbstreflexiver Prozess eines Individuums“ (1987, S. 4), der zwar von der Reaktion seiner sozialen Umwelt abhängt, zunächst einmal aber im Bewusstsein des Einzelnen verankert ist. Sie „entsteht aus situativer Erfahrung, welche übersituativ verarbeitet und generalisiert wird“ (ebd., S. 21). Das Selbstwertgefühl, also die übergreifende emotionale Komponente von Identität, entwickelt und ändert sich durch das Ausbalancieren von drei verschiedenen Aspekten des Selbst: des Selbstkonzepts, situativer Selbstbewertungen und innerer Kontrollüberzeugungen. Identität ist somit ein dynamisches Beziehungsgefüge, das sich aus kognitiven, emotionalen und motivationalen Komponenten zusammensetzt (vgl. Haußer 1983).

Das Fundament unserer Persönlichkeit bildet dabei die kognitive Ebene, also unser jeweiliges Selbstkonzept, unser Wissen, unsere Überzeugungen und Vorstellungen von uns selbst. Dieses Fundament ist keine soziale Konstruktion, es ist aber abhängig von jeweiligen Kontexten. Das bedeutet wiederum nicht, dass wir unser Wissen über uns selbst in jeder beliebigen Situation vollkommen neu konstituieren, allerdings tragen die jeweiligen Umstände einer Situation dazu bei, bestimmte Aspekte unseres Selbst stärker wahrzunehmen und andere Eigenschaften abzublenden.

Allerdings muss man auch hier einschränken: Nicht die Kontexte selbst beeinflussen die Selbstkonstruktion, sondern vielmehr die subjektive Wahrnehmung des jeweiligen Kontextes. Die allerdings kann wiederum abhängig von kulturellen, mithin sozialen Prägungen sein.

In der Forschung wird daher zwischen interdependenten und interdependenten Selbstkonstrukten unterschieden, wobei Erstere „die Besonderheit der eigenen Person unabhängig von anderen“ beschreiben, während Letztere „solche Aspekte beinhalten, die man mit anderen, einem nahestehenden Personen teilt“ (Kühnen/Hannover 2003, S. 3).

Aus kognitionspsychologischer Sicht ist das Selbst zunächst einmal eine Gedächtnisrepräsentation, „in der die Gesamtheit selbstbezogenen Wissens enkodiert ist“ (ebd.). Das Selbstkonzept ist dabei keine einheitliche, sondern eine vielfältige kognitive Struktur, die sich in Teilwissensbestände untergliedern lässt, die Selbstkonstrukte. Das bedeutet, dass das Selbstkonzept als Ganzes das Ergebnis jeweils abgerufener einzelner Selbstkonstrukte ist, die spezielle Aspekte der eigenen Person beinhalten. Widersprüche zwischen den einzelnen Selbstkonstrukten fallen u. a. deshalb nicht auf, weil in einer konkreten Situation meist nur die passenden Ausschnitte des Selbstwissens aktiviert werden. Allenfalls im Rahmen einer selbstkritischen Rückschau geht einem dann hin und wieder auf, dass das eigene Verhalten im Widerspruch zu früheren Äußerungen stand. So haben die meisten sicher schon einmal festgestellt, dass die eigenen politischen Selbstverortungen in verschiedenen Diskussionskontexten erheblich voneinander abweichen können – je nachdem, mit wem man diskutiert.

Situationsbezogene Selbstzuschreibungen haben allerdings auch langfristige Effekte. Und an diesem Punkt wird es spätestens für die Medienwirkungsforschung interessant, „da mit jeder situationalen Aktivierung auch die chronische Zugänglichkeit des betreffenden Konstrukts steigt“ (ebd., S. 5). Mit anderen Worten: Je häufiger ich mich in Situationen begeben, die konkrete Selbstkonstrukte aktivieren, desto leichter werden diese Selbstkonstrukte auch in Zukunft aktiviert. Das ist der Grund dafür, dass Kultur „als chronische Aktivierungsquelle für unterschiedliches Selbstwissen verstanden werden kann“ (ebd.). Zugleich ist hier aber auch der Ansatzpunkt, an dem die Medienrezeption gegebenenfalls selbstverstärkende Lerneffekte auf Selbstkonstrukte haben kann. Im ungünstigen Fall kann sich qua Medienrezeption so ein verzerrtes Selbstbild festsetzen, einzelne Selbstkonstruktionen können überakzentuiert werden.

»Im ungünstigen Fall kann sich qua Medienrezeption ein verzerrtes Selbstbild festsetzen, einzelne Selbstkonstruktionen können überakzentuiert werden.«

Erfolgt Identitätsbildung also medial? Die wenig überraschende Antwort lautet: ja und nein. Nein, weil bei einem verantwortungsvollen Medienkonsum die Situationen, in denen Selbstkonstruktionen aufgebaut werden können, gegenüber realem Erleben quantitativ und qualitativ verblassen. Mediale Inhalte dienen bestenfalls als Vehikel realer Interaktion – wenn etwa auf dem Pausenhof über *DSDS* diskutiert wird. Ja, wenn der Medienkonsum qualitativ und quantitativ ein gewisses Maß übersteigt und der gefährdungsgeneigte Rezipient sich in Scheinwelten verliert und Selbstkonstrukte entwickelt, die entweder an der Realität scheitern und zu Frustrationserlebnissen führen oder sozial unverträgliche Handlungsmuster idealisieren. Nicht nur Shakespeares Dramen, auch der Alltag lehrt uns allerdings, dass die ernsthaften Persönlichkeitsstörungen weniger auf Medienrezeptionen beruhen, sondern auf dem Umgang ganz realer Menschen untereinander.

»Nicht nur Shakespeares Dramen, auch der Alltag lehrt uns, dass die ernsthaften Persönlichkeitsstörungen weniger auf Medienrezeptionen beruhen, sondern auf dem Umgang ganz realer Menschen untereinander.«

Literatur:

Bolz, N.:

Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik. München 1999

Frey, H.-P./Haußer, K. (Hrsg.):

Identität. Entwicklungen psychologischer und soziologischer Forschung. Stuttgart 1987

Goffman, E.:

Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München 1969

Goffman, E.:

Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main 1971

Haußer, K.:

Identitätsentwicklung. New York 1983

Krappmann, L.:

Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. Stuttgart 1988 (7. Aufl.)

Kühnen, U./Hannover, B.:

Kultur, Selbstkonzept und Kognition. In: Zeitschrift für Psychologie, 211/2003, S. 212–224

Mead, G. H.:

Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt am Main 1968

Dr. Alexander Grau forscht über die Theoriebildung in der Philosophie und arbeitet als freier Autor und Lektor.



Realityshows, soziale Netzwerke und Videoüberwachung

Die Grenzen des Privaten werden gesellschaftlich immer neu ausgehandelt

Während Jugendliche vergangener Generationen gegen den „Wissensdurst“ des Staates im Zusammenhang mit der Volkszählung auf die Straße gingen, stellen junge Menschen heute freiwillig alle möglichen Informationen über sich ins Netz. In Unterhaltungsformaten plaudern sie freizügig über ihre Schuldenlast oder sie lassen sich in Castingshows

niedermachen, weil sie sich als Superstar fühlen, aber letztlich keinen Ton treffen. Was macht solche Menschen für die Zuschauer interessant? Was ist daran unterhaltsam? Und wie öffentlich will der moderne Mensch sein? *tv diskurs* sprach darüber mit PD Dr. Gerd Hallenberger, Medienwissenschaftler an der Universität Marburg.



Seit es privates Fernsehen gibt, ist ein starker Paradigmenwechsel im Bereich der Unterhaltung zu verzeichnen: Der Konsument wird immer mehr zum Akteur. Mit den Talkshows hat das begonnen. Wo früher Prominente oder Experten saßen, sind jetzt Menschen wie du und ich zu sehen. Was ist daran so interessant?

Dieser Prozess ist verschiedentlich als eine Art Entautorisierung des Mediums beschrieben worden. Bis in die 1970er- und 1980er-Jahre hinein wurde auf die Frage, wer die Tagesschau veranstaltet, gerne angekreuzt: die Bundesregierung. Fernsehen wurde oftmals als eine hoheitliche Veranstaltung verstanden, was sowohl Konsequenzen für das sichtbare Personal, die verhandelten Themen und somit auch die Nutzungsmöglichkeiten hatte. Mit dem sogenannten Privatfernsehen, was ja eigentlich privat-rechtliches Fernsehen meint, war dann tatsächlich eine Art Privatisierung verbunden. Fernsehen war nun weniger eine hoheitliche als vielmehr eine Marktveranstaltung, die nicht mehr mit der Aura des Höheren oder der reinen Oberschichtenveranstaltung versehen war. Vormalig kamen Menschen wie du und ich allenfalls als Quizkandidaten oder als Informations- und Stichwortgeber vor. Das, wofür das Konzept der Daily Talks in den 1990er-Jahren stand, war im Grunde genommen nicht nur eine dramatische Vermehrung des entsprechenden Personals. Auf einmal war es eben nicht mehr normal, dass nur Prominente oder Experten in Talkshows saßen, sondern

besagte Menschen wie du und ich. Es ging jetzt auch um die Themen, die diesen Menschen wichtig waren oder zumindest scheinbar am Herzen lagen. Es waren jetzt nicht mehr vorgegebene Themen, zu denen sie sich in amateurhafter Annäherung an den Expertendiskurs äußerten, sondern sie redeten, wie ihnen der Schnabel gewachsen war, nämlich in ihrer normalen Umgangssprache. Das wurde natürlich als radikale Änderung des Gesprächsfernsehens begriffen.

Die direkte Nachfolge auf diesem Sendeplatz übernahmen später die Gerichtsshows. Haben wir hier dasselbe in Grün?

Man kann es vielleicht als eine Weiterentwicklung beschreiben, bei der bestimmte Nachteile, die das Konzept der klassischen Daily Talks mit sich brachte, aufgehoben worden sind. Ein klassischer Nachteil war, dass die Sendung von einer Moderatorin oder einem Moderator geleitet wurde, die bzw. der weder über große Sachkompetenz verfügen musste, noch Autorität genug besaß, um in Streitfragen tatsächlich zu einem Ergebnis zu führen. Meistens redeten die Menschen also wild durcheinander und die Moderation versuchte, halbwegs organisierend-moderierend einzugreifen. Mit dem Übergang zu den Gerichtsshows gab es mehrere zentrale Veränderungen: Auf einmal gab es ein Ergebnis – und zwar nicht nur irgendein Ergebnis, sondern nun wurde im Namen des Volkes tatsächlich ein Verfahren zu einem offiziellen Ende gebracht. Auf einmal hatte das Ganze eine Finaldramaturgie. Finaldramaturgie heißt, es gibt auch andere, festgelegte dramaturgische Zwischenschritte, also nicht ein im Grunde genommen gleichbleibendes Hin- und Herreden ohne Steigerung, sondern eine ganz klare Ablaufslogik. Am Anfang wird der Fall geschildert, es finden Zeugenvernehmung und Beweisaufnahmen statt, dann gibt es die Plädoyers und abschließend ein Urteil. Diesen dramaturgischen Bogen hatten Talkshows nicht. Zudem hat der Richter – im Gegensatz zur Moderatorin oder zum Moderator – nun Autorität. Das Urteil gilt.

Das erinnert an die Shakespeare'sche Dramentheorie: Im normalen Gang der Welt kommt es zu einem Tabubruch, einer Regelverletzung, und im Endeffekt ist es der Sinn des Dramas, die Kette des Seins wiederherzustellen.

Völlig richtig. Die Entwicklung kann man verfolgen, wenn man Gerichtsshows im Fernsehen mit realen Gerichtsverhandlungen vergleicht. In wirklichen Gerichten geht es natürlich ganz anders zu. Bei näherem Hinsehen wird offensichtlich, dass Gerichtsshows eine Art Kompromiss zwischen einer realen Gerichtsverhandlung und einer Talkshow darstellen. Vieles von dem, was in Gerichtsshows völlig normal ist – wie etwa, dass Zeugen anfangen, untereinander zu reden oder dass Beschimp-

fungen aus dem Publikum die Regel sind –, gehört im wahren Leben nicht zum Alltag bei Gerichtsverhandlungen. Die Binnenlogik von Gerichtsshows ist vielmehr mit der Binnenlogik von Talkshows verwandt.

Das Publikum als Akteur hat sich nun in ganz vielen Sendungen immer stärker ausdifferenziert. Themen, die früher in Talkshows verhandelt wurden, werden jetzt zu eigenständigen Themen von Sendungen gemacht, wie etwa die Schuldenproblematik.

Im Grunde genommen haben wir hier eine Drei-Schritt-Entwicklung. Schritt eins waren die Talkshows, das Normale, das Ungeschönte. Das umgangssprachlich sich artikulierende Leben kommt ins Fernsehen – und zwar sehr massiv. Immerhin so massiv, dass über etliche Jahre hinweg der Nachmittag zumindest bei zwei bis drei großen Sendern fast flächendeckend nur mit Talkshows bestritten wurde. Mit dem zweiten Schritt wird das Ganze ein bisschen strukturierter, es bekommt eine klar erkennbare Dramaturgie, Autorität kommt ins Spiel. Mit den Gerichtsshows wurde der Schritt vom Chaos hin zur Ordnung vollzogen. Der dritte Entwicklungsschritt hat sich in den letzten Jahren im Formatfernsehen mit einer sehr breit gestreuten Angebotspalette von Helpertainment-Formaten bis hin zum Coaching-TV vollzogen. Jetzt naht auch die Rettung für die unterschiedlichsten Problemlagen, sei es Kindererziehung, Geldmangel oder Wohnungseinrichtung.

In Formaten, in denen das Publikum zum Akteur wird, spielen oft Menschen eine Rolle, bei denen man das Gefühl hat, dass sie der Medienpräsenz überhaupt nicht gewachsen sind. Die Meinungen darüber, wie weit man in der Darstellung von Privatem und Intimem gehen darf, liegen entsprechend auseinander. Wie lässt sich dies zum einen aus Sicht des Senders und zum anderen unter dem Aspekt der öffentlichen Verträglichkeit betrachten?

Ich möchte zunächst auf den letztgenannten Punkt eingehen, denn gerade die Frage, was öffentlich und was privat ist, ist ein gesellschaftliches Thema, das in jeder Kultur permanent neu ausgehandelt wird und sich verändert. Auf der einen Seite war allein über die Veränderung des Personals in Talkshows plötzlich eine ganz andere Qualität von Privatheit im Fernsehen zu sehen. Auf der anderen Seite war das gesamte Thema der Sichtbarkeit zu einer gesellschaftlichen Angelegenheit mit anderer Qualität geworden. Nehmen wir als ein Beispiel öffentliche Räume, Plätze, Einkaufszonen, Parkhäuser – hier gibt es eine sehr weitgehende Präsenz von Kameraüberwachung im Alltagsleben. Außerdem hat ein jeder von uns mit Hilfe von Webcams die Möglichkeit, eine öffentliche Sichtbarkeit der eigenen Privatheit und des eigenen Privatlebens herzustellen. Das ist – schon unter medien-

technologischem Aspekt betrachtet – eine völlig andere Ausgangssituation als vor 40 Jahren. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage dann natürlich anders. Denn eigentlich könnte ich ja auch etwas dagegen haben, wenn ich in einer Tiefgarage von einer Überwachungskamera gefilmt werde, wie mir sämtliche Einkäufe aus der Tasche purzeln, weil ich meinen Autoschlüssel nicht finden kann. Man kann sich nicht sicher sein, dass das nicht veröffentlicht wird, denn es gibt schon Fernsehformate, die Material von Kameraüberwachungen verwenden. Was die Produktionsseite angeht: Wenn wir an Formate wie Deutschland sucht den Superstar denken, kann eigentlich heute niemand mehr behaupten, dass er nicht wüsste, was ihn dort erwartet. Bei der ersten Staffel von Big Brother war das anders: Diejenigen, die damals mitmachten, hatten keine realistische Vorstellung von dem, was mit ihnen geschehen würde. Man konnte ihnen allenfalls Bänder zeigen, wie es in anderen Ländern aussah, aber was es konkret bedeutet und welche Folgewirkungen es in Deutschland haben würde, das alles war vollkommen unabsehbar. Mittlerweile ist bekannt, was dort geschieht. Interessanterweise ist es im Falle von DSDS so, dass gerade jene untalentierten Kandidaten, die mit Schimpf und Schande bedacht werden, vorher sagten, dass sie die Sprüche von Dieter Bohlen prima finden. Man kann also annehmen, dass sie wissen, wie das Ganze funktioniert, und dass sie ihr Einverständnis mit dem Verfahren erkennbar signalisiert haben. Man darf nicht unterschätzen, dass es sich bei der Teilnahme auch um eine Mutprobe handelt. Abgesehen von dem Phänomen der medialen Sichtbarkeit, ähnelt es letztendlich dem Phänomen, dass männliche Jugendliche als Mutprobe Horrorfilme im Kino ansehen. Wer hält am längsten durch? Wer schaut als Erster weg?

Natürlich kann man argumentieren, dass der medienkompetente und reflektierte Mensch einschätzen kann, was auf ihn zukommt, aber gerade bei DSDS haben wir auch Personen, bei denen man das Gefühl hat, dass sie überhaupt nicht in der Lage sind, die Diskrepanz zwischen dem, was gefordert wird, und dem, was sie tatsächlich leisten können, zu erkennen. Ähnliches sehen wir auch bei Menschen, die sich bei der Schuldnerberatung im Fernsehen melden. Ist dieser Mensch, der offensichtlich nicht nur finanzielle, sondern auch psychische Probleme hat, in der Lage, einzuschätzen, welche Konsequenzen eine Veröffentlichung seiner privaten Umstände überhaupt hat?

Ich glaube, das ist ein ausgesprochen kompliziertes Feld, bei dem es vor allem eins nicht gibt: einfache Antworten. Wenn man das Argument, man müsse diese Menschen vor sich selbst schützen, ernst nimmt und den moralischen Imperativ einführt, muss man gleichzeitig auch fragen, wovor man die Menschen sonst noch schützen muss. Muss man z. B. NPD-Wähler davor schützen, dass sie diese Partei

wählen, indem man ihnen das Wahlrecht entzieht? Das Problem ist, dass die Sachlage sehr offensichtlich zu sein scheint: Hier werden Menschen zum Zwecke des Unterhaltungsangebots – z. T. in sehr derber Form – vorgeführt und bloßgestellt. Es hängt ein mittleres Fragezeichen darüber, inwieweit sie selbst tatsächlich realisieren, was da mit ihnen passiert. Wer hat sie dahin gebracht? Häufig hat man den Eindruck, da waren wohlmeinende oder eben gar nicht so wohlmeinende Freunde, Bekannte und Verwandte am Werk, die fanden, dass die oder der „Kleine“ doch immer so schön gesungen hat. Wo sind hier die Erziehungsberechtigten? Wer sind die Berater, was sagt das Umfeld? Allerdings hatte man bei verschiedenen DSDS-Kandidaten im Nachhinein durchaus den Eindruck, dass ihnen bewusst war, was passieren kann; dass allein die Verheißung, im Fernsehen sein zu können, als so erstrebenswert galt, dass dafür die schon bekannte Möglichkeit von Demütigung und Bloßstellung durchaus billigend in Kauf genommen wurde.

Warum zeigt man bei diesen Menschen im Fernsehen plötzlich so ein großes Mitgefühl? Unzählige Menschen geraten beispielsweise durch falsche Bankberatung in tiefste Armut. Das tangiert uns nicht, weil es im privaten Bereich geschieht. Aber wenn im Fernsehen gezeigt wird, wie man sich über Menschen lustig macht, findet man es unmoralisch.

Es scheint vor allem noch immer ein Missverständnis darüber zu geben, was Fernsehen eigentlich ist. In diesen Diskussionen finden wir ein Echo der alten Vorstellung, das Fernsehen sei eine hoheitsvolle Veranstaltung, der entsprechend auch ein besonders hohes Maß an Verantwortung zugeschrieben wird. Allerdings haben wir mittlerweile eher ein Fernsehen, das wie der Zeitschriftenmarkt funktioniert: Es gibt ein relativ unübersehbares Angebot, in dem es das Gute genauso gibt wie das Schlechte, das Anstößige genauso wie das Anspruchsvolle. Die Auswahl in diesem großen publizistischen Supermarkt, in dem man alles finden kann, muss jeder selbst treffen.

Die Rezipienten schauen sich z. B. DSDS mit völlig unterschiedlichen Motiven an. Vermutlich liegt darin auch ein Grund für den Erfolg der Sendung: Der eine schaut es, weil er musikinteressiert ist, der andere will wissen, wie man zum Star werden kann, und wieder ein anderer amüsiert sich darüber, wie sich Menschen zum Hampelmann machen. Also geht es doch um symbolische Prozesse, an denen sich jeder abarbeiten kann.

Im Grunde genommen ähnelt es dem sogenannten moralischen Erschauern, wie es aus früheren Jahrhunderten bekannt ist: Über ein drittes Objekt wurde ein innerer Appell an das eigene Wertesystem gerichtet, d. h., über das Schämen wurde eine Bestätigung, eine Stabilisierung eigener

Werthaltungen inszeniert. Allgemein betrachtet laufen hier zwei Dinge zusammen: Der eine Punkt ist natürlich, dass Unterhaltung etwas ist, was Zuschauer mit dem Programm anstellen. Das kann man weder vorprogrammieren noch genau vorhersagen. Es ist ergebnisoffen, was dort passiert. Zum anderen hat sich in vielen Medienbereichen die Zahl der Angebote dramatisch erhöht. Die Marktsegmente, die über einen Künstler, einen Stil, eine Stilistik oder ein Subgenre erreicht werden können, werden tendenziell immer etwas kleiner. Ausdifferenzierung ist ein Prozess, der sich nicht wieder rückgängig machen lässt. Wer mit derartigen Angeboten also Geld verdienen oder im Fall des Fernsehens Zuschauer erreichen will, muss sich Gedanken darüber machen, wie er möglichst viele der existierenden Teilgruppen gleichzeitig gewinnen kann. Im Musikbereich kann man das schon seit den 1980er-Jahren am Phänomen Crossover – einer Mischung aus unterschiedlichen Musikstilen – beobachten: die Bündelung von Attraktoren mit dem Ziel der Kumulation von Publika. Wenn ich mir unter diesem Aspekt heutige Helptainment-Sendungen anschau, erkenne ich Formate, die für unterschiedlich interessierte Mitglieder des gesamten Fernsehpublikums unterschiedliche Zugänge und Umgangsweisen bieten. Nehmen wir etwa den Schuldnerberater Zwegat: Mit diesem Format werden zum einen Menschen bedient, die informationsorientiert sind, aber diese Information nicht in Form einer klassischen ARD-Ratgeber-Sendung bekommen möchten. Zum anderen haben wir die Zentralfigur des Helfers, also ein Angebot der parasozialen Interaktion, in diesem Fall Herr Zwegat. Des Weiteren gibt es auch einen Zugang über die Menschen, die dort beraten werden: Was sind das für Menschen? Tragen sie selbst Schuld an ihrer unglücklichen Lage oder sind sie unverschuldet in etwas hineingeraten? Das schafft immer einen Gefühlsanteil. Zudem haben solche Helptainment-Formate eine ganz klare Binnendramaturgie, eine Verlaufsspannung. Als einzelner Nutzer kann ich meine Interessen natürlich kombinieren. Ich muss also nicht nur ein einzelnes Element oder die Gesamtsendung gut finden, sondern kann viele Zugänge zu einer Sendung entdecken.

Spielt dabei auch eine Rolle, dass hier einerseits die Hoffnung vermittelt wird, es gäbe immer Wege aus scheinbar unlösbaren Situationen, und dass andererseits die Zuschauer das Gefühl bekommen, mit ihren Problemen nicht allein zu sein?

Sehr richtig, denn im Grunde genommen ist die Einstiegsvoraussetzung, um mich überhaupt auf solche Sendungen einzulassen, die, dass die Problematik etwas mit meiner Lebenswelt oder Alltagssituation zu tun hat. Wenn das gegeben ist, lassen sich unterschiedliche Basisstrategien entwickeln. Aus der Geschichte der Daily Talks wissen wir, dass die zentralen Zuwendungsmotive nicht unbedingt in der Thematik an sich

liegen, sondern eher in dem Gedanken: „Gott sei Dank, dass ich diese Probleme nicht habe.“ Mit anderen Worten: in der Stabilisierung der eigenen Lebenssituation. Damit ist gar nicht unbedingt verbunden, dass ich diese Menschen ganz furchtbar finden muss. Es reicht vollkommen, wenn ich mich in meiner eigenen Welt damit stabilisiere. Angesichts der aktuellen Welle von Helptainment- und Coaching-Formaten kann man durchaus auf die Idee kommen, das Ganze mit allgemein gesellschaftlichen Zuständen in Beziehung zu setzen, sich also z. B. die Frage stellen, ob wir eine Gesellschaft sind, die wirklich dringend Hilfe braucht, die sich selbst nicht mehr helfen kann, die nach Autoritäten sucht.

Es ist interessant, dass es auch gesellschaftliche Institutionen gibt, die genau das Gleiche anbieten wie etwa die Super-Nanny oder der Schuldnerberater Zwegat. Nun fürchten die Institutionen Konkurrenz...

Meine erste Vermutung wäre eine ganz andere. Gerade dort, wo es öffentliche Beratungsstellen und Ähnliches gibt, dürfte der Normalfall eher sein, dass es miserabel ausgestattete Stellen sind, die eigentlich froh über jeden sind, der nicht kommt, weil sie ohnehin in hohem Maße überlastet sind. Der andere Punkt ist, dass öffentliche Angebote eventuell eine erhebliche Schwelle für die Betroffenen darstellen. Für viele kommt es einer Art Schuldeingeständnis gleich, sich an eine Behörde zu wenden, wenn sie mit der Erziehung des Kindes nicht mehr klarkommen oder ihnen die finanzielle Situation über den Kopf wächst.

Dann ist es aber verwunderlich, dass diese Menschen einerseits Hemmungen haben, zu einer Behörde zu gehen, es aber andererseits völlig in Ordnung finden, das Ganze einem Millionenpublikum im Fernsehen vorzuführen.

Das Fernsehen ist nun mal keine Behörde. Zudem wissen wir von etlichen Fällen – vor allem von der Super-Nanny –, bei denen, wenn erforderlich, der Rahmen des Fernsehens verlassen und sehr explizit auf Beratungsstellen hingewiesen wurde. Das gilt auch für andere Formate. Über Fernsehen und Fernsehunterhaltung können Menschen erreicht werden, die entweder nie auf die Idee gekommen wären, sich an öffentliche Beratungseinrichtungen zu wenden, oder die noch gar nicht realisiert haben, dass bei ihnen Hilfebedarf besteht.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.

Christina Heinen

Bauer sucht Frau

Zuhause im Glück

Zwischen Voyeurismus und Anteilnahme, Fremdschämen und Empathie – sind die neuen Coaching-Reportagen rund um das Thema Familie ein Fall für den Jugendmedienschutz?

Helptainment-Formate sind in der Prüfpraxis der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) im Verhältnis zur Programmrealität stark unterrepräsentiert, obwohl sich Zuschauer immer wieder über die sogenannten Coaching-Reportagen beschweren. Moniert wird dabei oft der – als

ehrverletzend oder gar „entwürdigend“ wahrgenommene – Umgang mit den Teilnehmern. Den Teilnehmerschutz, der nicht Gegenstand der Programmprüfung ist, mit Jugendmedienschutz-Aspekten in Beziehung zu setzen, ist jedoch nur selten möglich.

Die Familie als Hort des Schreckens bestimmte als schier unerschöpfliches Diskussionsthema in den 1990er-Jahren ca. ein Drittel der nachmittäglichen Talkshows¹. In aktuellen Reality-Formaten, die das Fernsehpublikum in seiner – wenngleich dramaturgisch zugespitzt präsentierten und bis hin zum Skript für einzelne Szenen durchinszenierten – alltäglichen Lebenswirklichkeit darstellen, werden dysfunktionale Familienstrukturen zunehmend zum Gegenstand einer mehr oder minder professionell begleiteten Krisenintervention. Die persönlichen und sozialen Schwächen der Akteure werden dabei, teils um die Intervention zu begründen, teils um den Unterhaltungswert zu steigern, ungeschönt präsentiert, mitunter noch zusätzlich betont durch eine entsprechende redaktionelle Nachbearbeitung und Kommentierung. Die damit beabsichtigte Emotionalisierung des Zuschauers gelingt: Man fühlt mit den Akteuren, macht sich über sie lustig, schämt sich an ihrer Stelle, möchte helfen oder sie vor sich selbst beschützen. Da der Schutz der Teilnehmer an Reality-TV-Veranstaltungen nicht im Zentrum der Programmprüfung steht, stellt sich die Frage, ob und wie die acht- und respektlose Darstellung von Menschen auf den kindlichen und jugendlichen Rezipienten wirkt.

Helptainment dominiert den Nachmittag

Die Entwicklung des Helptainments oder Coaching-TV² begann hierzulande 2003/2004 mit der Adaption zweier britischer Formate für den deutschen Fernsehmarkt: *Frauentausch* (RTL II) und *Die Super Nanny* (RTL). Eher als weniger stark formatierte, nicht an einen festen Ablauf gebundene Doku-Soaps denn als Helptainment-Formate verstehen sich die nachmittags täglich von Montag bis Freitag ausgestrahlten ProSieben-Reportagereien *We are Family! So lebt Deutschland*, *Lebe Deinen Traum! Jetzt wird alles anders* und *U 20 – Deutschland, Deine Teenies*. Trotz ihres Authentizitätsversprechens werden viele Szenen dieser „Real-Life-Dokus“ nach einem Skript gedreht, sind die Sendungen durchinszeniert auf eine bestimmte Dramaturgie, mitunter auch auf eine bestimmte Aussage hin. Die Familiendynamik bleibt von der Anwesenheit eines Kamerteams nicht unberührt.

Magersucht in *We are Family*

So z. B. in der Reportage *We are Family – Wenn Du so weiter hungerst, stirbst du!*, die auf Anregung der Stieftochter Alexandra und in der Hoffnung, dadurch möge sich etwas ändern, die Lebenssituation der schwer essgestörten, extrem untergewichtigen Melanie (28) und ihrer Familie darstellt. Melanie konfrontiert ihre Mutter vor laufender Kamera erstmals damit, dass sie als Kind durch einen engen Freund der Familie regelmäßig sexuell missbraucht worden ist. Die Mutter reagiert scheinbar voll-

kommen emotionslos, weiß dazu weder etwas zu sagen, noch Anteilnahme am Leiden ihrer Tochter zu zeigen. Der (nicht im Bild sichtbare) Journalist bricht schließlich das Schweigen, hakt nach: „Ich habe das Gefühl, das kommt gar nicht so bei Ihnen an.“

Die Mehrheit des FSF-Prüfausschusses sah für zuschauende Kinder unter 12 Jahren das Wirkungsrisiko der übermäßigen Angsterzeugung „durch eine unzureichende Darstellung realitätsnaher Inhalte, die im Lebenskontext von Kindern besonders angstvoll erlebt werden (z. B. Familienkonflikte). Kinder sähen der Auflösung einer Familie zu. [...] Zahlreiche massiv belastende Themen und ihre Behandlung wie die Alkoholkrankheit von Lakki und Melanie, Melanies Bulimie und Magersucht, die Auseinandersetzungen in der Familie, der sexuelle Missbrauch durch einen Freund der Familie, die Tatsache, dass dieser für seine Taten nicht bestraft wird im Gegensatz zu seinem Opfer, das seitdem unter lebensbedrohlichen Krankheiten leidet, die Unfähigkeit der Mutter – in Melanies Kindheit für ihren Schutz zu sorgen als auch im Nachhinein Empathie und Hilfe zu vermitteln – werden von z. T. sehr eindrücklichen Bildern begleitet (Aufnahmen vom körperlichen Zustand Melanies, Würgen, Erbrechen in der Toilette)“ (FSF-Gutachten). Die beantragte Ausstrahlung im Tagesprogramm wurde abgelehnt und die Sendung für die Ausstrahlung im Hauptabendprogramm freigegeben.

Coaching-Reportagen werden der FSF nur in Ausnahmefällen zur Prüfung vorgelegt

In der Prüfpraxis der FSF sind die Helptainment-Formate im Verhältnis zur Programmrealität deutlich unterrepräsentiert. Der wichtigste Grund dafür ist, dass der überwiegende Teil dieser Formate keine jugendschutzrelevanten Inhalte aufweist. Vereinzelt legen die Sender ausländische Programme vor, um Hinweise auf mögliche Jugendschutzbedenken zu erhalten, die den geplanten Kauf von Formatlizenzen beeinflussen könnten. So suchte ein Prüfausschuss z. B. im Juli 2004 eine Episode der britischen *Super Nanny* und gab sie für die Ausstrahlung im Tagesprogramm frei. Die Prüfer beurteilten die Ratgeber-Funktion der Nanny positiv, äußerten jedoch theoretische Bedenken hinsichtlich einer möglichen zugespitzteren Inszenierung in der deutschen Version, „sollte das Kamerteam nicht mehr als begleitendes Medium das Geschehen verfolgen, wie es in der englischen Version geschieht, sondern dramaturgisch in den Verlauf eingreifen, so dass die Bilder effekt- und wirkungsvoller auf die Zuschauer wirken und zugespitzte Konfliktsituationen eine negative, potenziell ängstigende Wirkung erzielen könnten“.

Kuppel- und Coachingsendungen wie *Bauer sucht Frau*, *Liebe mich und meine Kinder*, *Mitten im Leben* oder

Anmerkungen:

1
Mikos, L./Semeria, S.: *Guter Rat ist kostenlos. Lebenshilfe-Formate: Ein Überblick* (Vortrag bei der tv impuls-Tagung der FSF in Berlin am 18.01.2008). Abrufbar unter: www.fsf.de

2
Als Weiterentwicklung klassischer Ratgeber-Formate hin zu weniger didaktischen, stärker unterhaltungsorientierten Formen, oftmals beschränkt mit Erzählformen der Doku-Soap („Coaching-Reportage“), d. h., die Fokussierung auf die Person des Rat Gebenden wird aufgebrochen zugunsten mehrerer Protagonisten. Charakteristisch für die Entwicklung der neuen Helptainment-Formate ist, dass sie die Möglichkeiten der Medienkonvergenz nutzen, indem sie die narrative, oftmals durchinszenierte und auf fiktionale Erzählstrategien zugeschnittene Darstellung eines spezifischen Einzelfalls im Fernsehen verbinden mit stärker auf den Nutzer hin orientierten, individuell abrufbaren Informationen zum Thema im Internet (s. dazu auch **Renner, K.:** *Die Ausdifferenzierung der Ratgeber- und Lebenshilfe-Formate im deutschen Fernsehen* (Abstract zum Vortrag bei der Tagung „Mediengattungen: Ausdifferenzierung und Konvergenz“ am 13./14.02.2009 in Gießen).

3

Die Format-Idee des britischen Originals *Wife Swap* – jemand wird in eine ihm völlig fremde Umgebung verpflanzt und so zwei kontrastierende Lebensentwürfe miteinander konfrontiert – wurde in der Folge durch andere „Swap“-Formate wie *Willkommen in der Nachbarschaft* immer wieder aufgegriffen.

4

Rechtschreibfehler werden durch Kringel hervorgehoben, ein misslungenes Mittagessen durch ein eingeleitetes Kochrezept verbalbert, die Unbeholfenheit Ritas durch karikierende Musik und einen spöttischen Kommentar betont u.Ä.



Zuhause im Glück



Zuhause im Glück



Bauer sucht Frau

Zuhause im Glück sind häufig Gegenstand von Beschwerden bei der Hotline der FSF, oft motiviert durch die Sorge um die Teilnehmer.

Die Super-Nanny vollzieht den Übergang von medialer zu realer Beratung

Auch die viel diskutierte, im November 2008 ausgestrahlte „Justin“-Episode der *Super Nanny*, in der ein 7-jähriger Junge unter Hinzuziehung des Jugendamtes und mit dem Einverständnis seiner psychisch schwer gestörten Mutter in einer Pflegefamilie untergebracht wird, war Gegenstand einer Zuschauerbeschwerde: Der Beschwerdeführer sah die Würde des Jungen nicht nur durch die Mutter, die ihn vor laufender Kamera quält und misshandelt, schließlich jedoch erkennt, dass sie ihr Kind vor sich schützen muss, sondern auch durch die Ausstrahlung der Sendung verletzt. Dem konnte nicht gefolgt werden, zwei Einzelprüfer, die sich mit der Sendung befassten, kamen unabhängig voneinander zu dem Ergebnis, dass kein Verstoß gegen die Bestimmungen des Jugendmedienschutzes vorliegt: „Die Menschenwürde wird durch die vorliegende Sendung klar nicht verletzt. Nach der sogenannten Objektformel ist eine Verletzung der Menschenwürde anzunehmen, wenn die Subjektqualität des Menschen prinzipiell missachtet, er als bloßes Objekt behandelt wird. Dies ist in der vorliegenden Sendung nicht der Fall. Vielmehr geht es in der Sendung gerade darum, beiden Menschen, der Mutter und dem 7-Jährigen, zu helfen und die für den Jungen unwürdigen Zustände in seiner Familie zu beenden. Die Gesamttendenz der Sendung legt somit gerade nicht eine Haltung nahe, die die Menschenwürde als Grundwert prinzipiell in Frage stellt.“

Frauentausch als Präzedenzfall

Als weitaus weniger eindeutig wurde die Wirkung einer Episode des *Swap*³-Formats *Frauentausch* beurteilt, die ebenfalls über die Beschwerdhotline zur FSF gelangte. Die Grundidee einer Konfrontation kontrastierender Lebensentwürfe und gegensätzlicher Milieus wird in dieser Sendung auf die Spitze getrieben und ist mit einer deutlichen Auf- bzw. Abwertung der Teilnehmerinnen verbunden, die durch die redaktionelle Bearbeitung⁴ signifikant verstärkt und durch den Kommentar unterstrichen wird.

Die 44-jährige Rita und ihr Mann Roland (45) wohnen mit ihren beiden Kindern (5 und 8) in einer völlig verdreckten Wohnung in einem tristen Plattenbau in Berlin-Schönefeld. Sie leben von Hartz IV. Rita wirkt in ihren Reaktionen teilweise verzögert, sie kann sich nur mühsam artikulieren, kaum lesen oder schreiben, hat einen unangenehmen Körpergeruch und ist schon mit einfachen Tätigkeiten wie dem Bedienen einer Waschmaschi-

ne, dem Kochen oder Putzen deutlich überfordert. Sie tauscht für zehn Tage mit Thembi (30), die mit ihrem Mann Sascha (33) und den beiden Töchtern Joy (6) und Nina (4) in einer kleinen, aber blitzsauberen Wohnung in Heinsberg, der westlichsten Kreisstadt Deutschlands lebt. Thembi und Sascha werden als hart arbeitend, trotzdem lebenslustig und sehr um das Wohl ihrer Kinder bemüht dargestellt. Für Menschen, die von Sozialleistungen leben, haben sie überhaupt kein Verständnis, empfinden gar „Ekel“.

Die Zuschauerbeschwerde richtete sich gegen die Darstellung der „offensichtlich hilfbedürftigen“ Rita, die von den Sendeverantwortlichen für ihr Unterhaltungsformat „missbraucht“ und in zynischer Form in ihrem Versagen vorgeführt werde.

Einer der beiden in Folge der Beschwerde mit der Sendung befassten Einzelprüfer erkannte einen möglichen Verstoß gegen Jugendschutzbestimmungen: „Das auffällige Verhalten Ritas und ihre Schwächen werden in der Sendung betont und mit spöttischer oder abwertender Kommentierung verschränkt. Andere mögliche Ursachen für die Verhaltensauffälligkeiten bleiben ausgespart.“

Kinder könnten durch die Sendung in der Haltung bestärkt werden, es sei lustig und legitim, sich über das Aussehen, das Anderssein oder die Schwächen anderer lustig zu machen oder sie abzuwerten.“

Die *Frauentausch*-Episode wurde entsprechend diesem Votum durch einen Prüfausschuss gesichtet, der Hinweise auf eine mögliche Sendeunzulässigkeit erkannte. Das Programm wurde an einen juristischen Sachverständigen weitergegeben. Dieser vertrat die Auffassung, dass die Sendung gegen die Menschenwürde verstoße, namentlich gegen § 4 Abs. 1 S. 1 Nr. 8 JMStV.

Die Prüfentscheidung „Sendeunzulässigkeit“ wurde in einem Berufungsverfahren durch einen Juristenausschuss aufgehoben. Die Subjektqualität und der soziale Achtungsanspruch des Berliner Ehepaares würden allein durch deren despektierliche Darstellung in der Sendung nicht schon negiert; Bloßstellungen durch die wiederholte Hervorhebung fehlender Sauberkeit (Thembi bricht in Tränen aus, als sie die Berliner Wohnung sieht und erfährt, „dass hier Kinder leben“) und unzureichender Körperhygiene (Sascha fordert Rita auf, in die Badewanne zu gehen; er beschwert sich wiederholt über ihren unangenehmen Körpergeruch) würden allenfalls das Persönlichkeitsrecht tangieren, etwa im Sinne einer Ehrverletzung oder Beleidigung. Dass Rita und Roland Kritik als Anstoß für Veränderungen begreifen und dankbar aufnehmen, wurde vom Juristenausschuss in Abgrenzung zu den Vorinstanzen nicht als Aufwertung der Perspektive der Heinsberger Tauschfamilie oder des herablassenden Kommentars, sondern als weitere Manifestation der Subjektqualität Ritas im Kontext der Sendung begriffen. Zu bedenken gegeben wird im Gutachten des Juristenausschusses

abschließend, ob nicht gerade der Ruf nach einem Ausstrahlungsverbot für die Sendung, um die Teilnehmer vor sich selbst zu schützen, deren Handlungsautonomie untergrabe und damit ihre Subjektqualität angreife. Nachdem so die Sendeunzulässigkeit abschließend geklärt worden war, entschied ein Prüfausschuss die Freigabe der Sendung für die Ausstrahlung im Tagesprogramm.

Fazit

Der Fall *Frauentausch* zeigt, dass der – obwohl von allen Instanzen als tendenziell ehrverletzend wahrgenommene – Umgang mit den Akteuren des Formats mit den Bestimmungen des Jugendmedienschutzes nicht zu greifen ist und nur schwerlich mit einer eventuellen entwicklungsbeeinträchtigenden Wirkung der Darstellungen auf den Rezipienten in Beziehung gesetzt werden kann. Bei der Tagesprogrammierung von Casting-Formaten wird in der Prüfpraxis der FSF davon ausgegangen, dass in der befürwortenden Präsentation eines acht- und respektlosen Umgangs mit schwachen Menschen ein mögliches Risikopotenzial für jüngere Kinder liegt (s. der Beitrag zu *DSDS* in dieser Ausgabe, S. 34 ff.). Coaching-Reportagen, die soziale Realität in deutlich ausschnitthafter, einzelfallbezogener Form darstellen bzw. inszenieren und die, wie bei *Frauentausch* oder *Willkommen in der Nachbarschaft*, ein konfrontatives Moment weitgehend in das Aufeinandertreffen gegensätzlicher Milieus hineinverlagern und Beleidigungen und abwertende Äußerungen als Stellungnahmen Dritter von der Gesamtaussage der Sendung zumindest formal separieren, kommt möglicherweise eine geringere Normen konstituierende Kraft zu als einem Show-Format mit prominent besetzter Jury. Obwohl der Fall *Frauentausch* sicherlich Anhaltspunkte für die Prüfpraxis gibt, muss die Frage, wie eine mögliche herabwürdigende Darstellung bzw. ein acht- und respektloser Umgang mit Menschen auf Kinder wirkt, weiterhin im Hinblick auf den jeweiligen Einzelfall geklärt werden.

Christina Heinen
ist hauptamtliche Prüferin
bei der Freiwilligen
Selbstkontrolle Fernsehen
(FSF).



Claudia Mikat

Deutschland sucht den Superstar

„Persönlichkeit wie 'ne Bockwurst!“

Was in der aktuellen Staffel von
Deutschland sucht den Superstar
anders ist

Die Castingshow *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* wird in Deutschland zurzeit in der sechsten Staffel ausgestrahlt. Erstmals wurden die Anfangsfolgen, die das Casting darstellen, vorab der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) zur Prüfung vorgelegt. Eine Prüfung durch die FSF hatte die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) wiederholt gefordert, nachdem im Vorjahr die Tagesprogrammierung der ersten vier Folgen Gegenstand eines Beanstandungsverfahrens war, das wegen wiederholter Jugendschutzverstöße in *DSDS* mit einer Bußgeldzahlung durch RTL in Höhe von 100.000 Euro abgeschlossen wurde.

Für die aktuellen Casting-Folgen konnte die FSF, z. T. unter Schnittauflagen, einer Platzierung im Tagesprogramm zustimmen. Grundlage der Prüfung waren eigens für die Castingshow und vergleichbare Formate entwickelte Kriterien des FSF-Kuratoriums.¹ Diese Richtlinien dienten gleichzeitig der Produktionsfirma wie auch der Redaktion und dem Jugendschutzbeauftragten des Senders als Maßgabe für die Herstellung und Bewertung der Sendung. Welches sind die relevanten Kriterien für *DSDS* und was hat sich im Vergleich zu früheren Staffeln verändert?

„Was sagt der ‚Master of Disaster‘?“ – Die Show und ihr Protagonist Dieter Bohlen

Kaum jemand kann bei der nunmehr sechsten Auflage der Castingshow *DSDS* in Deutschland behaupten, sie oder er wisse nicht, was einen erwartet. Das gilt für die Zuschauer wie auch für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Es gilt sogar für diejenigen, die nie auch nur eine Sendung von *DSDS* verfolgt haben, weil das Format crossmedial vermarktet wird und Gegenstand verschiedenster Medienangebote ist. Die Regeln der Show sind einfach: In einem Gesangswettbewerb präsentieren sich Kandidatinnen und Kandidaten einer Jury, ihr Talent und ihr Habitus werden bewertet, sie scheiden aus oder kommen in die nächste Runde, in der dann die Zuschauerinnen und Zuschauer über ihr Weiterkommen abstimmen. Der Protagonist der Show, Musikproduzent und Jurykopf Dieter Bohlen, gelangte zu umstrittener Berühmtheit, weil er seine Rolle des schonungslosen Kommentators mit einer oft drastischen fäkalsprachlichen Wortwahl ausschmückte, die von der Tagespresse und im Internet wirksam zitiert werden konnte und die Bohlen inzwischen in vier eigenen Publikationen weiterverwertete.² Bohlen bedient sein Image als Medienfigur, wenn er aberwitzige Vergleiche und derbe Frotzeleien zu seinem (und zum *DSDS*-) Markenzeichen macht. Das ist mal witzig, meist geschmacklich diskutabel, manchmal beleidigend und abwertend. Da dem „Pop-Titan“ Bohlen zugleich das Image des erfolgreichen Produzenten mit Gespür für den Markt anhaftet, gilt sein Urteil weithin als kompetent und in Verbindung mit der unverblühten Sprache als „unverfälscht“ und „wahrhaftig“. Entsprechend wird Bohlens Kommentar Gewicht beigemessen – im Sendungsanzug wie auch durch die Kandidatinnen und Kandidaten, für die seine Bewertung selbst in aussichtsloser Lage von einigem Wert zu sein scheint. Nur so lässt sich erklären, warum etwa Kandidat M. nach zwei freundlichen, aber klar vernichtenden Urteilen der anderen beiden Jurymitglieder erwartungsvoll auf Bohlen blickt: „Und, was sagt der ‚Master of Disaster‘?“

Anmerkungen:

1

Das in einer Arbeitsgruppe des FSF-Kuratoriums mit Sendevertretern und FSF-Prüfern entwickelte Richtlinienpapier ist abrufbar unter: www.fsf.de.

2

Nichts als die Wahrheit (2002); *Hinter den Kulissen* (2003); *Meine Hammer-Sprüche* (2006); *Nur die Harten kommen in den Garten* (2008)

Nun sind die absurden Vergleiche und Bewertungen in der Regel auch für jüngere Kinder erkennbar „weit hergeholt“ und nicht mit allgemein akzeptierter „normaler“ Sprache zu verwechseln. Aussagen wie „musikalisches Bolzenschussgerät“, „Persönlichkeit wie ’ne Bockwurst“ oder „Schnappkarpfen mit Haarteil“ dürften für heitere Gespräche vor dem Bildschirm oder auf dem Schulhof sorgen, sind für sich genommen aber nicht entwicklungsbeeinträchtigend oder erziehungsabträglich. „Kinder im Grundschulalter wissen, dass ‚man‘ so nicht mit seinen Mitmenschen umgeht oder spricht, wie Dieter Bohlen in manchen Situationen mit den Kandidaten der Show“, heißt es auch in den eigens vom FSF-Kuratorium entwickelten Richtlinien zu Castingshows (RC-FSF-Kuratorium 2008). Eine Grenze wird dagegen überschritten, wenn sich abfällige Kommentare nicht auf die gesangliche Leistung beziehen, sondern die „Kandidatinnen oder Kandidaten durch übertrieben beleidigende Kommentare als Person abwerten, z. B. durch Vergleiche mit Tieren oder durch Fäkalsprache“ (ebd.). Kommentare wie: „Das sieht ein bisschen aus wie Darmprobleme. Hast du heute ’nen guten Stuhlgang gehabt?“ oder: „Du erinnerst mich an eine Windel. Wenn die voll Scheiße ist, schmeißt man die weg“ sind Beispiele hierfür. Anders als in den Vorjahren kamen sie in der laufenden Staffel nur vereinzelt vor und wurden vom FSF-Prüfausschuss mit Schnittauflagen belegt.

Knarzgeräusche, Schlumpfmützen, Geistesblitze: die redaktionelle Kommentierung

Dabei sind nicht allein die abwertenden Kommentare von Dieter Bohlen wirkungsrelevant. Problematisch ist vielmehr „die Gesamttendenz einer Sendung in Bezug auf den zwischenmenschlichen Umgang der Beteiligten“ (ebd.), und hierzu zählt ganz wesentlich die zweite Bewertungsebene in *DSDS*: die kommentierenden Inszenierungen durch die Redaktion – eingblendete Grafiken, Animationen, Töne oder Texte –, die die Äußerungen der Jury verstärken oder konterkarieren können. Die-

se redaktionellen Kommentierungen wurden im Vergleich zur letzten, beanstandeten Staffel erheblich zurückgenommen. Richtete sich in früheren Sendungen der Spott häufig auf das Äußere der Kandidaten oder ihre ganze Person und wurden Normabweichungen und Schwächen – intellektuelle Schwächen, Sprachfehler, Schielen, Über- oder Untergewicht – und hieraus entstehende Peinlichkeiten betont, heben die Geräusche, Bilder und Animationen in der aktuellen Staffel meist einzelne Aussagen, Gesichtsausdrücke oder Gesten hervor, die für sich genommen eher unspektakulär sind und vom Zuschauer eingeordnet werden müssen. Ihre Komik entfalten diese Szenen erst vor dem Hintergrund der Diskrepanz zwischen Selbsteinschätzung und Darbietung der Kandidaten. Von dieser Diskrepanz und den verschiedenen Emotionen, die sie beim Zuschauer hervorruft, leben die ersten Casting-Folgen. Man mag Schadenfreude, Scham, Mitleid oder Genugtuung empfinden, je nach Auftreten der Kandidaten, ihrem Maß an Selbstüberschätzung, der persönlichen Sympathie den jeweiligen Typen gegenüber – unterhaltsam ist das Ganze allemal: Da wird etwa eine affektierte Bewegung mit einem Knarzgeräusch unterlegt, einem Kandidaten mit piepsiger Stimme eine Schlumpfmütze „anmontiert“ oder ein klingelnder Wecker eingeblendet, als ein Sänger den Anfang des Songs nicht findet. Bei Kandidatin Z., die sich selbst mit Jenni-

fer Lopez vergleicht und „einzigartig“ findet, wird dieser Versprecher wiederholt eingeblendet, zu einer unsinnigen Äußerung ein Automat mit Einwurfschlitze, auf dem „Geistesblitze 10 Cent“ steht, gezeigt.

Diese ohnehin wenig boshafte Kommentierung wird in der neuen *DSDS*-Staffel weiter dadurch relativiert, dass sie auch für die Jurymitglieder gilt, deren Blicke und Gesten gleichermaßen verstärkt werden. Gerade Dieter Bohlen ist wiederholt „Opfer“ des harmlosen Spotts, indem ihm etwa Froschgesicht oder Karl-Lagerfeld-Haare anmontiert werden oder man sich anhand von Archivbildern über seine Frisur in den 1980er-Jahren lustig macht. Insofern ist offensichtlich, dass die Einblendung von Geräuschen, Bildern oder Animationen ein für die Sendung charakteristisches Stilmittel ist, das nicht nur für bestimmte Kandidatinnen und Kandidaten eingesetzt wird und das in erster Linie auf Komik zielt.

Unberechenbar: Kandidaten in neuen Bedeutungszusammenhängen

In früheren Sendungen zielte die Komik oft auch auf die Figur der Kandidaten, betonte Auffälligkeiten im Aussehen oder Schwächen im Auftreten. Die Richtlinien für Casting-Formate sehen entsprechend das mögliche Risikopotenzial in „der befürwortenden Präsentation eines



Die Top Ten der sechsten Staffel von *DSDS*: Dominik Büchele, Benny Kieckhären, Vanessa Neigert, Daniel Schumacher, Marc Jentzen, Vanessa Civiello, Annemarie Eifeld, Holger Göpfert, Sarah Kreuz und Cornelia Patzlsperger (v. l. n. r.)

acht- und respektlosen Umgangs mit schwachen Menschen“. Dabei wird davon ausgegangen, dass jüngere Kinder nicht zwischen den verschiedenen Bewertungsebenen unterscheiden können, sondern die Auftritte jeweils als Gesamteindruck in einem komischen Modus rezipieren. Stärken und Schwächen von Kandidatinnen und Kandidaten dürften Kinder aber erkennen, insbesondere die äußeren Auffälligkeiten und die redaktionell hervorgehobenen Besonderheiten. „Es ist daher insbesondere bei einer Platzierung im Tagesprogramm darauf zu achten, dass abwertende Urteile sich nicht auf äußere Auffälligkeiten und Schwächen beziehen und innerhalb der Sendung eine Relativierung erfahren.“ Dass sich in dieser Hinsicht verbale Äußerungen der Jury und Inszenierungsmittel gegenseitig verstärken, kam in der laufenden Staffel kaum noch vor.

Eine Ausnahme ist Kandidatin C., die „Model“ werden möchte, beim Gehen aber den Fuß nachzieht, was ins Bild gerückt und mit einem schleifenden Geräusch unterlegt wird. Hier bezieht sich der Spott auf eine körperliche Normabweichung, die zur Belustigung der Zuschauer hervorgehoben wird, befand der Ausschuss. Noch deutlicher stach Kandidat M. hervor, dem Bohlen besagten Windelvergleich an den Kopf warf: Die Äußerung wird mit einer entsprechenden Animation bebildert (M. wird in eine Windel eingewickelt und in den Müll geworfen); darüber hinaus wird der gesamte Auftritt durch eine vielfältige redaktionelle Bearbeitung kommentiert. Diese Ebene ironisiert einzelne Äußerungen, stellt den Kandidaten aber auch in neue Bedeutungszusammenhänge, die sich nicht aus dem Gezeigten oder Gesagten ergeben. Als M. seine Verlobte erwähnt, wird etwa in Form einer Foto-Lovestory die Liebesgeschichte zwischen ihm und einer Schaufensterpuppe erzählt. Die Szene vermittelt, dass der Kandidat, der in seinem Erscheinungsbild und Habitus wenig „Superstar“-Qualitäten aufweist, kaum eine „echte“ Verlobte haben könne, sondern so „unbedarf“ sei, eine Schaufensterpuppe und die vermeintliche Kommunikation mit ihr nicht von einer echten Frau und einer realen beziehungsanbahnenden Kommunikation unterscheiden zu können“ (FSF-Prüfgutachten Nr. 13270 vom 02.02.2009).

In beiden Fällen wurden Schnittauflagen für die Ausstrahlung auch im Hauptabendprogramm verfügt. Die spöttische oder abwertende Kommentierung in Verbindung mit der Betonung äußerer Auffälligkeiten und Schwächen könnte, so die Befürchtung des Ausschusses, Kinder in der Haltung bestärken, es sei lustig und legitim, sich über Aussehen, Anderssein oder Schwächen anderer lustig zu machen oder sie abzuwerten. Die Phänomene Mobbing oder Bullying sind auch unter Grundschulkindern verbreitet, weshalb das Risiko gesehen wird, dass eine solche Haltung die Lebensrealität von Kindern betrifft und Resonanz unter Kindern findet.

Fazit

Die Veränderungen in Kommentaren und der Inszenierung bei *DSDS* führen zu einem veränderten Gesamtbild: Die Kandidatinnen und Kandidaten in der aktuellen Staffel wirken selbstbewusst und der Situation gewachsen. In keinem Fall wirkt eine Kandidatin oder ein Kandidat „geschlagen“ oder am Boden zerstört, Menschen, die das Geschehen nicht zu überblicken scheinen, kommen nicht vor. Die Kandidaten agieren mehr oder weniger souverän in der Situation, auch wenn die Kritik durch die Jury überzogen oder für sie nicht nachvollziehbar ist. Es gibt selbstbewusste, trotzig-reagierende Reaktionen, es gibt akzeptierende Äußerungen zu den Entscheidungen der Jury, traurige und freudige Reaktionen vor dem Studio und einen gefassten Umgang mit ablehnenden Urteilen. Auch die Kandidaten, die sprachlich eine etwas derbere Beurteilung durch Dieter Bohlen erfahren, wirken in ihrer Selbstwahrnehmung kaum erschüttert. Im Ergebnis konnten die problematischen Aspekte des Formats mit den gemeinsam erarbeiteten Richtlinien wirkungsvoll verändert werden. Erfreulich ist, dass die Veränderungen nicht zu einem Quoteneinbruch geführt haben. Es scheint also nicht so zu sein, dass die Zuschauer die Beleidigung oder Abwertung von Kandidaten, die Betonung von Schwächen und die Belustigung über Peinlichkeiten für ihre Unterhaltung fordern. Am Ende kann man aus Jugendschutzsicht mit Blick auf *DSDS* getrost Dieter Bohlen zitieren: eine Sendung „wie 'ne Bockwurst! Jeder isst sie, aber es fällt nicht besonders auf.“

Claudia Mikat ist Hauptamtliche Vorsitzende in den Prüfausschüssen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Massenmedien werden nicht als Öffentlichkeit empfunden

Warum Menschen in Fernsehen und Internet vieles von sich preisgeben

Seit den Talkshows der 1990er-Jahre stehen in TV-Formaten immer öfter normale Menschen ohne jede Medienerfahrung im Mittelpunkt. Sie äußern sich unverblümt und unbekümmert über sexuelle Vorlieben, Beziehungs- und Erziehungskrisen, die Alkoholkrankheit des Partners, sie lassen sich vor einem Millionenpublikum sogar beraten, wie sie aus ihren Schulden herauskommen. Was geschieht, wenn diese Menschen in ihr soziales Umfeld zurückkehren und jeder

nun Dinge über sie weiß, die vielen äußerst peinlich wären? Auch im Internet ist zu beobachten, dass vor allem Jugendliche verschiedenste Daten und Informationen von sich preisgeben, die der, der Böses will, leicht missbrauchen kann. Die Psychologin Dr. Sabine Trepte, Juniorprofessorin für Medienpsychologie an der Hamburg Media School, hat diesen Veröffentlichungsdrang wissenschaftlich untersucht. *tv diskurs* sprach mit ihr.



Was bewegt Menschen, vor einem Millionenpublikum über intime Wünsche und Probleme zu sprechen, die einem in der Öffentlichkeit normalerweise peinlich sind?

Vorläufer dieser Talkshows waren Radioshows nach gleichem Strickmuster in den USA, die für alle überraschend erfolgreich waren, so dass man sie ins Fernsehen brachte. Diese Welle schwappte nach Deutschland über, die erste erfolgreiche Sendung wurde von Hans Meiser moderiert. Die Motive der Menschen, sich als Gast für eine solche Talkshow zu bewerben, waren sehr unterschiedlich: Der eine wollte einfach einmal wissen, wie ein Studio von innen aussieht, ein anderer wollte die 300 Euro Gage bekommen oder einfach einmal mit dem ICE nach Köln, Hamburg oder Berlin fahren. Es gab aber auch Personen, für die die Teilnahme an einer solchen Sendung eine tief gehende psychologische Bedeutung hatte. Es gibt sehr interessante Studien, die sich mit den Menschen befassen, die einen solchen Auftritt in so einer

Sendung durchlebt haben. Im Ergebnis muss man sagen: Diese Menschen fühlen sich nicht bloßgestellt. Sie treten ihrem sozialen Umfeld stolz entgegen und sind erstaunlich gut darin, die Erlebnisse zu rationalisieren. Sie sagen z. B.: Ich habe etwas preisgegeben, aber ich habe auch einen Nutzen davon.

Haben Sie Leute befragt, die in solchen Talkshows aufgetreten sind?

Nein, ich habe Leute befragt, ob sie dorthin gehen würden. Ich habe sie nach ihren Motiven befragt und u. a. experimentell untersucht, wie sie mit ihren Erlebnissen umgehen. Aber natürlich gibt es auch Journalisten oder Wissenschaftler, die diese Personen befragt haben, nachdem sie in Talkshows gewesen waren. In allen Artikeln und wissenschaftlichen Beiträgen sowie meinen eigenen Studien zeigt sich, dass die Personen das Erlebte sehr gut rationalisieren können. Ich habe Personen untersucht, die gerne in Talkshows auftreten würden. Sie sehen es bereits im Vorhinein so, dass sie von dem Auftritt in einer Talkshow sehr viele gute, wichtige Eindrücke und Ergebnisse erwarten, sich Orientierung und Problembewältigung versprechen, so dass sich bereits im Voraus abzeichnet, dass hinterher eine Rationalisierung stattfinden wird.

Von Kritikern wird immer wieder vermutet, dass diese Menschen gar nicht abschätzen können, wie sie sich in ihrem sozialen Umfeld durch einen solchen Auftritt blamieren...

Es kann durchaus so sein, dass sie das nicht abschätzen können. Uns ging es allerdings nicht um die Frage, wie das soziale Umfeld tatsächlich den Auftritt einschätzt, sondern darum, festzustellen, wie die betroffene Person selbst das wahrnimmt. Und die Selbstwahrnehmung ist so, dass sie keinen Schaden nehmen. Auch wenn die Fremdwahrnehmung in den Auftritten eine Ausbeutung und Bloßstellung vermutet, ist dies nicht die Perspektive, aus der die Kandidaten heraus ihren Auftritt und dessen Konsequenzen betrachten. Sie selbst haben nicht den Eindruck, dass nach einer Rückkehr in ihr soziales Umfeld Schaden für sie entstanden ist.

Der Münchener Therapeut Kevin Goldner hat in der Presse behauptet, zahlreiche Opfer von Talkshows zu therapieren.

Ich habe damals alles über ihn gelesen, er war in den Printmedien sehr präsent und hat es sogar bis in den „Spiegel“ hinein geschafft. Ob seine Aussagen der Wahrheit entsprechen, ist schwer zu sagen. Er hat weder konkretisiert, welche Art von Problemen er vorgefunden hat, noch wie er damit umgegangen ist. Auch die Anzahl der Fälle blieb sein Geheimnis. Das Problem ist generell, dass die Sender kaum Wissenschaftler an Talkshow-Absolventen herangelassen haben. Ich kenne Kollegen, die untersuchen wollten, wie es den Leuten nach ihren Talkshow-Auftritten ging, was sie danach empfanden. Es gibt viele Wissenschaftler, denen es um Forschung geht und nicht darum, hinterher das Programm zu kritisieren. Normalerweise ist die Kooperationsbereitschaft der Sender hoch. Aber hier wurde ihnen der Zugriff verwehrt.

Dennoch sind Sie überzeugt, dass die Menschen keinen Schaden nehmen.

Nach meiner Untersuchung kommen die Leute damit sehr gut zurecht, die Selbstschutzmechanismen funktionieren gut. Auch wenn wir das auf die aktuellen Formate übertragen, so bin ich überzeugt, dass die jungen Kandidaten, die bei Deutschland sucht den Superstar oder in Germany's Next Topmodel auftreten, genau wissen, dass sie dort keine ernsthaften Chancen haben. Sie wissen aber, dass sie etwas anderes bieten – etwas, das für eine Veröffentlichung im Fernsehen taugt. Und sie haben eine bestimmte Vorstellung, was sie damit erreichen wollen. Ich glaube, sie sind da schon recht realistisch. Wenn sie dann in ihrer Unfähigkeit bloßgestellt werden, greifen die Selbstschutzmechanismen. Man braucht sich also um diese Menschen keine großen Sorgen zu machen. Etwas anderes ist es, ob wir als Gesellschaft wollen, dass 15-Jährige öffentlich gesagt bekommen, dass sie absolut kein Talent besitzen, um als Superstar eine Chance zu haben.

Geschätzt wird an Deutschland sucht den Superstar die absolut ehrliche Kommentierung durch Dieter Bohlen – und zwar im Positiven wie im Negativen. Kinder und Jugendliche interessiert der Vergleich, damit sie sich bezüglich ihrer Leistungen einschätzen können.

Das ist richtig, und deshalb halte ich Deutschland sucht den Superstar auch für moderater als z. B. die Konkurrenzsendung Popstars oder vor allem Germany's Next Topmodel. Nach meinem Empfinden haben die Jurymitglieder dieser beiden Sendungen einen Macht-, die von Deutschland sucht den Superstar dagegen einen Leistungsanspruch. Dieter Bohlen möchte, dass sich das verkauft, was der Superstar später produziert. Das sind Kriterien, die man letztlich von emotionalen Empfindungen loslösen kann. Natürlich: Wenn ein Künstler bewertet wird, ist es immer eine persönliche Bewertung, weil sein Äußeres, seine Art, sich zu präsentieren immer mitbewertet werden. Das ist oft schmerzvoll. Dieter Bohlen wird aber nicht persönlich, weil er persönlich sein möchte, sondern weil diese persönlichen Kriterien wie das Aussehen dazugehören. Bei Heidi Klum kommt dadurch, dass sie einen Machtanspruch hat, der nicht zuletzt daraus resultiert, dass sie selbst als Model extrem erfolgreich ist, eine Beziehungskomponente hinzu. Sie führt die jungen Frauen vor, weil sie in dieser Situation bestimmte Leistungen vollbringen müssen. Ich kann mich beispielsweise an eine Szene erinnern, in der die Mädchen plötzlich spielen sollten, dass sie Katzen sind. So etwas wird dann – gemessen an dem eigentlichen Ziel der Sendung – schon ziemlich absurd. Aber insgesamt ist in all diesen Sendungen die Entwicklung der eigenen Identität sehr relevant. Bei Deutschland sucht den Superstar geht es darum, die Personen herauszusuchen, die am besten singen können. Am Anfang hat man zwar die Castingshows, die wahrscheinlich die Funktion haben, die Sache etwas spannender zu machen, aber später finden sich nur noch Kandidaten in der Sendung, die alle ziemlich gut singen können. Aber ob die Topmodels jemals eine Chance haben, tatsächlich erfolgreich zu werden, bezweifle ich. Es wird jedenfalls behauptet, dass selbst die Gewinner niemals echte Laufsteg-Models werden. Die gebuchten Verträge werden zwar erfüllt, aber das war es dann auch. Ich glaube, dass das letztlich in Ordnung geht und dass die Kandidaten das schon vorher wissen, weil sie die körperlichen Attribute gar nicht besitzen. Das bedeutet aber, dass im Verlauf der Sendung die Identitätsarbeit stattfinden muss. Die Frauen müssen Identität preisgeben, sie müssen sich offenbaren, aber sie bekommen auch etwas dafür. Sie erhalten das Label: Model, attraktiv, fernsehtauglich. Das können sie in ihr Selbstkonzept integrieren und mit nach Hause nehmen – auch wenn sie letztlich nicht gewinnen.

Wichtig ist: In dem Augenblick, in dem das Ganze vor Publikum stattfindet, wird es psychologisch relevant. Gäbe Heidi Klum ihre Kritik in einem geschlossenen Raum ohne Zuschauer ab, wäre das viel weniger relevant, als wenn es vor dem Fernsehpublikum geschieht. Das anonyme Publikum wird wie ein Forum wahrgenommen, wie eine Bestätigung. Das Publikum reflektiert, was die Person selbst in sich wahrnimmt. Es funktioniert wie ein Spiegel, der die eigene Wahrnehmung verstärkt.

Was bedeutet in diesem Zusammenhang Identität?

Jeder hat eine bestimmte Zieldefinition. Man will beispielsweise ein guter Journalist, ein guter Wissenschaftler oder ein guter Segler sein. Um sich zu vergewissern, ob und inwieweit man im Hinblick auf das Ziel weitergekommen ist, definiert man bestimmte Teilziele und stellt dann fest, ob man sie erreicht hat oder nicht. Ein guter Segler möchte beispielsweise bestimmte Gewässer befahren können und muss herausfinden, ob das tatsächlich funktioniert. Diesem Eindruck, dass man ein guter Segler werden wird, kann man natürlich durch Symbole nachhelfen, indem man sich beispielsweise ein tolles Segelboot leistet. Dann denken alle, man sei ein guter Segler, obwohl man das vielleicht gar nicht ist. Wenn man beispielsweise in einer Talkshow verkündet, dass man ein großer Tierschützer ist, hat das mehr symbolischen Wert, als wenn man nur einen Aufkleber für den Tierschutzverein an seinem Auto hat. Wer sein Ziel oder Anliegen vor einem Millionenpublikum präsentieren kann, den bestärkt das in seinem Gefühl, seiner Identität, also seinem sich selbst gesetzten Ziel nähergekommen zu sein.

Und wie kommt es, dass der eine Superstar, der andere Model und der dritte Tierschützer werden will?

Das ergibt sich aus der Interaktion zwischen dem eigenen Ich – also Begabungen, Interessen, Erfahrungen, positiven Erlebnissen, Vorbildern – auf der einen und elterlichen Zielen oder Vorgaben des nahen sozialen Umfelds auf der anderen Seite. Es gibt dazu noch bestimmte Persönlichkeitsvariablen. Ein Sensation-Seeker hat sicherlich andere Ziele als ein zurückhaltender und introvertierter Mensch. Zur Orientierung der eigenen Identität ist es aber wichtig zu erfahren,

wie die eigene Entwicklung zur Erreichung dieses Ziels fortschreitet. Wir haben aber Kinder und Jugendliche in unseren Untersuchungen auch gefragt, wie es bei ihnen zu Hause aussieht und ob sie dort ihre Themen besprechen können. Es hat sich gezeigt, dass in Talkshows nach Orientierung genau in den Themenbereichen gesucht wird, die zu Hause nicht angesprochen werden können. Wir haben verschiedene Rezeptionsstudien durchgeführt – und dies ist ein ganz eindeutiges Ergebnis.

Die Bereitschaft, sich in aller Öffentlichkeit zu entblößen, scheint heute ohnehin sehr viel größer zu sein. Das sehen wir auch daran, was junge Menschen alles im Internet über sich preisgeben.

Zunächst einmal kann man nach unseren Untersuchungen sagen, dass Jugendliche, aber auch viele Erwachsene das Web 2.0 nicht als öffentlichen Raum betrachten. Für sie macht es einen großen Unterschied, ob sie etwas in ihrem Profil auf StudiVZ oder Facebook veröffentlichen oder das Gleiche über ein Plakat an ihrer Hauswand publizieren. Faktisch ist natürlich die Anzahl derer, die zu Hause an der Hauswand vorbeilaufen, viel kleiner, aber das ist ihnen nicht präsent. Begriffe wie Massenmedium, Publikum oder Öffentlichkeit sind keine Begriffe, die normalen Nutzern gebräuchlich sind – und auch keine, die diskursiv ausgehandelt werden. Medienforscher operieren mit solchen Begriffen, aber innerhalb dieser elitären Blase verstehen wir den Blick der Nutzer auf diese Dinge nicht. Ich habe früher z. B. in Vorlesungen Profile der anwesenden Studenten von StudiVZ aufgerufen, und mir ist bald aufgefallen, dass ihnen das peinlich war. Sie wollten nicht, dass ihr Profil vor 20 Leuten vorgeführt wurde. Ich habe versucht, zu erklären, dass es sich um ein Massenmedium handelt und dass sie sich darauf einstellen müssen, dass im Grunde jeder ihr Profil einsehen kann. Aber inzwischen denke ich, dass auch wir vielleicht unseren Blick auf die Dinge ändern müssen.

Was ist darunter zu verstehen?

In den Niederlanden hängen keine Gardinen an den Fenstern, aber jeder empfindet einen persönlichen Respekt gegenüber der Intimsphäre des anderen und schaut nicht in die Zimmer hinein. Vielleicht sollten wir auch im Bereich des Internets insofern umdenken, dass wir solche

Daten und Informationen nicht missbrauchen, indem beispielsweise Arbeitgeber bewusst im Netz nach Informationen über Bewerber suchen. Es geht also nicht nur darum, die Jugendlichen zu schulen und ihr Verständnis von Öffentlichkeit und Massenmedien zu verändern, sondern auch darum, zu erlauben, dass sie ihr Verständnis von Öffentlichkeit im Internet neu definieren. Außerdem müssen wir erkennen, dass es einen Unterschied gibt zwischen Selbstoffenbarung und dem gefühlten Verlust der Privatsphäre. Junge Menschen, die im Internet ganz viel über sich selbst preisgeben, haben trotzdem ein klares Verständnis von Privatsphäre. Selbstoffenbarung bedeutet, dass ich selbst entscheiden kann, wie viel ich von mir zeige. Was jedem Einzelnen peinlich ist oder was man zeigen will, ist nun einmal sehr unterschiedlich. Es ist etwas anderes, ob ich selbst für die Veröffentlichung verantwortlich bin oder ob ein Dritter entscheidet, was preisgegeben wird. Der eine zeigt mehr – und der andere zeigt weniger. Das Bedürfnis nach Privatsphäre bedeutet, dass man sich zurückziehen kann, dass man ohne die Beurteilung und Bewertung anderer Entscheidungen trifft, dass man also eine Intimsphäre hat, in der man offen nachdenken und offen sprechen darf. Das ist bei den aktiven Nutzern genauso ausgeprägt wie bei denen, die nichts im Internet veröffentlichen. Hier müssen sich ethische Standards entwickeln, wie man mit dem umgeht, was andere je nach Kontext veröffentlichen. Wenn ich auf der Straße in Hamburg ein Fahrrad sehe, das abgeschlossen ist, dann könnte ich das Fahrrad jederzeit mitnehmen, es wäre ein Leichtes, das Schloss zu knacken. Das macht aber die Mehrzahl der Stadtbewohner nicht. Wenn das Fahrrad aber ohne Schloss da steht, wird es innerhalb von 5 Minuten mitgenommen. Das Schloss bietet also keine tatsächliche, aber eine gedankliche Barriere. Ähnlich müssen wir es im Internet sehen: In dem Augenblick, in dem sich die Leute in StudiVZ offenbaren, gibt es diese geringfügige Schwelle, indem man beispielsweise Mitglied werden muss. Insofern werden diese Foren als ein privater Raum wahrgenommen. Uns geht es letztlich darum, dass wir all diese Regeln akzeptieren.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.



Elisabeth Klaus

Verhandlungssache Castingshows

Warum das Format jugendliche Fans begeistert

Der Artikel fragt nach der Popularität und Bedeutung der Castingshows für Jugendliche. Zurückgegriffen wird dabei auf Fokusgruppeninterviews, die in Irland und Österreich mit Jugendlichen geführt wurden. Es zeigten sich vielfältige Alltagsbezüge der Shows. Diese werden häufig im familiären Kontext rezipiert und liefern sowohl innerfamiliär als auch in der Gleichaltrigengruppe zahlreiche Gesprächsanlässe. Anhand der Sendungen diskutieren

Jugendliche vor allem zwei gesellschaftliche Spielregeln, die Frage der Fairness und das Verhältnis von Kooperation und Konkurrenz. Schließlich liefern Castingshows auch Material bei der Identitätssuche, wobei in der irischen Gruppe Fragen nationaler Identität verhandelt wurden, während in der österreichischen Stichprobe Geschlechteridentitäten und Geschlechterbeziehungen im Mittelpunkt standen.

Careerokie – so hat eine amerikanische Arbeitsmarktagentur ihr Auswahlverfahren für Jobanwärterinnen und -anwärter genannt. Eine Wortschöpfung aus Karriere und Karaoke. Die Pflegestelle im Krankenhaus, die Stelle im Kundendienst erhält der Gewinner eines Castings, in dem stimmliche Qualitäten, grenzenloser Optimismus und Selbstvertrauen gefragt sind (Herrmann 2009, S. 3). Sendungen des Reality-TV haben die Vorlagen zu solcher Art Arbeitsplatzvermittlung geliefert. Die Castingshows sind Ausdruck und Stichwortgeber einer neoliberalen, krisengeschüttelten Gesellschaft. Der Sieg erfordert den Einsatz des Selbst. Körper und Charakter werden gleichermaßen in die Waagschale geworfen, um Jury und Publikum zu überzeugen und andere Kandidatinnen und Kandidaten hinter sich zu lassen. Auf dem Prüfstand steht die gesamte Persönlichkeit, die gut inszeniert werden muss und zugleich möglichst authentisch wirken soll. Die Medien sind dabei nicht länger nur Vermittler von Stars oder Entdecker von Talent, sondern deren wichtigste Produzenten. Oft kommen dabei die sogenannten B-Berühmtheiten heraus, so schnell zusammengesammelt, wie sie vergessen werden.

Medienkritiker und Wissenschaftler haben die Castingshows entsprechend kritisch beäugt. Als „modernen“ Sklavenmarkt hat Georg Seeßlen (2008) sie bezeichnet, weil die Gewinnerinnen und Gewinner den Sendeanstalten und Produktionsformen gehören – und wie das Produkt, das sie sind, gehandelt werden. Zwischen den Regeln der Castingshow und den Normen und Werten der neoliberalen Arbeitsgesellschaft sind die Grenzen fließend, die Ähnlichkeiten frappierend. Tanja Thomas hat die Castingshows als „Werkstatt des neoliberalen Subjekts“ (2004) charakterisiert. Die Selbstvermarktung der Kandidatinnen und Kandidaten geht mit Zumutungen und Disziplinierungen vor allem auch des Körpers einher.

Und trotzdem: Jugendliche lieben die Castingshows. *Deutschland sucht den Superstar* startete im Januar 2009 in der sechsten, *Germany's Next Topmodel* im Februar desselben Jahres in der vierten Staffel. Ein Ende des Castingshow-Booms ist nicht in Sicht. Was aber lernen Jugendliche, wenn sie sich den Sendungen zuwenden, was macht für sie deren Reiz aus? Sehen sie die Shows als Übungen für die Bewerbung auf dem Arbeitsmarkt, als Handlungsanleitung für die Selbstvermarktung, als Vorlage für Lebensentwürfe, in denen berühmt zu werden einen fes-

ten Stellenwert hat? Die Beantwortung solcher Fragen kann nur eine Forschung leisten, bei der die Zuschauenden selbst zu Wort kommen. Medien geben keine Handlungsanweisungen an die sozialen Subjekte, sondern liefern Material für die Aushandlung sozialer und individueller Identitäten. Das ist der Hintergrund für eine Reihe von explorativen Studien, die in Irland von Barbara O'Connor und in Österreich unter Leitung der Verfasserin (vgl. Klaus/Grünangerl 2007) durchgeführt wurden. Im Mittelpunkt stehen dabei Fokusgruppeninterviews mit Jugendlichen in Dublin und Salzburg (vgl. Klaus/O'Connor 2009).

Im Ergebnis zeigten sich drei Bereiche, in denen die Castingshows Bedeutung erlangen. Als soziale Handlung ermöglichen sie erstens, mit anderen zu interagieren, sie sind also im Rahmen der *sozialen Kontexte des Fernsehkonsums* wichtig. Zweitens liefern die Shows Material, um verschiedene *normative Diskurse* zu aktualisieren und gesellschaftliche Spielregeln auszuhandeln. Und drittens liefern sie Möglichkeiten spezifischer *Verortungen* in Identitätsräumen.

Fernsehen als soziales Erlebnis: „I would say he's brutal and me ma would say, ,yea, I know'."

Für die *sozialen Kontexte des Sehens* ist die Bestimmung der Castingshows als Familienprogramme wichtig. Die Befragten in den Gruppendiskussionen in Irland und Österreich schauen sich am häufigsten mit Verwandten, seltener allein oder mit Freundinnen und Freunden die Sendungen an. Castingshows sind kommunikative Ereignisse, die zur Gestaltung der alltäglichen Beziehungen und der Bildung sozialer Netzwerke genutzt werden. Zahlreiche Elemente laden zum Darüberreden ein: die Ausstattung, die Darbietung der einzelnen Kandidatinnen und Kandidaten, die Entscheidungen der Jury, schließlich die Abstimmungen – all das kann zum Gesprächsanlass werden. Überraschend häufig sind dabei die generationenübergreifenden Gemeinsamkeiten in der Bewertung.

Die Sendungen regen auch zu Nachfolgekommunikationen an und sind Thema in der Gleichaltrigengruppe. Insbesondere im schulischen Alltag liefern Castingshows Gesprächsstoff. So berichten einige Teilnehmerinnen, dass sich die Jungen über das Sehvergnügen der Mädchen lustig machen und versuchen, diese zu är-



Germany's Next Topmodel

gern, indem sie Teile der Sendung parodieren: „Die Jungs sind dann überall immer so wie Models spaziert.“ „Bei uns ist mal ein Junge hinter mir gesessen und immer, wenn irgendjemand gewonnen hat, mit dem Lied, mit dem er gewonnen hat, das singt der dann die ganze Stunde. Das ist voll nervig!“

Normative Diskurse: „... und dann bleiben Leute drin, die überhaupt nichts können.“

Die Auseinandersetzung mit den Castingshows umschließt als weitere Ebene *normative Diskurse*. Die Jugendlichen thematisierten vor allem zwei gesellschaftliche Spielregeln: Fairness und Kooperation/Konkurrenz. Fairness heißt danach, die Teilnehmenden gerecht zu behandeln sowie den Talentiertesten zum Ruhm zu verhelfen. Ob Jury und mitvotendes Publikum in diesem Sinne fair agieren, wird engagiert diskutiert. Das zeigt sich an der überwiegend negativen Beurteilung von Dieter Bohlen in den österreichischen Gruppen und an der meist positiven Meinung zu Simon Cowell in den irischen. Cowell, bekanntes Jurymitglied von *American Idol*, *The X Factor* und *Britain's Got Talent*, sei zwar auch manchmal gemein, agiere dabei aber ehrlich, kompetent und professionell.

Gewinnen sollen die Besten, die Talentiertesten, aber was genau das heißt, wird ständig verhandelt. Während das in der jeweiligen Show gesuchte Talent wichtig ist, ist es nach Meinung der Jugendlichen nicht die einzige Voraussetzung, um den Sieg davonzutragen. „You don't have to be stunning to win it or anything, but in all fairness... a real horrible ugly popstar [wouldn't win]“, meint ein irischer Teenager. Eine österreichische Befragte, die besonders engagiert für Fairness votiert („Ich find es z. B. voll blöd, wenn man für einen anruft, der grottschlecht singt, nur weil er cool aussieht“), betont auf Nachfrage, dass gesangliche Fähigkeiten allein aber auch nicht ausreichen: „Es geht schon auch ums Ausschauen.“ Ein attraktives Äußeres wird von den Jugendlichen als eine Voraussetzung für Erfolg gesehen, dazu muss jedoch noch das jeweils gefragte Talent kommen und die Bereitschaft, hart an sich zu arbeiten und sich zu verändern.

Das Verhältnis von Konkurrenz und Kooperation wurde in den irischen wie österreichischen Fokusgruppen thematisiert. Dabei stoßen Kandidatinnen und Kandidaten, die als zu konkurrierend wahrgenommen werden, auf Ablehnung.

Wenn sie dagegen freundlich, kameradschaftlich und kooperativ agieren, sind sie beliebt. Zugleich wird aber auch Konkurrenz als ein fundamentaler Aspekt der Sendungen akzeptiert. Eine Sendung, die Konkurrenz nicht zeigt, ist unrealistisch und vermindert das Sehvergnügen. Jugendliche erkennen und akzeptieren, dass Erfolg in der Castingshow die Gleichzeitigkeit von Konkurrenz und Kooperation voraussetzt, ein Jonglieren zwischen widersprüchlichen Verhaltensweisen, das im Arbeitsleben immer mehr zur Schlüsselqualifikation avanciert.

Identitätsräume: „... der Bruce hat sogar versucht, auf Stöckelschuhen zu gehen.“

Jugendliche nutzen die Shows zur *Verortung in gesellschaftlich bereitgestellten Identitätsräumen*. Dabei zeigten sich in den Fokusgruppen erstaunlich deutliche Unterschiede zwischen den irischen und den österreichischen Jugendlichen. Während Erstere vor allem die Verbindung von nationaler Identität und Castingshows verhandelten, standen in den österreichischen Gruppen vor allem Geschlechteridentitäten im Zentrum.

Das herausragende Ergebnis der irischen Fokusgruppeninterviews liegt in der kompletten Ablehnung der heimischen Produktion *You're a Star*. Nach Meinung der Jugendlichen kann die Sendung in keiner Hinsicht – weder in Bezug auf ihre Produktionswerte, das Bühnenbild oder die Inszenierung, noch im Hinblick auf die Kandidaten, die Juroren, die Moderatoren oder das Publikum – mit der britischen und amerikanischen Konkurrenz, *The X Factor* bzw. *American Idol*, mithalten. Da *You're a Star* tatsächlich weniger aufwendig produziert wird als die genannten Castingshows, verweist diese Ablehnung auf die Genrenkompetenz der Jugendlichen. Das Ausmaß der Kritik lässt sich damit aber nicht allein erklären. So moniert ein Teenager, dass in *You're a Star* nur „irische Songs“ gesungen würden, um dann näher auszuführen: „Not all Irish songs, old songs, songs that people don't really like and don't know.“ Der Ort für gute Unterhaltung, für Talentsuche und Berühmtwerden liegt für die Jugendlichen außerhalb Irlands.

In den österreichischen Gruppen wurden nationale Identitätsräume nicht erwähnt. Mit dem heimischen *Starmania* schienen sie zufrieden zu sein. Hier standen vor allem Fragen nach geschlechtlichen und sexuellen Identitäten im Mittelpunkt. Wie intensiv Geschlechterpositionen

unter den Jugendlichen verhandelt wurden, zeigt sich in den Diskussionen über Bruce Darrell, Juror bei den ersten beiden Staffeln von *Germany's Next Topmodel*, der schwarz ist und selbst viele Jahre lang als Model gearbeitet hat. Die Idee, dass auch Männer modeln könnten, stößt zunächst auf pauschale Ablehnung der Mädchen. Angesprochen auf Bruce, wird diese Haltung aber differenziert: Die zuvor pauschal als unmännlich abgelehnte Position wird nun neu ausgehandelt: „Bruce ist irgendwie geil, er wirkt irgendwie immer so witzig.“ „Voll gut!“ „Er ist witzig und er macht mit.“ Der Juror wird jedoch nicht nur positiv bewertet: „Aber wer mir ein bisschen auf die Nerven geht, ist der Bruce. [...] Weil der so komische Sprüche sagt – das ist ein Macho.“ Dem Interesse an diesem Juror liegt offensichtlich eine Uneindeutigkeit zugrunde, als Model, als Mann, der Stöckelschuhe trägt und zugleich frauenfeindliche Sprüche von sich gibt. Die Verortung in den Geschlechterräumen betrifft aber nicht nur die unmittelbare Auseinandersetzung mit den Sendeinhalten, sondern weitergehend die dadurch angestoßenen Interaktionen in der Gleichaltrigengruppe und schließlich auch die Art und Weise, wie das Gespräch in den Fokusgruppen darüber genutzt wird, um Geschlechterbeziehungen zwischen den Jugendlichen auszuhandeln. In den irischen Gruppen finden sich dagegen Genderbezüge nur selten.

Fazit

Unsere Studie unterstreicht die Komplexität der Sendungsaneignung und die Vielfalt der Alltagsbezüge der „Castingshow“-Rezeption. In erster Linie ist Medienhandeln soziales Handeln und liefert Möglichkeiten der Kommunikation mit anderen. Die Sendungen bieten eine Arena für die Diskussion ganz unterschiedlicher Fragen. Sie stellen Material bereit, um an normativen Diskursen teilzunehmen und sich in diesen zu positionieren. Die Gespräche kreisten um aktuelle Sendungen. Alte Staffeln der Shows fanden hingegen kaum Erwähnung und wurden oft nur undeutlich erinnert. Insofern können Castingshows als Fast Food bei der jugendlichen Identitätssuche gesehen werden. Keineswegs akzeptierten diese dabei uneingeschränkt die angebotenen neoliberalen Werte, aber sie lehnten diese auch nicht mehrheitlich ab.

Literatur:

- Herrmann, F.:**
Karaoke-Singen gegen die Wirtschaftskrise. In: Der Standard, 12.03.2009, S. 3
- Klaus, E./Grünangerl, M. (Hrsg.):**
STARMANIA und sein Publikum. In: Medien-Journal, 3/2007
- Klaus, E./O'Connor, B.:**
Aushandlungsprozesse im Alltag: Jugendliche Fans von Castingshows. In: J. Röser/T. Thomas/C. Peil (Hrsg.): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Wiesbaden 2009 (im Erscheinen)
- Seeblen, G.:**
Primetime-Sklavenmarkt. In: *Konkret*, 7/2008, S. 42–44
- Thomas, T.:**
„Mensch, burnen musst Du!“ Castingshows als Werkstatt des neoliberalen Subjekts. In: *Zeitschrift für Politische Psychologie*, 12/1+2/2004, S. 191–208

Prof. Dr. Elisabeth Klaus ist Leiterin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Paris-Lodron-Universität Salzburg. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Cultural Studies/Populärkultur, Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung und Theorien der Öffentlichkeit.



Silke Burmester

Das Interesse am scheinbar wahren Leben unserer Mitmenschen im Fernsehen nimmt offenbar zu. Doch hat man gestern noch kritisiert, im Fernsehen würde uns vor allem die unerreichbare Welt der Schönen und Reichen vorgeführt, sehen wir nun die Intimsphäre derer in Gefahr, die bei Castingshows kläglich scheitern oder in der Schuldnerberatung Einblicke in desaströse finanzielle Verhältnisse geben und damit meist einhergehende familiäre Probleme freimütig einem Millionenpublikum offenbaren. Von Voyeurismus und kommerzieller Ausbeutung vor allem der Schwächeren ist die Rede, von Verstößen gegen die Würde derer, die nicht einschätzen können, was die öffentliche Beichte nach der Rückkehr in das soziale Umfeld für sie bedeutet. Andererseits müsste doch allen klar sein, auf was man sich einlässt, wenn man sich bei Dieter Bohlen oder Heidi Klums Jury bewirbt, sich von Peter Zwegat aus den Schulden helfen lässt oder die Lösung der Erziehungsprobleme durch die Super-Nanny anstrebt. Müssen wir aus ethischen Gründen die Rechte derer, die – vielleicht mangels Einsicht – ihre öffentliche Bloßstellung wollen, beschneiden? Oder verstoßen wir gerade dann gegen die Würde der beteiligten Menschen, wenn wir sie vor ihrer eigenen Entscheidung schützen wollen und sie damit als Mensch nicht respektieren? Das Verhältnis von Intimität und Öffentlichkeit scheint sich gerade neu auszuloten. Wir möchten den Diskurs zu diesem Thema mit zwei gegensätzlichen Meinungen begleiten.

Pro bono publico – auf Kosten der Würde

Die Britin Jade Goody war seit einem Tag im indischen *Big-Brother-Container* (*Big Boss* in Indien), als ihr Handy klingelte. Die BB-Fernsehgemeinde war dabei, als die junge Frau unbedarft und nichts ahnend das Gespräch annimmt und ihr Todesurteil erhält. Sie hört von ihrem britischen Arzt, dass sie Krebs hat. Nicht etwas, das man erst noch genauer untersuchen muss. Nein, die Diagnose ist eindeutig: Sie hat nur noch ein paar Monate zu leben.

Was nun folgt, ist eine hilflos schluchzende Frau, Tausende Kilometer von zu Hause und ihren Kindern entfernt, inmitten fremder Containerbewohner und Menschen vor dem Bildschirm, die damit umgehen müssen, dass sie

gerade Zeuge einer unglaublichen Tragödie sind, gerade so, als stünden sie neben einem brennenden Unfallauto und müssten zusehen, wie der Mensch im Wageninneren verbrennt.

Die Reality-Abteilungen der Sendeanstalten leisten an so einer Stelle ganze Arbeit: Sie setzen einen Menschen in seiner schwersten Stunde einer nach Extremsituationen gierenden Meute aus und lassen diejenigen unter den Zuschauern, in denen das Fernsehen noch Empfindungen auszulösen vermag, mit dem Erlebten allein.

Nun könnte man sagen, jeder ist seines Glückes Schmied. Keiner muss in diese Sendungen gehen und keiner wird gezwungen, sie

anzuschauen. Mit dieser Haltung aber sind alle Grenzen aufgestoßen, entziehen sich die Sender jeglicher ethischer, moralischer und gesellschaftlicher Verantwortung.

Die haben sie auch nicht, argumentieren diejenigen, die an die Selbstverantwortung der TV-Protagonisten und ihrer Zuschauer appellieren – womit die Sender fein raus wären. Bleibt die Frage, warum es für die Reality- und Coaching-Formate so attraktiv ist, jene Menschen zu zeigen, die sich ans Fernsehen wenden, weil sie die Kontrolle über ihr Leben verloren haben, vor lauter Verantwortung total überfordert sind und Hilfe erhoffen?

Jade Goody und Shilpa Shetty



Die Antwort liegt nicht nur in der erhöhten Hilfsbedürftigkeit dieser Leute. Und auch nicht nur in der Quote, die es bringt, wenn man Menschen in ihrer Hilflosigkeit zeigt. Sie liegt auch darin, dass von ihnen viel weniger die „Gefahr“ ausgeht, dass sie die etliche Seiten umfassenden und nicht immer leicht verständlichen Verträge genauestens lesen, dass sie sich gegen Knebelverträge wehren und, schlicht und einfach, um ihre Rechte wissen – die am eigenen Bild beispielsweise – oder dass sie während der Produktion aufmucken.

Jade Goody, die Britin, deren Lebenskampf ein tägliches Boulevard-Spektakel wurde, scheint keine Frau gewesen zu sein, die starken Schutz

bedurfte. Als sie im indischen Container die Nachricht erhielt, war sie bereits durch mehrere britische *Big-Brother*-Blechbüchsen gewandert, hatte sie seit Jahren ihr Dasein als mediale Inszenierung für sich nutzbar gemacht. Auch nach der Hiobsbotschaft war sie schnell wieder in der Lage, die Fäden zu halten und ihr Schicksal bis zu ihrem Tod Mitte März 2009 lukrativ in Szene zu setzen. Das mag man verachtenswert finden – wie Teile der britischen Gesellschaft es tun –, entscheidend aber ist, dass Jade Goody bei ihren Aktivitäten die Kontrolle hatte, statt Spielball der Medien zu sein.

Die 27-Jährige hat – ähnlich wie in Deutschland Gina-Lisa aus *Germany's Next Topmodel*

– ihre laute, pöbelhafte Prolligkeit, ihren Mangel an Reflexion und Bildung zum Instrumentarium erhoben und sich damit über Jahre inszeniert. Nun hat das Fernsehen auf Bild-Zeitungsniveau, in Deutschland überwiegend vertreten durch die Privaten, eine besondere Anziehungskraft auf jene Menschen, die gemeinhin als „einfach“ bezeichnet werden: Menschen mit geringerer Bildung, geringerer Weltgewandtheit und mit einer ausgeprägten Akzeptanz ihrer Position am unteren Teil der Gesellschaft – was sie nicht davon abhält, das Erreichen zu wollen, wofür man früher Bildung und Fertigkeiten brauchte, nämlich reich und berühmt zu sein.

Will man die Frage, ob sich das Fernsehen in der Ausstrahlung der Bilder und Szenen selbst beschränken muss, diskutieren, muss das Augenmerk vornehmlich auf diesen Menschen liegen.

Naivität und Nichtbegabung

Dennoch kann die ablehnende Haltung, ob das Fernsehen alles zeigen darf, was ein Protagonist – sei es bei *DSDS*, einem Coaching-Format oder einer Reality-Doku – freimütig von sich preisgibt, am Beispiel einer Sendung verdeutlicht werden, deren Protagonisten alles andere als „einfache Leute“ sind. In der Sendung *Raus aus den Schulden* vom 7. Mai 2008 hatte eine Frau sich an RTL gewandt, weil sie den Überblick verloren und Angst hatte, mit den Hypotheken im Rückstand zu sein. Als Schuldnerberater Peter Zwegat nachforscht, kommt heraus, dass das Haus vor der Zwangsversteigerung steht, die Frau durch die Aktivitäten ihres Mannes mehrere Hunderttausend Euro Schulden hat, ihr Mann – ein ehemaliger Bankangestellter – die Konten der Kinder geplündert hat und ohne ihr Wissen wegen Betrugs verurteilt worden war. Das sind nur die groben Eckpunkte.

Unablässig ist die Kamera dabei, als sich offenbart, dass der Ehemann die Frau belügt, betrügt und offensichtlich jedes Bewusstsein für Realität verloren hat. Unablässig ist die Kamera dabei, als das Lebensgerüst dieser Frau, ihre Existenz zusammenstürzt und immer deutlicher wird, dass ihr Mann ein Fall für den Psychiater ist. Was soll der Zuschauer damit anfangen, außer sein voyeuristisches Auge darauf zu werfen? Welche Chance hat dieser Mann, dessen Persönlichkeitsstörung sich vor der Fernsehnation entfaltet, auf Respekt, Anerkennung oder Arbeit? Was kann eine Frau erwarten, die bis zuletzt die Tragweite der Krankheit nicht erkennt und nach Selbstmordandrohungen ihres Mannes einknickt und bei ihm bleibt?

Entspräche es nicht einem natürlichen Impuls, einem Taktgefühl, in dieser Situation die Öffentlichkeit auszuschließen und zu helfen?

Rein rechtlich, so behauptet RTL, könnten die Protagonisten wie dieses Ehepaar die Ausstrahlung verhindern. Sie tun es aber nicht. Sie haben keine Zweifel. Vielleicht, weil sie als Medienunkundige nicht erahnen, welche Folgen es haben kann, sich so zu exponieren. Vielleicht, weil sie nicht wissen, was es heißt, wenn sich

die Boulevardmedien an einer Geschichte festbeißen – wie etwa an der Regine Zindlers und ihres Maschendrahtzauns. Weil sie nicht wissen, wie es ist, von Dieter Bohlen, stellvertretend für die Gewissenlosen dieser Nation, beleidigt und vorgeführt zu werden – „Was ist der Unterschied zwischen euch und einem Eimer Scheiße? Der Eimer!“ – und nach der Sendung wieder in die Schule zu gehen, U-Bahn zu fahren oder sich um eine Stelle bewerben zu müssen. Und weil viele vielleicht gar nicht erahnen, welches grenzdebile Bild sie von sich abgeben, welchen nachhaltig negativ wirkenden Eindruck sie in der Öffentlichkeit erzeugen, wenn sie sich etwa bei *DSDS* mit ihrer Nichtbegabung zum Affen machen.

Dass Personen so selten Einspruch erheben, wenn die Kamera alles festhält, mag auch an dem Vertrauen liegen, das Menschen, die nicht wissen, wie Geschichten gemacht werden, dem Fernsehen schenken. Weil sie dabei waren, als gefilmt wurde, meinen sie zu wissen, was später auf Sendung geht. Sie kommen gar nicht auf die Idee, dass Schnitt und Ton bewährte Mittel sind, ein bestimmtes Bild zu erzeugen – gern ein negatives, damit die Quote stimmt bzw. das Stück überhaupt erst interessant wird. So wie etwa bei *The Biggest Loser* allein das Weglassen lustiger Szenen den Eindruck vermitteln sollte, es habe viel Zank und Streit gegeben.

Vom Grenzgänger zum Gespött

Es ist sicher richtig, zu sagen, jemand sei „selbst schuld“, wenn er ins Fernsehen geht. Es ist aber auch richtig, einzugreifen und Bilder zurückzuhalten, wenn eine Situation – wie die bei *Raus aus den Schulden* – eskaliert und die teilnehmenden Personen die Kontrolle über das eigene Handeln und die Abläufe verlieren. Und wenn das, was passiert, den Rahmen dessen sprengt, was man gemeinhin als „normal“ gelten lässt.

Natürlich kann man einwenden, dass die Jugendlichen, die etwa bei *Teenager außer Kontrolle – Letzter Ausweg Wilder Westen!* gezeigt werden, dass die Kinder, die den Eltern auf der Nase herumtanzen, bis die Super-Nanny kommt, nicht „normal“ sind. Hier gilt es generell abzuwägen, welcher Schaden Menschen erwachsen kann, die ihr asoziales bis gestörtes Verhalten vor der Kamera ausbreiten. Zumal es sich um Personen handelt, die noch inmitten

ihrer Entwicklung stecken, deren Reifungsprozess noch nicht abgeschlossen ist und die oft genug kaum für ihr Verhalten verantwortlich zu machen sind: Kinder und Jugendliche, deren Fehlverhalten häufig vor allem ein Ergebnis inkompetenter Erwachsener ist, die aber die Folgen ihres Fernsehauftritts in ganzer Konsequenz tragen müssen, sprich Stigmatisierung.

Aber auch, wenn – wie bei diesen Sendungen – das „Anormale“ überhaupt erst die Existenz des Formats begründet, muss die Grenze abgepasst werden, an der der Auftritt im Fernsehen die Würde nimmt.

Es geht nicht darum, die Schrägen, die Schwachen, diejenigen, die nicht wissen, was sie tun, aus dem Fernsehen zu verbannen. Es geht darum, zu verhindern, dass sie zum Gespött und zum Objekt der Verachtung werden. Schwache zu schützen, ist nicht nur ein Zeichen von Größe. Es ist eine kulturelle Aufgabe und Verantwortung – auch des Fernsehens. Gerade des Fernsehens.

Die „Freakshows“, die früher durch die Lande zogen und Erwachsene, Kleinwüchsige und Behinderte einem johlenden Publikum vorführten, halten wir heute für barbarisch. Auch würde keiner mehr Afrikaner im Gehege von Hagenbecks Tierpark ausstellen wollen. Wenn aber das Fernsehen kommt und Menschen zeigt, die – aus welchen Gründen auch immer – bereit sind, sich ihre Würde nehmen zu lassen, dann soll das auf einmal in Ordnung sein.

Silke Burmester ist freie Journalistin. Sie schreibt über Medien und gesellschaftspolitische Themen, u. a. für epd und Spiegel-online.



Lothar Mikos

Mehr Respekt vor der freien Entfaltung der Persönlichkeit

Wer kennt das nicht?! Da sitzt man vollkommen unschuldig vor der Glotze, zappt ein wenig hin und her, weil man ja sonst nichts zu tun hat, und da, auf einmal, überkommen einen Gefühle wie Abscheu und Ekel, man windet sich peinlich berührt im Fernsehsessel und schämt sich für die Menschen, die sich da auf dem Bildschirm gehen lassen. Der nächste Gedanke: Haben die wohl die Konsequenzen ihres Auftritts im Lichte der Studioscheinwerfer vor den Kameras bedacht? Wissen die überhaupt, wie sehr sie sich zum Affen machen?

Privates in Fernsehen und Internet

So denkt aber nur ein Teil der deutschen Bevölkerung: diejenigen, die von sich selbst behaupten, besser gebildet zu sein, den medialen Durchblick zu haben und überhaupt als Gut-

menschen die letzten Reste der Hochkultur verteidigen zu müssen. Den anderen kommen angesichts der medialen Auftritte Gleichgesinnter eher Gedanken wie: „Boa! Wie geil ist das denn!“ oder: „Wow! Hammer!“, gefolgt von der Idee, wie man selbst ins Fernsehen kommt, um die eigenen 15 Minuten Ruhm zu ergattern. Schnell ein Video gedreht und bei YouTube oder MySpace eingestellt, die Fotos von der letzten Party, die alle Mitglieder der eigenen Clique in einem Zustand zwischen Vollrausch und Volldröhnung zeigen, mal eben bei Facebook oder StudiVZ hochgeladen. Spaß muss es nur machen. Mögliche Konsequenzen haben den Weg in die Hirnwindungen noch nicht gefunden. Es kann deshalb jedem so ergehen wie einer jungen englischen Facebook-Nutzerin, die am Abend ihres ersten Arbeitstages in einer neuen Firma der Online-Freundes-Öf-

fentlichkeit bekannt gab, dass das Arbeitsklima nicht sehr angenehm und der neue Job eher langweilig sei. Am nächsten Morgen sah sie sich im Büro mit einer fristlosen Kündigung konfrontiert. Leider ist nicht überliefert, ob und wie sie sich dazu auf Facebook geäußert hat.

Der Weg in die Öffentlichkeit ist kein leichter. Er will wohlbedacht sein. So zumindest die Auffassung derjenigen, die für sich die Kultur- und Anstandshoheit in diesem Lande beanspruchen. Aber es geht auch anders, wie in den Doku-Soap-, Lebenshilfe-, Makeover- und Talkshow-Formaten begutachtet werden kann. Offenbar teilen nicht alle Bürger dieser Republik die Ansichten über öffentliche Auftritte und ihre Regeln der gutbürgerlichen Mitte.

In der Diskussion um *Big Brother* zur Jahrtausendwende hatte die Fernsehkritikerin Klau-dia Wick bereits argumentiert, dass es offen-

bar eine neue Generation gebe, die mit dem Fernsehen und anderen Medien aufgewachsen sei und für die ein Auftritt in den Medien eine gewisse Selbstverständlichkeit habe. Sie nannte das die „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“-Generation. Aber das Verhältnis zu medialen Auftritten ist nicht nur eine Generationenfrage. Bereits 1990 hatten der Kollege Wulff und der Autor dieser Zeilen in einer Studie zu Gameshows am Beispiel von *Donnerlippchen* festgestellt, dass es unterschiedliche Konzepte von öffentlichen Auftritten gibt. Während Akademiker in der Regel davon ausgehen, dass jeder Auftritt perfekt und mit einer Leistung verbunden sein muss – man muss dabei sein Können und Wissen demonstrieren –, gibt es auch ein anderes Verständnis vom öffentlichen Auftritt: Hier steht der Auftritt selbst im Mittelpunkt: Der Prozess der Aufführung selbst, der Spaß dabei und nicht zuletzt die Tatsache, dass Fernsehkameras dabei sind, bestimmen das Erlebnis.

Fremdschämen

Übertragen auf die Situation des Schämens vor dem Fernsehgerät heißt dies: Diejenigen, die sich vor den Kameras auf ihre Art ausleben, tun

dies gerne und freuen sich dabei, es bringt ihnen meist auch Anerkennung bei Freunden und Bekannten. Peinlich berührt sind nur diejenigen, die das nicht verstehen können, weil sie selbst sich niemals in eine solche Situation begeben würden – deshalb schämen sie sich. Allerdings merken sie nur äußerst selten, dass man sich nicht für andere schämen kann, genauso wenig, wie man für andere Angst haben kann. Man kann Angst *um* jemanden haben, aber das Gefühl der Angst kann nur von derjenigen Person empfunden werden, die Angst hat. Mit anderen Worten: Wenn ich mich beim Fernsehen für einen Auftritt von Menschen in Talkshows oder Lebenshilfe-Formaten schäme, dann hat das mehr mit mir zu tun – mit meinen Werten und meinen Lebenskonzepten – als mit den Teilnehmern der Sendung. Denn durch deren Auftritt fühle ich mich in meinen Schamgrenzen verletzt, das müssen aber nicht die anderen sein. Also ist die Frage in solchen Momenten nicht: Wie kann man die Menschen vor sich selbst und solchen Auftritten schützen, sondern was hat das eigentlich alles mit mir zu tun? Wenn ich im Kino oder beim Fernsehen weine, kann ich ja auch nicht die anderen dafür verantwortlich machen, sondern ich bin es, der weint, weil ich gerührt bin und mir eine Sze-

ne sehr nahegeht. Das Weinen hat mit meinen eigenen Lebenserfahrungen zu tun, genauso wie das Schämen.

Entscheidungsfreiheit Volljähriger

Außerdem gilt: Wer sich im Fernsehen oder im Internet aus meiner Sicht danebenbenimmt und Privates öffentlich macht, ist in der Regel volljährig. Mit der Volljährigkeit ist auch jeder Mensch voll strafmündig, muss also für seine Taten die Verantwortung übernehmen, wenn nicht strafmildernde Umstände geltend gemacht werden können. Letzteres gilt bereits für Jugendliche ab 14 Jahren, allerdings mit der Einschränkung, dass sie zur Zeit der Tat sittlich und geistig reif genug sind, das begangene Unrecht einzusehen und nach dieser Einsicht zu handeln. Von dieser Einschränkung ist bei Erwachsenen nicht die Rede. Daher dürfen sie alles tun und lassen, was nicht gegen das Gesetz verstößt oder allgemeinen Richtlinien wie z. B. der Straßenverkehrsordnung unterliegt. Sie dürfen wählen, denn mit der Volljährigkeit darf man auch wählen und sich wählen lassen; sie dürfen heiraten, auch wenn sie die Konsequenzen einer solchen Bindung nicht im vollen Umfang abschätzen können; und sie dür-



Raus aus den Schulden mit Peter Zwegat.

fen selbst entscheiden, wie sie sich im Fernsehen und Internet präsentieren wollen, ob sie Bilder ihrer Unterwäsche online stellen, sich in *Zwei bei Kallwass* Rat bei ihren Essstörungen holen, sich bei *Britt* ankeifen, in der *Oliver Geissen Show* ihre Intimpiercings vorführen, mit Peter Zwegat raus aus den Schulden wollen, sich von der *Super-Nanny* bei der Erziehung ihrer Kinder helfen lassen oder ihre allgemeinen Lebensprobleme in Doku-Reihen wie *We are Family* und *Abenteuer Alltag* der Öffentlichkeit präsentieren. Jeder hat das Recht dazu, auch wenn wir das selbst nicht tun würden und uns so mancher Auftritt in diesen Shows peinlich ist. Für die Menschen sind die Erlebnisse und Erfahrungen, die sie mit solchen Fernsehshows verbinden, wichtig, sie sind ein Zeichen von Selbstermächtigung, denn sie haben für sich einen Weg gefunden, um mit ihren Problemen und Neigungen umzugehen, auch wenn es der Weg ins Fernsehen ist.

Problematisch ist dies auf den ersten Blick für die Kinder von Familien, die sich in diesen Formaten präsentieren. Denn sie sind an das Einverständnis der Eltern gebunden. Aus moralischer Sicht sind aber viele Dinge, die Kinder auf Geheiß und Wunsch ihrer Eltern tun, fragwürdig. Da werden Kinder zu Leistungs-

sportlern getrimmt, sollen Popstars werden oder Messdiener, Geigenvirtuosen, Bauer etc. Wer sich noch an die *Mini Playback Show* erinnert, wird auch noch die Bilder von Eltern im Kopf haben, die von Ehrgeiz zerfressen waren und ihre Kinder förmlich auf die Bühne trieben. So lange das Erziehungsrecht, wie im Grundgesetz festgelegt, bei den Eltern liegt, müssen solche Verhaltensweisen hingenommen werden, auch wenn sie nicht unserem Verständnis von Erziehung entsprechen. Und wer nur davon ausgeht, dass Kinder von Familien, die mit den Reaktionen auf ihren Auftritt in der *Super Nanny* zurechtkommen müssen, traumatisiert werden, ignoriert die Vielfalt des Lebens in einer pluralistischen Gesellschaft. Wer sagt uns denn, ob nicht genau diese Kinder später Aufzeichnungen von der Sendung ihren jugendlichen oder erwachsenen Freunden zeigen und sich dabei amüsieren, nach dem Motto: „So blöd waren wir damals.“ Wir gucken uns ja auch alte Dias und Videos an, weil wir uns dabei so schön beölen können, auch wenn es uns irgendwie auch ein bisschen peinlich ist. Im Nachhinein sind wir immer schlauer, nur Prognosen sind immer dann kompliziert, wenn sie mit der Zukunft zu tun haben.

Vorsicht vor Vorurteilen

Also, Vorsicht bei der Verurteilung der Menschen, die in den sogenannten Real-Life-Formaten auftreten. Man kann sie nicht für unmündig erklären, denn das hieße auch, ihnen das Wahlrecht zu entziehen, sie nicht mehr selbst entscheiden lassen zu können, ob und wen sie heiraten. Wir müssen endlich akzeptieren, dass mit der Volljährigkeit auch das Recht verbunden ist, sich jederzeit an jedem beliebigen Ort – also auch im Fernsehen und im Internet – wie privat und intim auch immer zu produzieren. Vielleicht liegt gerade darin auch die Würde des Menschen, dass er im Rahmen der Gesetze frei entscheiden kann, was er wie und wo zu tun gedenkt. Die freie Entfaltung der Persönlichkeit, unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft und Bildung, ist ein hohes Gut, das man nicht beschneiden sollte.



Die *Super Nanny* mit Katharina Saalfrank

Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Panorama 02/2009

„medius 2009“ in Berlin verliehen

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) und das Deutsche Kinderhilfswerk haben am 20. Februar 2009 im Rahmen von *medien impuls*, einer Veranstaltungsreihe von FSF und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia (FSM), zum zweiten Mal den „medius“ vergeben. Der Preis würdigt wissenschaftliche und praxisorientierte Abschlussarbeiten, die sich mit innovativen Aspekten der Medien, Pädagogik oder des Jugendmedienschutzes auseinandersetzen. Für ihre Diplomarbeit über *Suizidgefährdete Jugendliche im World Wide Web. Ursachen und Gründe für die Nutzung von Gesprächsforen* wurde Bianca Wolf mit dem 1. Preis ausgezeichnet. Die Diplomandin an der Fachhochschule Koblenz konstatiert in ihrer Arbeit, dass Suizidforen ein niederschwelliges Gesprächsangebot darstellen, das in akuten Krisen hilfreich sein und Betroffene dabei unterstützen kann, ihr soziales Kapital wieder zu vergrößern. Die Jury stellte heraus, dass es die Verfasserin dennoch nicht versäumt habe, auch auf gefährdende Faktoren von Suizidforen aufmerksam zu machen. Den 2. Preis des „medius 2009“ erhielt Hermine Lisbeth Kohlweis für ihre Diplomarbeit *Ich sehe was, was du nicht siehst – Rezeptionsstudie zum Medienalltag hochgradig sehbehinderter Menschen*. Die Arbeit wurde an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt eingereicht. Die Autorin, die aufgrund der schleichenden Erblindung ihrer Mutter einen persönlichen Bezug zur Problematik hat, beschreibt, wie sich die Medienwelt auf den Alltag Sehbehinderter auswirkt. Der 3. Preis des „medius 2009“ ging an Jana Lippert für ihre an der Hochschule Fulda eingereichte Bachelor-Arbeit *Existenz der Ästhetik – Die Konstruktion des weiblichen Clip-Körpers im Feld öffentlicher Diskurse*. Lippert untersucht in ihrer Arbeit Videoclips und deren Effekt auf die Konstituierung von Körperbildern vor dem Hintergrund von Foucaults Macht-Theorem. Sie weist nach, wie der von den Majors betriebene Mainstream-Musikmarkt via Videos die Körperbilder und die Arbeit am eigenen Körper hegemonial prägen kann. Eine lobende Erwähnung erhielt Anna Schmittgen für ihre Abschlussarbeit für das Lehramt an Grundschulen, in der sie sich den *Argumentationsstrategien von Kindern im Chat* widmet. Eingereicht wurde die Arbeit an der Bergischen Universität Wuppertal. Schmittgen untersucht am Beispiel des tivi-treff, wie und zu welchen Themen sich Kinder in einem Internet-chat schriftlich äußern.



Junge Leute sehen RTL-Dschungelcamp zwiespältig

Den Ergebnissen einer Allensbach-Umfrage zufolge, weckte das RTL-Dschungelcamp *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* vor allem bei jungen Zuschauern Interesse. Demnach haben 67 % der 16- bis 29-Jährigen eine oder mehrere Folgen des Formats gesehen. Die Resonanz sei dabei jedoch zwiespältig ausgefallen: 48 % fanden die Serie unterhaltsam, 41 % eher geschmacklos. Vom Gesamtpublikum haben 41 % die Sendung zumindest gelegentlich verfolgt. 32 % von ihnen fühlten sich gut unterhalten. Mehr als die Hälfte (57 %) konnte dagegen dem Dschungelcamp nichts abgewinnen. In der Altersgruppe ab 60 Jahren lehnen sogar 80 % der Befragten dieses Format ab. Ferner geht aus der Umfrage hervor, dass zunehmend über mangelnde Fernsehqualität geklagt werde: Während 2006 46 % der Befragten meinten, die Programme würden zunehmend schlechter werden, waren dies in der aktuellen Umfrage 51 %. Befragt wurden insgesamt 1.802 Menschen ab 16 Jahren in der Zeit vom 9. bis 18. Februar dieses Jahres.

Die Preisträgerinnen, von links nach rechts: Bianca Wolf (1. Preis), Hermine Lisbeth Kohlweis (2. Preis) und Jana Lippert (3. Preis)

Medienforschung: Warum spielen Jugendliche Computerspiele?

Die Mehrheit der Forscher interessiert sich inzwischen nicht mehr für die Frage, was die Computerspiele mit den Jugendlichen anstellen, sondern warum Jugendliche Computerspiele spielen, so der Medienforscher Johannes Fromme in einem Gespräch mit der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Fromme ist Professor für Erziehungswissenschaftliche Medienforschung an der Universität Magdeburg und organisierte im März 2009 eine Tagung zum Stand der Computerspielforschung in der Landeshauptstadt. Die Faszination der Computerspiele habe etwas mit der Interaktivität zu tun, die eine andere Erfahrung als beim Film sei. So erlebten sich die jungen Menschen selbst als jemand, der etwas bewirken kann, was ihnen im Alltag oft nicht gelinge. Wichtig sei es, den Jugendlichen den Umgang mit Computerspielen beizubringen: „Natürlich müssen junge Leute lernen, mit dem Computer und den Risiken, die er birgt, umzugehen. Da gilt das Gleiche wie im Straßenverkehr oder beim Umgang mit dem anderen Geschlecht.“ Pauschalen Forderungen, Computer generell aus Kinder- und Jugendzimmern zu verbannen, erteilte er eine Absage, da sie multimediale Geräte seien, die für alles Mögliche verwendet werden könnten.

McDonald's lockt mit kostenlosen Online-mathestunden

Die weltweit präsente Fast-Food-Kette McDonald's sorgt mit einer neuen Werbestrategie derzeit in Australien für Aufregung. Konkret geht es dabei um die Bereitstellung von Mathematik-Unterrichtseinheiten im Internet, die den Schülern mit Unterstützung des Fast-Food-Konzerns kostenlos angeboten werden. Der reguläre Monatspreis der „McMaths“ getauften Onlinelehrstunden von 40 Australischen Dollar (rund 20 Euro) wird dabei durch Werbeeinblendungen finanziert. Dafür werden Jugendliche, die sich bei diesem Angebot im Web einloggen, mit entsprechendem Firmenlogo und der Erklärung „mit Stolz bereitgestellt von Ihrem lokalen McDonald's Restaurant“ begrüßt. Die Werbeaktion ist von der australischen Regierung abgesegnet. Trotz ihres gemeinnützigen Ansatzes hat sie in einigen Bundesstaaten für heftige Auseinandersetzungen gesorgt. Was das Ansprechen von jüngeren Zielgruppen betreffe, müssten Werbetreibende eine besondere Verantwortung wahrnehmen, so Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW). Ein Sponsor, der sich für die Förderung eines gemeinnützigen Projekts entscheide, dürfe aber natürlich auch seinen Namen daruntersetzen. Deshalb sei die Strategie, dass Unternehmen sich auf diese Weise ins öffentliche Gedächtnis rufen, prinzipiell legitim. Für Deutschland hat der Konzern keine derartigen Werbepläne.

Jahresbilanz 2008 des Werberats

Der Deutsche Werberat hat 2008 mehr Werbekampagnen beanstandet als im Vorjahr. Vor allem Beschwerden zu frauenfeindlicher und frauendiskriminierender Werbung haben zugenommen. Vier der sechs öffentlichen Rügen richteten sich auch explizit gegen frauenfeindliche Werbemotive. So wurde ein Fuhrparkunternehmen gerügt. Die Firma warb auf ihren Lieferwagen mit ihrem Namen für Fleischwaren und mit einem nackten Frauenkörper sowie dem Werbespruch: „Schönheit kommt von innen“. Nach der Rüge durch den Werberat hat das Unternehmen die Werbung entfernt. Insgesamt wurden im letzten Jahr 110 Kampagnen vor dem Werberat mit dem Vorwurf der Frauenfeindlichkeit konfrontiert. Das waren 42 % aller eingereichten Fälle. 2007 waren es 33 %. Bei mehr als einem Drittel der Proteste stimmte der Werberat zu. Unklar sei jedoch, ob sexistische Werbung tatsächlich zugenommen habe oder vielmehr die Sensibilität in der Bevölkerung gewachsen sei.

Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job

Jugendarbeitslosigkeit und Reality-TV

Andrea Nolte

In der derzeitigen Wirtschafts- und Arbeitsmarktsituation wird der Wettbewerb um eine Lehrstelle wieder stärker. Viele Jugendliche stehen unter entsprechendem Druck. Das Thema geht auch an den Medien nicht vorüber. Im „Leitmedium“ Fernsehen widmet sich jetzt mit der Reality-Show *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job* eine unvermutete Sendeform dieser Problematik.

Anmerkungen:

1
Zum prekären Verhältnis von Wirtschaft und Fernsehen in Bezug auf journalistische Arbeit vgl. auch **Bertram, J.:** *Mattscheibe. Das Ende der Fernsehkultur.* Frankfurt am Main 2006, S. 117–126

2
Vgl. dazu z. B. **Hickethier, K.:** *Orientierungsvermittlung, Verhaltensmodellierung, Sinnstiftung – Zu den gesellschaftlichen Funktionen der Medien.* In: *Medien und Erziehung*, 43/6/1999, S. 348–351 sowie **Döveling, K./Mikos, L./Nieland, J.-U.:** *Einleitung: Orientierungsangebote im Spannungsfeld von Normen und Leistungen.* In: Dies. (Hrsg.): *Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung.* Konstanz 2007, S. 7–17

Die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise hat das sozialpolitische Klima in Deutschland verändert. Dieser gesellschaftliche Wandel spiegelt sich auch in den öffentlichen Debatten wider, auf deren Agenda *ein* Thema erneut ganz nach oben gerückt ist: die Gefahr steigender Arbeitslosigkeit und die daraus resultierenden Folgen. Schlagworte wie Einstellungsstopp, Kurzarbeit, betriebsbedingte Kündigungen, Altersteilzeit und Sozialpläne haben Meldungen über sinkende Arbeitslosenzahlen und starke Stellenzuwächse längst wieder abgelöst. Dazu haben die Medien ihren Teil beigetragen; das journalistische Spektrum reicht dabei von informationsorientierter Berichterstattung bis hin zu populistischer Meinungsmache.¹

Man kann es nur falsch machen...

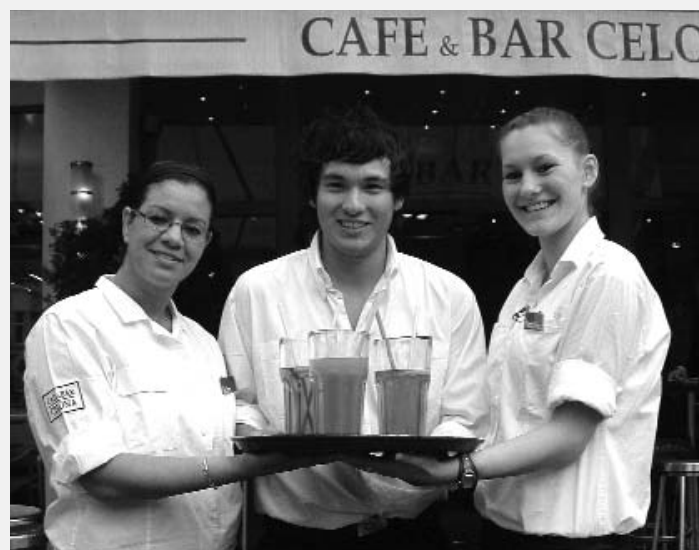
Natürlich nimmt sich auch das immer noch als Leit- und Orientierungsmedium geltende Fernsehen² des Themas an. Nachrichtensendungen melden die aktuellen Entwicklungen, Politmagazine beleuchten die Hintergründe und Talkrunden diskutieren die gegenwärtigen Zustände. Letztere fungieren vornehmlich als Expertenforen, in denen weniger *mit* als vielmehr *über* die potenziell betroffenen Arbeitnehmer bzw.

Arbeitssuchenden gesprochen wird. Abgesehen von den Nachrichten, wird die Mehrzahl dieser Formate im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt, bevorzugt am späteren Abend, denn in der Primetime möchte man sich lieber den schönen Seiten des Lebens widmen. Bei dieser Konstellation verwundert es nicht, dass einige Zielgruppen, die sich in der Realität durchaus mit dem Thema Arbeitslosigkeit konfrontiert sehen, komplett aus dem Sichtfeld der Sendeanstalten fallen. Das gilt insbesondere für Jugendliche. Die Forderung des Medienkritikers Stefan Niggemeier ist deshalb mehr als berechtigt: „Das Fernsehen muss neue Formen finden, dem sozialen Wandel in Deutschland Rechnung zu tragen“ (2006, S. 106). Doch wie sollen die Sendungen konzipiert sein, wer soll sie produzieren, wo und wann sollen sie ausgestrahlt werden? Die Antwort auf diese Fragen liefert eine nicht wirklich neue und in diesem Zusammenhang eher unvermutete Sendeform: das Reality-TV (RTV),³ produziert von Firmen, die sich eher der Unterhaltung als der Information verschrieben haben, und ausgestrahlt von Privatsendern, die damit während der Woche ihre nachmittägliche Sendezeit füllen. Ein besonders eindrucksvolles Beispiel hierfür ist das ProSieben-Format *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job*.



3

In Deutschland beschäftigt sich vornehmlich die Kommunikations- und Rezeptionswissenschaft mit der Frage, inwieweit sich die Zuschauer mit den Protagonisten diverser Reality-Formate identifizieren bzw. inwiefern sich ihre Identitätsbildung daran orientiert. Im anglo-amerikanischen Raum werden Sendungen dieser Art eher aus fernseh- und kulturwissenschaftlicher Sicht betrachtet, wobei die Selbstdarstellung *in* und Selbstfindung *durch* das Reality-TV gleichermaßen diskutiert werden. Weiterführende Texte hierzu finden sich u. a. in: **Holmes, S./Jermyn, D. (Hrsg.):** *Understanding Reality Television*. London/New York 2004; **Murray, S./Ouellette, L. (Hrsg.):** *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York/London 2004; **Biressi, A./Nunn, H.:** *Reality TV. Realism and Revelation*. London 2005 sowie **Ouellette, L./Hay, J.:** *Better Living Through Reality TV*. London 2008.



4

Einige der Ansätze zum Verhältnis zwischen realer Jugendarbeitslosigkeit und RTV finden sich auch in:

Nolte, A.: *Vom Tabu zum Trend – Arbeitslosigkeit im Fernsehen*. In: Jahrbuch für Pädagogik 2007. Arbeitslosigkeit. Frankfurt am Main 2008, S. 329 – 347

5

Vgl.

http://www.prosieben.de/lifestyle_magazine/deine_chance/sendung/; 20. Februar 2009

6

Ebd.

Reality-TV als echte Chance?

In der Diskussion über die derzeitige Arbeitsmarktlage sollten zwei Aspekte besondere Aufmerksamkeit erfahren: die Ausbildungssituation der Jugendlichen und die Gefahr der Jugendarbeitslosigkeit, denn wenn die Perspektivlosigkeit bereits einsetzt, bevor das Arbeitsleben überhaupt begonnen hat, stellt sich eine auf sozialen Grundsätzen fußende Marktwirtschaft selbst ein Armutszeugnis aus.⁴ Derzeit wird der Wettbewerb um eine Lehrstelle auf dem ersten Arbeitsmarkt wieder stärker, viele Jugendliche stehen unter entsprechend großem Druck. Nach dem Schulabschluss müssen sie sich für einen Beruf entscheiden, der ihren Fähigkeiten entspricht und die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft bildet. Dann beginnt die Bewerbungsphase. Da in vielen Berufen die Konkurrenz groß ist, bedarf es häufig einer ganzen Reihe von Bewerbungen und Vorstellungsgesprächen, um schließlich die Zusage für einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Eine Garantie, dass man die gewünschte Lehrstelle bekommt, gibt es allerdings in kaum einem Beschäftigungsbereich. Genau darum geht es in *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job*: „Drei Bewerber kämpfen um einen Ausbildungsplatz, doch nur einer gewinnt. Die Konkurrenz ist hart – für zwei von ihnen zu hart. Es gilt seinen Job ordentlich zu machen, die Chefs zufriedenzustellen und sich von seiner besten Seite zu zeigen. Nur wer in allen Disziplinen punktet, bekommt den Lehrvertrag. Wie schlagen sich die drei angesichts ihrer Konkurrenten? Wie verstehen sie sich mit dem Chef? Wann wird der Mitstreiter zum schlimmsten Feind im Rennen um die begehrte Stelle? Diese Fragen stellt *Deine Chance!* [...]“⁵

Natürlich liefert die Sendung auch die passende Antwort. Aus drei Bewerbern werden nach dem K.-o.-Prinzip zunächst zwei – und am Ende jeder Folge kommt es zum Showdown zwischen den beiden verbliebenen Kontrahenten. Der Gewinner darf schließlich vor laufender Kamera den hart umkämpften Ausbildungsvertrag unterschreiben.

Damit bestätigt die Sendung auf den ersten Blick jedes kulturkritische Vorurteil, das gegenüber dem RTV besteht. Kann man ein solches Thema auf eine derartige Weise darstellen? Macht der offensive Wettbewerbscharakter aus der Suche nach einem Ausbildungsplatz eine Gameshow? Zeigt das (Privat-)Fernsehen mit diesem Format nicht einmal mehr, dass es aus

kommerziellen Gründen die Wirklichkeit zum Spektakel macht? Die vehemente Dramatisierung des dokumentarischen Materials ist jedenfalls gewollt. Nur so gelingt es, die für das RTV typische Emotionalisierung zu erzeugen. Träger der Emotionen sind die Bewerber: „Sie erleben Erfolg und Niederlage, Freundschaft und Feindschaft, Glück und Leid.“⁶ Ihnen blickt der Zuschauer durch die Kamera auf die Finger und ins Gesicht, die auf visuelle Höhepunkte ausgerichtete Montage verstärkt die Wirkung dieser Bilder. Kombiniert mit einem eindringlichen Kommentar und ausgesuchten Interviewsequenzen, entsteht eine den Zuschauer leitende narrative Struktur mit niedriger Aufmerksamkeitsschwelle. Das alles entspricht eher einer Daily Soap als einer Dokumentation – und veranlasst die Fernsehkritik dementsprechend zu einer abwertenden Haltung gegenüber dem Format.

Andererseits stellt sich die Frage, ob die Inszenierung einer Bewerbungssituation als Wettkampf tatsächlich so abwegig ist. Bei genauerem Hinschauen erscheint das Format wie eine televisionäre Transformation der realen (Arbeits-)Welt, die zunehmend nach darwinistischen Grundprinzipien funktioniert. Den Jugendlichen vor dem Fernseher wird eindrücklich veranschaulicht, was passiert, wenn jemand nicht gut genug ist, sich nicht wirklich anstrengt und es nicht schafft, sich gegen andere durchzusetzen. Gleichaltrigen beim Scheitern zuzusehen, ist wenig unterhaltsam. Wer möchte nicht auf der Gewinnerseite stehen?

Ein positiver Ansatz und die Probleme seiner Umsetzung

Deine Chance! dokumentiert den Versuch, ein Thema wie Jugendarbeitslosigkeit in ein unterhaltungsorientiertes RTV-Format einzubinden, indem man die Rezeptionsgewohnheiten und -bedürfnisse der anvisierten Zielgruppe in den Blick nimmt. Bereits der Titel adressiert nicht nur die Bewerber, er umfasst auch die Zuschauer. Die Vorstellungen über die Suche nach einem Ausbildungsplatz werden in diesem Format auf eine Art konkretisiert, die das Interesse der Jugendlichen weckt. Ihnen werden Identifizierungsangebote gemacht, ohne dass sich die Trennung zwischen ihnen und den Akteuren unreflektiert aufhebt. Die Zuschauer begleiten die konkurrierenden Teilnehmer auf ihrem Bewerbungsparcours, können Sympathien entwickeln, Anteil nehmen oder sich aus emotionaler Di-

stanz einfach nur unterhalten lassen. Im besten Fall „gewinnen“ sie aus der Fernsehrealität etwas für ihre eigene Wirklichkeit.

Deine Chance! vermittelt den Zuschauern erste Eindrücke von einzelnen Tätigkeiten und alltäglichen Abläufen eines Berufs. Das Format ergänzt das Wissen derjenigen Jugendlichen, die bereits ein Schulpraktikum absolviert haben, es ermöglicht ihnen einen Abgleich der eigenen Erfahrungen mit denen der Fernsehakteure. Sie nehmen mittelbaren Anteil, wenn sich die Bewerber den verschiedenen Aufgaben und dem anschließenden Auswahlverfahren stellen. Sie können die Selbsteinschätzung der Teilnehmer und das Urteil des potenziellen Arbeitgebers bewerten und hinterfragen sowie die eigenen Fähigkeiten und Erwartungen damit in Bezug setzen. Bemerkenswert ist, dass ein sehr breites Spektrum möglicher Ausbildungsberufe gezeigt wird. Neben den „klassischen“ Berufen im Handwerk oder Dienstleistungsbereich finden auch weniger bekannte Arbeitsfelder und manchmal kuriose Lehrberufe Beachtung.

Gleichzeitig sind die typischen Dysfunktionen des RTV hinsichtlich seiner mangelnden dokumentarischen Qualität und des faktisch geringen Informationsgehalts unübersehbar, die im Format begründeten Verkürzungen und Auslassungen bergen immer die Gefahr einer Verzerrung des gefilmten Ganzen durch die Auswahl des letztlich Gezeigten. Trotz aller guten Ansätze steht ein Format wie *Deine Chance!* beispielhaft für die irritierende Tendenz, gesellschaftspolitisch relevante Themen auf eine ambivalente Art in Gegenstände televisionärer Unterhaltung zu transformieren. Die Konzeption der Sendung entfernt sich weit von den Grundregeln „seriöser“ Dokumentationen. Durch ihren hohen Inszenierungsgrad muss sie sich darüber hinaus den Vorwurf eines medialen „Sozialvoyeurismus“ (Beck 2006, S. 42) gefallen lassen, der vordergründig dazu dient, mit den Sorgen der Teilnehmer Quote zu machen.

Fazit

Ein RTV-Format wie *Deine Chance!* ist und bleibt im Hinblick auf eine angemessene Behandlung des Themas Jugendarbeitslosigkeit im Fernsehen fragwürdig. Doch gerade diese Fragwürdigkeit birgt das Potenzial, über die Diskussion der Sendung hinaus das Sprechen über den Gegenstand zu befördern. Im besten Fall gibt das Zielgruppenprogramm eines Privatsenders den Ex-

pertenrunden der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten einige Impulse für „neue Formen“ der Problemlösung. Das setzt allerdings voraus, dass alle Beteiligten nicht einfach fernsehen, sondern auch genau hinschauen.

Literatur:

Beck, H.:

Überforderte Medien, unterfordertes Medium – von der Realität zur Medienwirklichkeit. In: P. C. Hall (Hrsg.): *Bilder des sozialen Wandels. Das Fernsehen als Medium gesellschaftlicher Selbstverständigung.* Mainz 2006, S. 39–48

Niggemeier, S.:

Die neuesten Zahlen aus Nürnberg. In: P. C. Hall (Hrsg.): *Bilder des sozialen Wandels. Das Fernsehen als Medium gesellschaftlicher Selbstverständigung.* Mainz 2006, S. 99–108

Andrea Nolte ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaften der Universität Paderborn.



Tilman P. Gangloff

Der Fernsehfilm gilt in der TV-Branche als Königsdisziplin. Quantitativ mögen RTL, Sat.1 und Co. im Wettbewerb mit ARD und ZDF vielleicht nicht mithalten können, aber die Qualität kann sich nicht nur in Ausnahmefällen sehen lassen, wie eine Vielzahl an Preisen für TV-Movies belegt. Auch im Formatbereich haben die Privatsender für viel Innovation gesorgt. Selbst wenn es sich in der Regel um Importe handelt und Geschmackskritiker auf manche Show verzichten könnten: Kommerzielles Fernsehen hat die deutsche Medienlandschaft enorm bereichert. Ein Streifzug durch eine Erfolgsgeschichte...

Lauter große TV-Romane

25 Jahre Privatfernsehen: Mit ihren TV-Movies haben die Sender auch künstlerischen Erfolg

Sat.1 war einen Tag schneller, doch das ist längst Schnee von gestern: Seit 25 Jahren gibt es in Deutschland kommerzielles Fernsehen. Eine ganze Generation ist mittlerweile mit einer täglichen Serie wie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* groß geworden, mit den Abgründen menschlichen Daseins in Talk- und Gerichtsschows, mit dem Elendstourismus in Formaten, die angeblich der Lebensberatung dienen, mit beinahe allgegenwärtigem Klatsch und Tratsch sowie mit der Gewissheit, dass das Fernsehen aus unscheinbaren Zeitgenossen quasi über Nacht „Superstars“ machen kann.

Die lange umstrittene Gründung des damals sogenannten Kabelfernsehens hat die Freizeitgewohnheiten der Deutschen in einem Maß beeinflusst wie zuvor nur die Einführung des Mediums selbst. Auch wenn RTL und Co. im Vergleich zur gebührenfinanzierten Konkurrenz in letzter Zeit schlechter dastehen: Das „Duale Rundfunksystem“ ist längst etabliert. Die Fernsehlandschaft ist derart sorgfältig zwischen den verschiedenen Marktteilnehmern aufgeteilt, dass zumindest in absehbarer Zeit kaum mit größeren Änderungen zu rechnen ist. Jeder Familie gehört, grob gerechnet, ein Drittel des TV-Kuchens: ARD/ZDF (inklusive dritte

Programme, Ki.Ka, Arte, 3sat und Phoenix), ProSiebenSat.1 (inklusive kabel eins, N24 und 9Live) sowie RTL (inklusive RTL II, Super RTL, VOX und n-tv).

Marktführer zumindest in der vermeintlich werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen ist seit einer gefühlten Ewigkeit der Kölner Sender RTL, der seinen früh erworbenen Vorsprung vor der kommerziellen Konkurrenz nie wieder eingebüßt hat. RTL ist es außerdem als erstem Privatsender gelungen, ein mehr oder weniger seriöses Image zu bekommen. Wurde das Senderlogo – es steht für Radio Tele Luxemburg – in den Anfangsjahren noch spöttisch als Kurzform für „Rammeln, Töten, Lallen“ bezeichnet, sind RTL heute praktisch alle Fernsehinnovationen in Deutschland zu verdanken. Auch wenn Medienkritiker, Lehrer und Arte-Zuschauer auf die meisten dieser Formate gut und gern verzichten können: Sie haben ihr Publikum gefunden. Mit Reinhold Beckmann, Johannes B. Kerner und Jörg Pilawa sind zudem einige der derzeit populärsten öffentlich-rechtlichen Moderatoren von Privatsendern abgeworben worden.

Ohnehin haben ARD und ZDF nicht nur ihr Gesicht, sondern auch ihren Charakter in den

letzten anderthalb Jahrzehnten stärker gewandelt als in den gut 40 Jahren zuvor. „Konvergenz“ ist das Stichwort, die programmliche Angleichung zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Sendern: Aus lauter Angst, den Anschluss zu verpassen und damit ihr Publikum zu verlieren, machen die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme mittlerweile jeden Trend mit. Tägliche Talkshows (*Fliege*), „Daily Soaps“ (*Verbotene Liebe*), Quizshows (*Das Quiz mit Jörg Pilawa*), Telenovelas (hier *Sturm der Liebe*, dort *Wege zum Glück*), Talentsuchen (*Musical Showstar 2008* mit Thomas Gottschalk), Lifestyleberatung (*Bruce* mit Bruce Darnell): alles ursprünglich Genre-Importe von Privatsendern, alle von ARD und ZDF mit oft genug allenfalls durchwachsenem Erfolg abgekupfert.

„Einfalt statt Vielfalt“

Deshalb hagelt es auch immer wieder Kritik: Anstatt sich auf Qualität zu besinnen, sind öffentlich-rechtliche Programmleute heute fast ausschließlich auf Marktanteile fixiert. Damit hat sich mittlerweile eine Haltung in ihr komplettes Gegenteil verkehrt, die zur Einführung

des Privatfernsehens noch von Arroganz geprägt war. Damals spotteten Redakteure von ARD und ZDF über das Programm der jungen Konkurrenz („Einfalt statt Vielfalt“). Schaut man sich die Primetime des „Ersten“ und des „Zweiten“ an, ist dieser Vorwurf längst zum Bumerang geworden: Um 20.15 Uhr sucht man Informationssendungen mit gesellschaftlicher Relevanz weitestgehend vergeblich.

Natürlich kann und sollte man auch über viele Formate des Privatfernsehens streiten, und das keineswegs bloß, weil *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (RTL) auf diverse Fragen

des guten Geschmacks ziemlich eklige Antworten gefunden hat. Dieter Bohlen's Umgang mit talentlosen Sangeskünstlern bei *Deutschland sucht den Superstar* (ebenfalls RTL) beschäftigt schon mal den Jugendschutz. Auf der anderen Seite hat das deutsche Fernsehen den Privatsendern einige herausragende Produktionen zu verdanken: Diverse Serien und Filme sind im Lauf der Zeit zu Recht mit seriösen Preisen geehrt worden. Während es sich bei Shows und Coaching-Formaten in der Regel um importierte Ideen handelt, gibt es eine überraschend hohe Anzahl gerade an Filmen, mit de-

nen sich auch ARD oder ZDF hätten schmücken können.

Der Tanz mit dem Teufel, *Das Wunder von Lengede*, *Die Luftbrücke* sind z. B. die eigenproduzierten TV-Movies, die Sat.1 eine Menge Prestige eingebracht haben. Trotzdem sind es nicht immer die Toptitel, die im Gespräch zuerst fallen. Volker Szezinski beispielsweise, bis zu Beginn des Jahres langjähriger Leiter der Sat.1-Programmplanung, nennt als Lieblingsfilm *Wie angelt man sich seinen Chef?* Das hat natürlich seinen Grund: Nach der Erstaussstrahlung im Februar 2000 ist der Liebesfilm mit So-



Meine verrückte türkische Hochzeit

phie Schütt und Johannes Brandrup (Regie: Ute Wieland) sechsmal wiederholt worden. Viermal lagen die Marktanteile bei 20 %. Szezinski ist „ein ausgesprochener ‚Brot und Butter‘-Fan. Filme wie die Romanze *Wie angelt man sich seinen Chef?* sind mir nicht weniger wichtig als *Das Wunder von Lengede*, weil sie unser Kerngeschäft ausmachen.“

Anfang der 1990er-Jahre haben die Privatsender begonnen, eigene Fernsehfilme zu produzieren. Ein Etikett wie „Der große Sat.1-Film“ gehört bis heute zu den bekanntesten Programmmarken im deutschen Fernsehen. Sat.1

hat bislang über 400 TV-Movies produzieren lassen; allein die Krimiserie *Der Bulle von Tölz* mit Ottfried Fischer umfasst bislang knapp 70 Folgen. Derzeit gibt Sat.1 allerdings nur noch rund 20 Filme pro Jahr in Auftrag, RTL zuletzt sogar bloß noch eine Handvoll. Bis zum Jahr 2000 waren es fast vier Dutzend. Dann wurde das Geld knapper, der Sendeplatz „Der große TV-Roman“ lief aus. Mit der Verpflichtung der früheren teamWorx-Produzentin Barbara Thielen als Fiction-Chefin hat sich der Sender jedoch wieder zur Programmfarbe TV-Movie bekannt. Der Schwerpunkt liegt nun bei wenigen

Produktionen, die dafür umso imposanter sind. Allein 2008 gelangen den Kölnern einige herausragende Filme. Der düstere Zweiteiler *Das jüngste Gericht* (Regie: Urs Egger) z. B. war wegen seiner am Comicroman orientierten Bildgestaltung optisch der wohl innovativste Fernsehfilm des letzten Jahres, aber auch Thriller wie *Das Papst-Attentat* (Rainer Matsutani) oder die Schätzing-Verfilmung *Die dunkle Seite* (Peter Keglevic) gehörten zu den besten TV-Movies dieses Jahrgangs.



Der Sandmann

Eigenproduktionen müssen sich re-finanzieren

Während ARD und ZDF staatsvertraglich verpflichtet sind, die deutschen Produzenten zu unterstützen, haben die Privatsender bei der Gestaltung ihrer Programme weitgehend freie Hand. Immerhin kostet selbst ein durchschnittliches TV-Movie bis zu 1,5 Mio. Euro. Anders als beispielsweise bei der ARD, die gerade die im Auftrag ihrer Tochter Degeto produzierten Freitagsmelodramen regelmäßig durch sämtliche dritten Programme wandern lässt, muss eine Produktion bei der kommerziellen Konkurrenz auf Anrieb funktionieren. Erste Sat.1-Eigenproduktion war im November 1992 *Mit dem Herzen einer Mutter*, mit über 7 Mio. Zuschauern ein eindrucksvoller Erfolg; und eindeutig frauenaffin, lange bevor das Prädikat erst zum Schlag- und dann zum Unwort wurde.

Sat.1 bestückt seinen Dienstagabend überwiegend mit Romanzen, weshalb der Sendeplatz ein beinahe serielles Angebot darstellt. RTL hingegen ist seit dem Ende des „Großen TV-Romans“ in einer ganz anderen Situation. „Eine Publikumsbindung analog zu lang laufenden Serien erhält man durch einzelne Movies nicht“, erläutert Barbara Thielen. Sie versucht daher, „punktuelle extreme Aufmerksamkeit durch Geschichten mit einem anderen Budget und anderer Dramatik als bei Serien zu erzielen.“ Die RTL-Movies sind vor allem eine Investition ins Image, denn gerade aufwendige Produktionen refinanzieren sich offenbar nur schwer. Das gilt erst recht für Filme, bei denen der Sender stärker ins Risiko geht. Eine Produktion wie der teamWorx-Zweiteiler *Die Sturmflut* ist anscheinend die Ausnahme; der Film ist mit über 11 Mio. Zuschauern das erfolgreichste TV-Movie in der RTL-Geschichte (Marktanteil in der Zielgruppe: über 39%).

„Der große TV-Roman“ war allerdings auch berüchtigt für seine nicht immer geschmackssicheren Titel: *Die Bademeister – Busen, Beton, Bieralarm; Gesteinigt – Der Tod der Luxuslady; Tödliche Wildnis – Sie waren jung und mussten sterben*. Waren diese Werke dem Titel zum Trotz vergleichsweise harmlos, hielten Jugendschützer den Film *Die heilige Hure* (1997) hingegen für problematisch. In der Geschichte schlüpft eine angehende Theologie-Professorin in die Rolle einer Domina. Durch die Darstellung sadomasochistischer Sexualpraktiken, kritisierten die Landesmedienanstal-

ten damals, werde Kindern und Jugendlichen suggeriert, Schmerzerfahrungen, Gewalt und Erniedrigung seien selbstverständliche Bestandteile einer Beziehung. In dem Sat.1-Film *Verführt – Eine gefährliche Affäre* (1999) führte eine ungewöhnliche sexuelle Vorliebe („Tü-tensex“) sogar vermeintlich zum Tod.

Ansonsten aber hat Sat.1 gerade mit seinen „Event“-Filmen viel für das eigene Image getan. Gleich sechsmal gab es den begehrten Adolf-Grimme-Preis: für den dreiteiligen Krimi *Sardsch* (1996, Axel de Roche), die Verwechslungskomödie *Viel Spaß mit meiner Frau* (1997, Peter Welz), für das Entführungsdrama *Der Tanz mit dem Teufel* (Peter Keglevic) sowie für *Wambo* (Jo Baier, beide 2001), für das zeitgeschichtliche Rettungsdrama *Das Wunder von Lenge-de* (mit knapp 9,4 Mio. Zuschauern erfolgreichstes „Event“-Movie des Senders, Regie: Kaspar Heidelberg) sowie für die Komödie *Dienstreise – Was für eine Nacht* (Stephan Wagner, beide 2003). Viele dieser preisgekrönten Werke entstanden in der Ära Martin Hoffmann, der von 1997 bis 2003 Mitglied der Sat.1-Geschäftsführung war und auch unpopulären Stoffen (etwa Hark Bohms *Vera Brühne*, 2001) eine Chance gab. Ein Film wie Baiers *Wambo*, die mitunter drastische Verfilmung der Lebensgeschichte von Walter Sedlmayr, wäre heute bei Sat.1 kaum vorstellbar.

Grimme-Preis für RTL II

RTL hat nie einen Grimme-Preis für ein TV-Movie bekommen, dafür aber ausgerechnet RTL II. Der Sender hat fast vergessene, aber durchaus namhafte Beiträge zur Geschichte des Fernsehfilms geliefert (*Rohe Ostern*, 1996) und für Nico Hofmanns großartigen Thriller *Der Sandmann* (1995, mit Götz George) den wohl ersten wie auch letzten nennenswerten Preis für eine fiktionale Produktion erhalten. Da ist die Filmografie von ProSieben ungleich beeindruckender. Eine Zeit lang hat der Sender regelmäßig Politthriller produziert, die durchweg herausragend waren, darunter *Das Phantom* (2000) von Dennis Gansel (Grimme-Preis), *Das Staatsgeheimnis* (2001) von Matthias Glasner oder *Operation Rubikon* (2002) von Thomas Berger.

Kennzeichnend für die Eigenproduktionen des Senders ist die Genre-Vielfalt. Mit Katastrophenfilmen wie *Tsunami* (2005), *Tornado* (2006) oder *Das Inferno* (2007) sorgte die Vertriebs-

tochter SevenOne International für einige der erfolgreichsten deutschen Exporte überhaupt. Mit den Remakes diverser Klassiker – *Die Schatzinsel* (2007), *Fleisch*, *Die Brücke*, *Der Seewolf* (alle 2008) – hat ProSieben allerdings durchwachsene bis niederschmetternde Erfahrungen gemacht. Ungleich besser funktionieren Mystery-Zweiteiler wie *Das Jesus Video* (2002), *Das Blut der Templer* (2004) oder zuletzt *Der Bibel-Code* (2008). Eine sichere Quotenbank waren auch diverse freche romantische Komödien, die durch ihre ungewöhnlichen Titel provozierten (*Die Nacht, in der ganz ehrlich überhaupt niemand Sex hatte*, 2002; *Popp dich schlank*, 2005) und z. T. Kinoqualität besaßen (*Busenfreunde*, Teil 1 und 2, 1997/1998, beide von Thomas Berger). Für die Multikulti-Komödie *Meine verrückte türkische Hochzeit* gab es gleichfalls einen Grimme-Preis.

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



Matthias Struch

Kinder- und Jugendmedienschutz gab es auch in der Deutschen Demokratischen Republik (DDR). Doch benötigte die „durchherrschte“ und „geschlossene“ Gesellschaft überhaupt einen expliziten Kinder- und Jugendmedienschutz? – Ein kleiner Exkurs in zwei Teilen. Teil 1 befasst sich mit den Strukturen, der Entwicklung von Zuständigkeiten und den Freigabekommissionen, Teil 2 (tv diskurs, Ausgabe 49, 3/2009) widmet sich den Altersfreigaben, ihrer Umsetzung und dem anderen „Schund und Schmutz“ – er beantwortet auch die Frage: Gab es Pornografie in der DDR?

Auf dem Weg zur sozialistischen Persönlichkeit

Kinder- und Jugendmedienschutz in der DDR,

Teil 1

Anmerkungen:

1

Verordnung (VO) zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vom 26.03.1969 (Gesetzblatt [der DDR, Anm. d. Verf.] Teil II Nr. 32). – Mitte der 1950er-Jahre herrscht noch ein anderer Ton, als man „Gefahrenquellen für unsere Jugend“ vermutet, „die von manchen Eltern, Lehrern und Erziehungspflichtigen [...] nicht erkannt oder unterschätzt werden“. Insbesondere die „im Adenauer-Staat [...] durch Schund- und Schmutzerzeugnisse“ propagierte „amerikanische Lebensweise“, aber auch der „Mißbrauch von Kindern und Jugendlichen durch westberliner Agentenzentralen und durch sonstige kriminelle Elemente sowie andere Gefahren“ erfordern Schutzmaßnahmen. Aus: VO zum Schutze der Jugend vom 15.09.1955 (Gesetzblatt [der DDR, Anm. d. Verf.] Teil I Nr. 80, S. 641).

Es war im Herbst 1981. Endlich sollte es ein richtiger Westen sein. Geprägt durch Joe Hembus' ZDF-Reihe „Western von gestern“, westdeutsche Karl-May-Verfilmungen und ostdeutsche Indianerfilme, wartete ich auf eine Möglichkeit, den Italowestern schlechthin erleben zu können. *Spiel mir das Lied vom Tod* (I/USA 1968) kam 1981 in die DDR-Kinos, und Berichte Älterer auf dem Schulhof machten schnell klar: Ich musste ihn sehen. Doch der Film war „P 14“ und ich erst 12. Und so ging ich, mit Erlaubnis der Eltern, die sich für Altersbegrenzungen nur bedingt interessierten, an einem Sonntagabend in die Schauburg Parchim, machte mich größer, senkte die Stimme und war drin. Viele Male noch sollte das Unerlaubte gelingen und ich Filme sehen, für die ich laut Jugendprädikat im Schaufenster des Kinos zu jung war. Hat das System nicht funktioniert?

Medienschutz für alle

Kinder- und Jugendmedienschutz gab es auch in der DDR. Als Bestandteil des „Schutzes der Kinder und Jugendlichen“ diente er der Aufgabe, „die politische, geistige, moralische und körperliche Entwicklung der Kinder und Jugendlichen zu sozialistischen Persönlichkeiten“ zu gewährleisten. Geschützt wurde vor „gesellschaftswidrigem und möglichem kriminellen Verhalten“, „bekämpft die Einflüsse, die den Erziehungsprozeß stören oder gefährden“. Jeder Film, der öffentlich vor Kindern und Jugendlichen gezeigt wurde, musste von einem „dafür zuständigen zentralen staatlichen Organ“ freigegeben werden.¹

Doch eine explizite Rolle hat der Kinder- und Jugendmedienschutz nicht gespielt. Altersfreigaben waren lediglich ein Teil der staatlichen Filmzulassung und dabei

Bestellfunktions

Für Jugendliche und Kinder unter 14 Jahren nicht zugelassen

DDP Dresden

Die Karte ist bei Abgabe der Kopie ausgefüllt der ersten Rolle beizufügen

Zugelassen vom Ministerium für Kultur HV-Film

38866/10-1000

Ernst Thälmann - Sohn seiner Klasse Kop. Nr. 10

Filmkassett Nummer I Teil

Kopienbegleitkarte
Gilt als Zulassungsnachweis

Farbe **DDA** Kopie Nr. **2**

Vom Verfahren vor Anlauf der Kopie auszufüllen!

Klaimationen sind nur gültig, wenn sie vor Anlauf der Kopie mit schriftlicher Bestätigung, telegrafisch oder telephonisch unter Angabe des Titels und der Nr., dem V.E. Lichtspielbereich (L) gemeldet worden.

Übersung: **19 20**

Am Schluß der letzten Vorstellung auszufüllen

Ort	Theater	Schäden der Kopie bei Eingang	am	Umsatzzeit	Spülänge	Zahl der Vorstellungen		Wartungsarbeiten	
						vor	bezugl.	am	am
Großenhain		Kett I P + O							
"	T 0.3		3.8.88	11:11:11	1	-	1	3.8.88	
Zschoma	F 0.3		13.8.88	11:11:11	-1-	-	1	13.8.88	film Lager
"	"		15.1.89	11:11:11	-1-	-	1	20.1.89	-
Zschoma	F 0.3		20.4.89	11:11:11	-1-	-	1	20.4.89	film Filmlager
Zschoma	F 0.3 - Schieb		15.10.88	11:11:11	1	-	1	15.10.88	Professoren
"	"		09.12.88	11:11:11	1	-	1	10.2.89	"
"	F 0.3 - Blau		26.4.88	11:11:11	1	-	1	27.4.88	Professoren
"	"		24.11	11:11:11	1	-	1	11.11	"
"	2.1 F 0.3		11.04.89	11:11:11	1	-	1	11.04.89	Großenhain
Großenhain	Platzes auf Freischicht		22.11.88	11:11:11	-	-	-	22.11.88	"
Großenhain	So. Tr.		23.10.88	11:11:11	1	-	1	24.10.88	film Lager

Veranschlagt insgesamt: **20 30**

Statistik, Film u. TV Verwaltung, Ag 3040/077 184

Die „Kopienbegleitkarte“ dokumentiert wesentliche Informationen zum Filmeinsatz und zur Filmkopie.

2 *Andere Methoden, ähnliche Ergebnisse. Joachim von Gottberg im Gespräch mit Dr. Erhard Kranz, Mitarbeiter des DDR-Kulturministeriums.* In: Film & Fakten – ein Magazin der FSK, N3. 13/1990, S.15–16, hier S. 15. – Kranz war langjähriger Leiter der Abt. Filmzulassung bei der HV Film und zuständig für die Filmzulassung.

3 Ein umfassendes Kompendium – „Daten, Fakten, Strukturen“ – zum „Film- und Lichtspielwesen in der DDR“ von Günter Jordan, auf das bei den nachfolgenden Ausführungen zurückgegriffen wird, erscheint voraussichtlich im August 2009 in Buchform und ist derzeit in einer Onlinefassung einzusehen unter: [www.defa-stiftung.de/cms/\(S\(rliaphbgdqr3l55ttf3zo55\)\)/film--und-lichtspielwesen-in-der-ddr](http://www.defa-stiftung.de/cms/(S(rliaphbgdqr3l55ttf3zo55))/film--und-lichtspielwesen-in-der-ddr) (DEFA-Stiftung, Zugriff: 13.03.2009).

4 VO über die Lizenz- und Zulassungspflicht im Filmwesen vom 19.12.1952 (Gesetzblatt Nr. 178). Ausgenommen waren Unterrichts- und Hochschulfilme, die vom Zentralinstitut für Film und Bild in Unterricht, Erziehung und Wissenschaft zugelassen wurden. Das SKF war seit dem 01.09.1952 für die Filmabnahme zuständig.

5 Günter Jordan, s. Anm. 3

6 Zweite Durchführungsbestimmung zur VO über die Lizenz- und Zulassungspflicht im Filmwesen. Vom 19.12.1952, §§ 1 bis 3

anderen, bedeutenderen Entscheidungen nachgeordnet. Denn *jeder* Film, der öffentlich vorgeführt werden sollte, benötigte eine Zulassung. Wichtig dafür war vor allem, dass er „nicht gegen die Prinzipien der politischen Führung der SED“ verstieß.² In der Hauptsache ging es um Ideologie.

Im „vormundtschaftlichen“ Staat DDR war auch das Film- und Lichtspielwesen ein zentralistisch organisiertes, kontrolliertes und reguliertes System. Die volkseigenen DEFA-Studios waren die einzigen Produzenten von Kinofilmen im Land, mit dem VEB Progress-Film-Vertrieb existierte der einzige Filmverleih, über den inländische und ausländische Filme in die Kinos kamen. Gezeigt wurden sie in den Lichtspieltheatern und Spielstätten der Bezirksfilmdirektionen. Das für alle Belange „zuständige zentrale staatliche Organ“ war seit 1954, mit kurzer Unterbrechung, die Hauptverwaltung Film im Ministerium für Kultur. Ihre Leitung oblag einem Stellvertreter des Ministers für Kultur. Der Staat – und damit die Partei (SED) – war somit Filmproduzent, Lizenzierungs- und Zulassungsstelle, Filmeinkäufer, Filmverleiher und Kinobetreiber.³ Der Weg von der Filmidee oder vom Filmeinkauf bis zur Ankunft im Kinosaal war dementsprechend offen für mannigfaltige Lenkungs- und Zensureingriffe. Die Selbstzensur – auch in der DDR weit verbreitet – tat ihr Übriges. Die Möglichkeiten wurden gut genutzt. Der Medienschutz traf alle und umfasste alles. Eine Zensur fand statt.

Zuständigkeiten

In der sowjetischen Besatzungszone obliegt die Zulassung von Filmen für die öffentliche Vorführung bis zum Sommer 1949 der Sowjetischen Militäradministration in Deutschland (SMAD) und betrifft damit auch Jugendschutz und traditionelle „Sittenzensur“. Doch schon 1946 wird der Jugendschutz an die Jugendfilm-Prüfungskommission oder auch Film-Begutachtungskommissionen bei der Deutschen Verwaltung für Volksbildung übergeben. Dann geht die Zuständigkeit für das Filmwesen vollständig in deutsche Hände. Zensur- und Zulassungsrecht befinden sich für kurze Zeit formell im Bereich der Volksbildung, faktisch bei der Hauptabteilung Information der Deutschen Wirtschaftskommission und gehen mit Gründung der DDR am 07.10.1949 an das Amt für Information.

Bald erfolgt eine Neuordnung der Kunstaufsicht. 1952 entsteht das Staatliche Komitee für Filmwesen (SKF), das die „Verantwortung für die Förderung und Anleitung des gesamten Filmwesens in der Deutschen Demokratischen Republik“ übernimmt und damit zuständig ist für die Zulassung von Filmen zur öffentlichen Vorführung.⁴ Die Zulassung von Kindern und Jugendlichen bei derartigen Veranstaltungen erfolgt „im Einverständnis mit dem Mi-

nisterium für Volksbildung“. 1954 wird das Ministerium für Kultur (MdK) geschaffen. Aufgaben, Rechte und Pflichten des Staatlichen Komitees für Filmwesen gehen an die Hauptverwaltung Film (HV Film) über, in der nun „das Staatsmonopol im Film- und Lichtspielwesen verwirklicht wird“.⁵

1958 kommt es in der DDR zu einer Reform der Volkswirtschaft – „Vereinfachung der Arbeitsweise des Staatsapparates“. Wirtschaftsleitung, politische Lenkung und Aufsicht werden auch im Filmwesen getrennt. Der Sektor Filmabnahme und -kontrolle im MfK entsteht. Doch schon 1962 wird das gesamte Filmwesen wieder einer HV Film im Ministerium unterstellt. Der Leiter der HV Film erhält den Rang eines Stellvertreters des Ministers. Bis 1990 ist nun der Sektor Filmzulassung und -kontrolle (ab 1973 Abt. Filmzulassung) für die Abwicklung der Filmzulassung zuständig.

Kommissionen

Für die Zulassung der Filme werden zunächst sogenannte Filmabnahmekommissionen gebildet, die alle zur öffentlichen Vorführung vorgesehenen Filme „auf ihren künstlerischen und ideologischen Wert zu überprüfen“ hatten. Sie unterstehen unmittelbar dem Vorsitzenden des Staatlichen Komitees für Filmwesen, der auch die Mitglieder beruft. Ständige Mitglieder der Kommissionen sind je vier bis fünf „verantwortliche Mitarbeiter des [Staatlichen] Komitees [für Filmwesen], der Massenorganisationen [das sind die Jugendorganisation der SED: FDJ, Gewerkschaft FDGB, Kulturbund usw., Anm. d. Verf.] und der dem Komitee unterstellten Institutionen“. „Mitarbeiter anderer staatlicher oder gesellschaftlicher Stellen“ können „als Berater“ hinzugezogen werden. Die Sitzungen sind nicht öffentlich, die Mitglieder sind zu Verschwiegenheit verpflichtet. Letztendlich entscheidet der Vorsitzende des SKF, später der Minister. Bestandteil der gebührenpflichtigen Zulassung ist die Festlegung der Zulassungsdauer, des Zulassungsgebiets, der Vorführungsstätten, der Kopienzahl sowie der Altersgrenze. Entsprechende Regelungen betreffen die Werbematerialien.⁶

1957 verfügt das Ministerium für Kultur eine Neuregelung für die Abnahme von DEFA-Produktionen. Zwei Kommissionen werden zuständig, eine für Spielfilme – unter Leitung eines Staatssekretärs im MdK (Stellvertreter: Leiter der HV Film) –, die andere für Dokumentar-, populärwissenschaftliche und Trickfilme – Leitung: Stellvertreter des Leiters der HV Film (Stellvertreter: Leiter der Hauptabteilung Filmabnahme und Kontrolle der HV Film). Den Kommissionen mit jeweils 15 Mitgliedern gehörten „4 Künstler von den DEFA-Studios an, 1 Schriftsteller vom Verband Deutscher Schriftsteller, 1 Komponist vom Verband Deutscher Komponisten und Musikwissenschaftler, 1 Journalist vom Deutschen Presseverband,

2 Vertreter des Arbeitsbereiches Filmproduktion und 1 Vertreter des Arbeitsbereiches Filmabnahme und -kontrolle [der HV Film] [...], 1 Vertreter des VEB Progress-Film-Vertriebs, 1 Vertreter des Ministeriums für Volksbildung“. Berufen werden die Mitglieder durch den Minister für Kultur. Die Tätigkeit ist ehrenamtlich.

Eine Arbeitsordnung regelt das Verfahren. Zunächst wird eine künstlerisch-ideologische Einschätzung durch das produzierende Studio diskutiert, anschließend wird entschieden, ob der Film überhaupt zugelassen wird, wobei Schnittauflagen, Überarbeitung oder Zurückstellung ebenso möglich sind wie Nichtzulassung. Eine Ablehnung kann erfolgen, wenn der Film „in seinen Auswirkungen für die Herausbildung eines neuen gesellschaftlichen Bewusstseins schädlich oder von so niedriger künstlerischer Qualität ist, daß er der Bevölkerung der DDR nicht zugemutet werden kann“. Nach dieser grundsätzlichen Entscheidung werden Festlegungen für den Verleih getroffen (Einsatz, Kopienzahl, Werbemittel und Jugendprädikat) sowie über Auslandsverkauf, Festivalbeschickung und das künstlerische Prädikat. Die Kommissionen machen auch Vorschläge für die Fernsehausstrahlung. Entschieden wird mit einfacher Stimmenmehrheit. Der Ablauf des Verfahrens wird protokolliert. Formell besteht für den Direktor des betreffenden DEFA-Studios sowie für die Mitglieder der Kommissionen das Recht, beim Minister für Kultur Einspruch gegen eine Entscheidung zu erheben. Der Minister kann die Beschlüsse der Kommissionen aussetzen oder aufheben.⁷

Mit der Wiedereinrichtung der HV Film 1962 werden die Filmabnahmekommissionen in der bisherigen Zusammensetzung aufgelöst.⁸ Die Filmzulassung erfolgt nun allein innerhalb der HV Film und formell durch Einzelpersonen. Über DEFA-Spielfilme und Spielfilme aus dem kapitalistischen Ausland entscheidet der Stellvertreter des Ministers für Kultur und Leiter der HV Film. Sonderregelungen existieren bei DEFA-Wochenschau, -Trickfilmen, populärwissenschaftlichen oder Dokumentarfilmen und Filmen freier Filmhersteller sowie bei Spielfilmen aus dem sozialistischen Ausland und Kurzfilmen. Hier liegt die erste Entscheidungsgewalt unterhalb der obersten Leitungsebene der HV Film. Die Verantwortung kann an Mitarbeiter der HV Film „delegiert“ werden. Für die einzelnen Entscheidungen können Fachberater hinzugezogen werden.

Wiederholt wird das Verfahren verändert (1965, 1967, 1971). Ab 1965 wirkt die Kommission für Fragen des Filmeinsatzes und Filmankaufs des wissenschaftlich-künstlerischen Beirats der HV Film im Zulassungsverfahren empfehlend mit. 1967 erhalten die Direktoren des VEB Progress-Film-Vertriebs sowie des VEB DEFA-Außenhandels das Recht und die Pflicht, Vorschläge für das Jugendprädikat zu machen. Einspruchsrecht haben formell die Direktoren der betreffenden DEFA-Studios und des

Filmverleihs sowie bei ausländischen Filmen der Direktor des DEFA-Außenhandels. Die nach einem möglichen Einspruch vom Minister oder dessen Stellvertreter getroffenen Entscheidungen sind endgültig.⁹

Die Abnahme von ausländischen Filmen findet in den ersten Jahren noch im üblichen Verfahren statt. Doch bald ermöglichen die veränderten Regelungen, Kostengründe und die Angst ausländischer Filmhändler vor Raubkopien den Mitarbeitern der HV Film Ankaufreisen ins Ausland. Ein Teil der Filme muss nun vor Ort geprüft werden. Zu diesem Zweck fährt eine Dreier-Delegation in jene Länder, aus denen Filme für den DDR-Markt erworben werden sollen. Schon beim Einkauf wird über das Jugendprädikat mitentschieden. Neben ideologischen Aspekten ist man bei der Kaufentscheidung häufig ökonomischen Zwängen ausgesetzt, vor allem, wenn die Filme mit Valuta (Devisen) bezahlt werden müssen.¹⁰

7 Verfügungen und Mitteilungen des Ministeriums für Kultur Nr. 2/57, Teil I, lfd. Nr. 7 „I. Bildung von Abnahmekommissionen“ sowie Nr. 12/57, lfd. Nr. 53 „Arbeitsordnung der Abnahmekommissionen für DEFA-Filme bei der Hauptverwaltung Film“

8 Vierte Durchführungsbestimmung zur VO über die Lizenz- und Zulassungspflicht im Filmwesen. Vom 01.10.1962, § 1

9 Verfügungen und Mitteilungen des Ministeriums für Kultur Nr. 3/64, Teil I, lfd. Nr. 12 „Zulassungsordnung für Filme“ und Änderungen in Nr. 9/1965, Nr. 2/1967, Nr. 2/1971

10 S. Anm. 2

Matthias Struch ist Filmhistoriker am Filmmuseum Potsdam und hauptamtlicher Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Marc Liesching

Pro-Anorexie im Weblog

Zur Indizierungspraxis der Bundesprüfstelle

Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) hat erstmals einen Blog im Internet indiziert, der Anorexie und Mager-sucht (Anorexia nervosa) in Gedichten, sogenannten „Glaubensbekenntnissen“, Handlungsanweisungen und „Motivationsverträgen“ extrem positiv darstellt und glorifiziert (BPjM-Entsch. Nr. 5601 v. 04.12.2008; im Volltext abrufbar unter: www.technolex-anwaelte.de). Aufgrund der Indizierung darf der Blog künftig nur noch in einer geschlossenen Benutzergruppe für Erwachsene verbreitet und beworben werden (§§ 4 Abs. 2 Nr. 2, 6 Abs. 1 S. 1 JMStV). Der nachfolgende Beitrag erläutert die wesentlichen Erwägungen der BPjM für die Indizierungsentscheidung und setzt sich auch mit der Begründung einer „Jugendgefährdung“ im Sinne des § 18 JuSchG auseinander.

Wesentlicher Inhalt des indizierten Weblogs

Bei dem indizierten Internetangebot (Telemedium) handelt es sich um einen deutschsprachigen Pro-Ana-Blog, der sich mit dem Thema Anorexia nervosa befasst und dieses einseitig positiv darstellt. Die Seite wird von einer betroffenen Minderjährigen betrieben. Die umfangreiche Zusammenstellung von Pro-Ana-Inhalten umfasst insbesondere „Motivationsvertrag“, „Glaubensbekenntnis“, „Ana’s Psalm“, „10 Gebote“, „Ana’s Gesetze“, „Brief an Ana“ und „Ana’s Brief“.

Beispielsweise personifiziert „Ana’s Brief“ die Essstörung als einzig wahre Freundin, die einen stets begleitet: „Erlaube mir, mich vorzustellen. Mein Name, oder wie ich von sogenannten ‚Ärzten‘ genannt werde, ist Anorexie [...], aber du kannst mich Ana nennen. Ich hoffe, wir werden gute Freunde. In der nächsten Zeit werde ich viel Zeit in dich investieren und ich erwarte das Gleiche von dir. [...] Du darfst nicht viel essen. Es wird langsam anfangen [...]. Aber es wird nicht lange dauern, dann werde ich dir sagen, dass das nicht genug ist [...]. Ich werde dich an deine Grenzen treiben.“



Die „10 Gebote“, das „Glaubensbekenntnis“, „Ana’s Psalm“ und „Ana’s Gesetze“ sind Verhaltensanweisungen in Form von Glaubensregeln und Gesetzen wie z. B.: „Dünn sein ist wichtiger als gesund sein!“ oder: „Du bist NIE zu dünn!“ und: „Dünn sein bedeutet Schönheit, und deshalb muss ich dünn sein und dünn bleiben, wenn ich geliebt werden will. [...] Ich werde mich Ana widmen. Sie wird da sein, wo auch immer ich hingehe, und mich auf dem rechten Weg halten. Niemand anderes zählt; sie ist die Einzige, die sich um mich kümmert und mich versteht. Ich werde sie ehren und stolz machen.“

Indizierungsentscheidung der BPjM

Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien begründet die Listenaufnahme des Blogs im Wesentlichen damit, dass Medieninhalte den Tatbestand der Jugendgefährdung erfüllen, wenn sie suggestiv fordernd auf Kinder und Jugendliche einwirken, um sie zu Lebensweisen zu drängen, welche dem Erziehungsauftrag, der auch die Sorge um das körperliche Wohl umfasst, widersprechen. Solche Medieninhalte unterliegen nach Auffassung der BPjM Elternrecht und -pflicht und nötigten Kinder und Jugendliche, sich dem Erziehungsbegehren zu entziehen. Nach Ansicht der Bundesprüfstelle gefährden und behindern entsprechende Inhalte nachhaltig ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit.

Im Übrigen hatte das 12er-Gremium der BPjM bereits in einem Grundsatzbeschluss im vergangenen Jahr festgestellt, dass Medien als jugendgefährdend einzustufen sind, die dazu auffordern, sich oder anderen Menschen (schwere) körperliche Schäden zuzufügen (z. B. Aufforderung zum Selbstmord, Aufforderung zur Nahrungsverweigerung, die zu extremen Mangelerscheinungen bis zum Tode führen kann [Pro-Anorexie]). Weiterhin seien solche Medien jugendgefährdend, die ein Verhalten verherrlichen oder verharmlosen, das zu körperlichen Schäden führen kann; so z. B. die Verherrlichung von Drogenkonsum und exzessivem Alkoholkonsum bei Negierung der damit einhergehenden Suchtgefahr und den möglicherweise eintretenden schweren körperlichen Schäden.

Zwar sei es richtig, dass nach einschlägigen Fachkommentaren unter Verweis auf eine

Entscheidung des Bundesgerichtshofes in Strafsachen vom 14.07.1955 (Az.: 1 STR 172/55) ausgeführt wird, dass geistige und körperliche Gefährdungen aus dem Anwendungsbereich des Indizierungstatbestands ausgeschlossen sind. In der genannten Gerichtsentscheidung habe der Bundesgerichtshof in Strafsachen jedoch lediglich festgestellt, dass eine unmittelbare geistige Gefährdung durch Schriften wie z. B. Comics, die durch Entwertung der menschlichen Sprache als Verständigungsmittel der geistigen Verflachung und Verkümmierung Vorschub leisten mögen, nicht ohne Weiteres mit solchen Schriften gleichgestellt werden können, die als sittlich gefährdend anzusehen sind. Der Bundesgerichtshof habe hingegen nicht ausgeführt, dass Medien, die Kinder und Jugendliche dazu auffordern, sich gesundheitsschädigend zu verhalten, nicht in den Anwendungsbereich des Jugendmedienschutzes fallen können.

Jugendgefährdung durch Propagierung fremdschädigenden Verhaltens

Die Entscheidung der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien knüpft nahtlos und konsistent an die bisherige Indizierungspraxis in Bezug auf drogen- und alkoholkonsumverherrlichende sowie zum Suizid anreizende Medieninhalte an, welche von der Rechtsprechung bereits z. T. bestätigt worden ist (vgl. VG Köln, NJOZ 2006, 3565 ff.; OVG Münster BPjM-aktuell 3/2007, S. 18 f. – „Sido“; zur Indizierungspraxis bei den alkoholkonsumverherrlichenden Medien vgl. BPjM-Entsch. Nr. 5557 v. 03.04.2008, BPjM-aktuell 2/2008, S. 3 ff. – „Koma Kolonne“).

Einer Indizierung steht insoweit auch nicht der in § 18 Abs. 1 JuSchG gefasste Gefährdungsbegriff entgegen, der sich nach seinem Wortlaut auf die „Entwicklung“ von Kindern und Jugendlichen sowie ihre „Erziehung zu einer eigenverantwortlichen Persönlichkeit“ bezieht. Nur auf den ersten Blick scheint die Einwendung durchgreifend, dass körperliche bzw. gesundheitliche Gefährdungen, wie sie etwa mit Anorexie einhergehen, nicht vom Indizierungstatbestand im genannten Sinne erfasst seien. Insoweit trifft lediglich im Ausgangspunkt zu, dass unmittelbare negative körperliche Begleiterscheinungen des allgemeinen Medienkonsums wie etwa Rückenschmerzen, Muskelschwund oder Nervenüberreizungen evident



keine Jugendgefährdung im Sinne des § 18 Abs. 1 JuSchG darstellen können, da hier die zu besorgende Schädigung oder Gefährdung nicht in einer Einflussnahme des Mediums auf den minderjährigen Rezipienten nach seinem konkreten Inhalt die maßgebliche Ursache findet. Derartige Beeinträchtigungen könnten namentlich auch bei übermäßiger Rezeption von Kinderfilmen entstehen, die von der FSK ohne Altersbeschränkung freigegeben worden sind.

Anders gelagert sind aber solche Konstellationen, in denen gerade die Medieninhalte nach ihrem Aussagegehalt und ihren Botschaften geeignet sein können, Einstellungen und Wertebilder bei Kindern und Jugendlichen derart negativ zu beeinflussen, dass diese in eine entsprechende Abänderung ihrer Verhaltensweisen münden können, mit denen wiederum regelmäßig schädigende Auswirkungen auf die minderjährige Person selbst oder andere einhergehen. Dass der Gesetzgeber solche Fälle erfassen wollte, in denen Schrifteninhalte mittelbar auch zu schädigenden oder sonst problematischen Handlungen (ver-)führen können, zeigen deutlich die ausdrücklich geregelten Beispielfälle der zu „Gewalttätigkeit“ oder „zu Verbrechen anreizenden“ Inhalte. Gerade hierin kommt zum Ausdruck, dass die Einbeziehung auch körperlich schädigender Handlungen als Auswirkungen oder Symptome der eigentlichen sozialetischen Desorientierung im Sinne einer problematischen Verschiebung des Wertebildes von Kindern und Jugendlichen nach dem JuSchG in die Bewertung des Vorliegens einer Jugendgefährdung durchaus legitim ist.

Im Übrigen hat die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien bereits vor der hier gegenständlichen Indizierungsentscheidung im Zusammenhang mit „Pro-Anorexie-Internetangeboten“ zu Recht im Allgemeinen darauf hingewiesen, dass sich diese Inhalte in ihrer Wirkung nicht auf rein gesundheitliche Gefährdungsaspekte beschränken (vgl. BPjM-aktuell, 2/2008, S. 19, 20f.). Vielmehr lassen sich die mit der „Anorexia nervosa“ einhergehenden äußeren Verhaltensweisen und Symptome Betroffener nicht trennen von einer entsprechenden Einstellung, gleichsam einer verklärten „Lebensphilosophie“ des Hungerns, die Ausdruck des inneren Wertebildes ist. Gerade die hier indizierungsgegenständlichen Inhalte wie z. B. das „Glaubensbekenntnis“, die „10 Gebote“ oder „Ana’s Psalm“ sind deutliche Nach-

weise der Intention des Internetangebots, durch intellektuelle Einflussnahme auf (minderjährige) Nutzer(innen) zunächst eine entsprechende Einstellungs- und Werteverchiebung zu bewirken, welche erst in einem weiteren Schritt unmittelbar sichtbare negative – auch körperliche – Auswirkungen zeitigt.

Gerade dies ist indes der nahezu prototypische Fall der Jugendgefährdung im Sinne des § 18 Abs. 1 JuSchG, der mit der tatbestandlichen Formulierung der Gefährdung der „Entwicklung von Kindern und Jugendlichen“ umschrieben ist (s. auch BPjM-aktuell, 2/2008, S. 19, 21 f.). Denn letztlich lassen sich durch Medieneinfluss befürchtete (innere) Fehlentwicklungen bei Minderjährigen oftmals erst an den hieraus resultierenden äußeren Verhaltensweisen ablesen. Dass sich diese – wie in den Anorexie-Fällen – gegen den eigenen Körper und nicht gegen fremde Rechtsgüter (wie z. B. bei den zu Verbrechen anreizenden Schriften) richten, schließt die Wertung einer sozialetischen Desorientierung auch im Sinne einer Abweichung von verfassungsrechtlich verbürgten Grundwerten per se nicht aus. Dies zeigen auch die von der Rechtsprechung bereits bestätigten Fälle der Verherrlichung des Drogenkonsums (s. obige Nachweise sowie Altenhain in: Löffler, Presserecht, 5. Aufl. 2006, § 18 JuSchG Rn. 32).

Nicht zu hoch gegriffen ist meines Erachtens gerade in diesem Zusammenhang bei der Begründung der sozialetischen Desorientierung das Rekurrenieren auf grundlegende Verfassungswerte wie die Achtung von Leben und Gesundheit als Ausfluss der Art. 1 und 2 GG. Ihnen kann gerade in den Pro-Anorexie-Fällen auch nicht der Grundsatz eigenverantwortlichen selbstschädigenden Verhaltens entgegengehalten werden. Denn der gesetzliche Jugendschutz fußt nicht unmaßgeblich auf der Annahme, dass Kinder und Jugendliche aufgrund fehlender Erfahrungen sowie eines noch nicht gefestigten Wertebildes und einer teils noch nicht voll entwickelten Reflexions- und Einsichtsfähigkeit die Tragweite problematischer, einschließlich körperlich und gesundheitlich selbstgefährdender Verhaltensweisen nicht derart einzuschätzen vermögen, wie dies Erwachsene können. Gerade hierin wurzeln aber die von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien zu Recht ausgemachten Gefahren der extrem glorifizierenden Überhöhung der Anorexie in Medien.



(Rechts-)Folgen der Blog-Indizierung

Aufgrund der Indizierung darf der Pro-Ana-Blog künftig nur noch in einer geschlossenen Benutzergruppe für Erwachsene verbreitet und beworben werden (§§ 4 Abs. 2 Nr. 2, 6 Abs. 1 S. 1 JMStV). Wegen der aufwendigen Etablierung einer geschlossenen Benutzergruppe und der hohen Anforderungen an ein hinreichendes Altersverifikationssystem verzichten viele deutsche Anbieter nach der Listenaufnahme ganz auf eine Weiterverbreitung, um keine Ordnungswidrigkeit nach § 4 Abs. 1 Nr. 3 JMStV zu begehen. Verstöße durch Weiterverbreitung ohne hinreichende geschlossene Benutzergruppe können nämlich durch die zuständige Landesmedienanstalt mit einem Bußgeld von bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

Bei ausländischen Internetangeboten, die von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indiziert worden sind, besteht allerdings faktisch keine Möglichkeit der Ahndung einer Weiterverbreitung. Damit die Indizierung eines ausländischen Internetangebots gleichwohl einen Jugendschutzeffekt hat, haben die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) und die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM) das sogenannte BPjM-Modul entwickelt, das für nutzerautonome Filterprogramme eingesetzt werden kann (vgl. auch § 24 Abs. 5 JuSchG). Die von der BPjM indizierten jugendgefährdenden Onlineangebote sind dann nach Aktivierung entsprechender Filteroptionen für Kinder und Jugendliche unzugänglich.

Das BPjM-Modul ist zudem ein wesentlicher Bestandteil der Selbstverpflichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der deutschen Suchmaschinenanbieter, die unter dem Dach der FSM angesiedelt ist. Die Einbindung des Moduls verhindert, dass URLs indizierter Internetangebote in den Suchergebnissen der beteiligten Suchmaschinen aufgelistet werden.

Reaktionen auf die Blog-Indizierung

Die Indizierung des Pro-Ana-Blogs hat kontroverse Diskussionen vor allem in der Blogger-Welt ausgelöst (s. www.blog.beck.de). Streitfrage war dabei zum einen die von manchen ausgemachte „unzulässige Zensur“ durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien. Zum anderen wurde in Frage gestellt, ob

die BPjM überhaupt zuständig für die Indizierung eines Blogs sei. Bei rein rechtlicher Betrachtung sind beide Fragestellungen freilich schnell beantwortet.

Ein Verstoß gegen das verfassungsrechtliche Zensurverbot des Art. 5 Abs. 1 S. 3 GG ist gleich aus zwei Gründen nicht gegeben. Zum einen erfasst es lediglich die sogenannte Vorzensur, also die staatliche Kontrolle und Reglementierung von Medieninhalten bereits vor ihrer Veröffentlichung (vgl. BVerfGE 33, 52, 71; 83, 130, 155). Dies ist bei dem bereits seit längerem frei abrufbar gewesenen Internetblog nicht der Fall. Zum anderen führen die jugendschutzrechtlichen Indizierungsfolgen nicht zu einem generellen bzw. absoluten Verbreitungsverbot, sondern lediglich zu Beschränkungen (vgl. BVerfGE 87, 209, 230 ff.).

Die Bundesprüfstelle ist auch zuständig für die Indizierung von Blogs, da die Listenaufnahme nicht nur bei Trägermedien, sondern vielmehr auch bei Telemedien gesetzlich vorgesehen ist (vgl. § 18 Abs. 1 JuSchG). Zu den Telemedien zählen grundsätzlich alle www-Angebote. Auf eine Gewerbsmäßigkeit des Angebots kommt es nicht an. Dies scheint auch sachgerecht, da gerade unter dem Aspekt der Jugendgefährdung kein Unterschied bei nicht gewerbsmäßigen Angeboten auszumachen ist. Die Gefährlichkeit rührt gleichsam nur aus dem Inhalt bzw. der Aussage eines Angebots her. Insoweit ergeben sich aber für Inhalte eines Blogs keine Unterschiede zu anderen Telemedien-Angeboten.

Dr. Marc Liesching ist Rechtsanwalt in München und juristischer Sachverständiger bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Tilman P. Gangloff

Das Geburtsjahr 1980 markiert den Einschnitt. Wer danach zur Welt gekommen ist, gilt als „Digital Native“; alle anderen sind „Digital Immigrants“. So haben zumindest John Palfrey und Urs Gasser, Autoren des Buches *Generation Internet*, die industrialisierte Welt aufgeteilt. Im Gegensatz etwa zu ihren Eltern sind die digitalen Eingeborenen mit dem Internet aufgewachsen. Wie stark es ihr Leben definiert, hat u. a. die jüngste *JIM-Studie* wieder bewiesen. Aber gerade weil das Internet so selbstverständlicher Bestandteil ihres Alltags ist, sind sie leichtfertig bereit, höchst intime Details ins Netz zu stellen.

Eingeborene und Immigranten

Wie das Internet mittlerweile das Leben der Jugendlichen dominiert

Es war ein feuchtfröhlicher Abend. Die Jungen, alle um die 15 Jahre alt, machten zum ersten Mal intensive Bekanntschaft mit Alkohol. Einen von ihnen, Sebastian, erwischte es besonders übel; er gab das Bier in hohem Bogen wieder von sich. Geistesgegenwärtig zückte sein Kumpel Moritz das mobile Telefon und machte eine wirklich gelungene Aufnahme. Damit die ganze Clique was davon hatte, stellte er das Foto ins Internet. Ein schlechtes Gewissen hatte er dabei nicht. Als seine Eltern ihn aufforderten, das Bild zu entfernen und sich bei seinem Freund zu entschuldigen, verstand er die ganze Aufregung nicht. Auch Sebastian fand die Aktion eher witzig als peinlich. Auf die Frage, ob er das auch noch lustig fände, wenn die Kotzkunst dereinst bei einem Bewerbungsgespräch wieder auftauchen würde, schwieg er betroffen.

Das vergleichsweise harmlose Beispiel verdeutlicht zweierlei: Den Jugendlichen steht mit dem Internet ein Instrument zur Verfügung, das ihnen ungeahnte Möglichkeiten eröffnet. Sie können diese Möglichkeiten auf ebenso kreative wie kommunikative Weise nutzen; aber sie können auch jede Menge Schaden anrichten.

Praktisch alle Deutschen zwischen 12 und 19 Jahren, so das Ergebnis der jüngsten *JIM-Stu-*

die (Jugend, Information, [Multi-]Media), sind regelmäßig im Internet. Bildungsbedingte Unterschiede gibt es nicht mehr. Die Jugendlichen haben zudem völlig andere Mediengewohnheiten entwickelt. Wenn Moritz, mittlerweile 16, nach Hause kommt, macht er seinen Laptop an und geht dank seines eigenen Internetanschlusses augenblicklich online. Das bleibt auch so, bis er abends das Licht löscht; es sei denn, er verlässt zwischendurch die Wohnung. Dank des Kommunikationsprogramms ICQ („I seek you“, ich suche dich) steht er in ständigem Kontakt zu seinen Freunden. Im SchülerVZ tummelt er sich ohnehin. Nach den Hausaufgaben streift er durchs Web, sucht nach neuen witzigen Videos auf YouTube, spielt Onlinespiele oder schaut sich Spielfilme an, einige davon mit der Hand an der Maus: Illegale Downloads haben ihm seine Eltern ebenso verboten wie „Killerspiele“.

Das Fernsehen hat abgedankt

Kein Wunder, dass das Fernsehen, konkurrenzloses Leitmedium der Generation zuvor, bei Moritz und seinen Altersgenossen weitgehend abgedankt hat. Sie widmen ihm zwar immer noch viel Zeit, aber auf der berühmten einsamen In-

»Das Web 2.0 ist vor allem ein soziales Netzwerk. Drei Viertel aller jungen Deutschen haben Erfahrungen mit sogenannten Onlinecommunitys, über 40 % besuchen StudiVZ oder SchülerVZ täglich. Die Hälfte ihrer Internetzeit verbringen sie mit Kommunikation, den Rest teilen sich Informationssuche, Spiele und Unterhaltung.«

sel hätten sie lieber einen Internetzugang: weil sie auf diese Weise Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften gleich dazubekommen. Dass die klassischen Medien dramatische Rückgänge bei Lesern im Teenageralter zu verzeichnen haben, stimmt also nur vordergründig: Die 12- bis 20-Jährigen (und vermutlich auch viele 20- bis 30-Jährige) nutzen diese Möglichkeiten einfach online.

In erster Linie aber benutzen die digitalen Eingeborenen das Internet, um ihre Kontakte zu pflegen. Die JIM-Zahlen bestätigen das: Das Web 2.0 ist vor allem ein soziales Netzwerk. Drei Viertel aller jungen Deutschen haben Erfahrungen mit sogenannten Onlinecommunitys, über 40 % besuchen StudiVZ oder SchülerVZ täglich. Die Hälfte ihrer Internetzeit verbringen sie mit Kommunikation, den Rest teilen sich Informationssuche, Spiele und Unterhaltung.

Im Vordergrund stehen dabei Musik, Videos und Filme: 90 % der 14- bis 19-Jährigen klicken sich laut Onlinestudie von ARD und ZDF regelmäßig durch Videoportale wie den Marktführer YouTube. Gerade auf den Plattformen, bei denen sie vermeintlich unter sich sind, gehen die Jugendlichen allerdings „recht unbedarft mit persönlichen Angaben um“, wie es in einem Fa-

zit der Studie heißt: 60 % haben schon mal Fotos von sich veröffentlicht, 40 % haben in ihren Profilen die eigene E-Mail-Adresse angegeben, 7 % sogar ihre Telefonnummer. 61 % geben zwar an, die Daten seien nur für Freunde einsehbar, aber andererseits haben die Nutzer von StudiVZ und SchülerVZ im Schnitt 70 Freunde (die Mädchen sogar 90), was die Kategorie „Freundschaft“ doch recht beliebig erscheinen lässt.

Kein globales Gespenst

Schon allein dieser kleine Ausschnitt zeigt, wie nah Chancen und Risiken des Internets beieinander liegen. Trotzdem warnen Medienforscher davor, das Medium undifferenziert und einseitig zu bewerten. Im Rahmen des Medienkonvergenz-Monitorings der Universität Leipzig wurden über 5.000 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren zu ihrer Internetnutzung befragt. Das Interesse galt vor allem Aktivitäten, die mit Plattformen, Netzwerken, Selbstpräsentation und Eigenproduktivität zusammenhängen. Bernd Schorb, Professor für Medienpädagogik und Weiterbildung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Uni Leipzig, hebt in seinem Fazit vor allem die Chancen hervor, die sich

für Jugendliche durch die Internetnutzung ergeben: „Die Handlungsmöglichkeiten haben sich enorm vergrößert. Man kann viel mehr ausprobieren, lernen und sich informieren.“ Natürlich stehe gerade für die jungen Nutzer vor allem das Unterhaltungsangebot im Mittelpunkt. Aber der entscheidende Vorteil sei die Kontaktpflege: „Das Internet ist nicht nur ein globales Gespenst, sondern auch ein großartiges Handwerkszeug. Und zwar für jeden! Es hilft jungen Nutzern dabei, ihre Jugend zu differenzieren und eine Persönlichkeit zu entwickeln.“ Um das Potenzial des Internets ausschöpfen zu können, müsse man natürlich die nötigen Voraussetzungen mitbringen: „Bei den meisten mangelt es in dieser Hinsicht an der richtigen Ausbildung. Das Internet ist ein Beschleuniger, die ohnehin schon ausgeprägte Kurzatmigkeit unserer Gesellschaft nimmt noch stärker zu. Das Internet ist pluralistisch, wie die ganze Welt, und daher wertfrei, wertneutral, wertlos. Man muss also sein eigenes Wertesystem mitbringen.“

An dieser Stelle kommt die Generation der Eltern ins Spiel. Dass sie ihren Kindern technisch hoffnungslos unterlegen ist, lässt Schorb als Ausrede nicht gelten: „Die Pädagogik kennt seit Jahrhunderten das Prinzip des partnerschaftlichen Lernens. Der erwachsene Pädagoge hat eine Ahnung von Strukturen, Werten und Inhalten, aber auch von Zukunftsperspektiven, die der junge Mensch in der Regel noch gar nicht haben kann. Er beherrscht dafür die Technik, die ihm die Möglichkeit gibt, sich zu bewegen. Der Pädagoge zieht die Grenzen, sorgt aber auch für Orientierung. Davon abgesehen: Jeder Pädagoge, der sich mit der Welt beschäftigt, muss die Welt auch kennen. Grundkenntnisse über die Medien sind einfach Voraussetzung.“

Das gilt allerdings auch für die Generation Internet. Gerade angesichts der grenzenlosen Möglichkeiten wird eine entsprechende Kompetenz immer wichtiger. Die Zahl der Nutzer, die auf Chatseiten negative Erfahrungen etwa in Form von sexueller Belästigung gemacht haben, steigt stetig. Gleiches gilt für das Phänomen des sogenannten Cyber-Mobbings: Laut *JIM-Studie* weiß ein Viertel der Befragten von Fällen zu berichten, in denen Freunde im Internet in Wort und/oder Bild diffamiert worden sind. Wie unbedarft gerade die jungen Nutzer sind, zeigt eine weitere Zahl: 20 % haben sich mit Menschen getroffen, die sie in einem Chat kennengelernt haben; 13 von diesen 20 % empfanden die Begegnung als unangenehm.

Größtes Übel: Cyber-Mobbing

Das Cyber-Mobbing aber dürfte derzeit das größere Übel sein. Oft entdecken Kinder und Jugendliche nur durch Zufall, dass sie Opfer regelrechter Hassseiten sind. Entsprechende Erfahrungen können sensible Menschen bis in die völlige Isolation treiben. Diffamierungen im Netz sind nach Ansicht von Psychologen noch wirkungsvoller als Beleidigungen in der Wirklichkeit, weil man selbst zu Hause nicht vor ihnen sicher sein kann. Die Opfer fühlen sich entsprechend wehrlos, Pädagogen und auch Eltern, deren medienpädagogisches Engagement sich ohnehin in der Regel auf eine Beschränkung des Zeitbudgets reduziert, zumeist hilflos. Kennt man die Urheber der Diffamierungen, genügt allerdings mitunter schon der Hinweis auf die Gesetzeslage. Eine Anzeige wird nicht ohne Wirkung bleiben, schließlich geht es um Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung und sogar Körperverletzung, falls der Vorgang Auswirkungen auf die Gesundheit hat.

Die Anbieter von Kommunikationsportalen wie SchülerVZ oder Videoplattformen wie YouTube sind übrigens nicht verpflichtet, ihre Seiten nach Verstößen gegen den Jugendschutz zu durchforsten. Angesichts der Datenmenge wäre das ohnehin kaum machbar: Im SchülerVZ werden im Schnitt täglich 600.000 Bilder hochgeladen und 2.300 neue Gruppen gegründet. Meldungen aus dem Netzwerk müssen die Betreiber jedoch nachgehen; Diffamierungen („Wir hassen XY, sie ist so eine Bitch“) werden auf Antrag gelöscht. Beim SchülerVZ gibt es nach Angaben der Betreiber rund 3.000 Meldungen pro Tag; 70 Mitarbeiter tun nichts anderes, als auf die ernst zu nehmenden Hinweise (etwa die Hälfte) zu reagieren.

Gerade das Cyber-Mobbing zeigt, wie wichtig Aufklärung ist – und zwar nicht nur für die Opfer, sondern auch für die Täter: Die mögen sich zwar darüber klar sein, dass ihr Tun moralisch verwerflich ist, aber über die Illegalität machen sie sich vermutlich keine Gedanken. Auf der anderen Seite müssen die jungen Nutzer darüber aufgeklärt werden, dass sie mit persönlichen oder womöglich sogar intimen Fotos (Aufnahmen am Strand) ebenso vorsichtig sein sollten wie mit privaten Angaben.

In technischer Hinsicht hingegen macht der Altersgruppe niemand etwas vor; Herausforderungen aller Art meistern sie spielend. Auf der Strecke bleibt allerdings die Orthografie: Bei der

Onlinekommunikation zählt das Tempo, Rechtschreibung ist eher lästig. Aber selbst das passt ins Bild, schließlich sind die Jugendlichen Protagonisten des rasantesten technologischen Wandels seit Menschengedenken – zumindest, was den Informationsaustausch betrifft: Noch nie ist zwischen dem Moment einer Erfindung und ihrer weltweiten Anwendung so wenig Zeit vergangen. Vielleicht liegt es gerade an dieser Rasananz, dass sich junge Menschen über die Gefahren einer öffentlichen Kommunikation nicht im Klaren sind. Um ein Bild aus der analogen Welt des digitalen Einwanderers zu bemühen: Verglichen mit der massenhaften Verbreitung des Buchdrucks, die Jahrhunderte in Anspruch nahm, kommt die Einführung des Internets dem Umstieg von einem VW-Käfer in einen Ferrari gleich.

Erotikfotos im eigenen Profil

Kein Wunder, dass die Fahranfänger überfordert sind. Gerade im Umgang mit ihrer Privatsphäre sind Jugendliche unglaublich sorglos. Auf der anderen Seite ist die Preisgabe privater Details Voraussetzung für lebhaftere Interaktion: Je interessanter in Schüler- oder StudiVZ ein Profil gestaltet ist, desto mehr Aufmerksamkeit weckt es naturgemäß. Gerade die jüngsten Nutzer halten sich dabei oft nicht vor Augen, dass sie auch Wildfremden Einblick in ihr Privatleben gewähren. Da sich vor allem Mädchen möglichst vorteilhaft präsentieren wollen, haben Fotos oft fast erotischen Charakter. Im Zeitalter der völlig problemlosen Reproduzierbarkeit digitaler Daten sind dem Missbrauch Tür und Tor geöffnet. Die Boulevardpresse macht sich die fotografische Verfügbarkeit ebenfalls zunutze: Bei Unfällen mit Jugendlichen wird gern das Netz nach Aufnahmen abgegrast, mit denen man einen Text illustrieren kann.

Ohnehin ist das Internet als Produkt unserer Gesellschaft natürlich auch ein Spiegel derselben: Alle Themen, mit denen es der Jugendschutz in den klassischen Medien zu tun hat, finden sich hier wieder; und das nicht selten in verschärfter Form. Selbst wenn man den Bereich brutaler Onlinespiele beiseitelässt, gibt es immer noch eine unmöglich zu bekämpfende Vielzahl pornografischer, rechtsextremistischer oder gewaltverherrlichender Seiten. Hinzu kommen bedenkliche Webangebote, die Magersucht verklären, exzessiven Alkoholkonsum verharmlosen, zur Selbstverstümmelung aufrufen oder verschiedene Formen des Suizids erörtern.

Aber den kompetenten Umgang mit dem Internet müssen die Kinder und Jugendlichen ohnehin lernen, schon allein wegen des Informations-Overkills. 2007 standen laut Palfrey und Gasser theoretisch 161 Mrd. Gigabyte zur Verfügung. Das entspricht der dreimillionenfachen Menge aller Bücher, die je geschrieben worden seien; oder sechs Tonnen Büchern pro Mensch; oder zwölf Bücherstapeln von der Erde bis zur Sonne. Wer da nicht beizeiten gelernt hat, die Spreu vom Weizen zu trennen, wird ganz schnell kapitulieren.

»Gerade das Cyber-Mobbing zeigt, wie wichtig Aufklärung ist – und zwar nicht nur für die Opfer, sondern auch für die Täter: Die mögen sich zwar darüber klar sein, dass ihr Tun moralisch verwerflich ist, aber über die Illegalität machen sie sich vermutlich keine Gedanken.«

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



Eine gute Woche nach dem Amoklauf von Winnenden: Uns interessierte, was Schülerinnen und Schüler zu einer solchen Tat denken und fühlen. Es ist Freitagmittag nach Schulschluss. Diesmal stellen wir uns in Berlin-Pankow in die Nähe eines Einkaufszentrums, denn dort sind immer viele Schüler unterwegs. Wir treffen Conny und Josie, beide 15 Jahre alt, Max, Dave und Tarik, alle drei 12 Jahre.

Wie kann jemand nur so gestört sein?!

Wie habt Ihr von dem Amoklauf zuerst erfahren, und was habt Ihr spontan dazu gedacht?

Josie: Ich muss ehrlich zugeben, ich habe das erst gar nicht richtig mitbekommen, weil unsere Lehrer auch nicht richtig darüber sprechen wollten. Ich habe es erst durch das Plakat in der Schule erfahren.

Conny: Ich hab es im Radio gehört und dann später Fernsehberichte gesehen. Ich fand es erschreckend, dass so etwas passiert, denn das könnte ja überall passieren. Man kann ja nicht überall Wachposten aufstellen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass sie jeden Schüler durchchecken könnten.



Josie

Gab es in der Schule, zu Hause oder mit Freunden darüber ein Gespräch?

Max: Ich habe das im Radio gehört, und da dachte ich als Erstes an die Opfer und wie der Typ an die Waffe gekommen ist. Später habe ich noch einen Fernsehbericht darüber gesehen. Man denkt, was wäre, wenn das an der eigenen Schule passiert.

Dave: Ich hab es als Erstes im Fernsehen gesehen, und mir ging durch den Kopf, warum es solche Menschen gibt, die so etwas machen. Ja, warum überhaupt?!

Tarik: Übers Radio! Und ich dachte: Oh Gott, wie schrecklich ist das und wie kann jemand nur so gestört sein?!

Josie: Wir haben das Thema nicht angesprochen, die Lehrer haben das auch nicht getan. Man wird ja ansonsten von allen Seiten darauf angesprochen. Bei uns zu Hause auch nicht. Nur als bei meiner jüngeren Schwester an der Schule angekündigt wurde, dass man darüber diskutieren will, gab es die Überlegung, ob meine Schwester lieber zu Hause bleibt.

Conny: Mit den Freunden nicht, eigentlich nur mit den Eltern. Aber auch da erst einmal Stillschweigen, um das zu verdauen, was man dort in den Nachrichten mitbekommen hat. Und danach ein paar entsetzte Kommentare. Aber keine große Diskussionsrunde.

Max: Ich hab mit meiner Mutter darüber gesprochen und sonst nicht. Sie hat nicht viel gesagt. Mit der Schulleiterin wurde im Unterricht darüber diskutiert, aber da war ich krank. Mit den Freunden haben wir uns dann doch lieber über Fußball unterhalten.



Conny



Max

Dave: Zu Hause haben wir darüber nicht gesprochen. Ich hab das allein gesehen. In der Schule haben wir aber darüber geredet. Unsere Schulleiterin hat gesagt, dass das von den Kriegscomputerspielen kommt. Dass die Leute dann durchdrehen und denken, dass sie das sind wie im Spiel. Sie hat das als einzigen Grund genannt...

Tarik: Meine Mutter hat mich angesprochen, und dann haben wir uns darüber unterhalten. Sie hat gesagt, dass sie das ziemlich traurig findet und dass ich mich, wenn ich irgendwelche Probleme habe, an sie wenden soll.

Habt Ihr über Ursachen nachgedacht, wie so etwas passieren kann?

Conny: Ich kann mir überhaupt nicht vorstellen, dass jemand so etwas machen kann. Da muss jemand so frustriert und deprimiert sein. Ich könnte mir für meinen Teil einfach nicht vorstellen, in die Schule zu gehen und andere kaltblütig abzuknallen. Ich glaube wirklich, dass er psychisch krank war, aber ich finde es schon komisch, dass das niemand vorher bemerkt hat. Er hat ja auch mit Waffen im Schützenverein zusammen mit seinem Vater geschossen. Und wenn dann jemand so fanatisch wird, was Waffen angeht, hätte ich als Vater schon etwas genauer aufgepasst.



Dave

Josie: Da muss man ja total unzufrieden mit seinem eigenen Leben sein, dass man dann auch noch das Leben anderer versucht zu zerstören. Ich finde es total grausam, deshalb denke ich über so was auch nicht gerne nach. Denn da fällt einem wieder ein, wie schlimm diese Welt eigentlich ist.

Max: (Kopfschütteln) Vielleicht aus Frust auf die Schule?

Dave: Aus Frust oder Hass auf Schülerinnen und Lehrerinnen und weil er sich als Außenseiter gefühlt hat!

Tarik: Der hat wahrscheinlich nicht so mit seinen Eltern reden können, und die haben ihn auch nicht kontrolliert. Aber er hat ja auch Gewaltspiele gespielt. Mit unserer Lehrerin haben wir auch darüber gesprochen. Und meine Mitschüler aus der Klasse, die solche Spiele ab 16 schon spielen, haben dann in der Pause gesagt: Hoffentlich hat das keinen Einfluss, denn das ist ja eine Sache, die wirkt auf Dauer...

Häufig wird als Ursache der Einfluss bestimmter Computerspiele oder des Fernsehens angeführt, wie seht Ihr das?

Conny: Ich denke, dass es nicht der einzige Grund sein kann, dass jemand, der „Computerkillerspiele“ spielt, so eine Tat begeht. Aber einen Einfluss haben solche Spiele auf jeden Fall. Allein, dass man Punkte dafür bekommt, wie viele Leute man umbringt, finde ich schon heftig.

Josie: Ich finde es, ehrlich gesagt, schlimm, dass Jungs oder irgendwelche Menschen solche Computerspiele spielen, wo man jemanden umbringt und das Blut nur so spritzt. Deswegen kann ich mir schon vorstellen, dass solche Spiele auf Leute, die mit ihrem Leben unzufrieden sind, einen gewissen Einfluss haben.

Max: Nein, das glaube ich nicht, das hat eher mit dem Frust auf die Lehrer oder die Schule zu tun. Ich spiele auch selbst Computerspiele wie FIFA und Egoshooter, auch Kriegsspiele.

Dave: Nicht jeder Mensch dreht ja durch, wenn er solche Spiele spielt. Ich spiel die ja auch.

Tarik: Das kann schon sein. Ein Onkel von mir, der hat mir von einem Spiel erzählt, das sieht so echt aus, dass man da Angstzustände kriegt, wenn da so Volltreffer in Zeitlupe gezeigt werden. Da kommen aber noch andere Sachen dazu, denn der Vater von diesem Tim hat ja auch Waffen besessen, und wahrscheinlich hatte der sowieso nicht so einen guten Draht zu seinen Eltern oder Freunden.

Die Interviews führte Leopold Grün.



Tarik

Literatur

Inhalt:

Dorothee M. Meister/Uwe Sander u. a.: **78**
Mediale Gewalt. Ihre Rezeption, Wahrnehmung und Bewertung durch Jugendliche
 Susanne Bergmann

Claudio Biedermann/Christian Stiegler (Hrsg.): **80**
Horror und Ästhetik. Eine interdisziplinäre Spurensuche
 Lothar Mikos

Gerlinde Frey-Vor/Gabriele Siegert/Hans-Jörg Stiehler: **81**
Mediaforschung
 Uwe Hasebrink

Claudia Wegener: **82**
Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans
 Ralf Vollbrecht

Ullrich Dittler/Michael Hoyer (Hrsg.): **83**
Aufwachsen in virtuellen Medienwelten – Chancen und Gefahren digitaler Medien aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive
 Lothar Glauch

Hans-Rüdiger Müller/Wassilios Stravoravdis (Hrsg.): **84**
Bildung im Horizont der Wissensgesellschaft
 Dieter Wiedemann

Carsten Rohlf/Marius Harring/Christian Palentien (Hrsg.): **85**
Kompetenz-Bildung. Soziale, emotionale und kommunikative Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen
 Klaus-Dieter Felsmann

Ulrike Six/Roland Gimmler: **86**
Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten. Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung
 Sabine Eder/Christiane Orywal/Susanne Roboom:
Pixel, Zoom und Mikrofon. Medienbildung in der Kita. Ein medienpraktisches Handbuch für Erzieher/-innen
 Ulrike Beckmann

Kurzbesprechungen **87**
 Lothar Mikos

Mediale Gewalt

Es handelt sich um eine Anschlussstudie an die bereits 2007 veröffentlichte und in Fachkreisen sehr gelobte Hauptstudie *Medienhandeln Jugendlicher* (Meister, Sander, Treumann u. a.). Transparent und gut lesbar wird anhand der Aussagen Jugendlicher im Alter von 12 bis 20 Jahren nun das Thema Mediale Gewalt fokussiert und vertieft. Dabei geht es sowohl um fiktionale, inszenierte Gewaltdarstellungen im Kontext verschiedener Filmgenres als auch um Medienberichte über reales Gewaltgeschehen wie die Anschläge auf das World Trade Center vom 9. September 2001 oder den Amoklauf am Erfurter Gutenberg-Gymnasium im April 2002. In den ersten beiden Kapiteln des Buches werden die theoretische Rahmung, das Forschungsdesign und die Methodologie der Studie dargelegt. Auf Grundlage des „Bielefelder Medienkompetenz-Modells“ (nach Dieter Baacke: Mediennutzung, Medienkunde, Mediengestaltung, Medienkritik) werden die Jugendlichen in sieben empirisch fundierten Clustern erfasst. Sie gehören entweder zu den „Allroundern“ (11,9%), den „Bildungsorientierten“ (20,4%), den „Konsumorientierten“ (17,4%), den „Kommunikationsorientierten“ (19,1%), den „Mediengestaltern“ (3,1%), den „Positionslosen“ (20,3%) oder den „Deprivierten“ (7,8%). Im letztgenannten Cluster häufen sich die problematischen Lebenslagen. Hier ist eine unterdurchschnittliche Bildung und Medienkompetenz versammelt und auch sonst wenig kulturelles und soziales Kapital im Bourdieuschen Sinne vorhanden. Im dritten und vierten Kapitel,

die vom Umfang her gut die Hälfte des Buches ausmachen, kommen Jugendliche in Zitaten aus Gruppendiskussionen und qualitativen Einzelinterviews selbst zu Wort. Sie äußern sich zu ihrem Umgang mit Computerspielen und dem Fernsehen. Die von ihnen genannten Sendungen und Spiele werden in Fußnoten kurz und treffend beschrieben, so dass man nicht alles kennen muss, um die Äußerungen einordnen zu können. Im fünften Kapitel wird anhand einer standardisierten Umfrage „die Bedeutung des Faktors Medienkompetenz für die Rezeption gewaltbezogener medialer Inhalte“ empirisch ausgeleuchtet. Im Schlusskapitel werden die Befunde zusammengefasst und medienpädagogische Empfehlungen entwickelt. Die verschiedenen Ergebnisse der Studie bestätigen in der Tendenz das, was in der Medienforschung bereits als Konsens gilt, bieten aber im Detail eine Reihe neuer Gewissheiten und Denkanstöße. Für die große Mehrheit der Jugendlichen gehören fiktionale Gewaltdarstellungen derzeit zum Alltag, sie problematisieren und analysieren ihren Spaß an diesen Darstellungen im Regelfall nicht. Auf die Frage, was einen guten Film von einem schlechten unterscheidet, antwortet ein 15-jähriger „Positionsloser“: „Wenn er mir gefällt, dann war er eigentlich gut, wenn er mir nicht so gefallen hat, dann [nicht]; weiß jetzt auch nicht, wie ich das erklären soll“ (S. 170). Das Lieblingsgenre der Jugendlichen ist der Horrorfilm (76,8%), gefolgt von Action- und Katastrophenfilmen (71,4%). Immerhin noch 60% favorisieren Krimis und Thriller. Das macht

deutlich, dass eine „allgemeine Präferenz für gewalthaltige Filmgenres unter Jugendlichen kein Minderheitenphänomen darstellt“ (S. 185), wenngleich es immer noch so ist, dass die Mädchen und jungen Frauen eine insgesamt viel geringere Affinität zu gewaltbetonten Filmgenres zeigen.

Die männlichen Fans des Kriegsfilm-Genres versammeln sich mehrheitlich im Cluster der „Deprivierten“, wo auch die Mehrzahl derer, die sich der rechtsradikalen Szene der Skinheads zurechnen, zu finden ist. Kriegsfilme schlagen in der Beliebtheit bei den Jugendlichen mit insgesamt 37,3 % allerdings immer noch den Western, der nur 13,1 % von ihnen begeistern kann.

Es geht den Jugendlichen bei Computerspielen und beim Fernsehen um Spaß und Erholung, um Angstlust, Peerkommunikation und die aktuelle Technik, aber auch um Abgrenzung und Identitätsentwicklung. „[...] bei der Rezeption gewaltbezogener Formate zeigen sich Parallelen zu allgemeinen handlungsleitenden Themen Jugendlicher, die auf das entlastende Moment bei der Betrachtung entsprechender Inhalte verweisen. So scheinen insbesondere die bei Jugendlichen besonders beliebten Mysteryserien allgemeine Unsicherheiten aufzugreifen und letztlich auch zu bestätigen“ (S. 55).

Das Nutzungsverhalten verrät viel über die aktuelle Befindlichkeit und subjektiv empfundene Defizite der Jugendlichen und bietet daher auch Ansätze für medienpädagogische Angebote. Es lässt sich allerdings nicht belegen, dass das Fernsehen Jugendliche durch die Darstellung gewaltbezogener Inhalte zu gewaltbefürwortenden

Orientierungsmustern animiert, denen es entgegenzuwirken gilt. „Wenn überhaupt, sind es spezifische Strategien der Präsentation und Aufbereitung, die indirekt durch Prozesse der Identifikation mit Opfern von Gewalttaten zu einer Gewalt tolerierenden Haltung führen, die sich dann häufig in dem Wunsch nach Vergeltung manifestiert“ (S. 72). Das gilt vor allem für die jüngeren Jugendlichen, die älteren zeigen bereits differenziertere Bewertungsmaßstäbe.

Die Jugendlichen unterscheiden zwischen inszenierter Gewalt und tatsächlicher Gewalt und setzen sie nicht in Beziehung zueinander. Sie finden inszenierte Gewaltdarstellungen gerade deshalb faszinierend, weil sie aus ihrer Sicht nicht der Alltagsrealität entsprechen. Eine Wechselwirkung zwischen medialer und realer Gewalt erkennen sie nicht, auch nicht in Bezug auf Computerspiele wie *Counterstrike* und den Amoklauf von Erfurt. Sie geben zu Protokoll, dass solche Spiele eher zu einem Aggressionsabbau als dem von Erwachsenen vermuteten Aggressionsaufbau führten. Diese Selbsteinschätzung trifft sicher für die breite Mehrheit zu. Das ändert allerdings nichts daran, dass es eine potenzielle Problemgruppe gibt, die bei grundsätzlich bestehender Gewaltbereitschaft bevorzugt gewaltaffine Medieninhalte konsumiert (vgl. S. 200 ff.)

Interessant sind auch die Gedanken der Jugendlichen zur Auswirkung von medialen Gewaltdarstellungen auf Kinder. Von einer Wirkungslosigkeit oder positiven Auswirkungen gehen sie nicht aus, sondern vermuten – ganz wie die professionellen Jugendschützer – Angst, Nachahmung, eine gewisse Form der

Abstumpfung oder Desillusionierung durch die „Zerstörung kindgerechter Weltbilder. Es zeigt sich, dass verschiedene Jugendliche die Gefahren, die in der Visualisierung von Gewalt und deren Folgen liegen, differenziert beurteilen und sehr unterschiedliche Vorstellungen von Medienwirkungen problematisieren“ (S. 63).

Fragen nach der richtigen Medienerziehung von Kindern und der Medienerziehung der eigenen Kinder werden souverän beantwortet und laufen auf das Motto „eher beibringen als verbieten“ hinaus (S. 111). Ein 12-Jähriger meint: „[...] aber die spiele ich ja selber, dann kann ich das ja den Kindern nicht verbieten“ (S. 162). Einige der Jugendlichen wollen zeitliche und inhaltliche Richtlinien vorgeben, andere zumindest Computerspiele verbieten, bei denen es „nur so ums Töten geht“ – ebenso wie „diese Seiten halt, die ins Pornografische gehen“ (Danny, 15 Jahre, S. 137). Der Sinn von Schutzräumen für Kinder wird nicht in Frage gestellt, was darauf schließen lässt, dass sich die Jugendlichen in ihrer noch nicht allzu fernliegenden Kindheit durch mediale Darstellungen von Gewalt gelegentlich beeinträchtigt und überfordert fühlten. Auch die Autorinnen und Autoren der Studie monieren, dass Gewalt mit Blick auf die Quote oft unnötig detailreich in Szene gesetzt werde und die Programmverantwortlichen hier überlegen müssten, ob eine andere Darstellungsweise für ein junges Publikum nicht angemessener wäre. Was das Buch auszeichnet und zum Lesevergnügen macht, ist die präzise, unaufgeregte und unpräntentöse Beschreibung und Interpretation jugendlicher Sichtweisen.



**Dorothee M. Meister/Uwe Sander/
Klaus Peter Treumann/Eckhard Burkatzki/
Jörg Hagedorn/Mareike Strotmann/
Claudia Wegener:**

Mediale Gewalt. Ihre Rezeption, Wahrnehmung und Bewertung durch Jugendliche. Wiesbaden 2008: VS-Verlag für Sozialwissenschaften. 231 Seiten mit 11 Abb. u. 11 Tab., 29,90 Euro



Claudio Biedermann/Christian Stiegler (Hrsg.):
Horror und Ästhetik. Eine interdisziplinäre Spurensuche. Konstanz 2008: UVK.
 269 Seiten, 29,00 Euro

Horror und Ästhetik

Der vorliegende Band versammelt 15 Beiträge, die sich dem Thema aus verschiedenen Perspektiven nähern. Die Herausgeber betonen in ihrem Vorwort, dass es nicht nur um Horror als Genre-Merkmal gehe, sondern Horror auch „als strukturelles, ästhetisches Grundprinzip gedacht werden“ könne (S. 7). Denn gerade die ästhetische Wahrnehmung, die mit Horror verbunden ist, entspreche dem „ästhetischen Empfinden unserer modernen Gesellschaft“ (ebd.). Die einzelnen Beiträge zeigen unterschiedliche Qualitäten. Hier ist auch nicht der Platz, um auf jeden einzugehen, zumal einige sich weniger mit dem Horror in Film und Literatur befassen, sondern versuchen, philosophische, kulturwissenschaftliche Positionen an Filme heranzutragen, hinter denen das Eigentliche des Mediums bzw. spezifischer Filme dann verschwindet. Drei Beiträge sind jedoch der näheren Erwähnung wert. So zeigt Franz Rottensteiner in seinem Essay *Horror in der Science-Fiction*, dass Bedrohung diesem Genre inhärent ist: „Horror in der Science-Fiction rührt in der Regel von inhaltlichen Gegebenheiten her, die als Angst erregend empfunden werden, wobei es sich vielfach um rein physische Bedrohungen handelt, etwa Rieseninsekten [...], Fremdwesen aus dem Welt-raum oder Naturkatastrophen, die sich bis zum Untergang der ganzen Menschen ausweiten können“ (S. 262). Doch Angst und Bedrohung, die für die ästhetische Wahrnehmung von Horror bezeichnend sind, können auch durch dramaturgische Merkmale ausgelöst werden. Hier schließt der äußerst lesens-

werte Beitrag von Christian Stiegler an, der sich mit der Bedeutung und ästhetischen Stilistik der Atmung auseinandersetzt. Diese auditive Ebene wird in der Beschäftigung mit Filmen gern vernachlässigt. Lediglich die Erkenntnis, dass Musik die Spannung steigern und den Horror heraufbeschwören kann, ist gemeinhin anerkannt. Die Kamera mag noch so nah an eine Person herangehen, die größte Intimität zwischen einer Figur im Film und uns als Publikum entsteht, wenn wir die Körpergeräusche hören können. Der Atmung kommt dabei eine besondere Funktion zu, ist sie doch entscheidend, um das Leben vom Tod zu unterscheiden. Tote atmen nicht mehr, sind folglich auch nicht (mehr) zu hören. Im Film wird die Atmung als performativer Akt dramaturgisch eingesetzt. „Die Bedrohung der Atemfunktion wiederum provoziert den Behauptungswillen und löst Widerstandshandlungen aus“ (S. 82). Sie wird damit zu einem ästhetischen und dramaturgischen Kunstgriff, der sich auf uns Zuschauer richtet: „Atmung ist immer dann artifiziell präsent, wenn sie auch rezipiert werden soll und einen wesentlichen Bestandteil der Handlung ausmacht“ (S. 83). Bei Filmen wie *Blair Witch Project* wird dies nahezu obsessiv eingesetzt, aber bereits bei Mainstream-Filmen wie *Das Schweigen der Lämmer* spielt die Atmung der Heldin eine wichtige Rolle, auch weil Atmung nicht nur körperliche Anstrengung anzeigen kann, sondern eben auch innere Zustände der Figur, z. B. Anspannung und Angst. Besonders lesenswert ist auch der Beitrag von Stefan Höltgen zu den Verfilmungen der Geschehnisse um den soge-

nannten „Kannibalen von Rothenburg“, Armin Meiwes. In der Analyse der Filme kann der Autor zeigen, dass sie alle „letztlich dasselbe Projekt“ verfolgen: „Sie führen vor [Augen], was ungesehen und unverstanden ist. Durch die Einbettung der *Wahnsinnstat* in eine Narration liefern sie eine erste Hilfestellung zum Nachvollzug“ (S. 164). Aus der filmischen Auseinandersetzung mit der Tat ist längst eine juristische geworden, weil Meiwes in dem fiktionalen Film *Rothenburg* seine Persönlichkeitsrechte verletzt sieht. Höltgen stellt in diesem Zusammenhang fest, dass der kulturelle Verarbeitungsprozess der Tat dazu geführt hat, „dass Fakten und Fiktionen längst untrennbar miteinander verbunden sind“ (ebd.). Die Beiträge machen aus den verschiedenen Perspektiven heraus vor allem eines deutlich, was in der Diskussion um Gewaltdarstellung in den Medien gerne vergessen wird: Die gewalthaltigen Bilder des Horrors stellen Visualisierungen der Angstvorstellungen dar, die in der Gesellschaft zirkulieren. Zugleich bieten sie dadurch eine Möglichkeit, reflexiv mit dem Horror, der Gewalt in sich birgt, umzugehen. Literarische und filmische Inszenierungen von Horror sind immer auch eine Möglichkeit, den realen Horror in der Gesellschaft zu erklären und ihn für das Publikum verstehbar zu machen.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Mediaforschung

Ein gut aus universitärem sowie medienpraktischem Kontext ausbalanciertes und aus unterschiedlichen Forschungsrichtungen zusammengesetztes Team – Gerlinde Frey-Vor, Leiterin der Abteilung Markt- und Medienforschung des MDR, Gabriele Siegert, Professorin für Medienökonomie in Zürich, und Hans-Jörg Stiehler, Professor für Empirische Kommunikations- und Medienforschung in Leipzig – hat ein Lehrbuch geschrieben, das für die Ausbildung von Studierenden, aber auch für sicherlich viele, die immer schon einmal wirklich verstehen wollten, was den folgenreichen Befunden der Mediaforschung zugrunde liegt, eine große Hilfe sein wird.

Die inhaltliche Abgrenzung von Mediaforschung erfolgt pragmatisch: Es geht um Forschung zur Nutzung aller Werbeträger, dazu gehören die mit den Begriffen „Publikumsforschung“, „Programmforschung“, „Werbeforschung“ sowie z. T. auch „Wirkungsforschung“ belegten Aktivitäten. Aus Sicht eines Lehrenden ist verdienstvoll, dass es sich nicht um ein „How-to-do-Kochbuch“ für angehende Schmalspur-Mediaforscher handelt, sondern dass viel Aufwand investiert wird, zunächst die Strukturen, Funktionen und Akteure dieses Bereichs zu erläutern (Kapitel 2) und abschließend auch darzustellen, wie die Befunde der Mediaforschung in der Praxis verwendet werden (Kapitel 6).

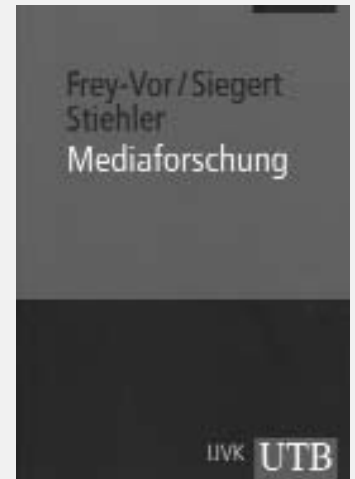
Den Kern des Buches machen drei methodische Kapitel aus. Zunächst werden die für die Reichweitenforschung maßgeblichen Erhebungsmethoden, nämlich die verschiedenen Formen von Protokollen zur Erfas-

sung von Medienkontakten, vorgestellt. Es folgen eine klare Einführung in die Stichprobenbildung und die dabei auftretenden Probleme sowie – sehr verdienstvoll – eine Darstellung der immer wieder zu Verwirrung führenden Gewichtung von Daten und der Fusion von Datensätzen. Das vierte Kapitel ist nach Einzelmedien strukturiert, die ja jeweils – Konvergenz hin oder her – nach wie vor ganz eigene Welten darstellen: Für die Medien Fernsehen, Hörfunk, Printmedien, Kino und Internet berichten Gastautoren, die ihrerseits sowohl mit akademischen als auch mit praktischen Zusammenhängen vertraut sind – Michael Buß und Harald Gumbel, Joachim Wiedemann, Volker Gehrau, Björn von Rimscha, Markus Schubert –, über die derzeit gängigen Verfahren der Reichweitenforschung. Das fünfte Kapitel ist dem wichtigen Thema der Zielgruppenbeschreibung gewidmet. Ausgehend von soziodemografischen Beschreibungen werden mit den Sinus-Milieus und den Euro-Styles wichtige Typologien vorgestellt, die Zielgruppen nach sozialen Milieus und Lebensstilen beschreiben. Für die Medienunternehmen haben in den letzten Jahren auch Mediennutzertypologien an Bedeutung gewonnen, die auf der Basis konkreter Nutzungsmuster oder Programminteressen gebildet oder aus Merkmalen des Freizeitverhaltens, Persönlichkeitseigenschaften und Wertvorstellungen abgeleitet werden. Wie die Daten der Mediaforschung in der Praxis verwendet werden, ist Gegenstand des sechsten Kapitels. Ausgehend von der Basisfunktion als Erfolgskontrolle – die jeweils für die Medien Fernsehen, Hörfunk, Print und Online getrennt erläu-

tert wird –, wird der Prozess der Werbe- und Mediaplanung systematisch dargestellt und – besonders hilfreich – anhand konkreter Beispiele erläutert. Das Kapitel schließt mit der Bedeutung, die die Befunde der Mediaforschung für das Medienmarketing und die PR der Medienunternehmen gewonnen haben.

Zum Abschluss des Buches setzen sich die Autorinnen und der Autor mit Herausforderungen der Zukunft auseinander. In der dem Buch eigenen angenehmen sachlichen Form geben sie nicht vor, die Zukunft der Medien und der Mediennutzung zu kennen. Sie konzentrieren sich vielmehr darauf, Herausforderungen für die Mediaforschung zu diskutieren, die sich aus dem beobachtbaren Wandel der Medien und den Veränderungen der Mediennutzung ergeben und neue Anforderungen an die Mess- und Erhebungssysteme stellen. Nur erwähnt wird im Fazit, dass es zwar zahlreiche Anlässe gibt, auch verstärkt über international vergleichbare Indikatoren der Mediaforschung nachzudenken, dass dieses Feld bisher aber eine in hohem Maße länderspezifische Angelegenheit ist: Die hier beschriebenen Methoden und Konventionen sind eben Ergebnis langwieriger Aushandlungsprozesse zwischen allen beteiligten Marktakteuren, deren Ergebnisse von Land zu Land unterschiedlich ausgefallen sind.

Insgesamt ist mit diesem Buch eine wichtige Lücke in der für Aus- und Weiterbildungszwecke verfügbaren Literatur geschlossen worden – und dies auf sachliche, fundierte Art, die zudem ein gutes Gleichgewicht aus theoretischer Einbettung und Praxisnähe findet.



**Gerlinde Frey-Vor/Gabriele Siegert/
Hans-Jörg Stiehler:**
Mediaforschung. Konstanz 2008: UVK.
412 Seiten mit 80 Abb., 24,90 Euro

**Claudia Wegener:**

Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 419 Seiten mit 29 Abb. u. 7 Tab., 39,90 Euro

Medien, Aneignung und Identität

Stars und Idole haben eine große Bedeutung in der Kinder- und Jugendkultur. Mit gutem Grund lassen sich sozialisations- und identitätsrelevante Vermutungen aufstellen, die bislang – insbesondere im Jugendalter – jedoch nicht umfassend empirisch erforscht sind. Dieser Frage ging aus einer Perspektive der Medienaneignung das DFG-Projekt von Claudia Wegener zu „Medienbeziehungen und Identitätskonstruktion“ nach, auf dem das besprochene Buch basiert. Das Forschungsziel bestand darin, das Verhältnis von Jugendlichen zu „medialen Bezugspersonen“ mit Blick auf die Aneignungsprozesse der Jugendlichen „möglichst umfassend und perspektivenreich zu beschreiben, Identitätskonstruktionen im Zuge medialer Aneignung zu erfassen und die Auseinandersetzung mit medialen Bezugspersonen als Akt subjektiver Deutungskonstruktion zu begreifen“ (S. 70). Es geht also nicht nur um Stars im engeren Sinne, sondern auch um Vorbilder, Idole, Heldinnen und Helden.

Auf die Diskurse um Vorbilder, Idole und Helden geht Wegener allerdings so weit ein wie notwendig, um die wesentlichen Differenzen aufzuzeigen und um ihren Untersuchungsbereich abzustechen. Sie entwickelt daraus den umfassenden Begriff der „medialen Bezugsperson“, der etwas spröder klingen mag, als empirische Arbeitsgrundlage jedoch gut geeignet ist, während die anderen genannten Kategorien ja in sehr unterschiedlicher, teilweise pädagogisch aufgeladener und normativer Begriffsverwendung stehen.

Im zweiten Kapitel geht es um die theoretische Standortbestimmung, also die Auswertung relevanter Literatur, die Entfaltung von Konzepten wie Identitätskonstruktion, Pluralisierung von Lebenswelten sowie Medienaneignung in den Modi „Identifikation und Projektion“, „Parasoziale Interaktion“ und „Diskursive Konstruktion und soziale Unterstützung“. Das theoretische Gerüst zur Untersuchung medialer Aneignung ist theoretisch anspruchsvoll – entzieht sich allerdings einer „vollständigen empirischen Umsetzung“ (S. 72), so dass wir „nur“ (ebd.) Momentaufnahmen erwarten können. Dies liegt am prozessoralen Charakter von Aneignung, wechselseitigen Beeinflussungen und ständiger Reorganisation.

Methodisch greift Wegener zum einen auf eine Bielefelder Befragung zur jugendlichen Mediennutzung zurück, die sie sekundäranalytisch auswertet. Zweitens führt sie eine Inhaltsanalyse der Zeitschrift „Bravo“ durch, wobei sie sich auf vier wichtige Medienpersonen beschränkt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Medienaneignung herausarbeiten zu können. Das ist sinnvoll, fokussiert allerdings wieder stark auf Stars.

Drittens werden „Bravo“-Leserinnen und -Leser online befragt, um subjektive Deutungen zu erheben.

Besonders überzeugt hat mich der aufschlussreiche qualitative Teil, in dem es Wegener gelingt, nicht nur die Repräsentation medialer Bezugspersonen typologisch aufzuschlüsseln, sondern insbesondere auch die Aneignung medialer Bezugspersonen an Fallbeispielen lebensweltnah nachzuzeichnen. Sehr hilfreich für den kontrastiven

Vergleich ist die klare Interpretationsstruktur mit den Perspektiven auf performative Aneignung, Aneignungsmodi, soziale Kontextuierung, Bedeutungszuweisungen/subjektive Lesarten sowie Aneignung in Identitätsprojekten als auch eine Synopse. Wegener gelingt es in ihrer Studie, die unterschiedliche Bedeutung von Medienstars für die Identitätsentwürfe von Jugendlichen nachvollziehbar und überzeugend aufzuzeigen.

Prof. Dr. Ralf Vollbrecht

Aufwachsen in virtuellen Medienwelten

Viele Kinder und Jugendliche nutzen heute ausgiebig interaktive und digitale Medien, ein Wechsel des Leitmediums zeichnet sich ab: 2008 besaßen erstmals mehr Jugendliche einen eigenen PC als einen Fernseher. Interaktive Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationsmedien wie Handys, Computer und Spielkonsolen sind aus der Jugendkultur nicht mehr wegzudenken. Aber wie wirken sich Medienkonsum und Mediennutzung auf die Entwicklung der Kinder aus? Im vorliegenden Buch wägen die Herausgeber Ullrich Dittler und Michael Hoyer positive wie negative Effekte ab. Die insgesamt 26 Beiträge des Sammelbandes haben aktuelle Analysen und Theorieansätze gebündelt, sie präsentieren die neuesten Erkenntnisse aus den Forschungsfeldern Mediennutzung und Medienwirkung, interpretieren und diskutieren die verschiedenen Erklärungsmodelle und geben zudem konkrete Handlungsempfehlungen. Die Themen reichen von der Handynutzung (das „Schweizer Messer“) über Spielekonsolen, Fernsehkonsum, das Jugendphänomen eSport, Web 2.0, Chatrooms bis zu virtuellen 3-D-Umgebungen. Das Buch endet mit einer aufschlussreichen Zusammenfassung der empirischen Untersuchungen über die Medienkonsumgewohnheiten der sogenannten „PISA-Verlierer“.

Positiv: Es werden sehr geschickt psychologische Aspekte herausgearbeitet, so erfährt man Neues über die Gender-Debatte (Rollenbildervermittlung in Soaps), die Emotionsforschung bei Bildschirmspielen,

Empathie während der Medienutzung – und auch die nach wie vor aktuelle Frage, inwieweit Aggressivität durch (falschen) Medienkonsum verstärkt wird, wird debattiert.

Die Artikel sind gut ausgearbeitet, logisch stringent, flüssig geschrieben und sprachlich homogen. Vermisst werden nur gelegentlich Rekurse auf die neuesten interaktiven Applikationen wie Geokodierungssysteme oder mobile soziale Netzwerke (z. B. Twitter). Denn was in den 1990er-Jahren mit Computerspielen, Handys und Chatrooms begann, geht heute in die zweite Phase der Unterhaltungselektronik über, der „Cyberspace der Dinge“ beginnt die Welt mit seinen iNetzen zu durchweben: Die Offlinewelt schrumpft immer weiter ein. Der Schlussbeitrag über die PISA-Verlierer diskutiert das vielleicht wichtigste Thema: Anhand aktueller empirischer Untersuchungen wird belegt, dass sich weder Fernsehen noch interaktive Medien als adäquate Erzieher oder Babysitter eignen. Und auch die beste digitale Community kann soziale Skills nicht in gewünschtem Maß fördern.

Insbesondere ein empirischer Fakt ragt heraus, und mit ihm lässt sich die aktuelle Debatte neuerlich zuspitzen: Ein unkontrollierter Medienkonsum wirkt tatsächlich intelligenzmindernd, sofern die Kinder die Medien in zu großem Maß eigenständig einsetzen dürfen. Offensichtlich verantwortlich sind die Medieninhalte, denn die Medien selbst lassen sich von den Rezipienten sowohl konstruktiv als auch zur bloßen Zerstreuung verwenden. Während also die einen beim medialen Spiel im digitalen Sandkasten verharren, nutzen die

anderen die Medien als Informationsquelle und üben sich in den neuen Methoden interaktiver Kommunikation, womit sie an Medienkompetenz gewinnen.

Die geringe Medienkompetenz vieler Kinder ist oft auf die fehlende Anleitung zurückzuführen, eine konsequentere Medien-erziehung in den Schulen wäre wünschenswert. Und genau genommen sollte eine solche Schulung auch die Eltern einbeziehen – denn nur medienkompetente Erzieher können Medienkompetenz erfolgreich vermitteln.

Gegenwärtig jedoch folgen viele Eltern dem einfachsten Weg: Sie nutzen die neuen Techniken primär als Kontrollinstrumente (z. B. Handyortung) oder aber als Babysitter. Und oft scheint es gestressten Eltern verführerisch, anstrengende Kinder mit diesen Medien ruhigzustellen. Sinnvoller jedoch wäre ein gemeinsames, generationenübergreifendes Erproben und Nutzen der Medien: etwa, wenn Kinder und Eltern gemeinsam Homevideos aufnehmen und dann am PC zu einem Clip schneiden, den sie schließlich ins Web hochladen.

Als Quintessenz lässt sich festhalten: Als Erfolg versprechendster medienpädagogischer Weg erscheint gegenwärtig eine spielerische Annäherung an das (medial) Neue. Auf diesem Weg lässt sich die innovative technische Methode oder Möglichkeit für eine über den Augenblick hinausreichende, kluge und effektive Nutzung erschließen – und dienstbar machen.

Lothar Glauch



Ullrich Dittler/Michael Hoyer (Hrsg.): *Aufwachsen in virtuellen Medienwelten. Chancen und Gefahren digitaler Medien aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive.* München 2008: kopaed. 317 Seiten, 18,80 Euro



Hans-Rüdiger Müller/
Wassilios Stravoravdis (Hrsg.):
*Bildung im Horizont der Wissens-
gesellschaft*. Wiesbaden 2007:
VS Verlag für Sozialwissenschaften.
256 Seiten mit 8 Abb. u. 2 Tab.,
29,90 Euro

Bildung ohne Medien?

Die „Wissensgesellschaft“ ist seit einigen Jahren ein wichtiges Diskursthema in den Medienwissenschaften. Die vorliegende Publikation ist das Ergebnis einer mehrsemestrigen Vortragsreihe an der Universität Osnabrück. Im Folgenden werde ich jene Beiträge berücksichtigen, die aus meiner Sicht für den Kinder- und Jugendmedienschutz sowie für die Medienwissenschaften insgesamt von Belang sein könnten, ohne dass diese Themen in den Beiträgen selbst vorkommen. Solcherart Anregungen finden sich erstens in den Beiträgen zur Wissensgesellschaft und zweitens in einigen Beiträgen zu Wissens- und Lernprozessen. In den Beiträgen von Jörg Ruhloff und Andreas Dörpinghaus geht es um Strukturen und Probleme der „Wissensgesellschaft“. Ruhloff verweist auf die Bedeutung und auf die Konsequenzen des „Wirtschaftsfaktors Wissen“ für Erziehungs- und Bildungsprozesse: „Während die Bedeutung der Wissensproduktion insgesamt zunimmt, ist das jeweils besondere inhaltliche Wissen beschleunigt von rascher Entwertung bedroht. Die Bereitschaft zum Wissenserwerb muss demzufolge von denen, die das Lernen gelernt haben, mit der gegenläufigen Bereitschaft verbunden werden, erworbenes Wissen wieder durchzustreichen“ (S. 22). Wenn also mit dem Wissen auch das Nichtwissen anwächst, ist das doch von Relevanz für unsere Diskussionen um Medienwirkungen? Welches durch die Medien vermittelte Wissen wird durch welche außermedialen Kommunikationsangebote (Elternhaus, Schule etc.) vielleicht zu Nichtwissen?

Wenn ein „produktgeleitetes Verwendungswissen“ als eine Aufgabe der Wissensgesellschaft formuliert wird, dann hat das natürlich auch Konsequenzen für solche Begriffe wie „Kindheit“, „Schulzeit“, „Bildungsauftrag des Rundfunks“ etc. Dörpinghaus setzt sich mit den „Bildungs- und Zeitpraktiken in der Wissensgesellschaft“ (S. 35ff.) auseinander und kommt dabei zu dem folgenden Ergebnis: „Die zeitliche Struktur der Wissensgesellschaft ist auf die Erfahrungsverunmöglichung ausgerichtet. Dagegen besticht *Bildung* gerade in der *Verzögerung als Ermöglichung von Erfahrungen*“ (S. 43, H. i. O.). Welche Bedeutung erlangen damit Erfahrungen, die Kinder in den Medien sammeln können, wenn die Wissensgesellschaft keine Bildung, sondern „produktgeleitetes Verwendungswissen“ braucht? In den Beiträgen von Johannes Bilstein, Claudia Solzbacher und Ingrid Kunze habe ich die folgenden interessanten Ergebnisse gefunden. Bilstein beschreibt „Schöne Künste und nützliches Wissen“ und damit „Die Lehre des Nichtlehrbaren“ (S. 193ff.) und beginnt mit der Bemerkung: „Etwas wissen, etwas können – und schließlich klug und angemessen zu handeln: Diese Fähigkeiten erwirbt man sich an vielerlei Orten, und zu den interessantesten gehören sicherlich die Kunstakademien. Dort werden Fähigkeiten erworben, die sich gar nicht so genau beschreiben und benennen lassen und die für jedes Nachdenken und Reden über die Vermittlung von Kompetenzen von hohem Interesse sind“ (S. 193). Sein Blick in die Geschichte und Gegenwart der Kunstvermitt-

lung ist nicht nur für Lehrende an Kunsthochschulen von Interesse, sondern auch für Jugendmedienschützer – reden wir doch auch ständig über Kompetenzen und nicht beschreibbare Fähigkeiten bei den Medien nutzenden Kindern. Claudia Solzbacher beschäftigt sich mit der „Förderung von Lernkompetenz in der Schule“ (S. 219ff.) und liefert mit ihren vier Dimensionen der Lernkompetenz: „Sachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz“ (S. 224) interessante Anregungen für einen zeitgemäßen Begriff der Medienkompetenz. Ingrid Kunze schreibt über „Unterricht zwischen Individualisierung und Standardisierung“ (S. 235ff.). Dieser Beitrag ist aus zwei Perspektiven für die medienwissenschaftlichen Diskurse interessant: Zum einen beschäftigt er sich mit den auch für den Jugendmedienschutz relevanten „Entwicklungsaufgaben“, zum anderen zeigt er die Schwierigkeiten der Gegenwartspädagogik mit den Bewegtbildmedien auf. Die Publikation enthält interessante Anregungen für Pädagogen und Erziehungswissenschaftler. Sie zeigt aber auch, dass die „heimlichen Erzieher“, also die modernen Medien, von der Erziehungswissenschaft weiterhin nur ungenügend reflektiert werden.

Prof. Dr. Dieter Wiedemann

Kompetenz-Bildung

In Momenten, in denen – wie jüngst im bürgerlich saturierten Winnenden geschehen – ein Jugendlicher durch eine überaus grausame Tat auf sich aufmerksam macht, möchte man sich wünschen, dass Journalisten, Redakteure und Kommentatoren gelegentlich solche Bücher wie das hier zu besprechende gelesen hätten. Die eine oder andere vorschnelle und bisweilen bis zum unerträglichen Populismus gehende Interpretation der Tat bliebe uns so vielleicht erspart. Auf der anderen Seite würde man aber auch gern – gerade angesichts solcher Unfassbarkeiten wie jener des Amoklaufs von Tim K. – in wissenschaftlichen Texten, die sich der Lebenswelt von Jugendlichen zuwenden, über empirische Erhebungen und entsprechende Verallgemeinerungen hinaus von dem einen oder anderen konkreten subjektbezogenen Beispiel lesen, das der abstrakten Größe „Jugend“ etwas mehr Anschaulichkeit verleiht.

Die Herausgeber des vorliegenden Bandes verweisen in ihrem Vorwort auf Hartmut von Hentig, der da formuliert: „Die Antwort auf unsere behauptete oder tatsächliche Orientierungslosigkeit ist Bildung“ (S. 10). Gemeint ist Bildung, die sich auf die Ideale Wilhelm von Humboldts bezieht und dort anknüpfend, eine ganzheitliche Persönlichkeitsentwicklung im Blick hat. Eine Reduzierung von Bildung auf fachliche Kompetenz, gepaart mit „übersteigter Leistungsfixierung“ und einem „destruktiven Effizienzdruck auf Schule und Unterricht“, worauf sich in den letzten Jahren die Diskussion konzentrierte, „sollte nicht das künftige Paradigma für

die Gestaltung der deutschen Bildungslandschaft darstellen“ (S. 11). Darüber hinaus müsse man sich wieder stärker daran erinnern, „dass Bildung von Kindern und Jugendlichen nicht ausschließlich – und nicht einmal primär – in der Bildungsanstalt Schule stattfindet“ (ebd.). Die sozialen Rahmenbedingungen, unter denen Bildung heute stattfindet und worauf die Publikation insgesamt zu reagieren versucht, werden im zweiten Kapitel unter dem Motto „Wandel und Entwicklung“ in sechs interessanten Aufsätzen facettenreich skizziert. Klaus Hurrelmann, hier quasi das Leitmotiv vorgebend, hält es für unabdingbar, dass „die Ausprägung überfachlicher, also sozialer, emotionaler und kommunikativer Kompetenzen von entscheidender Bedeutung“ (S. 53) ist, damit junge Leute die Herausforderungen, die sich aus den „zahlreichen Welten des Aufwachsens“ (ebd.) ergeben, meistern können.

Wenn in den Texten immer wieder von der Entwicklung von „Kompetenz“ die Rede ist, so sind sich die Autoren durchaus der Problematik bewusst, die sich aus der umgangssprachlichen Verwässerung dieses Begriffs ergibt. Doch es ist nicht nur offensichtliche Alternativlosigkeit, die immer wieder auf ihn zurückkommen lässt, es hat auch einen ganz pragmatischen Hintergrund, worauf Hans-Günter Rolff in seinem Aufsatz zur Notwendigkeit einer strukturellen Schulreform als Voraussetzung für alternative Unterrichtsgestaltung hinweist. Wenn in der internationalen PISA-Studie „von ‚life skills‘, die die Schule den Heranwachsenden vermitteln soll“ (S. 146), die Rede ist, so wurde dies in der aktuellen deutschen Curriculumtheorie als

verbindliche Verständigungsgröße mit dem Begriff „Kompetenz“ umschrieben.

Im Einleitungskapitel skizziert Heike de Boer die Bildung sozialer, emotionaler und kommunikativer Kompetenzen als einen komplexen Prozess, wobei sie besonders „die Bedeutung positiver Gleichaltrigenbeziehungen“ (S. 31), für die es Gestaltungsmöglichkeiten zu schaffen gilt, hervorhebt. Wohl gewarnt durch Tendenzen in der Vergangenheit, dass Bildungsdebatten gern zu einseitig überspitzten Konsequenzen führen, haben die Herausgeber dem orientierenden Text von de Boer einen bereits an anderer Stelle veröffentlichten Aufsatz von Roland Reichenbach beigelegt, worin dieser auf ein mögliches „destruktives Potenzial des Kompetenzdenkens“ (S. 35) verweist. Reichenbach geht es um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen „soft skills“ und „hard skills“, wobei es auch Raum für leistungsorientierte Unterschiede und einen damit verbundenen Wettbewerb geben sollte.

Im dritten und vierten Teil des Bandes findet sich eine Fülle von Beispielen für Entwicklungsmöglichkeiten von Bildungsprozessen sowie von konkreten Projektbeispielen, die für eine weiterführende Diskussion höchst anregend sind.

Klaus-Dieter Felsmann



Carsten Rohlf/Marius Haring/Christian Palentien (Hrsg.):

Kompetenz-Bildung. Soziale, emotionale und kommunikative Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen. Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 356 Seiten, 29,90 Euro



Ulrike Six/Roland Gimmler:

Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten. Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung (Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen [Hrsg.], Band 57). Berlin 2007: Vistas. 368 Seiten mit 53 Abb. u. Tab., 21,00 Euro



**Sabine Eder/Christiane Orywal/
Susanne Roboom:**

Pixel, Zoom und Mikrofon. Medienbildung in der Kita. Ein medienpraktisches Handbuch für Erzieher/-innen (Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt [Hrsg.], Band 21). Berlin 2008: Vistas. 376 Seiten mit 529 Abb. u. Tab., 17,00 Euro

„Fernsehen ist so raumgreifend!“

Die Bedeutung medienpädagogischer Arbeit im Kindergarten wird von den meisten Erzieherinnen und Erziehern als gering eingeschätzt. Das ist ein Fazit einer Studie der LfM zur Medienerziehung für 3- bis 6-Jährige. Prof. Ulrike Six und Dr. Roland Gimmler haben nach ihrer Untersuchung aus dem Jahr 1997 nun, zehn Jahre später noch einmal den Status quo der Medienpädagogik in Nordrhein-Westfalen ermittelt. Hierzu haben die Forscher Lehrgänge sondiert und landesweit knapp 600 Erzieher befragt. Das Ergebnis ist ernüchternd: Die meisten Erzieher kennen zwar einschlägige Kinderprogramme, fühlen sich aber im Umgang mit Computer und Internet nach wie vor unsicher. Die Kenntnisse von Computerspielen sind, soweit überhaupt vorhanden, rudimentär. Auch auf die kreative Begleitung von Film- und Fernseherlebnissen wird in Kindergärten weitgehend verzichtet. Viele Erzieher halten sich angesichts der prägnanten Rolle audiovisueller Medien im Alltag der Kinder für ohnmächtig. Weil insbesondere das Fernsehen überwiegend als negativ wahrgenommen wird, ist auch die Nutzung medienpädagogischer Fortbildungsangebote und Unterrichtsmaterialien verhalten. Insgesamt sind Erzieher damit deutlich medienkritischer als noch vor zehn Jahren, so ein Fazit der Autoren. Diese Haltung, begleitet von der berufstypischen Überlastung durch zu hohe Gruppenstärken, verleitet sie zu einem resignativen Umgang mit Medienangeboten. Für die meisten ist mit der Motivation zu einem „vernünftigen“

Umgang mit Medien schon das Maximum erzieherischen Wirkens in diesem Bereich erreicht. Was „Medienerziehung“ bedeutet und welche Möglichkeiten sich durch den sinnvollen Umgang mit Medien eröffnen, ist den wenigsten Erziehern bewusst. Angesichts der Rolle, die elektronische Medien im Alltag vieler Kinder spielen, und angesichts der Vielzahl von Publikationen zu diesem Thema sind die Autoren über die weitgehende Vernachlässigung medienpädagogischer Aktivitäten im Kindergarten selbst überrascht.

Die Studie geht über eine Bestandsaufnahme hinaus und versucht, Erklärungen für ihr ernüchterndes Resultat zu finden. Neben Zeit und der Einsicht in die Notwendigkeit von Medien-erziehung mangelt es den Erziehern vor allem an Kenntnissen zum sinnvollen Einsatz von Medien im Kindergarten. Hilfreich ist hier das medienpraktische Handbuch *Pixel, Zoom und Mikrofon*, das drei Autorinnen des Vereins Blickwechsel e.V. im Auftrag der NLM für die Arbeit im Kindergarten zusammengestellt haben. Anschaulich wird versammelt, was Erzieher wissen sollten – und womit sie die Arbeit mit Kindern bereichern können. Die Autorinnen sprechen ihre Zielgruppe niedrigschwellig an und geben mit Bausteinen wie Audiospielen, Radiomachen, Knipsen oder Tricksen nützliche Tipps für die Medienkompetenzförderung im Vorschulalter. Mit großer Sorgfalt widmen sich die Pädagoginnen dem Thema Computer. Unter der Überschrift *Interaktiv handeln, computern, webben* vermitteln sie, wie eine frühe Förderung von Computerkenntnissen aussehen kann. Erzieher

erfahren, wo man kostenlose Malprogramme herunterladen kann und wie bereits 5-Jährige einen „Computerführerschein“ erwerben können. Die Vorschläge zielen dabei keineswegs auf eine frühzeitige „Verschulung“ ab, sondern reagieren auf das kindliche Bedürfnis nach spielerischen Herausforderungen. Allen Erziehenden ans Herz gelegt seien auch einige Vorschläge für die Projektarbeit am Ende des Buches. Die *Nachrichtensendung für Kinder* möchte man auf dem nächsten Geburtstag am liebsten selbst initiieren, so anschaulich werden die einzelnen Schritte vermittelt. Wie bildet man ein Nachrichtenteam, wer stellt wem Fragen? Wenn es um das Verständnis von Nachrichten geht, erhält auch ein simples Spiel wie *Stille Post* eine neue Dimension. Bei der Beschreibung der weiteren Schritte wie etwa dem *Drehbuch* und dem *Schnitt* greifen die Autorinnen auf eigene Erfahrungen aus der Praxis zurück. Erwähnt seien auch der Anhang zu Rechtsfragen zum Einsatz von Medien im Kindergarten und die umfangreichen Tipps für Literatur und Webseiten.

In der Gesamtbetrachtung ist somit erfreulich, dass der NLM das „Medienkompetenz-Dilemma“ bei der Aus- und Weiterbildung von Erziehern bekannt zu sein scheint. Das Buch *Pixel, Zoom und Mikrofon* ist ein Muss für alle, die bisher wenig Interesse an medienpädagogischer Arbeit hatten – und eine angemessene Antwort auf die von Six und Gimmler formulierte Anregung, Medienkompetenz als eigenständigen Pflichtbereich in der Erzieherausbildung zu implementieren.

Ulrike Beckmann

Was ist Bildung?

Der Grazer Soziologe setzt sich in seinem „zeitdiagnostischen Essay“ mit den populären Vorstellungen von Bildung auseinander und zeigt, wie diese oft einseitigen Konzepte zu Bildungsideologien gerinnen. Er differenziert neun Bildungsmodelle: 1) das Lagerhausmodell, 2) das Datenbankmanagement-Modell, 3) das alltagspragmatische Modell, 4) das Erlebnismodell, 5) das Geschwindigkeitsmodell, 6) das Arbeitsmarktmodell, 7) das Zertifikatsmodell, 8) das Managementmodell und schließlich 9) das bürgerlich-abendländische Modell, das dem herkömmlichen Bildungsbegriff verpflichtet ist. In den Modellen zeigt sich das Faszinosum der Bildung auf unterschiedliche Art, von der Expansion der Information über die Auffassung, dass Bildung Unterhaltung sein müsse, bis hin zur Bildung als Qualifikation für das Arbeitsleben. Diese gängigen Bildungsvorstellungen unterzieht der Autor einer z. T. sehr amüsanten Kritik. Doch ihm geht es auch um konstruktive Vorschläge zur Versachlichung der Bildungsdebatte. Auch wenn er feststellt, dass Bildung ein „multidimensionales Unterfangen“ ist (S. 226), versucht er sich an einer Definition: „Bildung ist die Anregung zur ausgewogenen Entfaltung aller Kräfte des Menschen, die in der Entwicklung einer reifen und ausgewogenen Persönlichkeit mündet, damit diese in ihrer Einzigartigkeit die Menschheit bereichere“ (S. 227). So sieht das Ideal aus, hinter dem alle zurückbleiben. Aber muss man es deswegen aufgeben? Ein anregendes Buch.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Pädagogische Medientheorie

Medienpädagogik und -bildung liegen im Trend. Sie haben sich in den vergangenen Jahren zunehmend etabliert und dabei zugleich ausdifferenziert. Allerdings war häufig zu beobachten, dass sich gerade die Theoriebildung vorzugsweise auf die Medien stürzte, Bildungstheorien aber nur entfernt eine Rolle spielten. Das mag u. a. mit der Faszination zu tun haben, die auch für Medienpädagogen von den Medien und ihrer Dynamik ausgeht. Der vorliegende Band versammelt acht Beiträge, in denen aus verschiedenen Perspektiven eine (bildungs-)theoretische Fundierung der Medienpädagogik unternommen wird. Der erste Beitrag von Werner Sesink mit dem Titel *Bildungstheorie und Medienpädagogik. Versuch eines Brückenschlages* ist daher programmatisch zu nehmen für den gesamten Band. Er zeigt dabei, „dass Bildung nicht lediglich betroffen, sondern aktiv und fundamental beteiligt ist an jenen Entwicklungen im Bereich der Medien, auf die sie nun antworten soll“ (S. 14). Winfried Marotzki und Benjamin Jörissen zeigen am Beispiel von Film und Internet, wie sie zur Artikulation ge- und benutzt werden. Unter Medienbildung verstehen sie „die in und durch Medien induzierte strukturelle Veränderung von Mustern des Welt- und Selbstbezugs“ (S. 67, H. i. O.). Denn Medien wirken nicht nur auf die Menschen, sie dienen auch dem Selbstausdruck, der Artikulation – auch im Konsum. Die Beiträge des Bandes stoßen eine in der Medienpädagogik notwendige Bildungsdiskussion an.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Erziehungsstile

Erziehungsstile werden im populären Diskurs häufig mit Gegensätzen wie autoritär und antiautoritär belegt. Die gesellschaftlichen Veränderungen in den vergangenen Jahrzehnten haben jedoch zu einer Ausdifferenzierung von sozialen Milieus und von Erziehungsstilen geführt. In ihrer Dissertation versucht Sylva Liebenwein, diese beiden Entwicklungen zu verbinden und die „typischen“ Erziehungsstile in den verschiedenen Milieus zu beschreiben. Dazu hat die Autorin zweieinhalb- bis vierstündige Interviews mit 25 Müttern und 16 Vätern geführt, deren jüngstes Kind im Vorschulalter war. Die Eltern wurden einzelnen Sinus-Milieus zugeordnet. Diese Milieutypologie hat gegenüber klassischen Modellen der vertikalen Differenzierung (z. B. Ober- und Unterschicht) auch den Vorteil, horizontal zu differenzieren. Die Autorin geht von einem mehrdimensionalen Begriff des Erziehungsstils aus, der Erziehungspraktiken, -ziele und -einstellungen beinhaltet, die teilweise auf Erfahrungserfahrungen beruhen (S. 31). Die ausführliche Schilderung der elterlichen Erziehungsstile in den vier Milieugruppen (gesellschaftliche Leitmilieu, traditionelle Milieus, Mainstream-Milieus und hedonistische Milieus) offenbart die ganze Vielfalt der Erziehung. Leider geht die Autorin nicht auf die Medienkonzepte in der Erziehung ein. Sie kann jedoch zeigen, wie sehr sich die Erziehung in Bezug auf Rollenbilder und Wertekomplexe unterscheidet. Eine ebenso spannende wie aufschlussreiche Lektüre.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Manfred Prisching: *Bildungsideologien. Ein zeitdiagnostischer Essay an der Schwelle zur Wissensgesellschaft.* Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 229 Seiten, 24,90 Euro



Johannes Fromme/Werner Sesink (Hrsg.): *Pädagogische Medientheorie.* Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 170 Seiten mit Abb. u. Tab., 22,90 Euro



Sylva Liebenwein: *Erziehung und soziale Milieus. Elterliche Erziehungsstile in milieuspezifischer Differenzierung.* Wiesbaden 2008: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 318 Seiten, 39,90 Euro

Recht

Inhalt:

Aufsatz 88

Erziehungshilfe für die Sorgeberechtigten durch Strafandrohung gegen Dritte? – Zugleich Anmerkung zum Urteil des BGH vom 18. Oktober 2007 – I ZR 102/05 (tv diskurs, Ausgabe 47, 1/2009, S. 96 ff.)

Antje Schumann

Buchbesprechungen

Karl-Nikolaus Peifer (Hrsg.): 92

Vierzig Jahre Institut für Rundfunkrecht – Rückblick und Perspektiven

Helmut Goerlich

Anne Lehrke: 94

Pluralismus in den Medien. Verfassungsrechtliche Aspekte von Meinungsbildungsrelevanz als medienübergreifendes Kriterium der Vielfaltsregulierung

Helmut Goerlich

Dietrich Westphal: 95

Föderale Privatrundfunkaufsicht im demokratischen Verfassungsstaat. Verwaltungs- und verfassungsrechtliche Analyse der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

Helmut Goerlich

Frank Fechner: 97

Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia

Helmut Goerlich

Aufsatz

Erziehungshilfe für die Sorgeberechtigten durch Strafandrohung gegen Dritte? – Zugleich Anmerkung zum Urteil des BGH vom 18. Oktober 2007 – I ZR 102/05 (tv diskurs, Ausgabe 47, 1/2009, S. 96 ff.)*

I. Das Urteil betrifft die Thematik des Verbreitens einfacher Pornografie in Telemedien, namentlich dem Internet. Der BGH hatte sich insbesondere mit der Frage auseinanderzusetzen, wann der Anbieter gem. § 4 Abs. 2 S. 2 JMStV „sicherstellt“, dass sein pornografisches Angebot nur Erwachsenen „zugänglich gemacht“ wird (sog. geschlossene Benutzergruppe).¹ Das Gericht stützt seine Auslegung – im Anschluss an jüngere Rechtsprechung² und die herrschende Meinung in der Literatur³ – vor allem auf eine im Jahr 2002 ergangene Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts⁴ zu pornografischen Sendungen im Abonnementfernsehen (sog. Pay-TV). Dieses hatte die Ausstrahlung verschlüsselter pornografischer Angebote für zulässig erklärt, wenn der Pay-TV-Veranstalter eine „effektive Barriere“ gegen die Wahrnehmung Minderjähriger schafft. Die Voraussetzungen, die das BVerwG dabei zum Ausschluss des objektiven Tatbestands des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB aufstellt, widersprechen jedoch allgemein anerkannten strafrechtlichen Täterschaftsregeln. Sie führen in der Konsequenz zu einer Verschiebung der Verantwortungsbereiche zwischen dem Anbieter und dem erwachsenen Nutzer einfacher pornografischer Angebote, deren sachliche Rechtfertigung sehr zweifelhaft ist (dazu II. 1.).

Der BGH setzt mit seiner Entscheidung den Trend fort, den Zugang zu einfacher Pornografie im Internet in Deutschland strengen Alters- und Identitätskontrollen zu unterwerfen.⁵ Ob diese Anforderungen einen effektiven Schutz der Jugend vor Pornografie im weltweiten Netz bewirken können, ist äußerst fraglich (dazu III.). Der BGH hat die Chance vertan, die bislang vornehmlich am technisch Möglichen orientierte Diskussion in der hier gegebenen Abwägungsproblematik⁶ auf den Boden einer der Realität⁷ angemessenen – und am Verhältnismäßigkeitsgrundsatz orientierten – Auslegung zurückzuführen.

II. 1. Nach § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB ist strafbar, wer an einem Minderjährigen zugänglichen Ort pornografische Schriften (§ 11 Abs. 3 StGB) zugänglich macht. Im Fall der codierten Ausstrahlung pornografischer Fernsehsendungen verlangt das BVerwG zum Ausschluss des Tatbestandsmerkmals „Zugänglichmachen“, dass der Pay-TV-Veranstalter erstens eine zuverlässige Alterskontrolle bei Abschluss des Abonnentenvertrags und der Aushändigung des Decoders gewährleistet. Darüber hinaus fordert es zweitens eine weitere im System angelegte effektive Vorkehrung des Anbieters gegen die Wahrnehmung der Sendung durch Minderjährige im häuslichen Bereich.⁸ Erst dieses weitere Hindernis rechtfertigt nach Ansicht des BVerwG wegen des Zusammenwirkens mit der Alterskontrolle die Annahme einer „effektiven Barriere“.⁹ Allein die Abgabe des zum unverschlüsselten Empfang erforderlichen Decoders an einen Erwachsenen genügt somit nach dem BVerwG für einen Tatbestandsausschluss des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB nicht. Bei Anwendung dieser Kriterien ergibt sich: Händigt der Pay-TV-Veranstalter seinem erwachsenen Vertragspartner den Decoder ohne eine weitere Decodierkomponente aus, dann erfüllt er mit der Ausstrahlung eines verschlüsselten pornografischen Films den objektiven Tatbestand des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB, wenn der erwachsene Inhaber den Decoder zu einem betriebsbereiten Fernsehgerät in einen Minderjährigen zugänglichen Raum stellt.

Eine solche Auslegung der Tathandlung „Zugänglichmachen“ ist aus mehreren Gründen bedenklich. Nach strafrechtlichen Grundsätzen verwirklicht hier als unmittelbarer Täter der Decoderinhaber den objektiven Tatbestand des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB, er begeht die Tat „selbst“ (§ 25 Abs. 1 Alt. 1 StGB).¹⁰ Denn nicht der Pay-TV-Veranstalter, sondern der Decoderinhaber besitzt die Tatherrschaft darüber, Minderjährigen die Möglichkeit der Wahrnehmung des pornografischen Film-inhalts zu eröffnen. Dass der Pay-TV-Veranstalter mit der Ausstrahlung des verschlüsselten Films neben dem Aushändigen des Decoders ebenfalls Bedingungen für das „Zugänglichmachen“ setzt, genügt zwar zur Bejahung der Kausalität zwischen Handlung (Ausstrahlen des verschlüsselten pornografischen Films) und Erfolg (Zugänglichsein an einem Minderjährigen zugänglichen Ort). Kausali-

tät bedeutet jedoch nicht zugleich auch das Vorliegen von Täterschaft als Tatherrschaft über den Erfolgseintritt. Dies folgt aus dem §§ 25 ff. StGB zugrunde liegenden Prinzip der Aufteilung von Verantwortungsbereichen, nach dem das bloße Setzen einer *Conditio sine qua non* für die Annahme von Täterschaft nicht genügt. Eine Verwirklichung des objektiven Tatbestands durch den Pay-TV-Veranstalter wäre nur unter den zusätzlichen Voraussetzungen des § 25 Abs. 1 Alt. 2 (mittelbare Täterschaft: der Erwerber des Decoders weiß z. B. nicht, dass mit diesem pornografische Filme entschlüsselbar sind) oder § 25 Abs. 2 (gemeinsamer Tatplan und arbeitsteiliges Zusammenwirken von Pay-TV-Veranstalter und Erwerber des Decoders) denkbar. Nach den allgemeinen Täterschaftsregeln endet folglich mit der Übergabe des Decoders an einen erwachsenen Kunden die strafrechtliche Verantwortung des Pay-TV-Veranstalters für die Ausstrahlung verschlüsselter pornografischer Fernsehsendungen im Rahmen der §§ 184 Abs. 1 Nr. 2, 25 Abs. 1 Alt. 1 StGB.¹¹

Das BVerwG weitet die täterschaftliche Zuständigkeit des Pay-TV-Veranstalters allerdings in den Herrschaftsbereich des Decoderinhabers hinein aus, indem es seine Forde-rung nach einer weiteren Decodierkomponente mit der Erwägung begründet, bei der Auslegung des Tatbestandsmerkmals „Zugänglichmachen“ könne nicht vernachlässigt werden, „dass der Jugendschutz im Fernsehen auch dem Umstand Rechnung zu tragen hat, dass es soziale Bindungen gibt, in denen erzieherisches Handeln nicht oder nur unzureichend stattfindet“.¹² Soweit ersichtlich, ist die Tragweite dieser Äußerung, die das BVerwG zur Bestimmung der Tathandlung „zugänglich macht“ heranzieht, in der strafrechtlichen Literatur bislang nicht diskutiert worden.¹³ Die Auslegung des BVerwG verstößt jedoch gegen die Wortlautgrenze und damit gegen Art. 103 Abs. 2 GG, da sie das Merkmal „Zugänglichmachen“ auf das „Ermöglichen des Zugänglichmachens“ durch andere ausdehnt.¹⁴ Bei näherer Betrachtung zeigt sich zudem, dass sie auf einer Verken-nung von Sinn und Zweck des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB als Jugendschutznorm beruht und das in Art. 6 Abs. 2 GG garantierte elterliche Erziehungsrecht ausklammert.¹⁵

Fußnoten:

* Leicht geänderte Fassung der Erstveröffentlichung in JZ 2008, 741 ff. Zu der seit der Entscheidung des BGH und der Erstveröffentlichung eingetretenen Gesetzesänderung, die im vorliegenden Zusammenhang ohne sachliche Bedeutung ist, s. unten Fn. 27.

1 Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiet der Altersverifikationssysteme (AVS), die geschlossene Benutzergruppen für Erwachsenenangebote im Internet gem. § 184c S. 2 StGB a. F. und § 4 Abs. 2 S. 2 JMStV sicherstellen sollen. § 184c StGB a. F., § 4 Abs. 2 JMStV sind Marktverhaltensregeln i. S. d. UWG. Aufgrund unzureichender AVS begangene Verstöße gegen diese Bestimmungen unterfallen damit §§ 3, 4 Nr. 11 UWG (Haftung wegen unlauterer Wettbewerbshandlung).

2 Der BGH zitiert hier ausdrücklich BGHSt 48, 278 ff. (Automatenvideothek); BGH GRUR 2007, 890 Tz. 48 (Jugendgefährdende Medien bei eBay). S. auch KG (5. Strafsenat) NSTZ-RR 2004, 249 f.; KG (5. Zivilsenat), KGR 2006, 228

3 S. u. a. Fischer, StGB, 2008, § 184 Rn. 11; Lackner/Kühl, StGB, 2007, § 184 Rn. 5, 6; Wolters/Horn in: SK-StGB (Stand März 2007), § 184c Rn. 6; Hörrle, MK-StGB, 2005, § 184 Rn. 41 aus der strafrechtlichen Literatur. Aus der jugendschutzrechtlichen Literatur Nikles/Roll/Spürck/Umbach, Jugendschutzrecht, 2. Aufl., § 4 JMStV Rn. 34; Scholz/Liesching, Jugendschutz, 2004, § 4 JMStV Rn. 36a; Erdemir CR 2005, 275, 277 f.

4 BVerwGE 116, 5 ff.

5 Zumeist wird als „effektive Barriere“ eine zweistufige Überprüfung des Nutzers bei Anmeldung zu und Abruf von pornografischen Webseiten verlangt. Zur Kontrolle, ob der volljährige Vertragspartner auch der Abrufende ist, wird zunehmend eine Authentifizierung mittels biometrischer Daten (Überprüfung anhand zuvor gespeicherten Fingerabdrucks oder der Iris-Struktur der Augen) gefordert. So

S/S-Lenkner/Perron/Eisele, 27. Aufl., § 184c Rn. 6; Wolters/Horn (Fn. 3), § 184c Rn. 6; s. auch Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, JMStV (Stand Juli 2005), § 4 Rn. 64. Der BGH spricht vorliegend noch eine Identifizierung im Rahmen einer Webcam-Sitzung an.

6 Zwischen Jugendschutz (Art. 5 Abs. 2 GG) und dem durch die Informationsfreiheit in Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG garantierten Recht Erwachsener auf Konsum einfacher Pornografie.

7 Die negative Wirkung einfacher Pornografie wird allgemein überschätzt. Zu den häufigsten „naiven Kausalannahmen“, z. B. moralischer Verfall, Promiskuität, Degradierung von Frauen, Konsumspirale u. a., s. Ertel, Erotika und Pornographie, Repräsentative Befragung und psychophysiologische Langzeitstudie zu Konsum und Wirkung, 1990, S. 170. Zu den Ergebnissen aufgrund empirischer Untersuchung, a. a. O., S. 473 ff., insbes. S. 475. Beachte dagegen, unter 4. auf S. 476, andererseits den Hinweis auf das Gefahrenpotential der Kombinationsform von (nicht notwendig pornografischen!) Sexualdarstellungen und Gewalt.

8 Z. B. eine spezifische Hardwarekomponente oder PIN, die zum Empfang pornografischer Sendungen zusätzlich in den Decoder integriert bzw. eingegeben werden muss.

9 BVerwGE 116, 5, 15 f.

10 Handelt es sich um einen Sorgeberechtigten, dann ist der Tatbestand des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB wegen des in Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz normierten Erzieherprivilegs grundsätzlich ausgeschlossen. Der Tatbestandsausschluss aufgrund des § 184 Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz gilt über seinen Wortlaut hinaus – arg. a maiore ad minus – auch für die Nr. 2. S. nur S/S-Lenkner/Perron/Eisele, 27. Aufl., § 184 Rn. 15a.

11 So zutreffend noch S/S-Lenkner/Perron, 26. Aufl., § 184 Rn. 15: Da für den Programmanbieter nichts anderes gelten könne als für den

Buchhändler, der einem Erwachsenen pornografische Schriften verkauft und es gleichfalls nicht in der Hand hat, ob dieser sie nicht an Jugendliche weitergibt. Anders, ohne allerdings die Aufgabe der Ansicht in der Voraufgabe zu begründen, nunmehr Lenckner/Perron/Eisele, 27. Aufl., § 184 Rn. 15, indem unhinterfragt die Kriterien von BVerwGE 116, 5, 14 ff. übernommen werden.

12
BVerwGE 116, 5, 16

13
Auf die Täterschaftsproblematik geht Hörnle, JZ 2002, 1062, 1064, in ihrer Anmerkung zu BVerwGE 116, 5 ff. nicht ein.

14
Wenn das StGB eine derartige Mitwirkung an Taten voll verantwortlicher anderer Personen als Täterschaft erfassen will, bringt es das in den Tatbeständen des Besonderen Teils deutlich zum Ausdruck (vgl. z. B. §§ 146 Abs. 1 Nr. 1, 184 Abs. 1 Nr. 8).

15
Den in § 184 Abs. 6 S. 1 StGB a. F. aufgrund des Erzieherprivilegs für die Sorgeberechtigten noch unbeschränkt geltenden Tatbestandsausschluss des § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 StGB erwähnt das BVerwG gar nicht.

16
Dient das Pay-TV – wie zu meist – hauptsächlich der Erweiterung des generellen, also auch jugendgeeigneten Fernsehangebots, dann ist die Forderung nach einer zusätzlichen speziellen Pornografie-Hardware mehr als nachvollziehbar. Gleichwohl kann die damit erreichte Erleichterung im Umgang mit dem Pay-TV (Wegfall der Kontrolle, was sich die Kinder ansehen) nicht als strafrechtliche Pflicht dem Anbieter auferlegt werden. Anders ist unter Umständen der Fall zu beurteilen, wenn der Pay-TV-Veranstalter nachträglich in sein zuvor unbedenkliches Programm nicht jugend geeignete Sendungen aufnimmt. Diese Konstellation hatte das BVerwG möglicherweise auch vor Augen. Seine Ausführungen zur „effektiven Barriere“ beziehen sich allerdings auf die Anmeldung zum Pay-TV bei bereits vorhandenem Pornografieangebot.

17
BVerfGE 83, 130, 140

18
O. Fn. 17

19
O. Fn. 12

20
Vgl. o. Fn. 17

21
Der Grund des als Tatbestandsausschluss des § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 StGB gestalteten Erzieherprivilegs in Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz StGB ist umstritten. Zutreffend dürfte die Ansicht sein, dass der Gesetzgeber wegen der Nichtbeweisbarkeit schädlicher Auswirkungen von einfacher Pornografie auf Jugendliche darauf verzichtet hat, die den Personensorgeberechtigten durch Art. 6 Abs. 2 GG garantierte Entscheidungsfreiheit in der Erziehung bereits unter dem Gesichtspunkt abstrakter Gefährdung durch ein strafrechtliches Verbot einzuschränken. So S/S-Lenckner/Perron/Eisele, 27. Aufl., § 184 Rn. 9b m. w. N.

22
Dies verdeutlicht folgendes Beispiel: Vater und minderjähriger Sohn schauen sich gemeinsam im Pay-TV einen pornografischen Film an. Der Tatbestandsausschluss des § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 durch das Erzieherprivileg in § 184 Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz StGB kann nicht dadurch „ausgehebelt“ werden, stattdessen die Ausstrahlung des verschlüsselten Films zur strafbaren Handlung gem. § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB zu erklären.

23
Eingefügt durch Art. 1 Nr. 17 des SexualdelÄndG v. 27.12.2003. Kritisch zur Einschränkung des Erzieherprivilegs Funcke-Auffermann, Symbolische Gesetzgebung im Lichte der positiven Generalprävention, 2007, S. 144, nach dem „durch die Einfügung des Begriffs ‚gröbliche Pflichtverletzung‘ § 184 StGB n. F. zu einem Eingriff in die verfassungsrechtlich geschützte Privatsphäre der Familie wird“. Die Vermutung liegt nahe, dass das BVerwG die Gesetzeslage zur Zeit seiner Entscheidung (umfassender Tatbestandsausschluss des § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 StGB für die Sorgeberechtigten), sollte es sich nicht um ein Übersehen handeln, für (kri-

Die Aufgabe der sanktionsbewehrten Jugendschutzregelungen ist es nicht, wie die Argumentation des BVerwG impliziert, die Eltern zu einer hinreichenden Erziehung anzuhalten oder sie ihnen zu erleichtern.¹⁶ Sinn und Zweck von Jugendschutzbestimmungen mit Straf- oder Bußgeldcharakter ist es, „Störungen des grundrechtlich gewährleisteten Erziehungsrechts der Eltern vorzubeugen“¹⁷. Im hier vorliegenden Zusammenhang sollen sie gewährleisten, dass Minderjährigen „Schriften, die sich auf ihre Entwicklung schädlich auswirken können, nur mit Zustimmung ihrer Eltern zugänglich gemacht werden“, wie das BVerfG in seiner Josefine-Mutzenbacher-Entscheidung festhält.¹⁸ Wenn das BVerwG seine Forderung nach einer zusätzlichen „effektiven Vorkehrung“ darauf stützt, sie erhöhe die Wahrscheinlichkeit, „dass Minderjährige nur mit Erlaubnis ihrer verantwortungsbewussten Eltern bestimmte verschlüsselte Filme ansehen und dass es sich dabei nicht um Filme pornografischen Charakters handelt“,¹⁹ so übersieht es, dass das verfassungsrechtlich verbürgte Erziehungsrecht – wie das BVerfG ebenfalls erklärt hat²⁰ – auch die Entscheidung der Eltern darüber umfasst, ob sie ihren Kindern Schriften überlassen, die das Gesetz als schwer gefährdend einstuft (wie einfache Pornografie, s. § 15 Abs. 2 Nr. 1 JuSchG). Darauf beruht auch das zur Zeit der Entscheidung des BVerwG noch uneingeschränkt geltende Erzieherprivileg in § 184 Abs. 6 S. 1 StGB a. F., nunmehr in § 184 Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz StGB,²¹ das für die Sorgeberechtigten den Tatbestand des § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 StGB damals stets und heute grundsätzlich ausschließt. Nicht rechtswidriges Verhalten der Eltern kann damit auch nicht zur erweiternden „Auslegung“ des Tatbestandsmerkmals „zugänglich macht“ herangezogen werden.²²

So verständlich die der Entscheidung des BVerwG zugrunde liegende Intention (Minderjährige sollen nur mit Erlaubnis ihrer verantwortungsbewussten Eltern bestimmte verschlüsselte Filme ansehen) auch ist, selbst missbräuchliches Erziehungsverhalten vermag seine Auslegung des hier fraglichen Straftatbestandsmerkmals nicht zu stützen. Für Fälle eines Missbrauchs des Erziehungsrechts ist das Familiengericht zuständig, das gem. § 1666 BGB „die zur Abwendung der Gefahr erforderlichen Maßnahmen zu treffen“ hat. Ist die das Erzieherprivileg nunmehr ein-

schränkende Missbrauchsklausel²³ des § 184 Abs. 2 S. 1 letzter Halbsatz StGB erfüllt oder sollten die Voraussetzungen des § 171 StGB vorliegen, so ist ein Strafverfahren gegen die Sorgeberechtigten einzuleiten. Unabhängig davon, ob das vom BVerwG geforderte zusätzliche Wahrnehmungshindernis einem Missbrauch vorzubeugen vermag, können Präventivmaßnahmen hiergegen jedoch nicht mit den Mitteln des Strafrechts dem Anbieter verschlüsselter einfach pornografischer Angebote überantwortet werden. Dies bedeutete nämlich, ihn unter Strafdrohung – der Ultima Ratio des Gesetzgebers – zu im familiären Bereich wirkenden Schutzvorkehrungen zu verpflichten.

II. 2. Unzutreffend ist im Übrigen auch die Auffassung des BVerwG, der Fernsehveranstalter habe für einen Ausschluss des objektiven Tatbestands des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB „im Wege einer zuverlässigen Alterskontrolle“ zu gewährleisten, „dass nur mit Erwachsenen ein Abonnentenvertrag als Voraussetzung für die Erlangung der zur Entschlüsselung erforderlichen Einrichtungen abgeschlossen wird“.²⁴ Denn der objektive Tatbestand setzt voraus, dass – unter den objektiven Voraussetzungen der Täterschaft – eine Situation geschaffen wird, in der Minderjährigen an einem für sie zugänglichen Ort Pornografie tatsächlich zugänglich ist, sie also die (abstrakte) Möglichkeit der Kenntnisnahme haben.²⁵ Fehlt es, gleichgültig aus welchen Gründen, an dieser Zugänglichkeit, so ist der objektive Tatbestand auch dann nicht erfüllt, wenn die Unzugänglichkeit für Minderjährige nicht von vornherein gewährleistet war. Die Nichterfüllung des Merkmals „Zugänglichmachen“ verlangt nicht „Sicherstellen der Unzugänglichkeit“.²⁶ Den objektiven Tatbestand des § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB verwirklicht der Pay-TV-Veranstalter aus den oben (II. 1.) genannten Gründen also auch dann nicht, wenn der zum Empfang seines Programms erforderliche Decoder ohne Altersprüfung und lediglich aufgrund bloßen Zufalls nur an Erwachsene abgegeben worden ist.

Anders verhält es sich bei § 4 Abs. 2 S. 2 JMStV und dem dieser Bestimmung nachgebildeten § 184c S. 2 StGB a. F. (= § 184d S. 2 StGB n. F.)²⁷, die verlangen, dass von Seiten des Anbieters „sichergestellt“ ist, dass sei-

ne pornografischen Medieninhalte nur Erwachsenen zugänglich bzw. Minderjährigen nicht zugänglich sind. Während § 184 Abs. 1 Nrn. 1, 2 StGB also erst eingreifen, wenn durch das Verbreiten Minderjähriger einfache Pornografie konkret oder abstrakt „zugänglich gemacht“ wird, ist nach § 184c StGB a. F. bereits das Verbreiten ohne Vorkehrung gegen die Zugänglichkeit für Minderjährige strafbar. Auf ein (konkretes oder abstraktes) „Zugänglichmachen“ kommt es somit im letzteren Fall nicht an. Auf dem Gebiet der Telemedien sanktioniert das Gesetz also schon die abstrakte Möglichkeit der Zugänglichkeit bzw. genauer: das Schaffen des „Risikos der Zugänglichkeit“. Diese tatbestandliche Vorverlagerung ist beim Verbreiten von Telemedieninhalten aufgrund des fehlenden Kontakts zum Empfänger auch gerechtfertigt. Das BVerwG nimmt folglich mit seiner im Jahr 2002 aufgestellten Forderung, der Anbieter habe den Vertragsschluss nur mit Erwachsenen „zu gewährleisten“, die spätere Gesetzgebung zu Telemedien vorweg. Hier verwirklicht der Anbieter – im Unterschied zu § 184 Abs. 1 Nr. 1, 2 StGB – den Tatbestand des § 184c S. 1 StGB a. F. als Täter, wenn er einfache Pornografie verbreitet, ohne aufgrund einer Vorkehrung die Unzugänglichkeit für Minderjährige „sicherzustellen“.

III. Damit stellt sich im Bereich der Telemedien die Frage, wann der Anbieter „sicherstellt“, dass sein Angebot für Minderjährige nicht zugänglich ist. Die vom BGH im Einklang mit der herrschenden Meinung auf Telemedien übertragenen Kriterien des BVerwG einer vom Anbieter zu schaffenden (zweistufigen) „effektiven Barriere“ bedeuten im Ergebnis nicht nur eine Altersprüfung des erwachsenen Nutzers beim Vertragsschluss,²⁸ sondern auch dessen Identitätskontrolle vor dem Abruf einfach pornografischer Angebote im Internet. Der BGH weist ausdrücklich darauf hin, diese Anforderungen für weitere technische Entwicklungen, z. B. die Überprüfung anhand biometrischer Daten oder mittels Webcam-Checks, offenzulassen. Die Frage nach dem Verantwortungsbereich des als erwachsen festgestellten Nutzers²⁹ und damit auch die der rechtlichen Begründung des Erfordernisses einer Identitätsprüfung als zweites Zugangshindernis wirft der BGH, da er die Ansicht des BVerwG ungeprüft übernimmt, nicht auf.

In diesem Rahmen soll nicht erörtert werden, welche Sicherheitsvorkehrungen den Anforderungen des Gesetzes genügen.³⁰ Erinnerung sei nur daran, dass in der vorliegenden Abwägungsproblematik zwischen Jugendschutz und der Informationsfreiheit Erwachsener mehrere Aspekte für ein „Maßhalten“ in der Forderung nach weitreichenden Kontrollen sprechen:

1. Vom wissenschaftlichen Standpunkt aus ist schon äußerst zweifelhaft, ob einfache Pornografie für Minderjährige überhaupt eine Gefährdungslage begründet, die höchste Sicherheitsvorkehrungen erforderlich macht. Andere europäische Länder verneinen sie.³¹ Auch in Deutschland sprach sich die Mehrheit namhafter Sachverständiger bei der Anhörung zur Vorbereitung des 4. StrRG im November 1970 gegen die Annahme einer Gefährdung aus, und sie hatte keine Bedenken gegen eine unbeschränkte Freigabe einfacher Pornografie.³²

2. Ein effektiver Jugendschutz verlangt die Berücksichtigung der tatsächlichen Gegebenheiten, wenn er nicht eine bloße Scheinregulierung sein soll. Tatsächlich verhält es sich aber so, dass selbst von deutschen Anbietern zu 100 % wirkende Hindernisse gegen die Wahrnehmung ihrer pornografischen Angebote durch Minderjährige zu deren Schutz so gut wie nichts beitragen. Denn im weltweiten Netz können Minderjährige in Deutschland ohne Umgehung irgendeiner „effektiven Barriere“ und ohne Übertretung eines Verbots massenhaft pornografische Angebote aus dem Ausland frei abrufen.³³ Zwar gelten § 4 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 i. V. m. S. 2 JMStV sowie § 184c StGB a. F. auch für ausländische Anbieter von Pornografie.³⁴ Allerdings sind die deutschen Vorschriften ihnen gegenüber – vor allem mangels entsprechender Rechtsabkommen – nicht durchsetzbar.

Im Ergebnis bedeutet dies: Die deutschen Gesetzgeber haben zwar „etwas“ für den Jugendschutz im Internet getan, Untätigkeit ist ihnen also nicht vorzuwerfen. Es bestehen jedoch erhebliche Zweifel, ob weltweite Geltung beanspruchende Regelungen wie § 4 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 i. V. m. S. 2 JMStV und § 184c StGB a. F. bzw. § 184d StGB n. F., die im Ausland und somit gegenüber der Mehrzahl der Täter nicht durchsetzbar sind, ein geeignetes Mittel darstellen. Zugleich drängt sich die Frage auf, ob es dann nicht sinnvoller wäre,

minalpolitisch) untragbar hielt und mit seinen Kriterien zur „effektiven Barriere“ diesen Zustand (praeter legem) lösen wollte.

24
BVerwGE 116, 5, 15

25
Dies verdeutlicht folgendes Beispiel: Der Pay-TV-Veranstalter händigt einem Minderjährigen den Decoder aus, der ihn zu Hause – absprachegemäß – seinem Vater übergibt. Allein die mit der Übergabe des Decoders an den Minderjährigen begründete Gefahr, dass sich dieser Zugang zu pornografischen Angeboten verschafft, genügt für eine Strafbarkeit des Pay-TV-Veranstalters nach § 184 Abs. 1 Nr. 2, auch Nr. 1, StGB noch nicht.

26
Allerdings wird dies seit BVerwGE 116, 5 ff. zunehmend in § 184 Abs. 1 Nr. 2 StGB hineingelesen. S. nur S/S – Lenckner/Perron/Eiseler, 27. Aufl., § 184 Rn. 15

27
§ 184c StGB a. F. ist als Folge der Umsetzung des EU-Rahmenbeschlusses 2004/68/JI durch den nationalen Gesetzgeber im vorigen Jahr nunmehr in 184d StGB n. F. normiert, erweitert um einen Verweis auf § 184c n. F. (Jugendpornografie). Zum am 05.11.2008 in Kraft getretenen „Gesetz zur Umsetzung des Rahmenbeschlusses des Rates der Europäischen Union zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern und der Kinderpornografie“ und den damit verbundenen Änderungen im Bereich des Sexualstrafrechts s. Hörnle, NJW 2008, 3521 ff., sowie Sinn, NJW 2008, 3526 ff. zu den Auswirkungen auf die Aussagedeliktstatbestände

28
Z. B. im Wege des Post-Ident-Verfahrens, also der persönlichen Anmeldung und Registrierung bei der Post

29
Macht der Nutzer Telemedienangebote, die aus Aufzeichnungen bestehen, vorsätzlich Minderjährigen oder an einem für Minderjährige zugänglichen Ort zugänglich, so verwirklicht er – sofern nicht das Erzieherprivileg des § 184 Abs. 2 S. 1 erster Halbsatz StGB ein-

greift – die Tatbestände des § 184 Abs. 1 Nr. 1 oder 2 StGB. Verhindert er den Zugriff Minderjähriger nicht, so erfüllt er als Verantwortlicher für die Gefahrenquelle diese Tatbestände durch Unterlassen (§ 13 StGB). Dies gilt, entgegen Hilgendorf/Frank/Valerius, Computer- und Internetstrafrecht, 2005, Rn. 403, die die Strafbarkeit mit der Formel von der Sozialadäquanz verneinen wollen, auch für Betreiber von Internetcafés. Steht ein Internetcafé Minderjährigen offen, so sind die genannten Tatbestände nur dann ausgeschlossen, wenn z. B. dafür gesorgt ist, dass Kinder und Jugendliche lediglich mit entsprechenden Filtersystemen ausgestattete Computer nutzen können (s. dazu auch Scholz/Liesching, o. Fn. 3, § 3 TDG Rn. 2, § 9 TDG Rn. 7; unklar Nikles/Roll/Spürck/Umbach, o. Fn. 3, § 15 JuSchG Rn. 19). Trotz des perfektionistischen Strebens von Bundes- und Landesgesetzgeber nach lückenlosem Jugendschutz bleibt es dagegen sanktionslos, wenn der Nutzer einem Minderjährigen durch Tun oder Unterlassen die Möglichkeit gibt, pornografische Livedarbietungen zu sehen. § 184c StGB erfasst nur das Verbreiten solcher Darbietungen, und der Bußgeldtatbestand des § 24 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 4 Abs. 2 S. 1 Nr. 1, S. 2 JMStV ist eine Sonderordnungswidrigkeit für Anbieter, d. h. Rundfunkveranstalter und Anbieter von Telemedien (§ 3 Abs. 2 Nr. 2 JMStV).

30
Allein die Überprüfung der Volljährigkeit anhand der Angabe in amtlichen Ausweisen enthaltener relevanter Daten sowie zusätzliche Kontobewegungen sollen aufgrund der Täuschungsmöglichkeit nicht ausreichen. Ausführlich zum Ganzen H. Schumann/A. Schumann, Sicherheitsdenken, Strafrechtsdogmatik und Verfassungsrecht im Jugendmedienschutz, in: Festschrift für M. Seebode, 2008, S. 351 ff.

31
So die Niederlande, in denen einfache Pornografie unbeschränkt erlaubt ist, s. Crans, tv diskurs, Ausgabe 2 (August 1997), S. 30 f. In Schweden ist einfache Pornografie ab 11 Jahren, s. Wallander, tv diskurs, Ausgabe 6 (Oktober 1998), S. 9, in Dänemark ab 15 Jahren,

s. Hoedt-Rasmussen, tv diskurs, Ausgabe 13 (Juli 2000), S. 15, frei zugänglich. S. dazu auch Weigend, ZUM 1994, 133, 137; Liesching, MMR 2003, 156, 158 f., 161; sowie Büttner/Crans/v. Gottberg/Metze-Mangold, Jugendmedienschutz in Europa, 2000, S. 51 ff.

32

So u. a. Hallermann, Institut für gerichtliche und soziale Medizin, Universität Kiel, Protokolle des Sonderausschusses für die Strafrechtsreform, 6. Wahlperiode, S. 999, 1000, 1003; Nau, Institut für forensische Psychiatrie, FU Berlin, a. a. O., S. 1007; Metzger, Institut für Psychologie, Universität Münster, a. a. O., S. 940 f., 944; der Arzt und Psychoanalytiker Mitscherlich, a. a. O., S. 967 f.; Sigusch, Institut für Sexualforschung, Universität Hamburg, a. a. O., S. 867, in einem ersten Schritt zumindest für Jugendliche. Vgl. zudem Fn. 7

33

Die Suchmaschine Google erzielt bei der Eingabe „free porn“ oder „free live porn“ mind. 12,5 bzw. 2,5 Mio. Treffer.

34

Denn der Erfolgsort ist Deutschland, § 9 Abs. 1 StGB. So auch vorliegend der BGH und jüngst OVG Lüneburg, NJW 2008, 1831, 1832. S. auch § 3 Abs. 5 Nr. 1 TMG, der für in Deutschland zugängliche Telemedienangebote von im EG-Ausland ansässigen Anbietern das für diese nach Abs. 2 geltende Herkunftslandprinzip u. a. im Interesse des Jugendschutzes einschränkt. Ebenso schon § 4 Abs. 5 Nr. 1 des früheren TDG und § 5 Abs. 5 Nr. 1 des früheren MDStV

35

Ashcroft v. American Civil Liberties Union, 542 U. S. 656

36

O. Fn. 35, 667. Das nationale Recht würde in der Folge sogar zur Vergrößerung der gesetzlich nicht kontrollierbaren Angebote führen.

37

O. Fn. 35, 669

38

S. dazu auch Hajok, tv diskurs, Ausgabe 47, 1/2009, S. 76 ff., 78 f. Staatliche Regelungen, die, wie § 184c StGB a. F. bzw. § 184d StGB

n. F. und § 4 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 i. V. m. S. 2 JMStV, Maßnahmen für den Jugendschutz in Telemedien einseitig dem Anbieter auferlegen, bergen auch die Gefahr, dass die Sorgeberechtigten das Bewusstsein ihrer Verantwortung in diesem Bereich verlieren und diese ganz dem Staat übertragen wollen.

den Ansatzpunkt für den Jugendschutz im Internet statt beim Anbieter auf der Seite des Empfängers, insbesondere bei den Sorgeberechtigten zu suchen.

Diese Ansicht hat der U. S. Supreme Court in einer Entscheidung³⁵ aus dem Jahr 2004 vertreten. Er stoppte den Vollzug eines Bundesgesetzes, das ebenso wie § 184c S. 2 StGB a. F. und § 4 Abs. 2 S. 2 JMStV für einfach pornografische Angebote im Internet die Einrichtung geschlossener Benutzergruppen vorschrieb und Verstöße mit Strafe bedrohte. Nach Ansicht des Supreme Court ist die Wirksamkeit eines solchen Gesetzes einmal fragwürdig, weil es die Jugend nur vor Pornografie, die in den USA ins Internet gestellt werde, nicht aber vor frei zugänglichen Angeboten aus dem Ausland schütze. Er bezweifelt die Eignung aber auch deshalb, weil die inländischen Anbieter pornografischer Webseiten zur Verlagerung ihrer Tätigkeit ins Ausland veranlasst werden könnten.³⁶ Statt der strafbewehrten gesetzlichen Regelung befürwortet er die staatliche Förderung des Einbaus von Filtersystemen als eine zum Schutz der Jugend ebenso wirksame, weniger restriktive Methode. Filtersysteme seien wahrscheinlich sogar effektiver, da sich mit ihnen jede Pornografie im Internet blockieren lasse. Als Abwägungsbelang berücksichtigt der Supreme Court ebenfalls: Durch das Abschalten des Filters könnten z. B. Eltern von ihrem Recht auf Pornografiekonsum Gebrauch machen, ohne sich identifizieren zu müssen. Den möglichen Einwand, der Einbau von Filtersystemen könne gesetzlich nicht vorgeschrieben werden, sondern setze die Mitwirkung der Eltern voraus, weist der Supreme Court ausdrücklich zurück.³⁷

Im grenzenlosen Bereich des Internets weist die Entscheidung des Supreme Court den Weg: Nachhaltiger Jugendschutz im neuen Medienzeitalter erfordert hier vom Staat Maßnahmen, die die Sorgeberechtigten in der Wahrnehmung ihrer elterlichen Verantwortung unterstützen.³⁸

Dr. Antje Schumann ist akademische Rätin am Lehrstuhl für Strafrecht, Strafprozessrecht, Kriminologie, Jugendstrafrecht und Strafvollzugsrecht (Prof. Dr. H. Schneider) an der Juristenfakultät der Universität Leipzig.

Buchbesprechungen

Am 11. Mai 2007 feierte das Institut für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln sein Jubiläum mit einer Vortragsveranstaltung, deren Beiträge und Diskussionen nun gedruckt im hier anzuzeigenden Band vorliegen. Nach Grußworten des zuständigen Staatssekretärs der Landesregierung, A. Krautscheid, sowie des Vorsitzenden des Rundfunkrats des WDR, R. Grätz, hielt als geschäftsführender Direktor des Instituts K. Stern den ersten Vortrag. Stern sprach zum Generalthema *Vierzig Jahre Institut für Rundfunkrecht – Rückblick und Ausblick*. Er präsentierte nicht nur die Arbeit des Instituts, die allgemeinen, sich immer weiter spinnenden Entwicklungslinien der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts und des Europäischen Gerichtshofes, sondern auch die all dem zugrunde liegende Entwicklung der Medien selbst, um deren angemessene rechtliche Erfassung es letztlich geht. Darauf ist der Vortrag des früheren Intendanten des WDR und jetzigen Präsidenten der Europäischen Rundfunkunion (EBU), F. Pleitgen, zu *Analog war gestern – Wie sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk den Herausforderungen des digitalen Zeitalters stellt* abgedruckt. Es folgt B. Holznapel zu dem Thema *Neue Dienste – Vielfaltsgefahren in postkonvergenten Zeiten*. An diese Beiträge schloss sich eine erste Diskussionsrunde an. Pleitgen nimmt – ersichtlich als ehemaliger Intendant des WDR – Stellung zu nahezu allen aktuellen Fragen, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreffen: Das sind Fragen der neuen Übertragungswege und Verbreitungsarten, Fragen der Konsequenzen aus dem Kompromiss mit der Brüsseler Kommission sowie ihrer Umsetzung in einem neuen Rundfunkstaatsvertrag oder aber Selbstverpflichtungen (dazu H. Goerlich/A.-K. Meier in: ZUM 2008, S. 889), Fragen der Aufrechterhaltung der Staatsferne des Rundfunks in Deutschland durch Fortsetzung der bisherigen Gebührenfinanzierung und der Umsetzung der Konvention zum Schutz und der Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, die inzwischen in Kraft getreten und auch innerhalb der EU geltendes Recht ist, so dass Rundfunk nicht mehr als Wirtschaftsgut verstanden werden kann. Holznapel ergänzte diesen Eröffnungsvortrag in der Sache durch eine Darstellung von Realität und Erwartung eines neuen Zeitalters der

Kommunikation unter den Bedingungen der Annäherung aller Verbreitungsformen. Er nimmt an, dass sich die Medienmacht damit verlagert auf international agierende Träger, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eines einzelnen Landes und seine Vorkehrungen zur Sicherung seiner Unabhängigkeit als peripher erscheinen lassen. Dank des Internets und seiner Vorherrschaft besetzen die Netzbetreiber auf allen Stufen der Wertschöpfung den Markt. Auf der anderen Seite scheinen die Prognosen nicht wirklich einzutreten. So scheint das Werbeaufkommen keineswegs ins Internet abzuwandern. Ob Verschleusungsentgelte, die die privaten Veranstalter anstreben und die öffentlich-rechtlichen Anstalten zurückweisen müssen, hier wirklich die Veränderung bringen, das mag dahinstehen. Jedenfalls sind die Anstalten besser gewappnet, als man bisher annahm. Man kann auf ihre Inhalte nicht verzichten. Künftig werden die Netzbetreiber eine noch größere Rolle spielen. Die Internetriesen werden sozusagen das Geschäft im Griff haben. Sie sind dem Zugriff der europäischen Staaten entzogen. Andererseits können nach dem schon erwähnten Brüsseler Kompromiss die Anstalten ihre Internetaktivitäten entfalten. Auf solche Möglichkeiten kommt es angesichts der beschränkten Steuerungskraft des nationalen Rechts in sehr viel stärkerem Maße als bisher an. Sie sollte das Recht gestatten, andernfalls besetzen kommerzielle Anbieter von jenseits der Grenzen das Feld.

Die Fortsetzung eröffnet *Th. Hoeren*, wie *Holz-nagel* Direktor des einschlägigen Instituts an der Universität Münster, mit seinem Vortrag *Neue Nutzungsformen und Verbreitungswege im Bereich des Rundfunks und ihre urheberrechtliche Einordnung: IP-TV, Handy-TV, Triple-Play*, auf den eine Diskussion folgte. Dieser Vortrag schloss an den vorausgegangenen Beitrag an. Er wurde spezifischer für Teilbereiche der Entwicklung und nahm eine eher privatrechtliche Perspektive ein. Dabei zeigte sich, dass die bisherigen Regelungen insbesondere des Urheberrechts die Entwicklungen aufspalten in verschiedene Regelungskomplexe und daher der Konvergenz der Nutzungen nicht gerecht werden. Deshalb forderte *Hoeren* neue Regelungen, die die tatsächlichen Entwicklungen begleiten.

Am Ende stand der Vortrag des Herausgebers, einem der Direktoren des Instituts, *K.-N. Pei-*

fer zu *Neue Wege der Sender- und Programmfinanzierung*, der ebenfalls eine Diskussion auslöste. Dieser Vortrag nimmt die aktuellen Diskussionen um die Finanzierung des Rundfunks nach dem letzten Gebührenstreit vor dem Bundesverfassungsgericht und nach dessen Urteil auf. Dabei treten die Erörterungen um das Product-Placement, die Schleichwerbung und die Werbung überhaupt hinzu. In der gedruckten Form belegen mehrere Tabellen die Entwicklung und machen dadurch die Rolle der Werbung anschaulich. Besonderes Augenmerk widmet der Beitrag außerdem dem Sponsoring. Insgesamt bleibt die Perspektive dieses Vortrags gegenüber den früher auf der Veranstaltung vorgetragenen Thesen eher zurückhaltend, vielleicht sogar skeptisch. *Peifer* nimmt an, dass die traditionellen Nutzungsformen des „lean back“ auf der Couch länger erhalten bleiben werden, als moderne Prognosen annehmen. Dafür spricht in der Tat manches, nicht nur der menschlichen Neigung wegen, sondern auch angesichts der Tagesrhythmen, die sich aus der Berufs- und Arbeitswelt ergeben, in der doch viele Nutzer stehen, selbst wenn die stete Alterung der Gesellschaft hier ein anderes Bild nahelegen sollte. Bekanntlich greifen nämlich Beschäftigungen und Aktivitäten gerade auch im Alter um sich, so dass Veränderungen des Altersaufbaus der Gesellschaft nicht so viel Gewicht haben. Von den Finanzierungsarten her setzt der Vortrag auf die Gebühr in bisheriger Form als zentrales Instrument für die öffentlich-rechtlichen Anstalten, während die privaten Veranstalter von der Werbung abhängig bleiben.

Die Diskussionen spiegelten die Beiträge aus verschiedenen Perspektiven, ohne direkt zu widersprechen oder wirklich neue Aspekte einzuführen. Insgesamt zeigt der Band, dass das Institut auch nach 40 Jahren noch seinen Platz hat und darüber hinaus seine Aufgabenfelder den Entwicklungen entsprechend zu verändern und auszuweiten weiß. Diese wissenschaftliche Begleitung der Medien, ihres Rechts und ihrer Veränderungen ist von großer Bedeutung, gerade wo die Felder hier besonders auch von Interessenten besetzt werden, die ihren Vorstellungen gemäß Einfluss nehmen. Die Wissenschaft kann die Dinge zurechtrücken, neue Perspektiven auf tun und vor allem zunächst unvoreingenommene Analysen erstellen. Daher ist das Institut neben ähnlichen, aber doch anders ausgerichteten,



Karl-Nikolaus Peifer (Hrsg.):

Vierzig Jahre Institut für Rundfunkrecht – Rückblick und Perspektiven (Vortragsveranstaltung des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln vom 11. Mai 2007, Band 99; mit Beiträgen von A. Krautscheid, R. Grätz, K. Stern, F. Pleitgen, B. Holz-nagel, Th. Hoeren, K.-N. Peifer u. H. Prütting). München 2007: C. H. Beck Verlag. VII, 153 Seiten, 39,00 Euro

mit Tagungen und Vortragsveranstaltungen regelmäßig hervortretenden Einrichtungen etwa vor allem in Hamburg, Münster, Mainz und München ganz unverzichtbar und wird es in überschaubarer Zukunft auch bleiben.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

**Anne Lehrke:**

Pluralismus in den Medien. Verfassungsrechtliche Aspekte von Meinungsbildungsrelevanz als medienübergreifendes Kriterium der Vielfaltsregulierung (Recht der Informationsgesellschaft, Band 6, hrsgg. v. G. Manssen u. a.). Münster/Berlin/Hamburg 2006: LIT-Verlag. 264 Seiten, 24,90 Euro

Die Qualifikation von Vielfaltsanforderungen im Rundfunk- und Medienrecht ist ein gängiges Problem. Es stellt sich in unterschiedlicher Weise, je nach dem, ob man den Kommunikationsrahmen in herkömmlicher Weise medien-spezifisch auslegt oder medien-übergreifend bestimmt. So hat zuletzt eine Stimme der Literatur das Bundesverfassungsgericht für seine zweite große Gebührenentscheidung gerügt, weil es die Vielfaltsanforderungen nicht medienübergreifend, sondern spezifisch auf den Rundfunk, d. h. Fernsehen und Hörfunk bezogen reformuliert hat (vgl. *St. Jungheim*, Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 11. September 2007 zu den Rundfunkgebühren – eine verpasste Chance, in: ZUM 2008, S. 493 ff.). Diesem Thema ist die hier anzuzeigende, auch im eben genannten Beitrag rezipierte Regensburger Dissertation gewidmet.

Die beiden Lager, die hier zu unterscheiden sind, nehmen die soziale Realität unterschiedlich wahr: Die eine Seite sieht kraft für sie tatsächlich eingetretenen Konvergenz der Medien im Nutzungsverhalten der Rezipienten die Notwendigkeit, Vielfalt ebenfalls übergreifend zu verstehen. Mithin können die Anforderungen sozusagen gesenkt werden, weil das Spektrum des Marktes größer geworden ist. Die andere Seite sieht die Märkte der unterschiedlichen Medien weiterhin segmentiert mit der Folge, dass diese Anforderungen enger greifen und innerhalb der daher segmentiert verstandenen Märkte Vielfaltssicherungen oder – wie dies auch genannt wird – Pluralismusgebote rigider zu verstehen sind. Die vorliegende Arbeit begründet ihre Zugehörigkeit zur ersten Seite mit einer Konvergenz des Nutzerverhaltens sowie mit einer inhaltlichen Konvergenz des medialen Angebots. Medien werden demnach komplementär und zunehmend gleichberechtigt genutzt. Daher sei die „Fokussierung“ auf Übertragungswege unangemessen, was die Anknüpfung der Regulierungskriterien angeht. Presse, Rundfunk und Film seien definitiv kaum noch klar zu fassen; es sei daher auch von einer Konvergenz der Begriffe auszugehen. Terminologische Trennschärfen gingen verloren, technische Annäherungen ergäben Annäherungen der Terminologie. Allerdings sieht sie auch gewisse Grenzen dieser Veränderungen, meint aber, die Veränderungen seien Grund genug, den bis-

herigen diversifizierten „Regulierungsrahmen“ herauszufordern.

Als neues, von den Übertragungswegen unabhängiges Kriterium zieht die Untersuchung die „Meinungsbildungsrelevanz“ heran. Sie wird auf den Begriff der „Grundversorgung“, d. h. jenes Maß an Kommunikation, das jedem zugänglich sein muss, bezogen. Dabei zieht die Arbeit die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts heran, welche die publizistische Relevanz von Kommunikation in den Zusammenhang der Grundversorgung und diese in denjenigen des demokratischen Willensbildungsprozesses stellt. Diese Perspektive führt zu einer Restrukturierung des Grundrechtsschutzes, den Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG gewährt. Dabei erscheint die mediale Differenzierung dieses Grundrechts – oder bisher besser: dieser Grundrechte – aufgehoben. Zudem ergibt sich aus dieser Sicht eine Nivellierung von Individual- und Massenkommunikation. Schließlich legt sie eine Klassifizierung der Kommunikationsfreiheiten in nicht mediale und mediale Freiheiten nahe – wobei Letzteres sicher nur in engen Grenzen zutrifft, sofern sich nämlich Kommunikationsprozesse zugleich an Dritte wenden, sprich eine gewisse Marktorientierung aufweisen.

Für die Vielfaltssicherung ergibt dies, dass das Kriterium der Meinungsbildungsrelevanz den Maßstab der Dichte ihrer Gebote ergibt. Dabei wird normativ ersichtlich zuerst ein gedachter Sollzustand an meinungsbildungsrelevanter Vielfalt ermittelt und dann einem Vergleich mit den tatsächlichen Gegebenheiten zugrunde gelegt. Die dadurch erschlossene Differenz zwischen Ist- und Sollzustand soll den Inhalt der „Grundversorgung“ prägen, die von der öffentlich-rechtlichen Säule des medialen Angebots zu erbringen ist. Dabei soll diese „Grundversorgung“ ihrerseits wiederum nach Relevanzkriterien ausgelegt werden und so zu strukturieren sein.

Dieses Untersuchungsergebnis hat besonderen Reiz insofern, als es den berechtigten Versuch unternimmt, einem bisher prägenden Begriff der Judikatur zum Rundfunkrecht einen neuen Ort zuzuweisen und so seine Fortbildung zu erleichtern. Allerdings hat das Bundesverfassungsgericht selbst auf diesen Begriff inzwischen verzichtet. Aber auch das nimmt dieser akademischen Bemühung nicht die Berechtigung. Denn auch, wenn nun eher

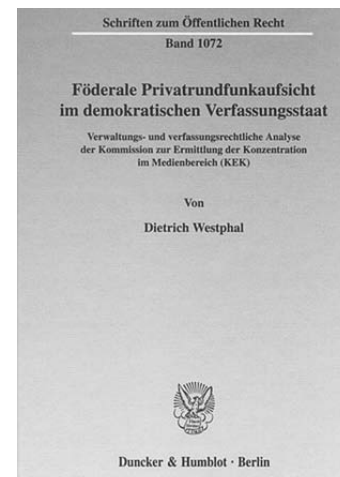
von „Funktionsauftrag“ denn von „Grundversorgung“ gesprochen wird, so geht es dennoch um verwandte Sachprobleme. Der Wechsel in der Terminologie, den die Literatur aus unterschiedlichen Sachgründen veranlasst sah, mag sich mit dem Anliegen dieser Arbeit durchaus vereinbaren lassen. Beide tendieren dazu, dem Programmangebot der „öffentlich-rechtlichen Säule“ kein „Vollprogramm“ mit massenattraktiven Elementen anzuhängen. Das entspricht dem wirtschaftlichen Interesse der privaten Anbieter, die denn auch eine medienübergreifende Konvergenz propagieren und Vielfaltsanforderungen über das so übergreifend verstandene Gesamtangebot stülpen, um zugleich eine Konzentration des massenattraktiven Angebots bei ihren privaten Angeboten zu rechtfertigen. Unabhängig von diesem von massiven Interessen beherrschten Hintergrund der medienpolitischen Diskussion verdient die kurze und prägnante Dissertation aber insgesamt unverändert eine angemessene Beachtung. Allerdings ist anzumerken, dass ihr Grundversorgungskonzept mit demjenigen des Gerichts bewusst nicht übereinstimmt. Sie meint, Grundversorgung sei ein Begriff, um Vielfaltsgewähr durch die öffentlich-rechtliche „Säule“ zu bezeichnen, nicht, um einem umfassenden Programmauftrag einen Namen zu geben. Ob hier die Schrift der jüngsten Rechtsprechung, von der die *Verfasserin* naturgemäß nicht wusste, etwa ein wenig näher steht als der älteren, das steht gewiss auf einem anderen Blatt, zumal der Berichterstatter in Sachen Rundfunk soeben wieder einmal gewechselt hat.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

Das umfangreiche, in festem Umschlag gebundene und gemessen an seinem Umfang günstige Werk ist eine Münchener Dissertation. Ihr Erstbetreuer war *Udo Di Fabio*, damals in München und schon Richter am Bundesverfassungsgericht. Im Übrigen erweist die Lektüre des Vorworts, dass die Schrift offenbar viele Geburtshelfer hatte. Ihr Autor war nämlich nicht nur am Max-Planck-Institut für ausländisches öffentliches Recht und Völkerrecht bei *Armin von Bogdandy* Mitarbeiter; er hat vielmehr auch den Rat zahlreicher Kollegen aus Theorie und Praxis eingeholt, etwa von *O. Lepsius, Ch. Möllers, D. Dörr, P. Lerche, W.-D. Ring, W. Rudolf, H. Maurer, R. Stettner, M. Jestaedt* und *E.-W. Böckenförde* sowie des Zweitgutachters *P.M. Huber*, aber auch *E. Th. Emde, B. Malzanini* und *J. Kreile*, neben jüngeren Helfern und mehreren Institutionen, Förderern und Stiftungen im In- und Ausland.

Mit dem dritten Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde 1996 die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich, genannt KEK, eingeführt. Das brachte eine erhebliche Umgestaltung des Systems der medienpezifischen Konzentrationskontrolle mit sich. Reibungen entstanden vor allem zwischen dieser neuen Einrichtung und den Landesmedienanstalten. Diese sind auch von praktischer Bedeutung für die betroffenen, der Aufsicht unterworfenen Rundfunkunternehmen. In der Öffentlichkeit deutlich geworden ist dies etwa im Falle der geplanten Übernahme von ProSiebenSat.1 durch Springer, zu der die KEK bekanntlich im Januar 2006 ein negatives Votum abgegeben hat. Neben vorliegenden anderen Untersuchungen zu Einzelfragen ist an der hier anzudeutenden Arbeit insbesondere neu, dass sie sich die Rechtsstruktur der KEK zum Gegenstand macht. Vor allem sucht sie die verfassungsrechtlichen Fragen zu erschließen und zu durchdringen. Das führt zu Kompetenzanalysen, etwa zur Frage veranstaltungsbezogener Kontrollen, zur Kontrolle durch Information und zur Konkretisierung durch Normsetzung – wobei hier eine systematische und vollständige Abklärung der Kompetenzfelder der KEK beabsichtigt ist. Sicherheit in Ansehung der Zuständigkeiten der KEK, insbesondere deren nähere Bestimmung nach Art und Umfang, ist nach Sicht des *Autors* unabdingbare Voraussetzung dafür, die KEK ver-

waltungsorganisationsrechtlich zu erfassen und angemessen abzubilden. Auf dieser Grundlage versteht die Arbeit die KEK als zentrale Länderkommission, die eine erhebliche institutionelle Verfestigung und funktionale Verselbstständigung aufweist und sich deshalb als neue Organisationsform auf Länderebene darstellt. Hinzu tritt, dass auch die informatorischen Instrumente, darunter insbesondere die Mitteilungen, untersucht werden; dies betrifft Fragen, die über die bloße föderale Privatfunkaufsicht hinausgreifen und insbesondere allgemeiner ins Verwaltungs- und Verfassungsrecht reichen. Dabei ergibt sich auch, dass die Schrift die KEK als ein demokratisch legitimes, entscheidungsbefugtes Expertengremium versteht, das grundrechtlich-funktional gerechtfertigt ist. Dabei stößt auf, dass die Arbeit die demokratische Legitimation anspricht, geht es doch um eine Behörde, welche die Länder gemeinsam eingerichtet haben, um typische hoheitlich-administrative Aufgaben zu erledigen. Die Arbeit handelt von Fragen der Regulierung eines Marktes, an sich nicht von Herrschaftslegitimation, wie sie im Falle der demokratischen Legitimation der funktionalen Selbstverwaltung von *E. Th. Emde* mit seiner bis heute anerkannten Arbeit aus den Jahren vor 1991 beabsichtigt war und gelang. Das mag indes zunächst dahinstehen. Zum Gang der Untersuchung ist nämlich zuerst zu berichten.



Dietrich Westphal:

Föderale Privatfunkaufsicht im demokratischen Verfassungsstaat. Verwaltungs- und verfassungsrechtliche Analyse der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) (Schriften zum Öffentlichen Recht, Band 1072). Berlin 2007: Verlag Duncker & Humblot. 664 Seiten, 98,00 Euro

Hier zeigt sich, dass die Arbeit um den historischen, den verfassungsrechtlichen und den europarechtlichen Rahmen der KEK bemüht ist. Dabei ist die föderale Organisationsstruktur der Privatrundfunkaufsicht der Länder, die aus der Länderzuständigkeit für Fragen des Rundfunks folgt, dargestellt. Daraus ergibt sich auch der materielle Maßstab der Vielfaltorientierung der medien-spezifischen Konzentrationskontrolle. Daneben steht allerdings die Vielfaltssicherung in Europa, was jeweils Regulierungsbestrebungen auslöst, Kompetenzfragen aufwirft und Kooperationsansätze ergibt. Dann werden die Grundlagen der Rechtsstrukturen der KEK sowie ihre Zuständigkeiten, Handlungsformen, Verfahren und informatorischen Instrumente erörtert. Das führt zur organisationsrechtlichen Stellung der KEK und zu ihrem Verhältnis zur Konferenz der Landesmedienanstalten und diesen einzelnen Anstalten im Übrigen. Dabei ergeben sich insbesondere auch Fragen des Rechtsschutzes, der Aufsicht und der Haftung. Sodann stellen sich rundfunkrechtliche Probleme, die mit der verfassungsrechtlichen Basis des Rundfunkrechts eng verknüpft erscheinen. Das beginnt mit der Frage der Staatsferne des Besetzungsverfahrens für die Auswahl des Personals der KEK. Darauf folgen Zweifel, die das Gebot der Pluralität in Ansehung der personellen Zusammensetzung ergibt. Sodann stellt die Arbeit in der Tat auf das Verfassungsgebot der demokratischen Legitimation ab und last, but not least prüft sie die bundesstaatsrechtliche Zulässigkeit der Einrichtung.

Angesichts der Fülle der Fragen und der erschöpfenden Behandlung vieler Aspekte der Untersuchung, die für ihre eigene Zusammenfassung der Ergebnisse mehrere eng bedruckte Seiten benötigt, kann nur wenig herausgegriffen werden. Von besonderem Interesse ist dabei die grundrechtlich-funktionale Legitimation der Einrichtung der KEK. Diese Kategorie steht neben der klassischen Legitimation durch eine lückenlose Rückführung auf die allgemeine demokratische Legitimation von Herrschaft und derjenigen aus einer funktionalen Selbstverwaltung heraus, die quasi repräsentative Strukturen nutzt und diese heranzieht, um eine autonome Legitimation zu vermeiden. Die Grundrechtsfunktionalität folgt aus dem Rückbezug auf Art. 5 Abs. 1 S. 2 und S. 1 GG, der schließlich dank

der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung den demokratischen Prozess erst ermöglicht; einen Prozess, der auch nicht durch mediale Konzentration gestört werden darf und daher mit Rückbezug auf die Grundrechte des Art. 5 Abs. 1 GG gesteuert erscheint. Der Staat ist nämlich zur Sicherung und Durchsetzung der diesen Grundrechten zu entnehmenden objektiven Rechtsgehalte verpflichtet. Daraus ergibt sich die „demokratieverfassungsrechtliche Validität“ des Modells der KEK, das dabei zugleich so seine Praktikabilität erweist.

Damit legitimieren „demokratiekonstitutive Grundrechte“ die Sachstrukturen. Das ist zugleich nahe bei den Modellen, welche die Staatsfreiheit des konkreten Rundfunks nur demokratietheoretisch, nicht vor allem grundrechtlich zu legitimieren suchen. Dabei besteht die Gefahr eines Wandels des Grundrechtsverständnisses, z. T. als Folge einer institutionellen Aufladung im Schutzbereich der betreffenden Grundrechte, die dadurch wie gesagt an Staatsferne verlieren. Betrachtet man allerdings den Argumentationsgang genauer, so ergibt sich, dass die Legitimationsdebatte, die *Emde* ausgelöst und gegen seinen eigenen Lehrer, *E.-W. Böckenförde*, mit den jüngeren Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts zu Wasserverbänden gewonnen hat, der Anknüpfungspunkt der Untersuchung in dieser Frage ist. Nicht hingegen sind es Arbeiten, welche die Staatsfreiheit des Rundfunks aus dem Demokratieprinzip ableiten wollen. Letzteres lehnt die vorliegende Untersuchung zwar ab; der Umstand aber, dass sie die Legitimationsdebatte hier fortsetzt, vermittelt einen gegenläufigen Eindruck. Es ist zwar richtig, dass Art. 5 Abs. 1 GG hier eine markt- und marktaufsichtsprägende Wirkung hat; dennoch ist die Einrichtung dieser Aufsicht nur ihrer Ausgestaltung nach, nicht auch als solche der quasidemokratischen Legitimation aus den kommunikativen Grundrechten bedürftig. In dieser Perspektive hat der Ansatz im Übrigen den Effekt der Vermachtung des Schutzbereichs kommunikativer Grundrechte, verbunden mit der Gefahr der grundrechtlichen Prägung von staatlichen Institutionen, was etwa dazu führen kann, die Parlamente nicht der Herrschaftsstruktur, sondern den Grundrechten zuzuordnen, ja sie als Agenturen der Gesellschaft, nicht des Staates anzusehen, so

dass sie Dinge dürfen, die im staatlichen Herrschaftsbereich verwehrt sind, etwa ein Parlamentsfernsehen betreiben. Dies führt geradezu zur Verkehrung des Grundrechtsschutzes in diesem Zusammenhang.

Sehr viel plausibler sind die verwaltungsorganisationsrechtlichen, kompetenzorientierten und bundesstaatsrechtlichen Erwägungen. Hier ergeben sich in der Tat viele kritische Fragen, die mit dieser Arbeit weiterer Klärung zugeführt sind. Insofern ist das voluminöse Werk kein Flop, sondern ein Erfolg.

Dies gilt besonders für die bundesrechtsstaatlichen Aspekte, die Handlungsformen, denen die Praxis dann ja regelmäßig ausgesetzt ist, ebenso wie für den Rechtsschutz und die Verfahrensstrukturen. Die Bedenken im Übrigen, die hier wegen der fehlenden Ferne zu den Ländern als Staaten zum Ausdruck kommen, sind nur zu berechtigt. Es ist zu hoffen, dass die Inanspruchnahme von Rechtsschutz auch dazu führt, dass sich hiermit die zuständigen Gerichte zu befassen haben. Dafür bedarf es allerdings der Geduld der Rechtssuchenden und einer hinreichenden rechtlichen Betreuung. Dazu kann das Buch beitragen, wird es von den im Medienrecht aktiven Praktikern gelesen.

Insgesamt mithin eine erfreuliche Arbeit, die – ohne sich in wissenschaftliche Wolkengebäude zu verabschieden – einer Habilitationsschrift nicht nur im Umfang das Wasser reichen kann. Sie hat auf weite Strecken die Funktionen eines Handbuchs, das in einem Band die grundsätzlichen Fragen erörtert, grundlegend orientiert und so über die aktuellen Tagesfragen hinaus nachhaltig wirken kann und in keiner medienrechtlichen Bibliothek fehlen sollte. Insbesondere auch für die Unternehmen, die Rundfunk veranstalten, sollte das Buch griffbereit zur Verfügung stehen, um sich rechtliche Probleme verdeutlichen zu können. Die Sprache der Arbeit ist sehr zugänglich, klar und unmissverständlich, so dass die leidigen, selbst verursachten Hindernisse der Jurisprudenz nicht aufgerichtet sind, die zur Funkstille führen, sobald die Kommunikation diese Hindernisse nehmen muss, weil eine Seite sie so sieht, und dies ganz zu Recht. Also eine Arbeit, die eine große Leistung darstellt und auch solche Anerkennung verdient.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

Wie jedes Jahr, ist auch heuer eine neue Auflage dieses Lehrbuches anzuzeigen. Es erscheint, was das Rundfunkrecht angeht, vor dem 12. Änderungsstaatsvertrag, so dass anzunehmen ist, dass auch diese Auflage am jährlichen Rhythmus orientiert ist, was ihren Zuschnitt angeht. So bleibt es dabei, dass gewissermaßen jeder Jahrgang der Studierenden seine Auflage zugewiesen erhält. Das ist indes gewissermaßen unvermeidlich, weil das Rechtsgebiet so schnelllebig ist, dass alles andere nicht sachgerecht wäre. Denn Gesetzgebung und auch Rechtsprechung sind in der Tat jedes Jahr für einige Überraschungen gut: seien das Anpassungen der Judikatur an etwa in Straßburg gesetzte, etwas veränderte Standards des Persönlichkeitsschutzes wie in den Fällen *Caroline von Hannover* und *Monaco*, oder eben Gesetzesänderungen im Rundfunk-, Telekommunikations- oder Urheberrecht. Hinzu kommt nun auch eine perfekte Verzahnung des Lehrbuches mit dem Band zur Rechtsprechung *Fälle und Lösungen zum Medienrecht* (wiederum Mohr Siebeck 2007) und dem Gesetzestext zum Medienrecht *Textbuch Deutsches Recht* (C. F. Müller Verlag, 3. Aufl. 2007). Ergänzt werden diese Werke dann noch von den *Entscheidungen zum Medienrecht* bei UTB bzw. im selben Verlag wie das Lehrbuch. Flächendeckender kann man sich die Erfassung des Marktes der Wissbegierigen und Lernwilligen kaum vorstellen. Der Marktbeherrschung scheint Tür und Tor geöffnet. Allerdings ist das Marktsegment zu klein, als dass es für einen selbstständigen Markt stehen könnte. Und der didaktische Erfolg wird offenbar noch nicht wettbewerbsrechtlich sanktioniert.

Der Aufbau des Lehrbuches ist unverändert. Er beginnt mit einem allgemeinen Teil. Dieser Teil setzt mit Verfassungsprinzipien und Grundrechten ein, was besonders für Studierende ohne Vorkenntnisse erforderlich ist. Dann folgen die sogenannten Mediengrundrechte, also jene Grundrechte, die für das Medienrecht besondere Bedeutung haben. Daran schließt der Persönlichkeits- sowie der Rechtsschutz gegenüber Medien an. Darauf folgt eine Einführung in das Urheberrecht auf verfassungsrechtlicher Basis. Einführende Bemerkungen zu Jugend- sowie Datenschutz, Wettbewerbs- und Strafrecht treten hinzu. Seinen Abschluss findet dieser Teil mit einer Einführung in die europäischen und internationalen Elemente des Rechts der Medien.

Der besondere Teil befasst sich mit der periodischen Presse, dem Recht des Buches, dem Rundfunk, d. h. Hörfunk und Fernsehen, dem Film sowie mit „Multimedia“. Dabei meint Multimedia, anknüpfend an die technische Entwicklung des Internets, folgende Gebiete: E-Commerce, Tele- und Mediendienste, Rundfunk und Telemedien, elektronische Signatur, Vertragsschluss im Internet, Recht der Domains, zugehöriges Urheber- und Wettbewerbsrecht, den dortigen Jugendschutz, das Recht in virtuellen Welten sowie die zugehörige Internationalisierung etwa in weltumspannenden Regelungen, das Recht der Cyber-Crime-Konvention und dies eingebettet in die Welt-Informationsgesellschaft. Abschließend stößt man auf Kontrollfragen zu ersten Kenntnissen wie auch zum Verständnis, die den Studierenden eine gewisse Selbstkontrolle ermöglichen. Überdies wird auch noch eine Synopse zu den Randnummern des Fallbuches und der jetzigen Auflage des Lehrbuches vorgehalten, neben einem umfassenden Stichwortverzeichnis am Ende und eingangs den Abkürzungen, der Literatur in einer ersten Übersicht sowie dort auch Hinweisen zur Nutzung des Lehrbuches insgesamt. All die Hilfen sind sehr nützlich, abgesehen von der an sich erstaunlich verständlichen und zugänglichen Sprache, die sicher eines der Erfolgsgeheimnisse dieses Lehrbuches ist.

Das Buch vermittelt den Eindruck, aus der Routine der Lehre des Medienrechts stets, d. h. mit jeder Auflage, hinzugewonnen zu haben. Der Effekt „bekannt und bewährt“ wird mithin zu Recht wirksam. Auch der Preis ist angesichts der Leistung vertretbar, wiewohl die Vernetzung mit den weiteren Bänden des *Autors* dazu führen wird, dass doch eine ganz erhebliche Rechnung zusammenkommt. Aber das bringt in der Sache mit sich, dass man in „Heimarbeit“ alles beieinander hat, was man benötigt, also nicht immer in die Bibliothek gehen müssen, die ja auch Ablenkungen mit sich bringt, jedenfalls im Hochschulbetrieb und bei größeren Häusern der Medien, auch in der Wirtschaft. Gerade für den, der kaum Zeit für Aus- oder Fortbildung hat, ist dieser „Konzentrations-Effekt“ von großem Vorteil. Insofern kann das Lehrbuch gerade in seiner jetzigen „Aufstellung“ ohne Einschränkung noch mehr als zuvor empfohlen werden.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig



Frank Fechner:
Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen 2008 (9. Aufl.): Verlag Mohr Siebeck/UTB. XXXV, 468 Seiten, 19,90 Euro

Ins Netz gegangen:

Friss oder stirb, das war einmal!

Mit www.schola-21.de gemeinsam im Projekt lernen



Die Projektwoche gilt oftmals noch immer als Auszeit und Erholung vom zielgerichteten Frontalunterricht: Was nicht selten am Ende dabei herauskommt, ist ohne Struktur, erfüllt nicht die Lernvorgaben und ist auf den letzten Drücker aus dem Ärmel geschüttelt worden. Als aktuell didaktisches Konzept gepriesen und dennoch dem klassischen Unterrichtsmodell in seiner Akzeptanz noch immer weit unterlegen, versucht sich das handlungsorientierte Lernkonzept „Projekt“ in den schulischen Alltag zu integrieren.

Den Befürwortern steht seit 2005 mit der virtuellen Lernumgebung Schola-21 ein kostenloses Onlineangebot zur Seite. Mit ausführlichen Erklärungen des Konzepts wirkt die Webseite verbreiteten Vorurteilen entgegen und setzt sich zum Ziel, mit medialer Unterstützung das Projektlernen in deutschen Schulen zu verankern. Die mit dem Deutschen Bildungsmedienpreis „digita“ ausgezeichnete Lernplattform ist ein Projekt der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung. Sie bezeichnet sich selbst als virtuelle För-

derbegleitung zum schulinternen Projektlernen und bietet darüber hinaus sämtliche Extras, mit „denen ein Projekt gegliedert, organisiert und dokumentiert werden kann“. Unter der Kategorie „Didaktisches Werkzeug“ würdigt die Jury von „digita“ insbesondere die Vermittlung von Medien- und Methodenkompetenzen, die mittlerweile bundesweit an sechs Schulen erfolgreich erprobt wurde.

Direkte Links auf der Startseite von Schola-21 bieten Schülern und Lehrern zunächst eine ausführliche Einführung in eine alternative Lernform. Der diffuse Begriff „Projekt“ wird mit aufschlussreichen wissenschaftlichen Grundlagen präzisiert, es werden Vorteile der Lernstrategie deutlich, die dazu anregen, sich weiter mit dem Onlineangebot auseinanderzusetzen. „Klassische“ Unterrichtsmodelle, wie z. B. der Frontalunterricht, werden dabei nicht abgewertet. Ziel ist es lediglich, die gängige Form durch projektorientiertes Lernen zu ergänzen und den Unterricht dadurch effizienter zu gestalten.

Doch wie lassen sich langfristige Projektvorhaben, bei denen der Lernprozess im Mittelpunkt der Schulstunde steht, in den festgefahrenen „45-Minuten-Takt“ integrieren, ohne das angestrebte Lernziel aus den Augen zu verlieren?

Hierzu stellt die Lernplattform die „Grundlage eines idealtypischen Projektfahrplans“ zur Verfügung, bei dem der langwierige Arbeitsprozess in einzelne Schritte aufgeteilt wird, so dass das Lernziel nicht aus den Augen verloren werden kann. Unter der Rubrik „Impulse“ zeigen Berichte die ersten didaktischen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Schola-21.

Als „Förderbegleitung“ nimmt Schola-21 den Schülern keine Arbeit ab, sondern beabsichtigt, sie in ihren eigenen Lernbedürfnissen, ihren individuellen Interessen und in einem selbstständigen Bewerkestellen ihres Lernwegs zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund steht jedem Teilnehmer ein persönlicher virtueller Arbeitsplatz zur Verfügung, der die eigene Arbeit am Projekt organisiert. Wann war der letzte Besuch?



Gibt es ungelesene Nachrichten, offene Aufträge oder sind in der nächsten Zeit Projekttreffen geplant? – Die Direkthilfen „Lara“ und „Lars“ geben für jede Funktion Hilfestellungen zur technischen Bedienung des Systems und stehen mit pädagogischen Tipps zur Seite.

So mancher Kritiker könnte da die Funktion des Lehrers in Frage stellen. Mit Schola-21 nimmt die Lehrkraft aber vor allem die Position des Lernberaters und -begleiters ein. Kontrolle, Zielvereinbarungen und Verbindlichkeiten bleiben erhalten, da mit den virtuellen Möglichkeiten fortwährend konkrete Aufträge erteilt und Lernverträge abgeschlossen werden. Zudem wird die in einem Projekt nur schwer zu bewertende Eigenleistung einsehbar, da jeder Arbeitsschritt und jedes Ergebnis nachvollziehbar dokumentiert wird.

Die virtuellen Räume von Schola-21 bieten mehr Unabhängigkeit von zeitlichen und räumlichen Beschränkungen des Unterrichts. Im „Projektraum“ kann sich die Arbeitsgruppe jederzeit dem Projekt wid-

men und in einem Chat mit der Gruppe diskutieren. Dabei wird jedes Ergebnis automatisch in eine Projekthomepage eingegliedert, mit der die Arbeitsgruppe das Projekt außerschulisch den Verwandten und Freunden präsentieren kann. Anstelle einer Ansammlung von Schmierzetteln und Karteikarten erhalten die Schüler ein ausführliches Projektportfolio als Ergebnis ihrer Arbeit. Zusätzlich werden die Räume mit anderen Schulen vernetzt und zu externen Partnern geöffnet, die Projekte von Schulen unterstützen.

Ein generelles Problem ist allerdings, dass an technisch schlecht ausgestatteten Schulen das Lernen mit Schola-21 nicht realisierbar ist. Hier besteht Handlungsbedarf. Dennoch bietet Schola-21 die Möglichkeit, innerschulische Problemfelder, die eine vollständige Umsetzung des Lernkonzepts verhindern, erfolgreich zu überwinden. Das Internet wird vom reinen Informationsbeschaffungsmedium zu einem Medium, das als strukturell-didaktische Hilfestellung aktive Gestaltung in Eigen- und Teamarbeit

fördert. Mit wenig Werbung und einer schlichten, aber sehr ansprechenden ästhetischen Gestaltung zeigt sich die rein didaktische Absicht von Schola-21. Die Möglichkeit einer Ablenkung vom Lernen ist dennoch nicht von der Hand zu weisen – auch Erwachsene verfallen dem Handlungsspielraum des World Wide Web und „verlieren“ sich auf diese Weise im Cyberspace. Das wiederum zeigt, wie wichtig es ist, die „Arbeitssituation PC + Internet“ in der Schule zu üben. So hat der Schüler frühzeitig die Möglichkeit, einen kompetenten Umgang mit dem Medium für seinen späteren Arbeitsalltag zu erlernen. Mit Schola-21 eröffnen sich neue Perspektiven, die das Lernen im Projekt systematisch fördern und damit vielleicht parallel zur Verbreitung einer positiveren Vorstellung von „Projektarbeit“ beitragen.

Christine Grosche

Mit Jugendschutz von gestern gegen Inhalte von morgen?

Möglichkeiten der Selbstkontrolle in einer konvergenten Medienwelt

medien impuls-Tagung am 20. Februar 2009 in Berlin

Die klassischen Medien wachsen im Internet zusammen. Ob Radiosendungen, Fernsehfilme, Zeitungsartikel oder einfach nur Informationen über Firmen oder bedeutende Menschen: Alles steht im Netz bereit. Immer öfter werden Inhalte heute zuerst online veröffentlicht und erst anschließend in ihrem „Ursprungs“-Medium – dem Radio,

Fernsehen, Kino oder auf CD und DVD. Die Jugendschutzgesetzgebung und das in diesem Kontext entstandene Zuständigkeits-system verschiedener Prüfinstitutionen und nach den Gesetzen zuständigen Aufsichten berücksichtigen diesen Trend zur Medienkonvergenz nur bedingt. Gesetze lassen sich jedoch nicht in der gleichen Geschwin-



Von links nach rechts:
Dieter Czaja, Sabine Frank, Werner Soballa,
Christiane von Wahlert, Joachim von Gottberg und Hans Ernst Hanten



digkeit ändern, in der technische und wirtschaftliche Entwicklungen voranschreiten. Deshalb ist zu überlegen, ob und wie es gelingen kann, durch eine Kooperation der Selbstkontrollen im Medienbereich eine praktikable Antwort für den Jugendschutz angesichts der Herausforderungen zu schaffen. Diese Frage stand im Mittelpunkt der *medien impuls*-Tagung auf Einladung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) im Museum für Film und Fernsehen in Berlin. Dies war der Auftakt einer zukünftig gemeinsam durchgeführten Veranstaltungsreihe beider Selbstkontrollinstitutionen.

Wie im digitalen Zeitalter Medien konsumiert werden, erläuterte Ibrahim Evsan, Geschäftsführer der Internetplattform sevenload, in seinem Einführungsvortrag über „Digital Natives“. Man könne in digitale und nicht digitale Menschen unterscheiden, erklärte Evsan. „Die ‚Digital Natives‘ haben eine ganz andere Sichtweise auf das Digitale. Sie vertrauen dem Computer alle ihre Daten an. Sie führen eine Mensch-Maschinen-Beziehung mit ihm, die dann auch ins Internet überführt wird. Das heißt, sie geben alle ihre Daten ins Netz.“ Diese Menschen hätten sich so sehr geöffnet, dass sie das Thema Datenschutz nicht interessieren, warnte der Experte. Vor allem Jüngere seien hier Vorreiter. „Aber die Älteren müssen nachziehen, weil sie verstehen müssen, was mit der Jugend passiert“, so Evsan.

Womit sich Kinder und Jugendliche im Netz beschäftigen, beschrieb die Medienwissenschaftlerin Maren Würfel von der Universität Leipzig. Das Internet werde zunehmend als Kommunikationsmedium genutzt – zum Austausch in Weblogs und sozialen Netzwerken. „Hier werden Beziehungen gemagt und Identitätsarbeit geleistet“, sagte Würfel. Außerdem, so die Beobachtung der Wissenschaftlerin, nutzen Jugendliche das Internet zur Rezeption von Inhalten und zur Präsentation von selbst erstelltem Material. Vor allem der programm- und medienträgerunabhängige Zugriff auf Filme oder Texte wird geschätzt. Im Netz sei es aber auch viel einfacher, an problematische Inhalte zu gelangen, die häufig aus dem Kontext gerissen zu empfangen sind. Für den Jugendschutz eröffne sich hier eine

neue Dimension. Auch die Zunahme an sogenanntem „user generated content“ bringe neue Herausforderungen mit sich. „Früher funktionierte es so, dass ein klassischer Anbieter Inhalte erstellt hat, dass man diese Inhalte kontrolliert und dann eventuell den Zugang dazu reglementiert hat. Heute werden Filme, Fotos oder Texte zunehmend von den Nutzern generiert durch verschiedenste Formen der Kommunikation. Wir haben überhaupt keine Ahnung, wie wir mit diesen Inhalten umgehen sollen“, skizzierte Würfel das Problem. Von klassischer Selbstkontrolle könne man hier nicht reden, da die Inhalte ja nicht vorher vorgelegt würden. Fazit der Wissenschaftlerin: „Es geht nicht mehr um die Regulierung von Senderinhalten, sondern um mediale Kommunikation. Fest steht außerdem: Man kann nicht mehr für einen Medienbereich allein agieren.“

Auch Thomas Kleist vom Institut für Europäisches Medienrecht e. V. in Saarbrücken konstatierte Handlungsbedarf. Kleist referierte aus rechtlicher Perspektive über neue Anforderungen an den Jugendschutz. In seinem Vortrag umriss er den europäischen und deutschen Rechtsrahmen für die Medienregulierung. „Die Herausforderung besteht darin, das geltende Recht für neue Medienformen wie das Internet weiterzuentwickeln“, schloss der Medienrechtler und machte dies an einem Beispiel deutlich. „Die FSF prüft Filme vorab, bevor sie im privaten Fernsehen gezeigt werden dürfen. Dagegen macht die FSM immer erst eine Ex-post-Kontrolle, wenn die Dinge schon gelaufen sind. Das passt nicht zueinander, zumal die Medieninhalte mal übers Internet, mal übers Fernsehen ankommen. Das muss angeglichen werden.“ Zu fragen sei, ob das gesamte Jugendmedienschutz-System überhaupt auf die neue Medienwelt ausgerichtet werden könne. An einen großen Wurf glaube er dabei nicht so recht. Eher an kleine Veränderungen. „Es gibt Ideen, aber die liegen im Detail“, sagte Kleist. „Wir haben ja heute viele Player, die aufgerufen sind, den Jugendmedienschutz zu gewährleisten, Gremien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Selbstkontrollen bei den Privaten. Das ganze System ist noch nicht in sich kompatibel. Das sind viele kleine Schritte, die gemacht werden müssen.“

Wie diese Schritte aussehen könnten, dar-

über debattierten in der abschließenden Diskussionsrunde Vertreter von Selbstkontrollen gemeinsam mit Hans Ernst Hanten, Leiter der Gruppe Medien beim Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien. „Wir haben einen Paradigmenwechsel im Jugendschutz“, konstatierte Joachim von Gottberg, Geschäftsführer der FSF. „Wenn etwa im Internet die Grenzen zwischen Nutzern und Anbietern verschmelzen, kommen wir mit den alten Mitteln nicht weiter. Müssen wir umdenken und ein völlig neues System bilden?“, fragte von Gottberg mit Blick auf die Entstehungsgeschichte der Selbstkontrollen, deren Arbeit bislang auf Inhalteanbieter und Vertriebswege ausgerichtet ist. „Müssen wir die alten Trennungen zwischen Bund- und Länderkompetenz und zwischen den Selbstkontrollen möglicherweise vollkommen auflösen – früher oder später?“

Bezogen auf das Internet plädierte Sabine Frank, Geschäftsführerin der FSM, dafür, Selbstkontrolle weniger an Inhalten als an Diensten zu orientieren. „Wir haben Verhaltenskodizes mit den Unternehmen aufgesetzt, um sehr spezifisch für Jugendschutzproblematiken in den Diensten wie etwa Social Communitys Lösungen anzubieten“, erläuterte sie das Vorgehen der FSM. Angesichts der Vielzahl an Inhalten im Netz, die von Nutzern erstellt werden, plädierte sie dafür, auch die User stärker in die Verantwortung zu nehmen. „Wir müssen die Diensteanbieter verpflichten, Instrumentarien bereitzustellen, dass auch die Nutzer was tun“, so Frank. Viele Fragen seien offen, etwa wie interaktive Spiele, in die sich der Nutzer selbst einbringen kann, aus Jugendschutzsicht einzuschätzen seien. „Bewerte ich es, wie der Hersteller es mal herausgegeben hat, oder bewerte ich es mit seinen potenziellen Veränderungsmöglichkeiten?“ Frank plädierte dafür, Jugendschutz weiter zu fassen und in Richtung Sucht und Datenschutz zu denken. Die Zukunft liege aber auch in der Kooperation. „Die FSF und FSM haben einen Kooperationsweg angefangen, und wir hoffen sehr, dass dies auf andere Selbstkontrollen erweitert werden kann. Man sollte die Kompetenzen, die da sind, vernetzen. Ja, ein Teil der Lösung ist die Kooperation“, sagte Frank.

Auch Dieter Czaja, RTL-Jugendschutzbeauf-

Von oben nach unten:

Ibrahim Evsan, Maren Würfel und Thomas Kleist



trager und Vorstandsvorsitzender der FSF, entwarf ein Szenario für den Jugendschutz im Zeitalter der Medienkonvergenz. „Ich glaube, dass wir im Jugendschutz tendenziell wegkommen müssen von der Prüfung von Programmen. Das wird immer ein wichtiger Bestandteil sein, aber eine zweite Säule wird zunehmend an Bedeutung gewinnen: eine Art Programmberatung, mit der wir den Internetanbietern, aber auch den Fernsehredaktionen als Selbstkontrollen helfen, bestimmte Konzepte zu entwickeln – für Sendungen und für Plattformen, so dass sie am Ende nicht Probleme für Heranwachsende darstellen“, erklärte Czaja.

Hans Ernst Hanten machte sich für den Fortbestand des komplexen deutschen Selbstkontrollsystems stark. „Wir müssen die Kompetenz dieser Einrichtungen erhalten, aber die Wege vereinfachen“, sagte Hanten. Er schlug vor, die Idee des sogenannten „One-Stop-Shops“ zu durchdenken. Die Instanz, die für die erste Verwertung eines Inhalts zuständig ist, solle auch die Verwertung für alle anderen Vertriebswege regeln. Der Vorteil: Alles werde aus einer Hand entschieden. Allerdings gab Christiane von Wahlert, Geschäftsführerin der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft und der FSK, zu bedenken, dass die Rechtslage und das daraus resultierende hierarchische Gefälle der Selbstkontrollenrichtungen dem entgegenstünden. „Dies muss vom Gesetzgeber geklärt werden“, sagte von Wahlert. Entscheidend für die Inhalte-Anbieter sei vor allem eines: Rechtssicherheit. Insgesamt jedoch waren sich die Diskutanten einig: Man müsse sich davon verabschieden, dass es immer eine hundertprozentige Lösung gebe. Man stehe am Anfang eines sich optimierenden Systems.

Vera Linß

Was tun bei Cyber-Mobbing?

Der Internationale Safer Internet Day am 10. Februar 2009



safer internet day

500.000 Kinder und Jugendliche – so die Schätzungen von Wissenschaftlern – werden in Deutschland pro Woche in der Schule gemobbt. Beginnend im Grundschulalter, wo überwiegend und für alle sichtbar beleidigt, geneckt oder ausgegrenzt wird, nimmt Mobbing bis zur 8. Klasse nach und nach an Umfang und Art eine härtere Gangart an.

Mit zunehmendem Alter steigt vor allem die Wahrscheinlichkeit, Opfer von Cyber-Mobbing zu werden. Das bedeutet, dass über Instant Messaging wie etwa ICQ oder Handy-SMS Gerüchte gestreut, peinliche Fotos auf Onlineportale gestellt oder systematisch Beleidigungen ausgesprochen werden. Knapp ein Fünftel von 2.000 befragten

Die Direktoren der Landesmedienanstalten Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen, Manfred Helmes (links) und Prof. Dr. Norbert Schneider (rechts), und Kulturstaatsminister Bernd Neumann mit Schülern des John-Lennon-Gymnasiums Berlin-Mitte bei der Klicksafe-Presserveranstaltung am Safer Internet Day.



Schülern gibt an, von Cyber-Mobbing betroffen zu sein, so das Ergebnis einer Studie des Zentrums für empirische pädagogische Forschung der Universität Koblenz-Landau¹.

„Das Thema Cyber-Mobbing wurde lange unterschätzt“, sagte Jochen Pfeifer, Direktor des John-Lennon-Gymnasiums in Berlin, wo die offizielle Pressekonferenz zum Safer Internet Day 2009 stattfand. Das habe sich aber geändert, weil „die technischen Möglichkeiten inzwischen besser geworden sind. Dadurch ist die Gefahr größer geworden – insbesondere durch die immer mehr verbreiteten Handys mit Fotofunktion, die auch ein einfaches Überspielen ins Internet ermöglichen. Das hat natürlich dazu beigetragen, dass diese technischen Möglichkeiten auch missbraucht werden“, erklärte Pfeifer. Der Safer Internet Day wurde 2003 von der Europäischen Union ins Leben gerufen und setzt sich – nun bereits zum sechsten Mal – für mehr Sicherheit im Internet ein. Mit dem diesjährigen Aktionstag sollte auf die Gefahren des Cyber-Mobbing aufmerksam gemacht werden. In ganz Deutschland beteiligten sich zahlreiche Institutionen, Initiativen, Medien, Unternehmen, Online-communitys und Computernutzer mit Informationsveranstaltungen am Safer Internet Day. Die Bundesregierung unterstütze dieses Engagement, betonte Kulturstaatsminister Bernd Neumann in Berlin. Cyber-Mobbing bringt eine neue Qualität ins Mobbing, das es an sich schon seit Generationen in der Schule gibt. „Jeder von uns hat das erlebt: Am Anfang einer Stunde klappt man die Tafel auf, und dann steht da: ‚Tina ist blöd‘ oder: ‚Tina liebt Klaus‘ oder ähnliche kompromittierende Dinge“, erzählte Schulleiter Jochen Pfeifer. „Der Unterschied zum Cyber-Mobbing ist, dass man das mit einem Wisch wegwischen konnte. Da gab es vielleicht manchmal auch Tränen, aber in der Regel konnte das sofort durch eine erfahrene Lehrkraft geklärt werden, und es hatte relativ wenige Nachwirkungen. Bei Cyber-Mobbing ist das nicht so, weil das in einer anderen Dimension passiert und das Internet ein anderes Gedächtnis hat als eine Tafel. Und dieser Unterschied ist Jugendlichen selten bewusst.“ Problematisch ist auch, dass durch die digitalen Medien Inhalte beliebig oft an belie-

big viele Geräte oder jeden beliebigen Ort im Internet geschickt werden können – auch unerkannt. „Durch die Möglichkeit, als Nutzer anonym zu bleiben, und durch die Konvergenz der Medien entstehen viele neue Probleme“, analysierte Stefanie Rack², medienpädagogische Referentin des Projekts klicksafe, einer Initiative, die bundesweit die Akteure im Bereich Internetsicherheit vernetzt. „Beispielsweise ist über den Nickname im Chat nicht die reale Identität eines Nutzers erkennbar, oder Inhalte vom Handy landen schnell im Internet und werden verbreitet.“

Will Gardner von der Initiative Childnet International aus Großbritannien beklagte, dass Cyber-Mobbing zu wenig ernst genommen werde, „weil es nicht physisch ist“. Dabei sei es besonders brutal. „Das Geschehen kann 24 Stunden am Tag auf den Betroffenen einströmen. Und das über eine lange Zeit. Die Technologie macht es möglich. Und wenn ein Opfer nicht weiß, wer es mobbt, steht es einem gesichtslosen Feind gegenüber.“ Auch Schauspieler Dirk Heinrichs, Gründer des Projekts „Sprache gegen Gewalt“, mahnte in Richtung Erwachsene mehr Aufmerksamkeit für Cyber-Mobbing an. „Virtualität ist für Kinder eine Realität, die für Erwachsene nicht existiert“, beschrieb er die unterschiedlichen Welten, in denen sich die Generationen zuweilen bewegen. Allerdings habe er auch beobachtet, dass bei denen, die mobben, kein Unrechtsbewusstsein vorhanden ist. „Das schlimmste Schimpfwort, das ich in Schulen höre, ist: ‚Eh, du Opfer‘“, berichtete Heinrichs. „Cyber-Mobbing ist oftmals nur der Ausgangspunkt für ganz andere Stufen, die hinterher noch folgen – von der psychischen Gewalt hinein in die physische Gewalt“, warnte der Schauspieler. „Beispielsweise das sogenannte Happy Slapping, das ist Teil des Cyber-Mobbing.“ Beim Happy Slapping, auf Deutsch etwa „fröhliches Schlagen“, laufen die meist jugendlichen Angreifer auf ihr Opfer zu und schlagen ihm z. B. ins Gesicht. Anschließend flüchten die Angreifer, ohne sich um ihr Opfer zu kümmern. Üblich ist, dass der Angriff von einem weiteren Beteiligten mit einer Handy- oder Videokamera gefilmt wird und die Aufnahmen im Internet veröffentlicht oder per Mobiltelefon verbreitet werden.

Den typischen Täter skizzierte Heinrichs als männlich, Schüler der 7. bis 10. Klasse. „Cyber-Mobbing ist eher etwas, was an Gymnasien vorfällt, weil es auch damit zu tun hat, Dinge planen zu können. Ihre Triebabfuhr, die können Gymnasialisten eher ein bisschen auf die lange Bank schieben“, sagte der Experte. „Hauptschülern unterstellt man eher, dass die sagen: Wenn ich Bock auf Gewalt habe, brauche ich die jetzt und nicht später. Man spricht auch davon, dass Jungs stärker mobben als Frauen. Gerade, was das Happy Slapping angeht, führen die Jungs die Ranglisten an.“ Heinrichs forderte, man müsse die Schüler dafür sensibilisieren, was sie anrichten. „Man muss ihnen auch deutlich machen, dass sie mit Gesetzen in Konflikt geraten, dass Verleumdung, Nötigung und Beleidigung Straftatbestände sind und dass Gesetze auch für Kinder gelten“, ergänzte Will Gardner. Das allerdings werde die Täter kaum beeindruckt, hielt Dirk Heinrichs dagegen. „Ich halte es für wichtiger, die Mitläufer zu erschrecken. Das Phänomen wird dadurch möglich gemacht, dass wir wegschauen, dass wir zu viele Mitläufer haben.“

In einem sind sich alle Experten einig: Das Thema Cyber-Mobbing gehört in der Schule auf den Lehrplan. Am John-Lennon-Gymnasium in Berlin wird diesbezüglich zweigleisig gefahren. „Einerseits richten wir allgemein die Aufmerksamkeit auf das Thema in der Grundbildung im Computerunterricht in Klasse 7“, erklärte Direktor Jochen Pfeifer. „Die zweite Schiene ist die, zu reagieren, wenn ein konkreter Vorfall passiert ist, dass wir das in größtmöglicher Transparenz offenlegen und mit den betroffenen Schülergruppen darüber sprechen. Wobei wir in allererster Linie den Opferschutz in den Vordergrund stellen. In Absprache mit den Betroffenen machen wir das in der Klasse dann öffentlich, damit eine Solidarität entsteht und das Opfer weiß, es wird geschützt und es ist nicht o.k., was dort passiert ist.“ Allerdings, räumte Pfeifer ein, käme es selten vor, dass ein Fall von Cyber-Mobbing bekannt wird. „Es kommt meistens eher durch Zufall raus oder dadurch, dass jemand sich zu Hause verplappert und die Eltern sich melden oder dass sich ein eher Unbeteiligter meldet, der davon erfahren hat. Es

ist selten, dass die Opfer selber kommen.“ „Auch Anbieter von Social Community oder Chats, deren Angebote sich auch oder speziell an Minderjährige wenden, tragen eine große Verantwortung und haben besondere Sorgfaltspflichten“, spannte Birgit Kimmel³, pädagogische Leiterin von klicksafe, den Bogen weiter. Mit den „Safer Networking Principles“, die am Safer Internet Day in Luxemburg von sozialen Netzwerken wie StudiVZ, MySpace oder Arto unterzeichnet wurden, wollen die Anbieter dieser Verantwortung besser gerecht werden. Das Dokument enthält umfangreiche Ziele zu einer jugendschutzkonformen Ausgestaltung sozialer Netzwerke. Dazu zählen u. a. umfassende Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre, Aufklärungsmaterialien zum sicheren Umgang im Netz, strenge Vorab-einstellungen für Nutzer unter 16 Jahren sowie die Bereitstellung von Meldedefunktionen für unerwünschte Inhalte. Präsentiert wurde anlässlich des Aktionstages auch der neue Kindermessenger, der von Microsoft in Zusammenarbeit mit jugendschutz.net und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) entwickelt wurde. Ein Angebot, das sich in erster Linie an die 6- bis 12-Jährigen richtet. Die Eltern müssen hier jeden einzelnen Kontakt ihrer Kinder freigeben. Problematische Dialoge können per E-Mail an die Eltern weitergeleitet werden. Die Kinder können sich auch über eine integrierte Schnittstelle an eine Beratungshotline der Johanniter-Unfall-Hilfe wenden. Super RTL strahlte zum Safer Internet Day den klicksafe-Spot „Wo lebst du?“ in seinem Programm aus und bietet für die User der sendereigenen Homepage den Erwerb eines Internetführerscheins an. Insgesamt fanden in 50 Ländern über 500 Einzelaktionen statt, meldete die EU-Kommission.

Vera Linß

Anmerkungen:

- 1 <http://www.medizin-aspekte.de/07/10/psychologie/mobbing.html>
- 2 Dieses Zitat ist einer Pressemitteilung von klicksafe zum Safer Internet Day entnommen.
- 3 S. Anm. 2

Materialien

DVD für Computerarbeit in Kita und Grundschule

Die DVD „Ran an die Maus!“ gibt Einblicke in die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten des Computers in Kindertageseinrichtungen und Grundschulen. Mit konkreten Handlungshinweisen und Beispielen richtet sich die DVD insbesondere an Erzieher und Grundschulpädagogen, die mit dem Computer arbeiten möchten. In die DVD integriert sind auch Projektbeispiele in Form von Videos und Texten zum Projektablauf und den Ergebnissen. Zudem bietet die DVD eine Linkliste mit hilfreichen Verweisen – beispielsweise zu PC-Spielen für Kinder, kindgerechten Internetseiten oder medienpädagogischen Institutionen. „Ran an die Maus!“ gibt es für Grundschulpädagogen und Erzieher kostenlos bei der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR), die die DVD mit Unterstützung von Schulen ans Netz e. V. erstellt hat.

Weitere Informationen:

LPR Hessen – Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
Wilhelmshöher Allee 262
34131 Kassel
lpr@lpr-hessen.de

Minitz – Nachrichten für Kinder

Minitz – das sind Zeichentricknachrichten für Kinder. In einer Minute pro Meldung und kindgerecht aufbereitet, berichten die neuen Kindernachrichten des Südwestrundfunks (SWR) vom weltweiten Tagesgeschehen. Mit dem gemeinsamen Projekt der Fernseh- und Hörfunkdirektion soll die Zielgruppe der 7- bis 13-Jährigen angesprochen werden. Im virtuellen Studio präsentieren die vier animierten Nachrichtensprecher Hakki, Leyla, Alina und Lucas die Meldungen des Tages. Redakteurinnen und Redakteure der Abteilung Zentrale Information im SWR-Hörfunk stehen hinter den virtuellen Nachrichtensprechern. Das Projekt ist vorerst für die Dauer eines Jahres geplant.

Minitz gibt es u. a. montags bis freitags, jeweils 6.55 Uhr, im SWR Fernsehen und rund um die Uhr unter:
www.kindernetz.de.

Newsletter von klicksafe

Ende März 2009 ist der erste Newsletter von klicksafe erschienen. Seit 2004 setzt klicksafe in Deutschland den Auftrag der Europäischen Kommission um, Internetnutzern die kompetente und kritische Nutzung von Internet und neuen Medien zu vermitteln und ein Bewusstsein für problematische Bereiche dieser Angebote zu schaffen. Der Newsletter will in regelmäßigen Abständen interessante Informationen u. a. zu folgenden Themenbereichen bieten: Medienkompetenz und Sicherheit im Internet, neue Publikationen und Infomaterialien sowie medienpädagogische Termine und Veranstaltungen. Der Newsletter wird nach Bestellung kostenlos via E-Mail zugesandt.

Weitere Informationen:
www.klicksafe.de

CD-ROM für Grundschul Kinder zur Förderung der Werbekompetenz

Mit dem Ziel, insbesondere Kinder im Umgang mit Werbung zu schulen, hat die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) das Schlundz-Quiz wieder als CD-ROM aufgelegt. Das Quiz soll Grundschulkindern die Möglichkeit geben, sich spielerisch Hintergrundwissen über Werbung anzueignen. Das von Pädagogen und Medienexperten entwickelte Quiz richtet sich insbesondere an Grundschul Kinder, bietet aber auch Lehrern, Eltern und Erziehern Hintergrundinformationen. Wegen der großen Nachfrage wurde die im Jahr 2007 erstmals erschienene, schnell vergriffene CD ein weiteres Mal aufgelegt. Sie ist kostenlos zu beziehen.

Weitere Informationen:

LPR Hessen – Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
Wilhelmshöher Allee 262
34131 Kassel
lpr@lpr-hessen.de

Termine

„Bilderschlachten – 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg“

Neue und ungewöhnliche Blickwinkel auf die Kriegsberichterstattung von der Antike bis zur Gegenwart zeigt die Ausstellung „Bilderschlachten – 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg“ in Osnabrück. Sie bietet eine Zusammenstellung von Exponaten aus den Bereichen Technik, Medien und Kunst. Wie hat die technologische Entwicklung das Bild vom Krieg verändert? Warum sind Kriegsberichte so erfolgreiche Konsumgüter? Wie sich die Bilder vom Krieg verändert haben, zeigen historische Dokumente, technische Exponate, Filme und Fotografien. Aus dem künstlerischen Bereich sind Installationen, Collagen, Skulpturen und interaktive Arbeiten zu sehen. Die Ausstellung zeigt, dass in den Köpfen der Betrachter weniger „Bilder von Schlachten“ als eher „Bilderschlachten“ entstehen. Durch die Vermittlungsangebote im Rahmen der Ausstellung bekommen auch Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, Informationen zum Krieg einzuordnen, Geschehnisse zu verorten, Gefühle zu artikulieren und Ängste richtig zu bewerten. Noch bis zum 4. Oktober 2009 sind die „Bilderschlachten“ an den drei Ausstellungsorten Museum für Industriekultur Osnabrück, Kunsthalle Dominikanerkirche und Erich-Maria-Remarque-Friedenszentrum zu sehen.

Weitere Informationen:
www.bilderschlachten.de

Deutsche Welle Global Media Forum 2009

„Konfliktvermeidung im Multimedia-Zeitalter. Chancen und Herausforderungen durch neue Technologien und Nutzergewohnheiten“ ist das Thema des Global Media Forums 2009 der Deutschen Welle vom 3. bis 5. Juni. Digitalisierung, On-Demand-Medien, Weblogs und Web 2.0: Die Multimedia-Welt verändert sich ständig. Das Forum will sich vor diesem Hintergrund primär mit dem rasanten technologischen Fortschritt in der Medienwelt beschäftigen und die daraus resultierenden Fragen hinsichtlich der veränderten Nutzung diskutieren. Im Rahmen der Konferenz soll untersucht werden, wie Inhalte künftig übermittelt werden – vor allem im Hinblick auf Themen, die sich mit Frieden und Sicherheit beschäftigen.

Anmeldeformulare und weitere Informationen:
www.dw-gmf.de

Handyclip-Wettbewerb „Ohrenblick mal!“

Handys sind schon lange nicht mehr nur zum Telefonieren da. Ob als Spielgerät, Foto- oder Filmkamera, zum Lernen oder Musikhören – aus dem Alltag Jugendlicher sind sie nicht mehr wegzudenken. Daraus ergeben sich nicht nur vielfältige Möglichkeiten des pädagogischen Einsatzes, sondern auch neue Probleme und Aufgabenstellungen. Deshalb veranstaltet das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis gemeinsam mit LizzyNet und jugendonline in diesem Jahr zum fünften Mal den deutschlandweiten Handyclip-Wettbewerb „Ohrenblick mal!“ Ziel des Wettbewerbs ist es, Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, ihre Welt aus der ungewöhnlichen Perspektive des Handydisplays zu zeigen. Das Motto des Wettbewerbs 2009 lautet: „nah dran“. Zum fünften Jubiläum sind aber auch Einsendungen rund um die „Fünf“ erwünscht: fünf Freunde, fünf Träume – dem Einfallsreichtum der Jugendlichen zwischen 12 und 20 Jahren sind keine Grenzen gesetzt. Der Clip darf nicht länger als 2 Minuten sein.

Weitere Informationen:
www.ohrenblick.de

Das letzte Wort

Ich kann einfach nicht singen!



Jenny (links) und Jeanett, beide 17 Jahre, leben im Rahmen sozialpädagogischer Betreuung in Wohngemeinschaften. Jenny wurde von ihren Eltern geschlagen und suchte bei Compass-Berlin Hilfe. Jeanett wurde von ihrer Mutter häufig allein gelassen und lebte dann zeitweise auf der Straße. Während Jenny wieder die Schule besucht, hofft Jeanett darauf, noch einmal eine Chance zu bekommen und einen Abschluss machen zu können.

Was guckt Ihr im Fernsehen?

Jenny: Also, als Allererstes gucke ich Spongebob auf Super RTL, aber sonst RTL, kabel eins und ProSieben. Gute Zeiten, schlechte Zeiten schau ich sehr gern und verschiedene Filme, die am Abend laufen.

Jeanett: Spongebob, GZSZ und ganz viele Horrorfilme. Die finde ich lustig.

Schaut Ihr Deutschland sucht den Superstar oder Germany's Next Topmodel?

Beide: Jaaaa!

Könnt Ihr Euch vorstellen, an solchen Sendungen teilzunehmen?

Jenny: Na klar, ich habe mich auch schon bei GNTM beworben, aber ich bin zu klein, das haben die mir gleich geschrieben. Ich versuche aber seit langem, bei GZSZ mitzumachen. Ich tue alles dafür, um dort mitzuspielen, seit zwei Jahren schon. Meine Betreuer helfen mir auch bei der Bewerbung und ich spiele Theater. Jetzt müssen die mich eigentlich nehmen!

Jeanett: Nein, ich kann mir das nicht vorstellen. Aber alle meine Freunde sagen, dass ich bei DSDS mitmachen soll. Aber ich hab keinen Bock.

Warum denkst Du: Das sollte ich lieber nicht machen?

Jeanett: Weil ich selber finde, dass ich nicht singen kann!

Jenny: Denkst du, die dort auftreten, können alle singen?

Jeanett: (lacht) Alle denken, ich hätte nur Angst vor Dieter Bohlen, aber ihm würde ich auch mal die Meinung sagen! Daran liegt es nicht – ich kann einfach nicht singen!

Ist Schauspielerei ein Berufswunsch für Dich, Jenny?

Jenny: Früher wollte ich mal Polizistin werden, aber jetzt nur noch Schauspielerin oder Friseurin. An die Friseurin komme ich wahrscheinlich am nächsten ran... (lacht)

Das Interview führte Leopold Grün.