



SPIEL OHNE GRENZEN?

Neue Fernsehformate beschäftigen den Jugendschutz

WAS NUTZT DIE WISSENSCHAFT DEM JUGENDSCHUTZ?

Bei der Beurteilung von Medienwirkungen kommen wir an normativen Grenzen nicht vorbei

In der Physik ist manches einfacher als in den Sozialwissenschaften: Hat man einen Wirkungszusammenhang erst einmal erkannt und dafür eine Formel gefunden, dann ist diese gültig, egal, wie oft man den Versuch wiederholt. Aber schon dann, wenn man beispielsweise komplexe Zusammenhänge wie das Wetter vorhersagen will, stößt man an Grenzen: Kleine, nicht berechenbare Vorgänge können die Großwetterlage so beeinflussen, dass auch der beste Wetterbericht nicht mehr stimmt.

Menschliche Gesellschaften sind besonders komplexe Systeme. Mit Hilfe der Sozialwissenschaften versuchen wir, ihre inneren Zusammenhänge zu erkennen und durch daraus abgeleitete Theorien Prognosen für spätere Entwicklungen herzustellen. In manchen Bereichen gelingt das bereits erstaunlich gut. So ist beispielsweise faszinierend, wie genau Hochrechnungen bei Wahlen aufgrund geringer Auszählungen von Stimmen das Endergebnis vorhersagen können. Aber schon bei Steuerschätzungen oder Prognosen über konjunkturelle Entwicklungen geraten die Experten schnell an ihre Grenzen.

Seit den 70er Jahren bemüht sich der Jugendschutz, die Beeinträchtigung oder Gefährdung von Kindern und Jugendlichen durch mediale Darstellungen insbesondere von Gewalt und Sex mit Hilfe der Medienwirkungsforschung zu erklären und zu belegen. Zahlreiche Theorien aus der Kommunikationswissenschaft oder der Psychologie wurden als Beweis dafür herangezogen, dass es Zusammenhänge zwischen fiktionaler Darstellung von Gewalt und realer Gewalt geben kann. In Analysen von insgesamt über 5.000 Studien und Untersuchungen finden wir zwar keine Beweise, aber viele Hinweise auf einen solchen Zusammenhang.

Auf einer Fachtagung anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens hat die FSF die Frage gestellt, was die Wissenschaft tatsächlich dem Jugendschutz nutzt. Prof. Dr. Jo Groebel, Professor für Psychologie und derzeit Direktor des Europäischen Medieninstituts Düsseldorf/Paris, vertrat zwar nicht die Auffassung, dass es mechanische Wirkungsprozesse gibt, denn dann müsste jeder, der einen bestimmten Film sieht, in etwa gleich darauf reagieren. Doch gibt es seiner Meinung nach ein Wirkungsrisiko, das er vor allem bei solchen Jugendlichen sieht, die Gewalt in ihrem realen Umfeld als Mittel der Konfliktlösung erleben und dasselbe System in Filmen wiederfinden.

Prof. Dr. Dieter Lenzen, Professor für Erziehungswissenschaft und Präsident der FU in Berlin, forderte dagegen dazu auf, kein Geld mehr für Wirkungsuntersuchungen zu verschwenden. Wirkungsprozesse verliefen nicht linear, es gebe keine einfachen Kausalitäten, die relevanten Variablen seien so zahlreich, dass eine Wirkungsprognose nicht möglich sei.

Viele Teilnehmer empfanden Lenzens Vortrag und seine Beiträge in der anschließenden Podiumsdiskussion als ernüchternd oder gar frustrierend. Wer aber genau hinhörte, konnte erkennen, dass Lenzen keineswegs der Meinung ist, der Jugendschutz solle seine Arbeit einstellen. Er hält lediglich den Versuch für verfehlt, Beeinträchtigungen oder Gefährdungen wissenschaftlich absichern zu wollen. Stattdessen fordert er die Selbstkontrolle geradezu auf, nach plausiblen Überlegungen Normen zu setzen und diese immer wieder zu überprüfen.

Prof. Dr. Dieter Dörr, Professor für öffentliches Recht an der Universität Mainz, verwies darauf, dass die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts auch keineswegs vom Jugendschutz verlange, Beweise für bestimmte Wirkungsannahmen vorzulegen, plausible Begründungen würden ausreichen. Solange nicht eindeutig bewiesen sei, dass negative Wirkungen auszuschließen sind, müsse der Jugendschutz von Beeinträchtigungen ausgehen und diese auch in begreiflichen Kriterien umsetzen.

Es wäre schön, wenn die Prüferinnen und Prüfer der FSF in ihrer Spruchpraxis wissenschaftliche Formeln anwenden könnten. Dann wäre ihre Arbeit gegenüber den Sendern, aber auch gegenüber der Öffentlichkeit leichter zu rechtfertigen und zu begründen. Aber die Tagung hat deutlich gemacht: Die Wissenschaft bietet zwar Denkmotive an, doch letztlich müssen die Prüfer die Normen selbst setzen.

Ihr Joachim von Gottberg

Titel *Neue Fernsehformate*

Schafsaugen und Silikonbrüste 18

Neue Fernsehformate fordern den Jugendschutz heraus

Joachim von Gottberg

Vom Hunger nach Kick und Event – 26

Betrachtungen zum Wesen von Reality-TV

Karsten Henning

Tabubrüche... 30

zwischen Freiheit und Verantwortung

Bernd Merz

Zwischen Mitleid und Schadenfreude! 34

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* und ihre jugendlichen Zuschauer

Prof. Dr. Lothar Mikos

Krabbeltiere, Kudu-Köttel und 44

versteckte Kameras –

Der Umgang mit Ekel, Angst und Schadenfreude in der Spruchpraxis der FSF

Claudia Mikat

Die Lust auf Skurriles 50

Sensationen und ihre Nachfrage in den Medien

Prof. Dr. Uwe Sander

Sakralisierung der Medien oder: 56

Können Medien Werte vermitteln?

Prof. Dr. Jo Reichertz

Thema *Interview*

Die pragmatische Ethik der 60

Netzwerkinder
Digitalisierung verändert die Wirtschaft, aber auch die Moral

Gespräch mit

Prof. Dr. Peter Wippermann

Editorial

Joachim von Gottberg 1

Thema *Europa*

Jugendmedienschutz zwischen 4

professionellen Prüfkriterien und

öffentlicher Meinung

Magdalena Kladzinski

Jugendmedienschutz in Europa 8

Filmfreigaben im Vergleich

Thema *Serie*

„Die ganze Richtung paßt uns nicht“ 10

Biographische Bruchstücke zu einer Geschichte der Medizensur in Deutschland, Teil 12

Prof. em. Ernst Zeitter

Thema	<i>Gerichtsshows</i>		
	Gerichtsshows zwischen Authentizität und Fiktion	68	
	Die Analyse eines hybriden Genres und seiner Nutzung durch Gerichtsshow-Fans		
	<i>Sabrina Schäfer</i>		
Thema	<i>Medienkompetenz</i>		
	Werbemacher fördern Werbekompetenz	72	
	<i>Birgit Guth und Silke Knabenschuh</i>		
	„WHAT EVER HAPPENED TO BABY's Brain?“	76	
	Trends und Perspektiven des Kleinkinderfernsehens		
	<i>Beatrix Fischer</i>		
Service	<i>Literatur</i>		
	Literaturbesprechungen	80	
Service	<i>Rechtsreport</i>		
	Entscheidungen	89	
	EuGH, Urteil vom 23.10.2003 – Rs. C-245/01		
	Buchbesprechungen	94	
	Sven-Uwe Neumaier:		
	Grenzüberschreitender Rundfunk im internationalen Urheberrecht. Unter besonderer Berücksichtigung des Staatsvertragsrechts		
	<i>Prof. Dr. Christian Berger, Leipzig</i>		
	Marc Heinkelein:	95	
	Der Schutz der Urheber von Fernsehshows und Fernsehshowformaten		
	<i>Prof. Dr. Christian Berger, Leipzig</i>		
	Michael Kloepfer	96	
	(unter Mitarbeit von Andreas Neun):		
	Informationsrecht		
	<i>Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig</i>		
	Jürgen Becker/Martin Gebrande (Hrsg.):	97	
	Der Rundfunkstaatsvertrag als föderales Instrument der Regulierung und Gestaltung des Rundfunks. Symposium für Wolf-Dieter Ring zum 60. Geburtstag		
	<i>Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig</i>		
	Service		
	Info		
	Ins Netz gegangen:	98	
	www.mediaculture-online.de/		
	<i>Dr. Olaf Selg</i>		
	„Kein Mülleimer für Geschmacksfragen“	100	
	Zehn Jahre FSF: Glückwünsche und Kritik zum Jubiläum. Ein Tagungsbericht		
	<i>Tilmann P. Gangloff</i>		
	Der Nachkriegsfilm Irgendwo in Europa und ein Filmkanon für Kinder	106	
	Eine Diskussion auf dem Kinderfilmfest München 2004		
	<i>Klaus-Dieter Felsmann</i>		
	Materialien	108	
	Chronik	110	
	Das letzte Wort	112	
	Impressum, Abbildungsnachweis		

Magdalena Kladzinski

JUGENDMEDIENSCHUTZ

zwischen professionellen Prüfkriterien und öffentlicher Meinung

Was Kindern und Jugendlichen im Fernsehen zu bestimmten Sendezeiten gezeigt werden darf (und dann tatsächlich auch gezeigt wird), hängt einerseits von der öffentlichen Meinung ab, andererseits aber von den Prüfentscheidungen professioneller Kontrollinstanzen. Häufig kommt es zu Diskrepanzen zwischen Experten der Prüforganisationen und Vertretern der öffentlichen Meinung, die etwa unterschiedliche Auffassungen in der Frage vertreten, welche gewalthaltigen Medienprodukte für welches Alter als jugendgefährdend einzustufen sind.

Es ist aber nicht nur die Diskussion um eine angemessene Altersfreigabe, die öffentliche Debatten um „Jugendmedienschutz“ und „Gewaltdarstellung in den Medien“ anstößt. Eine vermeintlich zu frühe Ausstrahlung von Gewaltfilmen, fragwürdige Showformate, Gewalttaten von Jugendlichen, die irgendwie mit „Gewaltdarstellung in den Medien“ in Zusammenhang gebracht werden können, als auch Veröffentlichungen von Studien zur Rezeption und Wirkung von Medienprodukten auf Kinder und Jugendliche werden in der Presse kolportiert und lassen häufig Stimmen nach mehr und strengere Jugendchutz laut werden.¹

Mehr Jugendmedienschutz?

Im Spiegel der Medien werden Positionen, Argumente und Gesetzesvorschläge von Politikern, Wissenschaftlern, Vertretern verschiedener Institutionen und prominenten Persönlichkeiten zum Ausdruck gebracht, die dazu Stellung nehmen, warum und wie man das Jugendmedienschutzgesetz eigentlich interpretieren müsste. Nach dem Amoklauf von Erfurt gab es z. B. eine große öffentliche Debatte, die die Novellierung des gesetzlichen Jugendmedienschutzes und die Ratifizierung des neuen Jugendmedienschutzstaatsvertrags der Länder beschleunigt hat. Zur Untermauerung der Position für mehr Jugendmedienschutz wurde im öffentlichen Dis-

Anmerkungen:

¹ In diesem Beitrag wird auf den Pressespiegel der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) Bezug genommen, der mehrmals jährlich zusammengestellt wird, um den Mitgliedern der FSF einen Überblick über die öffentliche Meinung zum „Jugendmedienschutz“ zu verschaffen.

kurs wiederholt auf die Gewalttat von Erfurt Bezug genommen, um zu demonstrieren, dass der Konsum gewalthaltiger Medien gewalttätig mache. Ein Zusammenhang zwischen Mediengewalt und Amoklauf wurde dabei unterstellt, ohne dass er im Einzelnen nachgewiesen werden konnte. In einer Denkschrift zum Jahrestag der Erfurter Gewalttat stellt z. B. der Deutsche Lehrerverband fest, „[...] an der Gewaltdarstellung in den Medien habe sich nichts geändert. In Videos, Computerspielen und im Fernsehen seien Schüler nach wie vor Gewalt ausgesetzt, deren Wirkung unterschätzt werde“ (*Lehrer beklagen Gewalt in den Medien*, F.A.Z., 24. April 2003). Außerdem, so die Lehrer, wirke sich die mediale Gewalt „oft erst viel später“ aus, deshalb seien „Zurückhaltung und auch Verbote bei der Darstellung von Gewaltszenen in den Medien“ unerlässlich.

Für mehr Jugendschutz spreche die Auffassung, dass die Rezeption von gewalthaltigen Inhalten eine verstörende und verängstigende Wirkung auf die Kinder habe (vgl. Pfeiffer 2003). Die moderne Hirnforschung komme zu dem Ergebnis, so der Kriminologe Prof. Dr. Christian Pfeiffer in seinem Beitrag, dass Kinder Bilder von filmischen Gewaltexzessen weit intensiver speicherten als Erwachsene, weil ihr Gehirn für emotional hoch besetzte Informationen äußerst aufnahmebereit sei. Es sei auch eine Verschlechterung der schulischen Leistungen durch die Rezeption von Gewaltdarstellungen zu verzeichnen, da die zunächst nur im Kurzzeitgedächtnis gespeicherten Informationen des Schulunterrichts weitestgehend verblissen würden, wenn gewalthaltige Filme nach der Schule die volle Aufmerksamkeit des Jugendlichen in Anspruch nähmen. Der Konsum schockierender Bilder vor dem Einschlafen habe außerdem einen negativen Einfluss auf den Aufbau des Langzeitgedächtnisses, da laut Hirnforschung der Lernprozess im Tiefschlaf fortgesetzt werde.²

Wie die Ergebnisse aus dem Projekt *Medienkompetenz und Jugendschutz – Kinder und Jugendliche beurteilen die Wirkung von Kinofilmen* (2003) des Ministeriums für Bildung, Frauen und Jugend Rheinland-Pfalz, der FSK und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) zeigen, urteilen Kinder und Jugendliche bei der Altersfreigabe interessanterweise tendenziell sogar strenger als die FSF oder FSK. Die meisten Jugendlichen bezeichnen die Jugendschutzbestimmungen als sehr wichtig und würden sich und ihren Altersgenossen weniger Gewalt zumuten als die professionellen Institutionen. So kam z. B. eine Gruppe 16-jähriger Gymnasiasten mehrheitlich zu der Einschätzung, dass für den Gruselfilm *Sleepy Hollow* eine Altersfreigabe ab 16 Jahren angemessen sei³ (vgl. Wille 2003). Mit der Zitation solcher Studien wird den Kontrollinstanzen indirekt vorgeworfen, dass sie den Jugendlichen zu viel Gewalt zumuten.

Im öffentlichen Diskurs um Mediengewalt stoßen die Positionen und Argumente für mehr Jugendmedienschutz jedoch auch auf Kritik und Gegenargumente: Man könne Heranwachsende nicht mit Regeln und Verboten schützen, sondern müsse sie auf eine adäquate Mediennutzung vorbereiten, z. B. durch die Vermittlung von Medienkompetenz (vgl. Stegmann 2003). Für diesen Zweck sind viele Initiativen („Gewalt ist keine Lösung“, „Schau hin“, „Flimmo“ etc.) ins Leben gerufen worden, die sich mit der Vermittlung von Medienkompetenz an Lehrer, Eltern und Kinder beschäftigen.

Inzwischen sei auch wissenschaftlich unumstritten, dass es keinen einfachen Kausalzusammenhang zwischen Ursache und Wirkung von Medien gebe, wie oft pauschal behauptet werde, und dass Medien allein Jugendliche nicht aggressiv machten und sie zur Gewaltausübung veranlassten. Mediengewalt werde zwar als Wirkungsrisiko gesehen, aber stets u. a. in Beziehung zu dem sozialen Umfeld des Mediennutzers gebracht: „Gewaltfördernde Medienwirkung scheint dann wahrscheinlich zu sein, wenn dieser Medienkonsum in eine wenig unterstützende Familienstruktur eingebettet ist“ (Bundeskriminalamt 2003). Wie die Ergebnisse der BKA-Studie zu Jugendgewalt zeigen, gibt es ein breites Spektrum von Risikofaktoren (Familie, Schule, Freizeitgestaltung), die aggressives Verhalten bei den Jugendlichen begünstigen können. Der Konsum gewalthaltiger Video-, Kino- und Fernsehfilme könne aber, wie Wissenschaftler behaupten, eine verstärkende Wirkung auf kognitive Schemata bereits gewaltbereiter Jugendlicher haben.

Professionelle Prüfkriterien der FSF versus öffentliche Meinung

Ziel der professionellen Prüfung ist es, Kinder und Jugendliche vor Fernsehprogrammen zu schützen, die die Entwicklung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen können und die im Widerspruch zu gesellschaftlichen Wertvorstellungen hinsichtlich der Themen Gewalt und Sexualität stehen.⁴ Nach dem Jugendschutzgesetz unterliegen Filme, die von der FSK ab 12 Jahren freigegeben worden sind, grundsätzlich keinerlei Sendezeitbeschränkungen. Allerdings „ist bei der Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung zu tragen“ (JMStV § 5 Absatz 4).

Vergleicht man die Prüfkriterien der FSF mit den Argumenten für und gegen eine Verstärkung des Jugendmedienschutzes, die im öffentlichen Diskurs verhandelt werden, lässt sich feststellen, dass die FSF das Thema Jugendmedienschutz weitaus differenzierter behandelt als dies die öffentliche Meinung tut. Während sich die von der FSF angenommene Wirkung gewalthaltiger und Angst erregender Filme auf ein bestimmtes Entwick-

2 Unter den Hirn- und Schlafforschern gilt als unumstritten, dass der Schlaf wichtig für das Gedächtnis sei und dass der Lernvorgang im Schlaf in einem zweistufigen Prozess erfolge – sowohl im Tiefschlaf als auch in der von schnellen Augenbewegungen gekennzeichneten so genannten REM-Phase (Rapid-Eye-Movement) (vgl. Schulte 2000). Welche Mechanismen aber genau die Gedächtnisbildung im Schlaf fördern, sei bis dato jedoch nicht exakt identifiziert worden.

3 Der Film hatte zunächst eine 12er-Freigabe erhalten und wurde erst im Appellationsverfahren ab 16 Jahren freigegeben.

4 Vgl. Prüfungsordnungen von FSF und FSK.

lungsalter des Rezipienten bezieht, wird in der öffentlichen Diskussion pauschalisiert und altersspezifisch nicht aufgeschlüsselt. Filme mit beispielsweise langen Angst einflößenden Episoden gelten für Kinder unter 8 Jahren als gänzlich ungeeignet, weil Kinder dieser Altersgruppe noch nicht ausreichend zwischen Realität und Fiktion unterscheiden können, die 12-Jährigen hingegen sind durchaus in der Lage, dramaturgische Zusammenhänge nachzuvollziehen und die Fiktionalität der Handlung zu erkennen.

Nach Auffassung der FSF ist es für Kinder sehr wichtig, im Laufe ihrer Entwicklung zu lernen, den produktiven Sinn von Ängsten zu verstehen, sie auszuhalten und schließlich konstruktiv zu überwinden. Würden während eines Films Ängste gezeigt, die den Helden erfolgreich leiten, könne dies für die Kinder im Hinblick auf den Umgang mit realen Ängsten sehr lehrreich sein. Die FSF verweist aber gleichzeitig darauf, dass die Altersangaben von einer durchschnittlichen Entwicklung ausgehen und dass die Verarbeitungsfähigkeit eines einzelnen Kindes von individuellen Faktoren abhängt. Laut FSF liegt die Verantwortung letztlich in den Händen der Eltern, die Verarbeitungsfähigkeiten ihres Kindes angemessen einzuschätzen. Im öffentlichen Diskurs wird fast ausschließlich auf die Gefahr solcher Szenen hingewiesen: „Wenn Kinder vielen Gewaltprogrammen im Fernsehen ausgesetzt sind, werden sie mit höherer Wahrscheinlichkeit zu aggressiven Erwachsenen. Zu diesem Schluss kommt eine Langzeitstudie der Universität Michigan“ (*Gewalt im Fernsehen beeinflusst Mädchen wie Jungen*. In: Die Welt, 11. März 2003). Es verwundert also nicht, dass sich die öffentliche Meinung häufiger für ein Verbot ausspricht, als auf die Kompetenz der Kinder und ihrer Eltern zu vertrauen.

Trotz Differenzen zwischen professionellen Prüfkriterien der FSF und den in der öffentlichen Diskussion vorherrschenden Kriterien zum Jugendmedienschutz ist man sich jedoch in einem Punkt einig: Gewalt, die verherrlicht und als Mittel zur Konfliktlösung oder nur aus Sensationsgier gezeigt wird, kann das Wohl der Kinder beeinträchtigen.

Eine Suche nach Kompromissen?

Einer Prüfentscheidung der FSF zu einem Programm, das Proteste in der Öffentlichkeit auslöst, steht nie die ganze öffentliche Meinung entgegen, sondern immer nur Teile von ihr. Generell kann man aber davon ausgehen, dass sich diejenigen Teile der öffentlichen Meinung, die sich gegen die Entscheidungen der FSF richten, für eine stärkere Zensur aussprechen und die Entscheidung

gen der FSF für zu liberal halten. Ihren Protesten liegt die Einschätzung zugrunde, dass die Jugend nur durch Verbote zu schützen sei. Diese Einschätzung wurde nicht zuletzt durch Maßnahmen unterstützt, die Bundeskanzler Gerhard Schröder nach dem Amoklauf von Erfurt getroffen hat. Als Reaktion hatte er den Runden Tisch „Medien gegen Gewalt“ ins Leben gerufen und somit die Gewalttat „von höchster Stelle aus“ mit den Medien in einen Kausalzusammenhang gebracht.

Der Anteil der öffentlichen Meinung, der sich für mehr Verbote ausspricht, ist nicht konstant, sondern als Momentaufnahme der aktuell herrschenden Tendenz in der Öffentlichkeit zu verstehen. Es ist anzunehmen, dass dieser Anteil durch reale Gewaltereignisse, in die Kin-

» Gewalt, die verherrlicht und als Mittel zur Konfliktlösung oder nur aus Sensationsgier gezeigt wird, kann das Wohl der Kinder beeinträchtigen. «

der und Jugendliche verwickelt sind, in die Höhe getrieben wird. Im Extremfall können sich im öffentlichen Diskurs deshalb Produzenten gewalthaltiger Medienprodukte mit ihrem künstlerischen Anspruch und besorgte Mütter kleiner Kinder gegenüberstehen. So wurde z. B. in der öffentlichen Veranstaltung „Die Masken des Bösen in den Medien“ der Autor eines Splatterromans mit der harschen Kritik von mehreren Müttern an den im Fernsehen gezeigten Gewaltdarstellungen konfrontiert, die für die Gewalt unter Kindern verantwortlich seien.⁵ Darin zeigt sich der demokratische Grundkonflikt: Es muss ein Kompromiss zwischen der Freiheit der Kunst und dem Interesse am Schutz der Jugend gefunden werden. Dieser ist in anderen Ländern wie z. B. in Frankreich durchaus etwas anders gewichtet als in Deutschland (vgl. Crans/Gottberg 2000).

Da die Kriterien der FSF manchmal liberaler wirken als die der öffentlichen Meinung, kollidieren die Entscheidungen der FSF hin und wieder mit Teilen der Öffentlichkeit. FSF-Prüfer müssen davon ausgehen, dass eine zu liberale Entscheidung Proteste hervorrufen kann und dass in ihren Entscheidungsprozessen neben der vermuteten öffentlichen Meinung aber auch ihre persönliche künstlerische Beurteilung eines Medienprodukts eine Rolle spielt. So kann z. B. eine bestimmte Szene aus jugendschützerischer Sicht als szenisches Highlight erscheinen, aber dennoch einer Schnittauflage zum Opfer fallen, weil nur so ein Kompromiss zwischen den darstellerischen Absichten eines Regisseurs und einem erwarteten Protest in der Öffentlichkeit herzustellen ist. Das Resultat besteht allerdings aus mehr oder weniger veränderten und damit Teilen ihrer expliziten Botschaft beraubten Medienprodukten.

5

„Dass die Trennung von wirklicher und ästhetisch dargestellter Gewalt nach wie vor keine Selbstverständlichkeit ist, zeigte der fast panische Zwischenruf einer ZuhörerIn, die das zu Recht beklagte ‚Trauerspiel‘ der Wirklichkeit auf die inflationäre Gewalt in den Medien zurückführte“. Siehe: Frankfurter Rundschau, 22. November 2002, S. 30.

Die Relativierung der FSF-Prüfkriterien am öffentlichen Diskurs könnte in diesem Sinne einen hilfreichen Kompromiss darstellen, der je nach Film und Tendenz der öffentlichen Meinung zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt in jedem neuen Fall neu austariert werden müsste. In verschiedenen historischen Zeiträumen bestehen nämlich auch bei Prüfern und Öffentlichkeit unterschiedliche Einschätzungen darüber, was als gefährlich oder harmlos zu gelten hat.

So gesehen könnte der FSF jedoch eine erweiterte Funktion als die nach dem Verständnis des traditionellen Jugendschutzes zugeschrieben werden: Sie wäre nicht mehr nur eine professionelle Jugendmedienschutzorganisation mit mehr oder weniger wissenschaftlich umstrittenen Kriterien, sondern auch eine Art „Seismograph“, der die aktuelle Tendenz der öffentlichen Meinung zu gewalthaltigen Medienprodukten zwischen pädagogischer Besorgnis und Interesse an kultureller Produktion widerspiegelt. Prüfkriterien und eine Prüfungsordnung, die in ihren differenzierten Anleitungen und abgestuften Verfahren mit mehreren Instanzen Stabilität und Kontinuität sichern helfen sollen angesichts der „Erschütterungen“ im „Zusammenprall“ von Medienprodukten, Jugend und Öffentlichkeit, geben zwar den Rahmen ab, in dem Prüfer diese Medienprodukte wahrnehmen und beurteilen sollten. Sie können aber nicht die persönliche „Erschütterung“ des einzelnen Prüfers neutralisieren, der aus dem Kontext seiner subjektiven Mediensozialisation heraus in den Prüfungsdiskurs einsteigt. Die Entscheidungen wären dann nicht ausschließlich professionelle Entscheidungen (streng genommen könnte das Vorab-Votum eines einzelnen Prüfers sogar vielleicht gegen einzelne FSF-

Zu der deutschen Variante, Jugendliche mittels professioneller Pädagogik gegen schädigende Einflüsse zu immunisieren, hat das europäische Ausland Alternativen parat, die in einem vielleicht etwas anderen Generationenverhältnis begründet sind: Entweder man traut Kindern und Jugendlichen mehr Selbstverantwortung zu – man geht eben davon aus, dass sie an „gefährlichem Material“ lebensstüchtig werden – oder man hält die Er-

» Die Relativierung der FSF-Prüfkriterien am öffentlichen Diskurs könnte [...] einen hilfreichen Kompromiss darstellen, der je nach Film und Tendenz der öffentlichen Meinung zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt [...] neu austariert werden müsste. «

ziehungsverantwortlichen für in der Lage, die Spitzen gefährdender Medieninhalte durch Gespräche oder andere Formen der Begegnung mit ihren Schutzbefohlenen abfangen zu können. Der zukünftige europäische Diskurs wird zeigen, welche Anschauungen sich durchsetzen.

Im Hinblick auf einen gemeinsamen europäischen Jugendmedienschutz und eine dadurch entstehende neue Form einer demokratischen Öffentlichkeit wird man in Deutschland darüber nachdenken müssen, ob der professionelle Jugendschutz nicht vielleicht noch stärker an die Vorstellungen eines gesellschaftlichen Diskurses gebunden werden sollte, als es bisher der Fall war, und inwieweit sich professioneller Jugendschutz an die verschiedenen Teile einer dann um ein Vielfaches erweiterten Öffentlichkeit vermitteln kann. Dazu würde aber ein Überdenken der gesellschaftlichen Funktion „Prüfer“ gehören, die über ein enges, allein am Jugendschutz orientiertes Verständnis hinausgeht.

» Es muss ein Kompromiss zwischen der Freiheit der Kunst und dem Interesse am Schutz der Jugend gefunden werden. «

Prüfgrundsätze verstoßen), sondern im Prüfungsdiskurs ein Abbild eines gesellschaftlichen Kompromisses zwischen Befürwortern und Gegnern von für jugendgefährdend gehaltenen Inhalten in Film- und Fernsehproduktionen.

Eine andere Möglichkeit, einen Kompromiss zwischen professionellen Prüfkriterien und öffentlicher Meinung zu finden, könnte aber auch darin bestehen, dass man die Kompetenz der jugendlichen Mediennutzer (und ihrer Eltern) zu erhöhen versucht, damit sie den möglichen Gefährdungen, die von filmischem Material ausgehen, besser widerstehen können. Dazu zählt vor allem das, was – wie diffus auch immer – unter Medienkompetenz verstanden wird.

Literatur:

Bundeskriminalamt (Hrsg.):

Aggression und Delinquenz unter Jugendlichen. Untersuchungen von kognitiven und sozialen Bedingungen. 2003, URL: <http://www.bka.de/kriminalwissenschaften/projektinfo/projektinfo02.pdf> (6. Juni 2004).

Crans, C./Gottberg, J. v.: *Pragmatischer Druck gegen kulturellen Widerstand – Unterschiedliche Traditionen und der Weg zu einheitlichen Jugendschutzkriterien.* In: C. Büttner/C. Crans/J. v. Gottberg/V. Metz-Mangold (Hrsg.): *Jugendmedienschutz in Europa.* Gießen 2000, S. 34–56.

Stegmann, T.:

Medienkompetenz statt vorgekaufter Ratgeberkost. In: *Die Rheinpfalz*, 25. Februar 2003.

Pfeiffer, C.:

Bunt flimmert das Verderben. In: *Die Zeit*, 18. September 2003.

Schulte, S.:

Probleme lösen im Traum. In: *Südwestpresse*, 1. August 2000, URL: <http://www.psychologie.de/newsticker/artikel.php?nummer=3725> (24. Juni 2004).

Wille, J.:

Viele Jugendliche finden Gewaltszenen keineswegs märchenhaft. In: *Frankfurter Rundschau*, 8. Februar 2003.

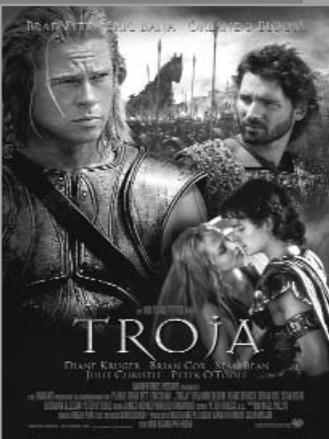
Magdalena Kladzinski hat an der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) Kulturwissenschaften studiert und ist Mitarbeiterin der Hessischen Stiftung Friedens- und Konfliktforschung (HSFK).

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. Die einzelnen Titel sind entnommen aus der Top 30 in Deutschland (Quelle: *Blickpunkt Film*, Heft 26/04; die Reihenfolge entspricht nicht der Top-30-Rangfolge).

1



2



3



4



7



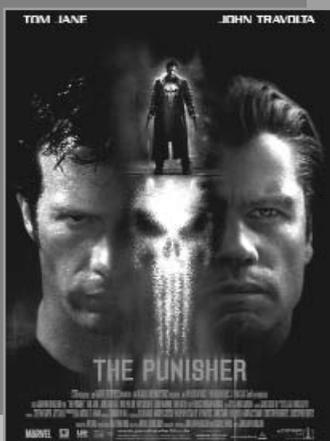
8



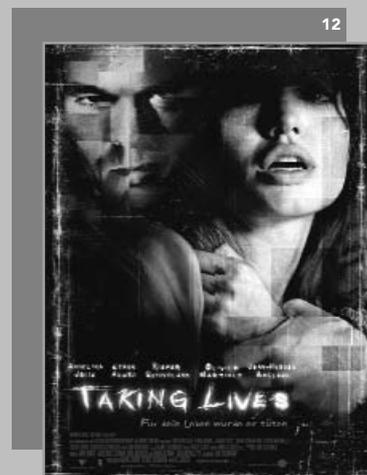
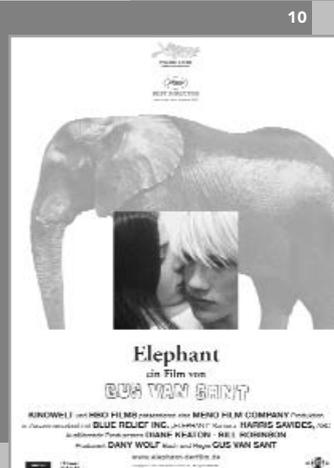
9



	Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1.	Troja (OT: Troy)	12 g.F.	16	12	15	o.A.	15	15
2.	Van Helsing (OT: Van Helsing)	12	12	12	12A	o.A.	11	11
3.	The Day After Tomorrow (OT: The Day After Tomorrow)	12	12	10	12A	o.A.	11	11
4.	Kill Bill Vol. 2 (OT: Kill Bill: Vol. 2)	16	16	16*	18	12	15	15
5.	The Punisher (OT: The Punisher)	18 g.F.	16	16*	18	16	—	15
6.	Das geheime Fenster (OT: Secret Window)	16	12	16*	12A	o.A.	15	15
7.	Harry Potter und der Gefangene von Askaban (OT: Harry Potter And The Prisoner Of Azkaban)	12	9	6	P.G.	o.A.	11	11
8.	Vergiss mein nicht! (OT: Eternal Sunshine Of A Spotless Mind)	12	o.A.	10	15	—	11	11
9.	Das Urteil – Jeder ist käuflich (OT: Runaway Jury)	12	12	12	12A	o.A.	11	11
10.	Elephant (OT: Elephant)	12	12	16*	15	12	15	15
11.	Das große Rennen von Belleville (OT: Les Triplettes De Belleville)	6	o.A.	10	12A	o.A.	7	o.A.
12.	Taking Lives – Für Dein Leben würde er töten (OT: Taking Lives)	16	16	16*	15	12	—	15



o.A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied/mit erwachsener Begleitung
 P.G. = Parental Guidance/in Begleitung der Eltern
 * = Film noch nicht geprüft, daher höchste Einstufung
 g.F. = geschnittene Fassung



Ernst Zeitter

„Die ganze Richtung

Biographische Bruchstücke zu einer Geschichte der Medienzensur

Die Familie Mann

2. Heinrich und Thomas Mann*



Am 9. November 1918 gehen nicht nur in Berlin die Menschen auf die Straße. Ihre Demonstrationen zwingen Kaiser Wilhelm II. zur Abdankung.

Der Untertan

Am 9. November 1918 greift nach einem Aufstand der Matrosen der Reichsmarine in Kiel die Revolution schnell auf die deutschen Großstädte über. Sie erreicht noch am selben Tag Berlin. Am 10. November begibt sich Kaiser Wilhelm II. auf holländisches Staatsgebiet. Am 11. November beendet ein Waffenstillstand die Kampfhandlungen vor allem auf den Staatsgebieten von Frankreich und Belgien. Im Dezember 1918 kommt es in Berlin zum ersten Mal zum Einsatz von Kampftruppen des „alten“ Heeres zum Schutz der jungen Republik. Die Zensur in Deutschland wird aufgehoben.

Nun kann eine reguläre Buchausgabe des *Untertan* erscheinen. Innerhalb von sechs Wochen werden 10.000 Exemplare verkauft. Der Schriftsteller Heinrich Mann ist mit einem Male prominent. Die Konservativen werfen ihm „Hass“ und „Häme“ vor. In seiner Post finden sich Morddrohungen. Der Schriftsteller Kurt Tucholsky hatte „dem alten Heinrich Mann, keine starke Zeile mehr zugetraut“. Nun nennt er in der „Weltbühne“ den *Untertan* den „Anatomieatlas des Reiches“ (Jasper 1992, S. 179). Der Schriftsteller Arthur Schnitzler allerdings notiert über das Werk seines Freundes: „Außerordentlich – doch mehr caricaturistisch im Detail als satirisch im Großen. Dazu viel Haß und Einseitigkeit“ (Reich-Ranicki 1996, S. 128).

Die neue Republik, die aus dem Umsturz in Deutschland entstanden war und nach ihrem aus Sicherheitsgründen gewählten mitteldeutschen Entstehungsort die „Weimarer Republik“ genannt wurde, war, das wusste Heinrich Mann, „ein Zufallsgeschenk der Niederlage. Sie zeigte in keiner Phase ihrer kurzen und unglücklichen Entwicklung, daß das Bürgertum in seinen Massen einen neuen verantwortungsbewußten und selbstbewußten Geist erziehen wird“, wie das Max Weber in einem Artikel der

* Der zweite Teil des Beitrags über die Familie Mann beginnt im November 1918. Nach Ende des Ersten Weltkriegs erscheint der schon 1914 fertig gestellte Roman *Der Untertan* von Heinrich Mann.

paßt uns nicht“

in Deutschland

TEIL 12

„Frankfurter Zeitung‘ – allerdings bereits mit einem Fragezeichen versehen – erhoffte“ (Ringel 2000, S. 220).

Heinrich Mann verteidigte die junge Demokratie: „Demokratie ist die Bestätigung aller Begriffe, die wahrhaft menschlich machen. Sie ist der Wille der Mehrheit, der Völkerfriede, Freiheit im Innern, Ausgleich des Besitzes – und ist es in dieser Folge“ (ebd., S. 223).

Heinrich Manns *Untertan* war eine Sensation auf dem deutschen Büchermarkt. Im Trubel der Reaktionen fehlte allerdings eine Stimme: die Antwort des Bruders. Thomas Mann schwieg. Seit einer erbitterten Auseinandersetzung zu Beginn des Ersten Weltkriegs sprachen die Brüder nicht mehr miteinander. Heinrich hatte in einem Essay über Émile Zola, in dem er über Zola und den französischen Kaiser Napoleon III. sprach, verschlüsselt Kaiser Wilhelm II. und das Krieg führende deutsche Kaiserreich angegriffen. Den Kernsatz der Streitschrift hatten die Zeitgenossen mit Recht als politische Prophetie empfunden: „Ihr seid besiegt schon vor der Niederlage“ (Reich-Ranicki 1996, S. 171).

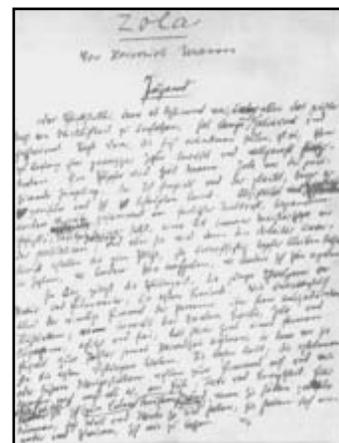
Im Berlin der Weimarer Republik galt Heinrich Mann – stellt der Neffe Golo Mann als Historiker später einmal fest – als politisches Orakel: „Was er nicht war, oder doch nur einmal und da mit großartigem Klarblick“ (ebd., S. 171). Thomas Mann hatte, wie so mancher seiner Zeitgenossen, in wohlgesetzten Worten Partei für die deutschen Waffen ergriffen. Den Kernsatz der Streitschrift Heinrichs empfand er als tödliche Kränkung: „Sache derer, die früh vertrocknen sollen, ist es, schon zu Anfang ihrer zwanzig Jahre bewußt und weltgerecht hinzutreten“ (ebd., S. 172). Wie, fragte Heinrich Mann, „wenn man ihnen sagte, daß sie ‚das Äußerste von Lüge und Schändlichkeit eigen-

händig mit herbeigeführt‘ hätten? Da sie sich ja ‚immer in feiner Weise zweifelnd verhielten gegen so grobe Begriffe wie Wahrheit und Gerechtigkeit‘. Im äußersten Fall, nein, das glaubten wir nicht, daß sie im äußersten Fall Verräter werden könnten, am Geist, am Menschen. Jetzt sind sie es“ (Klugkist 2003, S. 129f.).

Inhalt und Stil der Studie, dieses „glanzvollen Machwerks“, dieser „Folge von wahrhaft französischen Bösartigkeiten, Verleumdungen und Ehrabschneidereien“ vermochte Thomas dem Bruder nicht zu verzeihen (Reich-Ranicki 1996, S. 171). Die Kennzeichnungen eines kriegsverherrlichenden, verlogenen Pathos zielten nach seiner Meinung auf ihn. Ein Versöhnungsversuch am Krankenbett Heinrichs misslang. Rivalität gegen den erfolgreichen Bruder kam hinzu. Noch im Jahre 1921 schrieb Thomas einer Kritikerin, die zum Guten redete: „Man soll einen Zwist wie den unseren in Ehren halten, ihm den todernsten Akzent nicht nehmen wollen. Vielleicht sind wir, getrennt, mehr einer des anderen Bruder, als wir es an gemeinsamer Festtafel wären“ (ebd., S. 173).

Der Bürger als Aristokrat

Kurt Tucholsky zeichnete in einem späteren Treffen seinen Kollegen Heinrich Mann: „Er ist groß und blond, ein wenig embonpoint schon, er roch merkwürdig wie eine Schiefertafel, er hat lange Stockzähne wie eine alte Frau, sieht aber im Ganzen doch sehr gut und soigniert aus. Er spricht ganz korrekt und hat eine himmlische französische Aussprache“ (Jasper 1992, S. 179). Ein anderes Bild aus einer etwas früheren Zeit (Martha und Lion Feuchtwanger): „Mit 45 Jahren wirkt Heinrich Mann wie ein von Greco gemalter spanischer Grande, mit seinem schmalen Kopf, seinen schwer herabfallenden Augen-



Essay über Émile Zola von Heinrich Mann, verfasst im Jahre 1915.



Heinrich Mann (1871–1950).



Deutschland erlebt die Inflation 1922/23: Butterverkauf unter Polizeiaufsicht, Anstehen nach Brot, Suchen nach Kohlen und Vernichtung von Inflationsgeld.

lidern, seinem dunkelblonden Spitzbart und in der unnahbaren Haltung eines distinguierten Diplomaten“ (ebd., S. 119).

Schärfer im Strich werden diese beiden oberflächlich betrachtet mehr äußerlichen Portraits durch eine Erinnerung aus Katja Manns *Ungeschriebenen Memoiren*: „Ich habe Heinrich erst nach unserer Hochzeit kennengelernt [nach der Hochzeit mit Thomas Mann am 11. Februar 1905]. Wir hatten eine sehr komische Beziehung, wir haben uns Zeit unseres Lebens gesiezt. Heinrich war wohl der merkwürdigste Mensch, den man sich denken konnte. Er war sehr formell – eine Mischung von äußerster Zurückhaltung und dabei doch wieder Zügellosigkeit“ (Wißkirchen 1999, S. 35). Die Tochter aus großbürgerlichem Haus, verehelicht mit einem erfolgreichen großbürgerlichen Schriftsteller reagiert mit den Waffen einer Frau auf das Schwankend-Changierende einer Figur und ihrer Biographie, auf gesellschaftliche Ideologie und auf Frauenwahl. Man sollte ihr das nicht als Prüderie auslegen (über Gerhart Hauptmann, den Großmeister der Literatur, aus kleinen Verhältnissen notiert sie amüsiert: „In der Loge im Theater war er wieder sehr zu dringlich; freilich aber auch sehr nett“).

Ebenfalls aus großer Nähe urteilt einer, der die Erfahrung der Intimität mit der Distanz des Historikers verbindet, Golo Mann. Ihn interessiert der Politiker und Literat Heinrich Mann als öffentliche Figur der ersten republikanischen Epoche in der deutschen Geschichte: „Als Kritiker des Wilhelminischen Zeitalters, des Bürgertums, des ‚Untertan‘ hatte er [Heinrich Mann] Großartiges geleistet. Zum bejahenden Erzieher taugte er weniger; ein volksfremder Romantiker im Grunde, der den Volksmann nur spielte, unerfreulichen Wahrheiten aus dem Weg ging und ein stark idealisiertes Frankreich im gläsernen Kunststil zur Nachahmung bot [...]. Obgleich es ihm aus weiter Ferne an intuitivem Blick nicht fehlte, spielte er nur Politik, er wirkte nicht auf sie durch Literatur wie seine französischen Vorbilder; sie selber, die Politik, die Gesellschaft wurde ihm wie etwas von Schriftstellern Erfundenes, künstlerisch Gestaltetes, an dessen Korruption und Schlechtigkeit er seine heimliche Freude hatte. Die Republik [...] machte ihn zum Festredner, zum Akademiepräsidenten. Eine Geste der Gutmütigkeit; auch ein Symbol für die Unstimmigkeit des Ganzen. Das Berlin von 1930 war nicht das Paris von 1890; ‚Weimar‘ nicht die ‚Dritte Repu-

blik‘; Heinrich Mann, der Satiriker und prunkliebende Ästhet, nicht der Victor Hugo oder Émile Zola, der zu sein er den spielerischen Ehrgeiz hatte“ (Golo Mann 1961, S. 43f.).

„Trotz der immer wieder geäußerten Skepsis gegenüber der geistigen und politischen Entwicklung der Weimarer Republik genoss Heinrich Mann seine neue öffentlichkeitswirksame Rolle und auch den finanziellen Erfolg. Nach seinem Umzug in die Münchner Leopoldstraße 59 führte er ein Haus, das einem Pariser Salon glich. Man traf ‚immer eine bunt gemischte und vielseitig interessante Gesellschaft‘ an, erinnert sich der Bruder Viktor“ (Jasper 1992, S. 171).

Aber dann kam mit steigender Arbeitslosigkeit und sich beschleunigender Geldentwertung die Tragödie der Inflation. Heinrich Mann erlebte, wie viele selbständig Tätige, den totalen Zusammenbruch der Währung und damit den Verlust seines Vermögens. Der Kurt-Wolff-Verlag, der den *Untertan* mit so viel Geschick zum finanziellen Erfolg geführt hatte, konnte seinem Autor die regelmäßigen Vorschüsse nicht mehr zahlen. Mann bemühte sich um Übersetzung seiner Werke: „Jetzt mit 52 Jahren muß ich in Amerika, Tschechoslowakei und jedem Land, das besser zahlt als Deutschland, mein Brot verdienen“. In der Dresdner Rede von 1923 klingen sozialistische Töne an. Heinrich Mann appellierte an die „schaffenden Stände“, die Republik zu verteidigen „gegen einige unternehmende Individuen, die die Lage begriffen haben und sie bedenkenlos ausnützen“ (ebd., S. 173). Musterbeispiel für die „Diktatur der Gierigsten“, das heißt der wirtschaftlichen Machtkonzentration durch Inflationsgewinne, war für Heinrich Mann der „Hugo Stinnes-Konzern“.

Der blaue Engel

Über Deutschland hinaus bekannt wurde ein Projekt, eine ganz neue Symbiose der Medien Bild, Wort und Musik, durch technischen Fortschritt möglich geworden: der Tonfilm *Der blaue Engel*. Der österreichisch-amerikanische Regisseur Josef von Sternberg hatte im Jahre 1929 den Roman *Professor Unrat*, der schon im Jahre 1905 mit mäßigem Erfolg auf den Markt gekommen war, für ein Drehbuch aufgegriffen. „Als der Verlag Albert Langen nach der kleinen Erstauflage des Jahres 1905 eine zweite Auflage mit 2.000 Exemplaren für 1906 plante, konstatierte der Autor [Heinrich Mann] über-

rascht: ‚Mein Professor Unrat hat wider Erwar- ten einigen Erfolg‘. Besprochen, wenn auch überwiegend negativ immerhin in überregional verbreiteten Blättern“ (ebd., S. 210). Thomas Mann las den Roman und notierte in sein Tage- buch: „Ich halte es für unmoralisch, aus Furcht vor dem Leiden des Müßiggangs ein schlechtes Buch nach dem anderen zu schreiben [...]. Der- gleichen ist wohl kaum noch ‚Unbedenklichkeit des Künstlers‘, sondern etwas mehr, Belletris- tenthum, das sich ins Zeug legt. Das Buch scheint nicht auf Dauer berechnet“ (ebd.). Was das Buch betrifft, hatte der Bruder Recht. Es ge- riet bald in Vergessenheit, obwohl es einen Pro- totyp aus der Schulwelt der Brüder Mann in sei- nem bürgerlichen Milieu mit der Wucht der An- tipathie zeichnete. Der Schauspieler Emil Jan- nings, auf dem Höhepunkt seiner Karriere, ließ dann Sternberg das Buch zukommen. Stern- berg gefiel zumindest der erste Teil auf Anhieb: „Ich ging zu Heinrich Mann und fragte ihn, ob er etwas dagegen habe, wenn ich die Struktur seines Romans ändern und auslassen oder hin- zufügen würde, was mir zweckmäßig erschi- en“. Mann hatte nichts dagegen. Im Gegenteil, er bedauerte, dass er nicht selbst auf die vorge- schlagenen Änderungen gekommen war (ebd., S. 212).

Aber an wen sollte die heikle Rolle der Lola- Lola vergeben werden? Sternbergs Büro wurde beim Casting von Bewerberinnen regelrecht überrannt: „Als ich das Drehbuch weiterdik- tierte, schickte man mir ‚alle möglichen Gelieb- ten‘. Sie entfalteten einen Charme, der – in einer Person vereint – jedermann überwältigt hät- te. So aber hatte die eine die richtigen Augen, die andere eine göttliche Figur oder Beine und noch eine andere eine Stimme, die Teufelsküns- te verhielt. Aber ich konnte mir nicht vorstellen, wie ein halbes Dutzend verschiedener Frauen eine Rolle spielen sollten“ (ebd., S. 213). Stern- berg besuchte zwei Aufführungen der 1929 mit großem Erfolg gestarteten Revue *Zwei Krawat- ten* und fand in ihrer Besetzung nahezu alle Schauspieler für seinen *Blauen Engel*. Er sprach auch Marlene Dietrich an. Sie reagierte sehr zurückhaltend, da sie vermutete, es werde ihr nur eine kleine Rolle angeboten. Sternberg: „Als Frau Dietrich spät am Nachmittag in mei- nem Büro saß, unternahm sie nicht den schüch- ternsten Versuch, mein Interesse zu erregen. Sie saß in einer Sofaecke vor meinem Schreibtisch, hielt ihre Augen niedergeschlagen und bot ein Musterbeispiel der Apathie [...]. Offenbar besaß



Der blaue Engel, eine Verfilmung nach dem Roman *Professor Unrat oder das Ende eines Tyrannen* von Heinrich Mann.

Josef von Sternberg und Marlene Dietrich.



sie eine große Vitalität, die sie aber zu verber- gen trachtete, weil sie nicht wußte, was sie damit anfangen sollte“ (ebd., S. 215). Der Re- gisseur gewann den Eindruck, dass Marlene Dietrich keinem Kameramann zutraute, sie so aufzunehmen, wie sie wirklich aussah. Ent- sprechend lustlos sei sie dann bei den Probe- aufnahmen in den Ufa-Studios in Babelsberg gewesen. Sternberg entschloss sich trotzdem für Marlene Dietrich.

Der Film wurde ein Welterfolg, und mit ihm kam auch Heinrich Mann zu internationalem Renommee. Der Roman *Professor Unrat* wurde in hoher Auflage in die wichtigsten Weltspra- chen übersetzt. Das Erfolgsrezept dieser Buch- karriere durch einen Film fasste der Buchautor in der ebenso griffigen wie eitlen Formel zu- sammen: „Viel Nachfrage fand ein Hampel- mann: Mein Kopf und die Beine einer Schau- spielerin“ (ebd., S. 218).

Mit dem Film durchbrach Heinrich Mann, in Deutschland längst geächtet, in den 30er Jah- ren noch einmal die Zensur, die Vertreibung mit ihren publizistischen Folgen über ihn verhängt hatte.

Auszeichnungen und Erfolge für die Brüder Mann

Fast in zeitlicher Parallelität, aber auf ganz anderem literarischen Feld, wuchs Heinrich Manns Bruder Thomas in den internationalen literarischen Ruhm hinein. Am 10. Dezember 1929 wurde ihm in Stockholm der Nobelpreis für Literatur – erstaunlicherweise nur für die *Buddenbrocks* – verliehen. Der Preis war mit 200.000 Reichsmark dotiert. Der Bruder Hein- rich, seit der Inflation ohne finanziellen Rück- halt: „Ein Vermögen für einen Schriftsteller“ (Kurzke 1999, S. 401). Thomas Mann notiert: „Die sensationelle Auszeichnung, welche die Schwedische Akademie zu vergeben hat und die nach siebzehn Jahren zum ersten Mal wie- der nach Deutschland fiel, hatte, soviel ich wuß- te, schon mehr als einmal dicht über mir ge- schwebt und traf mich nicht unvorbereitet. Sie lag wohl auf meinem Wege – ich sage es ohne Überheblichkeit, aus gelassener, wenn auch nicht uninteressierter Einsicht in den Charakter meines Schicksals, meiner ‚Rolle‘ auf Erden, zu der nun einmal der zweideutige Glanz des Er- folges gehört, den ich durchaus menschlich be- trachte, ohne viel geistiges Aufheben davon zu machen“ (Wysling/Schmidlin 1994, S. 290).

Auszeichnungen erfuhren Thomas und Heinrich Mann gleichermaßen in den letzten Jahren der Weimarer Republik. Im Jahre 1926 wurde an der Preußischen Akademie der Künste eine Sektion für Dichtung gegründet. Thomas Mann wurde im ersten Zug zum ordentlichen Mitglied ernannt. Der Bruder Heinrich folgte wenige Monate später.

Im gleichen Jahr sahen sich Thomas und Heinrich Mann mit der Wiederkehr der literarischen Zensur konfrontiert. Die in der Verfassung der Weimarer Republik garantierte Freiheit der Kunst sollte durch ein „Gesetz zur Bewahrung der Jugend vor Schmutz- und Schundschriften“ eingeschränkt werden. Thomas und Heinrich Mann protestierten. Heinrich Mann begründete seinen Protest: „Im Unterschied zur bisherigen gerichtlichen Verfolgung von Autor und Buch, die ich als aufrechter Republikaner billige, will dieses neue Zensurgesetz wieder ‚alles heimlich‘ abmachen. Ich befürchte, daß die vorgesehenen regionalen Prüfstellen und die zentrale Nachprüfstelle nach Belieben der zufälligen lokalen Machthaber zusammengesetzt sind und daß jedes nicht verstandene Buch unterdrückt werden kann.“

Übrigens aber ist Entsittlichung einer ganzen Jugend noch nie durch Lesen bewirkt worden, sondern immer geradewegs durch das Leben. Ein verantwortungsloses älteres Geschlecht hat die Kinder hineingestellt in ein Leben, das verrotzt und verdummt ist durch Krieg und Nachkrieg, durch Inflation, die tückische Enteignung der Schwächeren allein, durch Not, Entlassungen, den überharten, viel zu frühen Kampf um das Dasein. Solche Zeiten gebären naiv, und ohne daß Bücher noch notwendig wären, Anschauungen und eine Geisteshaltung, worin vielfach die Achtung vor Menschlichem nicht mehr vorkommt.

Gedankenfreiheit wird endlich wieder zum Problem. Schon jetzt werden gewisse Weltanschauungen von den Gerichten verfolgt“ (Breuer 1982, S. 228f.).

Der Kampf gegen die braune Flut

Diese Sätze – ihre politische Wirkung kann nur vermutet werden – waren prophetisch in die Debatte eines gesellschaftlichen Systems gesprochen, das nun in der dritten Krisenphase eines Jahrzehnts endgültig seinen politischen und wirtschaftlichen Halt zu verlieren begann. Die Republik war, auch in der Folge immenser



Die Sektion für Dichtkunst der Akademie der Künste bei einer Sitzung.

Die Brüder Mann bei der Feier der Akademie der Künste anlässlich des 60. Geburtstags von Heinrich Mann mit Kultusminister Adolf Grimme.



Katja und Thomas Mann.

Reparationszahlungen aus dem Versailler Friedensvertrag, hoch verschuldet. Die Zahl der Arbeitslosen stieg im Jahre 1928 auf 6,3 Millionen, die Anzahl der NSDAP-Mitglieder des Parteiführers Adolf Hitler – er war erst seit einem Jahr deutscher Staatsbürger – stieg von 280.000 auf 1,5 Millionen. Im deutschen Reichstag saß zu Beginn des Jahres 1928 eine unbedeutende Splittergruppe von zwölf Abgeordneten. Im September 1928 verfügte Hitler über eine Parlamentsfraktion von 107 Mitgliedern. Im Jahre 1932 war die Fraktion auf 230 Mitglieder angewachsen (die SPD-Fraktion kam über 133 Abgeordnete nicht hinaus).

Unter Künstlern und Intellektuellen bildeten sich, parteipolitisch kaum organisiert, Inseln des Widerstands gegen die braune Flut. Die Brüder Thomas und Heinrich Mann hatten immer gegen den Nationalsozialismus klare Standpunkte vertreten – in aller Härte, besonders in der Sterbephase der Weimarer Republik.

Das hatte Folgen. Hier eine Episode, die etwas schrecklich Anekdotisches hat, in Wirklichkeit aber beängstigend zeigt, wie vernebelt die ideologischen Fronten im politischen Kampf der Endjahre der Weimarer Republik waren.

Am 17. Oktober 1930 stürten in Berlin nationalsozialistische Rollkommandos den Vortrag *Deutsche Ansprache*, mit dem Thomas Mann das Bürgertum vor dem heraufkommenden Naziterror warnen wollte. Der Organisator der „Saalschlacht“ war der Schriftsteller Arnolt Bronnen, „interessierte Zuschauer“ blieben der Schriftsteller Ernst Jünger und der Arzt und Psychoanalytiker Alexander Mitscherlich. Bronnen, als expressionistischer Dramatiker durchaus erfolgreich, war eine schillernde Persönlichkeit. In seiner Jugend in Österreich in Verbindung mit zionistischen Organisationen, wurde er für einen Juden gehalten, war lange Jahre mit Bertolt Brecht befreundet und stand nun als „Nationalbolschewist“ dem Gauleiter von Berlin, Joseph Goebbels, nahe. Der hatte ihm, wie Bronnen sich erinnert, „gegen meinen Willen“ zwanzig SA-Leute geschickt, die man wegen des exklusiven Anlasses in geliehene Smoking gesteckt hatte. Der erste Zwischenruf kam von Bronnen. Ein Tumult brach los. Die Polizei griff ein. Bronnen erinnert sich: „[...] alle schriegen gegen alle, und nur einundzwanzig Menschen waren ganz still: der Redner Thomas Mann, der wie verloren in der Brandung stand, und die zwanzig SA-Männer, die in ihren Leihsmokings saßen und Angst hatten, sie zu beschmutzen, da

man ihnen [wegen hoher Reinigungskosten] unter fürchterlichen Drohungen eingeschärft hatte, sich nur geistig zu betätigen“ (Kurzke 1999, S. 363f.). Thomas Mann aber verließ, geführt von dem Dirigenten Bruno Walter, den Saal über Schleichwege und einen Nebenausgang.

Die Antworten von Thomas Mann waren keineswegs zimperlich: „Ich verabscheue das trübe Amalgam, das sich ‚Nationalsozialismus‘ nennt, dies Falsifikat der Erneuerung, das, hirnlose Verwirrung in sich selber, nie etwas anderes als Verwirrung und Unglück wird stiften können, diese Elendsmischung aus vermufften Seelentüchern und Massenklamauk, vor der germanistische Oberlehrer als vor einer ‚Volksbewegung‘ auf dem Bauch liegen, während sie ein Volksbetrug und Jugendverderb ohne Gleichen ist, der sich umlügt in Revolution“ (ebd., S. 357).

Reise ohne Rückkehr

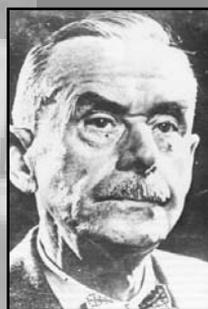
Am 11. Februar 1933, wenige Wochen nach der Machtergreifung Adolf Hitlers, verließen Thomas Mann und Frau Katja München für eine Vortragsreise, die nach Amsterdam, Brüssel und Paris führte. Das Thema Thomas Manns: *Leiden und Größe Richard Wagners*. Im schweizerischen Arosa wollten Thomas und Katja Mann auf der Rückfahrt einen kurzen Urlaub machen. In Arosa erfuhr Thomas Mann von Verhaftungen und anderen Übergriffen in München, die ihn veranlassten, vorerst in der Schweiz zu bleiben. Auch die Tochter Erika und der Sohn Klaus warnten die Eltern wegen unmittelbarer Gefahr davor, nach München zurückzukehren. Dort hatten prominente Künstler (u. a. die Komponisten Richard Strauß und Hans Pfitzner, der Dirigent Hans Knappertsbusch, der Zeichner und Maler des *Simplizissimus* Olaf Gulbransson) in einer Münchner Zeitung gegen die Wagner-Interpretation Thomas Manns öffentlich protestiert, die Wagners Werk in eine europäische, nationalistischen Deutungen unzugängliche Dimension hob. Die politische Polizei war aufmerksam geworden. So wurden die Koffer einer kurzen Vortragsreise zum ersten Gepäck der Emigration.

Vorschau

Die Gefährdungen und Schikanen der Zensur trafen im Deutschland der Weimarer Republik in Heinrich und Thomas Mann zwei prominenten Autoren, die voll in das gesellschaftliche Leben ihrer Zeit integriert waren. Die Umstände dieser Integration hat diese Studie in ihrem ersten und zweiten Teil mit einer riskanten Fülle bezeichnender Details darzustellen versucht. Mit der Emigration verlieren Heinrich und Thomas Mann ihren heimatlichen Boden. Sie müssen sich nacheinander in die gesellschaftlichen Systeme fremder Nationen einfügen, wenn sie weiter publizieren wollen. Diese Studie kann in ihrem dritten Teil aus Raumgründen die fremden gesellschaftlichen Systeme, vor allem in ihren kulturpolitischen Strukturen, nur zusammengefasst darstellen in der Erwartung, dass diese Kondensation allgemeine, über das Schicksal der Brüder Mann hinausweisende Ergebnisse erbringt. Sie muss es ihren Lesern überlassen, im Einzelnen mögliche Detailvergleiche mit den geschilderten Kulturen der Kaiserzeit und der Weimarer Republik herzustellen.



Erika und Klaus Mann im Jahre 1927.



Thomas Mann (1875–1955).

Prof. em. Ernst Zeitter war Schulfunkredakteur beim Südwestfunk und Professor für Medienpädagogik an der Pädagogischen Hochschule Heidelberg.

Der Text entstand unter Mitarbeit von Burkhard Freitag.

Teil 13 zur Geschichte der Medienzensur in Deutschland folgt in *tv diskurs* 30.

Literatur:

Breuer, D.:
Geschichte der literarischen Zensur in Deutschland.
Heidelberg 1982.

Jasper, W.:
Der Bruder: Heinrich Mann.
München 1992.

Klugkist, T.:
49 Fragen und Antworten zu Thomas Mann.
Frankfurt am Main 2003.

Kurzke, H.:
Thomas Mann – Das Leben als Kunstwerk.
München 1999.

Mann, G.:
Deutsche Geschichte 1919 – 1945.
Frankfurt am Main 1961.

Reich-Ranicki, M.:
Thomas Mann und die Seinen.
Frankfurt am Main 1987.

Ringel, S.:
Heinrich Mann. Ein Leben wird besichtigt.
Darmstadt 2000.

Wißkirchen, H.:
Die Familie Mann. Reinbek bei Hamburg 1999.

Wysling, H./Schmidlin, Y. (Hrsg.):
Thomas Mann. Ein Leben in Bildern. Zürich 1994.



SPIEL OHNE

Neue Fernsehformate

Wer lebt schon gerne in einer Umgebung, in der Kakerlaken, Spinnen und anderes Getier zu Hause sind? Wer verspeist schon gerne lebende Würmer? Spinnenphobien, so hat man manchmal den Eindruck, gehören vor allem bei weiblichen Jugendlichen unserer Zivilisation fast schon zur Normalität. Der Ekel gegenüber dem in modernen Häusern westlicher Kulturen weitgehend Unbekannten ist so groß, dass die Phantasie sich ausmalt, Spinnen würden nachts ins kuschelige Bett fallen, über das Gesicht krabbeln, oder man könnte sich versehentlich drauflegen. Wir wissen nicht mehr, dass Spinnen eher Angst vor Menschen haben und wir für sie als Beute viel zu groß sind. Dieses Beispiel zeigt: Ekel ist irrational. Dass man Spinnenphobien auch überwinden kann und dass gar nichts Furchtbares passiert, wenn sie einem über den Kopf laufen, machte uns Daniel Küblböck im Dschungelcamp bei RTL vor. Seine Star-Kollegin Caroline Beil wurde, mit Sirup und Vogelfutter bestrichen, in ein Straußengehege geschickt und überlebte auch das – allerdings mit kleinen Blessuren. Kabarettistin Lisa Fitz taten die Würmer Leid, die sie essen musste, und sie entschuldigte sich bei ihnen, bevor sie ihnen den Kopf abbiss, damit sie nicht vor der ordnungsgemäßen Verdauung wieder aus dem Magen krabbelten. Einfach ekelhaft, aber offensichtlich nicht wirklich gefährlich. Trotzdem ist es schon beruhigend, dass wir unser Fleisch – schön abgepackt – im Supermarkt kaufen können.

GRENZEN

beschäftigen den Jugendschutz

Welches Vergnügen bereitet es Millionen von Fernsehzuschauern, solch ekelhaftes Treiben anzuschauen? Ist es die Schadenfreude darüber, dass bei RTL Menschen, die man sich normalerweise eher auf Partys oder in feinen Restaurants vorstellt, etwas wirklich Abstoßendes verrichten müssen, während man selbst mit Chips und Bier vor dem Fernseher hockt? Oder erlebt man durch Küblböck symbolisch, dass Spinnen nicht so gefährlich sind, wie es einem die Phobie beharrlich einredet?

Dass Küblböck oder Beil ihre Dschungelprüfungen nicht wirklich aus Leidenschaft hinter sich gebracht haben, ist ebenfalls offensichtlich. Welches Menschenbild vermittelt sich, wenn ein Sender Kandidaten dazu bringt, etwas zu tun, was sie erhebliche Überwindung kostet? Gehen die Stars tatsächlich freiwillig in den Dschungel, wie immer wieder betont wird, oder erwarten sie Geld bzw. Ruhm, was RTL für die eigenen Zwecke ausnutzt? Ist es erlaubt, die Menschen im Dschungel durch eine Moderation zu begleiten, die eine Mischung aus Häme, vorgespielter Anteilnahme und Spott ist?

Joachim von Gottberg, Geschäftsführer der FSF, geht der Frage nach, welche Kriterien der Jugendschutz an *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* und andere neue Fernsehformate anlegen kann. Karsten Henning und Bernd Merz beurteilen diese Formate aus der Sicht der katholischen und evangelischen Kirche. Prof. Dr. Lothar Mikos stellt die Ergebnisse einer Untersuchung mit Jugendlichen vor und erörtert u. a. die Frage, wie junge Zuschauer ein solches Format wahrnehmen und verarbeiten. Claudia Mikat, hauptamtliche Prüferin der FSF, schildert die Problematik einiger neuer Formate aus Sicht der Prüfpraxis. Prof. Dr. Uwe Sander beschäftigt sich mit der verbreiteten Meinung, dass Sensationen und Grenzüberschreitungen eine Erfindung des Fernsehens seien. Er stellt dar, dass Menschen in früheren Gesellschaften – salopp gesagt – auch nicht besser waren als heute. Abschließend erörtert Prof. Dr. Jo Reichertz allgemein das Verhältnis von Medien und Wertevermittlung.

Joachim von Gottberg

SCHAFFSAUGEN

Neue Fernsehformate fordern den Jugend



Als die privaten Fernsehsender Mitte der 90er Jahre begannen, im Nachmittagsprogramm anstelle meist amerikanischer Serien Talk-Shows auszustrahlen, nahm man dies im Bereich des Jugendschutzes zunächst mit Erleichterung zur Kenntnis. Dass Menschen im Fernsehen über ihre Alltagsprobleme sprechen, konnte unter Jugendschutzgesichtspunkten kaum als problematisch angesehen werden. Bald stellte sich jedoch heraus, dass in den Talk-Shows nicht der alltägliche Normalfall, sondern eher die Regelverletzung, das Abstruse oder die Grenzbereiche der Normalität thematisiert wurden. Die mitwirkenden Personen kannte man von ihrem Kommunikationsstil und Auftreten her bis dahin bestenfalls von Schützenfesten, jedoch nicht aus dem Fernsehen. Die Moderatoren schienen die Gesprächssituationen kaum zu beherrschen und waren nicht in der Lage, die Teilnehmer zu einem vernünftigen Diskurs zu bewegen.

Peinlichkeiten, Intimitäten und sexuelle Vorlieben wurden über das Fernsehen einem Millionenpublikum zugänglich. So genannte Überraschungsgäste, die unter irgendeinem Vorwand in die Sendung gelockt wurden, erfuhren, dass ihr Partner seit Jahren fremdgeht oder regelmäßig Bordelle besucht. Bald stellte sich die Frage: Darf das Fernsehen Menschen zum Zwecke der Unterhaltung anderer oder der Quotensteigerung derart bloßstellen? Außerdem wurde erörtert, ob die so bloßgestellten Menschen – auch wenn sie schriftlich erklärt ha-

UND SILIKONBRÜSTE

schutz heraus

ben, dass sie mit der Ausstrahlung einverstanden sind – einschätzen können, welche Folgen ihr Auftritt in einer Talk-Show für ihr soziales Umfeld hat, in das sie nach der Sendung zurückkehren. Auch wurde diskutiert, inwieweit durch solche Sendungen das Normalitätskonzept von Kindern und Jugendlichen auf den Kopf gestellt würde und der Kommunikationsstil sowie die teilweise ausgesprochen vulgäre Sprache als Vorbild dienen könnten. Zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen wurden dazu durchgeführt.¹

Die Shows und ihre Strukturen

Was mit den Talk-Shows begann – nämlich eine Art inszenierte Teilrealität –, setzte *Big Brother* konsequent fort. Menschen, die nach dramaturgischen Gesichtspunkten von RTL II ausgesucht wurden, mussten hundert Tage zusammen in einem Container verbringen und wurden dabei Tag und Nacht gefilmt. Täglich konnte der Zuschauer in einem Zusammenschnitt von einer Stunde erleben, was nach Ansicht des Regisseurs an interessanten Ereignissen und Gesprächen in der Gruppe stattgefunden hatte. Alle vierzehn Tage mussten die Bewohner zwei Kandidaten nominieren, die ihrer Ansicht nach die Gruppe verlassen sollten. Wer von beiden gehen musste, entschied die Zuschauer. Demjenigen, der übrig blieb, wurde ein hoher finanzieller Gewinn versprochen.

Anmerkungen:

1

Vgl.

Grimm, J.:

Irritation und Orientierung. Empirische Befunde zur Wirkung von Daily Talks (Talkshow-Projekt der Universität Mannheim). Mannheim 2001.

Grimm, J.:

A-Moral, Anti-Moral, zügellose Moral. Zu normativen Aspekten von Daily Talks. In: *tv diskurs*, Ausgabe 17 (Juli 2001), S. 50–57.

Mikos, L.:

Daily Talks. Eine Untersuchung von Themenstruktur und Nutzung der täglichen Talkshows unter Berücksichtigung des Jugendschutzes (Studie im Auftrag der FSF 1996). Berlin 1996.

Kaum eine Sendung hat bereits im Vorfeld die Gemüter derartig erregt wie die erste Staffel von *Big Brother*. Die einen forderten ein Verbot, sie sahen in der Sendung ein unzulässiges und unwürdiges Experiment mit Menschen. Andere wiesen darauf hin, dass niemand gezwungen würde, in den Container zu gehen und dass die Teilnehmer diesen jederzeit verlassen könnten. Inzwischen läuft die fünfte Staffel von *Big Brother* mit erheblich verschärften Regeln, die Kritik daran reagiert jedoch vergleichsweise verhalten. Die Bewohner sollen es nun ein Jahr im Container aushalten, sie sind dabei in eine Dreiklassengesellschaft von Armen, Normalen und Reichen eingeteilt. Regelverstöße können in einem Bestrafungszimmer geahndet werden. Zudem achtete man bei der Kandidatenauswahl offensichtlich darauf, sexuelle Aktivitäten der Teilnehmer zu provozieren.

Erheblich mehr Resonanz rief dagegen die Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (RTL) hervor, in der zehn mehr oder weniger bekannte Stars für maximal zwölf Tage in ein Dschungelcamp umsiedelten und sich ihre Ernährung dadurch verdienten, dass täglich jeweils einer von ihnen eine in der Regel sehr eklige Aufgabe erledigen musste. Die Zuschauer bestimmten, wer dafür ausgewählt wurde. Später konnten die Zuschauer dann darüber abstimmen, wer quasi als Dschungelkönig im Camp übrig blieb bzw. vorher das Camp verlassen musste. Als Entscheidungshilfen dienten dabei zum einen das

soziale Verhalten der einzelnen Personen in der Gruppe sowie die Fähigkeit der Kandidaten, beispielsweise durch das Essen von Würmern oder anderem Getier, das nicht gerade appetitlich aussah, ihre Dschungeltauglichkeit unter Beweis zu stellen.

Kurz darauf folgte das Format *Fear Factor* (RTL), zunächst in der Presse als Steigerung der Dschungel-Show angekündigt. Auch hier war die Kritik vor der Ausstrahlung besonders heftig, man spekulierte, dass die Grenzen des Erlaubten systematisch nach oben verschoben werden sollten. Die Entwarnung kam nach der Ausstrahlung, denn das Format erwies sich als vergleichsweise harmlos. In jeder Sendung musste eine Gruppe von Menschen zwei mehr sportliche Übungen und eine eher eklige Aufgabe lösen und bestehen. Die bekannteste Ekelprüfung dabei war wohl, dass eine Gruppe in einem ansonsten recht ordentlich wirkenden Restaurant Schafsaugen essen musste. Die Interaktionen der Kandidaten spielten eine untergeordnete Rolle, auch wurde niemand gezwungen, eine Aufgabe zu lösen. Jeder konnte aussteigen, verzichtete dann aber auch auf die Gewinnchance.

In *Scare Tactics* (MTV) werden Menschen von ihren Freunden unter einem Vorwand mit inszenierten Angstszenarien konfrontiert, die sie z. T. in Todesängste versetzen. So wird ein junger Mann in ein Krankenhaus bestellt und in einen Raum geschickt, der radioaktiv verseucht zu sein scheint. Männer in entsprechenden Anzügen besprühen ihn und erklären gleichzeitig, dass er nun verstrahlt sei und diesen Raum nicht mehr lebend verlassen könne. Für einen relativ langen Zeitraum steht der junge Mann Todesängste aus, bis er schließlich aufgeklärt wird, dass es sich bei der ganzen Geschichte um einen Scherz handelt. Während bei allen anderen Sendungen die agierenden Personen vorher im Wesentlichen Bescheid wissen, auf was sie sich einlassen, sind die Hauptfiguren bei *Scare Tactics* ahnungslose Opfer.

In *Schürmanns Gebot* (9Live) geht es darum, zu testen, was Menschen bereit sind, für Geld zu tun. Schürmann spricht Personen auf der Straße an und verspricht ihnen vergleichsweise geringe Beträge, wenn sie beispielsweise als Mann in Damenunterwäsche einmal durch ein Kaufhaus laufen.

Im Zentrum der Kritik

So unterschiedlich diese hier kurz skizzierten Formate auch sind, sie haben doch eins gemeinsam: Im Gegensatz zu fiktionalen Programmen treten Menschen nicht in einer Rolle auf, die ihnen das Drehbuch oder die Regie vorgibt, sondern sie inszenieren sich selbst nach den Vorgaben der Senderdramaturgie. Verhalten sie sich dabei tollpatschig, dumm, übermäßig arrogant oder in anderer Weise unsympathisch, wird das der Person zugeschrie-

Paus-Haase, I./Hasebrink, U./Mattusch, U./Keuneke, S./Krotz, F.:

Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung. Opladen 1999.

Gottberg, J. v.:

Naiv und involvierend. Verschiedene Rezeptionsstile lassen Talkshows unterschiedlich wirken (Gespräch mit Dr. Uwe Hasebrink). In: *tv diskurs*, Ausgabe 10 (Oktober 1999), S. 80–87.

Gottberg, J. v.:

Der Blick ins Monströse und wiederhergestellte Maßstäbe. Bei der Aufarbeitung von Talkshows spielt die Moderation eine entscheidende Rolle (Gespräch mit Stephan Grünewald). In: *tv diskurs*, Ausgabe 9 (Juli 1999), S. 52–57.

2

Gottberg, J. v.:

Zur Grenzziehung brauchen wir den gesellschaftlichen Diskurs (Gespräch mit Dr. R. Hochstein, zum Zeitpunkt des Interviews Direktor der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter [LPR] Rheinland-Pfalz). In: *tv diskurs*, Ausgabe 1 (April 1997).

ben und nicht der Rolle. Verkörpert Tom Hanks in *Forrest Gump* einen wenig intelligenten, ungeschickten Helden, wird niemand auf die Idee kommen, der Schauspieler sei von seiner Persönlichkeit her so wie die dargestellte Rolle. Blamiert sich aber jemand bei *Big Brother* oder im Dschungelcamp, betrifft die Bewertung durch ein Millionenpublikum direkt seine Person.

Darüber hinaus wird kritisiert, dass die Einwilligung der handelnden Personen, bei einem solchen Format mitzuwirken bzw. ihr Einverständnis zur Ausstrahlung kaum Bedeutung habe. Da es sich um wenig mediengeübte Menschen handle, könnten diese gar nicht beurteilen, wie sie sich unter Anspannung, ausgelöst durch ständig anwesende Kameras, verhalten und wie das soziale Umfeld, in das sie nach der Sendung zurückkehren müssen, auf dieses Verhalten reagiert.² Trotz Einwilligung müssten diese Menschen also davor geschützt werden, sich in einer solchen Sendung zur Schau zu stellen. Außerdem sei bei Sendungen wie *Big Brother* oder Dschungel-TV, die dem Sieger attraktive Gewinnprämien versprechen, ohnehin anzuzweifeln, ob sich die Menschen tatsächlich freiwillig vermarkten ließen. Vielmehr sei vorstellbar, dass der Sender ihre jeweilige finanzielle Zwangslage ausnutzen könnte, um sie mit der Aussicht auf einen möglichen Gewinn gegen ihre eigentliche Überzeugung zum Mitmachen zu motivieren. Gerade bei den Kandidaten von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* handle es sich um Personen, deren Bekanntheitsgrad längst verblasst sei und die von der Sendung möglicherweise einen Zugewinn an Popularität erwarteten. Eine solche Situation zur Unterhaltung des Publikums und zur Gewinnsteigerung des Senders auszunutzen, sei menschenunwürdig. Doch man kann erwarten, dass zumindest die Stars im Dschungelcamp über genügend Medienerfahrung verfügen, um einschätzen zu können, welche Auswirkung die Teilnahme an der Sendung auf ihr Leben haben wird.

Ein weiterer Kritikpunkt besteht darin, dass die Personen im Dschungelcamp – noch stärker aber bei *Big Brother*, insbesondere in der aktuellen Staffel – über einen längeren Zeitraum ihre Bewegungsfreiheit verlieren und sich auf einem vom Sender zugewiesenen Terrain bewegen müssen. Dort würden sie rund um die Uhr von Kameras beobachtet, so dass sie jedweder Intimsphäre beraubt seien. Jedes Gespräch werde aufgezeichnet, weder beim Duschen noch beim Baden sei die Intimität geschützt. Vor allem dieser Vorwurf führte bei der ersten *Big Brother*-Staffel dazu, dass der Sender sich verpflichten musste, zumindest für eine Stunde am Tag die Kameras abzuschalten. So sollte wenigstens ein gewisses Maß an Intimsphäre erhalten bleiben.

Außerdem seien die Formate grundsätzlich so angelegt, dass durch die Auswahl der agierenden Kandidaten und durch die vom Sender vorgegebenen Spielregeln

einerseits Konflikte zwischen den Personen, andererseits sexuelle Interaktionen provoziert würden. Vor allem bei der Auswahl der Kandidatinnen für die aktuelle Staffel von *Big Brother* sei die Bereitschaft, sexuelle Beziehungen zu anderen Bewohnern der Gruppe aufzunehmen, ein wesentliches Kriterium gewesen. In der Boulevardpresse wurde genüsslich kolportiert, dass eine junge Frau ihre Silikonbrüste den Mitbewohnern offensiv zur Schau stellte. Auch die Aufteilung in drei Gruppen – Arme, Normale und Reiche – diene nur dazu, durch die unterschiedliche Lebenssituation der jeweiligen Gruppe Konfliktpotentiale aufzubauen. Besonders unwürdig sei es, Bewohner bei Regelverstößen in ein Bestrafungszimmer zu schicken – einen Raum ohne jegliches Inventar.

Ein letzter Kritikpunkt, der insbesondere gegenüber *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* geäußert wurde, war, dass diese Sendung ein Appell an die Lust zur Schadenfreude bei den Zuschauern sei. Gerade die Campbewohner, die aufgrund ihres unsympathischen Verhaltens vom Zuschauer für die Durchführung der Tagesaufgaben ausgewählt worden seien, hätten zur Belustigung des Publikums und zum Bedienen der Schadenfreude z. B. trotz bekannter Spinnenphobien ihren Kopf über einen längeren Zeitraum in einen Käfig voller Kleintiere halten müssen. Die Moderatorin von Sat.1, Caroline Beil, die sich durch ihr lästerhaftes Verhalten in der Gruppe bei vielen Zuschauern unbeliebt gemacht hatte, musste sich beispielsweise – eingeschmiert mit Sirup und Vogelfutter – einer Horde hungriger Strauße erwehren. Hierin sahen einige einen Verstoß gegen die Menschenwürde, da die Frau aufgrund der Vorgaben des Senders auf die Rolle des reinen Objekts reduziert worden sei, das von Tieren als Futter empfunden wurde.

Wie wirken Reality-Shows?

Die Klärung dieser Frage ist für den Jugendschutz aus verschiedenen Gründen nicht so einfach. Im Bereich fiktionaler Darstellung von Gewalt oder Sexualität verfügt man über eine jahrzehntelange Spruchpraxis, die sich aufgrund wissenschaftlicher Ergebnisse sowie verschiedener normativer Setzungen entwickelt hat. Auch wenn niemand genau beweisen kann, ob diese Vermutungen und Kriterien, die an fiktionale Sendungen angelegt werden, richtig sind, so sind sie doch wenigstens einleuchtend und vermittelbar. Die hier zur Debatte stehenden Programme unterscheiden sich aber erheblich von fiktionalen Formaten. So ist es einerseits plausibel, ihnen eine höhere entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung zuzuschreiben, weil die Protagonisten dieser Programme keine Rolle, sondern sich selbst spielen und der Zuschauer den Eindruck von abgebildeter Wirklichkeit erhält. Ebenso plausibel ist es aber auch, das Gegenteil anzunehmen, weil der Zuschauer nicht wie bei fiktiona-

len Programmen in eine Quasirealität hineinversetzt wird, durch die er für eine gewisse Zeit in die Rolle seiner Identifikationsfigur schlüpft. Während ein fiktionaler Film durch die Auswahl der Schauspieler, die Entwicklung der Handlung und eine geschickte Dramaturgie in der Lage ist, die gespielten Rollen nachvollziehbar zu machen, ist die Perspektive des Zuschauers bei Reality-Shows nicht vorgegeben. Er kann Sympathien und Antipathien entwickeln, je nachdem, zu welcher Person er sich hingezogen fühlt – wie in seinem realen Leben. Er kann überprüfen, welches Verhalten er richtig und welches er falsch findet. Er kann selbst entscheiden, welche veröffentlichte Intimität oder welche signalisierte Bereitschaft zu sexuellen Aktivitäten für ihn zu weit geht. Vor allem bei *Big Brother* ist es sehr interessant zu beobachten, dass die Gespräche in der Gruppe über Sympathien und Antipathien, über Zu- und Abneigung sowie über die Akzeptanz bestimmter Verhaltensweisen in den Zusammenschnitten des Senders einen hohen Platz einnehmen. Der Zuschauer kann hier auch erfahren, dass zu offensive sexuelle Anzüglichkeiten in der Gruppe keineswegs automatisch auf die erhofften Sympathien stoßen.

Skeptiker, die den Jugendlichen keine sehr hohe moralische Kompetenz zutrauen, vermuten, dass junge Zuschauer vor allem Sympathien für das Verhalten solcher Personen entwickeln, die als negative Vorbilder dienen könnten, indem sie beispielsweise freizügige sexuelle Handlungen ohne zwischenmenschliche Bindungen proklamieren. Schaut man sich jedoch das Ergebnis von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* an, so scheinen die Zuschauer doch sehr genau darauf zu achten, wie sozial kompetent sich jemand in der Gruppe verhält. Weder das lästerhafte Verhalten von Caroline Beil noch das etwas egozentrische und nervige Benehmen von Daniel Küblböck vermochte die Zuschauer zu überzeugen. Stattdessen siegte mit Costa Cordalis eine Person, die sich der Gruppe gegenüber sachlich und freundlich sowie kollegial und kooperativ verhielt, obwohl Cordalis weder von seinem Alter noch von den künstlerischen Darbietungen her bei Jugendlichen besonders bekannt und beliebt ist.

Um erste Einschätzungen über den Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* zu erhalten und um die Frage, wie junge Zuschauer solch eine Sendung verarbeiten, näher zu klären, gab die FSF eine Studie in Auftrag (vgl. S. 34 ff.). Das Ergebnis dieser Studie spricht dafür, dass zumindest die über 12-Jährigen in der Lage sind, den Spielcharakter einer solchen Show zu durchschauen und die Interaktionen zwischen den Personen distanziert zu bewerten. Es ist also zu vermuten, dass die Verhaltensweisen von Protagonisten außerhalb des gesellschaftlichen Regelfalls nicht ohne weiteres als Modell zur Nachahmung wahrgenommen werden.

Folgt man der im Bereich des Jugendschutzes gängigen sozial-kognitiven Lerntheorie von Albert Bandura, handelt es sich zwar bei allen Protagonisten in solchen Shows um Modelle, aber das Verhalten dieser Modelle ist nicht einheitlich, sondern widersprüchlich. Würden die Protagonisten alle identisch agieren, wäre die Show völlig reizlos. Der jugendliche Zuschauer erhält so die Möglichkeit, unverbindlich einmal diese, einmal jene Perspektive zu übernehmen und durch den Diskurs der Gruppe in Bezug auf konkrete Verhaltensweisen die soziale Einordnung eines Verhaltensstils nachzuvollziehen. Er kann das Gesehene auch vor dem Hintergrund seiner persönlichen sozialen Erfahrungen beurteilen. Er wird darüber hinaus mit Schulkameraden und Freunden, aber auch mit den Eltern über einzelne Verhaltensweisen und deren Aufarbeitung in der Gruppe diskutieren. Gleichzeitig nimmt er außerdem die kontroverse medial vermittelte Diskussion um diese Shows wahr, was – wie die Studie von Prof. Dr. Lothar Mikos zeigt – entscheidenden Einfluss auf die Verarbeitung hat.

Die Möglichkeiten der Zuschauer, beispielsweise bei *Big Brother* oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* Sympathie- und Antipathievoten abzugeben, indem sie einzelne Personen aus dem Container oder dem Camp herauswählen, oder bestimmten Kandidaten – wie beim Dschungelcamp – das Lösen ekelhafter Tagesaufgaben zuzuschreiben, ist ebenfalls Teil des Lern- und Verarbeitungsprozesses. Der Einzelne kann hier kontrollieren, ob seine Einschätzungen mit denen der großen Gruppe der Zuschauer übereinstimmen. Schaut man sich die Ergebnisse dieser Bewertungen an, zeichnet sich ab, dass die Zuschauer die Kandidaten bevorzugen, die einerseits unterhaltsam, andererseits aber auch sozial kompetent sind. Wer in der Lage ist, sich mit der Gruppe zu arrangieren, ist erfolgreich, wer egoistisch oder egozentrisch agiert, fliegt raus.

Reality-Shows – ein Verstoß gegen die Menschenwürde?

Es fällt auf, dass die Programmierer durch immer „schärfere“ Spielregeln die Konflikte in den Gruppen steigern wollen. Die Sender – das ist aus ihrer Sicht verständlich – wollen die Sensation, die Aufmerksamkeit. Hat man sich nach der ersten Staffel von *Big Brother* daran gewöhnt, dass Menschen für einige Wochen in den Container eingesperrt werden, ist das in der zweiten Staffel keine Sensation mehr. Spätestens in der dritten Staffel verliert der verantwortliche Sender Zuschauer. Folgerichtig aus Sicht der Programmverantwortlichen muss also beim Publikum immer wieder neues Interesse geweckt werden. Dabei liegt es nur bedingt in der Hand der Programmierer, wie sich die Protagonisten der Shows mit „verschärften“ Regeln arrangieren, wie sie sie

letztlich durch ihr eigenes Verhalten ausfüllen und wie das Publikum darauf reagiert.

Folgt man den Vorgaben des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV), so sind Programme nach § 4 Ziffer 8 unzulässig, die „gegen die Menschenwürde verstoßen, insbesondere durch die Darstellung von Menschen, die sterben oder schweren körperlichen oder seelischen Leiden ausgesetzt sind oder waren, ohne dass ein berechtigtes Interesse gerade an dieser Form der Darstellung oder Berichterstattung vorliegt; eine Einwilligung ist unbeachtlich“. In solchen Fällen ist es nicht mehr Aufgabe des Jugendschutzes, die Wirkung eines Programms zu überprüfen, da der Gesetzgeber davon ausgeht, dass solch eine Darstellung eine negative Wirkung besitzt. Es muss also überprüft werden, ob die hier aufgestellten Kriterien auf ein Programm zutreffen.

Dass bei den Reality-Shows ein „berechtigtes Interesse gerade an dieser Form der Berichterstattung“ vorliegt, wird wohl niemand ernsthaft behaupten. Es geht also hauptsächlich darum, zu beurteilen, ob die Kandidaten „schweren körperlichen oder seelischen Leiden“ ausgesetzt sind. Dabei handelt es sich um einen unbestimmten Rechtsbegriff. Ob ein Mensch, der trotz bekannter Spinnenphobie seinen Kopf – wenn auch aus eigener Entscheidung heraus – in ein Gefäß mit Spinnen stecken muss, seelischem Leiden ausgesetzt ist, wird man bejahen können, aber: Ist dies ein schweres seelisches Leid? In dieser Frage mag man zu unterschiedlichen Einschätzungen gelangen. Grundsätzlich hat der Gesetzgeber wohl an andere, schwerere Leiden gedacht, beispielsweise an körperliche Verletzungen durch Einwirkungen Dritter oder als Folge eines Unfalls. Ein seelisches Leiden könnte z. B. dann vorliegen, wenn ein Mensch erfährt, dass ein enger Angehöriger bei einem Unfall oder Verbrechen ums Leben gekommen ist. Verglichen damit ist das seelische Leid der Bewohner des Dschungelcamps eher nicht als schwer einzustufen. Man könnte einwenden, dass der Sender das seelische Leid selbst zu Unterhaltungszwecken herbeiführt und nicht über jemanden berichtet, der durch Dritte geschädigt wurde. Im Gesetz findet sich für diese Überlegung allerdings kein Hinweis.

Dennoch muss der Sender Sorge tragen, dass einem Kandidaten kein schweres seelisches Leid zugefügt wird. Er muss in jedem Fall damit rechnen, dass bestimmte Aufgaben oder die Situationen in der Gruppe bei labilen Persönlichkeiten durchaus zu schweren psychischen Schädigungen führen können. Die Programmverantwortlichen müssen also Folgendes beachten:

1. Bei der Kandidatenauswahl muss eine eingehende psychologische Einschätzung vorgenommen werden, um auszuschließen, dass die Teilnehmer den Anforderungen nicht gewachsen sind und Schaden nehmen könnten.

2. Die Regeln des Spiels müssen beinhalten, dass die Teilnehmer jederzeit freiwillig entscheiden können, aus der Sendung auszusteigen.
3. Die Spielstruktur, die Gruppendynamischen Prozesse oder bestimmte Aufgaben dürfen niemals die physische oder psychische Gesundheit der Kandidaten gefährden. Kommt im Laufe der Sendung in Betracht, dass trotz sorgfältiger Prüfung im Voraus ein Kandidat dem Szenario nicht gewachsen ist, muss der Sender selbst den Ausstieg herbeiführen.

Menschenwürde und Jugendschutz

Bei der Beurteilung der Jugendschutzrelevanz nach § 5 JMStV geht es weniger darum, wie die Teilnehmer mit der Situation umgehen, als um die Frage, ob die Sendung die „Entwicklung zu einer gemeinschaftsfähigen und selbstbestimmten Persönlichkeit“ beeinträchtigen könnte. Allerdings kann diese Prüfung nicht vollständig von der oben diskutierten Frage getrennt werden, da sich möglicherweise als entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung der Eindruck des Zuschauers herausstellen könnte, es sei normal und moralisch legitim, mit Menschen wie in der vom Sender gewählten Art und Weise umzugehen. Darüber, ob eine solche Wirkung wahrscheinlich ist, können wir bisher keine eindeutige Aussage treffen. Allerdings darf diese Beurteilung so lange nicht außer Acht gelassen werden, bis nicht eindeutig bewiesen ist, dass sie falsch ist.

Um eine negative Wirkung nach § 5 JMStV auszuschließen, muss Folgendes beachtet werden:

1. Niemand darf aufgrund individueller Schwächen oder individuellen Unvermögens durch die Gruppe, insbesondere aber auch durch die Moderation übermäßig lächerlich gemacht werden. Das ist auch zu beachten, wenn Teilnehmer aus der Gruppe herausgewählt werden.
2. Die Einhaltung der Sorgfaltspflicht gegenüber der oben beschriebenen Auswahl der Kandidaten sowie die jederzeitige Ausstiegsmöglichkeit müssen kommuniziert werden, damit der Zuschauer weiß, dass beides besteht und der Sender die Teilnehmer nicht zum Objekt des eigenen Interesses degradiert.

Für den Jugendschutz ist dabei weniger von Bedeutung, wie die tatsächliche Vertragsgestaltung oder Absprache zwischen Sendern und Kandidaten aussieht. Entscheidend ist vielmehr, welchen Eindruck der Zuschauer aufgrund der Informationen, die ihm verfügbar sind, darüber erhält. Als Beispiel für die Bedeutung dieser Überlegung sei an *Scare Tactics* erinnert: Menschen werden ohne ihr Wissen in Situationen gebracht, die sie für eine Weile als lebensbedrohlich empfinden. Ihre Todesangst

hält so lange an, bis sie aufgeklärt werden, dass sie sich in einem Fernsehformat befinden. Dies kann in dieser Konsequenz vom Jugendschutz nicht hingenommen werden. Niemand kann beurteilen, wie stark ein solches Erlebnis einen Menschen traumatisiert. Dass Sender Menschen zum Objekt von Sensationsabsichten machen und ihnen dabei möglicherweise nachhaltigen Schaden zufügen, hält der Jugendschutz für einen Verstoß gegen die Menschenwürde, denn es scheint, dass ein solcher Umgang mit Menschen normal und erlaubt sei. Zwar weiß der Zuschauer von vornherein, dass es sich um ein Spiel handelt und dass die Todesangst nicht tatsächlich begründet ist, aber er erhält den Eindruck, dass es in Ordnung ist, Menschen zu Unterhaltungszwecken möglicherweise langfristig zu schädigen.

Bei der Beurteilung der Wirkungsfrage ist also unerheblich, ob die Protagonisten dieser Sendungen nicht vielleicht doch Schauspieler sind und vorher in das Szenario eingeweiht wurden. Entscheidend ist vielmehr, ob der Zuschauer durch die Sendung den Eindruck erhält, dass ein solcher Umgang mit Menschen erlaubt ist – denn für diese Wirkung ist sein Eindruck relevant und nicht die tatsächliche Vertragsgestaltung zwischen Sendern und Protagonisten.

Dieses Beispiel zeigt aber auch, dass es wenig Sinn macht, aus den Perspektiven des Jugendschutzes heraus Konzepte von Sendungen zu prüfen und freizugeben. Das Erschrecken oder die Vorspiegelung falscher Tatsachen, um Menschen zu überraschten Reaktionen zu verleiten, sie dabei zu filmen und dies im Fernsehen auszustrahlen, ist ein Konzept, das spätestens seit der *Versteckten Kamera* bekannt ist. So lange die Menschen in Situationen gebracht werden, die für sie psychisch beherrschbar sind, ist dies für den Jugendschutz nicht weiter relevant. Insofern ist dieses Konzept nicht grundsätzlich abzulehnen. Es kommt also eher darauf an, wie beängstigend und bedrohlich die Situationen sind, in die Menschen gebracht werden, wie schwer das mögliche seelische Leid ist, das ihnen zugefügt wird.

Wichtig ist, dass der Einzelne, der bei solch einer Sendung mitmacht, weiß, worauf er sich einlässt und dass er jederzeit aussteigen kann. Dies erfordert jedoch, dass die Sender alles daransetzen, bei der Auswahl der Kandidaten darauf zu achten, dass sie intellektuell in der Lage und psychisch stabil genug sind, dieses Recht auf Selbstbestimmung auch einzulösen. Sollte jemand durch die Mitwirkung in einer solchen Sendung tatsächlich psychisch zu Schaden kommen, würden solche Sendungen wohl kaum fortgesetzt werden können. Es darf in keinem Falle der Eindruck entstehen, dass Menschen auf die Rolle des Objekts zum Erfüllen von Interessen Dritter reduziert werden und dass dem Sender die Folgen seines Handelns für die physische und psychische Gesundheit der Kandidaten gleichgültig wären. Auch

hier ist entscheidend, was der Zuschauer wahrnimmt, es ist also unerheblich, ob es sich bei jemandem, der beispielsweise bei *Big Brother* einen Zusammenbruch erleidet, ohne Kenntnis des Zuschauers um einen Schauspieler handelt.

In der öffentlichen Diskussion wurde darüber gestritten, ob bereits die Tatsache, dass die Protagonisten im Dschungelcamp mit Aufgaben konfrontiert wurden, bei denen sie ihre Aversionen gegen Ekel überwinden mussten, als ein Verstoß gegen die Menschenwürde zu werten ist. Man mag es als würdelos bezeichnen können, wenn Menschen aufgrund von Gewinnerwartungen oder zur Erhöhung des eigenen Bekanntheitsgrades bei Aufgaben mitwirken, vor denen sie sich selbst in hohem Maße ekeln. Entscheiden sie sich aber freiwillig dafür und macht das Sendekonzept ständig deutlich, dass die Kandidaten jederzeit aus dieser Aktion aussteigen können, ist dieses vielleicht würdelose Verhalten noch kein Verstoß gegen die Menschenwürde. Darüber, welches Verhalten würdig und welches unwürdig ist, kann man sicher streiten. Prof. Dr. Dieter Dörr, Professor für Verfassungsrecht an der Universität Mainz und Direktor des Mainzer Medieninstituts, wies in einem Interview mit *tv diskurs* in Ausgabe 28 darauf hin, dass man den Begriff „Menschenwürde“ positiv gar nicht definieren kann. Denn das würde eine Definition des Menschen voraussetzen, was gleichzeitig bedeutet, dass solchen Menschen, die dieser Definition nicht entsprechen, quasi das Menschsein abgesprochen würde. Der Schutz der Menschenwürde sei von den Vätern unserer Verfassung vor allem deshalb in den ersten Artikel unseres Grundgesetzes aufgenommen worden, um jeden Menschen davor zu schützen, auf die Funktion des Objekts staatlichen Handelns reduziert zu werden. Dörr machte deutlich, dass der Staat darüber wachen muss, dass nicht Dritte – beispielsweise Fernsehsender – Menschen auf die Rolle des Objekts zur Erreichung bestimmter Ziele reduzieren. Entscheiden sich aber Menschen bewusst dafür, eine von manchen als unwürdig verstandene Aufgabe zu lösen, sind sie nicht mehr Objekte, sondern Akteure. Man kann dies kritisch bewerten, das allein ist aber noch kein Grund, ein solches Konzept zu verbieten.

Zumindest für den Jugendschutz ist dabei allerdings wichtig, zu prüfen, ob Kandidaten möglicherweise aufgrund einer großen Diskrepanz zwischen persönlicher Armut und der Gewinnerwartung nur scheinbar selbstbestimmt, in Wirklichkeit aber nur in der Erwartung eines vergleichsweise hohen Gewinns handeln. Aus den USA ist beispielsweise zu hören, dass dort in Shows Obdachlose auftreten, die sich aufgrund von Gewinnerwartungen gegenseitig verprügeln und verletzen. Unabhängig von der Frage, ob sie in ein solches Verhalten einwilligen, wären sie wegen ihrer Situation faktisch auf die Rolle des Objekts reduziert, da sie sich vermutlich

nur aufgrund ihrer Armut zu einem solchen Verhalten bereit erklären. Abgesehen davon, dass solche Sendungen wahrscheinlich auch auf der inhaltlichen Ebene als entwicklungsbeeinträchtigend eingeschätzt würden, muss also darauf geachtet werden, dass das Prinzip der Selbstbestimmung der Kandidaten nicht nur vorgeschoben erscheint, sondern auch tatsächlich glaubwürdig ist.

Bei der gegenwärtig laufenden Staffel von *Big Brother* wurde in der Öffentlichkeit kritisiert, dass die Bewohner in drei verschiedene Abteilungen – Arme, Normale und Reiche – eingeteilt wurden und dass es bei Regelverstößen ein Bestrafungszimmer gibt. Ob solch eine Vorgabe des Senders aus der Sicht des Jugendschutzes zum Problem wird, hängt wohl davon ab, wie die Protagonisten damit umgehen bzw. wie der Sender in seinem Zusammenschritt die Interaktionen darstellt. Verfolgt man die Staffel, zeigt sich, dass die Bewohner mit der Trennung spielerisch und souverän umgehen. Die Barrieren zwischen den drei Gruppen sind verhältnismäßig durchlässig. Außerdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass es auch in der gesellschaftlichen Wirklichkeit eine unterschiedliche Verteilung des Reichtums gibt und es schwer zu begründen wäre, warum sich so etwas in einem Spiel nicht spiegeln darf. Die Verordnung des Bestrafungszimmers bei Regelverstößen klingt ein wenig autoritär, der Umgang damit in der Sendung ist allerdings eher spielerisch.

Inhaltliche Bewertung

Die bisher angestellten Überlegungen betreffen die spezifischen Kriterien des Jugendschutzes für Reality-Shows. Daneben gelten die Kriterien, die der Jugendschutz auch an fiktionale Programme anlegt.

Grundsätzlich ist zu beachten, dass im Gesamtkontext der Sendung nicht Verhaltensweisen als vorbildhaft dargestellt werden, die mit den Grundwerten unserer Verfassung sowie dem allgemeinen gesellschaftlichen Wertekonsens nicht in Einklang zu bringen sind. Dabei geht es weniger darum, ob einzelne Personen solch ein Verhalten zeigen. Es muss vielmehr darauf geachtet werden, dass dies im Gesamtkontext nicht dominiert und in der sozialen Interaktion mit der Gruppe nicht als positiv gewertet wird.

Es ist kritisch zu beurteilen, dass gerade in der aktuellen Staffel von *Big Brother* das Konzept des Senders sehr stark auf die Sexualisierung einiger Kandidaten setzt. Doch ist das allein wahrscheinlich noch kein Aspekt, der per se eine Jugendbeeinträchtigung nahe legen würde. Sollte dies aber dazu führen, dass – im Extremfall – die gesamte Gruppe ohne Relativierungen beziehungslosen, ausschließlich am Lustgewinn orientierten Sex praktiziert, würde es sich, je nach Art der visuellen Umsetzung, vermutlich um eine verbotene porno-

graphische Darbietung handeln. Es muss also im konkreten Falle darauf geachtet werden, welche tatsächlichen Handlungen Kandidaten mit freizügigen sexuellen Einstellungen vorführen und welche Folgerungen die Gruppe daraus zieht. Wenn solch ein partielles Verhalten durch die Interaktion und die Kommentierung in der Gruppe in ein akzeptables Konzept eingebettet wird, wenn der Zuschauer also erfährt, dass sexuell offensives Verhalten in der Gruppe differenziert bewertet und z. T. auch abgelehnt wird, kann dies eher nicht als entwicklungsbeeinträchtigend angesehen werden.

Ein letzter Punkt, der hier erörtert werden soll, ist die Frage, ob durch Konzept und Umsetzung solcher Reality-Shows die Bereitschaft zu Schadenfreude unangemessen erhöht wird. Dieser Punkt wurde bereits bei der ersten Staffel von *Big Brother* thematisiert, insbesondere im Zusammenhang damit, dass die beim Publikum wenig beliebten Kandidaten aus der Sendung herausgewählt werden können. Natürlich ist es für jemanden, der ein Spiel gewinnen will, ein frustrierendes Erlebnis, wenn er von der Gruppe als Ausstiegskandidat nominiert und dann von den Zuschauern hinauskatapultiert wird. Allerdings ist es vor allem für den jugendlichen Zuschauer auch wichtig, zu lernen, mit Frustrationen umzugehen. Ein Schulabgänger, der sich um eine Lehrstelle bemüht und keine findet, wird sich sicher dafür interessieren, wie andere mit Misserfolgserlebnissen umgehen. Dennoch muss das persönliche Versagen vor einem Millionenpublikum unter dem Aspekt der psychischen Belastung als höher eingestuft werden. In jedem Fall ist zu bewerten, wie im Gesamtkonzept der Sendung – insbesondere durch die Moderation – solche Frustrationen aufgefangen werden.

Insgesamt kann man beobachten, dass die Sender mit herausgewählten Kandidaten recht sensibel umgegangen sind. Sie wurden häufig später noch in die Show eingeladen, über ihre Erlebnisse und ihre persönlichen Empfindungen befragt, und zumindest die gezeigte Schadenfreude hielt sich in Grenzen. Die Schadenfreude ist eine vielleicht nicht sehr sympathische, aber doch für den Menschen normale und typische Eigenschaft. Insofern wäre es wahrscheinlich nicht ehrlich, wenn man sie solchen Shows generell untersagen würde. Wichtig ist allerdings, dass auch gegenüber Schwächeren Respekt gezeigt wird und diese nicht mit dem Ziel lächerlich gemacht werden, das Publikum zu amüsieren.

Fazit

Absicht dieses Beitrags ist es, den gegenwärtigen Diskussionsstand zum Thema Reality-Shows zu sortieren und bezüglich der Bewertung durch den Jugendschutz ein plausibles Konzept aufzustellen. Es soll hier noch einmal deutlich gemacht werden, dass es sich dabei nicht

um eine abschließende Beurteilung handeln kann, da der Jugendschutz zum einen hier noch keine gesicherte Spruchpraxis entwickelt hat und sich zum anderen die Formate ständig ändern. Die Vermutung beispielsweise, dass der Umgang des Senders mit den Kandidaten einen dahin gehenden Lerneffekt haben könnte, dass jugendliche Zuschauer den Eindruck bekommen, man könnte Menschen für eigene Zwecke funktionalisieren, ist eine plausible Vermutung, die jedoch bisher weder bewiesen noch widerlegt wurde. Ebenso lässt sich sehr wenig darüber sagen, wie relevant die in den einzelnen Sendungen vermittelten Wertekontexte tatsächlich für jugendliche Zuschauer sind. Es könnte auch sein, dass all diese Shows als inszeniertes Spiel wahrgenommen werden und für reale Werteentwicklungen wenig Relevanz besitzen. Möglicherweise dienen sie aber auch dazu, anhand spielerisch inszenierter scheinrealer Situationen zu einer moralischen Einordnung des jeweiligen Verhaltens zu gelangen. Solange darüber keine Klarheit besteht, können nur plausible Wirkungsmodelle überlegt und im Diskurs verfeinert werden. Daraus müssen Normen und Kriterien entwickelt werden, die man aus Sicht des Jugendschutzes mit gutem Gewissen anlegen kann.

Sicherlich werden in dieser ersten Einschätzung nicht alle tatsächlich in Frage kommenden Aspekte des Jugendschutzes mit einbezogen sein. Kritik oder zusätzliche Anregungen zu diesem Thema sind also nicht nur wünschenswert, sondern für die weitere Arbeit in diesem Bereich unbedingt erforderlich.

Joachim von Gottberg ist Geschäftsführer der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

Karsten Henning

VOM HUNGER

BETRACHTUNGEN ZUM WESEN

Das ist der Stoff, aus dem Alpträume sind: Vier junge Leute überqueren nachts mit ihrem Auto einen Bahnübergang. Auf den Schienen geht der Motor aus und lässt sich nicht mehr starten. Ein Zug rast heran. Die Insassen versuchen verzweifelt, das Auto zu verlassen. Mit lautem Hupen rast der Zug durch das Auto hindurch. Die – nur zu Tode Erschrockenen – sind einem holographischen Trick aufgesessen, so geschehen in *Scare Tactics*, einer Reality-TV-Show aus den USA, die von MTV übernommen wurde. Das Prinzip dabei ist immer, ahnungslose Opfer in Situationen zu bringen, durch die sie entweder (z. B. nach dem Muster des Kassenknüllers *Scream*) extrem bedroht oder in Situationen gebracht werden, in denen sie anderen (natürlich ungewollt) scheinbar schweren Schaden zufügen. Eingeweihte Freunde oder Bekannte unterstützen das Geschehen. Die Situationen werden aufgelöst, indem sich die TV-Leute zu erkennen geben, und alle Beteiligten (herzhaft?) über den Klamauk lachen. „Verstehen Sie Spaß!“ als Imperativ der Unterhaltungsmaschine Fernsehen. Dennoch, die Situation wirkt emotional merkwürdig kalt, die tatsächlichen Gefühle der Opfer werden wohl verborgen bleiben.

Noch härter geht es bei *Jackass* (englisch: Idiot) zu: Da lässt sich schon mal ein Protagonist (diesmal freiwillig) die Gesäßhälften per Piercing zusammenheften. Oder er steht an einer Wand, und Baseballspieler dreschen ihre Bälle auf ihn ein.

Ähnlich dämlich ist *Schürmanns Gebot*, dort lautet das Motto: „Was die Menschen alles für Geld machen“. Passanten werden angesprochen und gefragt, ob sie vor laufender Kamera eine bestimmte Aufgabe zu einem auszuhandelnden Geldbetrag zu erfüllen bereit sind. Zu den Aufgaben gehörte beispielsweise schon, den Handlauf einer Rolltreppe abzulecken, sein eigenes Handy kaputtzuhauen, Mehlwürmer zu essen oder einen gekauten Kaugummi zu kauen. Die Aufzeichnungen werden von Thomas Schürmann vorher und nachher erläutert und kommentiert, ein Mitspieler wird dabei schon mal als „Volldepp“ oder „Pannemann“ bezeichnet.

In Deutschland produziert die Unterhaltungsindustrie um Endemol und Co. (die wieviele Staffeln eigentlich? von) *Big Brother* (Gruppen- und Paardynamik im Container-Dampfdruckkessel; hochgekocht, aufgeladen – und verächtlich vorgeführt), *Ich bin ein Star –*

holt mich hier raus! (dito plus rauem Wildnis- und Ekelfaktor) und z. B. *Fear Factor* (dito plus Mutproben extrem). In der Entwicklung von *Big Brother* kann man als Trend ablesen, dass das ursprünglich eher solidarische Miteinander der Containergemeinschaft immer stärker in ein Gegeneinander kippt – als wohl durchdachte Inszenierung im Dienste der Erhöhung von Spannung.

All diese Reality-TV-Formate funktionieren bei erstaunlich vielen Zuschauern, weil es offensichtlich einen Hunger nach Inszenierungen gibt, die die Schadenfreude, die Angst- und Ekellust, den Tabubruch, das öffentliche Spektakel sowie den Voyeurismus und die ungehemmte Neugierde am Schicksal des anderen bedienen. Es ist diese merkwürdige Seh(n)-Sucht nach dem Kick, nach dem Faszinum und nach dem Tremendum, nach Schmerzhaftem und Bösem. Es ist die Lust an Erfahrungen, die ich nicht selbst mache, sondern andere für mich erleben und/oder aushalten müssen. Die Schattenseiten des Seelischen übersieht man ja ganz gerne bei sich selbst, verfolgt sie aber bevorzugt beim Gegenüber: Warum siehst du den Splitter im Auge deines Bruders, doch den Balken in deinem

NACH KICK UND EVENT

VON REALITY-TV

eigenen Auge siehst du nicht? Trash-TV ist eine gigantische Projektionsmaschine im Dienste einer unehrlichen Katharsis.

Trash-TV ist aber auch eine gigantische Regressionsmaschine: Das Essen von Rinderaugen, Maden und Heuschrecken, das in anderen Kulturen nicht ungewöhnlich ist, das Kakerlakenbad, mit großen Spinnen und Wasserschlangen tête à tête kommen wie Initiationsriten Pubertierender daher – Fernsehen als kindische Mutprobe.

Postskriptum: Ich zappe zwischen einer Dokumentation über Einzelschicksale in einem Frauenhaus, die auf Phönix läuft, und *Big Brother* hin und her. Selten habe ich bei meinen Zapp-Trips die Spannbreite unterschiedlicher Qualitäten von Medienauthentizität so schmerzhaft wie zwischen diesen beiden Formaten erlebt – wo leben wir denn eigentlich?

Medienbedeutung, Medienwirkung und Menschwerdung

Die Medienkultur sagt – recht betrachtet – viel über den Zustand einer Gesellschaft aus, das wusste schon der Filmtheoretiker Siegfried Kracauer. Medienkultur ist Ausdruck der Be-

findlichkeit, der Sehnsüchte und der Sorgen, der nicht wahrgenommenen Schatten. Medien spiegeln den kulturellen Verarbeitungsgrad menschlicher Grundphänomene. An den Medien sehen wir, wie die kulturelle, kommunikative, ästhetische, psychohygienische, ethische und religiöse, also vitale Kompetenz ist, mit der wir z. B. dem Tod, dem Spiel, dem Eros, der Herrschaft und der Arbeit begegnen.

Im medienethischen Diskurs ist es wichtig, das Nachdenken über Medien als „Ausdruck von Wirklichkeit“ zunächst von der Wirkungsdiskussion zu trennen. Die Medien sind Ausdruck, als Kommunikat sind sie aber eben auch von der Disposition des Einzelnen abhängige, wirkende Zeichen.

„Flimmo“ – eine der besten medienpädagogischen Handreichungen für Eltern – diskutiert in der aktuellen Ausgabe die in *Big Brother* vermittelten Weltbilder. Befund: „... schwer verdaulich“: „Von Unterhaltung kann hier keine Rede mehr sein. Was hier präsentiert wird, ist ein System sozialer Ausgrenzung, perfider Machtspielchen und gnadenloser Kontrollen. [...] Das hier vermittelte Weltbild entstammt dem Mittelalter: Die Welt ist unterteilt in Arm und Reich, auf weniger betuchte

Mitmenschen kann man herabsehen und sie nach Belieben demütigen. Aus pädagogischer Sicht kann dieses extrem abwertende Menschenbild verzerrten Vorstellungen vom menschlichen Miteinander Vorschub leisten“ („Flimmo“ 2/2004).

Menschwerdung findet heute unter den Bedingungen von Medienwirklichkeit statt. Damit bei einem Heranwachsenden Orientierung möglich wird, muss sich die Lebenswirklichkeit in seiner Vorstellungswelt repräsentieren. Diese Repräsentationen entwickeln sich immer mehr durch die Vermittlung von Bildern, Geschichten, Ritualen, Werten, Gefühlen und anderen Modi. Gibt es einen Angebotsmangel an Repräsentationen, wird dies über Bilder kompensiert, die eben verfügbar sind; und das sind nicht selten die Medienbilder.

Nicht ohne Grund halten die Mitglieder der Kommission für Jugendschutz der Landesmedienanstalten z. B. die *Dschungel-Show* für problematisch. Häme, Spott und Schadenfreude könnten die bei Kindern und Jugendlichen „ohnehin vorhandenen Tendenzen zur Ausgrenzung und Hänseleien“ legitimieren oder verstärken. Medien- und

kommunikationspädagogisch ist es eine Herausforderung, diese Entwicklung umzudrehen und diese Medienwirklichkeit als Anlass zur Thematisierung von Mitleid, Solidarität und menschengerechter Kommunikation zu nehmen.

Das Schloss des Lebens mit allen (Medien-) Räumen bewohnen

Ein weiterer diskussionswürdiger Aspekt liegt schon in der



Genrebezeichnung selbst: Ist Reality-TV tatsächlich „Wirklichkeits-Fernsehen“? Muss das „echte Leben“ nun (natürlich doch inszeniert) erhalten, damit der Kick noch verstärkt wird? Was ist der finale Kick? – In meiner Zeit als Religionslehrer an einer Berufsschule waren das Videos, die Hinrichtungen zeigten. Heute sind es Videofiles, in denen die Gewalt an Mitschülern trophäenmäßig dokumentiert wird. Zum Kotzen, diese Wut, diese Hilflosigkeit! Herr, schmeiß Hirn runter, die Leute können es brauchen.

Zurück zur Sache. Zunächst scheint ein für das Genre entscheidendes Rezeptionsmotiv ein spielerisches Ausloten von körperlichen und mentalen Grenzen, ohne selbst beteiligt zu sein. *Fear Factor* präsentierte (todlangweilig moderiert) Freiwillige, die u. a. auch artistische Leistungen vollbringen, indem sie z. B. auf hohen, schwankenden Stämmen balancieren. Allein vom Zuschauen bekommt man schon Höhenangst. Die Identifikationen mit den konkret Beteiligten und die Projektionen funktionieren. Dadurch werden vorhandene (virtuelle) Erfahrungen vermittelt, die Nervenkitzel, also psychosomatische Spannungszustände erzeugen, welche als stimulierende Er-

regung wahrgenommen werden. Warum der Bedarf nach Stimulation so groß ist? – Vielleicht ist die Erfahrung basaler, authentischer und tragender Emotionalität seltener geworden. Vielleicht fällt das Fühlen, das Ein- und Mitfühlen, das (Mit-)Teilen, aber auch das Ertragen von Gefühlen schwer. Sicher ist aber auch, dass das Spektakel als dramaturgisches Bedürfnis seit Menschengedenken eine anziehende Kraft hat.

Angesichts dessen hat Friedrich Ostermann, Weihbischof in Münster und Vorsitzender der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz, eine originelle Perspektive für den Jugendschutz und die Medienpädagogik skizziert. Er greift dabei auf ein Bild Hegels von der *Conditio Humana* zurück: Der Mensch ist mit einem Schloss vergleichbar, mit Kellergewölben, Wirtschaftsräumen, Bad- und Schlafräumen, mit Bibliothek, Kapelle und Salon. Die Gefahr ist, dass der Mensch nur Teile des Schlosses bewohnt, manch einer sogar im Keller hocken bleibt und sich damit von selbst den anderen, den sozialen, kulturellen und spirituellen Begegnungsmöglichkeiten verschließt. Medienkultur erscheint einem manchmal so, als ob es nur das Dumpfe, Laute und Triebhafte, als ob es eben nur die Kellergewölbe gäbe. Stimmt aber nicht, man muss nur genauer hinschauen, um auch den Reichtum der Medien, eben die Werte in den anderen Zimmern des Schlosses zu entdecken. Das pädagogische Ziel, das ganze Schloss zu bewohnen, ist das, was man landläufig als Ganzheitlichkeit bezeichnet.

Demütigung und unteilbare Menschenwürde

Scheinheiligkeit ist bei der Einführung neuer Formate, in denen Menschen – mehr oder weniger freiwillig – gedemütigt werden, für gewöhnlich die publizistische Regel. Die Boulevardpresse schreit auf, wenn Daniel Küblböck mit Kakerlaken überschüttet oder im „Terroraquarium“ „gefoltet“ wird. Sie berichtet sogar von Fans, die ihn angeblich heimlich retten wollen. Die not-



wendige Mechanik zwischen Boulevard und Trash-TV läuft wie

geschmiert und ist für beide Seiten eine Win-Win-Situation. Im Nebeneffekt kann man fast labormäßig die Gesetzmäßigkeiten medialer Symbiosen studieren, die durch permanentes gegenseitiges Verweisen selbstreferentielle, neue Medienrealitäten herstellen. Der Zuwachs an Programm entsteht also aus der Spiegelung seiner selbst heraus. In der Reproduktionsmedizin bezeichnet man das als Klonen. Kommerziell sehr erfolgreich betreibt das Programmklonen Stefan Raab.

Johanna Haberer, evangelische Publizistin, geht angesichts des „Amüsierfaschismus“ (Sloterdijk) mit öffentlichen Demütigungen in den Medien hart ins Gericht: „Man inszeniert Konflikte, anstatt sie zu lösen“. Ziel dabei sei weder Information noch Unterhaltung, sondern die Mehrung des eingesetzten Kapitals durch das Halten von Werbekunden. Die Medien bedienen sich der Menschen und ihrer Lebensgeschichten, machten sie zu einer Ware. „Der bewusst eingeführte Tabubruch werde zum Spaß, vom öffentlichen Strip bis hin zur Demütigung“ (epd-medien, 4. Februar 2004).

Da spielt es eigentlich keine Rolle mehr, ob nun Das-den-Menschen-zur-Ware-Machen freiwillig oder unfreiwillig geschieht. Als einer der ganz wenigen hat daher auch Norbert Schneider, Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LFM) völlig zu Recht und Gott sei Dank darauf hingewiesen, dass die besondere Art der Menschenwürde „etwas [ist], was nicht der Einzelne je für sich selbst schützt, mal mehr, mal weniger [...], sondern was, umgekehrt, die Gemeinschaft für den Einzel-



nen schützen muss, im Zweifel sogar gegen ihn.“ Die Diffe-

ferenz zwischen freiwillig und erzwungen sei keine der Würde, sondern eine Differenz in Geld. Ähnlich wie Frau Haberer sagt er, die Verletzungen der Menschenwürde würden hier wie dort in Geld aufgewogen und umgetauscht. Die käufliche, abdingbare Menschenwürde brauche niemand – oder wolle wirklich jemand das Gesetz des Dschungels (epd-medien, 28. Januar 2004)?

Das Phänomen „Menschenverachtung“, die Verletzung der Menschenwürde ist ein durch die Medien an die Oberfläche gespülter Ausdruck bereits vorhandener menschlicher und gesellschaftlicher Befindlichkeit, die psychologisch und pädagogisch wie auch rechtlich geheilt werden muss. Warum wird ethisch Fragwürdiges überhaupt akzeptiert und nachgefragt? – Hinsichtlich einer medialen Ethik angesichts der „grenzenlosen“ Cyberkultur sind wir kirchlicherseits davon überzeugt, dass die Entwicklungen nicht nur durch äußere Disziplinierungen, sondern auch durch ein Mehr an Freiheit und Selbstverantwortung dem Menschlichen dienstbar gemacht werden

können. Dazu bedarf es einer energischen Aktivierung der ethischen Kräfte, weil ohne sie die Gefährdung der humanen Werte nicht bewältigt werden kann, so der katholische Theologe Alfons Auer schon vor Jahrzehnten.

Beim diesjährigen 38. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel unter dem Motto: *Die Medien in der Familie: Risiko und Reichtum* stehen für Papst Johannes Paul II. praktische Kommunikations- und Medienkompe-



tenz in den Familien und die Sorge um die verantwortungs-

bewusste Inszenierung des Familiären in den Medien im Fokus seiner Botschaft. Er sieht die Medien als Bereicherung, betont aber auch, dass Kommunikation immer eine moralische Dimension habe. Nahezu prophetisch klingt sein Appell, die Medien als Quellen echter Kommunikation zu verstehen und sich nicht dem kommerziellen Druck nach Anpassung an vordergründige Ideologien hinzugeben.

Plädoyer für eine menschendienliche Medienkultur

Die Medienrealität muss um der „Menschen willen“ wahrgenommen und gelesen werden. Sie ist Ausdruck der Kommunikationskultur und verweist im Tieferen auf die Qualität menschlicher Kommunikation, deren Gelingen bei der Menschwerdung unabdingbar ist. Neben den vielen guten Regelungen des Jugendmedienschutzes gilt es, den Reichtum der Medien kritisch zu heben. Das Lernen von ästhetischen, emotionalen und dialogischen Kompetenzen macht Medienpädagogik zu ei-

ner menschendienlichen Kommunikationspädagogik. Die Medien- und Kommunikationspädagogik ist für die Kirche daher seit Jahrzehnten ein wichtiges Handlungsfeld. In fast allen Diözesen kümmern sich Medienstellen, katholische Bildungswerke und nicht selten auch Religionslehrer in der Schule darum, dass der Erwerb von Medienkompetenz ein lebenslanger Lernprozess bleibt. Die Kirche hat an einer sachgerechten und menschen-

dienlichen Kommunikationskultur „allerhöchstes“ Interesse, da gelungene Kommunika-

tion Gleichnisse und Fenster zu menschenfreundlichen, transzendenten Wirklichkeiten bietet.

Karsten Henning ist Theologe und Medienpädagoge. Er arbeitet als Referent für Medienkompetenz im Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bereich Kirche und Gesellschaft.

Bernd Merz

TABUBRÜCHE

zwischen Freiheit

Einleitung

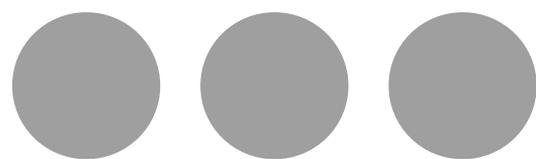
Um die diese Ausgabe von *tv diskurs* begleitende Frage: „Bricht das Fernsehen alle Tabus?“ gleich am Anfang zu beantworten: Nein, leider nicht. Ein Tabu lässt das Fernsehen meiner Meinung nach unangetastet. Darauf komme ich zurück.

Ansonsten werden Werte in den Medien immer mehr in Frage gestellt. Das ist zunächst einmal auch sinnvoll. Werte haben sich in der Vergangenheit bewährt; damit sie sich auch in Zukunft bewähren, müssen sie nach dem Motto: „Adopt, Adapt, Improve“ ins eigene Leben übersetzt und mit Sinn für die eigene Existenz erfüllt werden. Sonst verkommen sie zu leeren Begriffen. Doch diese Aneignung überlieferter Wertvorstellungen ist zu unterscheiden von dem, was die Absicht des gezielten Tabubruchs im Fernsehen zu sein scheint: Das ist die Quote. Dieses Ziel ist an sich nichts Schlechtes. Denn die Akzeptanz des Produkts beim Publikum ist in allen Bereichen überlebenswichtiges Kriterium – in wirtschaftlichen Bereichen sowieso, aber auch in kulturellen. Warum sollte das bei einem Fernsehsender anders sein? Allerdings gilt sogar in rein wirtschaftlichen Bereichen, dass bestimmte Waren nicht angeboten werden dürfen. Diese

Beschränkung wird innerhalb der Gesellschaft nicht als Restriktion angesehen, sondern im Einklang mit bestimmten grundsätzlichen Werten, über die sich unsere Gesellschaft einig sein muss, wenn sie in ihrer jetzigen Form überleben will. Dieser „Common Sense“ im Blick auf Begrenzungen gehört wie selbstverständlich auch zur Fernsehwirtschaft. Deshalb gehört zur Freiheit, die der Rundfunk braucht, untrennbar die Verantwortung, die er hat. Diese Verantwortung gibt ihm nicht die Richtlinien seiner Programmgestaltung vor, sondern steckt den Rahmen ab, den zu überschreiten gefährlich ist, weil hier langfristig Grundwerte unserer Gesellschaft gesprengt werden – so wie Baumwurzeln allmählich das Straßenpflaster aufsprengen und den Weg irgendwann unbegehrbar machen. Ich weise im Folgenden auf vier Stellen hin, an denen meiner Meinung nach der Rahmen momentan in Gefahr ist – vier Stellen, an denen ein Rundfunkbeauftragter der Evangelischen Kirche besonders genau hinschaut, weil hier langfristig das Verständnis in unserer Gesellschaft über Werte wie Menschlichkeit, Solidarität, Gerechtigkeitssinn und Mitgefühl gegen null verschoben werden kann.

1. Bedenklich ist, wenn Menschen zur Unterhaltung gequält werden

In den 80er Jahren rief Karl Dall als Teil von *Verstehen Sie Spaß?* Menschen an und ließ sie – ahnungslos – Blödsinn machen, wie den Mann, der im Bad den Wasserhahn aufdrehte und gleichzeitig die Toilettenspülung betätigte, um die Akustik zu überprüfen. Dieses Konzept ist eines der ältesten im Fernsehen (*Candid Camera* heißt die Mutter all dieser Sendungen) und besteht hauptsächlich aus harmlosen Scherzen, über die auch die „Opfer“ anschließend lachen. In der Show *Scare Tactics* auf MTV geht man allerdings über jeden Scherz hinaus: Wenn hier mit nicht Eingeweihten Szenen aus Horrorfilmen nachgespielt werden, wie die Verfolgung durch einen Serienkiller oder die Landung eines Raumschiffs mit feindlichen Außerirdischen – dann fügt man Menschen Leid zu. Sie werden nicht nur irritiert oder verängstigt, sondern ins Entsetzen getrieben, damit sich die Zuschauer an diesem Entsetzen weiden können, ähnlich wie bei den legendären „Snuff“-Videos, auf denen reale Morde gezeigt werden. Dieses Konzept überschreitet die Grenze eines gesellschaftlichen Wertekonsenses, weil es den Bereich der Schadenfreude verlässt und in den Voyeurismus übergeht: Menschen werden zu



und Verantwortung

Versuchstieren im Experiment, ohne gefragt worden zu sein (dann würde es ja nicht mehr funktionieren) und ohne es zu wollen. Auch zwischen den einzelnen umstrittenen Shows kann und muss man differenzieren, nicht alle der so genannten „Ekel“-Shows stellen im selben Ausmaß ein Problem dar, sondern werfen eher andere Fragen auf. Aber wo Menschen ohne ihre Zusage gequält werden, muss ein klarer Strich gezogen werden. Auch wenn *Scare Tactics* nach 22.00 Uhr läuft und sich damit an die Jugendschutzbestimmungen hält, ist die Show fragwürdig, weil sich

- die Sehgewohnheiten von Jugendlichen ohnehin geändert haben (die gesetzlichen Bestimmungen zu beachten, bedeutet noch lange nicht, dass kein junger Mensch von solchen Sendungen geprägt werden könnte) und
- es eher darum geht, welches Menschenbild von einer Sendung wie dieser gezeigt und langfristig geprägt wird.

Kann man mit Menschen alles machen? Und: Würde man selbst sich wünschen, in eine solche Lage gebracht zu werden? Sollte der Satz,

der für mich einen hohen Wert hat: „Was du nicht willst, das man dir tu, das füg auch keinem andern zu“ nicht stattdessen stärker beachtet werden? Die Urängste eines Menschen sind etwas so Intimes wie sein Sexualeben, es muss zum Menschenbild gehören, dass man nicht alles zeigen kann, dass man nicht ungefragt mit Menschen spielen kann, weil Menschen kein Spielzeug für kreative Fernsehmacher sind. Den Programmverantwortlichen muss klar sein, dass die Menschenwürde nichts ist, was zu Unterhaltungszwecken geopfert werden darf; der Begriff der Freiwilligkeit, der hier gerne angeführt wird, ist meiner Meinung nach immer kritisch hinterfragbar. Wenn die Menschenwürde nicht geachtet wird, hat das für unsere Gesellschaft verheerende Konsequenzen, weil der Mensch dann nur noch Material ist. Das widerspricht aber diametral dem christlichen Glauben, der diese Gesellschaft bis heute prägt. Für den christlichen Glauben ist der Mensch ein Geschöpf Gottes, das geliebt wird und dem ein anderer Mensch kein Leid zufügen darf. Deshalb werden evangelische Christen immer wieder und besonders scharf an diesem Punkt einhaken, um die Programm- maker an ihre Verantwortung zu erinnern.

2. Bedenklich ist, wenn gezeigt wird, dass der Werteverlust „cool“ ist

Neben Beispielen des offenen Tabubruchs gibt es auch den schleichenden Tabubruch, unterschwellig und deshalb im Grunde bedenklicher. Denn der offene Tabubruch kann immer noch vom Alltag differenziert, der schleichende Tabubruch jedoch viel leichter in den Alltag integriert werden. Das bekannteste Beispiel des schleichenden Tabubruchs ist für mich Stefan Raab, der in seinen Shows wochenlang eine Schülerin wegen ihres Namens lächerlich machte und auch sonst voller Häme Menschen bei jeder sich bietenden Gelegenheit vorführt. Das Ganze ist vermeintlich „cool“ und kann von jedem Zuschauer ohne Schwierigkeit übernommen werden, um sich auf Kosten anderer zu profilieren – in welcher Gesellschaft werden wir dann landen, wenn jeder Schaden eines Mitmenschen nur noch einen zynischen Gag und einen Lacher auslöst? Beispiele dieser Entwicklung gibt es ja schon, etwa wenn in der nächtlichen Ausstrahlung einer Casting-Show Kindesmissbrauch- witze erzählt werden und sich jeder in der Runde nur amüsiert: Hier ist jedes Gefühl für das Leid der Opfer, jeder Gedanke wie Solidarität und Mitmenschlichkeit anscheinend schon abhanden gekommen.



Wer aufmerksam Fernsehen schaut, entdeckt immer wieder Tabubrüche in fiktionalen Stoffen, die schleichend und unauffällig sind, in denen ein klares Fehlverhalten nicht bestraft, sondern häufig noch belohnt wird. Diese Tabubrüche sind dramaturgisch oftmals sinnlos, geben dem Film auf den ersten Blick einen zusätzlichen Kick, sind aber eben doch gefährlich, weil sie einen bestimmten gesellschaftlichen Konsens nicht beachten und damit allmählich aushebeln.

Der schleichende Tabubruch unterläuft schnell im Fernsehen und kommt, wie ich glaube, aus zwei Gründen zustande:

- Der Zuschauer soll überrascht werden.
- Der Zuschauer soll nicht damit konfrontiert werden, dass sein Handeln Konsequenzen hat – auch negative. Diese Einstellung hat wiederum Konsequenzen für unsere Gesellschaft, weil sie zu einer Nachlässigkeit und Bequemlichkeit führt, wie wir sie ja auch tatsächlich in Teilen des öffentlichen Lebens bereits sehen können.

3. Bedenklich ist nicht nur, was gezeigt, sondern auch, wie es vermarktet wird

Das Fernsehen ist ja lediglich ein Teil einer Vermarktungsstrategie und arbeitet Hand in Hand mit anderen Bereichen wie den Printmedien. Der Tabubruch wird zu einer Inszenierung, die in den Zeitungen mit hoch erhobenem Zeigefinger besprochen und ausführlich dokumentiert wird, was dann wiederum der Sendung nützt. Dabei kommt es immer häufiger vor, dass Zeitungen von Sendern den Tabubruch fordern, damit sie etwas haben, worüber sie schreiben können. Kritik wird instrumentalisiert und damit eigentlich neutralisiert. Sie erhält den Anschein von Scheinheiligkeit und Heuchelei. Sie wird Teil einer Skandalisierungs- und Empörungsmaschinerie, die sich selbst ständig anwirft, um mit möglichst wenigen, aber grellen Schlagworten dem Publikum Zeitungen zu verkaufen und Sendungen schmackhaft zu machen. Von diesem inzwischen schon automatisierten Ablauf profitieren alle Seiten. Wenn ich das ernsthaft kritisiere und nicht Teil eines Vermarktungsprozesses sein möchte, bei dem die Kritik integriert wird, muss ich Änderun-

gen im Programmgeschehen fordern. Dafür reichen weder Betroffenheitsadressen noch Sonntagsreden, die aus gutem Grund so heißen, weil sie an dem Tag gehalten werden, an dem man aus Tradition nichts tut. Vielmehr folgt daraus die Verpflichtung, sich einzumischen, Einspruch zu erheben und Positives zu fördern. Es reicht nicht, wenn diese Einmischung aus dem Elfenbeinturm der hehren Worte und guten Absichten kommt. Sie muss kommen – und von evangelischer Seite kommt sie – von Menschen, die das Fernsehgeschäft kennen, die sich innerhalb seiner Spielregeln bewegen können und die wissen, dass Qualität und Quote nicht die erbitterten Feinde sind, als die sie gerne hingestellt werden. Diese Einmischung kommt von Menschen, die gerade, weil sie das Medium Fernsehen hoch schätzen, vor seinem Missbrauch und Ausverkauf warnen.

Ein gutes Beispiel war die junge Frau bei der aktuellen Staffel von *Big Brother*, die angeblich ihr Kind verließ, um an der Show teilnehmen zu können. Sie wurde zunächst als Rabenmutter an den Pranger gestellt, dann als „brav“ rehabilitiert, weil sie den Container verließ – angeblich, um wieder bei ihrem Kind



dennoch gefährlich. Es geht nicht um ihre moralische Verdammung, aber sie verpflichten dazu, aufmerksam zu bleiben und darauf aufmerksam zu machen, was im Fernsehen gezeigt wird. Diese Verpflichtung zur Aufmerksamkeit betrifft die gesamte Gesellschaft. Zu den Werten, die die Kirche seit über zweitausend Jahren vertritt, gehört auch, dass man über Qualität diskutiert, ja, dass man über Qualität streitet. Dabei ist zu beachten, dass eine Diskussion über Qualität auch nur in der Gesellschaft geführt werden kann. Eine Einrichtung wie die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) gewährleistet dieser Gesellschaft, dass bestimmte Gesetze eingehalten werden. Aber sie kann uns nicht die grundsätzliche Diskussion abnehmen. In der gesellschaftlichen Auseinandersetzung kann es vielleicht auch gelingen, auf das letzte Tabu aufmerksam zu machen:

4. Bedenklich ist nicht nur, was gezeigt, sondern auch, was nicht gezeigt wird

Das Menschenbild in Sendungen wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* oder *Schürmanns Gebot* halte ich für verkürzt und hinterfragbar: Für Geld tun Menschen alles, sei es Sekt aus fremden Turnschuhen zu schlürfen oder in Kakerlaken zu baden. Die Aussage, dass man damit an die Grenzen gehe und nur so zu Werten finde, ist meines Erachtens nur schwer nachzuvollziehen und in der Realität auch nicht gegeben: Kinder müssen Grenzen austesten und sie auch manchmal überschreiten. Aus Fehlern lernt man – aber auch nur aus eigenen Fehlern. Kinder müssen nicht ständig gezeigt bekommen, wie andere die Grenzen überschreiten – in einer irrsinnigen Weise, die wie bei manchen Stunts in *Jackass* für nicht trainierte Menschen gefährlich ist.

Aber viel entscheidender und problematischer ist, dass es zu wenig Alternativen zu diesen Sendungen gibt, zu wenig Alternativen, die zeigen, dass es auch anders geht. Damit komme ich zurück zu meiner anfänglichen Bemerkung in der Einleitung: Es gibt noch ein

Tabu – und das ist der persönliche Glaube von Menschen. Man darf darüber reden, was man sich selbst und anderen Menschen angetan hat, aber kaum darüber, was man glaubt. Der Glaube ist ein Tabu, weil es wohl peinlicher ist, gläubige Menschen zu zeigen als solche in S/M-Ledermasken. Religion nicht als etwas Lebensfernes und Verstaubtes, sondern als Grundlage der Haltung und des alltäglichen Lebens: Das ist ein Tabu, an das im Fernsehen nicht gerührt wird. Dass sie im Alltag unserer Gesellschaft keine Rolle mehr spielen, wird häufig angeführt, gerne auch mit einem anschließenden „Leider, leider“ versehen – aber das stimmt nicht, wie jeder bestätigen wird, der sich mit dem Leben von Menschen wirklich beschäftigt, der hinter Fassaden schaut und Sorgen wie Hoffnungen jenseits aller Star-Aussichten ernst nimmt. Deshalb finde ich das meiste von dem, was gezeigt wird, nicht so bedenklich wie das, was *nicht* gezeigt wird: Geschichten, die Mut machen zum Leben, Filme über Vorbilder, die Hinweise geben, wie man den Alltag bewältigt, wenn man nicht gerade von fliegenden Riesenechsen angegriffen wird. Beiträge darüber, was im Leben trägt, durch alle Krisen, durch alle Freuden und vielleicht auch auf dem Sterbebett. Zuschauer werden all diese Seiten ihres Lebens auch sehen wollen, sie werden genug haben von einem Menschenbild, das sich ausschließlich über Tabubrüche definiert. Es ist bedauerlich, dass die Sender kaum den Versuch machen, ihr gutes Recht (Geld zu verdienen) mit ihrer guten Pflicht zu verbinden, nämlich den Menschen zu helfen und ihnen etwas Sinnstiftendes, Sinnvolles an die Hand zu geben, das ihr Leben bereichern könnte.

Im Umgang mit Tabus erwarte ich also folgende zwei Dinge:

- etwas mehr Kreativität bei der Vorstellung davon, was der Tabubruch für Folgen haben kann, und
- den Bruch des letzten Tabus, das Reden vom Glauben, von Werten und vom Sinn eines jeden menschlichen Lebens.

Bernd Merz wurde nach Theologiestudium und Vikariat zunächst Pfarrer. Seit April 2001 ist er Rundfunkbeauftragter des Rates der EKD.

sein zu können. Die ganze Zeit wurde man das Gefühl nicht los, es handle sich um eine von vornherein inszenierte Geschichte, mit einer klar vorgegebenen Dramaturgie bis zum tränenreichen Finale – eine Geschichte mit zwei Haken, die nicht klein sind: Einerseits wird sie auf dem Rücken eines Kindes abgespielt, das nicht zugestimmt hat, das nicht weiß, wie ihm geschieht, das sich nicht wehren kann und das eigentlich geschützt werden müsste. Andererseits stellt sie die Familie in Frage, so dass die Grundlage jedes menschlichen Zusammenlebens als korrumpier- und instrumentierbar präsentiert wird. Das geht über gesellschaftliche Realitäten (wie die Patchworkfamilie) hinaus und verstärkt Zustände wie die Trennung von Familien, die in jedem persönlichen Fall bedauerlich und schwer sind.

Das Fazit nach diesen ersten drei Punkten lautet: Das Fernsehen und die es flankierenden Medien spielen gerne mit Tabus und brechen sie auch gerne manchmal. Man muss darauf hinweisen, dass dieses Spiel in der realen Welt, die es tatsächlich noch gibt, Folgen haben kann. Die einzelnen Tabubrüche sind in den meisten Fällen nicht allzu deutlich, aber

Lothar Mikos

ZWISCHEN MIT UND SCHADE

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*

Als zu Beginn des Jahres 2004 die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* von RTL gesendet wurde, war sie gleich Thema der öffentlichen Diskussion. Schnell machte die Rede vom „Ekel-TV“ die Runde, und die Klatschpresse fragte, ob die Sendung als „Unterhaltung oder Skandal?“ („Bunte“) beurteilt werden müsse. Die Meinungsbildung erfolgte vollkommen unbeeindruckt davon, dass es sich bei der Show um die deutsche Variante eines englischen Formats (*I'm a Celebrity – Get Me Out Of Here!*) handelte. In England war die Show mit den wichtigsten Fernsehpreisen (*British Academy of Film and Television Award* und *National Television Award*) ausgezeichnet worden. Die öffentliche Diskussion, die in der Sendung den guten Geschmack verletzt sah, rief dann auch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) auf den Plan. In einer Pressemitteilung vom 23. Januar 2004 wurde festgestellt, dass *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* „grundlegende medienethische Fragen“ aufwerfe. Das Gremium verneinte zwar für zwei Sendungen, die vor 22.00 Uhr ausgestrahlt worden waren, eine Beeinträchtigung von 12- bis 16-Jährigen in ihrer Entwicklung zu gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten.

Jugendschutzbestimmungen seien daher nicht verletzt worden. Die Sendung bewege sich allerdings an der Grenze zum Verstoß, der bei „einer weiteren Steigerung problematischer Elemente in Folgeformaten jedoch durchaus möglich“ sei. „Die Gründe dafür: Häme, Spott und Schadenfreude zögen sich durch alle Sendungen der Dschungel-Show hindurch. Diese Wirkung werde vor allem durch die Kommentare der Moderatoren noch erhöht. Die bei Kindern und Jugendlichen ohnehin vorhandenen Tendenzen zu Ausgrenzungen und Hänseleien könnten dadurch legitimiert oder noch verstärkt werden. Die Vermittlung wichtiger sozialer Werte wie Verständnis, Achtung und Respekt anderen gegenüber werde somit konterkariert“, heißt es weiter in der Pressemitteilung der KJM (http://www.alm.de/gem_stellen/presse_kjm/pm/230104.htm [27. Januar 2004]). Damit sind grundsätzlich zwei Fragen aufgeworfen:

- 1) Wie sind die Kandidaten und die Moderatoren inszeniert, welches Werte- und Moralverständnis spielt dabei eine Rolle?
- 2) Wie gehen Kinder und Jugendliche vor dem Hintergrund ihrer eigenen Wert-

und Moralvorstellungen mit dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* um?

Diese Fragen sind aus Sicht des Jugendschutzes u. a. deshalb relevant, weil der durchschnittliche Marktanteil des Formats unter den Kindern bei 53,5% lag. In der Spitze sahen bis zu 650.000 Kinder einzelne Folgen, obwohl diese (bis auf drei Ausnahmen) erst nach 22.00 Uhr ausgestrahlt wurden. Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) gab nicht zuletzt deshalb eine Studie zu dem neuen Format in Auftrag.¹ Die Ergebnisse, die im Folgenden vorgestellt werden, können aufgrund der gewählten qualitativen Verfahren keine Repräsentativität beanspruchen. Es war jedoch möglich, allgemeine Muster und Strukturen herauszuarbeiten, die in der Rezeption der Sendung *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* eine Rolle spielten. Außerdem wurden die Wertvorstellungen und ethisch-moralischen Kriterien der Kinder und Jugendlichen deutlich, die im Umgang mit der Sendung, mit dem Fernsehen im Allgemeinen sowie im Umgang miteinander in der eigenen Lebenswelt bedeutsam waren. Aus den gefundenen Mustern und Strukturen ließen sich

LEID NFREUDE

und ihre jugendlichen Zuschauer

Erkenntnisse über das Medienwissen und die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen, aber auch über die Rolle der Medien – insbesondere des Fernsehens – in der Sozialisation ableiten.

Komik und Boulevard: Merkmale der Show

Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* muss im Kontext der Entwicklung so genannter neuer Reality-Formate gesehen werden, die seit Beginn von *Big Brother* in immer neuen Varianten den Bildschirm bevölkern: Casting-Shows wie *Star Search* oder *Deutschland sucht den Superstar*, Dating-Games wie *Der Bachelor* oder *El, der Millionär*, Makeover- bzw. Lifestyle-Shows wie *Wohnen nach Wunsch – Einsatz in vier Wänden* oder *New Life*, aber auch Stunt-Shows wie *Fear Factor* oder *Jackass*, Real-Life-Shows wie *Big Brother* oder *Frauentausch* und Verhaltensshows wie *Scare Tactics*. Viele dieser Shows leben davon, dass „normale“ Leute ganz alltägliche Dinge in einer nicht ganz alltäglichen Umgebung oder nicht ganz alltägliche Dinge in einer alltäglichen Umgebung tun (vgl. Hilmes

2004). Daneben erblicken jedoch immer mehr Shows das Licht der Bildschirme, in denen Prominente auftreten, die sich wie beim Promiboxen im sportlichen Wettkampf messen oder wie die beiden Luxusgören Paris Hilton und Nicole Ritchie in *The Simple Life* ein einfaches Leben auf dem Lande führen müssen. Eine andere Variante dieser Reality-Shows mit Prominenten ist *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, in der zehn mehr oder weniger prominente Kandidaten für zwölf Tage in einem Dschungelcamp unter einfachen Bedingungen leben mussten und zudem täglich vorgegebene Aufgaben zu bewältigen hatten. Dazu zählten Prüfungen, bei denen die Kandidaten ihren Ekel oder ihre Angst überwinden mussten, um zu bestehen. Während der ersten fünf Tage nominierten die Zuschauer per telefonischer Auswahl die Kandidaten für die Prüfungen, danach wurden sie aus den eigenen Reihen in geheimer Abstimmung gewählt. Die Zuschauer stimmten von da an darüber ab, welcher Kandidat das Camp verlassen musste.

In dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* verbinden sich unterschiedliche Genrelemente, es kann entsprechend als Hybridgenre bezeichnet werden. Das Showfor-

Anmerkung:

1

Die Studie bestand aus zwei Teilen: 1) einer Analyse der Show auf der Grundlage der struktur-funktionalen Film- und Fernsehanalyse. Dabei ging es u. a. darum, zu analysieren, ob – und falls ja, wie – in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* Schadenfreude und Häme als Wissens- und Gefühlsangebot an die Zuschauer inszeniert werden; 2) einer Rezeptionsstudie, in der Daten zu Einschaltquoten und Marktanteilen ausgewertet wurden. Daneben wurden Gruppendiskussionen und Einzelinterviews mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt. Dabei wurde darauf geachtet, möglichst homogene Gruppen in Bezug auf das Alter, den Bildungsgrad und das Geschlecht der Teilnehmer zu bilden. Insgesamt wurden acht Gruppendiskussionen geführt: 1) eine gemischtgeschlechtliche Gruppe mit 10- bis 12-jährigen Schülern geringer Bildung aus einem Schulladen; 2) eine Gruppe mit 11- bis 14-jährigen Mädchen geringer bis mittlerer Bildung aus einem Jugendzentrum; 3) eine Gruppe mit 11- bis 13-jährigen Jungen geringer bis mittlerer Bildung aus einem Jugendzentrum; 4) eine Gruppe mit 13-jährigen männlichen Gymnasiasten; 5) eine Gruppe mit 12- bis 13-jährigen Gymnasiastinnen; 6) eine Gruppe mit 17- bis 20-jährigen männlichen Berufsschülern mit geringer Bildung; 7) eine Gruppe mit 17- bis 23-jährigen Berufsschülerinnen mit geringer Bildung; 8) eine gemischtgeschlechtliche Gruppe mit 25- bis 29-jährigen Studenten. Im Anschluss an die Gruppendiskussionen wurde mit jeweils einer Person aus der Gruppe noch ein Einzelinterview geführt, um die in der Diskussion angesprochenen Aspekte zu vertiefen. Da sich die Teilnehmer der Gruppendiskussionen aus realen Gruppen zusammensetzten, bestand für die vorliegende Untersuchung ein wesentlicher Vorteil darin, dass sich die Mitglieder „durch gemeinsame Normen bzw. einen gemeinsamen Handlungsrahmen charakterisieren“ ließen und so eine größere Bereitschaft zeigten, „individuelle Meinungen und Einstellungen“ zu äußern (vgl. Paus-Haase u. a. 1999, S. 43).

Die Studie wurde von der Mikos Media Cooperation unter Leitung von Prof. Dr. Lothar Mikos durchgeführt; Mitarbeit: Anke Bergmann, Dirk Gerbode, Sabrina Schäfer, Claudia Töpfer.

mat ist durchsetzt von Elementen aus Spiel, Reality-Soap, Boulevard und Comedy. Die entsprechenden Strukturen schaffen differente Bedeutungsangebote für das Publikum, das in der Rezeption – abhängig von situativen und sozio-kulturellen Kontexten – unterschiedliche Schwerpunkte setzen kann.

Die Moderatoren Dirk Bach und Sonja Zietlow erfüllen innerhalb der Show verschiedene Funktionsrollen, von Stand-up-Comedy über Kommentierung des Geschehens bis zur Spielleitung und Gestaltung von Talksituationen mit den ausgewählten Kandidaten.



Die Kandidaten werden nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut, da die komisch inszenierten Kommentare der Moderatoren sowie der Einsatz ästhetisch-gestalterischer Mittel zur Verfremdung des Geschehens und zur Distanzierung davon beitragen. Empathie wird gegebenenfalls im Rahmen der Dschungelprüfungen erzeugt, da hier der komische Modus zurückgestellt und durch spannungsfördernde Mittel ersetzt wird. Die Zuschauer werden analog zu den Moderatoren von Anfang an dazu verleitet, einen distanzierten, karnevalistischen Blickwinkel auf die gesamte Erzählung einzunehmen, aus dem die übliche gesellschaftliche Ordnung für die Dauer der Show außer Kraft gesetzt wird.

Ein grundlegender Bestandteil des Konzepts von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ist, dass die teilnehmenden Kandidaten vom Publikum als „Stars“ wahrgenommen werden. Größtenteils hatten sie jedoch – zumindest vor der Ausstrahlung – nur eine mittlere bis geringe Medienpräsenz. Aus diesem Grund finden sich in der Sendung zahlreiche Verweise auf andere Medientexte, die immer wieder die Gründe für die Prominenz der Kandidaten betonen. Je weniger auf intertextuelles Ver-



weismaterial zurückgegriffen werden kann, desto stärker werden die Kandidaten über ihre soziale Funktionsrolle innerhalb des Camp-Lebens thematisiert. Zu dem „Star“-Konzept des Formats gehören in der Inszenierung auch Strategien des Boulevardjournalismus. Vor allem das Prinzip der Perspektive auf die „wirkliche“ Privatperson hinter dem öffentlichen Prominenten wird in der Sendung verfolgt. Dies geschieht zum einen durch den Rahmen des Formats, der die Teilnehmer in eine Situation stellt, in der sie sich durchgängig „unmaskiert“ verhalten müssen. Dort, wo

es möglich ist, wird in der Inszenierung der Akteure jedoch auch auf deren vorhandene Prominententexte zurückgegriffen. Wenn Susan Stahnkes missglückte Karriereversuche, Werner Böhm's Alkoholprobleme oder Daniel Küblböcks uneindeutige Sexualität thematisiert werden, können die Zuschauer auf ein Medienwissen über diese Akteure zurückgreifen, in dem diese Aspekte schon angelegt sind.

Das karnevalistische Prinzip

Ein Hauptmerkmal, das *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auszeichnet, ist die Darstellung der Sendeinhalte in einem meist komischen Modus. Die komische Inszenierung findet sich – komplex verknüpft – auf den Analyseebenen von Figuren, Narration und der ästhetischen Gestaltung. Zu den Strukturen von Komik gehört immer auch das Angebot einer Distanzierung von der repräsentierten Wirklichkeit. Wenn die Zuschauer während der Rezeption an die Komik anknüpfen und sich diese in der Interaktion zwischen Text und Publikum vollendet (vgl. Mikos 2003, S. 139), sind sich die Rezipienten immer auch der Verfremdung der

Realität bewusst. Durch diesen Mechanismus lässt sich über die der Komik inhärenten Normenbrüche lachen. Vor diesem Hintergrund kann *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* auch als stark von karnevalistischen Motiven durchzogenes Format angesehen werden. In diesem Sinne können Prinzipien, die Bachtin (1990) als charakteristisch für den Karneval herausgearbeitet hat, auch auf *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* bezogen werden: Die Moderatoren Dirk Bach und Sonja Zietlow wirken durch ihre gegensätzliche Physiognomie wie ein typisches Karnevalspaar, sie „regie-

- 2) Die Kandidaten werden in ihren inszenierten Handlungsrollen als Campbewohner zu Objekten von Belustigung. Hierbei findet die Spottinszenierung ebenfalls innerhalb des Showrahmens statt, jedoch stehen hier die Kandidaten nicht nur als Spielteilnehmer, sondern auch als Personen im Vordergrund.
- 3) Es werden showexterne Aspekte der Personen aufgegriffen und zu Anknüpfungspunkten für die Inszenierung von Häme und Belustigung.

des mangelnden Alltagsbezugs ab. Ein 19-jähriger Berufsschüler äußert: „Ich mein, ich hab da meine eigenen Sorgen, ganz ehrlich, als mir so einen Star anzugucken, was der 24 Stunden macht.“ Eine 13-jährige Gymnasiastin lehnt die Sendung eher ab, weil sie mit den Kandidaten mitfühlt, wenn diese eklige Prüfungen bestehen müssen. Eine ihrer Klassenkameradinnen findet die Sendung dagegen eher lustig: „Also, ich fand jetzt die Sendung auch nicht wirklich gut, aber ich fand die auch immer ziemlich lustig irgendwie. So dumme Sachen, die die da wirklich machen, z. B. diese



ren“ quasi in der Rolle von „Narrenkönigen“ aus überhöhter Stellung – symbolisiert durch das Baumhaus – die degradierten Campbewohner durch Unsinn und Absurdität. Analog zum Karneval befinden sich auch die Kandidaten der Show in einer für sie außergewöhnlichen Situation: Die normale gesellschaftliche Ordnung ist umgedreht, die an Luxus gewöhnten „Stars“ müssen unter ärmlichen Bedingungen darben und sind „karnevalistischen Erniedrigungen“ (ebd., S. 49) ausgesetzt, was Bachtin als Prinzip der Profanation beschrieben hat.

Schadenfreude und Spott sind typische Elemente des Karnevalistischen. Vor diesem Hintergrund gibt es in *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* drei Inszenierungsebenen:

- 1) Die Kandidaten werden in ihrer Funktionsrolle als Spielteilnehmer zu Objekten von Schadenfreude. Hier ist die Schadenfreude gewissermaßen depersonalisiert, entweder bezieht sie sich auf alle Teilnehmer in der Spielsituation (z. B. über den Luxusverzicht oder den Dauerregen) oder auf bestimmte Situationen, in denen die Objekte des Spotts austauschbar wären.

Die Inszenierung von Spott und Schadenfreude erfolgt dabei auf allen Ebenen mit komischen Mitteln und wird von den entsprechenden Distanzierungsmechanismen und dem karnevalistischen Hintergrund geprägt.

Spaß und Langeweile, Bewunderung und Schadenfreude: Ergebnisse der Befragung

Generell lässt sich feststellen, dass fast alle befragten Kinder und Jugendlichen auf ihre Weise kompetent mit dem Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* umgehen. Ihre Bewertung der Sendung erfolgt vor dem Hintergrund ihrer allgemeinen Fernsehinteressen, die bei den Jungen eher actionorientiert sind, während die Mädchen sich vor allem für Sitcoms und Soaps interessieren. So finden die Jungen die Sendung eher langweilig, haben aber Spaß an den Spielen. Dagegen geht es den Mädchen eher darum, wie sich die Kandidaten im Dschungel verhalten, sie fühlen mehr mit den Kandidaten mit. Während die Studenten die Sendung eher langweilig finden, lehnen die männlichen Berufsschüler *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* aufgrund

komischen Prüfungen. Da fand ich manchmal ganz lustig, dass die sich da überhaupt überwunden haben.“ Insgesamt bewundern die Kinder und Jugendlichen trotz ihres Wissens über die Inszenierungsstrategien und den Spielcharakter der Show die Kandidaten.

Daniel Küblböck im Fokus des Interesses

Die zentrale Rolle, die Daniel Küblböck einnimmt, ist vermutlich mehreren Faktoren zuzuschreiben. Er ist aktuell die bekannteste Person unter den Campteilnehmern, er ist den Befragten im Alter am nächsten und bietet aufgrund seines Images und Verhaltens im Camp die Möglichkeit, zu polarisieren. Vor allem in den Gruppen mit geringerer formaler Bildung drehte sich das Gespräch um ihn.

Bei den Berufsschülerinnen gibt es zwar eine einzelne Befragte, die positiv über Daniel Küblböck spricht, doch im Allgemeinen erfährt er eine deutliche Negativbewertung. Kritisiert werden vor allem sein mangelndes Können (er ist also kein wirklicher „Star“), mit dem er auch noch Geld verdienen kann, seine Homo- bzw. Bisexualität und seine angebliche Arroganz. Mitleid haben dementsprechend



nur wenige, meist weibliche Befragte. Trotz dieser negativen Einschätzung erkennen die Befragten den Unterhaltungswert an, den Daniel Küblböck in die Sendung bringt.

Bei den jüngeren Teilnehmern hat Daniel Küblböck kein eindeutiges Negativimage, sondern stellt eine ambivalente Figur dar. Einerseits betrachten sie ihn als einen lustigen Typ und freuen sich, dass er „mitspielt“. Gerade seine Stimme und seine Gesten, die von den älteren Befragten als „schwul“ oder affektiert bewertet werden, finden sie witzig. Das deckt sich mit den Ergebnissen einer Stu-

mutig war. Und was ich nicht gut fand, also, er hat gleich so fast angefangen zu heulen, und das fand ich von ihm nicht so gut. Daniel Küblböck ist ja eigentlich so ein lustiger Typ, aber manchmal ist er ja auch so was wie eine Memme.“ Die Äußerung zeigt auch, welchen Ernst die jüngeren Befragten dem Spiel beimessen. Das Verhalten, das in den Dschungelprüfungen an den Tag gelegt wird, soll einem Ideal von Männlichkeit entsprechen, das wohl auch in ihrer aktuellen biographischen Entwicklung von großer Relevanz ist. Tendenziell lässt sich in allen Gruppen von männlichen Befragten



die zum Humorverständnis von Pre-Teens, in der festgestellt wurde, dass witzige Sprache – wozu das Imitieren von Ausländern und das betont tuntige Sprechen von Homosexuellen gehört – und absurde Szenen (u. a. eine übertriebene Gestik von Figuren) wesentliche Merkmale des kindlichen Humors ausmachen (vgl. Prommer u. a. 2003, S. 64f.).

Die Jüngeren sehen Küblböcks Verhalten bei den Dschungelprüfungen als „mutig“ an und schätzen es, dass er nicht aufgegeben hat. Dabei spielt sein Mut bei den jüngeren Befragten eine wesentlich wichtigere Rolle als bei den Älteren, die diesen Aspekt nicht erwähnen. Andererseits kritisieren sie jedoch, dass er sich bei den Dschungelprüfungen zu weich verhalten und fast geheult habe. Dieses Benehmen widerspricht anscheinend dem Ideal, wie man sich ihrer Meinung nach in einer solchen Situation verhalten sollte. Schließlich liegt der Sinn einer Mutprobe darin, seinen Mut zu zeigen. Gelingt dies nicht, steht man als Versager da. Ein 11-jähriger Junge äußert sich dazu wie folgt: „Also, ich fand gut, dass er sich getraut hat, das zu machen, weil es gibt ja welche, die sagen: ‚Nee, das mach ich nicht.‘ Und ich fand einfach gut, dass er

mit geringerer Bildung ein Hang zur Homophobie feststellen. In der Gruppe der älteren Berufsschüler empfanden insbesondere die arabisch- und türkischstämmigen Befragten Daniel Küblböck als abstoßend.

Alles echt oder nur gespielt? – Rezeptionsmuster

Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! wurde von den meisten Befragten hauptsächlich vor dem Hintergrund der Berichterstattung über die Sendung rezipiert, welche Erwartungen weckte und neugierig machte. Insbesondere bei den Jüngeren spielen die Gespräche über die Sendung eine Rolle, so dass vermutlich viele von ihnen die Sendung gesehen haben, um mitreden zu können. Während die älteren Befragten erkennen, wie über die Medienberichterstattung und die Werbung ein künstliches Medienereignis geschaffen wurde und diese Tatsache reflektiert betrachten, scheinen die Jüngeren diesen Umstand nicht wahrzunehmen. Doch gerade durch die Rezeption der Berichterstattung erhalten auch sie ein explizites Wissen über die Inszenierungsstrategien der Sendung. Daraufhin stellen sie Spe-

kulationen darüber an, was an der Sendung echt ist und was nicht. Dabei tendieren sie zu einer kritischen Einstellung gegenüber der Glaubwürdigkeit der Darstellungen, denen teilweise die Realitätsnähe abgesprochen wird. Sie überprüfen die medialen Informationsquellen dahingehend, ob sie wahr sind und der Realität nahe kommen. Das kann hier als eine Form der Medienkompetenz betrachtet werden.

Das Infragestellen der Glaubhaftigkeit der medialen Darstellungen ließ sich jedoch im Fall der Gruppe der 10- bis 12-Jährigen mit



Tricksendungen unecht und reale Darstellungen als echt wahrgenommen werden (vgl. Töpper 2003). Dementsprechend stellen sie keine Überlegungen darüber an, inwiefern diese der Wirklichkeit entsprechen. Sie schreiben der Sendung – vermutlich aufgrund eines mangelnden Medienwissens – ein höheres Maß an Authentizität zu. So sehen alle drei Gruppen der jüngeren Diskussionsteilnehmer mit geringerer Bildung in den Dschungelprüfungen eine reale Gefahr. Dadurch billigen sie ihnen ein hohes Maß an realen Folgen zu. Darüber hinaus betonen sie den Lerncharak-



geringer Bildung nicht feststellen. Wissen über Inszenierungsstrategien, das aus der Medienberichterstattung bezogen wurde, ließ sich auch nicht ausmachen. Die Kinder scheinen sich bei ihrer Beurteilung hauptsächlich auf die ästhetischen Kriterien, den Realitätsbezug und die Spielregeln der Sendung zu beziehen und nicht auf ihren diskursiven Kontext. Jedoch verfügen sie über ein Genrewissen, das sie befähigt, die Sendung einzuordnen. Dies zeigt sich auch in den Genrebezeichnungen und in ihren Antworten auf die Frage, welche ähnlichen Sendungen sie kennen. Während alle anderen Gruppen hier hauptsächlich *Big Brother* nennen, geben die 10- bis 12-Jährigen mit geringer Bildung die Sendungen *Deutschland sucht den Superstar* (eine Casting-Show) und *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (eine Soap) an. Hier zeigt sich, dass die Kinder zumindest ansatzweise über eine Genrekompentenz und formatspezifische Schemata verfügen. Während Zeichentricksendungen für Kinder ohne Schwierigkeiten als fiktional einzuordnen sind, werden die komplexen Codes realer Darstellungen nicht so leicht durchschaut. Oftmals urteilen sie nach einfachen Dichotomien, nach denen



ter der Dschungelprüfungen und zeigen damit eher eine dokumentarische Lektüre. Die Älteren dagegen rezipieren die Sendung stärker auf den Ebenen des Spiels und der Reality-Show. *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird vor allem mit der Sendung *Big Brother* oder anderen verhaltensorientierten Spielshows verglichen.

Die Rezeption der Sendung als Spiel ermöglicht einen „geregelten Tabubruch“ (Hausmanninger 1992). Die Regelverletzungen sind ästhetisch inszeniert und können kritisch thematisiert werden. Dabei unterscheidet sich die „Spiel-Wirklichkeit“ vom gewöhnlichen Leben und ermöglicht damit eine distanzierte Rezeption, in der andere ethische Maßstäbe gelten. Zu dieser distanzierten Rezeptionshaltung trägt auch die komische Inszenierung bei. Die Dschungelprüfungen, die selbst von den Ablehnern der Sendung als witzig empfunden werden, werden von allen Befragten am meisten geschätzt. Für alle Diskussionsteilnehmer ist es lustig, die Prominenten in Grenzsituationen zu erleben. Hierbei werden die üblichen sozialhierarchischen Beziehungen und die ihr inhärenten sozialen Konventionen umgekehrt. Dadurch ist in der

Form des Lachens das zulässig, was sonst verboten ist (Bachtin 1990, S. 54).

Die Beziehung zu Kandidaten und Moderatoren

Die Kandidaten werden nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut und auch nicht als solche wahrgenommen. Anstelle von Identifikation lässt sich die Rezeptionshaltung eher als empathisch beschreiben, bei der zwar die Gefühle der Figuren übernommen werden, das Bewusstsein der Differenz zwischen Zuschau-

spielt aber für die Befragten eine wesentlich geringere Rolle als die Dschungelprüfungen. Da die Rezeption der Sendung vorwiegend in einem komischen Modus erfolgt, wird kaum Kritik an den genannten Verhaltensweisen geäußert.

Moralische Beurteilung der Show

Auch wenn das Verhalten der Moderatoren kaum moralisch diskutiert wurde, sind alle untersuchten Gruppen in der Lage, die Sendung unter moralischen Gesichtspunkten zu beur-



er und Kandidat jedoch erhalten bleibt. Dabei kann sich die Empathie auch auf Personen richten, die negativ bewertet werden. Wichtig für die Nutzung der Sendung durch die Jugendlichen ist, dass sie sich zwar in die Lage der Figuren versetzen und deren Gefühle nachempfinden können, jedoch keine Rollenbilder zu übernehmen scheinen. Die empathischen Vorgänge sind eher auf der Ebene körperlicher Aneignung angesiedelt, die innerhalb der Sendung durch die ästhetische und dramaturgische Inszenierung von Ekel und Angstsituationen geschaffen werden. Die Empathie ist dabei unabhängig von der Moral der Zuschauer, „da Empathie der moralischen Dimension entbehrt, ist es für den Zuschauer nicht notwendig, die Werte der handelnden Figuren zu übernehmen“ (Mikos 2003, S. 170).

Neben den Dschungelprüfungen wird auch die Moderation von einigen Interviewten – vor allem aufgrund des Aussehens der Moderatoren – als witzig empfunden. Andere dagegen bezeichnen sie einfach als langweilig. Die spöttischen und hämischen Bemerkungen gegenüber den Kandidaten werden kaum thematisiert. Die Moderation wird zwar in einigen Fällen ebenfalls als komisch rezipiert,

teilen. Mit Ausnahme der 17- bis 20-Jährigen mit geringerer Bildung wurde in allen Gruppen diskutiert, ob man so mit Menschen umgehen dürfe. Dies wurde auf die für die jeweilige Altersstufe relevanten Prinzipien ethischer Entwürfe bezogen. Dabei urteilen die meisten Befragten utilitaristisch: Als moralisch richtig wird betrachtet, was für die Betroffenen einen bestimmten Nutzen hat. Bei den Aussagen lässt sich jedoch teilweise ein Spannungsverhältnis feststellen zwischen dem als richtig Verstandenen einerseits, das in einem generellen Urteil seine Begründung findet (so darf man eigentlich nicht mit Menschen umgehen), und dem Vergnügen andererseits, das die Sendung bereitet, wenn Prominente Prüfungen unterzogen werden, und die Schadenfreude in der Rezeption überwiegt. Hier zeigt sich, dass die Kinder und Jugendlichen zwischen der realen und der Fernsehwelt unterscheiden.

Trotz eines anscheinend eher vom privaten Nutzenkalkül bestimmten Wertesystems orientieren sich die befragten Kinder und Jugendlichen an gesellschaftlichen Normen und Werten – wie der Achtung anderer, Ehrlichkeit und Fairness –, die eine wichtige Bedeutung



für ihr eigenes Leben haben. Dies entspricht den allgemeinen Tendenzen, die in der jüngsten Shell-Jugendstudie für die 12- bis 25-Jährigen festgestellt wurden (vgl. Gensicke 2003). Da sie jedoch von der Sendung keinen Bezug zu ihrem Alltag herstellen, scheinen die moralischen Urteile in diesem Fall nicht unbedingt verpflichtend zu sein. Das Fernseherlebnis und der eigene Alltag gelten als zwei getrennte Bereiche, in denen je eigene Wertmaßstäbe und moralische Kriterien eine Rolle spielen.

wickeln sie Mitleid mit den Kandidaten, weil sie einen wichtigen Wert, der auch in ihrem Alltag eine Rolle spielt, verletzt sehen: Fairness. Mit Ausnahme der 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung und teilweise der 11- bis 14-jährigen Mädchen mit geringer Bildung haben die Befragten genügend praktisches Medienwissen, um mit der Show angemessen umzugehen. In den Ausnahmefällen benutzen sie aber Deutungsmuster aus ihrer sozialen Alltagserfahrung, um die Sendung zu bewerten. Die gering gebildeten Kinder sehen daher in den Dschungelprüfungen einen



Komik und die Grenzen des Spiels

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die geringe Betroffenheit der Jugendlichen – bedingt durch die primäre Rezeption der Sendung als Spiel und Comedy – dazu führt, dass für sie prinzipiell geltende ethische Grundlagen kaum auf die Sendung übertragen werden. Wegen der mangelnden Identifikation und des geringen Alltagsbezugs, des als abstrakt und unrealistisch empfundenen Geschehens ist auch eine Imitation der Dschungelprüfungen und des Verhaltens der Kandidaten eher nicht zu erwarten.

Die Rahmung als Spiel und Comedy führt vor allem aufgrund der karnevalistischen Inszenierung dazu, dass sich für die befragten Kinder und Jugendlichen daraus der bevorzugte Rezeptionsmodus ableitet. Sie können wegen ihres praktischen Medienwissens die Rahmungen erkennen und nehmen daher die Show einerseits als komisch und witzig wahr, andererseits jedoch auch als Spiel, das karnevalistischen Prinzipien gehorcht. Lediglich wenn sie der Ansicht sind, dass gegen Spielregeln verstoßen wird, tritt der komische Rezeptionsmodus in den Hintergrund. Dann ent-

didaktischen Sinn und vermuten, dass man da etwas lernen kann. Sie tun dies nicht deshalb, weil die Sendung es ihnen vorgibt, sondern weil ihnen aus ihrem eigenen schulischen Alltag bekannt ist, dass Prüfungen einen didaktischen Sinn haben.

Der karnevalistische Modus der Inszenierung führt dazu, dass die Kandidaten nicht als Identifikationsfiguren aufgebaut werden. Eine Nähe zu den Prominenten ergibt sich daher nicht. Dies zeigt sich auch bei den befragten Kindern und Jugendlichen, die nur dann eine Nähe zu den Kandidaten entwickeln, wenn der komische, karnevalistische Modus der Inszenierung in den Hintergrund rückt. Das ist bei den Dschungelprüfungen der Fall. Die dabei thematisierten Phobien und Ängste finden sich teilweise auch bei den Kindern und Jugendlichen – sie haben ebenfalls Angst vor Spinnen und Insekten. Besonders groß ist ihre Angst davor, dass Insekten in Körperöffnungen wie Mund, Nase oder Ohren kriechen. Die jüngeren Befragten nehmen an, dass dies zum Tod führen kann. Ein Eindringen von Insekten oder anderen Tieren in die Körper der Kandidaten sollte daher nicht gezeigt werden.



Bedeutsamer ist jedoch, dass die Kandidaten hier bei einem Spiel beobachtet werden, in dem der „Ernst des Spiels“ dominiert, so dass für die Befragten Regeln wichtig sind. Ihr Verständnis von Fairness wird dabei nicht nur durch vermeintliche Regelverletzungen herausgefordert, sondern auch dann, wenn sie die Grenzen eines Spiels überschritten sehen – und diese Grenze ist da, wo die körperliche Unversehrtheit der Spieler bereits durch die Regeln des Spiels in Frage gestellt wird. So sahen viele der befragten Kinder und Jugendlichen die so genannte „Hack-Attacke“



mag mit dafür verantwortlich sein, dass die befragten Kinder und Jugendlichen keine Parallelen zwischen ihrem Alltag und den Handlungen der Kandidaten in der Show herstellen. Sie trennen hier klar zwischen der sozialen Realität ihres Alltags und der Welt der Show und des Spiels, die für sie einen eigenen Wirklichkeitsbereich markiert. Hier zeigt sich auch ihr pragmatisches Verhältnis zu Moralvorstellungen und Werten, die sie situationsangemessen einsetzen. Lediglich die 10- bis 12-jährigen Kinder mit geringer Bildung und teilweise die 11- bis 14-jährigen Mädchen mit



auf Caroline Beil zwar als gerechtfertigt an, weil sie es aufgrund ihrer Lästerei über die Mitkandidaten verdient habe, andererseits ging es ihnen aber zu weit, dass sie bei dem Spiel von den Straußen tatsächlich verletzt werden konnte. Für die Kinder und Jugendlichen ist offenbar da eine Grenze, wo physische Schäden für Kandidaten Bestandteil des Spiels sind. Dagegen tolerieren sie Spiele, in denen die physischen Schäden nicht Teil des Spiels sind, sondern nur dann auftreten, wenn die Kandidaten die Aufgabe der Prüfung nicht meistern. Die „Hack-Attacke“ auf Caroline Beil wäre für Kinder und Jugendliche nicht grenzwertig, wenn die Kandidatin z. B. während der Prüfung einen Taucheranzug oder eine Ritterrüstung getragen hätte, so dass die Tiere sie nicht wirklich hätten verletzen können. Außerdem wäre eine Prüfung tolerierbar gewesen, bei der die Kandidatin z. B. über einen feuchten Schwebebalken hätte balancieren müssen und im Falle des Misslingens in den Straußenkäfig gefallen wäre. In diesem Fall wäre der physische Schaden nicht Bestandteil des Spiels, sondern würde als Folge des Misslingens auftreten. Das Beispiel macht deutlich, dass die Kinder und Jugendli-

chen klare Wertvorstellungen entwickelt haben, die sie auf die Spiele in der Show und auf die gesamte Sendung anwenden. Werte, die in ihrem Alltag Gültigkeit besitzen, können aber durch die Inszenierung innerhalb der Show gewissermaßen auf den Kopf gestellt werden – und das finden sie komisch. Das karnevalistische Prinzip der Inszenierung findet sich in einer entsprechenden Rezeptionshaltung wieder, die den Kindern und Jugendlichen bereits aus der Rezeption von Cartoons und Zeichentrickfilmen bekannt ist.

In diesem Kontext sind auch Häme, Spott und Schadenfreude zu sehen. Sie machen im Rahmen des Spiels, in welchem sie mit komischen Mitteln inszeniert werden, Sinn. Die Kandidaten können als Spielteilnehmer zu Objekten der Schadenfreude werden. Allerdings ist die Schadenfreude gewissermaßen entpersonalisiert, weil sie sich entweder auf alle Teilnehmer der Show bezieht oder auf bestimmte Situationen, in denen die Objekte des Spotts austauschbar sind. Selbst wenn die Kandidaten als Personen zu Objekten des Spotts und der Schadenfreude werden, führt die komische Inszenierung zu entsprechenden Mechanismen der Distanzierung. Dies

geringer Bildung sind dazu nur begrenzt in der Lage.

Die Show und der Jugendschutz

Eine von der KJM diskutierte mögliche Gefährdung für Kinder und Jugendliche durch die Darstellung von Häme, Spott und Schadenfreude kann für die in dieser Studie befragten Kinder und Jugendlichen weitgehend ausgeschlossen werden. Lediglich die Kinder mit geringer Bildung verfügen insgesamt noch nicht über genügend Medienwissen und Medienkompetenz, um angemessen mit dem Format umzugehen. Allerdings benutzen sie die aus ihrem Alltag bekannten Deutungsmuster, um der Show einen Sinn zu geben – in diesem Fall einen didaktischen. Die Gefahr, dass die Vermittlung wichtiger sozialer Werte durch die Show konterkariert wird – wie die KJM annimmt –, konnte durch die Studie nicht bestätigt werden. Die Kinder und Jugendlichen sehen zum einen keine Verbindung zwischen der Show und ihrem Alltag. Zum anderen bewerten sie die Sendung vor dem Hintergrund eines moralischen Bewusstseins, das ihrem Entwicklungsstand entspricht, und ei-

nes Werteverständnisses, das für die Kinder und Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts typisch ist. Dessen oberstes Gebot lautet: Pragmatismus. Werte werden situationsbezogen angewandt und danach eingesetzt, ob sie in den jeweiligen Situationen nützlich sind oder nicht. Die Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* wird von den Kindern und Jugendlichen hauptsächlich als komische Unterhaltung gesehen, die keine weitere Bedeutung für ihren Alltag hat – mit einer Ausnahme: Sie dient als kommunikative Ressource, um in der Familie, Schule und Peergroup über



sie zu reden. Dabei werden die Normen und Werte der Gesellschaft im Rahmen einer medienbezogenen Diskussion verhandelt.

In der Debatte um die Gefährdung von Kindern durch derartige Sendungen sollte bedacht werden, dass Kinder selbst Grenzen setzen. So sind für die in der vorliegenden Studie Befragten beispielsweise Grenzen erreicht, wenn Insekten in den Körper von Kandidaten eindringen oder physische Schäden der Kandidaten Bestandteil des Spiels sind (physische Schäden werden nur als Folge eines misslungenen Spiels in Kauf genommen). Shows wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* können so lange als unbedenklich eingestuft werden, wie sie die selbst gesetzten Grenzen der Kinder nicht verletzen.



Prof. 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).

Literatur:

Bachtin, M. M.:

Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur. Frankfurt 1990.

Gensicke, T.:

Individualität und Sicherheit in neuer Synthese? Wertorientierungen und gesellschaftliche Aktivität. In: K. Hurrelmann/M. Albert (Hrsg.): *Jugend 2002.* 14. Shell Jugendstudie. Frankfurt 2003, S. 139–212.

Hausmanner, T.:

Kritik der medienethischen Vernunft. Die ethische Diskussion über den Film in Deutschland. München 1992.

Hilmes, M.:

Europe Attacks! The Twisted History of the Reality Show (Vortrag auf der Tagung *Console-Ing Passions* [30. Mai bis 2. Juni 2004] in New Orleans).

Mikos, L.:

Film- und Fernsehanalyse. Konstanz 2003.

Paus-Haase, I./Hasebrink, U./Mattusch, U./

Keuneke, S./Krotz, F.: *Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung.* Opladen 1999.

Prommer, E./Mikos, L./

Schäfer, S.: *Pre-Teens und Erwachsene lachen anders.* In: *Televizion* 16/1/2003, S. 58–67.

Claudia Mikat

KRABBELTIERE, KU UND VERSTECKTE

Der Umgang mit Ekel, Angst und

Die Presse spricht von „Trash-TV“, den „neuen Skandalshows“, von „Angst- oder Ekelfernsehen“, und auch die Medienaufsicht hat die so genannten neuen Extrem- oder Psychoformate im Visier. Gemeint sind Sendungen wie die Dschungel-Show *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* oder die Show *Fear Factor*, die Reality-Sendung *Schürmanns Gebot*, jugendaffine Doku-Shows wie *Viva la Bam* und *Wild Boyz* sowie das „Versteckte Kamera“-Format *Scare Tactics*. Bis auf *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* haben mindestens drei Folgen aller genannten Sendungen FSF-Prüfausschüssen vorgelegen. Entgegen der öffentlichen Meinung, die oft pauschal fordert, *derartige* Formate generell zu unterbinden, kamen die Prüfausschüsse in der Bewertung der Sendungen zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen. Die wesentlichen Kriterien in der bisherigen Spruchpraxis sollen hier dargestellt werden.

Überwinden von Angst und Ekel: *Fear Factor*

In der Spielshow *Fear Factor* treten jeweils drei Frauen und drei Männer gegeneinander an. In drei Runden wird der Gewinner bzw. die Gewinnerin ermittelt, der bzw. die eine Summe von 25.000 Euro erhält. Die Aufgaben sind überwiegend sportlich: Die Kandidatinnen und Kandidaten müssen z. B. einen Pfahl hochklettern und – oben angekommen – über sechs weitere Pfähle balancieren oder sich in einem Auto in einem Wasserbassin versenken lassen und vor dem Auftauchen eine sich auf dem Rücksitz befindliche Babypuppe retten. In der zweiten Runde werden die Teilnehmer mit Aufgaben konfrontiert, bei denen Ekelgefühle überwunden werden müssen: Schafsaugen verzehren, mit dem Mund aus einem Aquarium unter Maden versteckte Hühnerfüße herausfischen oder in einem Glasbehälter liegend und mit Krabbeltieren beschüttet Aale in einen Eimer bugsieren.

Die Freigabe der insgesamt sechs vorgelegten Folgen von *Fear Factor* für das Tagesprogramm erfolgte einheitlich und ohne nennenswerte Kontroversen. Wesentlich für die Ausschüsse ist zunächst, dass eine Verletzung der erkennbar gut gesicherten Teilnehmer unwahrscheinlich und das Nachahmungsrisiko angesichts der überaus aufwendigen Stunts ohnehin äußerst gering ist. Die Spielregeln werden von Anfang an klar benannt, das Geschehen ist somit auch für Jüngere als Spiel zu erkennen,

DU-KÖTTTEL KAMERAS

Schadenfreude in der Spruchpraxis der FSF

weist keine Alltagsbezüge auf und kann entsprechend eingeordnet werden. Ausschlaggebend ist darüber hinaus der freundlich-korrekte Umgang der Moderatorin mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, deren Autonomie stets gewahrt bleibt. Die Kandidaten gehen ganz offensichtlich freiwillig an ihre Aufgaben, sie können jederzeit aufgeben, wenn sie sich einer Prüfung nicht gewachsen fühlen, werden weder unter Druck gesetzt noch diskriminiert oder in sonstiger Weise herabgewürdigt. Insofern waren sozial-ethisch-desorientierende Wirkungsrisiken nicht zu erkennen. „Die Menschenwürde wird nicht tangiert“, urteilt der Prüfausschuss vom 11. März 2004, „eher signalisieren die Kommentare auch der ausscheidenden Teilnehmer, dass sie für sich selbst wichtige Erfahrungen sammeln konnten und keinesfalls in Situationen gebracht werden, in denen sie nicht mehr selbst über sich bestimmen können.“

Dies gilt auch für die Aufgaben, in denen Angst- oder Ekelgefühle überwunden werden müssen. Individuell Angst auslösende Situationen werden im Anschluss



aufgearbeitet, indem etwa eine freiwillig ausscheidende Teilnehmerin im Off-Kommentar ihre Entscheidung begründet und ihre Panik bei einer Unter-Wasser-Aufgabe schildert. Die Wirkung der Ekel erregenden Szenen wird von den Ausschussmitgliedern zwar unterschiedlich beurteilt. Einigkeit besteht jedoch darin, dass Ekel letztlich „eine subjektive Empfindung sei und das hier beim Zuschauer erzeugte Ekelgefühl nicht mit einer Ängstigung im Sinne der FSF-Prüfordnung gleichgesetzt werden könne“ (Prüfausschuss vom 11. März 2004).

Geld gegen Würde? Schürmanns Gebot

Die Überwindung von Ekel spielt auch bei der Unterhaltungssendung *Schürmanns Gebot* eine Rolle, hier allerdings unter der Fragestellung, inwieweit Menschen für Geld bereit sind, „unangenehme“ Dinge zu tun: Hundefutter oder Mehlwürmer essen, ein Gemisch aus Ketchup und Wasser trinken, das andere bereits im Mund hatten, oder den Handlauf einer Roll-

terre ablecken. Bei anderen Aufgaben, für die Moderator Schürmann Fremde in einer Einkaufspassage gegen ein Geldgebot zu gewinnen versucht, geht es darum, sich albern zu verhalten oder lächerlich zu machen. So sollen die Mitspieler in einer Minute drei Scheiben Toastbrot essen, ein Schild hochhalten, ohne zu wissen, was darauf steht, oder in Damenunterwäsche bzw. im Hasenkostüm und „Häschen in der Grube“ singend durch das Einkaufszentrum laufen.

Die FSF-Entscheidungen zu den vorgelegten Folgen, von denen drei inzwischen durch die zuständige Landesmedienanstalt beanstandet wurden, reichen vom Tages- bis zum Spätabendprogramm. Wesentlich für die Beurteilung ist die Frage, inwieweit durch das Auftreten des Moderators und seinen Umgang mit den Kandidatinnen und Kandidaten, durch die Art der Aufgaben oder durch die kontextuelle Einbettung sozioethisch fragwürdige Grundaussagen vermittelt werden und nachhaltig auf Wertvorstellungen und Einstellungen von Kindern Einfluss nehmen können. In diesem Sinne problematische Botschaften wären z. B., dass Menschen gemeinhin für Geld bereit sind, alles zu tun – sich etwa öffentlich zu erniedrigen –, dass es legitim ist, Menschen zu Unterhaltungszwecken herabzuwürdigen, indem die Darstellungen etwa auf Häme und Schadenfreude zielen oder auch, dass finanzielle Notlagen ausgenutzt werden (können), um Menschen für entwürdigende Aufgaben zu gewinnen und zur Schau zu stellen. Entsprechend liegen die Unterschiede zwischen den einzelnen Folgen nach Meinung der Ausschüsse in der Art der Aufgaben und dem Verhalten des Moderators. In der für 22.00 Uhr entschiedenen Folge etwa wird sein Umgang mit den Kandidaten als „herabwürdigend, despektierlich bis hin zu zynisch beleidigend“ eingeschätzt, die Aufgaben zielten auf „eine Herabwürdigung der Kandidaten, die in ihrer Geldgier (die nicht selten motiviert scheint durch Geldnot) bloßgestellt“ und dazu gedrängt würden, sich lächerlich zu machen. „Thomas wird beispielsweise aufgefordert, seine Socken als BH-Füllung zu benutzen, und im nachfolgenden Studiokommentar als ‚Volldepp‘ bezeichnet. Roger soll für 50 Euro seine Zunge so lange an den Handlauf einer Rolltreppe halten, wie Thomas Schürmann benötigt, von oben angeekelt grimassierend zu ihm herabzufahren. Die Ansprache eines Passanten wird vorbereitet mit den in die Kamera gesprochenen Worten: ‚Guck mal der Pannemann, der macht’s bestimmt‘“ (Prüfausschuss vom 7. April 2004).



In anderen Folgen sind die Aufgaben harmloser, der Nachahmungsanreiz und auch die Nachahmungsgefährlichkeit weitaus geringer; der Moderator enthält sich verbal-zynischer Entgleisungen, die Autonomie und Entscheidungsfreiheit der Kandidaten werden stärker deutlich. Bei einer seitens des Senders weiter entschärften Folge spricht daher auch nichts gegen die beantragte Platzierung im Tagesprogramm. Zwar zielt die Sendung darauf, die Korruptierbarkeit von Menschen auszuloten, letztlich setze sich jedoch nicht der Eindruck durch, dass Menschen bereit oder aus einer Notlage bzw. der konkreten Situation heraus gezwungen sind, für Geld alles Erdenkliche zu machen. „Ausschlaggebend für diese Einschätzung war für den Ausschuss das vermittelte Bild der teilnehmenden bzw. nicht teilnehmenden Menschen. Alle angesprochenen Personen wirken stabil, ihre Autonomie wird nicht in Frage gestellt. Viele Befragte, unter ihnen auch Jugendliche, lehnen ab, sich an den Aufgaben zu beteiligen und geraten auch bei den sich steigenden Geldgeboten nicht in Konflikt

[...]. Die Aufgaben sind für sich genommen nicht entwürdigend bzw. zielen durch die Art der Inszenierung nicht auf eine entwürdigende Darstellung der Personen. Spöttische oder hämische Kommentare finden sich nicht, so dass insgesamt auch nicht von einer entsprechenden Wirkung auf den Zuschauer auszugehen ist, wie Spott, Schadenfreude oder Spaß an der Erniedrigung anderer“ (Prüfausschuss vom 21. April 2004).

Tabubruch aus Spaß: *Viva la Bam* und *Wild Boyz*

Die bewusste Grenzüberschreitung ist auch Konzept jugendaffiner Formate wie *Viva la Bam* und *Wild Boyz*. Beide Serien knüpfen an den Erfolg der US-Serie *Jackass* an, deren Gruppenmitglieder wieder die Protagonisten stellen. In *Viva la Bam* albert Bam Margera mit seiner Familie und mit seinen Freunden herum. Im Mittelpunkt stehen teils komische, teils bösartige Scherze, deren Opfer meist Bams Eltern oder der übergewichtige Onkel Don Vito sind. So wird das elterliche Haus in ein Eisstadion verwandelt, ein unterirdischer Tunnel bis ins Schlafzimmer des Onkels gegraben oder das Auto von Mutter April komplett umgebaut. Die Erwachsenen werden in einen Käfig gelockt, mit Honig und Insekten beschossen, sie werden im Schlaf blau angemalt, ihre Gesichter mit einem Staubsauger angesaugt. Es gibt auch „Scherze“, die sich gegen Schwächere oder unwissende Gruppenmitglieder rich-

ten, wenn etwa Brandon Reißzwecken in die Schuhe geschüttet werden oder Rake Yohn animiert wird, mit verbundenen Augen gegen einen Bienenstock zu schlagen und sich anschließend auf der Flucht vor den Tieren schreiend auf dem Boden wälzen muss. In Verbindung mit gemeinhin als ekelhaft empfundenen Aktionen inszenieren sich die Protagonisten auch gerne selbst, veranstalten etwa skurrile Gruppen-Wettkämpfe, in denen eine Aufgabe darin besteht, dem Gegenüber „Popel“ aus der Nase zu ziehen und aufzuessen.



Bei der überwiegenden Mehrheit der vorgelegten Folgen von *Viva la Bam* wird die beantragte Tagesprogrammierung abgelehnt. Im Mittelpunkt der Diskussion steht in allen Folgen die Frage der Desorientierung, bezogen auf das Risiko möglicher Nachahmungseffekte und auf die Vermittlung problematischer Werthaltungen. Wirkungsrelevant ist dabei, dass Bam Margera der Altersgruppe der ab 10-Jährigen zumindest in Teilen bekannt sein dürfte und hier als Idol gehandelt wird. Auch die Grundkonstruktion der



Serie – das Veralbern von Autoritäten, was diese mit stoischer Gutmütigkeit über sich ergehen lassen – dürfte auf ältere Kinder und Jugendliche anziehend wirken, wie generell die Absage an jegliche Nützlichkeitsprüfung, auf der der Humor basiert. Andererseits unterstreicht die Präsentation der Geschichten die Realitätsferne des Geschehens: Schnelle Schnitte, Zeitraffer, Zwischentitel, Musikeinlagen, Make-up und groteske Situationen machen deutlich, dass es sich um Klamauk handelt; gleichzeitig verdeckt der pseudodokumentarische Stil das Inszenierte und Abgesprochene der Darbietungen.

Die Voten für eine Ausstrahlung im Tagesprogramm beziehen sich entsprechend auf die Realitätsferne von Handlung und Figuren, betonen das geringe Nachahmungsrisiko der sehr aufwendig inszenierten, kostspieligen Aktionen. Für eine Ausstrahlung im Hauptabendprogramm spricht in der Mehrheit der Fälle, dass die Scherze mit geringem Aufwand nachgeahmt werden könnten, wobei besonders die Aktionen kritisch gewertet werden, in denen das Amüsement aus möglichen Verletzungen resultiert. So geht einem Prüfausschuss die angeführte Szene am Bienenstock zu weit, weil „der grobe Unfug, die in Kauf genommene Verletzung des Freundes und die Schadenfreude insbesondere der Identifikationsfigur Bam Margera [...] ein abträgliches Vorbild für kindliche Zuschauer“ darstellten (Prüfausschuss vom 4. Februar 2004). Hinzu kommt die komplizierte Ver-

schränkung von Fiktion und Realität. Während ältere Kinder ab 12 Jahren – so die Vermutung einiger Ausschüsse – die Fiktionalität des Geschehens eindeutig erkennen und die üblen Streiche als überzeichnete Inszenierung ohne weitere Realitätsbezüge wahrnehmen werden, ist dies für jüngere Kinder nur schwer zu durchschauen. „In Verbindung mit den teilweise bösartigen Scherzen [...] birgt diese Desorientierung hinsichtlich des Realitätsgehalts der Darstellung [...] das Risiko einer Vermittlung von Einstellungen und Werthaltungen, die letztlich als entwicklungsbeeinträchtigend [...] einzu-stufen sind. [...] Häme und Schadenfreude machen nicht selten die Komik der dargestellten Scherze aus. Für jüngere Kinder, die noch nicht in der Lage sind, die Ironie und das Parodistische richtig einzuordnen, [...] vermittelt sich [...] die Botschaft, es sei in Ordnung, sich auf Kosten anderer jeden denkbaren Scherz zu erlauben“ (Prüfausschuss vom 10. März 2004).

Ähnlich verläuft die Argumentation im

Falle der Serie *Wild Boyz*, die ebenfalls nicht wie beantragt für das Tagesprogramm entschieden wurde. In *Wild Boyz* messen sich die Protagonisten Steve-O. und Chris Pontius am Kap der Guten Hoffnung mit wilden Tieren – wie von der verrufenen *Jackass*-Truppe gewohnt mit „pubertär geprägter Interessenlage, genital fixiertem Witz und selbstzerstörerischem Körpereinsatz“ (Frankfurter Rundschau, 4. Februar 2004). Sie beobachten Paviane, Krokodile und deren Geschlechtsteile, steigen auf Stelzen, um einer Giraffe einen Zungenkuss zu geben, laufen mit einem Gepard um die Wette, lassen sich von Skorpionen beißen, tauchen zwischen Haien oder beteiligen sich am angeblichen Busch-Sport des Weitspuckens von Kudu-Kötteln.

Für eine spätere Sendezeit spricht weniger das ekelunempfindliche Auftreten der Protagonisten; schließlich stehen die bekannten Darsteller in dem Ruf, provokativ und cool zu sein, Mutproben zu inszenieren, indem sie Geschmacks- und Ekelgrenzen überschreiten und sich zum Vergnügen der Zuschauer in Gefahr bringen. Auch die Nachahmung der Aktionen wird durch den Ort des Geschehens nicht als direkte Gefahr gesehen; die Ausschussmehrheit befürchtet mit Blick auf jüngere Kinder dennoch eine bedenkliche Wirkung auf die Sozialisation, das Weltbild und moralische Orientierungen: „Das hohe Identifikationspotential der Protagonisten und ihr Gebaren, sich verantwortungslos und ausschließlich

zum eignen Nutzen zu amüsieren, die Lebewesen dem Gelächter preiszugeben und sie aus egoistischen Motiven auszunutzen [...], könnte sich Kindern als legitim oder erstrebenswert vermitteln“ (Prüfausschuss vom 17. Februar 2004).

Eine Minderheit ist dagegen der Meinung, dass Kinder und Jugendliche hier zwischen Realität und Fiktion unterscheiden können und sich die Darsteller im gegebenen Comedy-Kontext und in ihrer Überdrehtheit nicht als Identifikationsfiguren bzw. reale Vorbilder eignen. Angesichts der bereits entwickelten Werthaltungen von Kindern böten sich durch den überzogenen Klamauk kaum Übertragungsrisiken für den Umgang mit Tieren oder den Mitmenschen im Allgemeinen. Wesentlich sei, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer in keiner Szene um das Leben der Tiere fürchten müssen, diese von körperlicher Gewalt gänzlich verschont bleiben.

Inszenierte Schockspiele:

Scare Tactics

Eine komplizierte Vermischung von Realität und Fiktion kennzeichnet auch die US-amerikanische Serie *Scare Tactics*. Die einzelnen Episoden setzen sich aus kurzen Filmen zusammen, die mit einer versteckten Kamera aufgenommen, reale Ereignisse zeigen. Einige dieser Szenarien sind witzig, für die Beteiligten harmlos und erinnern damit an bislang in Deutschland bekannte „Versteckte Kamera“-Formate. In der überwiegenden Zahl der Fälle werden die als „Opfer“ bezeichneten Protagonisten dagegen in bedrohliche, erschreckende oder gefährliche Situationen gebracht, die oftmals einen Science-Fiction- oder Horrorhintergrund haben oder in Zusammenhang mit Verbrechen stehen. „Die Serie spielt mit einem Rücktransfer fiktionaler Gruselmomente in die Realität. Trotzdem ist *Scare Tactics* auch ein dokumentarisches Format, denn die Angst der Protagonisten und Opfer ist echt“ (Prüfausschuss vom 7. Januar 2004). Alle Protagonisten werden der Produktionsfirma von Verwandten oder Freunden als unwissende Mitspieler vorgeschlagen. Die Kontaktperson spielt oft in der inszenierten Geschichte mit und kann am Ende ihre Schadenfreude selten verbergen. Die Auflösung der Geschichte erfolgt durch einen der Mitspieler mit den Worten: „Are you scared? Are you really scared? Well, you shouldn't be – you're on *Scare Tactics*.“



Nur wenige der einzelnen Geschichten von *Scare Tactics* werden wie beantragt für das Tagesprogramm freigegeben, z. B. *Little Girl Psychic*, in der ein Mann in einem Restaurant von einem ca. 10-jährigen Mädchen angesprochen wird, das den Namen, den Geburtsort und andere Einzelheiten aus dem Leben des Mannes kennt, angeblich aber seit seiner Geburt taubstumm ist. Während diese Geschichte auf bloße Verblüffung des Opfers zielt und die Zuschauer lediglich schmunzeln lassen dürfte, ist in den meisten Fällen das Ängstigungspotential wesentlich höher und spricht gegen eine Tages- oder auch Hauptabendprogrammierung: Die Opfer begegnen Monstern oder Serienkillern, müssen in medizinischen Versuchen um das Leben anderer fürchten, werden Zeuge von mysteriösen Begebenheiten und Verbrechen oder sind vermeintlich schuld an Unfällen oder Verletzungen.

Unter dem Angaspekt steht die Wirkung der Inszenierung auf die kindlichen und jugendlichen Zuschauer im Vordergrund, insbesondere die Intensität des entwickelten Bedrohungsszenarios, die bildliche Umsetzung von zurückhaltender Inszenierung bis

zu ausgespielten brutalen und blutigen Details sowie die Realitätsnähe der erzählten Geschichten. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Verschränkung von Inszeniertem und Echtem für Jüngere nur schwer zu durchschauen ist. Daneben ist das Wirkungsrisiko der sozial-ethischen Desorientierung relevant. Unter diesem Gesichtspunkt wird vor allem das so genannte Opfer in den Geschichten und seine sichtbare Befindlichkeit in den Blick genommen. Die ethische Fragestellung, inwieweit es legitim ist, Menschen zur Unterhaltung anderer Menschen zu erschrecken bzw. massiv zu ängstigen, ist für die Ausschüsse insoweit von Bedeutung, als sie mit einer entsprechenden akzeptierenden bzw. befürwortenden Wirkung auf die Zuschauer einhergehen könnte: „Dass die Protagonisten und Opfer in krasse Angstzustände versetzt werden, wird verharmlost. Zum voyeuristischen Vergnügen des Zuschauers werden Menschen in einer Weise in Angst versetzt, die teilweise an Todesangst grenzt [...], in einer Verfassung [gezeigt], die für sie erniedrigend ist“ (Prüfausschuss vom 7. Januar 2004). „Der Ausschuss ging davon aus, dass die Darstellung extremer Bedrohungsszenarien und Angstreaktionen ein größeres Maß an Distanzierungsfähigkeit und an bereits vorhandenen ethischen Maßstäben erfordert, um das Gesehene als makaberes Spiel ohne Realitätsbezug einordnen zu können und zu hinterfragen“ (Prüfausschuss vom 29. Januar 2004).

Nach diesen Kriterien wird die Mehrzahl der *Scare Tactics*-Episoden für das Hauptabend- und Spätabendprogramm entschieden. Einige Geschichten, in denen die Opfer extremen Schocksituationen ausgesetzt sind und drastische Darstellungen auf der Bildebene den Schrecken auch für den Zuschauer erhöhen, werden im Nachtprogramm platziert, z. B. *Deadly Feast*, in der Opfer Sarah damit konfrontiert wird, dass ihr Chef einem Mann offenbar ein Bein abgesägt hat, das dieser – blutend und laut schreiend – in der Hand hält. In zwei Fällen, in denen die Opfer um ihr Leben fürchten und sich der Gefahrensituation aufgrund der ausweglos eingengenden Szenerie nicht entziehen können, sieht ein Ausschuss die Grenze zum Menschenwürdeverstoß überschritten. So wird in *Limo in Area 51* das Opfer Donna in Todesangst versetzt. Sie ist mit Freunden nachts im Auto in der Wüste in New Mexico unterwegs, der Fahrer des Wagens durchbricht eine Militärschranke, woraufhin zwei Militärfahrzeuge die Verfolgung aufnehmen und den Wagen mit Maschinengewehren beschießen. „Die gestellte Szene ist äußerst realistisch und ebenso lebensbedrohlich [...]. Dieses makabere Spiel mit ihren Todesängsten wird zum Ergötzen und zum vermeintlichen Spaß eines Fernsehpublikums aufgeführt, wodurch ihre Persönlichkeit missbraucht wird. Es ist dabei unerheblich, dass die Darstellung auf der virtuellen Ebene stattfindet und Donna letztendlich über die Sendung aufgeklärt wird. Ihre Ängste sind echt und die Gefahr einer nachhaltig negativen Wirkung bei ihr möglicherweise gegeben. Die Darbietung der Schrecken und Ängste in dieser massiven Form steht nach Meinung der Ausschussmehrheit dem Recht des Zuschauers auf Rezeption dieses Segments gegenüber“ (Prüfausschuss vom 4. Dezember 2003). Die Ausstrahlung wird abgelehnt.

Fazit

Die Beispiele zeigen, dass in den genannten Sendungen Angst-, Ekel- und Schamschwellen wie auch die Grenzen des „guten“ Geschmacks z. T. bewusst überschritten werden. Dennoch ist nicht jeder kalkulierte Tabubruch jugendschutzrelevant und rechtfertigt nicht per se die Verschiebung auf einen späteren Sendeplatz oder gar ein Ausstrahlungsverbot. Insofern ist die öffentliche Debatte über die neuen Formate für die Jugendschutzdiskussion ebenso wenig hilfreich wie die von der Gewalt im Fernsehen – auch hier muss differenziert werden.

Bei „Ekel erregenden“ Szenen oder als „abgründig“ empfundenen Verhaltensweisen, sozialen Umgangsformen und moralischen Orientierungen ist die Grenze zu Geschmacksfragen und persönlichen Einstellungen manchmal nur schwer zu ziehen. Dennoch muss versucht werden, persönliche Wertungen – so weit wie möglich – aus den Entscheidungen herauszuhalten, wenn

man zu sachlich begründeten und allgemein nachvollziehbaren Kriterien gelangen will.

Vor allem gilt es, Darstellungs- und Aussageebene zu trennen. Dass von einem Inhalt nicht unmittelbar auf die entsprechende Wirkung geschlossen werden kann, gehört zu den etablierten Grundstandards in der allgemeinen Spruchpraxis des Jugendmedienschutzes und gilt somit auch für die so genannten neuen Formate. Insofern mag zwar breiter Konsens darüber bestehen, dass das Spucken von Kudu-Kötteln, das Essen von Schafsaugen und Nasenschleim oder das Ablecken von Rolltreppengeländern eklig ist und dass es auch nicht zu den gesellschaftlich akzeptierten Erziehungszielen zählt, boshafte Freude über den Schaden anderer zu empfinden. Ob mit der Darstellung aber eine Wirkung verbunden ist, die „die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit“ (§ 5 Absatz 1 JMStV) beeinträchtigt, hängt von zahlreichen anderen Faktoren ab.

Selbstverständlich ist für den Jugendschutz relevant, ob Handlungen demütigend oder gefährlich sind, ablehnende oder herabwürdigende Äußerungen getätigt werden, ob die Unerfahrenheit oder Gewinnerwartungen von Menschen ausgenutzt werden, um ihnen Schaden zuzufügen, oder ob ein Menschenbild gezeigt wird, das dem Recht auf Selbstbestimmung zuwiderläuft. Bei all dem ist aber grundsätzlich zu fragen, ob diese Einstellungen und Verhaltensweisen im Kontext einer Sendung als Abbildung von Realität, als allgemein akzeptiert, normal oder attraktiv erscheinen, ob damit von Personen eine Vorbildwirkung ausgehen und das gezeigte Handeln als Anleitung für den Umgang mit Menschen (miss-)verstanden werden kann. Die zu vermutende Wahrnehmungs- und Verarbeitungsfähigkeit der jeweiligen Altersgruppe bestimmt schließlich, was Kindern und Jugendlichen an Interpretation und Einordnung der Inhalte zuzutrauen ist.

Diese Faktoren zu benennen, Kriterien weiterzuentwickeln und Angebote entsprechend differenziert zu beurteilen, ist Aufgabe der Prüfausschüsse. Ihre Aufgabe ist es nicht, Geschmacksfragen zu entscheiden oder Normen der Political Correctness zu überprüfen.

Claudia Mikat ist Hauptamtliche Prüferin der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

Uwe Sander

DIE LUST AUF Sensationen und ihre Nachfrage

Inflation der Sensationslust?

TV-Formate wie *Jackass* oder *I want a Famous Face* sind anscheinend die Spitze einer Tendenz des Fernsehens, immer gnadenloser Quote durch Skurrilität zu erzeugen; und die Welle erreicht uns aus den USA. Der langjährige Chefredakteur des ZDF, Klaus Bresser, drückte das 1992 so aus: „Die Sender in den Vereinigten Staaten und zunehmend auch in Europa schauen sich bei der Jagd nach Einschaltquoten zu einem Sensationsfernsehen hoch, das keinen Schutz mehr gewährt, denen nicht, die als Täter oder Opfer vor die Kamera gezerrt werden, aber auch denen nicht, die das alles mit ansehen vor dem Bildschirm. Beide, die im ‚Reality-TV‘ dargestellten Menschen wie die Betrachter zu Hause, sind dem Medium gnadenlos ausgeliefert (Bresser 1992).“ Was mit nachmittäglichen Talks begann, in denen z. B. Arbeitslose willig das Stereotyp des Sozialschmarotzers bedienten oder Paare sich öffentlich beschimpften, hat sich mittlerweile zu einer bunten Palette von Formaten verbreitert, die alle unterschiedlich sind, aber eines gemeinsam haben: das Fehlen traditioneller journalistischer Seriosität und die Flucht in immer abstrusere Präsentationen dessen, was man mit Menschen machen kann oder was Menschen mit sich selbst machen. Abge-

halferte Prominente finden auf diesem Tummelplatz die Gelegenheit, noch einmal als Witzfigur ins Rampenlicht zu kommen; man kann selbst gedrehte Filme im Fernsehen bewundern, in denen die Filmemacher oder andere Personen bis aufs Letzte bloßgestellt werden; oder man kann in dem Format *I want a Famous Face* die sendergesponsorte Metamorphose eines Michael alias Jessica in Jennifer Lopez am OP-Tisch mitverfolgen, mit Großaufnahmen von Eingriffen, die angeblich Schönheitsoperationen sind.

Eigentlich wäre jetzt Hochzeit für Kulturkritiker, aber Kulturkritik ist aus der Mode gekommen. Die so genannte Kulturindustrie hat ihre Mäkler und Nörgler überlebt und übt sich in Praktiken, die selbst Horkheimer und Adorno staunen ließen. Und das nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Internet, das zu Beginn seiner Karriere mit der Hoffnung assoziiert wurde, als neues Medium auch ein neues, freies und demokratisches Forum einer weltweiten Öffentlichkeit werden zu können. Aber auch im World Wide Web ziehen eher Webseiten wie „rotten dot com“ Aufmerksamkeit auf sich und unterhalten mit Bildern, die alles Unmögliche zeigen, was man sich (nicht) vorstellen kann.

SKURRILES



in den Medien

Wenn man es philosophisch mag, dann scheint es so zu sein, dass das zweite Jahrtausend sich in der Tat mit einer unzivilisierten Lust an Trash verabschiedet hat und das dritte Jahrtausend diese Tradition mit Verve fortsetzt. Ernst, kulturelle Dignität, aber auch die traditionellen Zentralwerte der Moderne wie Wahrheit, Vernunft, Sittlichkeit und Humanität werden anscheinend systematisch von einigen Medienformaten und ihrem Publikum unterminiert. Das gibt vordergründig und posthum dem immer etwas populistisch auftretenden Medienökologen Neil Postman Recht, der besonders das unterhaltungsfixierte Fernsehen als Totengräber eines demokratischen und gerechten Miteinanders gescholten hat. Allerdings ist die obszöne Lust am Skurrilen keine exklusive Erscheinung moderner Mediengesellschaften. Die Geschichte kennt viele Beispiele von hemmungslosem Massenvoyeurismus. Menschen haben es schon immer genossen, sich mit dem Schauer des Entsetzens, Erstaunens oder Ekels zu unterhalten. Dazu muss allerdings erstens etwas passieren, das diese Gefühle trägt. Da die meisten Menschen jedoch auch feige sind, bedarf es zweitens und zusätzlich einer gehörigen Distanz zum Geschehen. Die Lust an Skurrilitäten braucht eine

Grenze, die dem Zuschauer und Voyeur Sicherheit gibt; ansonsten schlägt sie leicht in Angst oder Schock um. Diese Grenze kann physischer Natur sein wie im römischen Amphitheater, das architektonisch klar und verlässlich zwischen Akteuren und Zuschauern trennt. Die Grenze kann aber auch abstrakter Natur sein wie z. B. bei einer öffentlichen Hinrichtung, bei der anwesende Zuschauer sicher sein können, nicht plötzlich die Rolle des Opfers übernehmen zu müssen. Notwendig für das sichere Genießen des Außergewöhnlichen ist jedoch immer, dass überhaupt etwas Spektakuläres passiert. Aber in dieser Beziehung zeigen sich moderne Gesellschaften sehr spröde. Tote, Wahnsinnige, Versehrte, Leiden, Unglücksfälle usw. gibt es zwar noch, sie werden allerdings in modernen Gesellschaften für die meisten Menschen im direkten Erfahrungsbereich unsichtbar gemacht. So kann es etwa sein, dass man nach langen Jahren eines Lebens mit dem eigenen Sterben die erste Realkonfrontation mit dem Tod überhaupt macht. Leider (oder Gott sei Dank!) sind demnach die direkten Erfahrungsräume von Mitgliedern moderner Gesellschaften immer sensationsärmer geworden. Um das zu demonstrieren, dienen folgende Beispiele.

Das Verschwinden des Skurrilen aus der Öffentlichkeit

In seinem Werk *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses* beschreibt Michel Foucault zu Anfang die öffentliche Hinrichtung eines Delinquenten im Spätmittelalter. Er will eigentlich mit dieser sehr anschaulichen und drastischen Darstellung demonstrieren, wie Gesellschaften vor der Etablierung der großen Disziplinierungssysteme (Gefängnisse oder Irrenanstalten) mit Strafe umgegangen sind. Aus seiner Schilderung lässt sich aber auch

man mußte das Fleisch beinahe bis zu den Knochen durchschneiden; die Pferde legten sich ins Geschirr und rissen zuerst den rechten und dann den andern los“ (Foucault 1994, S. 11). Heute können wir solche Schauspiele in der Öffentlichkeit nicht mehr verfolgen. Die Strafe moderner Gesellschaften wurde nämlich mittlerweile modifiziert; Heilung bzw. Resozialisierung ersetzt die physische Pein, nicht mehr der Mensch als Körper wird öffentlich gezüchtigt, sondern der Wille und das Denken von Tätern sollen geändert werden, und die Vorgänge der modernen Strafe verschwinden mit der Ge-

Impressionen aus dem Format
I want a Famous Face.



Jennifer Lopez – vorher >>



Jennifer Lopez – nachher <<

noch etwas anderes ablesen. Dem Delinquenten werden zuerst Fleischfetzen mit Zangen aus dem Körper gedreht, danach soll er von mehreren Pferden, die man an die Gliedmaßen des zu bestrafenden Mannes gespannt hat, auseinander gerissen werden. Sein Körper soll physisch bestraft, gepeinigt und zerstört werden – und zwar vor der Öffentlichkeit eines gaffenden Publikums. Die Strafe besteht in diesem Falle also auch darin, einen Täter und seinen Tod zum Spektakel zu inszenieren und mit der Bestrafung die Lust des Publikums am Quälen zu befriedigen. In diesem konkreten Fall, den Foucault beschreibt, entartet die Bestrafung allerdings zur „unansehnlichen“ Tortur: Die Pferde vermögen die Gliedmaßen nicht aus dem Körper zu reißen, das Publikum wird zunehmend irritierter, und man muss improvisieren: „Nach zwei oder drei Versuchen zogen der Scharfrichter Samson und derjenige, der ihn mit der Zange gepeinigt hatte, Messer aus ihren Taschen und schnitten die Schenkel vom Rumpf des Körpers ab; die vier Pferde rissen nun mit voller Kraft die Schenkel los: zuerst den der rechten Seite, dann den andern; dasselbe wurde bei den Armen gemacht, und zwar an den Schultern und an den Achselhöhlen;

schichte zunehmend in den Verwaltungsapparaten der Justiz bzw. Psychiatrie. Was in der Antike und im Mittelalter noch fester und sinnlich erfahrbarer Bestandteil von Lebensräumen war, entzieht sich heute den Blicken und Schauergelüsten des alltäglichen Anblicks: Keine Kreuze mehr am Straßenrand, keine Scheiterhaufen, Schinderkarren; nur alte Bezeichnungen wie Galgenberg erinnern noch an die Stätten öffentlicher Lustbarkeiten für die Gerechtigkeit.

Welche Kontinuitäten die Geschichte des Tötens von Straftätern jedoch trotz des von Foucault charakterisierten Wandels bewahrt, zeigen die ersten Experimente mit der angeblich humanen Hinrichtung durch elektrischen Strom. Am 4. Juli 1888 führt der New Yorker Gouverneur David B. Hill die Hinrichtung mittels der neuen Erfindung des elektrischen Stuhls ein. Und nur zehn Jahre nach der Vermarktung und Verbreitung des elektrischen Stroms durch Thomas Alva Edison wurde dann am 6. August 1889 im New Yorker Auburn State Prison die erste Elektrokution an dem Mörder William Kemmler vollzogen. Die 25 Zuschauer mussten allerdings Ähnliches erleben wie das Publikum der beschriebenen Pferdeexekution.

Die Vollstrecker waren zwar Elektriker, hatten jedoch die tödliche Wirkung der Stromstöße falsch eingeschätzt, so dass William Kemmler zwar kollabierte, seine Adern platzten und sein Körper zu qualmen begann. Aber er überlebte den ersten minutenlangen Tötungsversuch und wurde schließlich durch weitere und stärkere Stromstöße ebenso qualvoll vom Leben in den Tod gepeinigt wie sein Leidenskollege Hunderte Jahre vorher. Sehen konnte das jedoch kaum noch jemand, obwohl sich sicherlich auch noch in dieser Zeit der Moderne ein großes Publikum hätte finden lassen.

größere Verbindlichkeiten und führt in der letzten Konsequenz zu Gesellschaften, die intern diszipliniert und befriedet sind und Gewalt zu einer exklusiven Strategie des Staates erheben. Diese Disziplinierungs- und Zivilisierungsschübe verhindern nun immer mehr, dass Menschen spontan und triebgesteuert reagieren können. „Spontane Wallungen und Leidenschaften“ werden gehemmt, die affektive Direktheit des Handelns unterdrückt und ein starker „gesellschaftlicher Zwang zum Selbstzwang“ gefördert, der die weiterhin bestehenden Tendenzen zur Hemmungslosigkeit in die Fesseln der Zivi-



Mike – vorher >>



Mike – nachher <<



Mat – vorher >>



Mat – nachher <<

Ebenso wie das öffentliche Töten und Quälen sind aber auch andere „Lustbarkeiten“ früherer Zeiten heute aus dem alltäglichen Erfahrungsraum verschwunden. Man denke etwa an die auf den Jahrmärkten in alten Zeiten ausgestellten Krüppel, Zwerge, Irren oder Menschen mit starken Verwachsungen. Sie waren der ungenierten Gaffgier ausgesetzt und bedienen die anscheinend menschentypische Lust am Skurrilen und Absonderlichen. Solche Vergnügungen verbietet heute die Humanität – oder die Political Correctness. Die Frage steht allerdings im Raum, ob nicht trotzdem die Lust am Skurrilen weiterhin existiert – ungebrochen durch gesellschaftlichen Fortschritt, Aufklärung und Gerechtigkeitsdenken. In dem klassischen soziologischen Werk von Norbert Elias über den *Prozess der Zivilisation* wird jedenfalls ein ambivalentes Bild in dieser Beziehung gezeichnet. Nach Elias wird mit steigender Funktionsteilung von Gesellschaften, also im Prozess der Zivilisation, auch das Beziehungsgeflecht immer dichter, in das der Einzelne involviert ist. Diese zunehmende Komplexität der Lebensbezüge zu Mitmenschen, aber auch zu gesellschaftlichen Teilbereichen wie Rechtssystem, Verwaltung oder Bildung erfordert immer

lisation nimmt (Elias 1980). Für Elias bedeutsam ist dabei die Internalisierung dieser Fesseln. Erziehung und Sozialisation führen dazu, dass sich die Zivilisation in den je individuellen Denk- und Handlungsmustern widerspiegelt. Die „Scham- und Peinlichkeitsschwelle“ (Elias 1980) des zivilisierten Menschen sichert dann als „Selbstzwang“ ein Verhalten, das eine gewisse soziale Verträglichkeit und Disziplin in modernen Gesellschaften garantiert – aber eben nur eine gewisse. Und schon gar nicht bedeutet Zivilisation, dass die Quellen und Bedürfnisse der von Elias so genannten „spontanen Wallungen und Leidenschaften“ aufgelöst werden; die Moderne be- und verdeckt sie lediglich durch Zivilisation.

Die Widersichtbarmachung der Sensationen in den Medien

Oben sind zwei Anmerkungen zur ungehemmten Lust am Skurrilen, am Außergewöhnlichen und Spektakulären gemacht worden. Erstens müssen diese Ereignisse existent sein oder realistisch erfahrbar inszeniert werden; moderne Gesellschaften aber zivilisieren eher den realen Erfahrungsbereich und verhindern damit das

Miterleben von Brutalitäten oder extraordinären Situationen für den Einzelnen als Zuschauer. Medien allerdings – und hier besonders das Fernsehen – können dieses Defizit durch die massenhafte Teilhabe an indirekten Erfahrungen wieder ausgleichen: Wenn die Welt in mein Wohnzimmer übertragen wird und Reporter auf der Suche nach dem Außergewöhnlichen erfolgreich sind, dann werde ich wieder Zuschauer von Dingen, die mir ansonsten vorenthalten werden. Weiterhin erfüllen Medien par excellence die zweite Grundvoraussetzung für den Genuss von Sensationslust, nämlich die Herstel-

Publikum entscheiden, wessen Kopf am nächsten Tag rollt?

Abgesehen davon, dass ich Respekt dafür aufbringen kann, dass einer den inneren Schweinehund derart überwinden kann, dass er sich von Kakerlaken überschütten lässt, um was für sein Team und seine Gage zu tun, bin ich der Meinung, dass so was nicht ins Fernsehen gehört. Es hat eigentlich auch nichts zu tun mit Reality, denn wie oft kommt man in Deutschland schon real in die Situation, dass man durch madengefüllten Aalschleim



Foto aus „rotten dot com“.



Sensationsflugblatt aus dem Jahre 1524.



Antiker Faustkampfhandschuh:
Vor dem Handknochen
findet sich eine Metallplatte,
verdeckt durch die Riemen.

lung einer sicheren Distanz zum Geschehen. In Mediengesellschaften sind die Medien beides, Zuträger und Distanzhersteller zu Ereignissen. Zeitung und Fernsehen z. B. positionieren sich zwischen dem Zur-Schau-Gestellten und dem Betrachter, sie erlauben durch diese Grenzziehung in beispielloser Anonymität und Sicherheit den Kontakt zu Abgründigem und Skurrilem. Es ist daher auch kein Wunder, wenn diese Möglichkeit genutzt wird, von den Medien wie vom Publikum.

Ein wenig schlechtes Gewissen oder Irritationen mögen die Zuschauer vielleicht dabei haben, wie z. B. *lemon*, die als *Zitrone im Käseland* im Januar 2004 folgenden Beitrag in das *Inoffizielle Fernseh- und Medienforum* (www.ioff.de) stellte:

„Seitdem ich eine Folge des Dschungelhorrors gesehen habe und für mich danach die Angelegenheit erledigt war, frage ich mich, warum eine derartige Sendung zum Quotentraum wird. Was fasziniert euch daran? Wo liegt die gesunde Grenze dessen, was man ausstrahlen sollte? Werden irgendwann Snuff-Movies ins Reality-Format gegossen, und darf dann das

kriechen muss, um sich sein Abendbrot zu verdienen?

Wenn es nach mir ginge, würde so was nicht im Fernsehen ausgestrahlt. Jetzt freuen sich Millionen, dass es NICHT nach mir geht, ist mir klar. Aber genau das ist ja meine Frage: Warum schaut ihr euch so was gerne an?“

Forrestgump (ein Autor aus demselben Forum) kann die letzte Frage zwar nicht beantworten, steht aber zu seiner Lust auf Skurriles:

„Na, in den 70er Jahren, als ‚Wünsch dir was‘ mit Vivi Bach und Dietmar Schönherr im ZDF lief und eine Familie im Auto sitzend ins Wasserbecken versenkt wurde und sie sich nicht selbst befreien konnten, durch Taucher gerettet wurden vor dem ‚Beinahertrinken‘ – da wurden doch die Weichen gestellt für’s Sensationsfernsehen. Da dachte man doch schon, die Grenze des Zumutbaren wäre überschritten. Aber es geht immer noch weiter – let me entertein you! Jaa – Solange Menschen sich im TV prostituieren für Geld oder ‚Ruhm‘ – will ich das auch sehen!

Ausblick

Das wirklich Bedauerliche an der momentanen Mode des Sensationsfernsehens, so eine Quintessenz des aktuellen Diskurses, scheint aber auch gar nicht die Sensationslust des Publikums zu sein, sondern das Niveau und die z. T. abgrundtiefe Peinlichkeit, in die sich die Laien- und professionellen Akteure freiwillig oder erzwungen manövrieren lassen. In einem Buch von Elias und Dunning über den *Sport im Zivilisationsprozess* können wir erstaunt lesen, wie brutal es im antiken Griechenland bei olympi-



schen Spielen zugeht: „Arrhachion aus Phigalia, zweifacher Olympiasieger im Pankration [eine Art des Bodenringens, Anm. d. Red.], wurde 564 v. Chr. bei seinem dritten Versuch, Olympiasieger zu werden, erdrosselt, konnte jedoch gerade noch vor seinem Tod die Zehen seines Gegners brechen, so daß dieser den Kampf wegen der Schmerzen aufgeben mußte. Die Kampfrichter krönten deshalb den Leichnam von Arrhachion und erklärten den Toten zum Sieger. Seine Landsleute errichteten ihm später eine Statue auf dem Marktplatz ihrer Stadt“ (Elias/Dunning, S. 20). Hier musste der Akteur für das Spektakulum zwar mit dem Tode bezahlen, ließ jedoch ein Publikum zurück, das weniger den Sieger als vielmehr sich selbst mit einer Ehrung rühmen konnte. Die Protagonisten des Sensationsfernsehens hingegen können so etwas nicht liefern. Sie hinterlassen beim Zuschauer nach der Gaudi höchstens das un-gute Gefühl, mit der Sendung auch ein Spiegelbild der eigenen Person bzw. Kultur gesehen zu haben. Schon aus diesem Grunde sollte überlegt werden, ob man Menschen, die die Folgen ihrer Ausnutzung in den Medien nicht übersehen können oder wollen, nicht vor sich selbst schützen muss.

Literatur:

Bresser, K.:

<http://www.diegegenwart.de/ausgabe34/zitate.htm>. [1992].

Elias, N.:

Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Band 2: Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation. Frankfurt am Main 1980, 7. Auflage.

Elias, N./Dunning E.:

Sport im Zivilisationsprozeß. Münster, o. J.

Foucault, M.:

Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt am Main 1994.

Prof. Dr. Uwe Sander ist Professor in den Bereichen
Jugend und Medienpädagogik an der Fakultät
für Pädagogik der Universität Bielefeld.

Jo Reichertz

SAKRALISIERUNG DER MEDIEN

KÖNNEN MEDIEN

Die Ethik als Lehre vom sittlichen oder tugendhaften Tun des Menschen ist für viele zeitgenössische Soziologen ein Landstrich, den sie nicht allzu gerne aufsuchen. Und wenn sie über den Bereich des Sollens, der für jede Gesellschaft von immenser Bedeutung ist, sprechen, dann unterscheiden sie zwischen Werten und Normen. Unter „Werten“ verstehen sie dann die ganz grundlegenden Vorstellungen des gesellschaftlich Wünschenswerten.

Das gesellschaftlich Wünschenswerte ist das Ergebnis und Ausdruck der jeweiligen Kultur, d. h., es ist die jeweils letzte „Antwort“ einer Gesellschaft auf die Wahrnehmung ihrer ökonomischen, politischen, praktischen, moralischen und kommunikativen Probleme. Bleiben diese Probleme stabil, bleiben es auch die Antworten. Ändern sich z. B. aufgrund gravierender wirtschaftlicher, technischer, moralischer Umwälzungen die Probleme, dann verändert sich zwangsläufig auch das gesellschaftlich Wünschenswerte.

Werte sind für jede Gesellschaft konstitutiv. Dies deshalb, weil sich jeder Akteur wegen des weitgehenden Instinktverlusts der Gattung „Mensch“ in jedem Moment seines wa-

chen Lebens immer wieder für oder gegen eine Handlungsoption selbst entscheiden muss. Deshalb benötigt er das Wissen um das Wünschenswerte, er muss wissen, nach was die anderen streben, was sie ablehnen – was ihr Handeln bestimmt.

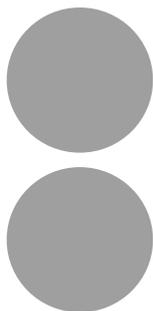
Normen – das sei hier noch nachgetragen – sind nicht für das Grundsätzliche zuständig, sondern für dessen konkrete Ausgestaltung. Normen sagen, was der Einzelne in bestimmten Situationen tun bzw. lassen sollte, wenn er dann weltabgewandt usw. leben will. Beide – also Werte wie Normen – sind fester und unabdingbarer Bestandteil der Kultur einer Gesellschaft.

Da Werte in dieser Umgrenzung stets gesellschaftliche Konstrukte sind, überschreiten sie nicht zufällig, sondern systematisch die Perspektive und die Wünsche des Einzelnen. Da Werte Entwürfe des wünschenswerten Guten sind, dienen sie dazu, den Einzelnen im Sinne der Gruppe „besser“ zu machen – sie bewirken (so sie denn akzeptiert werden) die Selbstüberschreitung des Einzelnen zum gesellschaftlich gewollten Guten. Insofern bedürfen sie wie die gesamte Kultur der Legitimation.

Werte bedürfen jedoch einer spezifischen Legitimation, die bislang die Religionen geliefert haben. Aus dem Umstand, dass bislang vor allem die Religionen eine solche Legitimation zur Verfügung stellten, folgt nicht, dass dies notwendigerweise auch in Zukunft so sein muss, sondern es spricht einiges dafür, dass eine Reihe anderer Institutionen durchaus in der Lage ist, Ähnliches zu leisten. So sieht das auch der evangelische Theologe Bonhoeffer in seinen Briefen aus dem Gefängnis: „Menschen werden faktisch – und so war es zu allen Zeiten – auch ohne Gott mit diesen Fragen fertig, und es ist einfach nicht wahr, dass nur das Christentum eine Lösung für sie hätte“ (Bonhoeffer 1998, S. 455).

Seit der Durchsetzung der allgemeinen Religionsfreiheit sehen sich die christlichen Kirchen mit dem Umstand konfrontiert, dass die Religion und damit auch Legitimationen Güter geworden sind, die auf einem offenen Markt angeboten und gehandelt werden. Das Aufkommen und die Verbreitung der neuen Massenmedien wie Zeitung, Rundfunk, Film, Fernsehen und Computer haben bei diesem Prozess eine große Rolle gespielt. Denn auch andere Religionen werben mit Hilfe solcher

ODER



WERTE VERMITTELN?

Medien zunehmend „um die Gunst derer, denen die Tradition Religion gebietet oder die noch bewusst religiös zu glauben bereit sind. Voraussetzung dafür, dass der gesamte Globus zum Schauplatz dieses Wettkampfes werden kann“ (Soeffner 2000, S. 18).

Diese Entwicklung ist (auch) ein Ergebnis einer seit mehreren Jahrhunderten schon andauernden und sich immer noch fortsetzenden Säkularisierung der gesellschaftlichen Kultur (im Westen). Diese Säkularisierung hat jedoch (trotz vielfältiger Prognosen) nicht zum Untergang der Religion geführt, sondern stattdessen zur Entkirchlichung und zur Subjektivierung der Religion. Der allgemeine Säkularisierungs- und Rationalisierungsprozess hat das Problem der Werte, also das der „richtigen“ Lebensführung Schritt für Schritt dem handelnden Subjekt überantwortet: Dieses muss zunehmend „die Welt vom eigenen Ich her“ (Wanke 2001, S. 18) entwerfen.

Das individualisierte Subjekt sieht sich dem Zwang ausgesetzt, sich selbst durch eigene Kraft und eigene Entscheidung festzustellen – zu ermitteln, wer es ist und wo es ist, welche Werte Gültigkeit besitzen, welches Lebensprojekt es entwirft und an welchen Zielen

es sein Leben (und das Leben mit anderen) orientiert. Kurz: Das Subjekt ist gefordert, vor dem Hintergrund eines fehlenden übergreifenden (im Jenseits verankerten) Sinns über den Sinn des eigenen Lebens und die daraus folgenden Lebensformen und -normen selbst zu entscheiden. Es ist genötigt, sich selbst an bestimmte Handlungsentwürfe zu binden und von anderen loszusagen, sich (in zweifacher Weise) „fest-zu-stellen“: also herauszufinden bzw. zu wählen, wer es ist bzw. sein will, um dann diese Identität über sein soziales Handeln zu verankern und sichtbar zu machen – es muss sich also erst mit Hilfe einer selbst geschaffenen „Selbstfeststellung“ verorten, um dann seinen Weg durch das Chaos der Optionen finden bzw. festlegen zu können.

Wertfindung als individuelle Aufgabe

Das hat Konsequenzen für die individualisierten Akteure spätmoderner Gesellschaften. Die rechten Werte und der rechte Lebenssinn sind nicht länger eine gesellschaftlich erarbeitete und verbürgte Vorgabe, sondern vor allem individuelle Aufgabe, die das Risiko des Misslingens in sich trägt. Zu dieser „Risikoge-

sellschaft“ (Beck 1986) gibt es vorerst keine Alternative – sie ist allen auferlegt und kann nicht abgewählt werden: Allerdings gibt es einige, die für diese Aufgabe gut gerüstet sind, und andere, die es nicht sind.

Eine solche Aufgabe mag erfahrenen und mit ökonomischen Ressourcen gut ausgestatteten Lebensstil-Surfern ein gewisses Wohlgefallen bereiten, genauso wie den hochgebildeten kreativen Weltenerkennern, die mit einer gewissen Leichtigkeit immer wieder neue Versionen von sich und der Welt entwerfen und erproben können. Aber diese Aufgabe ist all denen eine gefährliche Last, deren kulturelles wie ökonomisches Kapital gering ausgefallen ist. Vor allem die zuletzt Genannten brauchen und suchen Hilfe bei dem Prozess der Selbstfeststellung – nicht nur, weil sie mangels Erfahrung die Kunst des Wählens nicht so gut beherrschen, sondern auch, weil die „Kosten“ einer falschen Wahl oft lebenslang nicht mehr abgewählt werden können.

Obwohl insbesondere von dieser Personengruppe nach (unter-)stützenden Institutionen und nach neuem Sinn gesucht wird, fragen viele diese Hilfe allerdings nicht (oder doch nur sehr selten) bei den alten Sinn an-

bietenden Institutionen wie der „Kirche“, der „Wissenschaft“ oder der „Politik“ nach. Gesucht wird stattdessen vor allem nach neuen Institutionen, nach neuen Formen von Gemeinschaft und einer neuen Art von sinnvoller Ordnung. Die traditionellen Konkurrenten auf dem Markt der Sinnstiftung (Priester, Wissenschaftler/Intellektuelle, Pädagogen, Politiker, Therapeuten) konnten bislang die durch die Modernisierungsprozesse entstandene Sinnstiftungslücke nicht überzeugend schließen und haben auch deshalb weiter an Überzeugungskraft verloren. Die klassischen Kirchen-

[...] für das Publikum mehrheitsfähig“ (Kottlorz 1996, S. 91). Insofern liefert(e) das Fernsehen frei Haus vieles von dem, was früher vor allem von den Priestern im Gotteshaus zu erlangen war: Lebensorientierung und Lebenssinn. Fernsehen besitzt durchaus das Potential, „als ethische Vermittlungsinstanz“ (Kottlorz 1993, S. 175) auftreten zu können. Fernsehen liefert (im strengen Sinne des Wortes) also für alle Menschen vor dem Schirm u. a. auch Sinnstiftung und ethische Maßstäbe (vgl. auch Reichertz 2000; Thomas 2000).

rückt die in der irdischen Welt verankerte Aura die diesseitige Welt in den Mittelpunkt des menschlichen Interesses. Nicht mehr das Jenseitige liefert die heiligende Rechtfertigung, sondern die diesseitige Kultur (auch der Medien).

Die alte (religiös fundierte) außer-zentrische Positionierung des Menschen wird mit der Hinwendung zur Diesseitsreligion aufgegeben. Der Mensch lebt nicht mehr länger auf dem Nebenschauplatz Erde, sondern die Erde oder genauer der Mensch ist das neue Zentrum. Es gibt keinen weiteren Schauplatz



»Menschen werden faktisch – und so war es zu allen Zeiten – auch ohne Gott mit diesen Fragen fertig, und es ist einfach nicht wahr, dass nur das Christentum eine Lösung für sie hätte.«

Dietrich Bonhoeffer

Religionen mit ihrem Monopol auf zentrale, stabile, verbindliche und fast universelle Normen verschwimmen immer mehr, werden „unsichtbarer“ (vgl. Luckmann 1991) – eine gute Zeit mithin für neue Propheten einer neuen Wertordnung: unter ihnen auch die Medien.

Das Fernsehen liefert Sinnstiftung und ethische Maßstäbe

Dem Fernsehen kommt hierbei eine besonders wichtige Rolle zu, denn das Fernsehen erzählte schon immer – wenn auch mit (neuen) Mitteln und Bildern – die alten Geschichten von der Herausforderung des Guten durch das Böse, von Probe und Bewährung, von Schuld, Leid, Schmerz, Elend, Tod und Verzweiflung, aber auch von Sühne, Vergebung, Hoffnung, Glück und Liebe. In Spielfilmen und vor allem in Serien und Soaps versendet das Fernsehen eine durchaus positive Alltagsethik: Gewalt wird (aller gegenteiligen Befürchtungen zum Trotz) durchweg abgelehnt, das Unmoralische führt nicht zum Erfolg, und im Übrigen sind „nur die guten Eigenschaften des Menschen im ethisch-moralischen Sinn

Vom Jenseits zum Diesseits: Wertfindung heute

All diese neuen Werte und Weltdeutungen liefern spezifische Sinnangebote, wie man die Welt, die anderen, sich selbst und natürlich auch den eigenen Körper sehen und behandeln kann, was richtig und was „des Teufels“ ist. Kurz: Sie formulieren und liefern (verbürgen sie jedoch nicht) überindividuelle und institutionell auch verankerte Prinzipien der Lebensführung und der Weltinterpretation, somit artikulieren sie auch Werte. Das wichtigste Merkmal all dieser Werte ist (und das ist hier der entscheidende Punkt), dass sie alle im Diesseits gründen und auf das Diesseits gerichtet sind. Diese Werte kommen ohne ein Jenseits aus, ohne einen Gott – ihre „Heiligung“, ihre Aura ist explizit von dieser Welt. Insofern sind sie einerseits tief in einer Diesseitiggläubigkeit verwurzelt und andererseits zugleich ihr Ausdruck. Diese in der Diesseitigkeit fundierte Aura zieht den Blick ab von dem Jenseits, untergräbt die Suche nach dem Willen des „Allmächtigen“ im Jenseits und die distanzierte, kritische Betrachtung der Welt aus der Perspektive des Jenseits. Stattdessen

außer diesem mehr. Der Mensch kann sich, seine Gesellschaft und die diesseitige Welt nicht mehr aus der Perspektive des (zu erreichenden) Jenseits betrachten, sondern er steht jetzt selbst im Mittelpunkt.

Die neue Positionierung des Menschen erlaubt ihm aber auch, diese Welt (neu) zu sehen und zu entdecken: Nicht nur die menschliche Arbeit, die Nation oder der eigene Körper, sondern auch die Mitmenschen, die Umwelt und nicht zuletzt das Subjekt selbst geraten in das neu gewonnene Sichtfeld. Alles muss neu gedeutet und bewertet werden.

Bei diesem Prozess der Lebens- und Weltdeutung kommt den so genannten „intermediären Institutionen“, zu denen auch das Fernsehen gehört, eine besondere Bedeutung zu (vgl. Luckmann 1998). Ausdrücklich betont Luckmann die „Schlüsselrolle“ der Massenmedien als sinnverteilende intermediäre Institutionen. Die Institution Fernsehen verteilt (so meine Erweiterung) aber nicht nur Sinn, sondern Fernsehen leistet noch erheblich mehr: Fernsehen liefert für diese Aufgabe der Selbstfeststellung sowohl die Bühne (für Kandidaten) als auch die moralische Belehrung (für die Zuschauer).

Prinzipielle Pluralität von Werten

Die postmoderne Gesellschaft, die ganz wesentlich durch Bevölkerungswachstum, vielfältige Formen der Migration, eine sich beschleunigende Globalisierung, weitere Demokratisierung und Mediatisierung gekennzeichnet ist, hat entgegen aller Befürchtungen nicht dazu geführt, dass es weniger Werte gibt, eher das Gegenteil ist der Fall: Es gibt erheblich mehr Werte, gerade, weil man sich nicht immer einig wird. Das hat auch dazu geführt, dass die einzelnen inhaltlichen Werte

»Die rechten Werte und der rechte Lebenssinn sind nicht länger eine gesellschaftlich erarbeitete und verbürgte Vorgabe, sondern vor allem individuelle Aufgabe, die das Risiko des Misslingens in sich trägt.«

»Insofern liefert(e) das Fernsehen frei Haus vieles von dem, was früher vor allem von den Priestern im Gotteshaus zu erlangen war: Lebensorientierung und Lebenssinn.«

sich nicht mehr eines allgemeinen, sondern nur noch eines spezifischen Gruppenkonsenses gewiss sein können. An Stelle des Konsenses über einen bestimmten Wert existiert aber eine Art Hintergrundkonsens über den Wert, dass die Werte der anderen zu akzeptieren sind, sofern diese bereit sind, die prinzipielle Pluralität aller Werte anzuerkennen. Wenn man so will: Mit dem Verschwinden der „Großen Erzählung“ hat sich auch der „Große Konsens“ verflüchtigt. Geblieben ist eine Vielzahl kleinerer Erzählungen und entsprechend vielfältiger Werte, die vor allem der Umstand eint, dass sie einander respektieren.

Gewiss haben sich auch die Grundlagen der Legitimierung der Werte gewandelt. In den westlichen Ländern ist eine weitgehende Umstellung von der Jenseits- zur Diesseitsverankerung zu verzeichnen. Die Religionen verlieren deshalb, innerweltliche Bezugsgrößen (und damit auch das Fernsehen) gewinnen an Bedeutung. Aber bei all diesen Wandlungsprozessen gilt es nicht nur zu beachten, was wir verlieren, sondern auch, was wir gewinnen. Die entscheidende Frage wird sein, ob wir mit dem neu Gewonnenen die Probleme von heute besser lösen können als mit dem Bewährten.

Prof. Dr. Jo Reichertz ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Essen.

Literatur:

Beck, U.:

Risikogesellschaft. Auf dem Wege in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986.

Bonhoeffer, D.:

Widerstand und Ergebung. Gütersloh 1998.

Kottlorz, P.:

Fernseh-moral. Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung. Berlin 1993.

Kottlorz, P.:

Und die Moral von der Geschichte ...
In: P. Bubmann/P. Müller (Hrsg.): *Die Zukunft des Fernsehens.* Stuttgart 1996, S. 88–101.

Luckmann, T.:

Die unsichtbare Religion. Frankfurt am Main 1991.

Luckmann, T.:

Gesellschaftliche Bedingungen geistiger Orientierung.
In: Ders. (Hrsg.): *Moral im Alltag.* Gütersloh 1998, S. 19–46.

Reichertz, J.:

Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Konstanz 2000.

Soeffner, H.-G.:

Gesellschaft ohne Baldachin. Weilerswist 2000.

Thomas, G. (Hrsg.):

Religiöse Funktionen des Fernsehens?
Opladen 2000.

Wanke, J.:

Das Evangelium auf den Leuchter stellen. In: M. Entrich/J. Wanke (Hrsg.): *In einer fremden Welt.* Stuttgart 2001, S. 13–30.

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 Produktion und Konsument. 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.



Sabrina Schäfer

GERICHT

zwischen Authentizität und Fiktion

Die Analyse eines hybriden Genres und seiner Nutzung durch Gerichtsshow-Fans

Nachmittags zwischen drei und fünf ist Gerichtsshow-Zeit im deutschen Fernsehen. Das ist seit mittlerweile fünf Jahren so, und der Boom dieser Formate hat bisher noch nicht zu der vermuteten Übersättigung der Zuschauer und damit zu einem „Overkill“¹ des Genres geführt. Auch wenn *Streit um Drei* im letzten Jahr in Folge schlechter Quoten aus dem Programm genommen wurde: Die verbleibenden fünf Formate erzielen konstant Marktanteile zwischen 17 und 22 % und sind damit weiterhin äußerst erfolgreich.²

Dieser hohe Zuspruch der Zuschauer spiegelt sich allerdings nicht in der medienwissenschaftlichen Bearbeitung des Phänomens. Nur wenige Arbeiten beschäftigen sich mit dem populären Genre, und wenn eine Auseinandersetzung damit stattfindet, so ist der Fokus fast immer auf die inhaltlichen Tendenzen der Sendungen gerichtet. Eine Erklärung für den Erfolg der Gerichtsshow wird von den Befürwortern in den klaren Werten und Normen, die hier vermittelt werden, gesucht. Die Ablehner sehen dagegen die behandelten „Sex-and-Crime-Themen“ und einen daraus resultierenden Voyeurismus als Grund für den hohen Zuspruch unter den Zuschauern.³

Die formale Gestaltung der Gerichtsshow findet dagegen kaum Aufmerksamkeit. Meist lautet das pauschale Urteil, die Gerichtsshow sei einfach eine Fortsetzung der Talk-Show mit anderen Mitteln (vgl. Hanemann

2002, S. 32; vgl. Meier 2003). Dabei wird außer Acht gelassen, dass in der Gerichtsshow rein fiktive Geschichten erzählt werden und sie sich so grundlegend von ihren Vorgängern im Nachmittagsprogramm, den Daily Talks, unterscheidet.

Im Rahmen einer Diplomarbeit, die im Studiengang Audiovisuelle Medienwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen in Potsdam-Babelsberg entstanden ist, wurde das Genre der Gerichtsshow differenzierter betrachtet und anhand einer Analyse der Formate *Streit um Drei* (ZDF), *Richterin Barbara Salesch* (Sat.1) und *Das Familiengericht* (RTL) exemplarisch beschrieben. Dabei wurde die Gerichtsshow in Anlehnung an Bachtin als hybrides Genre begriffen (vgl. Bachtin 1979), das Elemente unterschiedlicher Genres in eine neue Form integriert und dem Betrachter dadurch eine vielfältige Art der Rezeption erlaubt.

Die Gerichtsshow als Hybridgenre

Allen untersuchten Formaten liegt weitgehend das gleiche Konzept zugrunde: Erfundene Fälle werden in einem fiktiven Prozess abgehandelt. Dabei werden Kläger, Angeklagte und Zeugen von (Laien-) Schauspielern dargestellt; die Rollen der Richter und Anwälte sind dagegen mit echten Juristen besetzt. Aufgrund dieser Produktionsbedingungen, auf die im Abspann jeder Sendung ex-

Anmerkungen:

1

Diese Vermutung äußerte der ehemalige Sat.1-Geschäftsführer Martin Hoffmann laut dpa-Meldung vom 2. September 2002.

2

Nach Angaben der Sat.1-Medienforschung erzielten die Gerichtsshow im Jahr 2004 durchschnittlich folgende Marktanteile (bis zum 21. Juni 2004/Zuschauer ab 3 Jahren): *Richterin Barbara Salesch*: 21,6%; *Richter Alexander Hold*: 21,7%; *Das Jugendgericht*: 17,1%; *Das Strafgericht*: 21,3%; *Das Familiengericht*: 21,2%.

3

Zur mediensozologischen Analyse der Gerichtsshow vgl. z. B. Hausmanninger 2002, Ulbrich 2003; zum Ausländerbild in Gerichtsshow vgl. Schorb 2003.

SSHOWS



Richterin Barbara Salesch.



Das Familiengericht.



Streit um Drei.

plizit hingewiesen wird, lässt sich die Gerichtsshow als fiktionales Genre definieren. Allerdings unterscheidet sie sich von herkömmlichen fiktionalen Sendungen dadurch, dass sie ausschließlich die Gerichtsverhandlung darstellt und auf Sprünge in Ort und Zeit in der Regel verzichtet. Mit diesem Konzept einer Einheit von Handlung, Ort und Zeit ähnelt sie dramaturgisch der Gattung „Show“, von der sie ihre Genrebezeichnung erhalten hat. Die fiktiven Fälle werden also im formalen Rahmen einer Show aufbereitet. Schon aufgrund dieser Konstellation lässt sich die Gerichtsshow als Hybridgenre beschreiben. Darüber hinaus nutzt sie in besonders großem Umfang Authentisierungsstrategien, mit denen ein enger Bezug zu der narrativen Vorlage, der realen Gerichtsverhandlung, hergestellt wird. Der Gebrauch der juristischen Fachsprache, die zahlreichen Verweise auf eine Alltagsrealität der Zuschauer (beispielsweise durch Nennung konkreter Orts- und Straßennamen), vor allem aber der Einsatz der Juristen unter ihrem tatsächlichen Namen geben den Formaten eine hohe Authentie-Anmutung. Der fiktionale Charakter der Gerichtsshows bleibt jedoch trotz dieser Authentisierungsstrategien bestehen.

Anhand der Analyse von *Streit um Drei*, *Richterin Barbara Salesch* und *Das Familiengericht* wurde untersucht, welche unterschiedlichen Ausprägungen das Hybridgenre in den verschiedenen Formaten annehmen kann.⁴ Im Mittelpunkt der Analyse standen die Drama-

turgie und die Narrationsstruktur der Sendungen sowie ihre ästhetische Gestaltung und die eingesetzten Authentisierungsstrategien. Dabei zeigte sich, dass trotz des engen inszenatorischen Rahmens, an den die Gerichtsshow mit ihrer Orientierung am Ablauf einer realen Gerichtsverhandlung gebunden ist, grundlegende Unterschiede zwischen den einzelnen Formaten bestehen.

Narrationsstrukturen

Als zentrales Unterscheidungskriterium lässt sich die Narration charakterisieren. Diese wird vor allem durch das dargestellte Rechtsgebiet beeinflusst. Das Rechtsgebiet wirkt sich nicht nur auf die verhandelten Themen aus, es bestimmt auch die Struktur der Erzählung. Vor allem die Unterscheidung zwischen der Darstellung eines Strafgerichts, wie bei *Richterin Barbara Salesch*⁵, und der eines Zivilgerichts, wie bei *Streit um Drei* und bei *Das Familiengericht*, ist hier von Bedeutung. Während im Strafprozess eine Straftat verhandelt wird und somit ein zentrales Ziel lautet, den Täter dieser Straftat zu bestimmen, geht es im Zivilgericht um einen strittigen Sachverhalt zwischen zwei Parteien. Für die Narrationsprinzipien in den einzelnen Formaten hat diese Tatsache eine entscheidende Bedeutung. So wird die Erzählung in *Richterin Barbara Salesch* durch die Suche nach dem Täter motiviert. Während sich am Anfang völlig gegensätzliche

4 Die drei Formate wurden ausgewählt, da sie zum Zeitpunkt der Analyse im Januar 2003 noch parallel programmiert auf dem Programmplatz von 15.00–16.00 Uhr liefen und vermutet wurde, dass sie aufgrund dieser direkten Konkurrenz formatspezifische Besonderheiten aufweisen müssen. Da der Fokus nicht auf die inhaltlichen Tendenzen, sondern ausschließlich auf die Gestaltung und den narrativen Ablauf gerichtet war, die einem weitgehend gleich bleibenden Konzept folgen, wurde für die Analyse eine relativ kleine Stichprobe von je fünf Sendungen als aussagekräftig erachtet. Bei *Richterin Barbara Salesch* und *Das Familiengericht* wurden der Sendungsstruktur entsprechend je zehn Fälle, bei *Streit um Drei* fünfzehn Fälle analysiert.

5 Auch bei *Richter Alexander Hold* (Sat.1), *Das Jugendgericht* und *Das Strafgericht* (beide RTL), die ebenfalls Strafgerichte darstellen, sind ähnliche Narrationsprinzipien zu vermuten.

Versionen über den Tathergang gegenüberstehen, die oftmals alle Beteiligten als potentielle Täter erscheinen lassen, gilt es, im Laufe der Verhandlung die „Wahrheit ans Licht zu bringen“ und den tatsächlichen Schuldigen zu bestimmen. Die Narrationsstruktur lässt sich hier als klassisches „Whodunit“ (vgl. Zillmann 1991, S. 296) beschreiben und ist damit eindeutig einem fiktionalen Genre entlehnt.

In den Zivilprozessen bei *Streit um Drei* kommt dieses Erzählprinzip nicht zum Tragen. Die Frage lautet hier nicht: „Wer ist der Täter?“, sondern: „Welche Partei ist mit ihren Argumenten im juristischen Sinne im Recht?“ Zentrales Element der Narration ist die Debatte – und damit keine fiktionale Erzählstrategie. Auch wenn diese Debatte ebenfalls durch ein Drehbuch fixiert ist, so ist dies anhand des Handlungsverlaufs weniger klar ersichtlich.

Das Familiengericht, bei dem ebenfalls ein Zivilgericht dargestellt wird, unterscheidet sich in seiner Narrationsstruktur allerdings erheblich von *Streit um Drei*. Zwar dient die Verhandlung auch hier eigentlich nicht der Suche nach einem Täter, doch in knapp der Hälfte der untersuchten Fälle wird das Familienrecht durch juristische Ausnahmen wie Gewaltanwendung in der Ehe in die Nähe des Strafrechts gerückt. In diesen Fällen wird – wie bei *Richterin Barbara Salesch* – das Erzählprinzip des „Whodunit“ genutzt. Aber auch in den anderen Fällen, in denen eine Debatte um einen strittigen Sachverhalt das zentrale Element der Sendung darstellt, unterscheidet sich *Das Familiengericht* von seiner öffentlich-rechtlichen Konkurrenz. Anders als bei *Streit um Drei* werden hier während der Verhandlung in fast allen Fällen nachträglich überraschende Informationen geliefert, die den Sachverhalt in ein völlig neues Licht rücken und eine eindeutige, weitgehend „unjuristische“ Auflösung ermöglichen. Diese nachträglich gelieferten Informationen werden auch bei *Richterin Barbara Salesch* in großem Umfang genutzt und stellen ebenfalls eine klar fiktionale Erzählstrategie dar. Zur Narration lässt sich also zusammenfassen, dass sowohl *Das Familiengericht* als auch *Richterin Barbara Salesch* ihre Erzählstrategien an herkömmlichen fiktionalen Narrationsprinzipien ausrichten, wogegen *Streit um Drei* anhand seiner Narration nur bedingt als fiktionales Genre zu erkennen ist.

Dramaturgie

Neben der Erzählstruktur ist es vor allem die Dramaturgie, durch die sich die Formate unterscheiden. Während bei *Richterin Barbara Salesch* und bei *Streit um Drei* die Dramaturgie sehr eng an das Konzept einer Einheit von Handlung, Ort und Zeit gebunden ist, weicht sie bei *Das Familiengericht* teilweise davon ab. So findet die dargestellte Handlung beim *Familiengericht* neben dem Ge-

richtssaal auch im Richterzimmer und im Gang vor dem Verhandlungssaal statt. Dies hat eine Unterteilung in verschiedene Szenen und damit auch Auslassungen in der Erzählzeit zur Folge. So kann nicht der Charakter einer Live-Ausstrahlung vermittelt werden, den die anderen Formate suggerieren. Zudem wird bei *Das Familiengericht* am Ende von Fällen, die nicht ganz abgeschlossen werden konnten, durch eine Schrifteinblendung das Urteil der Folgeverhandlung genannt. Der Live-Charakter wird zwar auf diese Weise erneut gebrochen, das Format profitiert jedoch davon, seine Geschichten vollständig zu Ende führen zu können.⁶ Die Dramaturgie von *Das Familiengericht* lässt sich damit zumindest in Ansätzen als fiktionale Dramaturgie beschreiben.

Authentisierungsstrategien

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Analyse ist der Einsatz von Authentisierungsstrategien in den untersuchten Formaten. Gerade bei *Richterin Barbara Salesch* wird immer wieder auf die narrative Vorlage, die reale Gerichtsverhandlung verwiesen, indem juristische Formeln wie die Zeugenbelehrung wiederholt werden. In etwas geringerem Maße ist dies auch bei *Das Familiengericht* der Fall. Ganz anders geht dagegen *Streit um Drei* mit den Bezügen auf die reale Gerichtsverhandlung um. Während klassische juristische Formulierungen – wie die oben erwähnte Zeugenbelehrung – häufig abgekürzt werden und der dargestellte Prozess sich damit weniger deutlich auf die reale Gerichtsverhandlung bezieht, wird hier ein separater Informationsteil im Anschluss genutzt, der der Sendung einen nonfiktionalen Charakter verleiht. Rechtsexperte Büser, der auch aus dem nonfiktionalen *Mittagsmagazin* des ZDF bekannt ist, vermittelt hier Informationen zu vergleichbaren realen Urteilen. Damit wird hier nicht nur auf die Realität verwiesen, sondern ein nonfiktionaler Teil in das Sendekonzept integriert.

Zusammenfassend lassen sich die Formate also folgendermaßen charakterisieren: *Das Familiengericht* zeigt seine Fiktionalität sowohl durch die Narration als auch durch die Dramaturgie besonders deutlich, der Showcharakter tritt demgegenüber eher zurück. *Streit um Drei* ist dagegen nur bedingt als fiktionales Genre zu erkennen. Hier wird der Eindruck durch den nonfiktionalen Informationsteil geprägt, der sich an die fiktiven Fälle anschließt. *Richterin Barbara Salesch* nutzt schließlich beide Prinzipien. Die Narration ist hier durch fiktionale Erzählstrategien bestimmt, wogegen der formale Rahmen als Show zu bezeichnen ist. Zudem verleiht der umfangreiche Einsatz von Authentisierungsstrategien der Sendung eine enge Anbindung an reale Gerichtsverhandlungen. Das Hybride ist bei diesem Format besonders stark ausgeprägt.

6

Allerdings wurde das dramaturgische Konzept von *Richterin Barbara Salesch* seit dem Zeitpunkt der Analyse verändert. Auch dieses Format nutzt mittlerweile die Möglichkeit, die Fälle anhand von Schrifteinblendungen zu einem befriedigenden Ende zu führen. Zudem wurde als neuer Handlungsort ebenfalls der Gang vor dem Gerichtssaal etabliert. Rein formal hat sich *Richterin Barbara Salesch* damit dem *Familiengericht* angenähert.

Nachdem in der Analyse gezeigt werden konnte, dass die Gerichtsshow ein hybrides Genre ist, das je nach Format eine unterschiedliche Ausprägung haben kann, wurde untersucht, welche Rolle die Genrekonstruktion für die Rezipienten spielt. In zwei Gruppendiskussionen mit insgesamt zwölf expliziten Gerichtsshow-Fans wurde anhand eines Leitfadens darüber gesprochen, welche Genreigenschaften für die Fans von besonderer Bedeutung sind. Auch wenn aufgrund der kleinen Fallzahl keine allgemein gültigen Aussagen getroffen werden können, geben die Gruppendiskussionen dennoch einen Einblick, wie Gerichtsshow-Fans das Genre wahrnehmen und welche Rolle die verschiedenen Genrelemente für sie spielen.

Rezeptionsverhalten

In der Auswertung der Gruppendiskussionen zeigte sich, dass die meisten Diskussionsteilnehmer die Gerichtsshow vorrangig als fiktionale Erzählung rezipieren. Allen Teilnehmern war bewusst, dass die dargestellten Fälle erfunden sind. Zwar unterscheiden ihre Äußerungen sich darin, für wie realitätsnah sie das Gezeigte halten, aber die Ausrichtung der Erzählung an einer „Whodunit“-Struktur und die überraschenden Wendungen, mit denen nachträgliche Informationen geliefert werden, gehörte für alle zu den Genreerwartungen, die sie an die Gerichtsshow stellen. Ihr Anspruch an eine gelungene Sendung ist dementsprechend, spannende Geschichten mit einer überraschenden Auflösung zu sehen. Das „Miträtseln“ ist bei ihnen das zentrale Rezeptionsmotiv.

Gerichtsshow kein Reality-TV?

Dieses Ergebnis steht in klarem Kontrast zu den Klassifizierungen der Gerichtsshow als Reality-TV (vgl. Klaus/Lücke 2003, S. 200) oder als Form des Daily Talk. Doch auch von herkömmlichen Krimiserien, bei denen ebenfalls mitgerätselt werden kann, unterscheiden sich die Gerichtsshow sowohl im Hinblick auf die Genrekonstruktion als auch in ihrer Rezeption. Dieser Unterschied macht sich vor allem am Einsatz von „echten“ Juristen in den Rollen der Richter und Anwälte fest. Werden diese Rollen nicht von hauptberuflichen Schauspielern, sondern von hauptberuflichen Juristen ausgefüllt, so wird diesen von fast allen Befragten eine höhere Glaubwürdigkeit zugeschrieben.⁷ Zudem treten die Juristen als *personae*, also als „reale Fernsehpersönlichkeiten“ auf und scheinen damit für eine parasoziale Interaktion besonders geeignet (vgl. Hippel 1993, S. 140f.). Die Bedeutung, die gerade die Richter durch diese Konstellation erlangen, zeigt sich auch bei der Wahl der bevorzugten Formate. Meist macht sich die Entscheidung für oder gegen ein Format an der Person des Richters fest. Die unter-

schiedliche Genrekonstruktion der einzelnen Formate wurde dagegen in den Gruppendiskussionen nicht als Motiv für die Wahl einer bestimmten Sendung reflektiert.

Ein klarer Vorteil des Hybridgenres „Gerichtsshow“ ist es also, die Spannungsdramaturgie eines fiktionalen Genres nutzen zu können, ohne auf „echte Protagonisten“ verzichten zu müssen. Von dieser Kombination profitieren neben den Gerichtsshow auch Sendungen wie *Zwei bei Kallwass* und – in etwas veränderter Form – die neueren Vorabendserien wie *Lenßen und Partner*. Die Genrekonstruktion kann damit ganz unterschiedliche Bedürfnisse der Rezipienten abdecken und stellt so auch für die zukünftige Entwicklung hybrider Fernsehformate ein aussichtsreiches Konzept dar.

Sabrina Schäfer ist Diplom-Medienwissenschaftlerin.

Sie hat an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg studiert und sich in mehreren Rezeptionsstudien speziell mit populären Genres befasst. Ihre Diplomarbeit wird Ende 2004 im Herbert von Halem-Verlag erscheinen.

Literatur:

Bachtin, M.:

Die Ästhetik des Wortes. Frankfurt am Main 1979.

Hanemann, P.:

Talkshow mit anderen Mitteln. In: grimme, Heft Nr. 1/2002, S. 32 f.

Hausmanninger, T.:

Sehnsucht nach Normen – Das neue Ordnungsfernsehen der Gerichtsshow. In: tv diskurs, Ausgabe 20 (April 2002), S. 40–45.

Hippel, K.:

Parasoziale Interaktion als Spiel. Bemerkungen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: montage/av, Nr. 2/1993, S. 127–145.

Klaus, E./Lücke, S.:

Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien und Kommunikation, Nr. 2/2003, S. 195–213.

Meier, O.:

Im Namen des Publikums. Gerichtssendungen zwischen Fiktionalität und Authentizität. In: Medienheft, 31. März 2003: http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k19_MeierOliver.html.

Schorb, B.:

Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen. Studie der ULR Kiel 2003.

Ulbrich, S.:

Recht und Emotion. Der Erfolg der Gerichtsshow im deutschen Fernsehen. In: J. Allmendinger (Hrsg.): *Entstaatlichung und soziale Sicherheit. Verhandlungen des 31. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Leipzig 2002.* Opladen 2003.

Zillmann, D.:

The Logic of Mystery and Suspense. In: J. Bryant/D. Zillmann (Hrsg.): *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes.* Hillsdale, N.Y. 1991, S. 281–303.

⁷ Die Frage, ob sich dies auf die vermittelten Inhalte auswirkt und die Gerichtsshow so ein verzerrtes Bild der Justiz produzieren, soll hier bewusst ausgeklammert werden, da sich die Untersuchung nur mit den Strukturen der Formate und nicht mit ihren Inhalten beschäftigt.

Birgit Guth und Silke Knabenschuh

WERBEMACHER FÖRDERN WERBE- KOMPETENZ

Mit dem Werbekompetenz-Projekt „Media Smart“ stellen werbetreibende Unternehmen in Zusammenarbeit mit Eltern- und Lehrerverbänden sowie der Regierung in England werbefreies Unterrichtsmaterial zu Werbe- und Konsumerziehung in der Grundschule bereit, das auch in deutschen Grundschulen eine Ergänzung in Sachen Werbeerziehung bieten könnte.

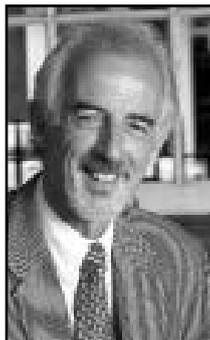
Seit nunmehr zwei Jahren existiert in England das Werbekompetenz-Projekt „Media Smart“. Die Idee zu dem Projekt stammt ursprünglich aus Kanada, wo die werbetreibende Industrie seit zwölf Jahren medienpädagogisches Material unter dem Namen „Concerned Children’s Advertisers“ finanziert. Auch in England wurde „Media Smart“ von Werbetreibenden ins Leben gerufen. Das kostenlose Unterrichtsmaterial *Be Adwise* richtet sich an Schüler der englischen Primarstufe (die in Deutschland mit den Klassen 1–6 vergleichbar ist). Das Programm hat zum Ziel, Kinder über Formen von Werbung und deren Produktionsmechanismen aufzuklären, sie in Bezug auf Werbetexte zu sensibilisieren und über deren Absichten aufzuklären. Außerdem soll die Selbstreflexion von Kindern gefördert werden, indem man sie anregt, ihre Informationsquellen in Frage zu stellen und den Einfluss von Werbung auf das eigene Konsumverhalten zu hinterfragen.

Die Entwicklung des Projekts verläuft in England sehr erfolgreich, nicht zuletzt, weil es durch Elternverbände, Regierung und Medienpädagogen unterstützt wird. Die weitreichende Förderung gewannen die werbetreibenden Initiatoren durch ihr unübliches Konzept: Trotz des Sponsorings bleiben Markennamen oder Firmenlogos auf dem Lehrmittelpaket unsichtbar. Lehrerinnen und Lehrer können das Paket zudem kostenlos anfordern. „Media Smart“ wurde somit eigentümlicherweise nicht zum direkten Selbstzweck für die Unternehmen konzipiert, so dass es

sich bei diesem Projekt nicht um einen weiteren Beitrag zur Kommerzialisierung der Schulen handelt. Vielmehr fand „Media Smart“ durch fachkompetente Beratung, Zurückhaltung der Werbetreibenden und damit einhergehender Seriosität bei Pädagogen, Eltern und Öffentlichkeit großen Anklang.

Nach Aussagen des Hauptinitiators Paul Jackson, ehemaliger Marketing-Direktor bei Masterfoods, gibt es vier Gründe, die das Interesse der Industrie an diesem uneigennütigen Programm rechtfertigen:

1. Nachdem in Schweden das absolute Fernsehwerbeverbot im Umfeld von Kindersendungen eingeführt und dies daraufhin auch europaweit diskutiert wurde, sahen Werbetreibende in dem Projekt eine Möglichkeit, selbst die Initiative zu ergreifen, um sich prophylaktisch vor solcherlei Restriktionen zu schützen.
2. Die Werbeindustrie wird für problematische Themen wie Fettleibigkeit oder hohe Verschuldung bei Kindern mitverantwortlich gemacht. Mit „Media Smart“ zeigt die Industrie sich diesen Themen gegenüber selbst verantwortlich. Es leuchtet ein, dass negative Publicity weitreichendere Folgen im Sinne von Verkaufseinbußen haben kann als kritische Erziehung.
3. Da das Projekt auf nationaler Ebene und auf Kontinuität angelegt ist, verfolgen die Initiatoren die Vision, die heutige Generation von Schülern mit Strategien



Der englische Hauptinitiator von „Media Smart“, Paul Jackson.

auszustatten, welche sie befähigen, Werbung zu durchschauen. Als Erwachsene könnten sie dieses Wissen weitergeben und sähen die eigenen Kinder möglicherweise nicht mehr als Opfer des „massenmanipulativen Instruments“ Werbung. Auf lange Sicht gesehen könnten sich auch Werbemacher in ihrem Gewerbe wohler fühlen, wenn die Bevölkerung sie nicht länger als Bedrohung für ihre Kinder erlebt.

4. Mit dem Projekt „Media Smart“ möchte die Industrie dazu beitragen, den Dialog mit der Öffentlichkeit zu verbessern. Sie möchte erreichen, dass die werbetreibende Industrie als ein Teil unserer Gesellschaft akzeptiert wird.

Material

Das Lehrmittelpaket trägt den Titel *Be Adwise* und enthält folgende Materialien:

- 18 Arbeitsblätter für aufeinander aufbauende Unterrichtseinheiten, die sich mit den klassischen Werbeträgern Fernsehen, Radio, Zeitung und Plakat auseinandersetzen. Die Kinder erfahren z. B., wer Werbung macht, was eine Marke ist und warum es Marken gibt. Die Kinder sollen außerdem lernen, zwischen notwendigen, wünschenswerten und überflüssigen Konsumgütern zu unterscheiden und kompetente Entscheidungen im Alltag zu treffen. Da es auch um die Vermittlung von Handlungskompetenzen geht, werden Strategien für richtiges Einkaufen und für die Qualitätsbeurteilung von Waren vorgeschlagen.
- Im *Lehrerbegleitheft* erläutert Paul Jackson einleitend die Notwendigkeit frühzeitiger Werbeerziehung und die Selbstverantwortlichkeit von Werbetreibenden gegenüber der Zielgruppe Kind. Im Hauptteil finden sich didaktische Hinweise zu jedem Aufgabenblatt und Erläuterungen zu den angestrebten Lernzielen der einzelnen Übungen. Am Ende werden tabellarisch curriculare Anknüpfungspunkte zu jeder Übung aufgezeigt, die sich an den Lehrplänen für die entsprechenden Schulstufen von England, Schottland, Wales und Nord-Irland orientieren.
- Die VHS-Kassette eignet sich zur Veranschaulichung des Themas im Unterricht. Sie zeigt den Kurzfilm über die Grundschülerin Lotti, die sich zwischen verschiedenen Geburtstagswünschen entscheiden muss. Dabei wird demonstriert, dass Lotti bei der Auswahl vielen Umwelteinflüssen ausgesetzt ist (Eltern, Bruder, Schulfreunde, Lehrerin und Werbung), die Druck auf sie ausüben. Das Video beinhaltet darüber hinaus einen exemplarischen Kinder-Fernsehwerbespot mit dazugehörigem „Making Of“. Die Kinder können so erfahren, mit welchen Mitteln Werbemacher arbeiten, um ein Produkt besonders attraktiv erscheinen zu lassen.

- Die *Elterninformationen* geben in knapper Form Tipps, wie Eltern den eigenverantwortlichen Umgang ihrer Kinder mit Werbung und Konsum zu Hause unterstützen können.
- Die *Internetseite* bietet ergänzende Informationen für Eltern und Lehrer sowie kindgerechte Anwendungen zu den Themen Werbung und Medienkompetenz. In der Lehrersektion können die Materialien außerdem kostenlos heruntergeladen werden.
- Anhand zwei verschiedener *Feedback-Formulare*, die jeweils für Lehrer und für Eltern konzipiert wurden, sollen Anwendbarkeit und Nutzen des Materials nach seinem tatsächlichen Gebrauch evaluiert werden.

Organisation

Die Initiatoren des Projekts haben einen eigenen Geschäftsbereich gegründet, der den Namen des Projekts trägt. Zentrale Organe sind das *Steering Committee* (Vorstand) und die *Expert Group*.

Das *Steering Committee* besteht aus seinem Chairman Paul Jackson, den finanziellen Partnern der ersten Stunde (Hasbro, Mattel und Masterfoods) sowie aus zahlreichen weiteren Mitgliedern. Während der Gesamtlaufzeit des Projekts konnten insgesamt 23 fördernde Unternehmen akquiriert werden.

Die *Expert Group* befasst sich mit der Entwicklung des Materials und stellt dessen pädagogische Qualität sicher. In der Gruppe befinden sich Vertreter aus dem Schulwesen, aus Elternverbänden, Universitäten, Repräsentanten des Bildungsministeriums sowie Marketingexperten und Werbefachleute. Als neuestes Mitglied konnte ein Vertreter der nationalen Medienaufsichtsbehörde Ofcom gewonnen werden. Die Expertengruppe segnet das Material ab, das in Abstimmung mit dem *Steering Committee* entwickelt wird. Neben ihrer Aufgabe als wissenschaftlicher und politischer Beirat hat die Gruppe auch die Funktion, die Begleitforschung des Materials zu beaufsichtigen.

Umsetzung

Im Unterschied zu anderen Medienkompetenz-Projekten, die Schulmaterial zur Verfügung stellen, wurde für „Media Smart“ eine umfangreiche PR-Kampagne organisiert. Nachdem die Webseite eingerichtet war, benachrichtigte man alle Grundschulen in England schriftlich und fügte dem Anschreiben ein Bestellformular bei. Gleichzeitig veröffentlichte die kostenlose Schulzeitung „The Newspaper“, die an allen englischen Schulen kursiert, eine entsprechende Ankündigung. Auch in anderen Zeitschriften und Beilagen der aktuellen Tagespresse wurde über „Media Smart“ berichtet. Nachdem die erste Aussendung von 5.000 Paketen erfolgt war, wurde auf 15 Fernsehsendern ein Trailer ausgestrahlt. Hiermit erreichte man wiederum sehr hohe



Das Lehrmittelpaket
Be Advise: Video,
Lehrerbegleitheft und
Arbeitsblätter.

Besucherzahlen auf der Internetseite. Im Mai 2003 wurden Englands Schulen mit einer zweiten Briefsendung nochmals auf „Media Smart“ aufmerksam gemacht, die nach eigenen Aussagen erfolgreicher verlief als die erste. Die ersten 50 Schulen, die das Material bestellten, erhielten das neu entworfene „Media Smart“-Brettspiel, das ähnlich funktioniert wie das bekannte „Spiel des Lebens“.

Wenn im Herbst 2004 das neue Material erscheint, wird es wieder eine Pressekampagne geben. Zusammen mit der gegenwärtig laufenden und der im Herbst folgenden Aussendung sollen insgesamt 10.000 Schulen in diesem Jahr beliefert werden. Wie man sieht, hat die Zusammenarbeit mit Marketingexperten den Vorteil, ein medienpädagogisches Projekt auch medienwirksam vermarkten zu können.

„Media Smart“ in Deutschland

In Deutschland nahm sich der private Kinderfernsehsender Super RTL in Zusammenarbeit mit Verbänden der Werbetreibenden (OWM, GWA) und Unternehmen wie Masterfoods, Mattel, Hasbro, Burger King, Lego, Zapf Creation und IP Deutschland im Herbst 2003 der Projektorganisation an. Bevor mit der konkreten Adaptation des Materials begonnen werden konnte, bestand die Hauptaufgabe darin, eine Expertengruppe zu formieren und einen unabhängigen Verein zu gründen.

Somit wurde, nachdem die finanzielle Unterstützung abgesichert war, im Mai ein „Media Smart“-Verein gegründet, dessen Vorstand aus den Hauptförderern besteht.

Zum Vorsitzenden des Vereins wurde Super RTL-Geschäftsführer Claude Schmit gewählt. Die Gemeinnützigkeit des Vereins wird derzeit noch beim Finanzamt geprüft. Es bleibt zu hoffen, dass Medienkompetenz als gemeinnütziges Lernziel anerkannt wird. Die Registrierung als eingetragener Verein würde die Seriosität des Projekts zweifellos erkennbarer machen.

Inzwischen konnten folgende Experten für die medienpädagogische Arbeit gewonnen werden:

- Prof. Stefan Aufenanger (Universität Hamburg, Arbeitsbereich Medienpädagogik)
- Rainer Smits (Landesmedienanstalten bundesweit)
- Leopold Grün (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V.)
- Dr. Norbert Neuß (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur)
- Ulrich Hecker (Grundschulverband „Arbeitskreis Grundschule“)
- Birgit Guth, Silke Knabenschuh (Super RTL)
- Sabine Hansen (Werbeagentur Castenow)

Außerdem liefern erfahrene Schulbuchredakteure Ideen für die inhaltliche Gestaltung der Materialien. Die Mitwir-

kenden waren sich einig, dass das englische Unterrichtsmaterial nicht nur übersetzt, sondern auch an den deutschen Bildungsbereich angepasst werden muss. Hierin liegt nun die Herausforderung an die Experten.

Auf didaktischer Ebene soll das Material der Unterrichtspraxis deutscher Grundschulen entsprechen, d.h. Handlungs- und Produktorientierung vorweisen können, eine fächerübergreifende Umsetzung für den Unterricht ermöglichen und sich in der Konzeption der Aufgaben an der aktuellen, kindlichen Lebenswelt orientieren. Statt der tabellarischen Auflistung der Lehrplanbezüge wie im englischen Lehrerheft soll die Relevanz des werbepädagogischen Materials für die Grundschularbeit hierzulande mit Hilfe eines fächer- und lehrplanübergreifenden Konzepts verständlich werden.

Die Experten empfahlen darüber hinaus, das englische Material um einige kritische Aspekte zu ergänzen. Bedeutsam erscheint, Kinder nicht nur über klassische, sondern auch über neue bzw. versteckte Werbeformen aufzuklären. So sollen z.B. die augenblicklich viel diskutierte Werbung im Internet oder das umstrittene Sponsoring integriert werden. Gestaltungstechniken und Produktionsprozesse der Werbung könnten mit Hilfe eines ausführlichen „Making Of“ auf dem Video zusätzlich veranschaulicht werden. Ein weiteres Anliegen ist es, Schüler auf die stereotype Geschlechterdarstellung in der Werbung aufmerksam zu machen und sie zu einer selbstreflexiven Diskussion im Umgang mit Produkten anzuregen. Damit bei der Arbeit mit dem medienerzieherischen Material die Produktorientierung gewährleistet ist, sollten Kinder auch angeregt werden, einen eigenen Spot mit der Videokamera zu drehen.

Sobald die ersten Entwürfe existieren, wird eine intensive Evaluierung in Grundschulen stattfinden, um die Nutzbarkeit des Materials zu prüfen. Auch nach dem geplanten Erscheinungstermin im Februar 2005 wird das Material in seiner Eignung zur Werbekompetenz-Vermittlung weiterhin durch die Experten erforscht. Um Akzeptanz und nachhaltiges Interesse bei skeptischen Grundschullehrerinnen und -lehrern wachzurufen, wird dauerhafte Überzeugungsarbeit nötig sein. Ziel der Verantwortlichen ist es, mit dem Lehrmittelpaket „Media Smart“ einen festen Rahmen für die schulische Werbeerziehung anzubieten.

Das pädagogische Ziel besteht darin, Kindern in einem zunehmend kommerzialisierten Alltag Orientierung zu bieten und sie zu befähigen, die immer komplexeren Strategien der Werbeindustrie zu durchschauen. Da aber die Entwicklung dieser Strategien und ihr multimedialer Einsatz äußerst schnelllebig sind, muss auch medien- bzw. werbepädagogisches Material dementsprechend inhaltlich flexibel sein. Die Notwendigkeit, das Unterrichtsmaterial hinsichtlich sich verändernder Umweltbedingungen zu modifizieren, lässt sich mit diesem interaktiv ausgerichteten Projekt angemessen verwirklichen.

Zudem erscheint es den Organisatoren wichtig, das Thema Werbung im Unterricht nicht mehr allein unter dem Aspekt des Verbraucherschutzes zu bearbeiten, sondern auch seiner ästhetischen Dimension und der Sichtweise der Werbemacher in Form von aktiver, fächerübergreifender Medienarbeit zu begegnen. Da in der Grundschule – wie aus Studien des Deutschen Jugendinstituts vor einigen Jahren hervorging – Werbeerziehung zumeist nur punktuell oder allenfalls im Sachkundeunterricht praktiziert wird, könnte „Media Smart“ die zeitgemäße Werbeerziehung wertvoll ergänzen. Schließlich sollten Kinder möglichst früh lernen, mit den Strukturen umzugehen, denen sie im Alltag überall begegnen.

Birgit Guth ist Jugendschutzbeauftragte und Leiterin der Medienforschung bei Super RTL.

Silke Knabenschuh arbeitet in der Projektleitung „Media Smart“ bei Super RTL.

Kontakt:

birgit.guth@superrtl.de
silke.knabenschuh@superrtl.de

Webseite:

<http://www.mediasmart.org.uk>

Literatur:**Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.):**

Werbepädagogik in der Grundschule. Eine repräsentative Befragung von Lehrerinnen und Lehrern in Bayern und Brandenburg. Opladen 1997.

Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.):

Werbe- und Konsumerziehung international. Beiträge aus Großbritannien, USA, Frankreich, Italien und Deutschland. Opladen 1999.

Beatrix Fischer

„WHAT EVER TO BA

Trends und Perspektiven des Kleinkinderfernsehens

Die *Teletubbies* als mittlerweile globales Medienphänomen¹ – mit angeschlossener Merchandising-Maschinerie – haben der Fernsehunterhaltung für Kinder im Vorschulalter seit 1997 weltweit ein neues Gesicht verliehen. Durch sie fand ein Tabubruch par excellence statt, wie sowohl Medienexperten als auch „durchschnittliche“ Fernsehzuschauer mit langjähriger Medienkompetenz konstatieren, galt doch bisher der gesellschaftliche Konsens, Kleinstkinder von den als schädlich angesehenen Wirkungen des Fernsehens fern zu halten, als unantastbar.

Anmerkungen:

1

Die *Teletubbies* laufen inzwischen in 120 Ländern und sind in 45 Sprachen übersetzt.

2

Vgl.: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI): *Teletubbies im Alltag von Kindern*. München 1999.

In der Tat hat sich das Fernsehen mit diesem neuen, auf die Aller kleinsten abgestimmten Format seine bisher jüngste Zielgruppe erschlossen – bereits Zweijährige finden ihre Anbindung an das Fernsehen über diese erste Baby-Soap. In Deutschland ging die Sendung im April 1999 im Kinderkanal Ki.Ka an den Start, sie läuft immer noch sehr erfolgreich. Die anfängliche Kontroverse, die das Erscheinen der *Teletubbies* zunächst in der englischen und später in der deutschen Presse auslöste, ist mittlerweile abgeklungen. Die kulturpessimistisch gefärbte Angst vor der Verdummung der jungen Zuschauer, die durch die verstümmelte Babylautsprache der *Teletubbies* zu einer Generation von illiteraten Wesen heranzuwachsen drohte, hat sich bisher nicht bestätigt. Medienfachleute gehen mittlerweile davon aus, dass die *Teletubbies* bei Kleinstkindern keinen Schaden für die körperlich-geistige Entwicklung anrichten.² Nicht mehr das „Ob-überhaupt-Fernsehen“ steht demnach zur Debatte, sondern das „Wie-viel-und-Was?“ Der wohl dosierte Umgang mit dem Medium und die gezielte Auswahl durch die Eltern werden allenthalben auch von groß angelegten Kampagnen – wie „Schau hin“ des Familienministeriums – propagiert. Es scheint unrealistisch, Kinder, die in einer audiovisuell und medial geprägten Umwelt aufwachsen, gänzlich vom Fernsehkonsum abzuschirmen, egal, welcher Altersgruppe sie angehören. Wächst eine Generation von Kindern heran, die, schon bevor sie



HAPPENED BY'S Brain? "

ihre Schnürsenkel binden kann, über umfangreiche Medien- bzw. Fernseherfahrung verfügt? Ist Fernsehlernten ein neues Bildungsziel bereits im Vorschulalter? „Das Verfallsdatum für alte pädagogische Rezepte ist abgelaufen“, heißt es in einer Broschüre der Aktion Jugendschutz³ – auch in Bezug auf die Bewertung neuer Fernsehhalte, könnte man ergänzen.

Boobah – ein neues Fernsehformat für Kleinkinder

Anne Wood, Erfinderin der *Teletubbies* und Executive Chief von Ragdoll Productions, ist durch ihre Erfindung reich geworden. Ihr Erfolgsrezept bei den *Teletubbies* lag in der Widerspiegelung der Erlebniswelt des Kleinkindes. Auch nachdem keine weiteren Folgen der *Teletubbies* hergestellt werden, entwickelt und produziert Anne Wood erfolgreiche Kleinkinderprogramme. Sie orientiert sich dabei stark an den Reaktionen, Bedürfnissen und Vorlieben ihrer jungen Zuschauer – etwa, indem sie ihr Rezeptionsverhalten studiert und die Ideen und Konzepte für ihre Sendungen entsprechend modifiziert, um eine aktive, teilnehmende Rezeption durch die Kleinsten zu gewährleisten, wie schon bei den *Teletubbies*.

Ihre neueste Kreation auf dem Gebiet des Kleinkinderfernsehens, *Boobah*, ist gleich wieder ein neues grenzüberschreitendes Format, eine Art „work-out for toddlers“, das zugleich mit seinen glitzernd bunten Farben auf die Ästhetik des Kleinkindes abhebt.⁴ *Boobah* soll die Kleinen dazu inspirieren, aufzustehen und sich, während der Fernseher läuft, zu bewegen. O-Ton Anne Wood: „I think in Boobah the main thing is that you have engaged children totally with movement, right from the beginning“ (www.boobah.tv [22. Juni 2004]). Kleinkinder, das ist allgemein bekannt, erfassen Fernsehen ausschließlich gefühlsmäßig. Sie verstehen die Handlung nicht, aber sie erleben den Film mit allen Sinnen und reagieren körperlich. Die Kinderversteherin Anne Wood hat dies umgesetzt und dabei einen prägenden Einfluss auf das Genre „Kleinkinderfernsehen“ ausgeübt.

Die Geschichte des Kleinkinderfernsehens beginnt mit den ich-erzählten Geschichten in der *Maus*-Tradition (*Lach- und Sachgeschichten*, *Rudi Rabe*), kurz: magazinartig.⁵ Eine Erneuerung erfährt die Erzähltradition „nach den *Teletubbies*“ mit interaktiven Formaten, zumeist in den USA und England entwickelt und produziert. Es geht vor allem darum, die Kinder zum Mitmachen, Singen, Tanzen und Rätsellösen zu animieren. Spielerisches Lernen heißt zwar immer noch das Zauberwort, es ist aber noch stärker als zuvor abgestimmt auf den kognitiven Entwicklungsstand des Kleinstkindes durch kurze simple Storys und Wiederholung als sinnvolles pädagogisches Element. Im Mittelpunkt stehen farbenfrohe Puppen (wie bei den *Teletubbies*), die durch ihr Erscheinungsbild und ihre Bewegungen die Aufmerksamkeit der kleinen Zuschauer bannen.

Fernsehnutzungsverhalten durch Kinder

In diesem Zusammenhang zunächst ein kurzer Blick auf die Fernsehforschung, der alle weiteren Überlegungen mit Fakten und Zahlen unterfüttern soll: Aktuelle Daten zur Fernsehnutzung stammen von Sabine Feierabend und Walter Klingler (SWR Fernsehforschung) und einer empirischen Grundlagenstudie von ARD und ZDF.⁶ Vorab zu bemerken ist: Die jüngste, kontinuierlich vom GfK-Fernsehpanel erfasste Altersgruppe sind die Drei- bis Fünfjährigen; an dieser Tabugrenze wird nicht gerüttelt. Dennoch bringen beide Studien aufschlussreiche Erkenntnisse zutage: Die TV-Nutzung von Kindern ist seit Jahren stabil geblieben, 54 % der Kleinkinder in der Altersgruppe 3 – 5 Jahre verweilen im Durchschnitt 119 Minuten täglich vor dem Fernseher. „Bei den Drei- bis Fünfjährigen findet eine überdurchschnittliche Zuwendung zum Fernsehen in der Zeit zwischen 7.00 und 9.00 Uhr statt, bis 18.00 Uhr ist – bei gleichem Verlauf – eine unterdurchschnittliche Nutzung zu verzeichnen. Die Kurve hat um 18.45 Uhr (*Sandmännchen*) ihren höchsten Punkt erreicht [...]“ (Feierabend/Klingler 2004). Das Fernsehen ist zwar das bevorzugte Medium von Vor-

3 Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg: Kompaktwissen „Kind und Fernsehen“. Stuttgart 200.

4 Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), in einem persönlichen Telefongespräch am 22. Juni 2004.

5 Buresch, W. (Hrsg.): *Kinderfernsehen. Vom Hasen Cäsar bis zu Tinky, Dipsy und Co.* Frankfurt am Main 2003.

6 Feierabend, S./Klingler, W.: *Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung von Drei- bis 13-Jährigen.* In: *Media Perspektiven* 4/2004, S. 151 – 162; **ARD/ZDF-Medienkommission/Kinderkanal:** *Kinder und Medien 2003 – empirische Grundlagenstudie zur Mediennutzung von Kindern.* Erfurt/Leipzig/Mainz 2004.

schulkindern, aber als Alltagsaktivität kommt es nach dem Spielen drinnen erst an zweiter Stelle. Ein erfreuliches Ergebnis ist, dass der Umgang mit dem Fernsehen der Vorschulkinder wesentlich durch die Eltern bestimmt und kontrolliert wird (ARD/ZDF 2004).

Kindersendungen bei Super RTL und Ki.Ka

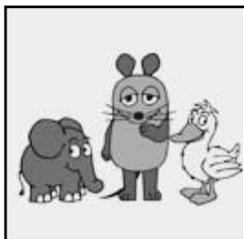
Inwieweit hat der durch die *Teletubbies* ausgelöste Wandel des Kinderfernsehens das Programm des deutschen Kinder-TV beeinflusst? Marktführer im Bereich des deutschen Kinderfernsehens ist der Privatsender Super RTL (Marktanteil 34,0 %), gefolgt vom öffentlich-rechtlichen Kinderkanal von ARD und ZDF, Ki.Ka (Marktanteil 31,5 %).⁷ Beide Sender bieten ihre Vorschulprogrammstrecken bereits in den frühen Morgenstunden (ab 6.00 Uhr) an. Auf die Frage nach dem speziell auf die Zielgruppe der Kleinstkinder abgestimmten Programm nannten die Sender folgende Sendungen:

Der Privatsender Super RTL:

Blue's Clues – Blau und schlau (USA 1996), *Die Koala-Brüder* (GB 2003, Stop-Frame-Animation), *Thomas, die kleine Lokomotive & seine Freunde* (GB, Stop-Frame-Animation), *Barney* (USA 2001, Puppentrick), *Bob, der Baumeister* (USA 1998, Stop-Frame-Animation), *Oswald Octopus* (USA 2000, Zeichentrick), *Rubbadubbers* (USA 2002, Stop-Frame-Animation).

Der öffentlich-rechtliche Kinderkanal Ki.Ka:

Die Teletubbies (GB 1997, Puppentrick), *Die Hoobs* (GB/USA 2000 – wird zzt. nicht ausgestrahlt), *Die Tweenies* (GB 1999, Puppentrick).



Von links nach rechts:
Die Sendung mit der Maus,
Blue's Clues – Blau und schlau,
Barney, *Bob, der Baumeister*
und *Oswald Octopus*.
Unten rechts: *Tweenies*.

Die Tweenies werden vom Ki.Ka ausdrücklich als Ergänzungs- oder Nachfolgeprogramm zu den *Teletubbies* betrachtet, „als konsequente Fortsetzung des mit den *Teletubbies* begonnenen Wegs, auch für kleinere Kinder ein Programm anzubieten, das ihren kognitiven Fähigkeiten entspricht“, wie Frank Beckmann, Programmgeschäftsführer des Kinderkanals, betont.⁸ Bei den *Tweenies* bildet die Interaktion der Puppen (Bella, Jake, Fizz, Milo und deren erwachsene Freunde Max und Judy sowie der Hund Doodles) beim Tanzen, Springen, Singen und Rätseln die Rahmenhandlung, die durch Einspieler wie kurze Kindertrickfilme unterbrochen wird. Der Anspruch des spielerischen Lernens steht im Vordergrund, auch die Förderung von sozialer Kompetenz wird angestrebt. Über die Identifikation mit den Puppen sollen die Kinder mit Situationen des Alltags vertraut gemacht werden, neue Singspiele lernen usw. Die Wiederholung wird auch hier als wichtiges pädagogisches Instrument eingesetzt.

Super RTL setzt mit *Blue's Clues – Blau und schlau* eindeutig auf den Trend der interaktiven, edukativen TV-Formate für Kleinkinder. Aufbauend auf das pädagogisch sinnvolle Prinzip der Wiederholung, wird jede Folge gleich an mehreren Wochentagen hintereinander ausgestrahlt. Durch die Sendung führt Gastgeber Steve, ein junger Mann aus Fleisch und Blut, der in einer animierten Bilderbuchwelt lebt, tanzt, singt und mit seinen kleinen Zuschauern und einem blauen Hund gern Rätsel löst. Ziel ist es, die Gedächtnisleistung und Kombinationsgabe der Kleinen zu fördern, indem sie immer wieder durch kleine Hinweise dazu ermutigt werden, selbst aktiv zur Auflösung des Rätsels beizutragen.

Auch die Titelfigur der Serie *Barney* – ein pinkfarbener Drache aus Schaumstoff – soll die Kleinsten an festgesteckte Lernziele heranzuführen, das Lernprogramm ist ambitioniert: „Vier wesentliche Bereiche der kindlichen Entwicklung werden angesprochen: die kognitive, soziale, emotionale und physische Phase. Jeder dieser Bereiche wurde von einem Team von Spezialisten untersucht, wobei besonderes Augenmerk auf das Lernverhalten von Kleinkindern gerichtet wurde. [...] So lernen die kleinen Zuschauer spielerisch mit jeder Folge, wie sie sich richtig im Straßenverkehr verhalten müssen, was Fairness, was Freundschaft ist und wie man mit der Umwelt umgeht.“⁹



Für die jüngsten Zuschauer setzt Super RTL im Vorschulblock neben interaktiven Formaten auch nach wie vor auf „Story-telling“ über eine für Kinder leicht verständliche Bildsprache – wie z. B. mit den Trickfilmserien *Bob, der Baumeister* und *Oswald Octopus*. Bei Super RTL wie auch beim Ki.Ka übernimmt das Kleinkinderfernsehen nach wie vor die wichtige Funktion des Geschichtenerzählens und dient darüber hinaus als Ausgangspunkt für aktives Lernen – den Rezeptionsmöglichkeiten der Altersstufe angepasst. In Bezug auf die Altersempfehlungen ihres Programms positionieren sich die Sender vorsichtig. Während der öffentlich-rechtliche Kinderkanal mit einigen Sendungen seines Vorschulprogramms bewusst auch schon Zweijährige anzusprechen scheint¹⁰, sagte die Super RTL-Programmdirektorin Susanne Schosser, dass sie an der untersten Altersgrenze von drei Jahren festhalten möchte.

Medienpädagogische Arbeit der Fernsehsender

Dass schon für kleinere Kinder der Fernseher oftmals als elektronischer Babysitter genutzt wird, ist auch den Sendern klar. Die Fernsehmacher kann man dafür wohl kaum verantwortlich machen. Lobenswert ist es, wenn der Anspruch, einen medienpädagogischen Beitrag leisten zu wollen, nicht allein auf das Programm einge-

delle für den Sender. Inwieweit dabei überhaupt nötige medienpädagogische Aufklärungsarbeit betrieben werden kann, sei dahingestellt. Die Welt der starken Marken macht vor der Kinderzimmertür nicht Halt.

Lernvideos für Babys neuester Trend

Schon sorgt ein neuer Trend aus den USA für Diskussionsbedarf: „Baby Video“ heißt die neueste Entwicklung auf dem US-amerikanischen Markt des Kleinkinder-Edutainments. Es ist ein Angebot, das die Zielgruppe der Wickelkinder anvisiert – vorerst allerdings nur als Video oder DVD erhältlich. Die filmische Gestaltung ist simpel, die Sequenzen sind kurz und musikalisch untermalt: Bunte Farben und animierte Formen sind zu sehen. In den USA werden Lernvideos für Babys zwischen 0 (!) und 36 Monaten z. B. von Disney Publishing Worldwide vertrieben. *Baby Einstein*, *Baby Mozart* oder *Baby Galileo* lauten die Titel des so genannten interaktiven Videoprogramms für „Babys“ und „Toddlers“. Die Produzenten rekurrieren auf die aktuellen Erkenntnisse der Hirnforschung. Unter dem Motto: „Great minds start little“ (*Baby Einstein*) richtet sich das Videoangebot an Eltern mit dem Versprechen, die Gehirnkapazitäten ihrer Kleinen frühzeitig zu verstärken. Völlig unbekümmert setzt das Unternehmen der kritischen Fachwelt das Argument

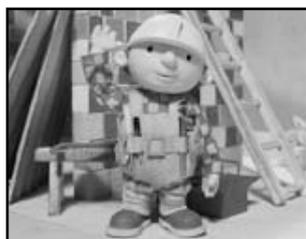
¹⁰ Pressemitteilung „Das Medienpaket von Ki.Ka, ZDF und NDR“, 30. März 2004.

¹¹ Ebd.

entgegen, Videos seien im Gegensatz zum Medium Fernsehen ein kontrollierbares Medium (controlled media), das es den Eltern erlaube, eine gezielte Auswahl dessen zu treffen, was sie zusammen mit ihren Kleinen anschauen wollen. Mit dem Titel *Baby IQ – Für das Genie im Kind*

ist ein weiteres amerikanisches Label (Brainy Baby) bereits auf dem deutschen Markt vertreten. Es gibt zwei verschiedene Programme, die entweder der Stimulation der rechten (Kreativität) oder der linken Gehirnhälfte (Logik) dienen sollen. Baby-TV als edukatives Spielzeug – diese Entwicklung ist in Fachkreisen allerdings sehr umstritten. Fernsehforscherin Dr. Maya Götz berichtet von zwei gleichzeitig in London und Hongkong herausgebrachten Studien zum Thema pränatales Fernsehen. Die Forscher weisen nach, dass bereits Embryos im Mutterleib den emotionalen Erregungszustand ihrer Mütter beim Schauen der täglichen Soaps wahrnehmen. Man kann also nicht früh genug mit der Auswahl des „richtigen“ Programms beginnen. Die Debatte um das Kleinkinderfernsehen in all ihren Facetten wird noch lange anhalten.

Beatrix Fischer hat Germanistik studiert und ist als freie Autorin, Kulturberaterin und FSK-Prüferin tätig.



schränkt wird. Der Ki.Ka setzt sich mit einem Medienpaket für Vorschule und Kindergarten konsequent für medienpädagogische Arbeit im Vorschulalter ein – und zwar Hand in Hand mit Eltern und Erziehern: „Da die ersten Lebensjahre grundlegend für den Erwerb unterschiedlicher Kompetenzen sind, muss gerade der Kindergarten sich der Alltagswelt der Kinder öffnen, und er muss den Umgang mit dem Fernsehen, wie mit allen anderen Medien, in sein Bildungskonzept aufnehmen. Ein Kind, das gelernt hat, selektiv fernzusehen und anspruchsvoll auswählt, ist für seine Zukunft gut gerüstet.“¹¹

Auch Super RTL gibt regelmäßig medienpädagogisch relevante Studien in Auftrag und führt die Fachtagung „Kinderwelten“ durch. Die Prämisse ist: Bei einem privaten, werbefinanzierten TV-Sender steht das kommerzielle Interesse im Vordergrund. Wenn relevante Themen wie die Werberezeption bei Kindern untersucht werden, dann spielen die Ergebnisse mit Sicherheit eine erhebliche Rolle bei der Entwicklung neuer Erlös-

Literaturbesprechungen – Inhalt:

- Klaudia Brunst:
Leben und leben lassen. Die Realität im Unterhaltungsfernsehen. Essays, Analysen und Interviews 80
Lothar Mikos
- SyBille Gerlach:
Nachdenklichkeit lernen. Philosophische Wurzeln – Entwicklungspsychologische Bedingungen – Pädagogisches Handeln 82
Susanne Bergmann
- Hans Dieter Huber/Bettina Lockemann/
 Michael Scheibel (Hrsg.):
Bild – Medien – Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter 83
Lothar Mikos
- Horst Niesyto (Hrsg.):
VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. Grundlagen, Methoden und Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojekts 84
Lothar Mikos
- Sonja Kretschmar:
Fremde Kulturen im europäischen Fernsehen. Zur Thematik der fremden Kulturen in den Fernsehprogrammen von Deutschland, Frankreich und Großbritannien 85
Ulrike Beckmann
- Otfried Jarren/Rolf H. Weber/Patrick Donges/Bianka Dörr/Matthias Künzler/Manuel Puppis:
Rundfunkregulierung. Leitbilder, Modelle und Erfahrungen im internationalen Vergleich. Eine sozial- und rechtswissenschaftliche Analyse 86
Lothar Mikos
- Lutz Hachmeister/Dieter Anschlag (Hrsg.):
Die Fernsehproduzenten: Rolle und Selbstverständnis 87
Elizabeth Prommer

Kritik der Fernsehunterhaltung

Die Fernsehkritik in der Bundesrepublik führt ein Schattendasein. Das liegt nicht zuletzt daran, dass nur wenige sich berufen fühlen, in die Niederungen des Fernsehens hinabzusteigen. Stattdessen wird von der hohen Warte der Kulturkritik auf das Treiben im Tal der scheinbar Ahnungslosen geblickt – verstanden wird das Leben dort unten jedoch meistens nicht. Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel! Wenn es eine Fernsehkritik in Deutschland gibt, die versucht, dem Medium gerecht zu werden, es zu verstehen und zugleich auf Qualitätsmaßstäben zu bestehen, dann hat diese Kritik einen Namen: Klaudia Brunst. Die ehemalige Chefredakteurin der „tageszeitung“ kann zweifellos als die führende Fernsehkritikerin bezeichnet werden. Im Vorwort zum vorliegenden Buch schreibt die Münchner Medienwissenschaftlerin Michaela Krützen über die Autorin: „Klaudia Brunst ist eine Fernsehkritikerin mit fernsehwissenschaftlicher Ausbildung, die ihr Studium mit einer Arbeit über Gameshows im deutschen Fernsehen abschloss. Diesem Interessengebiet blieb sie auch als Redakteurin treu: Die Journalistin schrieb vor allem über diejenigen Formen des Unterhaltungsfernsehens, die ‚in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingreifen‘“ (S. 1). Der Band versammelt eine Reihe von Essays und Analysen zum Fernsehen, die seit Mitte der 90er Jahre in verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften erschienen. Daneben finden sich neuere Originalbeiträge und Interviews mit Akteuren des Fernsehgeschäfts. Im Zentrum aller Beiträge steht das Unterhaltungsfernsehen mit

seinen neuen Formaten, die seit den 90er Jahren nicht nur den Bildschirm bevölkern, sondern auch die öffentliche Debatte um das Fernsehen und seine Grenzen bestimmen. Die einzelnen Beiträge des Bandes sind in fünf Abschnitten zusammengefasst: 1) Talk-Shows, 2) Serien, Soaps und Real-Life-Soaps, 3) Gerichtsshow, 4) Moderatoren und ihr Publikum, 5) Politiker und andere große Tiere. Die Essays und Analysen von Klaudia Brunst sind von vier grundlegenden Eigenschaften gekennzeichnet, die in der öffentlichen Debatte über das Fernsehen oft überhaupt nicht zum Tragen kommen: von einem genauen Blick auf die Phänomene, von einer breiten – aktuellen wie historischen – Programmkenntnis, von Empathie für die Akteure auf dem Bildschirm und für das Fernsehpublikum und von Originalität.

Anhand der Beiträge lässt sich die Geschichte der Unterhaltung im Fernsehen von der ersten Aufregung über die nachmittäglichen Talk-Shows bis hin zu den neuen Formaten, deren Kennzeichen eine „spielerische Vermischung von Fiktionalem und Authentischem“ ist (S. 6), verfolgen. In diesem Sinne leistet die Autorin auch einen wesentlichen Beitrag zur Fernsehgeschichte, vor allem in Bezug auf die populären Formate. In ihrem Beitrag über die kommerzielle Verwertung von Intimität im Fernsehen wird sehr deutlich, dass die neuen Formate so neu auch wieder nicht sind, denn: „Gefühle hatten im Unterhaltungsfernsehen schon immer einen Marktwert“ (S. 9). Zu Recht erinnert die Autorin immer wieder an historische Vorläufer aktueller Formate: „Wer sich heute kritisch über die redaktionell hergestellten

Konfrontationen in den Daily-Talkshows empört, sei nur einmal an die ZDF-Familienshow ‚Wünsch dir was‘ (1969–72) erinnert. Dort wurden die Kandidaten-Familien pausenlos in Spielanordnungen verwickelt, die sie vor laufender Kamera mit ihren geheimen Ängsten und privaten Wünschen, ihren moralischen Grenzen und familiären Tabus konfrontierten. Die Live-Show machte ein Entkommen aus der Inszenierung praktisch unmöglich, die Provokation war Konzept der Sendung und Urquell ihres Erfolges“ (S. 9f.). Das Fernsehen erfindet sich mit den neuen Formaten lediglich immer wieder selbst, indem es neue Varianten eines alten Musters erprobt.

Die ganze Kunst der Fernsehkritik von Klaudia Brunst zeigt sich in ihrem Essay über die televisuelle Konfrontation von Alice Schwarzer und Verona Feldbusch in der nun schon legendären *Kerner*-Sendung. Um dem Auftritt der Feministin näher zu kommen, zieht die Autorin einen Vergleich zu einem TV-Streitgespräch aus dem Jahr 1975, das im WDR ausgestrahlt wurde. Dort traf Alice Schwarzer auf die Münchner Ärztin und Psychologin Esther Vilar, die zu der Zeit mit antifeministischen Büchern eine gewisse Popularität erlangt hatte. Klaudia Brunst sieht in den Gesprächen nicht allein die beteiligten Personen, sondern vor allem ihr Rollenspiel in einer Fernsehsituation. Dadurch kommt sie zu anderen Einsichten als die gewöhnliche Fernsehkritik. Ihre Analyse zeigt, dass der Ausgang der *Kerner*-Show vorhersehbar war: „Die öffentlichen Rollen dieser beiden Frauen sind aufgrund ihrer starken Medienpräsenz bis ins kleinste Detail determiniert.

Mehr noch als im Fall ‚Alice contra Esther‘ ist das Rollenspiel der beiden Kontrahentinnen also über weite Strecken alternativlos (keinesfalls hätte sich die Kämpferin Alice Schwarzer auf einen ‚unernsten‘ Unterhaltungsabend einlassen dürfen; niemals dürfte Feldbusch zugeben, dass sie dem sexualwissenschaftlichen Diskurs der Schwarzer intellektuell durchaus folgen kann). Eigentlich waren so viele Aktionen und Reaktionen der beiden Frauen bis in den Wimpernschlag absehbar. Aber ein kleiner Spielraum, eine gewisse Unabsehbarkeit bleibt ja dann doch immer“ (S. 75). Darin gründet ganz wesentlich die Faszination solcher Fernsehformate.

Die besondere Originalität der Essays von Klaudia Brunst zeigt sich u. a. im Beitrag über Tiere im Fernsehen, in dem sie sehr anschaulich die Auswirkungen von Fernsehästhetik und -dramaturgie beschreibt. Fernsehschauer erwarten inzwischen von Tieren in freier Wildbahn ein Leben wie im Fernsehen. Doch nicht nur dort, sondern auch in Zoos werden sie enttäuscht, denn „die Tierwelt ist in Wahrheit eben doch oft banal und langweilig, jedenfalls nicht so wild und gefährlich wie im Fernsehen“ (S. 255).

Die Kunst der Kritiken von Klaudia Brunst besteht genau darin, dem Fernsehen viel von seiner Wildheit und Gefährlichkeit zu nehmen, eben zu zeigen, dass es oft banal und langweilig ist. Sie trägt damit zur Entzauberung eines Mediums bei, das von vielen Kritikern eher mythologisiert wird – in positiver wie in negativer Weise. Die amüsante Lektüre bringt so ganz nebenbei Erkenntnisse, die nachwirken.

Lothar Mikos



Klaudia Brunst: *Leben und leben lassen. Die Realität im Unterhaltungsfernsehen. Essays, Analysen und Interviews.* Konstanz 2003: UVK, 24,00 Euro, 271 Seiten m. Abb.



SyBille Gerlach:

Nachdenklichkeit lernen. Philosophische Wurzeln – Entwicklungspsychologische Bedingungen – Pädagogisches Handeln. München 2003: kopaed. 19,80 Euro, 285 Seiten.

Nachdenklichkeit lernen

SyBille Gerlach, geboren 1965, hat gute Voraussetzungen, um über das Thema ihrer Publikation zu schreiben: Sie ist Erziehungswissenschaftlerin, absolvierte eine Ausbildung in Psychodrama mit Kindern und Jugendlichen, arbeitet in der Fort- und Weiterbildung von Lehrern und erzieht zwei Kinder. Das sicher reiche Erfahrungswissen der Autorin fließt allerdings an keiner Stelle in den Text ein. Die nur zählbare Abhandlung richtet sich an einen eher kleinen Kreis von Erziehungswissenschaftlern und Grundschuldidaktikern. Hinter dem vielversprechend klingenden Titel verbirgt sich offenbar eine kaum oder vielleicht auch gar nicht lektorierte Dissertationsschrift. Im Klappentext heißt es, erstmals werde nun ein „interdisziplinärer Theorierahmen für die Erziehung zur Nachdenklichkeit in der Grundschule“ vorgelegt. Entwicklungspsychologisch werde aufgezeigt, dass die Grundschulzeit das optimale Einstiegsalter für die gezielte Förderung persönlicher Reflexionskompetenz sei. Das Buch erschließe zudem mit Hilfe von Kant, Dewey und Lipman die philosophischen Wurzeln der Nachdenklichkeit, mache deutlich, welche Rolle sie in der kindlichen Entwicklung spiele, und stelle dar, worauf es in der didaktischen Praxis ankomme. Die Arbeit ist in drei Hauptteile gegliedert. „Philosophische Fundierung“ hält, was die Überschrift verspricht: Auf rund hundert Seiten wird hier ein Überblick über bildungsphilosophische Entwicklungslinien gegeben und der Begriff der „Nachdenklichkeit“ verankert. Im zweiten Hauptteil: „Die ent-

wicklungspsychologische Bedeutung der ‚Nachdenklichkeit‘“ soll dann aufgezeigt werden, dass die „kindlichen Denkfähigkeiten ein komplexes System ausmachen, welches mit reichhaltigen Wissenssystemen ausgestattet ist und somit den Forderungen des Nachdenklichkeitserwerbs [...] Rechnung tragen kann“ (S. 130). Hier werden interessante Fragen aufgeworfen, beispielsweise, welche neurobiologischen Strukturen die Denk- und Sprachentwicklung in Gang setzen und inwieweit die traditionellen Stufentheorien (Piaget, Kohlberg) den aktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung noch standhalten. Die Antworten sind dann leider wenig aufschlussreich und lassen vor allem die versprochene Interdisziplinarität vermissen. Der dritte Hauptteil: „Pädagogische Konsequenzen für die Grundschuldidaktik“ orientiert sich weniger am konkreten pädagogischen Handeln als an didaktischen Modellen. Es offenbart sich dabei ein nicht mehr ganz zeitgemäßes Bild von der Arbeit in der Grundschule. Auf geschlechtsspezifische Aspekte wird nicht weiter eingegangen, auch die Medien spielen in den Ausführungen keine tragende Rolle. Im Ergebnis wird an viele richtige, altbekannte und allgemein gültige Forderungen angeknüpft: beispielsweise als Basis für konstruktive Lernprozesse die Kinder in ihrer Subjektivität und mit ihren sozialen Hintergründen ernst zu nehmen und anzuerkennen, bevor man sie fordert und durchaus auch herausfordert. Die „pragmatisierte Nachdenklichkeit“ – verrät das Strukturmodell auf S. 253 – funktioniert natürlich nicht ohne Kompetenzen. Sie fußt auf „sprachlicher Kompetenz“,

„Artikulationskompetenz“, „basaler Selbstkompetenz“ und „Dissenskompetenz“. Bei der Übersicht über die Methoden (S. 254) geht es dann weiter mit hermeneutischer Kompetenz, phänomenologischer Kompetenz, dialektischer Kompetenz und philosophisch-analytischer Kompetenz. Aber hier finden sich auch so schöne Empfehlungen wie: „Raum schaffen für freies Denken und Spontaneität“ und: „Raum schaffen für Reflexivität und Kreativität“. Ja, möchte man da spontan und ganz ohne nachzudenken rufen, das wollen wir tun!

Susanne Bergmann

Visuelle Kompetenz

Die Diskussion über Medienkompetenz hat in den vergangenen Jahren neue Früchte getragen. So wird das, was unter Medienkompetenz verstanden wird, immer weiter ausdifferenziert. Zu den verschiedenen Kompetenzen, die dann in den Blick rücken, zählt zweifellos auch die visuelle Kompetenz bzw. Bildkompetenz. Mit Bildern und bildlichen Darstellungen umgehen zu können, ist sicher eine wichtige Fähigkeit, die im Laufe der Sozialisation erlernt werden sollte. Aber leider tragen die Beiträge des vorliegenden Sammelbandes wenig dazu bei, da sie sich oft in Allgemeinplätzen verlieren, gängige Mythen – wie die von der allgegenwärtigen Bilderflut – unkritisch wiederkäuen, sich weniger mit den Bildern selbst als vielmehr mit deren Interpretation beschäftigen und sich schließlich in abstrakten Gedanken verlieren, die dem Gegenstand nicht angemessen sind – ganz abgesehen davon, dass hier lediglich unbewegte Bilder behandelt werden, die Medien Film und Fernsehen außen vor bleiben. Das mag auch daran liegen, dass zwar Interdisziplinarität für die visuelle Kompetenz eingeklagt wird, in dem Buch aber vorwiegend Autoren mit philosophischem oder kunstgeschichtlichem Hintergrund zu Wort kommen.

Das zeigt sich beispielsweise in den Empfehlungen für die Ausbildung visueller Kompetenz, die das Fach Kunst in der Schule in den Mittelpunkt stellen, denn es ist dieses Fach, „das als einziges jene Fähigkeiten ausdrücklich problematisiert, die zu visueller Kompetenz führen“, wie der Kunsthistoriker Kunibert Bering in seinem Beitrag *Bezugsfelder der Vermittlung visueller Kompetenz* formuliert (S. 91). So sieht er Medienkompetenz als Voraussetzung visueller

Kompetenz, die mit der Handhabung technischer Geräte beginne und im „kognitiven Bereich“ auch „Kenntnisse der medialen Inhalte und Programme sowie der Möglichkeiten z. B. der Internetnutzung“ beinhalte (ebd.). Es bleibt ziemlich unklar, was unter visueller Kompetenz zu verstehen ist. Sicher scheint, dass dazu visuelles Wissen gehört, das nach Huber verkörpertes Wissen ist. Die Notwendigkeit einer visuellen Kompetenz ergibt sich daher für die Produktion visueller Medien auch daraus, dass „anhand der irreduziblen Differenz zwischen dem persönlichen Seheindruck und seiner medialen Repräsentation deutlich [wird], dass eine Adäquatheit oder Übereinstimmung von medialer Repräsentation und persönlichem Seheindruck eine Frage der Beherrschung des benutzten Mediums ist, also eine Angelegenheit effektorischer Performativität in einem Medium“ (S. 171). Visuelles Wissen führt dann unweigerlich zu visueller Kompetenz, die als „effiziente Performativität im visuellen Handlungs- oder Verhaltensbereich“ (S. 163) gesehen wird. Die meisten Beiträge des vorliegenden Bandes mögen zwar in einer geisteswissenschaftlichen, philosophischen Diskussion Sinn machen und können sicher auch einige Perspektiven für den Kunstunterricht aufzeigen, doch bleiben sie weit hinter dem aktuellen Diskussionsstand in der Medienpädagogik zurück. Allerdings ist auch dort ein gewisser Konservatismus zu bemerken, indem gerade in der Lehrerfortbildung zu Film und Fernsehen wieder alte Theorien der 60er Jahre aus der Mottenkiste des film- und fernsehwissenschaftlichen Diskurses geholt werden. Für die aktuelle Beschäftigung mit Film, Fernsehen und neuen Medien wie dem Internet tragen nur wenige Aufsätze des vorliegenden Bandes etwas bei.

Sie sind im Abschnitt „Bild und Wissen im Netz“ versammelt. Doch auch hier herrscht theoretische Naivität vor. Die praxisorientierten Aspekte können für den einen oder anderen (Medien-)Pädagogen hilfreich sein. Die aktuelle Diskussion über Medienkompetenz, zu der auch visuelle Kompetenz gehört, bringen die Beiträge in diesem Buch leider nicht weiter.

Lothar Mikos



**Hans Dieter Huber/
Bettina Lockemann/
Michael Scheibel (Hrsg.):**
*Bild – Medien – Wissen.
Visuelle Kompetenz im
Medienzeitalter.* München
2002: kopaed. 24,90 Euro,
367 Seiten m. zahlr. Abb.



Horst Niesyto (Hrsg.): *VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. Grundlagen, Methoden und Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojekts.* München 2003: kopaed. 19,80 Euro, 376 Seiten mit Abb. und Tab. sowie einer CD-ROM mit Videos und Texten.

Video und interkulturelle Kommunikation

Die Entwicklung von Medienkompetenz geschieht nicht nur über die Vermittlung von Wissen, sondern auch über praktische Medienarbeit. Dem liegt die Überlegung zugrunde, dass Kinder und Jugendliche, die selbst mediale Produkte wie Videofilme, Fotoserien, Zeitungen usw. herstellen, viel über die Bedingungen und Strukturen der verschiedenen Medien lernen. Ein Aspekt wird dabei meist übersehen: Die Produkte, die entstehen, sagen etwas über die jugendlichen Produzenten. Videos von Kindern und Jugendlichen können als ein Moment des Selbstaudrucks begriffen werden. Ausgehend von dieser Überlegung hat eine Ludwigsburger Gruppe um Horst Niesyto ein internationales Projekt gestartet. Jugendliche aus Deutschland, Großbritannien, Tschechien, Ungarn und den USA produzierten Videos, die dann von den begleitenden Wissenschaftlern und den Jugendlichen aus den anderen Ländern daraufhin untersucht wurden, was sie über die produzierenden Jugendlichen und ihre Welt aussagen. In dem vorliegenden Buch sind Beiträge von fast allen Beteiligten versammelt (leider ist Ungarn nicht vertreten), die aus verschiedenen Perspektiven über das Projekt berichten und es reflektieren. Streng genommen handelt es sich bei *VideoCulture* nicht um ein medienpädagogisches Projekt, sondern um Jugendforschung mit Hilfe des Mediums Video.

In einem langen einleitenden Beitrag informiert Horst Niesyto über die Ziele, Methoden und die wichtigsten Ergebnisse des Projekts. Die einzelnen Aspekte

werden in den Beiträgen der anderen Teilnehmer vertieft. Grundlegend wird davon ausgegangen, dass audiovisuelle Medien – vor allem selbst produzierte – eine Bedeutung für jugendkulturelle Stil- und Symbolbildung haben. Im Mittelpunkt des internationalen Projekts standen drei Fragestellungen: 1) Besteht die Möglichkeit, länderübergreifend eine gemeinsame audiovisuelle Symbolsprache der Jugendlichen zu erforschen? 2) „Welche Inhalte und Stile der Symbolverarbeitung, der Symboldarstellung und des Symbolverstehens können im gesamten Produktionsprozess, in den entstandenen Filmen und in den Interpretationsangeboten der Jugendlichen analysiert werden“ (S. 26), durch welche Kontexte sind sie beeinflusst? 3) Gibt es medienpädagogische und -ästhetische Konzepte, mit denen interkulturelle Kommunikation mit Hilfe von Videoproduktionen angeregt werden kann? Auf die methodischen Aspekte soll hier nicht weiter eingegangen werden. Wichtig sind vielleicht einige Fakten. Die meisten Jugendlichen, die an dem Projekt mitwirkten, waren zwischen 15 und 17 Jahren alt. Insgesamt entstanden in zwei Projektphasen 18 Videofilme, von denen vier von Mädchen-, sechs von Jungengruppen und acht von gemischten Gruppen hergestellt wurden. Manche der Filme entstanden in der Schule, andere in außerschulischen Kontexten. Mit Ausnahme von Deutschland kamen die Jugendlichen aus Institutionen für mittlere und höhere Bildungsabschlüsse.

In den Videoproduktionen der Jugendlichen zeigen sich internationale Gemeinsamkeiten. Für die Verstehensprozesse

spielen „global dominante Mediensprachen und Genres“ (S. 61) eine wichtige Rolle. Die britischen Wissenschaftler David Buckingham und Issy Harvey unterscheiden drei Formen von jugendlichen Videoproduktionen: 1) Videos, die sich am klassischen Hollywood-Stil orientieren, wie ihn der amerikanische Filmwissenschaftler David Bordwell beschrieben hat (Erzählung einer Geschichte mit einem [unsichtbaren] Schnitt, der die Kontinuität der Erzählung fördert), 2) eine Clipästhetik, die sich am Montagestil von MTV orientiert, und 3) Videos, die sich am Kunstfilm orientieren und als abstrakte, komplexe Erzählungen gesehen werden können. Eine Gemeinsamkeit ist jedoch, dass „stark konventionalisierte Bildsymbole“ verwendet werden und in den Videos mit dem Einsatz von „aktuellen angloamerikanischen Musikstücken“ gearbeitet wird (S. 62f.). Es zeigen sich auch interkulturelle Unterschiede. So produzierten gerade deutsche Jugendliche Videos, die keine eindeutige Aussage haben, sondern ein Spiel der Bedeutungen nahe legen, während z. B. tschechische Jugendliche Filme mit einer eindeutigen Aussage oder Botschaft bevorzugten (S. 237). Für die Interpretation bzw. das Verstehen der Videofilme spielt das Thema interessanterweise nicht die Hauptrolle. Denn hier geht es nicht um ein logisch rationales Erfassen eines Sinns, sondern um „das Fühlen einer ästhetisch-thematischen Harmonie, die sich insbesondere im Stil der Produktion ausdrückt („Symbolfühlen“). Der Stil verweist auf lebensweltliche Kontexte und Formen der Weltwahrnehmung, die als stimmig und authentisch empfunden werden und sich auf eigene

lebensweltliche Erfahrungen beziehen lassen“ (S. 74). Es zeigt sich auch, dass bei den Jugendlichen in allen Ländern Authentizität und Originalität wichtige Themen sind. Allerdings wird bei der authentischen Kommunikation auf die globalen Muster der Medienkommunikation zurückgegriffen. Hier zeigt sich, dass es eine lokale Aneignung globaler Medienprodukte und ihrer Ästhetik gibt.

Insgesamt bietet das Buch eine anregende Lektüre. Leider wird sie durch den manchmal unständlichen Schreibstil etwas getrübt. Die ausführliche Darstellung der Ergebnisse in dem fast 100-seitigen Beitrag von Niesyto nimmt zahlreiche Ergebnisse der folgenden Einzeldarstellungen vorweg, so dass sich verschiedene Wiederholungen ergeben. Das macht die Lektüre insgesamt etwas mühsam. Für den geneigten und interessierten Leser bietet die Publikation jedoch einen einmaligen Service: Auf der CD-ROM sind die Videofilme der Jugendlichen ebenso zu bewundern wie ihre Diskussionen über die Filme der anderen. Daneben enthält die CD noch zahlreiche weitere Materialien. Das Buch und die CD-ROM dokumentieren ein gelungenes medienpädagogisches Projekt, das sich den Schwierigkeiten einer internationalen Kooperation nicht nur gestellt, sondern sie auch auf seine Weise gemeistert hat. Allerdings hätte man sich als Leser und Betrachter eine strukturiertere Darstellung gewünscht.

Lothar Mikos

Fremde im Fernsehen

Obwohl eine wachsende Zahl an Kommunikationstechniken immer mehr Menschen verbindet, führt diese Entwicklung nicht zu einem größeren gegenseitigen Verständnis unter den Kulturen. Die naiv anmutende und doch berechtigte Frage, warum eine Zunahme an Verständigungsmöglichkeiten nicht auch zu einem Rückgang der weltweiten ethnisch motivierten Kriege und Konflikte führt, steht entsprechend auch am Anfang der im Jahre 2002 entstandenen Dissertation von Sonja Kretzschmar. Was hat es also auf sich mit der Fremdheit zwischen den verschiedenen Kulturen, die durch die politische Konfrontation zwischen „Osten“ und „Westen“ lange überdeckt wurde?

„Diese Fremdheit erfordert eine Beschäftigung mit ihr, die tiefer geht als früher, als sich die europäisch-westlich geprägte Welt mit sich selbst über eigene Ideologiekonzepte auseinandersetzt. Nachdem der Ideologiediskurs verstummt ist, stellen wir erstaunt fest, dass es auch andere Akteure und andere Diskurse gibt, die uns fremd sind. Diesen Dialog zu führen, ist eine Voraussetzung dafür, mit der Fremdheit der Kulturen zu leben, ohne dass es zu gewaltsamen Konflikten, zu Kriegen kommt“ (S. 17).

Ziel der Untersuchung ist, den Raum zu explorieren, in dem die Beschäftigung der Kulturen miteinander stattfindet. Im theoretischen Teil ihrer Arbeit definiert Kretzschmar die Koordinaten, in denen sich eine Begegnung mit dem Fremden, den nicht der eigenen Kultur Angehörigen, bewegt. Sie stellt philosophische Konzepte zum Umgang mit dem Fremden in einem histori-

schen Rahmen vor, zeigt die gesellschaftlichen Grenzen ihrer Umsetzung auf und widmet sich politikwissenschaftlichen Problemstellungen. Spannend wird es im zweiten, dem empirischen Teil: Nach einem Überblick über die Fernsehmärkte und einer Analyse der Programmzeitschriften dokumentiert Kretzschmar anhand eines Vergleichs der Strukturen im britischen, französischen und deutschen TV-Programm die jeweiligen Produktionsdogmen. Anhand von Interviews mit Programmverantwortlichen konkretisiert sich Kretzschmars Ausgangsfrage nach der Spiegelung fremder Kulturen im europäischen Fernsehen. Ihre Dokumentation der Produktionshintergründe und Produktionspraxis, der Budgets und der Positionierung TV-Verantwortlicher, Producer und Redakteure ist überaus lesenswert. So besteht ein grundlegender Unterschied zwischen der französischen und der deutschen Umsetzung von Auftragsproduktionen für TV-Sender. Während in Frankreich besonderer Wert darauf gelegt wird, freie Teams mit der Umsetzung von Filmen über fremde Kulturen zu beauftragen, werden diese Filme in Deutschland gern von fest angestellten Redakteuren gemacht, „da es für sie ein willkommener Anlass zum Reisen ist“ (S. 300).

Eine vergleichende Analyse der Programmzeitschriften lässt die Autorin zu dem Fazit gelangen, dass Großbritannien und Frankreich eine weitaus größere Vielfalt an Programmen über und für „Fremde“ bieten: In den Programmen der beiden Nachbarländer wird „eine größere Varianzbreite an Sendeformen genutzt. Auch bei den Programmplatzierungen zeigen sich signifikante Unterschiede“



Sonja Kretzschmar:

Fremde Kulturen im europäischen Fernsehen. Zur Thematik der fremden Kulturen in den Fernsehprogrammen von Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Wiesbaden 2002: VS Verlag für Sozialwissenschaften (ehemals Westdeutscher Verlag). 36,90 Euro, 372 Seiten.

(S. 338). Was die Repräsentanz fremder Kulturen angeht, „kann das deutsche Fernsehen auf internationaler Ebene kaum mithalten“ (S. 339). Der Blick nach Großbritannien und Frankreich, wo die einen mit effizienter Spezialisierung in der Produktion, die anderen immerhin mit experimentellem Nischenfernsehen aufwarten können, lohnt sich, weil er auf Alternativen zum deutschen dualen System verweist, wo allenfalls im öffentlich-rechtlichen Fernsehen noch Rudimente von Vielfalt durchscheinen.

Insgesamt aber, so die Erkenntnis der Untersuchung, verschwindet das „Fremde“ zunehmend von den europäischen Bildschirmen, „die Widerspiegelung einer multikulturellen gesellschaftlichen Realität bleibt auf das britische Fernsehen beschränkt“ (S. 332). Doch auch hier ist eine zunehmende Schematisierung erkennbar: Tendenziell finden Dokumentationen europaweit nur noch unter dem Signet des „Exotischen“ und der damit evozierbaren Realitätsflucht ihren Platz im Fernsehen – oder als Reflexionen gesellschaftlichen und politischen Unrechts. Dieses „Labeling“ und die zunehmende Orientierung an einer Video-clipästhetik sind als Trends nicht aufzuhalten.

Auch in Zukunft wird das Fernsehen, so die Prognose, nicht dazu beitragen, uns das Fremde auch als Teil unseres eigenen Selbst näher zu bringen.

Ulrike Beckmann



Otfried Jarren/Rolf H. Weber/Patrick Donges/Bianka Dörr/Matthias Künzler/Manuel Puppis: *Rundfunkregulierung. Leitbilder, Modelle und Erfahrungen im internationalen Vergleich. Eine sozial- und rechtswissenschaftliche Analyse.* Zürich 2002: Seismo. 39,00 Euro, 409 Seiten.

Rundfunkregulierung

In der entwickelten Mediengesellschaft wird die Frage der Regulierung der Rundfunklandschaft stark diskutiert. Die quantitative und qualitative Ausbreitung der Medien macht Regulierungsbemühungen notwendig. Die öffentliche Kommunikation ist ein wesentliches Element demokratischer Gesellschaften. Daher muss sie einem besonderen Schutz unterliegen. Die Notwendigkeit der Regulierung des Rundfunks basiert auf zwei wesentlichen Annahmen: 1) einer befürchteten Manipulation der Massen durch die Medien und 2) dem Standpunkt, „dass Rundfunk kein privates Wirtschaftsgut, geschweige denn ein Konsumgut sei“ (S. 27), sondern eben ein öffentliches Gut. Gerade in Zeiten der Kommerzialisierung des Rundfunks und seiner Einbindung in globale Strukturen ergeben sich daraus nach Ansicht der Autoren Probleme, die einer Regulierung bedürfen.

Allerdings bewegt man sich dabei zwischen den Polen von Regulierung und Deregulierung sowie von staatlichem Eingriff und weitgehender Selbstregulierung. Dabei werden jedoch zwei Formen der Selbstregulierung unterschieden: „Als reine Selbstregulierung sind jene Formen zu verstehen, in denen private Akteure, wie z. B. Medienunternehmen, bindende Regeln für die gesamte Branche aufstellen und diese auch selbst durchsetzen. [...] Sind mit Selbstregulierung Arrangements gemeint, in denen die Formulierung, Aufstellung und Durchsetzung von Regeln durch einen Akteur oder eine Gruppe von Akteuren für den eigenen Sektor in Zusammenarbeit oder im Auftrag staatlicher Akteure vorgenom-

men wird, sollte der Begriff besser durch *regulierte Selbstregulierung* bzw. *Co-Regulierung* präzisiert werden" (S. 107). Formen der Co-Regulierung, wie sie auch im Bereich des Jugendschutzes mit der Kommission für Jugendmedienschutz und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) existieren, stellen nach Auffassung der Autoren neue Anforderungen an den Staat und an das Recht. Den interessantesten Teil des Buchs stellt der Vergleich der Mediensysteme und der Regulierung in insgesamt elf Staaten dar: sieben europäische (Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien und die Schweiz), zwei nordamerikanische (Kanada und die USA) sowie zwei ozeanische (Australien und Neuseeland). Es würde hier zu weit führen, alle Ergebnisse im Einzelnen vorzustellen. Grundsätzlich zeigt sich jedoch, dass die Art der Regulierung des Rundfunks „in ihren Grundzügen vom grundsätzlichen Staatsverständnis“ in den jeweiligen Ländern abhängt (vgl. S. 212). Rechtliche Aspekte der Regulierung, die vor allem in den Bereichen Lizenzvergabe, Quotenregelungen und Konzentration bedeutsam sind, werden in den Ländern trotz einiger Gemeinsamkeiten sehr unterschiedlich gehandhabt. Es zeigt sich auch, dass Geld als Instrument der Regulierung vor allem in Deutschland in Form der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine große Bedeutung erlangt, die es sonst nur noch in Dänemark, Großbritannien und der Schweiz hat. Prozedurale Formen der Regulierung (durch Beiräte und Kommissionen sowie durch Einbeziehung der Öffentlichkeit) spielen vor allem in den angelsächsischen Ländern eine große

Rolle. Dort sind dann auch die Formen der Selbstregulierung ausgeprägter. In ihrer Empfehlung für die Schweiz, die auch auf Deutschland übertragen werden kann, sprechen sich die Autoren vor allem für diese prozeduralen oder prozessorientierten Formen der Regulierung in Verbindung mit Formen der regulierten Selbstregulierung aus. Das bietet den Vorteil, „dass von Seiten des Rundfunkunternehmens Veränderungen aus der sozialen Umwelt rascher verarbeitet werden können“ (S. 372). In die regulierte Selbstregulierung sollten „zivilgesellschaftliche Akteure“ eingebunden werden, z. B. in Form einer „Stiftung Media Watch“. Zugleich müssten neue Formen der Co-Regulierung eingeführt werden. Das hätte den Vorteil, „den beteiligten Akteuren ein gewisses Maß an Handlungssicherheit und damit an sozialer Stabilität“ zu garantieren „und zugleich Innovationen wie auch Interventionen“ zu ermöglichen, wenn die gesetzten Ziele nicht erreicht werden können (vgl. S. 376). Grundsätzlich sollte die Rundfunkregulierung jedoch dem Gebot der Transparenz folgen. Das Buch bietet einen gelungenen Überblick über die Regulierung des Rundfunks in verschiedenen Ländern. Die Empfehlungen sind diskussionswürdig. Daher ist dem Band eine breite Leserschaft im Fachpublikum zu wünschen.

Lothar Mikos

Die Fernsehproduzenten

Mit einem „unsichtbaren“ Berufszweig beschäftigen sich in diesem Band 17 Beiträge inklusive Vorwort. Es handelt sich dabei um sehr unterschiedliche literarische Formen: Aufsätze, Interviews und Essays, die sich in irgendeiner Form mit der Rolle der Fernsehproduzenten beschäftigen. Selbst formuliertes Ziel der Publikation ist es, ein umfassendes Bild über diesen Berufszweig zu zeichnen (Klappentext). Ausgangslage ist die schwierige ökonomische Situation der meisten TV-Produzenten, ausgelöst durch die Medienkrise sowie durch die Flaute in der Werbewirtschaft. Die Besprechung heterogener Beiträge gestaltet sich immer schwierig. Was wählt man aus, welcher Maßstab gilt, wo setzt man als Rezensentin den Schwerpunkt? Der erste Eindruck beim Lesen ist nicht leicht zu erklären, denn der grundsätzliche Tenor der Aufsätze ist „weinerlich“: Ach, wie ist das Leben schwer als Fernsehproduzent, die Fernsehsender sind unfair und gönnen ihnen den Gewinn nicht (Janke/Elschot, S. 113; Feil, S. 250); die Konkurrenz ist unfair, da Konzerne die Produzenten ihrer Konzernfamilie bevorzugen (Simon/Paul, S. 63); es ist sogar noch unfairer, da viele Konzerne dies leider nicht tun (Sauer, S. 34; Bauer, S. 44); es gibt eine übermächtige Konkurrenz, also zu viele Fernsehproduzenten (Sauer, S. 34); die Fernsehproduzenten werden nicht anerkannt, sie bekommen zu wenig Fernsehpreise und Honorierung, obwohl sie die eigentlich Kreativen sind (Hachmeister/Anschlag, S. 11); sie stehen nicht im Blitzlichtgewitter auf dem roten Teppich, und keiner kennt



**Lutz Hachmeister/
Dieter Anschlag (Hrsg.):**
*Die Fernsehproduzenten:
Rolle und Selbstverständnis.*
Konstanz 2003: UVK.
24,00 Euro, 267 Seiten.

sie (Hachmeister/Anschlag, S. 5; Ziegler, S. 54). Alles in allem entsteht der Eindruck, dass Fernsehproduzent zu sein (es ist wohl ein eher männlicher Beruf, da nur zwei Autorinnen sich zu den 16 männlichen Autoren gesellen) gar keinen Spaß macht und ein furchtbar undankbarer Job ist. Letztlich fragt man sich beim Lesen, warum dann alle dabei bleiben und nicht in eine andere Industrie wechseln. Und ist das Geschäft wirklich so undankbar? In einem der Beiträge wird sogar explizit auf die weinerliche Haltung der Fernsehproduzenten bei der Gründung der Lobbyinstitution „Film 20“ hingewiesen (Henke, S. 134).

Lediglich die Beiträge von Christiane Ruff über ihre eigenen Erfahrungen und Hartmut Keller über amerikanische Writer/Producer geben eine andere Haltung wieder. Hier offenbaren sich Freude am Beruf, Spaß am Machen und am Sammeln von Erfahrungen.

Natürlich lässt sich argumentieren, dass solch ein Buch nicht unbedingt einen positiven Tenor haben muss, wenn es der Branche doch derzeit „so“ schlecht geht. Manche Aufsätze stehen entsprechend auch etwas unter einem anderen Motto. Auch die Krise ist eine Chance, formuliert Bauer (S. 38). Trotzdem bleibt offen, welches Ziel dieses Buch wirklich hat – und vor allem, welche Zielgruppe es ansprechen will.

Einige Beiträge liefern fundiertes Wissen und Analysen, die neue interessante Perspektiven auf die Fernsehproduzentenlandschaft eröffnen. Dazu zählen die Beiträge von Lutz Hachmeister (sein Habilitationsvortrag an der Universität Dortmund), Wolf Bauer, in Teilen die Analysen von Simon/Paul sowie

der zusammenfassende Beitrag von Georg Feil. Hier werden konkrete Analysen durchgeführt und auch Forschungsperspektiven eröffnet.

Außerdem füllen Essays oder Lebensberichte bekannter und wichtiger Produzentinnen und Produzenten den Band, die zum Teil amüsant zu lesen sind (Ruff), aber eher einen exemplarischen Wert haben. Dazu zählen die Beiträge von Sauer, Ziegler, Ruff, Wiebel und Heise. Beispielhaft sind auch die Interviews mit Hans Janke, Reinhold Elschlot, Nico Hoffmann, Alfred Biolek, Reinhard Hauff, Hansjörg Kopp und Georg Feil. Wie so häufig sind die Interviews gut gemeint und gut geführt, jedoch ungeeignet für ein Buch. Sie sind zu wenig strukturiert und pointiert – das Wesentliche geht unter oder könnte viel knapper formuliert sein. Dieses „Plaudern aus dem Nähkästchen“ ist eine Marotte der Film- und Fernsehindustrie. Gerne berichten prominente Filmemacher über ihr Leben und ihre Erfahrungen, was zwar amüsant sein kann, verwertbar jedoch im Sinne eines strukturierten Stoffes ist dies in der Regel nicht. So bleiben auch diese Interviews an der Oberfläche.

Die fehlende Rahmung der Beiträge wird besonders deutlich an dem Text von Rohrbach. Er ist interessant, stringent und konsequent geschrieben, jedoch nicht in einen Kontext eingebunden. Aus dem Rahmen fällt auch das interessante Porträt der beiden Writer/Producer Kelley (*Ally McBeal*) und Bochco (*L. A. Law*). Es fehlt jedoch die Einordnung in die deutsche Perspektive.

Das selbst formulierte Ziel, ein „umfassendes Bild vom Fernsehproduzenten“ (Klappentext) zu zeichnen, konnte – wie auch

der Abschlussbeitrag von Feil aufweist – nicht erreicht werden. Deutlich wird jedoch eine Vielzahl an Forschungslücken, die geschlossen werden sollten. So kann die Lektüre wenigstens zu neuen Forschungsthemen inspirieren. Ansonsten bleibt nur die Erkenntnis, dass man das Wesen des Berufsstandes deutscher Produzenten in einem Satz zusammenfassen kann: „Jamern gehört zum Handwerk.“

Elizabeth Prommer

Entscheidungen

**EuGH, Urteil vom 23.10.2003 –
Rs. C-245/01**

1. Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, fallen unter den Begriff „Fernsehfilm“ in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997.

2. Die Verbindungen, die zwischen Filmen bestehen müssen, damit diese unter die in Artikel 11 Absatz 3 der genannten Richtlinie vorgesehene Ausnahme für Reihen fallen können, müssen sich aus dem Inhalt der betreffenden Filme ergeben, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung von einer Sendung zur anderen oder dem Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen.

Zum Sachverhalt:

Parteien des Ausgangsstreits sind die RTL Television GmbH und die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM), eine öffentlich-rechtliche Einrichtung des Landes Niedersachsen, die als Rechtsnachfolgerin des Niedersächsischen Landesrundfunkausschusses (NLA) dessen Befugnisse zur Kontrolle der privaten Rundfunkveranstalter übernommen hat.

Die 1993 geltende Fassung des RStV sah in § 26 Absatz 3 Satz 2 vor, dass in Sendungen des privaten Rundfunks zwischen zwei Werbeunterbrechungen ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen müsse. Abweichend davon durften gem. Absatz 4 Satz 1 „Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarsendungen, sofern sie länger als 45 Minuten dauern, nur einmal je vollständigem 45-Minuten-Zeitraum unterbrochen werden.“ Eine weitere Unterbrechung war gem. Satz 2

zulässig, wenn diese Sendungen mindestens 20 Minuten länger dauerten als zwei oder mehr 45-Minuten-Zeiträume (vgl. jetzt § 44 Absatz 3 Satz 2, Absatz 4 RStV).

Diese Regelung stimmte weitgehend mit der der EG-Fernsehrichtlinie (89/552/EWG) überein. Nach Artikel 11 Absatz 4 der Richtlinie soll zwischen zwei Werbeunterbrechungen innerhalb einer Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen. Gem. Absatz 3 kann „die Übertragung audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen) [...] für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, sofern ihre programmierte Sendezeit mehr als 45 Minuten beträgt. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.“ Diese Vorschriften der Richtlinie sind sachlich nahezu identisch mit Artikel 14 Absatz 3 und 4 des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen.

Am 7. Oktober 1993 strahlte RTL *Die Rache der Amy Fisher* aus, einen Film von 86 Minuten Länge, und unterbrach diesen viermal durch Werbung. Entsprechend verfuhr sie eine Woche später bei der Ausstrahlung von *Schreie im Wald*, einem Film von 90 Minuten Länge. Diese Filme wurden im Rahmen eines Zyklus *Gefährliche Leidenschaften* gesendet.

Mit Bescheid vom 12. November 1993 stellte der NLA fest, dass RTL durch die Unterbrechung beider Filme mit jeweils vier Werbepausen gegen § 26 Absatz 4 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrags verstoßen habe. Er verbot, diese Filme im Fall einer erneuten Ausstrahlung mit mehr als einer bzw. zwei Werbepausen zu unterbrechen. Mit demselben Bescheid untersagte der NLA RTL, acht weitere Filme und jeden Kinospielefilm oder Fernsehfilm, der im Rahmen der in den Programmübersichten ausgewiesenen Reihen (*Gefährliche Leidenschaften*, *Familienschicksale* und *Der große TV-Roman*) ausgestrahlt werde, häufiger durch Werbung zu unterbrechen, als es § 26 Absatz 4 Satz 1 des Rundfunkstaatsvertrags gestatte.

Zur Begründung seiner Maßnahme führte der NLA aus, dass die fraglichen Sendungen nicht als Teile einer Reihe im Sinne des § 26 Absatz 4 des Rundfunkstaatsvertrags anzusehen seien und daher nicht in zeitlichen Abständen von 20 Minuten durch Werbung unterbrochen werden könnten.

Am 23. November 1993 erhob RTL beim VG Hannover Klage auf Aufhebung des Bescheides des NLA. Zur Begründung führte RTL aus, dass der Bescheid auf einer zu eng gefassten Auslegung des Begriffs „Reihe“ beruhe. Mit Urteil vom 25. September 1997 wies das VG die Klage mit der Begründung ab, die fraglichen Fernsehfilme könnten nicht als Reihen im Sinne des § 26 Absatz 4 RStV qualifiziert werden.

RTL legte beim OVG Niedersachsen Berufung gegen dieses Urteil ein. Zur Begründung führte RTL aus, die vom VG vertretene Auslegung des Begriffs der Reihe sei mit Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 unvereinbar.

Das OVG Niedersachsen wies darauf hin, dass durch § 26 RStV das deutsche Recht an die europäischen Regelungen über Unterbrecherwerbung angepasst werden sollte. Die Bestimmung sei daher nach der Rechtsprechung des EuGH im Lichte des Wortlauts und des Zwecks von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 auszulegen. Die Entscheidung des Ausgangsrechtsstreits hänge folglich von der Definition des Begriffs der Reihen i. S. d. Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie ab. Da sich der EuGH in seiner Rechtsprechung noch nicht zu dieser Vorschrift geäußert hatte, setzte das OVG die Entscheidung aus und legte mit Beschluss vom 15. Juni 2001 dem EuGH die folgenden Fragen zur Vorabentscheidung vor: 1. Bezweckt Artikel 11 Absatz 3 der Fernsehrichtlinie mit der Einschränkung der Werbeunterbrechung den Schutz des künstlerischen Wertes von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen, und zwar unabhängig davon, ob Fernsehfilme von vornherein für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen? 2. – 4. Welche Anforderungen sind an den Begriff der Reihe zu stellen, um von den Werbebeschränkungen für Kinospielefilme

und Fernsehfilme abweichen zu können, und inwieweit sind hierfür thematische und inhaltliche Gemeinsamkeiten der Sendebeiträge erforderlich?

Aus den Gründen:

34. Mit seiner ersten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, in Anbetracht der Zielsetzung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552, die darin besteht, Werbeunterbrechungen zum Schutz des künstlerischen Wertes von Kinospielefilmen und Fernsehfilmen einzuschränken, unter den Begriff „Fernsehfilme“ im Sinne dieser Bestimmung fallen.

Beim Gerichtshof eingereichte Erklärungen

35. RTL macht geltend, dass Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 insbesondere die Integrität und den künstlerischen Wert audiovisueller Werke sowie die redaktionelle Unabhängigkeit schützen solle. Diese Bestimmung bezwecke erst in zweiter Linie den Schutz des Verbrauchers.

36. Der Schutz des künstlerischen Wertes audiovisueller Werke dürfe jedoch nicht auf Filme ausgedehnt werden, die speziell für das Fernsehen produziert worden seien und bereits nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen. Denn eine solche Ausdehnung würde die Grundrechte der Fernsehveranstalter in nicht gerechtfertigter Weise beschränken.

37. Die Freiheit der Fernsehveranstalter zur Konzeption und Ausstrahlung von Fernsehfilmen sei erstens als Bestandteil der Kommunikations- und Rundfunkfreiheit – die u. a. die Fernsehwerbung als eigenständige Kommunikationsform umfasse – als Grundrecht im Rahmen des Gemeinschaftsrechts geschützt.

38. Dieses Grundrecht ergebe sich zunächst aus Artikel 10 Absatz 1 EMRK, der das Recht auf freien Empfang und freie Weitergabe von Informationen oder Ideen als Bestandteil der Meinungsfreiheit vorsehe. Dieses Recht sei auch in Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte verankert.

39. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte zu Artikel 10 Absatz 1 EMRK umfasse dieses Recht auch die Rundfunk-, Fernseh- und Filmfreiheit, differenziere nicht nach dem Inhalt oder der Qualität der verbreiteten Informationen und umfasse auch werbende Aussagen.

40. Schließlich habe der Gerichtshof anerkannt, dass die Erhaltung des Pluralismus in den audiovisuellen Medien in einem Zusammenhang mit der durch Artikel 10 EMRK garantierten Meinungsfreiheit stehe, die zu den von der Gemeinschaftsrechtsordnung geschützten Grundrechten gehöre.

41. Das in der Richtlinie 89/552 verankerte und durch die Dienstleistungsfreiheit nach Artikel 59 EG-Vertrag (nach Änderung jetzt Artikel 49 EG) geschützte Recht zur freien Ausstrahlung und Verbreitung von Fernsehsendungen sei, wie in der achten Begründungserwägung der Richtlinie ausgeführt, auch eine spezifische gemeinschaftsrechtliche Ausprägung eines allgemeineren Prinzips, nämlich der in Artikel 10 Absatz 1 EMRK garantierten Meinungsfreiheit.

42. Die Freiheit des Produzenten, Fernsehsendungen unter Einbeziehung von Werbeunterbrechungen zu gestalten, werde zudem vom Gemeinschaftsgrundrecht der Kunstfreiheit umfasst, das sowohl die Erstellung des Kunstwerks als auch dessen Ausstrahlung und Übertragung schütze.

43. Daraus folgt nach Ansicht von RTL, dass die Werbebeschränkungen, die Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 für die Ausstrahlung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Fernsehfilme vorsehe, sowohl in die Rundfunk- als auch in die Kunstfreiheit eingriffen.

44. Es stelle sich somit die Frage, ob die Einschränkungen dieser beiden Grundrechte durch die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Werberegulungen durch das Gemeinschaftsrecht gerechtfertigt seien.

45. Aus der Rechtsprechung des Gerichtshofes ergebe sich, dass Einschränkungen von Grundrechten gemeinschaftsrechtlich nur gerechtfertigt seien, soweit sie zur Erreichung eines legitimen Zieles geeignet, erforderlich und angemessen seien. Ferner müssten nach der Rechtsprechung Einschränkungen von Grundrechten gesetzlich eindeutig festgelegt werden; andernfalls seien sie eng auszulegen.

46. Diese Grundsätze stünden im Übrigen im Einklang mit der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte insbesondere zu Artikel 10 Absatz 2 EMRK, wonach eine nicht eindeutige Beschränkung eng auszulegen sei.

47. Zur Frage der Rechtfertigung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Beschränkung macht RTL geltend, dass ihr der mit den Werbebeschränkungen bezweckte Schutz der künstlerischen Integrität der Filme als audiovisuelle Werke nicht aufgedrängt werden könne, weil sie selbst als Urheberin der fraglichen Werke, die ja gerade im Hinblick auf Werbeunterbrechungen konzipiert worden seien, deren Schutz nicht verlange. Es handle sich daher nicht um den Schutz der Rechte anderer im Sinne von Artikel 10 Absatz 2 EMRK.

48. Die Reichweite des Werkschutzes durch Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 sei daher bei einer primärrechtskonformen Auslegung in Bezug auf Fernsehfilme so zu verstehen, dass dieser Schutz nur insoweit bezweckt sei, als dies dem Willen der Urheber der Filme und damit der Grundrechtsträger entspreche.

49. RTL stellt abschließend fest, dass der von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 bezweckte Werkschutz nicht greife, wenn die betroffenen, für das Fernsehen produzierten Filme von vornherein unter Einbeziehung von Werbepausen konzipiert worden seien.

50. Die NLM, die Regierung des Vereinigten Königreichs und die Kommission tragen vor, die Regelung, dass Kinospielefilme und Fernsehfilme in Bezug auf Werbeunterbrechungen strengeren Maßstäben unterlägen, sei im letzten Verfahren zur Revision der Richtlinie 89/552 ausdrücklich beibehalten worden, und diese beiden Arten von Filmen seien daher insoweit gleich zu behandeln. Auch der Wortlaut von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 lasse keine andere Auslegung zu.

Antwort des Gerichtshofes

51. Vorab ist darauf hinzuweisen, dass das Kapitel IV der Richtlinie 89/552 Vorschriften über Fernsehwerbung, Sponsoring und Teleshopping enthält. Dazu gehört Artikel 11 der Richtlinie, der die Häufigkeit von Werbeunterbrechungen regelt.

52. Nach Artikel 11 Absatz 1 der Richtlinie 89/552 muss die Fernsehwerbung grundsätzlich zwischen den Sendungen eingefügt werden. Die Werbung kann jedoch auch in die laufenden Sendungen eingefügt werden, sofern bestimmte Grundsätze beachtet werden: Die Werbeunterbrechungen dürfen den Zusammenhang und den Wert der Sendungen nicht beeinträchtigen, sie müssen u. a. die Art und die Länge des Programms berücksichtigen, und sie dürfen nicht gegen die Rechte von Rechtsinhabern verstoßen.

53. Die besonderen Voraussetzungen, unter denen Sendungen durch Werbung unterbrochen werden dürfen, sind in Artikel 11 Absätze 2 bis 5 der Richtlinie 89/552 genannt.

54. Aus Artikel 11 Absatz 4 dieser Richtlinie ergibt sich, dass zwischen zwei aufeinander folgenden Werbeunterbrechungen innerhalb der Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten liegen sollte.

55. Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 sieht einen stärkeren Schutz audiovisueller Werke wie Kinospielefilme und Fernsehfilme vor, nämlich eine einzige Werbeunterbrechung für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten und eine weitere Unterbrechung, wenn die Dauer der Sendung um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45-Minuten-Zeiträume hinausgeht.

56. Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 enthält jedoch eine Ausnahme für Serien, Reihen, leichte Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilme. Solche Sendungen fallen somit unter die Regelung des Artikels 11 Absatz 4 der Richtlinie.

57. RTL macht geltend, dass für das Fernsehen produzierte Filme, die bereits nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsähen, nicht unter den Begriff „Fernsehfilme“ in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 fielen.

58. Dieser Auslegung stehen sowohl der Wortlaut als auch die Entstehungsgeschichte dieser Bestimmung entgegen.

59. Der Wortlaut des Artikels 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 ist eindeutig. Er enthält keinen Anhaltspunkt für eine eigene Kategorie von für das Fernsehen produzierten Filmen, die nicht unter den Begriff „Fernsehfilme“ fallen, weil sie bereits nach ihrer Konzeption Pausen für Werbespots vorsehen.

60. Dies wird auch durch die Entstehungsgeschichte von Artikel 11 Absatz 3 der Richt-

linie 89/552 bestätigt, wie sie u. a. das vorlegende Gericht dargelegt hat. Dem Vorschlag der Kommission zur Änderung dieser Bestimmung, der darauf abzielte, die Fernsehfilme von der in dieser Bestimmung vorgesehenen Regelung auszuklammern, ist der Rat nämlich nicht gefolgt. Dieser Vorschlag war aber gerade damit begründet worden, dass bei solchen Filmen bereits in der Konzeptionsphase natürliche Pausen vorgesehen werden können, in die sich Werbespots einfügen lassen, ohne die Einheit des Werkes zu gefährden.

61. Die von RTL vertretene Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 ist auch nicht im Hinblick auf das Ziel der Richtlinie geboten.

62. Aus der siebenundzwanzigsten Begründungserwägung und aus Artikel 11 Absatz 1 der Richtlinie 89/552 folgt nämlich, dass diese Bestimmung einen ausgewogenen Schutz der finanziellen Interessen der Fernsehveranstalter und der Werbetreibenden einerseits sowie der Interessen der Rechteinhaber, d. h. der Autoren und Urheber, und der Zuschauer als Verbraucher andererseits bezweckt.

63. [...]

64. Doch selbst wenn dieses Ziel, wie RTL vorträgt, für die in Rede stehenden Filme insofern, als es sich auf den Schutz der Interessen der Fernsehveranstalter und derjenigen der Rechteinhaber erstreckt, nicht von Bedeutung sein sollte, da dieser Schutz hier nicht gefordert wird, bleibt im vorliegenden Fall doch ein anderer wesentlicher Aspekt dieser Zielsetzung eindeutig relevant, nämlich der Schutz der Zuschauer als Verbraucher gegen übermäßige Werbung.

65. Die von RTL vertretene Auslegung erkennt diesen gleichwohl wesentlichen Aspekt des von Artikel 11 der Richtlinie 89/552 verfolgten Zieles eines ausgewogenen Schutzes. Dabei kommt, was die weitergehende Schutzregelung des Artikels 11 Absatz 3 angeht, gerade dem Schutz der Zuschauer eine besondere Bedeutung zu.

66. Eine solche Auslegung birgt außerdem die Gefahr, dass der durch diese Bestimmung gewährte stärkere Schutz ausgehöhlt wird, da sie es den Fernsehveranstaltern erlauben würde, diesen Schutz leicht dadurch zu unterlaufen, dass sie nur Filme kaufen oder produzieren, die nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen.

67. Schließlich führt eine Auslegung, nach der die weiter gehende Schutzregelung des Artikels 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 auch auf Fernsehfilme wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden anwendbar ist, nicht zu einem Ergebnis, das mit den Grundrechten nicht vereinbar wäre.

68. Dieser stärkere Schutz kann zwar eine Einschränkung der Meinungsfreiheit darstellen, wie sie in Artikel 10 Absatz 1 EMRK, auf den die achte Begründungserwägung der Richtlinie 89/552 im Übrigen verweist, verankert ist.

69. Diese Einschränkung ist jedoch nach Artikel 10 Absatz 2 EMRK gerechtfertigt.

70. Denn sie verfolgt ein legitimes Ziel, nämlich den Schutz [...] der Rechte anderer im Sinne der genannten Bestimmung, d. h. den Schutz der Zuschauer als Verbraucher sowie deren Interesse, Zugang zu Programmen guter Qualität zu haben. Diese Ziele können Maßnahmen gegen übermäßige Werbung rechtfertigen.

71. Der Gerichtshof hat im Übrigen bereits entschieden, dass der Schutz der Verbraucher gegen ein Übermaß an kommerzieller Werbung und die Erhaltung einer bestimmten Programmqualität im Rahmen der Kulturpolitik Ziele sind, die Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs im Bereich der Fernsehwerbung durch die Mitgliedstaaten rechtfertigen können [...].

72. Zur Verhältnismäßigkeit der fraglichen Einschränkung ist festzustellen, dass diese nicht den Inhalt der Werbebotschaft betrifft, dass sie kein Verbot, sondern lediglich eine Begrenzung der Zahl der Unterbrechungen enthält, die für alle Veranstalter gilt, und dass sie es grundsätzlich den Fernsehveranstaltern überlässt, den Zeitpunkt (vgl. Punkt 249 des Erläuternden Berichts zum Fernsehübereinkommen) und – in den Grenzen des Artikels 18 der Richtlinie 89/552 – die Länge der Werbeunterbrechungen zu bestimmen.

73. Darüber hinaus ergibt sich aus der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte zu Artikel 10 Absatz 2 EMRK, dass die nationalen Behörden bei der Entscheidung über die Frage, ob ein zwingendes gesellschaftliches Bedürfnis besteht, das eine Einschränkung der Meinungsfreiheit rechtfertigen könnte, einen gewissen Ermessensspielraum haben. Nach dieser Recht-

sprechung ist dies gerade in der Wirtschaft und besonders in einem so komplexen und fluktuierenden Bereich wie der Werbung unerlässlich. [...].

74. Nach alledem ist auf die erste Frage zu antworten, dass Filme, die für das Fernsehen produziert worden sind und nach ihrer Konzeption Pausen für die Einfügung von Werbespots vorsehen, unter den Begriff „Fernsehfilme“ in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie fallen. [...]

75. Mit der zweiten, der dritten und der vierten Frage [...] möchte das vorlegende Gericht wissen, welche Verbindung zwischen Filmen bestehen muss, damit sie unter die in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehene Ausnahmeregelung für Reihen fallen können.

Beim Gerichtshof eingereichte Erklärungen

76. RTL führt aus, dass der Begriff der Reihen in erster Linie im Hinblick auf die Gewährleistung der Dienstleistungsfreiheit auszulegen sei.

77. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes bestehe das Hauptziel der Richtlinie 89/552 darin, die Dienstleistungsfreiheit, d. h. die freie Ausstrahlung von Fernsehsendungen, zu gewährleisten.

78. Aus dieser Rechtsprechung ergebe sich, dass Artikel 11 Absatz 3 Satz 1 der Richtlinie 89/552, der eine Beschränkung der freien Ausstrahlung von Fernsehsendungen enthalte, die insofern nicht eindeutig formuliert sei, als nicht klar aus der Richtlinie hervorgehe, unter welchen Voraussetzungen die Ausstrahlung von Fernsehfilmen als Reihe nicht der strengeren Regelung des 45-Minuten-Intervalls unterliege, im Hinblick auf das Richtlinienziel eng auszulegen sei. Der Begriff der Reihen sei daher möglichst weit auszulegen.

79. Zur Auslegung des Wortlauts von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 in seinen verschiedenen Sprachfassungen trägt RTL vor, dass eine Prüfung der Vorschrift in ihren verschiedenen Sprachfassungen ergebe, dass diese nicht eindeutig sei, sondern vielfältige Bedeutungen zulasse.

80. Für den deutschen Begriff „Reihe“ (feuilleton in der französischen Fassung) werde eine solche Vielfalt von Übersetzungen ver-

wendet, dass eine einheitliche und klare Definition ausgeschlossen sei.

81. Bei der Auslegung dieser Vorschrift müssten daher nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes ihr Kontext und das mit der Regelung verfolgte Ziel berücksichtigt werden.

82. Eine systematische Auslegung spreche dafür, dass den Begriffen der Reihen und der Serien, da sie beide nebeneinander genannt würden, eigenständige Bedeutungsgehalte zukämen.

83. Für die Einstufung als Reihe genüge es, dass mehrere Fernsehfilme mit abgeschlossener Handlung regelmäßig zu einer festen Zeit ausgestrahlt würden und aufgrund weiterer formaler und gestalterischer Merkmale und eines gemeinsamen Oberthemas wie etwa der Darstellung unterschiedlichster Konstellationen von Beziehungskrisen miteinander verbunden seien.

84. Was schließlich eine an den Zielen der Richtlinie ausgerichtete Auslegung von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 angehe, so schränke eine zu enge Auslegung des Begriffes der Reihen die Finanzierungsmöglichkeiten ein und konterkarriere damit eines der Ziele der Richtlinie, nämlich die Förderung europäischer audiovisueller Produktionen.

85. Der Begriff der Reihen müsse zweitens im Hinblick auf die Gemeinschaftsgrundrechte der Rundfunk- und der Kunstfreiheit ausgelegt werden.

86. Die Konzeption mehrerer Filme als Reihe, auch aufgrund einer nur lockeren thematischen Verknüpfung, unter Einbeziehung von Werbepausen werde vom gemeinschaftsrechtlichen Schutz dieser Grundfreiheiten erfasst. Eine enge Auslegung des Begriffes der Reihen greife mithin erheblich in diese Rechte ein.

87. Eine solche Auslegung, die zur Anwendung der in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehenen strengen Beschränkungen für Werbeunterbrechungen führe, sei darüber hinaus nicht durch die Verfolgung legitimer Interessen gerechtfertigt.

88. RTL weist die Rechtfertigung mit dem Schutz der Integrität des Werkes in ihren Ausführungen zur ersten Vorlagefrage zurück und begründet dies im Wesentlichen damit, dass es sich im vorliegenden Fall nicht um den Schutz der Rechte anderer auf die Integrität des Werkes handle (vgl. Randnr. 47

des vorliegenden Urteils). RTL trägt ferner vor, dass weder der Schutz der Qualität der Fernsehsendungen noch der Schutz der Verbraucher eine Rechtfertigung darstellen.

89. Im Rahmen der pluralen Rundfunkordnung stelle die Programmqualität als solche kein legitimes Allgemeininteresse dar, das strenge Werbebeschränkungen für Fernsehfilme rechtfertigen könnte, da sich Werbeunterbrechungen als solche nicht auf die Qualität eines Films auswirkten. Außerdem verbiete die Rundfunk- und Pressefreiheit es, den Fernsehveranstaltern ein bestimmtes Programmmodell vorzuschreiben.

90. Darüber hinaus sei eine enge Auslegung des Begriffes der Reihen für einen effektiven Verbraucherschutz weder geeignet noch erforderlich.

91. Die Verbraucher verfügten nämlich über eine große Auswahl an verschiedenen Sendern, die Werbung in unterschiedlichem Umfang anböten. Die Verbraucher, die sich für private Sender entschieden, wüssten, dass bei diesen Sendern die Zahl der Werbeunterbrechungen größer sei als bei anderen Sendern wie den öffentlich-rechtlichen oder den speziellen Kulturkanälen. Diese Wahlfreiheit beinhalte im Übrigen einen Regulierungsmechanismus, da die Einschaltquoten sanken, wenn die Verbraucher der Meinung seien, dass die Sendungen eines privaten Senders zu viel Werbung enthielten. Dies zwingt den Sender dazu, diese Sendungen den Wünschen des Verbrauchers anzupassen.

92. Überdies sei die sich aus einer engen Auslegung des Begriffes der Reihen ergebende Anwendung der strengeren 45-Minuten-Intervall-Regelung im vorliegenden Fall deshalb nicht erforderlich, weil es mildere Mittel zur wirksamen Gewährleistung der Wahlfreiheit der Verbraucher gebe, namentlich eine Aufklärungspflicht, d. h. eine Pflicht zur Angabe der Häufigkeit der Werbeunterbrechungen in den Programmzeitschriften oder zu Beginn der Sendung.

93. RTL stellt insoweit eine Analogie zur Rechtsprechung des Gerichtshofes zum freien Warenverkehr her, der sich entnehmen lasse, dass es zur Gewährleistung der Wahlfreiheit des Verbrauchers in der Regel genüge, ihn über die Erzeugnisse, z. B. über die zu ihrer Herstellung verwendeten Grundstoffe, zu informieren.

94. Die NLM, die Regierung des Vereinigten Königreichs und die Kommission machen geltend, dass eine Definition des Begriffes der Reihen, die auf formale Kriterien abstelle, nicht zulässig sei. Bei einer solchen Definition liefe nämlich der besondere Schutz für Kinospielefilme und Fernsehfilme leer, da eine formale Verknüpfung bei jeder Art von Filmen leicht herzustellen und dieser Schutz so leicht zu umgehen sei.

95. Vielmehr sei eine in Bezug auf Inhalt, Art oder Thematik signifikante Verknüpfung der jeweiligen Sendungen zu verlangen, um sie als Serie oder Reihe einstufen zu können.

96. Die Regierung des Vereinigten Königreichs macht unter Bezugnahme auf die Leitlinien der ITC geltend, dass sich die realsten Verbindungen zwischen den Sendungen daraus ergäben, dass die Erzählung, d. h. die Handlung, von Sendung zu Sendung fortgeführt werde und/oder dass zumindest einige der Personen von Sendung zu Sendung wiederkehrten.

Antwort des Gerichtshofes

97. Zunächst ist festzustellen, dass weder die Richtlinie 89/552 noch die für ihre Auslegung einschlägigen Dokumente, wie die Gesetzesmaterialien oder der Erläuternde Bericht zum Fernsehübereinkommen, Aufschluss über die Kriterien zur Abgrenzung der Begriffe „Fernsehfilme“ und „Reihen“ in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 geben.

98. Auch eine Auslegung, die der gewöhnlichen Bedeutung dieser Begriffe folgt oder sich auf den Vergleich der Sprachfassungen der Richtlinie stützt, ist nicht geeignet, diese Frage eindeutig zu beantworten.

99. Die Bestimmung ist daher anhand von Sinn und Zweck der Regelung auszulegen, zu der sie gehört [...].

100. Wie sich aus Randnummer 62 des vorliegenden Urteils ergibt, bezweckt Artikel 11 der Richtlinie 89/552 einen ausgewogenen Schutz der finanziellen Interessen der Fernsehveranstalter und der Werbetreibenden einerseits sowie der Interessen der Rechteinhaber, d. h. der Autoren und Urheber, und der Zuschauer als Verbraucher andererseits.

101. Bei audiovisuellen Werken wie u. a. Fernsehfilmen sollen die Zuschauer durch Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 stärker gegen übermäßige Werbung geschützt werden.

102. Einem im Wesentlichen an formalen Kriterien orientierten Verständnis des Begriffes „Reihen“, wie es RTL vertritt, kann nicht gefolgt werden, weil dies die Erreichung dieses Zieles beeinträchtigen würde.

103. Ein solches Verständnis würde es nämlich ermöglichen, den verstärkten Schutz zu umgehen und ihn damit illusorisch zu machen. Denn die Fernsehveranstalter könnten leicht einen gemeinsamen formalen Rahmen schaffen, der völlig unterschiedliche Filme etwa aufgrund desselben Sendeplatzes, einer Ausstrahlung unter demselben Titel oder Thema oder einer Moderation vor oder nach den Sendungen miteinander verbinden würde.

104. Verbindungen formaler Art wie die von RTL vorgeschlagenen genügen daher nicht für die Definition des Begriffes „Reihen“ im Sinne von Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552.

105. Der Begriff „Reihen“ erfordert mithin materielle Verbindungen, d. h. Gemeinsamkeiten, die sich auf den Inhalt der betreffenden Filme beziehen.

106. Zur näheren Bestimmung der Merkmale des Begriffes „Reihen“ ist auf die Gründe abzustellen, aus denen die Richtlinie bei Sendungen wie den Reihen einen weniger weitgehenden Schutz der Zuschauer gegen übermäßige Werbung vorsieht.

107. Wie der Generalanwalt [...] ausführte, lässt sich dieser geringere Schutz damit erklären, dass Reihen gerade aufgrund der inhaltlichen Elemente, die die einzelnen Filme, aus denen sie bestehen, verknüpfen, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung oder des Wiederkehrens einer oder mehrerer Personen, von den Fernsehzuschauern geringere Aufmerksamkeit verlangen als Filme.

108. Nach alledem ist auf die zweite [...] Frage zu antworten, dass sich die Verbindungen, die zwischen Filmen bestehen müssen, damit diese unter die in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie 89/552 vorgesehene Ausnahme für Reihen fallen können, aus dem Inhalt der betreffenden Filme ergeben müssen, wie z. B. der Fortentwicklung einer Handlung von einer Sendung zur anderen oder dem Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen.

Anm. d. Red.:

Zum Begriff der Reihe siehe auch OLG Celle, *tv diskurs*, Ausgabe 4 (April 1998), S. 113 m. Anm. Schumann/Ulich sowie VG Schleswig, *tv diskurs*, Ausgabe 5 (Juli 1998), S. 97.

Buchbesprechungen

Die vorliegende, aus einer Freiburger Dissertation hervorgegangene Arbeit widmet sich der Frage, welche Rechtsordnung den Sachverhalt einer grenzüberschreitenden, drahtlosen und direkt empfangbaren Rundfunksendung in urheber- und leistungsschutzrechtlicher Sicht beherrschen soll. Die Problematik wird partiell von der Kabel- und Satellitenrichtlinie (RL 93/83/EWG) erfasst, die in Deutschland mit § 20 a UrhG umgesetzt worden ist. Die Richtlinie erfasst jedoch nicht „außereuropäische“ Satellitensendungen und insbesondere nicht die Frage der Beurteilung innergemeinschaftlicher grenzüberschreitender *terrestrischer* Rundfunksendungen. Den bekannten Anknüpfungstheorien (Schutzland-/Ursprungslandprinzip) lassen sich für die Beurteilung von Verwertungshandlungen kaum unterschiedliche Ausgangspunkte entnehmen. *Neumaier* setzt seinen Ausgangspunkt beim Sachrecht: Die Beurteilung der Kollision von Befugnissen aus subjektiven Urheberrechten sei auf einer ersten Stufe keine kollisionsrechtliche, sondern eine materiell-rechtliche Frage. Wenn nämlich eine Sachnorm dem Territorialitätsgrundsatz folgend schon räumlich-sachrechtlich begrenzt ist, so will die entsprechende Urheberrechtsordnung einen Sachverhalt, der ihr kollisionsrechtlich zugewiesen wird, gar nicht regeln, wenn er außerhalb der räumlichen Grenzen der Sachnorm liegt. Den Ausgangspunkt der Untersuchung bilden daher die innerstaatlichen materiellen Senderechte, die auf der Grundlage der internationalen Konventionen auf ihren Anwendungsraum untersucht werden. Die Arbeit befasst sich in einem ersten Teil schwerpunktmäßig mit dem Senderecht nach Artikel 11bis der Revidierten Berner Übereinkunft (RBÜ). Nach der *Bogsch*-Theorie kommen bei grenzüberschreitenden Sendungen grundsätzlich alle Empfangslandrechte zur Anwendung. Eine eingehende Analyse des Artikel 11bis RBÜ insbesondere unter entstehungsgeschichtlicher Perspektive führt demgegenüber zu dem Ergebnis, dass allein auf den „Ausstrahlungsakt“ abzustellen ist. Die Technik des Satellitenrundfunks hat allerdings eine Verschiebung des wirtschaftlichen Schwerpunkts vom Sendeland in das Empfangsland zur Folge. Gleichwohl bleibt es bei der An-

knüpfung an den Sendestaat. Artikel 11bis Absatz 2 RBÜ verbietet die gezielte Ausstrahlung grenzüberschreitender Sendungen nicht. Allerdings sind die Verbandsstaaten der Berner Union verpflichtet, einer „massiven Aushöhlung“ des Senderechts durch grenzüberschreitende Rundfunksendungen entgegenzuwirken. In welcher Weise sie dieser Verpflichtung nachkommen, bleibt ihnen überlassen. Die Verbandsstaaten müssen jedoch mindestens das Senderecht als Anspruch auf angemessene Vergütung ausgestalten. Soweit das von der RBÜ vorgegebene Schutzniveau unterschritten und zusätzlich die Rechtsposition des Urhebers im Empfangsland „spürbar“ beeinträchtigt wird, sind die Verbandsstaaten dazu verpflichtet, Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Diesem Ergebnis steht Artikel 1 Absatz 2 d der RL 93/83/EWG nicht entgegen, denn die Richtlinie regelt die Frage des Satellitensenderechts nicht abschließend. Massive Urheberrechtsverletzungen durch aus Drittstaaten stammenden Satellitensendungen sind nicht zu tolerieren.

§ 20 UrhG stellt grundsätzlich auf die Ausstrahlung von Funksendungen ab. Bei unspezifischen Überwirkungen ausländischer Sendungen kommt die Vorschrift nicht zur Anwendung. Der Tatbestand des Senderechts ist jedoch auf die Empfangbarkeit der Sendung zu erstrecken, wenn „massiv“ auf die deutsche Urheberrechtssituation eingewirkt wird. Voraussetzung hierfür ist, dass der Veranstalter zumindest potentiell in Wettbewerb mit Rundfunkveranstaltern tritt, die auf der Grundlage deutschen Urheberrechts senden. In diesem Fall ist ein Deliktort auch im deutschen Empfangsland gegeben und damit international-privatrechtlich deutsches Sachrecht einschlägig. Daran anschließend untersucht die Arbeit knapp andere Rechtsordnungen. Sie führt zu dem Ergebnis, dass die untersuchten Rechtsordnungen grundsätzlich am Senderechtsprinzip festhalten, die Anwendung des Empfangslandrechts jedoch nicht ausschließen, freilich auf krasse Missbrauchsfälle beschränken. Diese Regel ist als allseitige Kollisionsnorm zu verstehen.

Die Untersuchung von *Neumaier* zur Frage der international-privatrechtlichen Anknüpfung beim grenzüberschreitenden Rundfunk zeichnet sich durch eine eingehende Analy-

se der konventionsrechtlichen Vorgaben der RBÜ aus. Sie bleibt dabei nicht in starren dogmatischen Prämissen verhaftet, sondern sucht nach einem interessengerechten Ausgleich. Die Kriterien „Spürbarkeit“ bzw. „Erheblichkeit“ beanspruchen hohe Plausibilität. Die vorliegende Schrift leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Bestimmung des anwendbaren Urheberrechts bei grenzüberschreitendem Rundfunk.

Prof. Dr. Christian Berger, Leipzig



Sven-Uwe Neumaier: *Grenzüberschreitender Rundfunk im internationalen Urheberrecht. Unter besonderer Berücksichtigung des Staatsvertragsrechts* (Schriftenreihe des Archivs für Urheber- und Medienrecht, Band 213). Baden-Baden 2003: Nomos Verlagsgesellschaft. 28,00 Euro, 119 Seiten.

Mit dem Urteil vom 26. Juni 2003 hat der BGH zum Urheberrecht der Formate für Fernsehshows Stellung genommen. Diese Frage wird in der Literatur nicht einheitlich beantwortet. Der BGH hatte einen urheberrechtlichen Schutz der Konzeption einer Fernsehshowreihe mit dem Argument verneint, das Urheberrecht schütze nur Werke im Sinne von § 2 UrhG. Er knüpft dabei an den Werkbegriff an. Bei einer vom Inhalt losgelösten bloßen Anleitung zur Formgestaltung gleichartiger Stoffe liegt ein Werk nicht vor. Diese Entscheidung ist ausweislich ihres Leitsatzes („im Allgemeinen nicht urheberrechtlich schutzfähig“) wohl als Grundsatzentscheidung zu verstehen.

Die vorliegende, von *Schricker* betreute Münchner Dissertationsschrift ist bereits vor Publikation des BGH-Urteils zum Formatenschutz erschienen. Sie spricht sich entgegen der Rechtsprechung des BGH dafür aus, Fernsehshowkonzepten den Urheberrechtsschutz nicht grundsätzlich zu versagen. Das Fernsehshowkonzept werde bei einer produzierten Fernsehshow durch die entstandene Bild-/Tonfolge verkörpert (?) und genieße insoweit als „konzeptioneller Bestandteil der fertigen Show“ Schutz (S. 247). Die für den urheberrechtlichen Schutz nach § 2 Absatz 2 UrhG erforderliche Individualität beruhe dabei auf der Gestaltung des Showablaufs, handlungsorientierten Elementen wie Moderation, Spiel, Quizfragen, Showeinlagen usw., in der Anordnung und der Einsetzung „umsetzungsorientierter Elemente“ wie Kamerafahrten, Schnitten, Licht, Ton, Kostüme, Masken usw. Die Arbeit ist zwar als Dissertationsschrift verfasst worden, verfolgt aber ausweislich des Vorwortes zugleich den Anspruch eines „umfassenden Praxishandbuchs für die Fernseh-/und Formatbranche“. Dementsprechend beginnen die rechtlichen Ausführungen erst auf Seite 41. Die Seiten 1 bis 40 führen Entwicklungen in der TV-Branche auf, die als Einleitung zu dem Thema verstanden werden.

Die rechtlichen Ausführungen zum Schutz von Ideen bzw. Spielideen usw. erstrecken den Schutzbereich sehr weit. Ideen bilden nach Auffassung des *Verf.* einen Teil des Werks und sind daher urheberrechtlich geschützt, soweit sie im Schaffungsbereich des § 1 UrhG liegen. *Verf.* folgt damit der Ansicht seines Doktorvaters (*Schricker*, GRUR 1996, 815, 825).

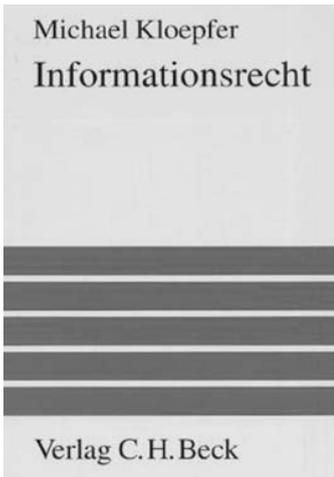
Die Schrift beschränkt sich nicht auf die Darstellung des Schutzes von Fernsehshowkonzepten. Daneben untersucht sie den Schutz der zur Herstellung einer Fernsehshow benutzten Werke (S. 85ff.), den Schutz der Fernsehshow (S. 145ff.) und wendet sich sehr eingehend unter Analyse der bisher vorliegenden Rechtsprechung dem Kernproblem des so genannten Formatschutzes zu (S. 189ff.). Die Arbeit schließt mit einer Untersuchung des Schutzes des Fernsehformats im weiteren Sinne, worunter *Verf.* neben dem eigentlichen Fernsehformat im engeren Sinne das so genannte „Paper Format“ versteht (S. 292). In diesem sehr weit gezogenen Rahmen finden sich durchaus interessante Überlegungen, besonders gut haben mir die Ausführungen zu der Frage gefallen, ob eine Quizfrage in Verbindung mit vier vorgegebenen Antworten Urheberrechtsschutz genießt. Ob dabei freilich allein die „geschickte Zusammenstellung“ der Frage mit vier ebenfalls „geschickt“ aufeinander abgestimmten Antwortmöglichkeiten schon die Lösung bietet, sei an dieser Stelle dahingestellt.

Der Ertrag der Arbeit liegt sicherlich darin, dass die Ausgangsprobleme von Fernsehshowangeboten sehr eingehend dargestellt werden. Schon von der äußeren Ausstattung her ist das Werk nicht als Dissertationsschrift zu erkennen. Vielmehr soll es ausweislich der Begleittexte als „Praxishandbuch“ dienen. Insofern sind die mitgeteilten Einblicke in die Produktion von Fernsehinhalten interessant. Die rechtlichen Ausführungen sind durchweg jedoch zu breit angelegt, sie wiederholen sich teilweise. Das Werk ist nicht mit Randnummern versehen und damit für eine handbuchartige Darstellung weniger brauchbar. Die Verweisungen erfolgen nicht auf konkrete Seitenzahlen, sondern auf Gliederungsebenen, worunter die Benutzbarkeit in der Praxis weiter leiden dürfte.

Prof. Dr. Christian Berger, Leipzig



Marc Heinklein:
Der Schutz der Urheber von Fernsehshows und Fernsehshowformaten.
Baden-Baden 2004:
Nomos Verlagsgesellschaft.
78,00 Euro, 420 Seiten.



Michael Kloepfer
(unter Mitarbeit von
Andreas Neun):
Informationsrecht.
München 2002: Verlag C. H.
Beck. 72,00 Euro, XLVII,
733 Seiten.

In der bekannten grünen Reihe großer Lehrbücher des juristischen Großverlags C. H. Beck erschienen, beansprucht das Werk schon durch diesen Ort die Qualität eines Standardwerks. Der Hauptautor – ein prominenter und viel beschäftigter Ordinarius des öffentlichen Rechts an der Humboldt-Universität zu Berlin, der auch praktisch wirkt – ist dafür bekannt, dass er jedenfalls seine Lehrbücher in großzügiger Kooperation mit Mitarbeitern erstellt, so dass die Nennung der Mitarbeit eines solchen schon auf dem Titelblatt völlig berechtigt erscheint; darüber hinaus wird weitere Zuarbeit im Vorwort in üblicher Weise gewürdigt.¹

Die Hauptabschnitte des Werks sind: Grundlagen und Gegenstand des Informationsrechts, seine europäische und internationale Dimension, das „Informationsverfassungsrecht“², Grundideen und Strukturprinzipien der rechtlichen Informationsordnung, Instrumente des Informationsrechts, das „Informationszivilrecht“ sowie das „Informationsstraf- und Ordnungswidrigkeitenrecht“, das Datenschutzrecht, das Geheimnisschutzrecht, das Informationszugangsrecht, das Telekommunikationsrecht, das Postrecht, das Recht

der elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, das Rundfunk- und schließlich das Presserecht.

Schon diese Übersicht zeigt, dass das voluminöse Werk in eine große Zahl von Unterabschnitten zerfällt; das hat zur Folge, dass im einzelnen Bereich tatsächlich nur eine Übersicht über die Rechtsquellen und den Stand der Entwicklung gegeben werden kann. Diese Struktur führt etwa in durch Rechtsprechung geprägten Abschnitten dazu, dass nur die Rechtsprechung voll belegt und rezipiert wird, um die Rechtsquellen und den Stand der Dinge darzustellen, die Literatur nicht voll und so genannte „Streitstände“ kaum referiert werden können. Auch ergibt sich daraus, dass das Werk den Charakter einer enzyklopädischen Berichterstattung in Kurzbeiträgen erhält. Denn der geringe Raum, der für die einzelne Frage bleibt, erlaubt nur ein aktuelles Übersichtsreferat, nicht eine hintergründige Diskussion oder die Entwicklung rechtsfortbildender Ansätze. Stattdessen wird auf weitere Rechtsprechung und Literatur verwiesen: Verweisungen, die ihrerseits Vollständigkeit nicht beanspruchen können, sich vielmehr auf eine Referenz in repräsentative Standardwerke beschränken müssen. Dies führt dazu, dass das Buch – anders als andere Werke der Beck'schen grünen Reihe, etwa zum Staatshaftungsrecht oder zum Sachenrecht – mit einem unvermeidlichen Aktualitätsverlust durch Zeitablauf seinen Wert nicht aufgrund der dogmatischen Entwicklung der Sachfragen behält. Vielmehr verliert es rasch an Wert, weil sein Referenzrahmen angesichts des raschen Wandels verblasst und es erst wieder an Wert gewinnt, wenn es auf den neuesten Stand gebracht ist. Dies geschieht umso rascher, als wegen der Vielzahl der Sachgebiete die starke Beschränkung dieses Rahmens unvermeidlich wird, anders als etwa bei ähnlich konzipierten Werken, die sich auf ein Sachgebiet beschränken und dann in großen Zeitabständen Neuauflagen erfahren, wie etwa eines der großen Lehrbücher zum Rundfunkrecht bei demselben Verlag.³ Diese Perspektiven verdüstern das Bild der Leistung der Lehrbuchs etwas. Auf der anderen Seite bietet es nämlich einen schnellen Einblick. Auch ist es sehr verständlich geschrieben. Zudem ist es äußerst zugänglich gestaltet, so dass es sich rasch und leicht zu

Rate ziehen lässt. Außerdem besitzt es ein jeweils sehr qualifiziertes Abkürzungs- und Sachverzeichnis, das diese Effekte verstärkt. Wünschenswert wäre noch ein Verzeichnis der zitierten Entscheidungen, was in einer späteren Auflage möglich sein wird. Ebenso lässt sich der Nutzen steigern, wenn es in einer weiteren Auflage den Weg zu einem noch umfangreicheren Handbuch nähme und dadurch bereichsspezifische Vertiefungen möglich würden. Solche Leistungen finden sich jetzt vor allem in dem sozusagen allgemeinen Teil, etwa im Abschnitt über Grundideen und Strukturprinzipien oder den vorausgehenden Abschnitten. In diesem Bereich zeigt sich die konzeptuelle Leistung des Werks, und ein noch nicht kundiger Leser wird gerade hier Gewinn ziehen können, zumal wenn er die allgemeine Debatte in Verwaltungsrecht und -wissenschaft sowie die Grundlinien der Rechtsfortbildung nicht kennen sollte. Zusammenfassend lässt sich sagen: Das Buch gehört in den Handapparat des informations- und medienrechtlich interessierten Rechtsadepten und -kundigen, es kann allerdings einen vertiefenden Blick in die speziellere Literatur nicht ersetzen, was nicht den Autoren, sondern der gewählten Struktur zur Last zu legen ist. Als ein Werk, das den übergreifenden Kommentar oder das spätere Handbuch vorgreiflich ersetzt, wird es seinen Weg machen.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

Fußnoten:

1
Das gilt auch in der jetzigen Auflage für M. Kloepfer u. Th. Brandner, *Umweltrecht*, 2. Aufl. 1998.

2
Damit wird, wie es oft geschieht, zugleich eine Art Subverfassung postuliert, etwa im Sinne von Kultus-, Religions-, Rundfunk-, Wirtschafts- oder Finanzverfassungsrecht – Subverfassungen, die es sämtlich nicht gibt, weil das Grundgesetz nur eine Verfassung zur Darstellung bringt und Verselbständigungen von Teilbereichen regelmäßig die Einheit der Verfassung in Frage stellen, methodisch nicht auszuweisen sind und latent zu fragwürdigen Ergebnissen führen.

3
Vgl. G. Hermann, *Rundfunkrecht*, 1994, das trotz seines Umfangs als Kurzlehrbuch des Beck-Verlags erschien und vor einer Neuauflage steht.

Nach einer Begrüßung durch *Manfred Rehlinger*, der die Reihe herausgibt, in der der Band erschienen ist, sowie nach einer „kleinen“ von *Reinhold Kreile* und einer „großen Laudatio“ von *Helmut Thoma* folgen fachlich zumindest ebenso gewichtige Beiträge von medienrechtlicher Prominenz: zunächst *Peter Lerche* zu verfassungsrechtlichen Perspektiven im Zeitalter medienrechtlicher Konvergenz, dann *Ernst-Joachim Mestmäcker* zur Medienkonzentration im Internet, darauf *Herbert Bethge* zum Medienverwaltungsrecht als konkretisiertem Richterverfassungsrecht und anschließend *Reinhard Hartstein* zu Anfang, Entwicklung und Wirkung der Kabelpilotprojekte für das Entstehen des privaten Rundfunks. Es folgen sodann *Rupert Stettner* zu Artikel 111 a BV – Chance oder Fluch?, *Dieter Dörr* zum Zulassungsregime im Hörfunk: Spannungsverhältnis zwischen europarechtlicher Niederlassungsfreiheit und nationaler Pluralismussicherung, ferner *Johannes Kreile* zu dirigistischer Programmquote oder Programmförderung im Spannungsverhältnis von EU-Fernsehrichtlinie und Rundfunkstaatsvertrag und endlich *Roland Bornemann* zu Entscheidungen zwischen Gremien und Gerichten sowie *Dagmar Güttler* mit einem Diskussionsbericht, der noch um ein Autorenverzeichnis ergänzt abschließt. Die Beiträge spiegeln die Qualität und die Provenienz ihrer Autoren. Sie gehen auf spezifische Anliegen des Jubilars besonders ein, ebenso wie der *Genius Loci* Bayerns seine erhellenden Lichter in manche Schatten wirft. *Lerche* entwickelt in gewohnter Brillanz seine Gedanken, die zugleich Tiefe und Hintergründigkeit nicht missen lassen. *Mestmäcker* dringt in ein aktuelles Problem ein, das schwerlich lösbar scheint. *Bethge* liefert einen Aufriss, der zugleich Auftakt ist für die beiden Beiträge von *Hartstein* und *Stettner*, die an Lokalkolorit in noch höherem Maße gewinnen, während *Dörr* und *Kreile* dann in europäischen primär- und sekundärrechtlich geprägten Fluren pflügen, allerdings durchaus rückgekoppelt an die nahe liegenden spezifischen „Einsatzfelder“, nämlich die Film- und Fernsehbranche am Standort Bayern, auf denen der Jubilar nicht nur kraft seiner Stellung als Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien tätig ist, während *Bornemann* sozusagen aus bayerischen Rechtshändeln Blüten pflückt.

Die Diskussion erfolgte, wie der Bericht zeigt, in Abschnitten, wie es sich aus der Aufteilung des Tages in vier Teile von selbst ergab. Dabei waren auch thematisch noch gewisse Modifikationen möglich, wie die Thematik des zweiten Referenten zeigt, die zunächst noch etwas allgemeiner gehalten war und sich an das Referat von *Lerche* anlehnte, indem sie, wie der Diskussionsbericht mitteilt, von „wirtschaftlichen Perspektiven im Zeitalter der Konvergenz der Medien“ handelte. In der Diskussion verengte sich der Gegenstand dann ersichtlich auf die Frage, ob – ökonomisch betrachtet – ein Internetfernsehen überhaupt schon wirklich möglich ist. Auch ohne die Präsenz des öffentlich-rechtlichen Parts zeigt das Rollenspiel der Vorträge durch die hohe Qualität schon der ersten Beiträge das Spektrum, das man in den Blick nehmen muss, wenn man den Gegenständen gerecht werden will. Dabei wird allerdings die Entstehung des Internets etwas zu sehr auf private Kommunikation rückabgebildet, weil es ja zugleich auch einen sicherheitspolitischen Hintergrund besitzt, der es allerdings der privaten Kommunikation möglich machte, das durch ihn eröffnete Feld zu besetzen und zu nutzen. Das zeigt der Beitrag *Mestmäcker*s unter Nachweis der amerikanischen Literatur und Judikatur, während *Lerche* eingehend die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts einbezieht, ebenso wie *Dörr* diejenige des Gerichtshofes der Europäischen Gemeinschaften und *Bethge* sowie – mit Nachweisen – *Bornemann*, *Stettner*, aber auch *Hartstein* und *Kreile* manchmal insbesondere die der Fachgerichtsbarkeiten.

Insgesamt also eine Festschrift *en miniature*, die ihren praktischen Bezug wie ihren akademischen Reiz hat; auch wenn man sie eher wird aufstöbern müssen, so lohnt das dann doch, insbesondere, sofern man bereit oder daran interessiert ist, sich solche Spiegelungen der Medienpolitik, die nicht immer aus erster Hand zu haben sind, zu Gemüte zu führen und zugleich und darüber hinaus zu dem eingangs angesprochenen tieferen Verständnis der Dinge zu gelangen.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig



Jürgen Becker/Martin Gebrade (Hrsg.):

Der Rundfunkstaatsvertrag als föderales Instrument der Regulierung und Gestaltung des Rundfunks. Symposium für Wolf-Dieter Ring zum 60. Geburtstag (Schriftenreihe des Archivs für Urheber- und Medienrecht, Band 215). Baden-Baden 2004: Nomos Verlagsgesellschaft. 34,00 Euro, 123 Seiten.



I n s N e t z g e g a n g e n :

www.mediacul



Auch wenn es auf den ersten Blick so aussieht: Hier wird nicht die Homepage des Bundespräsidialamts besprochen. Diesen staatsmännischen Anblick bietet aus gegebenem Anlass im Juni 2004 vielmehr die Startseite des Portals *mediaculture-online* – „Das Portal für Medienpädagogik und Medienkultur“.

Der sehr seriöse Eyecatcher innerhalb des optisch gediegenen Portals vermag allerdings Aufmerksamkeit zu erregen und spielerisch Neugierde zu wecken – vielleicht nicht unbedingt bei den jüngeren Internetsurfern, aber diese sind auch nur ein Teil der angestrebten Zielgruppe. Der andere Teil sind etwa Pädagogen, Eltern und Studierende, die Informationen suchen und wohl gegen eine Portion Infotainment nichts einzuwenden haben.

Aufbau und Gliederung von *mediaculture-online* sind erfrischend unkompliziert, die sich unter den Menüpunkten verbergenden Inhalte sehr reichhaltig.

Man darf sich also nicht abschrecken lassen, wenn man bei den einzelnen Bereichen in die Tiefe geht und mit einer Fülle von Unterrubriken konfrontiert wird. Im Gegen-

teil: Unter „Know-how“, „Specials“ oder „Medienprojekte“ bietet sich die Chance, themenorientiert zu recherchieren und sich zu ganz unterschiedlichen Schwerpunkten wie „Filmkanon“, „Politik im Internet“, „Text/Zeitung/Literatur“ oder Medien – z. B. Film/Video, Fernsehen, Foto, Radio/Musik, Printmedien, Computer/Internet – Informationen und Anregungen einzuholen: Kein Medium wird ausgelassen, jedes entsprechend theoretisch und praxisgerecht aufbereitet.

Die Redaktion sorgt für eine gezielte Auswahl der Inhalte. Wenn auch nicht alle Beiträge Perlen der jeweiligen Diskussion sind, so wird doch in der Regel durch die Vielzahl der Texte und Links dafür gesorgt, dass man sich kompetent informiert fühlt. Sehr schön deutlich wird dies etwa, wenn man sich unter dem Bereich „Specials“ mit dem Thema „Filmkanon“ befasst. Zur Frage über Sinn und Unsinn eines solchen Kanons wird man nicht mit weiteren Expertenmeinungen gelangweilt, sondern kann über einen Link die Diskussionsforen der Bundeszentrale für politische Bildung zu dieser Thematik besuchen. Zurück auf

der Seite von *mediaculture-online* kann man sich in Informationen über jeden einzelnen Film vertiefen. Am rechten Rand werden der Zugriff auf weiterführende Literatur zum Thema Film und vorgefertigte Handouts im pdf-Format zur Filmanalyse angeboten. Da man nach Möglichkeit sogar einen Hinweis auf Ausleihmöglichkeiten für den Einsatz der Filme etwa in der Schule oder in einer Arbeitsgruppe bekommt, steht der praktischen Auseinandersetzung mit den Filmen nichts mehr im Wege. Wer die Stichwort- oder Autorenrecherche bevorzugt bzw. gezielt nach einem Text sucht, kann dies in jenem Bereich tun, der vielleicht als das Herzstück von *mediaculture-online* zu bezeichnen ist und ein wenig an die vom Netz gegangene Internetseite *Kreidestriche* erinnert: die „Bibliothek“. Sie wird permanent erweitert und stellt schon jetzt ca. 400 Texte im pdf-, rtf- und html-Format bereit. Systematische Nachforschung oder Stöbern im Autorenpool – selbst wer eigentlich nichts Bestimmtes sucht, wird etwas finden. Natürlich kann nicht jedes Spezialgebiet bis in die Tiefe abgedeckt werden. So mag es

ture-online.de/

nicht verwundern, dass es in der „Bibliothek“ zwar eine große Rubrik „Gewalt“, aber nur eine kleine, unter „Medienethik“ versteckte Unterrubrik „Jugendschutz“ gibt, in der zudem noch einiger Nachholbedarf an der Bezugnahme zu aktuellen Entwicklungen zu erkennen ist. Aber wie schon erwähnt: Die Bibliothek wird permanent erweitert, und zudem ist es wahrscheinlich, dass in Zukunft bei speziellen Themen mehr Links zu anderen Onlineangeboten im Internet gesetzt werden, also z. B. bei Jugendschutz bzw. Jugendmedienschutz zur Literaturdatenbank der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) www.fsf.de. Zu erwähnen ist noch der Bereich „Aktuell“. Er liefert (tages)aktuelle Meldungen aus dem allgemeinen Medienkontext und ist, um einen schnellen Zugriff zu Neuigkeiten für den User zu garantieren, als Menü auf jeder einzelnen Seite des Portals präsent. Über die strukturelle Einordnung von *mediaculture-online* erfährt man etwas, wenn man auf der Startseite dem Link zur „Medienoffensive Schule II“ folgt. Diese Medienoffensive ist eine Initiative des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport

Baden-Württemberg. Unter seiner Obhut wurde das umfassende, in drei Bereiche unterteilte Projekt *Medi@Culture* gestartet, das sich der Medienbildung und -erziehung von Kindern und Jugendlichen verschrieben hat: „Aus Medienerfahrungen soll sich Medienkompetenz entwickeln. Mediennutzung soll die Entwicklung der Persönlichkeit unterstützen, statt sie zu behindern“.

Neben dem Bereich *Medi@Culture-Praxis*, der „die bewusste, kritisch-reflexive Mediennutzung durch das kreative Gestalten eigener Medienproduktionen im schulischen und außerschulischen Bereich“ unterstützt, und *Medi@Culture-Netzwerk*, das „schulische und außerschulische Aktivitäten“ verknüpft, ist *Medi@Culture-Online* das Internetportal, das die Ergebnisse aller Bereiche in einer „Informations-, Interaktions- und Arbeitsplattform zu medienkulturellen und medienpädagogischen Themen“ zusammenführt. Dies bedeutet u. a., dass *mediaculture-online* direkt gespeist wird von Projekten aus der *Medi@Culture-Praxis* und damit nicht in Gefahr gerät, weltfremde Theorien anzuhäufen.

Interessant ist auch die Angliederung an das internationale, von der Europäischen Kommission geförderte Projekt „European Medi@Culture-online“ (EM@C-online, www.european-mediaculture.de), womit der Tatsache der real existierenden, länderübergreifenden Vernetzung auch strukturell in der Medienkompetenzvermittlung Rechnung getragen wird. Damit wird deutlich, dass es sich bei *mediaculture-online* nicht um ein weiteres, für sich allein stehendes und in der Vielzahl der Angebote um Aufmerksamkeit kämpfendes Portal handelt, dessen Beiträge dazu verurteilt sind, mehr

oder weniger unbeachtet im Internet vor sich hin zu dümpeln. Vielmehr wird hier mit dem Netzwerkgedanken eine möglichst optimale Verbreitung des versammelten Wissens gerade auch durch die Verknüpfung von Medientheorie und -praxis angestrebt. Um dies fortzuführen, müssten für das Portal, das schon jetzt mehr als 25.000 User pro Monat vorweisen kann, die Fördermittel über das Jahr 2005 hinaus weiter fließen. Die Zukunft aber ist ungewiss. Projektleiter Dr. Christian Hörburger wünscht sich in einem Telefongespräch zwar, dass *mediaculture-online* „als ein nachhaltiges Projekt weitergeführt werden kann, was nicht zuletzt eine bildungspolitische Entscheidung wäre“.

Ob jedoch das Engagement der Redaktion mit einer festen Verankerung der benötigten finanziellen Mittel im Haushalt etwa des Kultusministeriums oder des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg belohnt wird oder ob es mit dem Auslaufen der Projektunterstützung – trotz aller Sonntagsreden zur vermeintlichen Förderung von Medienpädagogik – zu einer beträchtlichen Ressourcenverschwendung kommt, bleibt abzuwarten.

Dr. Olaf Selg

» Kein Mülleimer GESCHMACK

**Zehn Jahre FSF:
Glückwünsche und Kritik zum Jubiläum**

Ein Tagungsbericht

„Entrüstungsexperten“: Das kann man, wenn man sich angesprochen fühlt, durchaus als Beleidigung empfinden. „Alarmisten“: noch so ein Unwort, jedenfalls aus Sicht derer, die es ja eigentlich gut meinen. Solchermaßen abqualifiziert, wird sich mancher hüten, sich noch einmal zu Wort zu melden. Bloß Wolf-Dieter Ring ficht das nicht weiter an. Es zeigt schon eine gewisse Größe, dass die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) den Präsidenten der Münchner Landeszentrale für neue Medien

(BLM) als Gastredner zum Geburtstagsfest am 25. Mai 2004 eingeladen hatte; wohl wissend, dass Ring auch in der Höhle des Löwen seiner Linie treu bleiben würde. Ring erfüllte diese Erwartungen – und entsprechend war die Reaktion, jedenfalls unter den Jugendschützern; aber wohl auch nur bei solchen, die Ring vorher noch nicht erlebt hatten. Dank seiner lauten Stimme und seines energischen Auftretens klingen bei ihm selbst Glückwünsche noch markig und einschüchternd; mancher meinte her-



f ü r SFragen «

nach, derlei gehöre sich nicht an einem Tag, an dem gefeiert werden sollte.

Als Dritter auf der Liste hatte Ring den Vorteil, seinen Vorrednern (FSF-Geschäftsführer Joachim von Gottberg und VPRT-Präsident Jürgen Doetz) nachkarten zu können, ohne mit öffentlichen Retourkutschen rechnen zu müssen. Immerhin, Grundsätzliches war auch dabei: Nur weil die Gefahren für Kinder und Jugendliche im Internet ungleich größer seien, solle keiner glauben, nun könne man das Fernsehen – nach wie vor Leitmedium – vernachlässigen. Interessanterweise ist auch Ring, von Gegnern in der konservativen Ecke platziert, der Meinung, Jugendschutz dürfe nicht „von subjektiven Urteilen und reinen Geschmacksfragen geleitet werden“.

Klar: Der Vorsitzende der Kommission für Jugendmedienschutz weiß (vermutlich aus leidvoller Erfahrung), wie gern sich Populisten den Jugendschutz für eigene Interessen zunutze machen. Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung (und Präsident des Deutschen Kinderhilfswerks) ergänzte später, im Namen des Jugendschutzes würden manchmal „Schimären aufgebaut, die mit der Wirklichkeit nichts zu tun hätten“. Der Jugendschutz laufe Gefahr, sich lächerlich zu machen, wenn er sich von solchen Medien vor einen vermeintlich moralischen Karren spannen lasse, „die zwei Seiten weiter oder zwei Stunden später Sex verkaufen“.

Deshalb ging es zu Beginn der Tagung, mit der die FSF ihr zehnjähriges Jubiläum feierte (Thema: „Was nutzt die Wissenschaft dem Jugendschutz?“) auch des Öfteren um Formate wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* oder *Fear Factor* (beide RTL). Bei



Joachim von Gottberg.



Jürgen Doetz.



Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring.

letzterem wurden den Teilnehmern in einer Folge Schafsaugen kredenzt (und nicht etwa Kuhaugen, wie Doetz meinte, aber der wird seine Zeit auch nicht mit derlei Trivialem verschwenden). Nun ist die Mehrheit der professionellen TV-Beobachter durchaus der Meinung, selbst ein nur halbwegs stabiles Abendland sei in der Lage, zwei oder drei Formate dieser Art pro Jahr zu verkraften, ohne gleich aller Errungenschaften der Zivilisation verlustig zu gehen (gemessen an der Realität etwa im Irak nicht nur wegen Abu Ghraib ohnehin eine absurde Vorstellung). Trotzdem gab es in den zurückliegenden Monaten mancherlei Rumoren rund um das Genre. Die FSF, hieß es immer wieder (natürlich nicht zuletzt aus den Reihen der Landesmedienanstalten; alte Feindschaft rostet nicht), komme ihrem Auftrag nicht nach: Die Folgen gerade von *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* hätten vor der Ausstrahlung begutachtet werden müssen. Nun sei genau dies nicht möglich gewesen, rechtfertigen sich die FSF wie auch RTL: wegen des Live-Charakters der Sendungen. Das ist natürlich nur die halbe Wahrheit – Teile der Ausgaben waren aufgezeichnet. Trotzdem liegt in solchen Formaten eine große Herausforderung für die FSF: Sie soll, so jedenfalls die Forderung von Ring, in Zukunft auch Konzepte prüfen und vor allem auf neue Programmformen schneller reagieren als in der Vergangenheit. Das wird sicher nicht leicht, wenn man weiß, dass sich seit der offiziellen Anerkennung der Einrichtung durch die KJM im August 2003 der Prüfaufwand verdreifacht hat und die FSF bereits mit den klassischen Formaten gut ausgelastet ist.

Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! ist zudem womöglich nur ein Vorbote für zukünftige Aufgaben, zumal die Kritik an dem Format keineswegs bloß den Mutproben, sondern vor allem den entwürdigenden Kommentaren des Moderations-Duos Sonja Zietlow und Dirk Bach galt. Selbst darüber aber war das Format nicht zu packen, jedenfalls nicht für Jugendschützer. Ein später im Rahmen der Tagung vorgeführtes Beispiel zeigte das ganze juristische Dilemma, in dem man als Prüfer der FSF steckt. Da eine Geschmackszensur nicht stattfindet, wie auch Andrea Urban, Leiterin der Landesstelle Jugendschutz und Vorsitzende des Kuratoriums der FSF, noch einmal betonte (nur weil eine Sendung von Eltern als Zumutung empfunden werde, müsse sie Kinder nicht automatisch beeinträchtigen), bleibt bloß eine Hoffnung: dass man Formate dieser Art über die Menschenwürde packen kann. Die nämlich ist laut Grundgesetz unantastbar. Aber ist sie veräußerlich?

Einzig diskutierter Ausschnitt aus Sendungen, mit denen sich die FSF-Gutachter im Laufe der Jahre auseinander setzen mussten, war eine Passage aus der MTV-Reihe *Scare Tactics*. In dem Format werden nichts ahnende Jugendliche mit Situationen konfrontiert, die sie zu Tode erschrecken. In dem kurzen Beitrag sollte eine junge Frau einen Mann, offenbar Varieté-Künstler, scheinbar mit Schwertern durchbohren. Schon beim ersten Stich stöhnt er auf und bricht zusammen, Blut quillt aus der Wunde. Die „Täterin“ ist selbstredend entsetzt, doch die vermeintlich letzten Worte des Sterbenden sorgen für Erleichterung: „Du bist bei *Scare Tactics*.“

Die FSF-Prüfer gaben diesen Beitrag zur Ausstrahlung frei, allerdings erst nach 22.00 Uhr; und das, obwohl der Film wohl ein Verstoß gegen die Menschenwürde sei, wie Medienrechtler Dieter Dörr (Universität Mainz) anmerkte. Die FSF-Prüfer sahen das differenzierter, auch wenn sie einige Folgen dieser Sendung tatsächlich als Verstoß gegen die Menschenwürde eingeordnet und nicht für die Ausstrahlung zugelassen haben. Es komme, so Claudia Mikat, hauptamtliche Prüferin bei der FSF, auch darauf an, wie lang und wie schwerwiegend der Schock sei, der den unfreiwilligen Teilnehmern zugemutet werde.



Andrea Urban.

Von links nach rechts:
Prof. Dr. Wolfgang Michaelis,
Christiane von Wahlert
und Wolfgang Hahn-Cremer.



Prof. Dr. Dieter Dörr und Claudia Mikat.



Kommt aber ein Verstoß gegen die Menschenwürde in Betracht, hätte die FSF das Stück verbieten müssen: Man kann ebenso wenig „ein bisschen“ gegen die Menschenwürde verstoßen, wie Frauen „ein bisschen“ schwanger werden können; entweder ganz oder gar nicht.

Ein Jurist aus dem Publikum klärte auf: Die Teilnehmerin habe offenbar ihre Einwilligung zur Ausstrahlung gegeben, habe also solchermaßen quasi ihre Persönlichkeitsrechte und damit auch das Recht auf Menschenwürde abgetreten; genauso wie die Teilnehmer von *Big Brother* und des Dschungelcamps. Da könne man dann juristisch nichts mehr machen, musste Dörr einräumen: Das Recht auf Menschenwürde enthalte ja auch das Selbstbestimmungsrecht.

Und das ist nur ein Dilemma für Jugendschützer. Andrea Urban beschrieb ein weiteres: Ein erigierter Penis im richtigen Kontext könne Kunst sein, ein schlaffer Penis im falschen Pornographie: „Wie soll man das einem Laien vermitteln?“

Wohl wahr. Dieser Zustand „zwischen den Stühlen“ – hier der Freiheits-, da der Schutzgedanke – gilt für die gesamte Einrichtung: Aus Sicht der schon erwähnten Entrüstungsexperten ist die FSF viel zu liberal; die Sender hingegen halten sie zumindest manchmal für strenger als die Landesmedienanstalten (immerhin 40 % der eingereichten Anträge wurden in den letzten zehn Jahren abgelehnt). Umso größer ist die Versuchung für die KJM, wie vormalig die Landesmedienanstalten ins andere Extrem zu verfallen; vor allem, wenn eine angeblich öffentliche Meinung sie noch dazu drängt. Jugendschutz, keine Frage, ist auch ein Politikum. Eine Mahnung wie jene von Doetz, die KJM dürfe sich von der Politik nicht „als Mülleimer für Geschmacksfragen“ missbrauchen lassen, kommt nicht von ungefähr.

Selbst bei der BLM aber war man überrascht über einen unsachlichen (und selbst in der Sache z. T. fehlerhaften) „Focus“-Text, der pünktlich zum Jubiläum mutwillig einen ganz alten Keil ausgrub, um ihn erneut zwischen FSF und KJM zu treiben. Dabei betonen beide, Ring wie von Gottberg (laut „Focus“ angeblich „Intimfeinde“), wie gut die Kooperation sei, selbst wenn es nach



wie vor die eine oder andere Meinungsverschiedenheit gebe. Auch Wolf-Dieter Ring applaudierte höflich, als sich Jürgen Doetz bei von Gottberg mit den Worten bedankte, er habe „Großes geleistet und viel erreicht“. Selbst Ring ist längst, obgleich anfangs skeptisch, ein Fan der „regulierten Selbstregulierung“. Das ist zwar kein schönes Wortgebilde – zumindest darin sind sich alle einig –, doch die Reform hat sich bewährt: Die Sender haben jetzt, wie sie selbst immer wieder betonen, „Planungssicherheit“, weil die Entscheidungen der FSF verbindlich sind; die KJM, in der die Landesmedienanstalten nur die Hälfte der zwölf Mitglieder stellen (vier weitere sind Vertreter der Obersten Landesjugendbehörden, zwei sind vom Bund entsandt), greift erst dann ein, wenn die FSF-Prüfer offensichtliche Fehler gemacht haben. Trotzdem steht der „Focus“-Vorwurf („Stoßdämpfer“) nach wie vor im Raum; FSF-Geschäftsführer von Gottberg, heißt es da, halte den Privatsendern seit zehn Jahren „den Rücken frei“ und habe sich in seiner „Feigenblatt-Funktion gut eingerichtet“. Die FSF also bloß Erfüllungsgehilfe?

Die Institution als solche muss mit diesem Verdacht leben; gegenüber den unabhängigen Prüfern, mit den Privatsendern in keiner Weise verbandelt, ist er jedoch schlicht ungerecht.

Aber sie sind eben auch alles andere als „Entrüstungsexperten“ – und das genügt manchem bereits; als gäbe es nicht schon genug Dilemmata. Ein weiteres: Jugendmedienschutz hat gerade in Gestalt der Selbstkontrolle das Ziel, eines Tages nicht mehr nötig zu sein, sich also irgendwann selbst abzuschaffen; eine Perspektive, für die man schon ziemlich idealistisch sein muss. Kein Wunder, dass Glaubwürdigkeit in diesem Zusammenhang ein kostbares Gut ist. Gutachten wie jenes von Heribert Schumann, auf das Ring immer wieder gern zurückgreift, werden da zum bösen Bumerang, weil die Gleichung allzu verführerisch ist: Wenn ein Sender mit Filmen pornographischen Inhalts seine Attraktivität erhöhen kann und die FSF ein Gutachten promoviert, das Pornographie für nicht jugendgefährdend hält, hat die FSF zwangsläufig ein Glaubwürdigkeitsproblem; schließlich ist die unkontrollierte Verbrei-

tung von Pornographie laut Strafrecht verboten. Rings Reaktion: „Solchen Positionen überhaupt Raum zu gewähren, halte ich für unverantwortlich.“

Aber was ist denn überhaupt Pornographie? Alte Regeln helfen, siehe Urban, nicht mehr weiter. Gleiches gilt für Gewaltdarstellungen. Eigentlich müsste es, meinte von Gottberg, verschiedene Formen von Freigaben geben: weil Jungen beispielsweise ungleich gefährdeter seien als Mädchen. In der Praxis ist das natürlich nicht realisierbar: Ein Film wäre dann für Jungen ab 16 und für Mädchen schon ab 12 Jahren freigegeben. Jugendschutz ist also eine Frage von Wertabschätzung: Ein Großteil der 12- bis 15-Jährigen könnte sich die Filme mit Freigaben ab 16 Jahren unbeschadet anschauen, doch die Maßnahmen orientieren sich an der Risikogruppe der sogenannten gefährdungsgeneigten Jugendlichen. Das sind solche, die in ihrem Umfeld gelernt haben, Gewalt sei ein probates Mittel, um Ziele zu erreichen; die sollen mit gewalthaltigen Filmen nicht auch noch in dieser Haltung bestätigt werden. Auch hier aber gebe es keine Monokau-

salität, stellte Medienwissenschaftler Jo Groebel, Präsident des Europäischen Medieninstituts Düsseldorf/Paris, fest; wie es ohnehin äußerst schwierig, wenn nicht gar unmöglich sei, die Ursachen von vermeintlichen Wirkungen zweifelsfrei auszumachen. An Schulen z. B. habe die Gewalt in den letzten Jahren zwar deutlich zugenommen, aber das Schulsystem sei auch ein gänzlich anderes als vor fünfzig Jahren. Eine Form von dargestellter Gewalt lehnte Groebel jedoch klar ab: wenn Gewaltausübung belohnt oder nicht begründet wird. Ansonsten aber machte er deutlich: „Die Mediengewalt gibt es nicht“. So weit wie Dieter Lenzen, Präsident der Freien Universität Berlin, der gleich von Wirkungslosigkeit sprach, wollte Groebel dann doch nicht gehen, wenn er auch amüsiert ein weiteres Dilemma beschrieb: Da Jugendschützer einer eigentlich doch recht konservativen Tätigkeit nachgingen, gäben sie sich aus Imagegründen gern progressiv – wohl auch, um sich von den „Entrüstungsexperten“ abzusetzen. Lenzen hatte diesen Terminus geprägt: Die bürgerliche Gesellschaft brauche nun einmal Täter und Opfer sowie die Kausalitätsgewissheit, dass sich bestimmte Ereignisse verhindern ließen, wenn man bestimmte Ursachen ausschalte; und das, obwohl jeder wisse, dass Ereignisse grundsätzlich einer „nonlinearen Dynamik“ folgten, während sich jede Kausalität stets linear vollziehe.

Lenzen erhielt viel Applaus, aber auch heftigen Widerspruch, der in dem Vorwurf gipfelte, einige seiner Positionen seien „anti-aufklärerisch“. Eine Replik ging der metaphorischen Frage nach, ob man den Tropfen, der ein Fass zum Überlaufen bringe, so ohne weiteres aus der Kausalitätskette nehmen könne.

Dennoch gab es Konsens in der Position, die „Entgrausamlichung“ (Lenzen) von Film, Fernsehen und Computerspielen – in der Praxis ohnehin nicht konsequent umzusetzen – dürfe nicht der einzige Weg für den Jugendschutz sein. Doch er ist Prüferalltag, selbst wenn er den Grundsatz, Film sei Kunst, zwangsläufig mit Füßen tritt. So hat RTL z. B. jüngst die Vorlage des Actionfilms *Lara Croft – Tomb Raider* mit der Aufforderung verbunden, kritische Szenen gewissermaßen so lange zu beschneiden, bis sie

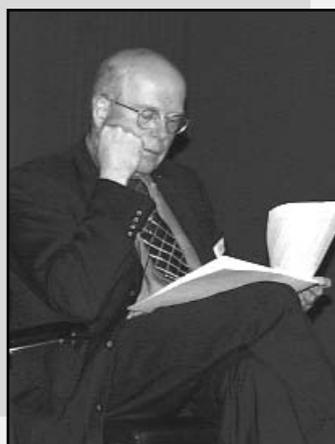


Prof. Dr. Jo Groebel.

Thomas Krüger.



Prof. Dr. Dieter Lenzen.



auch für die Zeit vor 20.00 Uhr sendefähig seien. Es gibt durchaus FSF-Prüfer, die in solcherlei Beschneidungen nicht den eigentlichen Sinn ihrer Arbeit sehen. Vorsorge wäre ihnen ohnehin sympathischer. Mehrere Redner wünschten sich als Mittel zur Prophylaxe eine andere Ästhetik. Man müsse, meinte Lenzen, „das Erhabene, das Sublime zur Darstellung bringen“, damit es nachhaltige Spuren hinterlasse. Christiane von Wahlert, Geschäftsführerin der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (die wiederum Rechtsträgerin der Freiwilligen Selbstkontrolle für Kinofilme ist), forderte eine „Trias“ aus Ordnungspolitik, Medienkompetenz („Media Literacy“) und Qualitätssicherung der Produktionen. Es sei „geradezu sträflich“, wie die audiovisuellen Medien bei der Ausbildung von Erzieherinnen und Lehrpersonal missachtet würden. Wenn das Angebot im Fernsehen schließlich anspruchsvoll genug sei, könne sich die Ordnungspolitik irgendwann zurückziehen. Der beste Jugendschutz ist also in der Tat jener, der sich am Ende selbst überflüssig macht. Lenzen wünschte sich eine Gesellschaft, die so gefestigt ist, dass die Menschen Formate wie *Scare Tactics* oder *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* gar nicht sehen wollen. Ein frommer Wunsch! Die Realität wird noch auf Jahre hinaus eine andere sein, wie auch Lenzen befürchtet: „Die Industrie erzeugt immer neue Herausforderungen, weil wir immer neue Grenzerlebnisse brauchen“. Trotzdem benötigt die Gesellschaft, wie Krüger feststellte, eine neue Debatte über Kindheit und Jugend: weil das Werteraster „perforiert“ sei. Das passt zu von Gottbergs These, der Ring so heftig widerspricht. Im Zusammenhang mit dem MTV-Format *Scare Tactics* hatte der FSF-Geschäftsführer erstmals die Theorie vertreten, solche Sendungen seien für den Wertediskurs von großem Nutzen: weil die Gesellschaft durch die Tabubrüche des Fernsehens gezwungen werde, „darüber nachzudenken, was gut und was schlecht, was richtig und was falsch ist“. Ring hält diese Theorie gerade wegen der von ihr vermuteten Wertelosigkeit der Gesellschaft für „grundfalsch“, schließlich gebe es „eine Verfassungsordnung in Deutschland, die Werte wie Menschenwürde und Jugendschutz vorgibt“.

Krüger aber argumentierte aus Sicht der Betroffenen. Das Alter für Strafmündigkeit solle gesenkt werden, ebenso die Wahlmündigkeit, Kinder besäßen eigene Scheckkarten und dürften jetzt auch schon mit 17 Auto fahren, müssten sich aber andererseits den Jugendschutz gefallen lassen: „Wie soll das zusammengehen?“ Und dürfe der Staat überhaupt in das elterliche Privileg der Erziehung eingreifen? Tatsächlich gibt es Reglementierungen der hiesigen Art beispielsweise in spanischen Kinos überhaupt nicht. Dort haben die Altersfreigaben nur empfehlenden Charakter; in Begleitung ihrer Eltern dürfen Kinder in jeden Film. Die Menschenwürde, provozierte Krüger, gelte auch für Kinder, zumal man sich über die tatsächlichen Wirkungen des Medienkonsums doch ohnehin nicht im Klaren sei. Krüger war es auch, der von den „Alarmisten“ und ihrem Einfluss sprach und in dem Zusammenhang den Generationenkonflikt ins Spiel brachte. Klar: Jugendschützer sind zwangsläufig deutlich älter als ihre Schutzbefohlenen und sehen viele Dinge anders – manchmal mit breiterem Horizont, oft aber

auch in Verkennung der Wirklichkeit (weil Jugendliche Filme nicht selten ganz anders interpretieren). Krüger räumte zwar ein, Restriktionen seien unverzichtbar, doch er machte kein Hehl daraus, dass er präventiven Jugendmedienschutz für ungleich sinnvoller halte, weil Verbote nicht mehr ausreichen. Die Länder aber strichen die Etats von Landesbildstellen sowie Landesmedienzentralen und setzten lieber auf Lehrerfortbildung (vor allem im Hinblick auf Computer und Internet); dabei gebe es in der Pädagogenausbildung nach wie vor keinen verpflichtenden Leistungsnachweis für Medienpädagogik. Kulturwissenschaftler Thomas Macho (Humboldt-Universität Berlin) rückte die Maßstäbe am Ende wieder etwas gerade, indem er an die Grausamkeiten erinnerte, die die Zivilisation ihren Kindern in der Vergangenheit angetan habe; und wie glücklich wir uns doch heute schätzen könnten, wenn sich der Jugendschutz darauf beschränke, sich mit medialer Gewalt zu befassen.

Tilmann P. Gangloff



Prof. Dr. Thomas Macho.



DER NACHKRIEGSFILM **IRGENDWO IN EUROPA** UND EIN FILMKANON FÜR KINDER

Eine Diskussion auf dem Kinderfilmfest München 2004

Beim diesjährigen Filmfest in München wartete die Kinderfilmsektion mit einer ganz besonderen Wiederentdeckung auf. Gezeigt wurde mit *Irgendwo in Europa* von Géza Radványi aus dem Jahre 1947 der erste ungarische Nachkriegsfilm. Eine Gruppe elternloser und hungriger Kinder zieht im Osten des Kontinents durch die vom Krieg zerstörte Landschaft. Ohne Orientierung und jeglicher Illusionen über menschliche Werte beraubt, suchen sie in teilweise brutaler Form, lediglich das unmittelbare Überleben zu sichern. Als die „Bande“ in einer alten Burgruine so etwas wie ein Nest findet, stößt sie dort auf den Komponisten Peter Simon, der sich ebenfalls dorthin zurückgezogen hat. Nach anfänglichem Misstrauen wird der Mann für die Kinder in ganz subtiler Weise zu einer Leitfigur, die ihnen die Tür zu einem neuerlichen menschenwürdigen Leben öffnet. Vor Beginn der Münchner Vorstellung erzählte die in Deutschland lebende Tochter des 1986 verstorbenen Regisseurs einige Episoden aus der Frühgeschichte des Films. Sie hob u. a. hervor, wie beeindruckt der amerikanische Präsident Truman von der Arbeit ihres Vaters gewesen sei, und sie wünschte sich, dass auch Präsident Bush jun. den Film sähe. Aus diesem Wunsch spricht der Glaube an die ursprüngliche Kraft und gleichzeitig an eine aktuelle Wirkung dieses filmgeschichtlichen Dokuments, dem sich nach der Vorstellung junge wie ältere Zuschauer unbedingt anschließen konnten. Der vor fast 60 Jahren im Stile des Neorealismus gedrehte Film besitzt eine äußerst gegenwärtige Ausstrahlung, die zu einem zeitbezogenen Nachdenken über unsere unmittelbaren Lebensfragen führt.

Diese Entdeckung war in München allein deshalb besonders interessant, weil in einem Begleitseminar zum Kinderfilmfest auf verschiedenen Ebenen über die Problematik eines Filmkanons nachgedacht wurde. Bekanntermaßen hatte die Bundeszentrale für politische Bildung Vorschläge für einen Kanon mit 35 beispielgebenden Filmen unterbreitet, die im Rahmen der schulischen Ausbildung eine Rolle spielen sollten, um die Fähigkeiten der Heranwachsenden beim Umgang mit dem bewegten Bild als „Leitmedium des 20. Jahrhunderts“ zu erhöhen. Nach Veröffentlichung des entsprechenden Katalogs ergab sich aber bald die berechtigte Frage nach für Kinder und jüngere Jugendliche ausdrücklich geeignet erscheinenden Angeboten. Hier wurden Defizite festgestellt. Auf Initiative der „Kinder- und Jugendfilmkorrespondenz“ (KJK) machten 25 Kinderfilmexperten ergänzende Vorschläge, die inzwischen auch mehrfach publiziert wurden. Aus 95 eingereichten Titeln wurde schließlich auf der Grundlage von Mehrfachnennungen eine Favoritenliste von 14 Filmen zusammengestellt. Was aber ist mit den anderen 81 Filmen? Waren das nur subjektive Vorlieben der Fachleute, oder waren das nicht auch Filme, die sich vielleicht in unterschiedlichen Rezeptionszusammenhängen bewährt hatten? Gibt es überhaupt objektive Kriterien, die die Kanonisierung bestimmter Titel rechtfertigen könnten? Was bedeutet es in der Endkonsequenz, wenn der wunderbare Film *Ronja Räubertochter* von Tage Danielsson (Schweden/Norwegen 1984) die Kinderfilmfavoritenliste anführt, die ergreifende *Vogelscheuche* von Rolan Bykow (UdSSR 1983) den Sprung auf die Hitliste aber nicht geschafft hat?

Das Gespräch beim Münchner Filmfest machte schnell deutlich, dass mit der Kanondiskussion eine sehr wichtige Frage angestoßen wurde und eine anregende öffentliche Debatte in Gang kam. Es erscheint interessant, gerade auf dem Gebiet der Bildmedien so etwas wie einen verbindlichen Maßstab zu schaffen: ein Musterkatalog als Kompass, der Orientierung und Halt bietet. Gleichzeitig muss aber deutlich werden, dass es sich jeweils nur um Modelle handeln kann, durch die die Fähigkeiten zum eigenständigen Suchen entwickelt werden können. Es sollte immer darum gehen, dass nicht das Medium der Ausgangspunkt der Auseinandersetzung ist, sondern der handelnde Zuschauer. Daher erscheint gerade bei der Filmerziehung der beste Weg jener zu sein, der über das emotionale Erleben führt. Erst wenn auf sinnlichem Wege ein Zugang gefunden wurde, kann eine kognitive Verarbeitung einsetzen. In diesem Umstand liegt die eigentliche Problematik einer kanonfixierten Medienarbeit. Alle noch so gut gemeinten Angebote können zwar den gewünschten Effekt erzielen, sie müssen es aber nicht. Filme werden immer mit Blick auf die eigene Umwelt interpretiert. Wenn hier keine Brücke entsteht, wird eine nachhaltige Wirkung ausbleiben. Die Diskussion um einen Film (ob nun in einem organisierten Rahmen oder individuell) ermöglicht es dem jungen Zuschauer, ganz subjektive Fragestellungen – vermittelt über das Kunstwerk – in neue Zusammenhänge zu stellen und daraus für sich einen Lebensgewinn zu ziehen. Dabei geht es jeweils um die Auseinandersetzung mit filmisch verdichteten Realitätsmodellen. Den größten Gewinn erzielt dabei jener, der sich



Das Dschungelbuch, Emil und die Detektive, Der Zauberer von Oz, Wo ist das Haus meines Freundes.

Filmkanon für Kinder

Die Redaktion der KJK hatte 19 Kinderfilmexperten gebeten, jeweils zehn Filmtitel zu nennen, die speziell die Interessen und Bedürfnisse der Altersstufe 6–12 berücksichtigen. Genannt wurden 95 Filme, aus denen die folgende „Hitliste“ auf der Grundlage von Mehrfachnennungen entstand. Diese Zahl ist hinter dem Filmtitel angegeben.

Ronja Räubertochter (14), Regie: Tage Danielsson, Schweden/Norwegen 1984

Emil und die Detektive (13), Regie: Gerhard Lamprecht, Deutschland 1931

Das Dschungelbuch (8), Regie: Wolfgang Reithermann, USA 1967

Die Abenteuer des Prinzen Achmed (7), Regie: Lotte Reiniger, Deutschland 1924–1926

Drei Haselnüsse für Aschenbrödel (7), Regie: Vaclav Vorlicek, CSSR/DDR 1973

Kirikou und die Zauberin (7), Regie: Michel Ocelot, Frankreich/Belgien 1998

Der Zauberer von Oz (7), Regie: Victor Fleming, USA 1939

Auf Wiedersehen Kinder (6), Regie: Louis Malle, Frankreich/BRD 1987

E. T. – Der Außerirdische (5), Regie: Steven Spielberg, USA 1982

The Kid (5), Regie: Charlie Chaplin, USA 1921

Die Geschichte vom kleinen Muck (4), Regie: Wolfgang Staudte, DDR 1953

Die Brücke (3), Regie: Bernhard Wicki, BRD 1959

Flussfahrt mit Huhn (3), Regie: Arend Agthe, BRD 1983

Schindlers Liste (3), Regie: Steven Spielberg, USA 1993

Wo ist das Haus meines Freundes (3), Regie: Abbas Kiarostami, Iran 1988

nicht zuerst bei der Frage aufhält, was ein Film erzählt hat, sondern wie er das tat. Es sind die Bilder, die Symbole und Zeichen, die eine Brücke zum Erfahrungsschatz der Zuschauer bauen. Diese werden aufgenommen und mit Blick auf das eigene Dasein interpretiert. Die in einer komplexen Medienwelt aufgewachsenen Kinder und Jugendlichen besitzen gemeinhin ein erstaunliches Vermögen, Bildsignale aufzunehmen, zu verstehen und intuitiv zu interpretieren.

Film besitzt eine eigenständige Sprache, aber er ist auch in soziologischen wie psychologischen Dimensionen von außerordentlicher Bedeutung, wie der französische Filmtheoretiker Jean Mitry an zentraler Stelle hervorhebt.

Im Wissen um eine solche Konstruiertheit von Filmen kommt es bei entsprechender Auswahl darauf an, dass man zuerst an die Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen anknüpft. Wenn das Beachtung findet, entsteht auch ein Bezug zu modernen pädagogischen Entwicklungen, die sich weniger an der Beseitigung von Defiziten durch Instruktion orientieren als vielmehr an der Entwicklung von Navigationsfähigkeiten, wie es etwa Franz Josef Röhl u. a. auf der GMK-Jahrestagung im November 2003 immer wieder betont.

Irgendwo in Europa von Géza Radványi hat auf die genannte Problematik sehr schön aufmerksam gemacht. Wer wäre schon spontan auf die Idee gekommen, diesen Film in einen Kanon aufzunehmen? Doch er hat mit seiner Problematik ein außergewöhnliches

Potential, aktuelle Befindlichkeiten anzusprechen und so Aufmerksamkeit zu erregen. Ein zweiter wunderschöner Effekt bei diesem Film ist der Umstand, dass als Koautor kein Geringerer zeichnet als Béla Balazs. Wann gibt es sonst die Gelegenheit, einen profilierten Filmtheoretiker nicht auf der Grundlage seiner Schriften, sondern anhand eines Filmkunstwerks kennen zu lernen?

Abschließend war man sich beim Seminar des Münchner Kinderfilmfestes einig, dass ein Filmkanon für Kinder und Jugendliche dann Sinn macht, wenn er aus Leuchttürmen und Bojen zur Orientierung besteht, zwischen denen jeder auf der Grundlage seiner individuellen Kompetenzen das Navigieren üben und dabei eigene Ziele ansteuern kann. Auf keinen Fall darf er aber geschlossen sein, er müsste fortlaufend an der Realität überprüft und entsprechend fortgeschrieben werden. Wenn der Eindruck eines „Filmlehrplans“ entstünde, wäre dies dem Anliegen nicht angemessen.

Es braucht in diesem Zusammenhang eine große Vielfalt an Möglichkeiten, Materialien und an Diskussionsangeboten. Letztendlich bedarf es aber auch einer ausreichenden materiellen Basis, die von der Produktion über den Verleih und unterschiedlichste medienpädagogische Initiativen eine nachhaltige Auseinandersetzung mit dem Medium Film möglich macht.

Klaus-Dieter Felsmann



Irgendwo in Europa.

Jugendmedienstudie „JIM 2003“

Ob Fernsehen, Handy, Computer oder Internet: Nun liegen die aktuellen Daten zum Umgang der 12- bis 19-Jährigen mit Medien in Deutschland vor.

Infos und Bestellung unter:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
Geschäftsstelle: c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Thomas Rathgeb
Rotebühlstraße 121
70178 Stuttgart
Telefon 07 11 / 66 99 131
Telefax 07 11 / 66 99 111

CD-ROM Medienpädagogik 2003

Für die vorliegende Version 2003 wurde die Text- und Materialsammlung nicht nur fortgeschrieben und aktualisiert, sondern auch nach Inhalts- und Benutzeraspekten neu strukturiert und aufbereitet. Die CD-ROM *Medienpädagogik* enthält u. a. Texte und medienpädagogische Projekte, neue Recherche- und Datenbankprogramme sowie eine Demoversion der Lernsoftware „Medienbildung“.

Infos und Bestellung unter:

Bundeszentrale für politische Bildung
Referat für Medienpädagogik und Neue Medien
Berliner Freiheit 20
53111 Bonn
Best.-Nr. 5577 CD-ROM *Medienpädagogik*

Tagung „Kinder und Internet“

Am 25. August 2004 veranstaltet die Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen in Hildesheim eine Tagung zum Thema „Kinder und Internet“. Die Veranstaltung, die sich an pädagogische Fachkräfte richtet, möchte über die gesetzlichen Grundlagen des Jugendschutzes informieren, die Gefahren des Internets für Kinder benennen sowie exemplarisch Filterschutzsysteme vorstellen. Darüber hinaus werden empfehlenswerte Internetseiten und Portale für Kinder präsentiert und deren Einsatzmöglichkeiten für die pädagogische Arbeit thematisiert.

Infos und Anmeldung unter:

Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen
Leisewitzstraße 26
30175 Hannover
Telefon 05 11 / 85 87 88
Telefax 05 11 / 2 83 49 54

Tagung „Umgang von Jungen und Mädchen mit Medien“

Jungen lieben Seifenopern und Mädchen Ballerspiele – oder umgekehrt? Ein Schwerpunkt der Veranstaltung, die am 26. Oktober 2004 in München stattfindet, beschäftigt sich mit der Bedeutung der Geschlechtszugehörigkeit in der medienpädagogischen Arbeit. Darüber hinaus werden Beispiele praktischer Medienarbeit mit Jungen bzw. Mädchen vorgestellt. Die Tagung wird im Rahmen von Inter@ktiv vom Medienzentrum München des JFF in Zusammenarbeit mit dem Stadtjugendamt München und dem Kreisjugendring München-Stadt veranstaltet.

Anmeldung und Infos unter:

Medienzentrum München (MZM) des JFF
Rupprechtstraße 29
80636 München
Telefon 0 89 / 68 98 90
E-Mail jff@jff.de

Wettbewerb „Dieter Baacke Preis für medienpädagogische Projekte“

Mit dem Dieter Baacke Preis werden in diesem Jahr im Rahmen des Projekts „Mediageneration – kompetent in die Medienzukunft“ zum vierten Mal bundesweit beispielhafte Projekte prämiert, die im Umfeld der Bildungs-, Sozial- und Kulturarbeit mit Kindern, Jugendlichen oder Familien entstanden sind. Im Zentrum steht dabei nicht nur das fertige Produkt, sondern auch der medienpädagogische Prozess. Ausgezeichnet werden innovative, originelle, mutige oder weitreichende Projekte, die Beiträge zur Förderung einer pädagogisch orientierten Medienkompetenz leisten. Einsendeschluss für eine Bewerbung ist der 31. August 2004. Die Preisverleihung erfolgt mit einem Festakt im Rahmen des Forums Kommunikationskultur der GMK (19. bis 21. November 2004).

Anmeldung und Infos unter:

GMK-Geschäftsstelle
Körnerstraße 3
33602 Bielefeld
Telefon 05 21 / 6 77 88
Telefax 05 21 / 6 77 27
E-Mail gmk@medienpaed.de

Neue Medien in der Schule

„EduTrain 2004 – Kongress und Fachmesse für neue Lernkonzepte in Schule, Berufs- und Erwachsenenbildung“ präsentiert sich vom 10. bis 11. November 2004 mit bewährtem Konzept im Kongresszentrum Karlsruhe. Neben den pädagogischen Foren, die sich traditionell mit dem Einsatz neuer Medien in der Schule beschäftigen und sich an Lehrer und Erzieher wenden, werden drei parallele Fachkongresse, die ein bundesweites Zielpublikum ansprechen, angeboten.

Anmeldung unter:

Christine Albrecht (Kongress)
Telefon 0 37 20 / 21 41 / 21 37
Telefax 07 21 / 37 20 21 49
E-Mail info@edutrain-karlsruhe.de

Die Zukunft in einer Box

Die Jugendinitiative für Toleranz und Verantwortung *Step 21* hat neue Unterrichtsmaterialien für Schule und Jugendarbeit zum Thema „Zukunft und Identität Jugendlicher“ fertig gestellt. Vielseitige und jugendgerechte Musik- und Comicsoftware auf mehreren CD-ROMs, eine Audio-CD sowie Filme und Soaps auf DVD geben zudem anschauliche Materialien pädagogisch aufbereitet an die Hand. Für die *Step 21*-Box ist eine Schutzgebühr in Höhe von 87,00 Euro zu entrichten.

Infos und Bestellung unter:

STEP 21, Jugend fordert! GmbH
Stubbenhuk 3
20459 Hamburg
E-Mail team@step21.de



Filmkompetenz

Der Bundesverband Jugend und Film e. V. veranstaltet am 18. September 2004 für Lehrer und Fachkräfte der Jugendarbeit ein Seminar zur Einführung in die kulturelle Kinder- und Jugendfilmarbeit. Ziele kultureller Filmarbeit und die Möglichkeiten, diese zu verwirklichen, sind Schwerpunkte der Veranstaltung in Rostock.

Infos und Anmeldung unter:

Lichtspieltheater Wundervoll
Astrid Freese
Stephanstraße 7
18055 Rostock
Telefon 03 81 / 4 90 38 59
Telefax 03 81 / 4 90 38 59
E-Mail mail@liwu.de
www.liwu.de

Privatsache Erziehung?

In der Politik, den Medien und den Alltagsdiskussionen wurde infolge von Erfurt und Pisa häufig vom „Versagen in der Erziehung“ gesprochen. Die Aktion Jugendschutz versuchte dagegen mit ihrer Jahrestagung 2003 eine „Kultur der Anerkennung für Erziehende“ zu fördern. Die Fachbeiträge dieser Tagung wurden in einem Jahrestagungsband veröffentlicht.

Infos und Bestellung unter:

Telefon 07 11 / 23 73 70
www.ajs-bw.de/00000021.html



Internetschulungen für Lehrerinnen und Lehrer

In Kooperation mit der Deutschen Medienakademie Köln (MAK) bietet die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) Lehrerinnen und Lehrern kostenlos die Möglichkeit, ihr Know-how als Wissensvermittler in diesem Bereich auszubauen. Ziel ist es, Lehrer und Schüler für die Herausforderungen der Informations- und Wissensgesellschaft fit zu machen. In sieben Tagesseminaren werden Interessierte von Experten der Deutschen Medienakademie Köln geschult. Die Schulungsreihe beginnt am 22. Juli und endet am 8. Dezember 2004.

Nähere Informationen zu den Themen und Terminen sowie die Anmeldung zu den Schulungen unter:

Deutsche Medienakademie Köln
Katrin Freiin Grote
Im Media Park 6
50670 Köln
Telefon 02 21 / 57 43 72 07
Telefax 02 21 / 57 43 72 01
E-Mail grote@medienakademie-koeln.de
www.medienakademie-koeln.de

Medienkompetenz und Jugendschutz – Wie wirken Filme auf die jüngsten Kinogänger?

Wie rezipieren Kinder Filme? Wie verarbeiten sie Gewalt- und Actioninszenierungen? Wie gehen sie mit filmischen Heldinnen und Helden um? Diese und andere Fragen wurden auf 20 Filmveranstaltungen mit Kindern im Alter von 4 bis 14 Jahren diskutiert. Eingeladen hatten u. a. die beiden Kooperationspartner Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest und die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK). Die Beobachtungen, Ergebnisse und Erfahrungen des aufwendigen Projekts mit den jüngsten Kinogängern werden in einer Broschüre und auf einer DVD publiziert.

Infos und Bestellung unter:

FSK
Frau Kempenich
Telefon 06 11 / 778 91 36
E-Mail kempenich@spio-fsk.de

Kinderwelten

Super RTL und IP Deutschland haben die jüngsten Ergebnisse ihrer Kinder-Medienforschung veröffentlicht. Die Studie *Kinderwelten 2004* gibt Einblicke in die Phantasie- bzw. Spielwelten der Kinder und verbindet diese mit dem kindlichen Umgang mit Mediengeschichten. Im Auftrag von Super RTL führte das Transferzentrum Publizistik und Kommunikation 960 Interviews mit Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren.

Infos und Bestellung unter:

E-Mail kinderwelten@superrtl.de
www.toggo.de/mediadaten



Jugendmedientage 2004

Die Bundeszentrale für politische Bildung veranstaltet in Kooperation mit der Deutschen Jugendpresse e. V. vom 22. bis 24. Oktober diesen Jahres die Jugendmedientage in München. Jugendliche bekommen die Gelegenheit, Medienkompetenz zu erwerben und auszubauen. Im Mittelpunkt der Workshops und Diskussionen stehen Ausbildung, Dialog, Medienkritik und Vernetzung.

Infos und Anmeldung unter:

Berthold Flöper
Telefax 01 88 / 85 15 0
E-Mail floeper@bpb.de
www.bpb.de

Herzlichen Glückwunsch!

Die *tv diskurs*-Redaktion gratuliert ihrer Kollegin Mirijam Voigt zur Geburt ihrer Tochter. Henriette erblickte am 10. Juni 2004 das Licht der Welt.

C h h r r o m i n n k i i k k

2005

04

R

C

12./18.05.04

Die Uni Jena findet in einer Studie heraus, dass ein Drittel aller Zuschauer bei den Nachrichten wegzappt. Medienforscher Georg Ruhrmann bestätigt, dass vor allem jüngere Zuschauer kein Interesse am tagesaktuellen Zeitgeschehen zeigen. Dazu kommt ein gravierender Interessenunterschied zwischen Ost und West, denn vor allem im Osten verzichten immer mehr Menschen auf News und Hintergrundberichte.

19.05.04

Der Medienwissenschaftler Hans-Bernd Brosius stellt fest, dass der wachsende Anteil an inszenierter Wirklichkeit im Fernsehen zu einer steigenden Nachahmung bei den Zuschauern führt. Es scheint, als könne das Publikum Realität und Reality-TV nicht mehr auseinander halten. So belegen Studien, dass sich Zuschauer in der realen Welt wie Laiendarsteller im Reality-TV benehmen. Als Beispiel wurde das Verhalten von Angeklagten oder Zeugen bei Gericht beobachtet, welche wie die fiktiven Darsteller zunehmend auf die Tränendrüsen drücken. Besonders besorgniserregend ist diese Erkenntnis im Hinblick auf Kinder und Jugendliche, weil sie über wenig Lebenserfahrung verfügen.

24.05.04

ProSieben geht im Herbst mit der Schönheits-OP-Show *The Swan* (*Der Schwan*) auf Sendung. Das Erfolgsformat aus Amerika gibt 17 jungen Frauen die Möglichkeit, sich binnen drei Monaten einem extremen Makeover zu unterziehen. Der Clou: Während der andauernden Operationsphase dürfen sich die Kandidaten nicht einmal im Spiegel anschauen. In den USA lief das Format mit großem Erfolg, stieß aber dann auch auf Kritik. Insbesondere die American Society for Aesthetic Plastic Surgery (ASPS), die Mitbegründerin des Ausgangsformats *Extreme Makeover* war, zeigt sich zunehmend besorgt über den ansteigenden Medienboom, der sich in immer unrealistischeren Erwartungen und Wünschen der Patienten widerspiegelt.

24.05.04

Vor allem neue Sendungsformate wie *Ich bin ein Star – holt mich hier raus!* oder *Fear Factor* sorgen weiterhin für ethische Grundsatz- und Jugendschutzdiskussionen. Der Geschäftsführer der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), Joachim von Gottberg, der wegen seiner Einstellung zu den neuen Programminhalten der privaten TV-Anbieter mehrfach ins Kreuzfeuer geriet, verteidigt seinen Standpunkt, dass Tabubrüche auch dazu beitragen können, Werte zu entwickeln.

25.05.04

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) feiert in Berlin ihr zehnjähriges Bestehen. Auf der Jubiläumsfeier kritisieren Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) als auch Jürgen Doetz, Präsident des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) die Haltung von ARD und ZDF gegenüber dem Jugendschutz. Beide betonen in ihren Reden, dass dieses Thema nicht zwischen öffentlichen und privaten Anbietern teilbar ist.

27.05.04

Der Hamburger Medienexperte Uwe Hasebrink fordert von den TV-Aufsichtsgremien eine striktere Trennung von Programm und Werbung. Grund dafür ist das übertriebene Markenbewusstsein und die damit zunehmende Charakterschwäche deutscher Kinder und Jugendlicher.

06

M M M K

verboten hätten, wenn ein Privatsender sie vor 22.00 Uhr gezeigt hätte. Bis 22.00 Uhr muss das Programm laut Gesetz für Kinder und Jugendliche bis 16 Jahre uneingeschränkt geeignet sein.“ Der Forderung nach einer unabhängigen und einheitlichen Jugendschutzkontrolle aller Fernsehsender wird erneut Nachdruck verliehen.

03.06.04

Arabella Kiesbauer hört nach zehn Jahren Nachmittagstalk auf, denn die Zuschauer haben sich weiterentwickelt. Es bestehe zunehmend kein Interesse mehr an echten Menschen mit „echten Problemen“. Im TV haben sich Gerichtsshows und andere „Scripted Reality Soaps“ durchgesetzt.

15.06.04

No Sex in the City heißt es zukünftig im frei empfangbaren Fernsehen der USA, denn im öffentlichen TV des Landes der doch sonst unbegrenzten Möglichkeiten gelten strikte Auflagen gegen sexuelle Freizügigkeit. Daher fallen 94 der rund 110 Folgen der Erfolgsserie *Sex in the City* jetzt der Zensur zum Opfer. Weil amerikanische Werbekunden besonders sensibel sind, wurden nicht nur Nacktszenen gestrichen, sondern auch „schmutzige Ausdrücke“ wie „fucking“ mit harmlosen Alternativen wie „freaking“ ersetzt. Doch trotz „Entschärfung“ ist die Kultserie in den USA erst ab 14 Jahren freigegeben.

15.06.04

Immer häufiger geraten die ARD und ihre Kult-Krimiserie *Tatort* in die Kritik. Nach über 30 Jahren wird die älteste Krimireihe des deutschen Fernsehens zunehmend blutrünstiger und freizügiger, was Psychologen als auch die Kontrollgremien der Medien mit Sorge beobachten. Ob satanistische Massaker, der Tote am Fleischhaken oder scharfe Sexszenen: Was im Privatfernsehen verboten wäre, steht im *Tatort* mittlerweile auf der Tagesordnung. FSF-Geschäftsführer Joachim von Gottberg kommentiert: „Es gab schon mehrfach *Tatort*-Szenen, die wir

15.06.04

Ein Jahr nach Beschluss des neuen Jugendschutzgesetzes bzw. des In-Kraft-Tretens des Jugendmedienschutzstaatsvertrags wird Bilanz gezogen. Fazit: Noch immer treibt es Kinder ohne ihre Eltern in die Kinos, auch wenn sie die Altersfreigabegrenze von 12 Jahren nicht erfüllen. Weiterhin stehen auch Kinobetreiber aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage des Kinomarktes den jungen Konsumenten nicht im Wege. Das ist nicht im Sinne der Jugendschutzregelungen, doch in der Realität noch immer schwer zu überprüfen. Gleiches gilt für den Videohandel.

16.06.04

Schleichende Zunahme von Werbung im Fernsehen stößt auf Widerstand. Kulturstaatsministerin Christina Weiss warnt vor einem wachsenden Einfluss der Wirtschaft auf die Fernsehanstalten und ihre Programme. Auch die Landesmedienanstalten sprechen sich zunehmend für eine gemeinsame Werbe- und Jugendschutzaufsicht aus, welche als Prüfstelle für private, aber auch öffentliche Sender gelten soll. Eine Kontrolle nach einheitlichen Kriterien sei dringend notwendig, auch die öffentlich-rechtlichen Sender wurden in jüngster Vergangenheit mehrmals wegen verdeckter Werbung kritisiert. Trotzdem lehnen ARD und ZDF wie schon beim Jugendschutz solch eine gemeinsame Prüfstelle ab.

17.06.04

Erstmals in der Geschichte des Sendeformats *Big Brother* wird die 24-Stunden-Live-Übertragung gekappt. Im britischen Container kommt es zu einem heftigen Streit. Die Kandidaten beschimpfen und bedrohen sich gegenseitig, letztlich wird sogar mit Möbeln geworfen. Als die Gewalt zu eskalieren droht, werden Produktionsmitarbeiter in das Haus geschickt, um die Situation zu schlichten und die Streitenden zu trennen.

18.06.04

Die USA legen einen weiteren Trend vor: neue Fernsehsender für spezielle Zielgruppen. Nach Spartensendern für junge Frauen, Geschichtsfans, Gartenfreunde und Golfspieler sind nun eigene Sender z. B. für Kleinkinder im Vorschulalter und für Homosexuelle angedacht.

23.06.04

Das Deutsche Kinderhilfswerk fordert spezielle Handys für Kinder. Kindern solle es ermöglicht werden, den vollen Umfang an technischen Möglichkeiten zu nutzen, ohne dabei jedoch ständig den Versuchungen der Klingeltöne und SMS-Dienste ausgesetzt zu sein. Viele Eltern empfinden es als Erleichterung, wenn ihre Kinder ein eigenes Handy besitzen, weil es für sie eine gewisse Sicherheit und ständige Erreichbarkeit bedeutet. Doch die Vergangenheit hat gezeigt, dass zwingend eine Lösung gefunden werden muss, um die Kinder als auch die Familien vor den Kostenfallen der Mehrwertdienste zu schützen.

Das letzte Wort

Experten sagen aus:

Wir fragten 12-jährige Schülerinnen und Schüler einer Berliner Grundschule, warum ihrer Meinung nach junge Leute in Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*, *Star Search*, *Fear Factor* oder *Big Brother* mitwirken wollen.



Christian:

Na, die haben jetzt viel Geld und können nun alles machen, was sie wollen. Sie können sich alles kaufen, was sie wollen, und dürfen Autogramme geben.



Jaqueline:

Sie hoffen, dass sie Geld gewinnen. Na ja, und manchmal finden sich da auch welche zusammen, dann ist es die Liebe. Ja, und weil man da viele Freunde findet.



Jennifer:

Bei *Big Brother* müssen sie ja nicht viel machen, das ist alles ganz locker, und die Leute wollen sicher mal was Neues erleben. Bei *DSDS* lernen sie auch, ihre Stimme richtig unter Kontrolle zu halten.



Jonas:

Weil sie ihre Ängste überwinden oder ihre Grenzen austesten wollen. Mit dem echten Leben hat das ja alles nichts zu tun, das ist doch nur Show fürs Fernsehen, damit die Sender Zuschauerquoten kriegen.

Was ist denn der Unterschied zwischen dem Leben und einer Show?

Das Leben ist viel echter, viel härter.



Marcel:

Bei *Fear Factor* würde ich auch gern mitmachen, weil ich dann auch mal sehen würde, was ich alles machen könnte und welches Risiko ich eingehe, welche Grenze ich habe. Dann würde ich vielleicht auch Geld bekommen, habe viele Fans – und Spaß habe ich auch.



Melissa:

Bei *Big Brother* finde ich es schwachsinnig, dass es Leute gibt, die da überhaupt einziehen. Ihr Leben ist eingeschränkt, sie können nicht machen, was sie wollen. Bei *DSDS* kann man wenigstens zeigen, was man alles schafft, dass man singen kann. Und falls die sagen, man singt nicht so gut, dann weiß man das wenigstens.



Michael:

Nach *DSDS* trauen sich die Leute dann öfter zu, laut zu singen. Sie werden berühmter, sie haben Auftritte und reisen dann vielleicht mal um die Welt.



Roxana:

Bei *Big Brother* gehen Leute rein, die wollen entweder das Geld gewinnen oder die Herausforderung annehmen. Beispielsweise wie man das Essen draußen macht, wenn es kalt ist.

Verantwortlich für Das letzte Wort sind Leopold Grün und Christian Kitter. Fotos: Doreen Schützler.