

DIE PRAGMATISCHE ETHIK DER NETZWERKKINDER

Digitalisierung verändert die Wirtschaft, aber auch die Moral

Wir alle ahnen, dass nicht mehr viel so ist, wie wir es gewohnt sind. Spätestens seit der Computer und die mediale Digitalisierung in die Gesellschaft Einzug gehalten haben, arbeiten die einen bis zum Umfallen, andere verlieren ihre Jobs. Der Internethandel bei eBay boomt, dafür sind die Kaufhäuser leer. Geiz ist geil. Schöne neue Welt. Wie kommen die Kinder damit zurecht, die in diese Digitalisierung hineinwachsen? Welche Trends gibt es, wie sieht die Zukunft aus? Peter Wippermann, Leiter des Trendbüros Hamburg und Professor für Editorial Design an der Universität Essen, hat eine Untersuchung mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt, die unter dem Titel *Die neue Moral der Netzwerkkinder* veröffentlicht wurde. tv diskurs sprach mit ihm.

Die meisten Menschen sind von plötzlich auftretenden neuen Trends überrascht. Kann man einen Trend wissenschaftlich überhaupt prognostizieren?

Wir gehen in der Trendforschung des Trendbüros davon aus, dass es Impulse gibt, die relativ langfristig zu beobachten sind. Das sind unsere Gesellschaftstrends, die vom sozialen Wandel getrieben werden. Wir wissen zum Beispiel, wie die Altersstruktur der Menschen die Gesellschaft verändert. Auch konnte man schon sehr früh absehen, wie die Digitalisierung unsere Welt verändern würde, da zwischen der Grundlagenforschung zu neuen Technologien und dem Etablieren im Konsumentenmarkt zwanzig bis dreißig Jahre liegen. Wir können absehen, welche Richtung die Ökonomie nimmt und wo sich die Wertschöpfungsketten neu zusammenfügen.

Durch Technisieren und Rationalisieren der Arbeitsprozesse haben die Menschen immer mehr Freizeit. Über vier Millionen Menschen haben keinen Job, also viel Zeit, aber wenig Geld. Wie wird sich das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit entwickeln?

Die Unterteilung Arbeitszeit – Freizeit, die erst mit der Industrialisierung eine Alltagsrelevanz bekommen hat, wird mit dem Beginn der Mediengesellschaft sinnlos. Heute ist man überall erreichbar, kann mit dem Laptop überall ins Netz gehen. Mobiles Internet und digitales Fernsehen werden unser Leben noch stärker in Richtung eines High-Tech-Nomadentums verändern. Durch technologische Innovationen dieser Art ist die herkömmliche Trennung von Arbeit und Freizeit nicht mehr aufrechtzuerhalten. Wir arbeiten schon heute zunehmend, wann und wo wir wollen. Was wir beobachten, ist, dass die bezahlte und die öffentliche Arbeit Auslaufmodelle sind. Eigenzeit, die persönlich genutzte und ökonomisch bewertete Zeit wird zum Eigenkapital des Konsumenten.



Der ganze Onlinemarkt, eBay, Onlinebanking oder das Buchen von Reisen im Internet erfordert nicht nur Technologien, sondern vor allem Zeit. Man kann im übertragenen Sinne davon ausgehen, dass wir unsere eigenen Verwaltungsmitarbeiter geworden sind. Was früher Mitarbeiter der Firmen gemacht haben, ist zu den Endkunden outsourced worden. Wir kaufen zwar billiger ein, aber investieren mehr Zeit.

Das könnte mittelfristig aber auch dazu führen, dass ganze Branchen verschwinden. Man spart den Handel, den Zwischenhandel und Lagerkosten, wenn man neue Produkte direkt über eBay an den Konsumenten bringt. Wovon sollen die Menschen in Zukunft leben?

Bisher sind wir von drei Phasen ausgegangen: einer Ausbildungsphase, von der Kindheit bis zum Ende der Schule oder des Studiums, einer Kapitalisierungsphase des Wissens und einer Ruhephase und Ausschöpfung dessen, was man erarbeitet hat. Diese Abfolge ist in Zukunft sicherlich unwahrscheinlich. Man wird immer wieder selbst darüber nachdenken müssen, was man an Fähigkeiten verkaufen kann. Die Amerikaner nennen das „Employability“. Ausbildung ist dabei der entscheidende Faktor, und es ist frappierend, wie viel öffentliches Geld im Moment – bewusst oder unbewusst – aus der Ausbildung herausgenommen wird.

Sieht der Staat die Notwendigkeit nicht, oder hat er zu wenig Geld?

Wir leben bereits in einer Gerontokratie, einer Herrschaft der Älteren. Das zeichnet sich nicht nur dadurch ab, dass – zum Beispiel in der SPD – ältere, nicht jüngere Politiker in die Führungsgremien nachrücken. Auch die Mitglieder der Parteien werden immer älter. SPD und CDU werden in den nächsten Jahren erleben, dass jedes zweite Mitglied über 60 Jahre alt sein wird. Entscheidend ist vor allem, dass wir schon heute 19,5 Millionen ältere Wähler haben, von denen die meisten bereits Rente beziehen. Parteien müssen daran interessiert sein, Mehrheiten zu erzielen, und die Mehrheiten findet man eben bei denen, die nicht mehr aktiv am Produktionsprozess beteiligt sind. Das ist eine wirklich gefährliche Entwicklung. Die Überalterung wird zur Ausbeutung der eigenen Kinder und Enkel führen. Kinder werden sich für ihre Eltern einschränken müssen. Die Frage wird sein: Wie lange können sich die Kinder ihre Eltern noch leisten? Heute schon wird an der Bildung für morgen gespart, obwohl die Politik anderes behauptet. Wenn man bedenkt, dass 83 Prozent der Lehrer über vierzig Jahre alt sind, scheint das Problem vorprogrammiert zu sein. Wir haben etwa 371.000 Lehrer, die bis zum Jahr 2015 in den Ruhestand gehen. Es werden aber deutlich weniger ausgebildet, als aus dem Schuldienst ausscheiden werden. Als politische Lösung wird die Schulzeit verkürzt, die Schülerzahl der Klassen wird vergrößert und Schulen werden ganz geschlossen werden. Nehmen wir die angestrebten Investitionen in die Elite-Universitäten als weiteres Beispiel: 25 Millionen Euro soll eine Spitzen-Uni bekommen. Das ist weniger, als jede der drei großen Berliner Unis allein sparen muss. Da wir in der Zukunft ausschließlich mit unserem Kopf Geld verdienen werden, denn die physische Arbeit wird von Maschinen übernommen, gibt es einen realen Widerspruch zwischen den Bedürfnissen der Heranwachsenden und den Politikern. Es ist zu vermuten, dass es sich für Politiker nicht zu lohnen scheint, in den Nachwuchs ausreichend Geld zu investieren. Jüngere Wähler bleiben in der Minderheit, egal, wie sie sich parteipolitisch organisieren.



Ich glaube, der Dreh- und Angelpunkt ist, dass die wenigsten akzeptieren, dass wir uns nicht in einer momentanen konjunkturellen Krise befinden, die sich wieder zurechtwächst, sondern dass wir tatsächlich einen Strukturwandel erleben. Wir müssen begreifen, dass das Internet dieses Problem nicht lösen wird, sondern die Ursache des Veränderungsprozesses ist. Das, was wir in der Industriegesellschaft über Wertschöpfung gelernt haben, wird auf die Mediengesellschaft nicht mehr anzuwenden sein. Wir befinden uns gerade in einer großen Innovationsphase. Wir müssen sehen, dass das Medium Internet drei Bereiche zusammenfasst, die früher deutlich getrennt waren: nämlich Kommunikation oder Information, Transaktion und die Produktion. Bei vielen Angeboten kann der Kunde auf demselben Medienkanal sowohl Produktinformationen empfangen als auch das Produkt bestellen und in zunehmenden Bereichen auch mitteilen, wann und was produziert werden soll. Wenn Sie davon ausgehen, dass die Maschinen zunehmend digital gesteuert werden, steuert also der Endkunde die Produktion. Bislang haben Firmen überlegt, was sie produzieren können und es möglichst günstig im In- oder Ausland herstellen lassen. Dann wurde überlegt, wie man es durch Marketing und Werbung verkaufen kann, das Produkt wurde in die Läden gebracht. Jetzt ist es genau andersrum: Man motiviert Kunden, bittet sie zur Kasse, und erst dann beginnt die Produktion. Alles, was wir an Großhandel, Einzelhandel, Logistik kennen, wird völlig neu aufgebaut werden müssen.

Das erspart uns Überproduktionen...

Wir kennen das theoretisch seit elf Jahren, von Alvin Toffler wurde der Begriff „Prosumment“ eingeführt, gemeint ist die Verbindung von Pro-duktion und Kon-sument. In der Musikindustrie funktioniert es ja bereits zum Teil genau so: Man braucht keinen Musikladen, keine Verkäufer mehr, sondern organisiert sich die Daten mit dem Gerät, mit dem man sie hört. Nike macht das seit sechs Jahren mit Turnschuhen. Die persönlichen Schuhe werden online konfiguriert und bestellt, in Vietnam hergestellt und individuell zum Prosumenten gesandt. Sie können das auch bei einigen Textilanbietern sehen, wo individuell geschneiderte Hosen zum gleichen Preis angeboten werden wie vorproduzierte Hosen. Das ist allein deshalb so erfolgreich, weil die Menschen in unserer Gesellschaft immer dicker werden. Das gleiche Schema lässt sich auf dem Automobilsektor finden. 30 Prozent der für die USA bestimmten Produktion des Mini ist „Mass Customisation“. Die Leute sagen genau, was sie haben wollen, innen und außen – und bekommen es dann nach ihren Vorstellungen gebaut. Diese Beispiele sind die ersten Vorzeichen einer veränderten Produktion.

Wir haben noch gar nicht begriffen, wie viel wir in den letzten Jahren entwickelt haben und wie das unser Leben verändern wird...

Es mangelt uns ja nicht an Technologien, sondern an Ideen. Das wäre ja auch der Standortvorteil von Europa oder speziell von Deutschland. Die großen Internetanbieter haben es uns vorgemacht: Die ursprüngliche Idee von eBay war, Freunde mit Freunden zu verbinden und Sammeldosen auszutauschen. Daraus ist der größte Gebrauchtgüterhändler und der zweitgrößte Textilhändler im Neuwarenbereich entstanden. Eine Software hinter eine Idee zu hängen, ist eine kleine Leistung. Das eigentlich Interessante ist die Fähigkeit, Bedürfnisse miteinander zu verbinden. Was wir brauchen, sind gute Ideen für vernünftige Allianzen. Man kann anhand von eBay und der Deutschen Post sehen, wo unsere Stärken liegen. eBay hat Berater der Deutschen Post global eingesetzt, um die

Transportleistungen der Waren zu organisieren. In einigen Ländern Lateinamerikas oder auch in Spanien und Italien war der Warentransport zwischen den Kunden von eBay nicht sichergestellt. eBay hat die deutschen Berater engagiert, weil sie dafür bekannt sind, auch komplizierte Organisationsstrukturen aufbauen zu können. Wenn Länder ihre speziellen Qualitäten pflegen, sind sie auf dem Weltmarkt sehr gut einsetzbar. Bemerkenswert ist aber, dass die Zusammenarbeit beinahe daran gescheitert wäre, dass sich die Gewerkschaften quer gestellt haben. Man könne das nicht so einfach machen, hieß es: Wer im Ausland arbeite, müsse nach dem Diplomatenstatus bezahlt werden!

Welche Rolle spielt da noch die Politik?

Die Aufgabe der Politik ist es, die Spielregeln festzulegen, die eine Sozialverträglichkeit in der Gesellschaft sicherstellen. Sie hat das, was in Europa definiert wird, national umzusetzen. Insofern hat die Politik einen ganz wichtigen Auftrag. Sie kann allerdings nicht mehr so viel gestalten wie früher. Der Staat kann nicht mehr investieren. In vielen Bundesländern müssen wir immer höhere Geldbeträge aufwenden, um Zinsen zu zahlen und einen minimalen Anteil der Rückzahlung vorzunehmen. Und beides zusammen ist größer als die Summe der Investitionen. Wir haben also überhaupt keine Handlungsmasse. Und dieses Problem nimmt immer mehr zu. Im Moment kann man Tafelsilber verkaufen, doch das hat bekanntlich ein Ende. Aber der Staat als eine Art von Schlichtungsstelle oder Normungsstelle ist für alle Beteiligten sehr wichtig.

Ist die Wirtschaft in der Lage, einen Wandel zu beeinflussen und aus dem Markt heraus Sozialverträglichkeit zu schaffen?

Zwei Sachen fallen mir dazu ein. Einerseits ist es sehr amüsant zu sehen, wie der Bundesverband der deutschen Industrie die sozialdemokratische Politik unterstützt. Es geht darum, Konsens zu halten, auch wenn die eigentlichen Forderungen weiter gehen. Andererseits kann man etwas aus der

Medientheorie zu Hilfe nehmen: Netzwerkgesellschaften müssen Standards haben, ohne Standards existiert keine Kooperation. Insofern liegt meiner Meinung nach noch ein holpriger Weg vor uns, aber es wird so etwas wie Sozialverträglichkeit geben müssen, damit das ganze System funktioniert. Ohne Normierung gibt es keine Anschlussfähigkeit. Das sieht man sehr deutlich bei Kindern, die mit dem Internet aufgewachsen sind. Diese „NetzwerkKinder“, wie wir sie nennen, legen eine bestimmte Art von Verhaltensstandards an den Tag, die eher in Richtung Kooperation gehen als in Richtung Ellbogengesellschaft. Sie wissen, dass man den anderen braucht, um zu kommunizieren. Wenn der andere nicht mehr antworten kann, endet die Beziehung.

Sie haben sich in Ihrer Studie mit dem sozialen Verhalten von Kindern und Jugendlichen in der Mediengesellschaft beschäftigt. Wie kamen Sie darauf?

Uns ist aufgefallen, dass seit einigen Jahren wieder in Generationen gedacht wird. Viele Jahrzehnte war das lächerlich. Die Generation, aus der wir beide kommen, hat für sich beansprucht, dauerjungendlich zu sein, hat diesen Jugendkult zelebriert und ist davon ausgegangen, dass es keinen Generationsunterschied zwischen uns und den Kindern gibt. Mittlerweile kann man aber feststellen, dass die Medien, mit denen wir groß werden, die Art, wie wir miteinander umgehen, maßgeblich prägen. Nach acht, neun Jahren interaktiver Medien war völlig klar, dass die Menschen, die damit aufgewachsen sind, ein anderes Verhalten an den Tag legen. Vor drei Jahren ging die Diskussion um die „neue Ernsthaftigkeit“ und eine neue konservative Jugend los. Wir fühlten uns herausgefordert, nach den Hintergründen zu suchen. Wir haben entdeckt, dass bestimmte Arten von Standardisierung und konservativen Werten in einer Gesellschaft, in der alles frei ausgehandelt wird, enormen praktischen Gewinn bedeutet. In einer flexiblen und dynamischen Welt geht es wieder um die Fragen, zu wem man sich bekennt, welche Konstanten man hat, wohin man will. Das hat uns zu dieser Studie Die neue Moral der Netzwerkkinder bewogen.

Wie verändern interaktive Medien das Zusammenleben?

Das Spannende ist, dass interaktive Medien ein soziales Netz ermöglichen und diejenigen, die keinen Zugang zu dem Netz haben, eigentlich aus dem sozialen Netz ausgeschlossen sind. Kinder und Jugendliche haben beispielsweise ein völlig anderes Verhalten in Bezug auf Terminvereinbarungen. Man trifft sich nicht auf der Straße, sondern man verabredet sich ungenau und benutzt dann die personalen Medien wie SMS – im Gegensatz zu Special-Interest- und General-Interest-Medien –, um sich abzugrenzen gegenüber anderen Gruppen. Wenn zum Beispiel bestimmte Kneipen in Zeitungen standen und damit der Allgemeinheit zugänglich waren, verabredet man sich heute per Handy woanders. Das heißt, „Medialiteracy“ ist heute die Eingangsvoraussetzung in die Gesellschaft. Je jünger Menschen sind, desto stärker kann man davon ausgehen, dass sie Medien nicht mehr als technische Geräte wahrnehmen, sondern als soziale und kulturelle Umwelt. Man lebt einfach damit. Das Gerät selbst hat vielleicht noch so eine Art „Fashion-Statement“, Marken, Klingeltöne ermöglichen eine Art Differenzierung. Aber das Ding an sich spielt keine Rolle mehr.

Medienkompetenz bedeutet also Handlungsfähigkeit?

Interessant ist, dass sich die Erwachsenengesellschaft bis vor einigen Jahren dadurch definiert hat, dass es die Führerscheingrenze gab. Wer mobil sein konnte, konnte sich die Welt der Erwachsenen erschließen. Das kann man eins zu eins auf die Medienkompetenz übertragen. Man kann davon ausgehen, dass diese „Grenze des Erwachsenseins“ im Alter zwischen sieben und acht Jahren erreicht ist. Kinder haben also bereits die gleichen Fähigkeiten, die Menschen haben müssen, wenn sie berufstätig sind. Man kann das daran sehen, dass viele Erwachsene die Urlaubsreisen von ihren Kindern buchen lassen oder Software-Updates von den Kindern für die Eltern gemacht werden, die Eltern von den Kindern lernen müssen. Man hat ja im Fall von „Sasser“ festgestellt, dass es durchaus möglich ist,

auf dem Land zu leben und das FBI zum Wahnsinn zu treiben. Das war eine kriminelle Handlung. Aber sie zeigt, dass Kinder und Jugendliche in der Lage sind, dieses Medium als Abenteuerspielplatz zu begreifen. Das bedeutet auch das Auflösen von Stadt-Land-Gefälle.

Haben Sie sich in Ihrer Studie mit Kindern oder Jugendlichen beschäftigt?

Wir haben uns mit Kindern und Jugendlichen beschäftigt. Es ist aber wichtig zu sehen, dass die eigentliche Kindheit bereits geschrumpft ist und professionalisiert wird. Kinder werden zu Jugendlichen gemacht, Jugendliche zu Erwachsenen. Das hängt einerseits damit zusammen, dass die Pubertät viel früher anfängt, bei Mädchen früher als bei Jungen. Andererseits wird aber die Sehnsucht nach Anerkennung in der Erwachsenenwelt vor allem über Erotik definiert. Jugendliche Mädchen sind schon vor der Pubertät am eigenen Körper interessiert und daran, „geil“ auszusehen. Das sind Ideen, die früher erst nach der Pubertät aufgekommen sind.

Das hängt sicherlich damit zusammen, dass Ästhetik ein ganz großer gesellschaftlicher Wert geworden ist. Man kann eine Studie von Allensbach zu Hilfe ziehen, die festgestellt hat, dass Selbstachtung früher ein sehr wichtiger Wert war, um die eigene Person zu definieren, und dass heute Fremdanerkennung diesen Wert verdrängt hat. Die Feedback-Schleife über andere gibt mir die Sicherheit, dass ich so bin, wie ich sein möchte. Das war – ich kann das jetzt nur von mir sagen – früher anders. Man hat sich einer Idee untergeordnet, die das große Ganze, das Entscheidende war. Heute ist das eigene Ich das Wichtige, der eigene Bauchnabel wird zum Mittelpunkt der Welt. Wenn ich Bewunderung für ein schönes Piercing bekomme, ist mir das wichtiger als das, was morgen passiert.

Wie haben Sie das alles herausgefunden?

Trendforschung ist eine relativ pragmatische Alltagsbeschreibung. Wir arbeiten einerseits mit Fokusgruppen, indem wir Workshops durchführen, andererseits nutzen wir Studien aus Deutschland und den USA und

vergleichen diese. Wir nutzen natürlich auch die Medienöffentlichkeit, um zu beobachten, was über Kinder und Jugendliche geschrieben und gezeigt wird. Die Fragestellung in der Trendforschung ist anders als in der Marktforschung: Wir versuchen, Antworten auf Fragen zu bekommen, die wir noch gar nicht wissen. Das heißt, wir gehen in ein Feld hinein, und während der Beobachtung entstehen die Fragen. Deshalb ist die Trendforschung auch so interessant. Wenn man – wie in der Marktforschung – mit bestimmten Fragen an einen Untersuchungsgegenstand herangeht, kann es sein, dass die Fragen zu eng sind. Ein Beispiel ist die Typologie der Wünsche, eine große Grundlagenforschung von allen Verlagen und Sendern. Dort wurden auch Farbpräferenzen abgefragt. Sie werden aber die Farbe Silber nicht finden, weil die damals unter grau subsumiert wurde. Aber wenn Sie sich anschauen, dass auf dem Automarkt 44 Prozent der Neufahrzeuge die Farbe Silber besitzen, merken Sie, wie fehlerhaft das Ganze ist.

Was haben Sie über die Moral erfahren?

Uns hat die Diskussion um die erwähnte „neue Ernsthaftigkeit“ und die „Abkehr von der Spaßgesellschaft“ herausgefordert. Das Neue ist nämlich die Art von Selbstverpflichtung, da Netzwerke nur durch gewisse Standards funktionieren.

Die Moral ist pragmatischer geworden: Wenn man etwas voneinander will, ist es sinnvoll, nett miteinander umzugehen. Diejenigen, die keine SMS beantworten oder nicht ans Telefon gehen, werden einfach aus der Kommunikation ausgeschlossen. Wenn man davon ausgeht, dass wir uns in einem Netzwerk nicht einfach einordnen können, sondern Strukturen erst einmal aufbauen müssen, ist es wichtig, die Feedback-Schleifen aufrechtzuerhalten. Da Anerkennung durch andere so wichtig geworden ist, muss man sich so attraktiv machen, dass die anderen die Beziehung zu mir unterhalten. Ich muss Freundlichkeit und Vertrauen geben, um Vertrauen zu bekommen. Bei den Netzwerkstrukturen gibt es nicht so etwas wie Abbitte, Beichte oder Buße, wenn man quasi eine Sünde begangen hat, indem man moralische Regeln missachtete.

Wenn man sich im Netzwerk falsch verhält, wird man nicht gemahnt, sondern fliegt raus. Und man kann nicht wieder einsteigen.

Wenn man sich Internetkontaktbörsen anschaut, inserieren dort nicht nur die Älteren, die früher über Zeitungsinserate einen neuen Partner gesucht hätten, sondern viele 15-jährige Jugendliche. Sind unsere Kinder nicht mehr fähig, auf dem Schulhof oder auf Partys Freundschaften zu knüpfen?

Die Technologie wird eingesetzt, um persönliche Kränkungen möglichst gering zu halten. Man kann anhand von SMS-Partys belegen, dass die Ablehnung von Leuten, die man toll findet, leichter zu ertragen ist, wenn es eine technische Ablehnung ist, als wenn man einander direkt in die Augen sieht. Deshalb wird diese Distanz-Erotik von Jugendlichen und Erwachsenen gleichermaßen genutzt, um Beziehungen aufzubauen. Aber auch, wenn es ohne das erotische Moment nur um Freundschaft geht, hat das Internet Vorteile. In Börsen wie friendstar.com werden Freundschaften auch nach quantitativen Gesichtspunkten organisiert. Es geht dabei zwar um eine andere Art von Freunden, aber man kann eine große Zahl von ihnen haben. Das Selektieren der Gemeinsamkeiten wird vom Programm übernommen, und die Kontaktpflege braucht weniger Zeit.

Kann man bei virtuellen Beziehungen noch von Vertrauen sprechen?

In gewisser Weise ja. Deshalb kann der Bereich Freundschaft im Netz kommerziell genutzt werden. Zum Beispiel können bei eBay oder Amazon Individuen ihre Empfehlungen abgeben, und es zeigt sich, dass wir diesen Empfehlungen als Freundschaftsempfehlungen vertrauen.

Wir gehen davon aus, dass die „Socialware“, also die Organisation von Beziehungen durch Programme, das erfüllt, was früher Gewerkschaften, Verbände, Pfadfinder geleistet haben. Sie bietet eine Organisationsstruktur an, die man nutzen kann, um sich gut aufgehoben zu fühlen.



Als Erwachsener konnte man davon ausgehen, dass die Kinder bei den Pfadfindern tatsächlich gut aufgehoben waren. Freizeitbeschäftigungen wie Fernsehen oder Internet schreibt man eine Zunahme der Gewalttätigkeit unter Kindern und Jugendlichen zu.

Nicht die Gewalttätigkeit, sondern die Bereitschaft, Gewalt festzustellen oder wahrzunehmen, hat zugenommen. Früher war der Fokus der Berichterstattung nicht auf derartige Übergriffe in Schulen gerichtet. Aber es ist natürlich eine wichtige Frage, wie sich bestimmte Darstellungen in Fernsehen und Internet auf das Sozialverhalten auswirken. Ich bin sehr vorsichtig damit, zu sagen, Gewalttätigkeit liegt an den Darstellungen in den Medien. Der Grund, der mir viel plausibler erscheint, ist, dass das Fernsehen oder auch Videospiele als Babysitter eingesetzt werden und die Eltern sich aus der Betreuung ihrer Kinder zurückgezogen haben. Man weiß, dass früher der soziale Kontakt zwischen den Eltern und Kindern stärker war – auch dadurch, dass die räumliche Nähe selbstverständlicher war. Durch die Entfernung des Arbeitsplatzes, die Flexibilisierung der Arbeitszeit haben die Eltern weniger Zeit. Die Medienzeit nimmt zu, weil die soziale Zeit abgenommen hat. Natürlich ist Langleweiligkeit das Schlimmste, was man als Kind erfahren kann. Wenn die Erwachsenen dem Medienkonsum der Kinder nichts entgegenzusetzen haben, kann das schon zu Exzessen führen.

Ist nicht auch der Straßenverkehr ein Grund, weshalb man die Kinder lieber vor den Fernseher setzt, als sie etwa in Berlin auf der Straße spielen zu lassen?

Ja, auf jeden Fall! Früher war es üblich, dass Kinder ab vier Jahren auf der Straße gespielt haben. Auch in den Städten. Das ist heute nicht mehr möglich. Wir Erwachsenen sind dabei, unser Leben anders zu organisieren. Und das Problem ist, dass wir das oft an der Verwahrlosung der eigenen Kinder festmachen. Wenn die deutschen Kinder Alkohol trinken und böse Filme schauen, ist es leicht zu sagen: „Haltet den Dieb!“ und das Problem auf die Angebote zu projizieren. Aber eigentlich liegt die Wurzel woanders.

Stehlen sich die Eltern aus der Verantwortung, oder sind sie überlastet?

Tatsächlich hat der Druck in der Leistungsgesellschaft stark zugenommen. Die klassische Institution der Ehe hat weniger Bestand, vor allem Frauen mit Kindern müssen durch die Doppelbelastung sehr viel arbeiten. Der Staat zieht sich zurück, das kann man an der Diskussion um die Kindertagesstätten in Berlin sehen. Es gibt niemanden, der einspringt, auch nicht die Firmen. Wir erleben eine große Diskrepanz zwischen dem, was wir wünschen – nämlich geordnete Verhältnisse – und dem, was die Realität ist.

Nicht nur Gewalttätigkeit im Fernsehen, sondern auch die Grenzüberschreitung des Geschmacks ist momentan ein Thema. Sind Formate wie Dschungel-TV Ihrer Meinung nach dazu geeignet, Jugendliche in der Bildung ihrer Moral zu beeinflussen?

Wir begegnen einem sehr einfachen Organisationsprinzip, das in allen Bereichen der Gesellschaft wirkt und im Fernsehen am leichtesten aufzudecken ist. Das ist die Idee des Castings. Das, was früher hinter den Kulissen passiert ist, was die Profis gemacht haben – nämlich das Voting und das Ranking –, ist vor die Kulissen getreten. Die Versportung unserer Gesellschaft hat dazu geführt, dass, sobald das Ergebnis feststeht, ein neues Casting anfängt.

Oft geht die Unterhaltung auf Kosten der schwächeren Teilnehmer...

Schadenfreude ist ein wichtiger Faktor, um Orientierung zu schaffen. Der Fernsehsender macht ein Angebot, und wir unterhalten uns darüber, ob das in Ordnung ist, was gezeigt wird. Der so genannte „Linking Value“ spielt eine große Rolle: Wie viele Leute können sich auf ein Thema einigen, Position dazu beziehen und finden durch die Diskussion rundherum Gleichgesinnte. Big Brother hat alle Medien und gesellschaftlichen Kreise zu Stellungnahmen bewogen. Der Einzelne konnte sich zu den Stellungnahmen verhalten. Er kann solche Formen des Diskurses besser nachvollziehen und verstehen als wir früher, die wir mit vorgeformten Meinungen aufgewachsen sind. Das soll nicht heißen, dass wir heute keine Grenzen mehr brauchen. Man kann nicht ausschließlich auf Verhandlungsmoral setzen, auch sie bedarf einer gewissen Steuerung.

Kommen wir noch einmal zum Thema Netzwerkkinder. Wie unterscheidet sich diese Generation von den 35-Jährigen?

Die 35-Jährigen sind Zyniker und Pessimisten, die festgestellt haben, dass ihre Eltern mit dem Ansatz, die Welt zu verbessern, gescheitert sind und die allgemein nicht in der Lage waren, eigene Vorstellungen dagegengzustellen. Man muss das auch immer mitdenken, wenn man sich mit dem Jugendfernsehen auseinandersetzt. Die Macher der kritisierten Formate, die zum Beispiel auf MTV laufen, sind 35-jährige Zyniker, die ihre unerfüllten Pubertätssträume nachträglich medial ausleben. Aber im Gegensatz zu der Generation X wollen die Netzwerkkinder etwas konstruieren, das nicht zynisch ist und außerdem Bestand hat. Das hängt mit den Möglichkeiten der neuen Technologie zusammen. Menschen, die damit groß werden, bewerkstelligen neue Dinge. Das kann man an dem Madonna-Phänomen sehen, die sich ständig verändern konnte und eigentlich nicht erwachsen werden musste. Die Netzwerkkinder müssen schon sehr früh erwachsen sein und funktionieren, um überhaupt Verbindungen aufnehmen zu können. Dadurch wird auch die Fähigkeit zur sprachlichen Codierung auf einem ganz anderen Niveau gelernt, die Netzwerkkinder sind sprachlich sehr gut.

Was sagen die Netzwerkkinder zur Politik?

Politik ist ein wichtiges Thema, aber Politik ohne Parteien. Man beschäftigt sich zielgerichtet mit bestimmten politischen Ereignissen und sucht projekthafte Lösungen. Der Wechselwähler ist die Norm geworden. Selbstbestimmung wird auch politisch verstanden, man will die politische Macht nicht an Mandatsträger abgeben, die sich anders entscheiden könnten. Wichtig sind konsequente Haltungen, die sich nicht täglich mit dem Klima ändern. Ein gutes Beispiel ist der Papst. Der wird akzeptiert, obwohl er sich sehr konservativ verhält. Die Kirche hingegen wird nicht akzeptiert, weil sie sehr widersprüchlich handelt. Geradlinigkeit und Berechenbarkeit sind wichtig. Das Kennzeichen der Generation ist der Pragmatismus – auch oder gerade, was die Moral betrifft.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.

