

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.