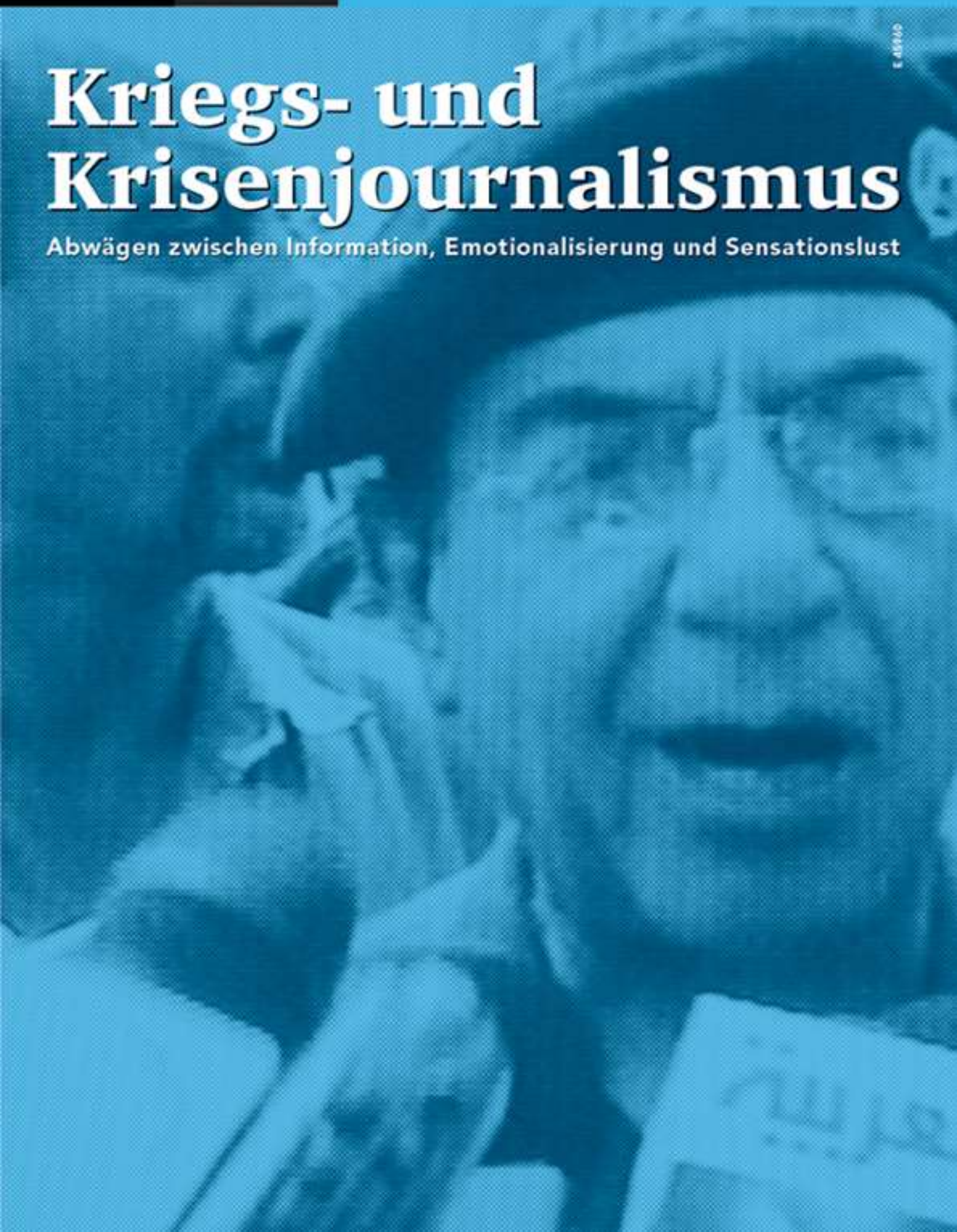


Kriegs- und Krisenjournalismus

Abwägen zwischen Information, Emotionalisierung und Sensationslust

E 45940



Einfluss überschätzt?

Der Krieg, die Medien und der Jugendschutz

Bereits zum dritten Mal hat sich die Redaktion von *tv diskurs* für ein Titelthema entschieden, das sich mit der Rolle der Medien in Kriegen beschäftigt. Es liegt an Auftrag und Ziel dieser Zeitschrift, dass dabei weniger die Qualität der Berichterstattung an erster Stelle steht. Uns geht es vor allem um die Frage, welche Einstellungen die Medien und die Art bzw. der Umfang ihrer Berichterstattung bei den Zuschauern – insbesondere bei Kindern und Jugendlichen – wecken. Dabei muss deutlich sein, dass der Jugendschutz diese Einstellungen unter einem Erziehungsziel beurteilt, das sich aus den Grundwerten unserer Verfassung ableitet: der Wahrung der Menschenwürde, dem Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit, der Gleichheit der Menschen und der Freiheit, sich für eine Religion zu entscheiden. Gleichzeitig richtet sich unsere Verfassung gegen Rassenhass und Kriegsverherrlichung. In allen Richtlinien zur Umsetzung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen finden sich letztlich der Wunsch und das Ziel, mit den Mitteln der Jugendschutzklassifizierungen und der daraus folgenden Vertriebsbeschränkungen zu verhindern, dass Medien Gewalt – und dazu gehört auch der Krieg – als erlaubtes und normales Mittel zur Konfliktlösung oder zur Durchsetzung von Interessen propagieren.

Angesichts der täglichen Szenarien in der medialen Berichterstattung, die zu einem wesentlichen Teil Kriege, gewalttätige Konflikte, Verbrechen oder Katastrophen thematisiert, mag dieses Erziehungsziel realitätsfern und weltfremd erscheinen. Ist nicht gerade die realistische Berichterstattung am ehesten in der Lage, den Zuschauern die Grausamkeit der Gewalt und des Krieges zu verdeutlichen und somit eine Haltung *gegen* den Krieg zu erzeugen? Erreicht der Jugendschutz nicht das Gegenteil seines eigentlichen Ziels, wenn Medien aus Angst vor Verstößen gegen Jugendschutzbestimmungen Bilder nicht senden, die einen realen Eindruck über die Brutalität der Kriegswirklichkeit vermitteln? Ist nicht die Freiheit der Berichterstattung und der Information ein Wert an sich – immerhin auch durch das Grundgesetz geschützt –, aus dem sich der Jugendschutz heraushalten sollte?

Es reicht nicht aus, Bilder von Gewalt und Krieg mit einem normierten Selbstverständnis zu beurteilen und gegebenenfalls zu beschränken. Der Jugendschutz muss sich mit den komplexen Kontexten beschäftigen, in denen sich das Verhältnis von Berichterstattung, Wirkung auf den Zuschauer sowie den Rückwirkungen auf die Politik bewegt. Und er muss seine Zielsetzung und sein Wissen über mediale Wirkungen in den Diskurs einbringen. Dabei trifft sich seine Motivation oft mit der von Journalisten, die mit ihrer Berichterstattung letztlich auch gegen den Krieg und die Gewalt sensibilisieren wollen, doch aufgrund der für sie herrschenden Realitäten – Konkurrenz, Zeitdruck, Erwartungen bestimmter Quoten – manchmal die Grenzen von vertretbaren Bildern hin zur Sensationslust überschreiten.

Die verschiedenen Untersuchungen und Überlegungen, die auf einer Veranstaltung in Wien vorgestellt wurden und die Gegenstand unseres Titelthemas sind, können für den Jugendschutz nicht als Rezept verstanden und direkt umgesetzt werden. Doch sie bieten eine Menge Informationen und Hinweise, die helfen können, die Position des Jugendschutzes zu differenzieren und sinnvolle Handlungsoptionen zu entwickeln. Diese müssen nicht unbedingt in Kriterien zur Programmbewertung liegen. Zumindest sollte der Versuch unternommen werden, auch kompetent an dem medialen und wissenschaftlichen Diskurs teilzunehmen, um so möglichst dazu beizutragen, dass die Grundüberlegungen des Jugendschutzes bei der Berichterstattung berücksichtigt werden.

Ihr Joachim von Gottberg



EDITORIAL**INTERNATIONAL****Die Neufassung der EU-Fernsehrichtlinie
Ein kurzer Sachstandsbericht** 4

Dr. Matthias Heinze

Co-Regulierung im europäischen Jugendmedienschutz 8

Alexander Scheuer

Nach Erfurt zu heikel? 14*Dear Wendy* von Thomas Vinterberg thematisiert Waffenfaszination und Waffenkult unter Jugendlichen – und ist in Deutschland für Jugendliche nicht zugänglich

Claudia Mikat

Jugendmedienschutz in Europa 18

Filmfreigaben im Vergleich

PÄDAGOGIK**Filmbildung in der Schule – auf der Suche nach neuen Wegen** 20

Klaus-Dieter Felsmann

TITELTHEMA**Politik, Medien, Politik** 24

Nachrichten in kriegführenden Ländern zeigen nur eigene Opfer

Gespräch mit Prof. Dr. Gadi Wolfsfeld

Nachrichtenvermittlung im Krieg 28

Die europäische Presse während der alliierten Angriffe auf den Irak 2003

Prof. Dr. Jürgen Grimm

Kollateralschäden an der Wahrheit 32

Hat die US-amerikanische Publizistik versagt?

Die Berichterstattung zum Irakkrieg in „Old Europe“ versus USA

Gabriele Tatzl und Sabrina Triml

Kommunikatoren unter Druck 36

Journalistische Herausforderungen der Krisenberichterstattung

Prof. Dr. Roland Burkart und Dr. Lieselotte Stalzer

Die Kontrollerwartungskluft 42

Ein Phänomen der Medienrezeption

Prof. Dr. Peter Vitouch

Vom Guten des Schlechten 46

Mediale Wirkungen der Tsunami-Katastrophe

Prof. Dr. Jürgen Grimm und Nora Sells

Kriegs- und Krisenkommunikation aus kulturwissenschaftlicher Perspektive 52

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

PANORAMA 56

WISSENSCHAFT	
Medien und Gewalt:	58
Teil 3: Einflussfaktoren im Wirkungsprozess Prof. Dr. Michael Kunczik und Dr. Astrid Zipfel	
Kinderinteressen und Wissensvermittlung im Fernsehen	64
Prof. Dr. Lothar Mikos und Claudia Töpfer	
DISKURS	
Werbung für Klingeltöne	70
Position 1: Die Meinung der KJM Verena Weigand	
Position 2: Die Meinung des VPRT Claus Grewenig	72
Kinder und Jugendliche als Sexualobjekte im Internet	74
Thomas Günter und Nadine Köhler	
Posen, die es in sich haben	80
Unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung nach § 4 Abs.1 Nr. 9 JMStV Anja Humberg	
LITERATUR	82
RECHT	92
SERVICE	
Ins Netz gegangen:	102
Lesen und Schreiben – Internet hilf?! Dr. Olaf Selg	
Bilderwelten im Kopf	104
Eine Fachtagung in München versucht den Brückenschlag zwischen Natur- und Geisteswissenschaften Nils Brinkmann	
Wege aus Rom	106
Die 9. Buckower Mediengespräche Julia Engelmayer	
Die Tagung „Medial vermittelter Islam und islamische Medien“	107
Muslime in der deutschen Öffentlichkeit Susanne Bergmann	
Materialien, Termine	108
Media Smart – Entzaubern lernen	110
Julia Engelmayer	
Fernsehgerichtssendungen: Zwischen Realität und Fiktion	111
Barbara Weinert	
Das letzte Wort	112
Impressum, Abbildungsnachweis	

Die Neufassung der EU-Fernsehrichtlinie

Ein kurzer Sachstandsbericht

Matthias Heinze

Rechtsanwalt Dr. Matthias Heinze gibt einen ersten Überblick über den Entwurf der Neufassung der EU-Fernsehrichtlinie. tv diskurs wird die laufende Diskussion im nächsten Heft mit einer Bewertung des Entwurfs aus der Sicht der betroffenen Fernsehsender fortführen.

Zum Hintergrund

Mitte Dezember 2005 stellte die EU-Kommission der Öffentlichkeit ihren Entwurf für die Neufassung der EU-Fernsehrichtlinie vor, die zur Ermöglichung der freien Zirkulation von Fernsehsendungen (free flow of information) innerhalb der Mitgliedstaaten bestimmte Grundstandards für das innerstaatliche Regulierungsniveau festlegt. Entspricht die Rechtsordnung eines Mitgliedstaates dem in der Richtlinie festgelegten Regulierungsniveau, dürfen andere Mitgliedstaaten die Verbreitung des aus diesem Mitgliedstaat eingestrahelten gesetzeskonformen Programms grundsätzlich nicht behindern (Sendestaatsprinzip).

Die Fernsehrichtlinie wurde zuletzt im Jahr 1997 geändert. Stichworte in diesem Zusammenhang sind die Zugänglichmachung bestimmter, von den Mitgliedstaaten festzulegender Sportereignisse im Free-TV, die Liberalisierung der Regelungen zum Teleshopping und die Einführung einer Kennzeichnung jugendschutzrelevanter Sendehalte durch optische oder akustische Signale. Die Richtlinie war nach wie vor ausschließlich auf Fernsehsendungen anwendbar.

Im Mai 2002 entschied der Rat der Minister für kulturelle und audiovisuelle Angelegenheiten, die Fernsehrichtlinie einer umfassenden Revision zu unterziehen. Dabei sollte ein der mittlerweile zu beobachteten Konvergenz der (digitalen) Medien besser angepasster Regulierungsansatz verfolgt werden. Ziel war die Schaffung einheitlicher Wettbewerbsbedingungen für Fernsehen und fernsehähnliche Dienste, um so einen echten Binnenmarkt für diesen Bereich zu schaffen. Auf diese Weise soll das Wachstum im audiovisuellen Bereich gefördert werden, wie es auch in der von der Kommission im Juni 2005 beschlossenen Initiative „i2010 European Information Society“ niedergelegt ist.

Anwendungsbereich: Audiovisuelle Mediendienste

Im Gegensatz zur bestehenden Fernsehrichtlinie gilt der Neuentwurf nicht nur für Fernsehen im klassischen Sinne, sondern für sogenannte „audiovisuelle Mediendienste“. Gemeint sind damit neben dem Fernsehen in erster Linie On-Demand-Dienste mit Bewegtbildern (mit oder ohne Ton) wie Shows, Filme, Serien, Sportereignisse und Nachrichten, wie sie auch über das Internet verbreitet werden können. Nicht betroffen sind Videoclips und Animationen, Pressewebseiten, Blogs, Video Podcasts, Bildtelefonie über das Internet und nicht kommerzielle Inhalte. Die Übertragung reiner Audioinhalte („Audio Transmission“) und Radio sind ebenfalls vom Anwendungsbereich des Entwurfs ausgeschlossen.

Lockerung der Werbevorschriften

Der Richtlinienentwurf beabsichtigt, Werbung flexibler zu gestalten. Zwar bleibt es grundsätzlich bei der bisherigen Höchstgrenze von 12 Minuten Werbung pro Zeitsunde, jedoch können diese freier als bisher verteilt werden. So ist vorgesehen, das Blockwerbbegebot künftig erheblich aufzuweichen. Einzelspots außerhalb von Sportprogrammen sollen zwar die Ausnahme bleiben, aber werden grundsätzlich erlaubt. Bei Spielfilmen soll künftig bereits nach 35 Minuten eine Unterbrechung durch Werbung möglich sein, früher mussten 45 Minuten vergehen. Für die Übertragung von Serien, Unterhaltungs- und Dokumentationsprogrammen soll die bisherige Regelung, wonach zwischen zwei Werbeunterbrechungen mindestens 20 Minuten liegen müssen, wegfallen. Allerdings dürfen Kinder- und Nachrichtenprogramme laut Entwurf erst alle 35 statt wie bisher alle 20 Minuten durch Werbung unterbrochen werden. Dies könnte gerade für Kinder- und Jugendprogramme zu einer Erschwerung der Refinanzierung führen. Neu ist auch die Aufweichung des bisherigen Prinzips der Trennung von Werbe- und Programminhalten. Zwar sollen Fernsehwerbung und Teleshopping mit Hilfe von optischen oder akustischen Mitteln nach wie vor von anderen Programmteilen getrennt werden, jedoch werden in diesem Zusammenhang die sogenannten „nicht linearen Dienste“ nicht erwähnt. Mit einer Regelung des Product-Placements greift der Kommissionsentwurf ein heißes Eisen auf. Bisher galt die Vereinbarkeit von Product-Placement mit dem Trennungsgebot zumindest als zweifelhaft und war deshalb in den meisten Mitgliedstaaten (mittlerweile bekannteste Ausnahme: Österreich) nicht zulässig. Der Richtlinienentwurf geht nun einen neu-

en Weg: Nach wie vor verboten bleibt Schleichwerbung, die als Werbemaßnahme für den Zuschauer als solche nicht erkennbar ist. Product-Placement soll jedoch unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt sein:

- die redaktionelle Unabhängigkeit darf keinesfalls berührt werden;
- das Placement darf keine direkte Kaufaufforderung sein;
- die Zuschauer müssen am Anfang, während, und/oder am Ende des Programms auf das Product-Placement hingewiesen werden.

Die liberalisierten Regeln für das Product-Placement sind eine Reaktion der Kommission auf die zunehmende Verbreitung von Festplatten-Videorekordern, die ein einfaches Überspringen der Werbung erlauben, wodurch die Finanzierungsgrundlage vor allem der privaten Fernsehsender ins Wanken gerät. In das Programm integrierte Werbeformen wie Product-Placement sind jedoch gegen ein solches Überspringen immun, so dass auf diese Weise neue Finanzierungsquellen erschlossen werden können, die helfen sollen, Verluste bei der „klassischen“ Werbung zu kompensieren. In den USA wurden im Jahr 2004 fast 3,5 Milliarden Dollar für Product-Placements ausgegeben. Insbesondere die europäischen Fernsehproduzenten haben sich vor diesem Hintergrund für die Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen im Verhältnis zu den US-Produzenten eingesetzt. Wichtig in diesem Zusammenhang ist der in den Erwägungsgründen des Richtlinienentwurfs gegebene generelle Hinweis, wonach das Trennungsprinzip nicht das Aufkommen neuer Werbeformen behindern solle.

EU-weite Mindestnormen für Jugendschutz/Co-Regulierung

Die Entwicklung neuer audiovisueller Plattformen führt nach Auffassung der Kommission zu neuen Herausforderungen im Bereich des Jugendschutzes. Für alle audiovisuellen Mediendienste und kommerzielle Kommunikationen (d. h. Werbung) sollten Regeln eingeführt werden, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen sowie die Menschenwürde schützen. Die Kommission betont, dass dabei das Ziel eines effektiven Jugendschutzes mit dem in der Grundrecht-Charta der Europäischen Union niedergelegten Recht auf freie Meinungsäußerung ausbalanciert werden müsse. Eine Vorzensur („prior control of audiovisual media services“) sieht die Kommission zur Durchsetzung ihrer Regelungsvorschläge im Bereich des Jugendschutzes nicht als erforderlich an.

Der Richtlinienentwurf enthält in seinem materiellen Teil Regelungsgrundsätze für den Jugendschutz in allen audiovisuellen Medien und die in diesen verbreiteten Werbebotschaften. Die Mitgliedstaaten haben dafür zu sorgen, dass die unter ihrer Regelungshoheit stehenden audiovisuellen Mediendienste für Kinder und Jugendliche nicht in einer Weise verfügbar gemacht werden, die möglicherweise deren Entwicklung beeinträchtigen kann. Jeglicher Aufruf zur Diskriminierung anderer – sei es aufgrund des Geschlechts, der Rasse, der ethnischen Zugehörigkeit, der Religion bzw. des Glaubens, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Orientierung – ist unzulässig. Im Bereich der Werbebotschaften wird für alle audiovisuellen Medien die Verwendung subliminaler Techniken ausgeschlossen. Die Gesundheit sowie die Umwelt gefährdende

Verhaltensweisen dürfen in Werbebotschaften nicht positiv bewertet werden. Daneben gilt ein absolutes Werbeverbot für Tabakprodukte sowie Einschränkungen für die Bewerbung alkoholischer Getränke.

Die Kommission versucht in ihrem Entwurf, für den Jugendschutz einen einheitlichen Mindestrahmen für alle audiovisuellen Dienste aufzustellen, um der Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen im Binnenmarkt entgegenzutreten. Wird der in der Richtlinie aufgestellte Regelungsrahmen beachtet, gilt uneingeschränkt das Sendestaatsprinzip, das in den Erwägungsgründen als das Kernstück der Richtlinie bezeichnet wird. Ein praktisches Beispiel: Verbreitet ein lettischer Sender über Satellit ein Kinderprogramm auf Schwedisch und lässt es ins schwedische Kabelnetz einspeisen, so gilt für diesen Sender lettisches Recht. In Streitfällen soll die Kommission angerufen werden können.

In den Erwägungsgründen nimmt die Kommission ausdrücklich Bezug auf Art. 151 Abs. 4 des Unionsvertrags, wonach sie bei ihrer Tätigkeit kulturelle Aspekte zu berücksichtigen habe, um der Verschiedenartigkeit der Kulturen in den Mitgliedstaaten Rechnung tragen zu können. In diesem Kontext erklärt sich der Hinweis, wonach zur korrekten Anwendung der Richtlinie eine enge Kooperation zwischen den nationalen Regulierungsinstanzen und der Kommission erforderlich sei.

Sonstiges

Kurz erwähnt werden soll an dieser Stelle noch eine Einführung eines Rechts auf Kurzberichterstattung für die Anbieter linearer audiovisueller Mediendienste („Broadcaster“). Finden in einem Mitgliedstaat Ereignisse von öffentlichem Interesse statt, haben die Inhaber der Übertragungsrechte Sendern aus anderen Mitgliedstaaten zu angemessenen und fairen Bedingungen Zugang zu dem Übertragungssignal zu ermöglichen, damit diese für Nachrichtenzwecke sogenannte „Short Extracts“ von bis zu 90 Sekunden Dauer erstellen können.

Für alle audiovisuellen Mediendienste ist eine Verpflichtung zur Bekanntgabe der für den Inhalt verantwortlichen Personen vorgesehen. Da audiovisuelle Mediendienste eine besondere Funktion bei der Meinungsbildung ihrer Nutzer spielen, sollen die Inhalte klar den hierfür verantwortlichen Personen zugeordnet werden können.



Markos Kyprianou



Viviane Reding



Charlie McCreevy

Erste Reaktionen

Die Liberalisierungstendenzen im Werbebereich werden von der Wirtschaft im Grundsatz begrüßt. Dies gilt insbesondere für den Ansatz, dem Zusammenwachsen verschiedener Technologien, Plattformen und Inhalteformen durch einen neuen Regulierungsrahmen Rechnung zu tragen, der Wettbewerbsverzerrungen verhindern soll. Allerdings wird die von der Kommission vorgesehene abgestufte Regulierungsdichte, die bestimmte Erleichterungen für nicht lineare Dienste vorsieht, in Frage gestellt, da die Abgrenzung zwischen beiden Angebotsformen bereits heute fließend sei und in Zukunft dem Zuschauer auch im linearen Bereich immer mehr Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung stehen werden, die sich dem Charakter von On-Demand-Diensten annäherten. Naturgemäß ist die Kommunikationsindustrie auch dagegen, den Anwendungsbereich der heftig umstrittenen Quotenregelung für Europäische Werke auch auf nicht lineare Dienste auszuweiten.

Verbraucherverbände sehen die von der Kommission beabsichtigte Legalisierung des Product-Placements eher kritisch. Der Chef der europäischen Verbraucherorganisation, Jim Murray, bezeichnete den Richtlinienvorschlag als „nicht gewünschtes Weihnachtsgeschenk von Kommissarin Reding und ihren Kollegen“. Ähnlich sieht es die Fraktion der Grünen im EU-Parlament, die Widerstand gegen die Erlaubnis von Product-Placement im europäischen Fernsehen ankündigte.

Auch innerhalb der Kommission war der Entwurf bis zur Veröffentlichung umstritten. Gesundheitskommissar Markos Kyprianou, der auf ein explizites Verbot von Alkoholwerbung drängte, kritisierte den Entwurf als zu wirtschaftsfreundlich. Aus dem Umfeld von Charlie McCreevy, dem EU-Binnenmarktkommissar, kommen hingegen andere Töne: Der Richtlinienvorschlag sei unüberzeugend und könne dazu führen, dass neue Mediendienste in ihrer Entwicklung behindert würden.

Die nächsten Schritte

Der Richtlinienvorschlag wird offiziell dem EU-Parlament und dem Ministerrat übermittelt. Die beiden Gemeinschaftsorgane werden dann im sogenannten „Kodezisionsverfahren“ über den Kommissionsvorschlag entscheiden. Dabei können Änderungen am Entwurf der Kommission vorgenommen werden. Das Kodezisionsverfahren kann sich erfahrungsgemäß über Jahre erstrecken. Nach der Verabschiedung der neuen Richtlinie durch Rat und Parlament ist sie von den Mitgliedstaaten in innerstaatliches Recht umzusetzen.

Dr. Matthias Heinze ist Rechtsanwalt in Köln.

Dr. Matthias Heinze ist
Rechtsanwalt in Köln.



Co-Regulierung im europäischen Jugendmedienschutz

Alexander Scheuer

Der Beitrag steht im Kontext der geplanten Änderung der EG-Fernsehrichtlinie und eines Kommissionsvorschlags zum Jugend- und Menschenwürdeschutz. Er stellt einen Teil der bislang veröffentlichten Erkenntnisse einer Studie vor, die „Co-Regulierungsmaßnahmen in den Medien in Europa“ zum Gegenstand hat. Ein Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf dem Schutz von Kindern und Jugendlichen im Fernsehen. Es zeichnet sich ab, dass das alternative Steuerungsinstrument der Co-Regulierung durchaus nicht weniger geeignet sein muss, Politikziele in den audiovisuellen Medien zu erreichen, als traditionelle staatliche Rechtsetzung und -anwendung. Zu beachten ist, dass allgemeine Vorgaben des Gemeinschaftsrechts sowie der nationalen Verfassungsordnungen eingehalten werden.

Anmerkungen:

1

Vgl. ausführlich zu den bestehenden Regelungen Scheuer, Jugendschutz in der EG-Medienpolitik, *tv diskurs*, Ausgabe 25 (Juli 2003), S. 4 ff.

3

Der Zwischenbericht und alle Länderberichte sind über <http://www.emr-sb.de/Co-Reg.htm> abrufbar.

2

Vorschlag für eine Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz von Jugendlichen, der Menschenwürde und dem Recht auf Gegendarstellung hinsichtlich der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen audiovisuellen Medien und der europäischen Informationsdienstleistungsindustrie, KOM (2004) 341 endg. v. 30.04.2004, abrufbar unter: http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/legispdffiles/com04-341-de.pdf. Die Entschließung des Europäischen Parlaments v. 07.09.2005 (basierend auf dem Bericht des federführenden EP-Ausschusses Kultur und Bildung v. 19.07.2005 („De Sarnez-Report“)) ist abrufbar unter: http://www.europarl.eu.int/omk/sipade3?PROG=TA&L=EN&REF_P=P6_TA-2005-0330.

Die EG-Fernsehrichtlinie¹ soll geändert werden, ein entsprechender Vorschlag der Europäischen Kommission für eine „Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“ vom Dezember 2005 steht aktuell in der Diskussion. Ebenfalls im Gesetzgebungsverfahren befindet sich der Kommissionsvorschlag aus dem Jahr 2004 für eine Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates,² die sich erneut und in Ergänzung zu der Ratsempfehlung von 1998 mit dem Jugend- und Menschenwürdeschutz in allen audiovisuellen und Onlinemedien sowie der Medienkompetenz befasst. Selbst- und Co-Regulierung werden von

dem Richtlinienvorschlag als Mittel zur Erreichung des Politikziels „Verbraucherschutz“ in Bezug auf die Werbung genannt. Zu letzterem Punkt spricht sich auch der Empfehlungsvorschlag dafür aus, derartige Maßnahmen der kooperativen Regulierung weiterzuentwickeln. Der Beitrag stellt in diesem Kontext einen Teil der bislang veröffentlichten³ Erkenntnisse einer Studie vor, die das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg und das Institut für Europäisches Medienrecht in Saarbrücken im Auftrag der Europäischen Kommission gemeinsam erarbeitet haben. Gegen-

stand der Forschungsarbeit sind „Co-Regulierungsmaßnahmen in den Medien in Europa“, wobei ein Schwerpunkt auf dem Schutz von Kindern und Jugendlichen im Fernsehen (und anderen elektronischen Medien) liegt.

Audiovisuelle Mediendienste

Vorschlag der Europäischen Kommission

Nach der im Jahr 2005 durchgeführten (weiteren) Konsultation⁴ zur Revision der Fernsehrichtlinie zeichnete sich nach Ansicht der Kommission ab, dass es eine Reihe von Mitgliedstaaten, Regulierungsbehörden und Interessenvertretern unterstützen, den Anwendungsbereich einer zukünftigen Richtlinie auszudehnen. Dies greift die Kommission in ihrem Richtlinien-Entwurf nunmehr auf und führt die neuen Kategorien der linearen und nicht linearen audiovisuellen Mediendienste ein. Die erstgenannten umfassen das klassische Fernsehen, Web- und Simulcasting sowie Near-Video-on-Demand.⁵ Sie zeichnen sich dadurch aus, dass erstens eine Dienstleistung im Sinne des EG-Vertrags vorliegt, deren Hauptzweck in der Übertragung bewegter Bilder mit oder ohne Ton an die Allgemeinheit mittels elektronischer Kommunikationsnetze besteht (allgemeine Definition eines *audiovisuellen Mediendienstes*). Zweitens muss hierbei ein *Veranstalter* über den Zeitpunkt, zu dem eine bestimmte Sendung ausgestrahlt wird, entscheiden und die Abfolge von Programmen festlegen (Definition zu Fernsehen oder Fernsehsendung, d. h. *linearer Dienst*). Drittens muss dieser die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl des audiovisuellen Inhalts eines solchen Dienstes innehaben und die Art und Weise bestimmen, in der dies organisiert ist (allge-

Die vorstehend skizzierten Unterscheidungen sind deshalb von Bedeutung, weil davon abhängt, welche Vorschriften des abgestuften Regelungsrahmens auf die Dienste anwendbar sind. Betrachtet man die angedachten Regelungen, die im allgemeinen Teil des Richtlinienentwurfs enthalten sind und somit für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, es sei denn, es besteht eine speziellere Vorschrift für lineare Dienste wie das Fernsehen, so wird ein geringeres Maß an Regulierung für die nicht linearen Dienste deutlich. Unter anderem für den Schutz der Kinder und Jugendlichen sowie der Menschenwürde bestehen solche differenzierten Bestimmungen. So sieht der Entwurf eine Vorschrift über den Jugendschutz vor, nach der solche Dienste nicht in einer Weise zugänglich gemacht werden dürfen, die die physische, geistige oder moralische Entwicklung von Minderjährigen *ernsthaft* beeinträchtigen. Eine der für das Fernsehen fortbestehenden Bestimmungen vergleichbare Regelung zu (einfach) entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten wird hingegen nicht getroffen. Ferner dürfen weder audiovisuelle Mediendienste noch die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation (alle Formen wie Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Product-Placement) zum Hass aufgrund des Geschlechts, der Rasse oder der ethnischen Herkunft, der Religion oder der weltanschaulichen Bekenntnisse, von Behinderungen, Alter oder sexueller Orientierung aufstacheln. Außerdem wird es im Bereich der Werbung etc. verboten sein, Diskriminierung wegen der Rasse, des Geschlechts oder der Nationalität vorzunehmen, offensiv gegenüber religiösen oder politischen Anschauungen zu sein oder zu gesundheits- oder sicherheitsgefährdendem Handeln zu ermutigen. Vor allem für Minderjährige ist der Schutz in Bezug auf die Werbung für alko-

4 Basierend auf Beratungen von Expertengruppen zwischen Ende 2004 und Anfang 2005, den Thesenpapieren der Kommission vom Juli und der Liverpooler Konferenz „Zwischen Kultur und Kommerz“ im September 2004.

5 Dieses wurde nach der Entscheidung des EuGH in der Rs. C-89/04, Mediakabel, Urt. v. 02.06.2005, bisher schon als Fernsehsendung vom Anwendungsbereich der Fernsehrichtlinie erfasst; vgl. auch Scheuer, Wie und was: Fernsehen?! – Eine europäische Richtliniensache – dienstlich unklar, epd medien Nr. 29/2005 v. 16.04.2005, S. 5 ff.

»In Bezug auf die Bedeutung von Co- und Selbst-Regulierung verweist der Entwurf auf die Erfahrung, dass eine solche alternative Form der Regulierung im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten eine bedeutsame Rolle einnehmen kann, wenn es um das Erreichen eines hohen Grades an Verbraucherschutz geht.«

meine Definition eines *Anbieters von Mediendiensten*). Im Gegensatz dazu liegt ein *nicht linearer* audiovisueller Dienst dann vor, wenn der Nutzer den Zeitpunkt, zu dem eine bestimmte Sendung ausgestrahlt wird, auf der Grundlage einer von dem Anbieter von Mediendiensten getroffenen Auswahl bestimmt. Hierunter zählt vor allem das Video-on-Demand.

holische Getränke bedeutsam; die kommerzielle Kommunikation darf sich nicht an Kinder richten und soll nicht zu übermäßigem Konsum solcher Getränke anregen. Auch ist bei kommerzieller Kommunikation zu beachten, dass sie Minderjährige nicht in moralischer oder körperlicher Hinsicht schädigen darf und nicht an diese appelliert, ein Produkt oder eine Dienstleistung

zu erwerben, oder diese auffordert, ihre Eltern oder andere zum Erwerb eines Produkts oder einer Dienstleistung zu überreden.

Selbst- und Co-Regulierung im Medien-sektor

Allgemein treffen die Begründungserwägungen der *Richtlinie* die folgenden Aussagen: In Übereinstimmung mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit beschränkten sich die vorgesehenen Maßnahmen auf das Minimum dessen, was zum Erreichen eines gut funktionierenden Bin-

diendiensteanbieter wirksam die Vorgaben der Richtlinie befolgen. Damit erfahren Co-Regulierungsmaßnahmen in den Mitgliedstaaten eine Art „Anerkennung“, wie sie zuvor bereits für Selbst-Regulierung in Bezug auf den Datenschutz sowie E-Commerce-Angebote in den Richtlinien von 1995 bzw. 2000 erfolgt war.

In dem *Empfehlungsentwurf* wird den Unternehmen und anderen Beteiligten empfohlen, „positive Maßnahmen zugunsten von Minderjährigen zu entwickeln, die Initiativen einschließen, um ihnen breiteren Zugang zu audiovisuellen Diensten und Informationsdiensten zu er-

»Die Kommission wird aufgefordert, die Vernetzung der Selbst-Regulierungseinrichtungen sowie den Erfahrungsaustausch zwischen diesen im Hinblick auf die Beurteilung der Wirksamkeit der Verhaltenscodices und der auf der Selbst-Regulierung basierenden Konzepte zu fördern und zu unterstützen, um die höchstmöglichen Jugendschutzstandards zu gewährleisten.«

nenmarkts erforderlich sei; sofern ein Tätigwerden auf der Gemeinschaftsebene notwendig sei, müsse die Richtlinie ein hohes Maß des Schutzes von im Allgemeininteresse liegenden Zielen sicherstellen, insbesondere den Schutz der Minderjährigen und der Menschenwürde.

In Bezug auf die Bedeutung von Co- und Selbst-Regulierung verweist der Entwurf auf die Erfahrung, dass eine solche alternative Form der Regulierung im Einklang mit den unterschiedlichen Rechtstraditionen der Mitgliedstaaten eine bedeutsame Rolle einnehmen kann, wenn es um das Erreichen eines hohen Grades an Verbraucherschutz geht. Anders als im Vorentwurf entfällt die Passage, in der – ohne eine Differenzierung zwischen den beiden unterschiedlichen Konzepten zu treffen – die Mitgliedstaaten ermuntert wurden, Selbst- und Co-Regulierungssysteme einzurichten. Keine der Vorschriften der Richtlinie in Bezug auf den Schutz von Minderjährigen oder der öffentlichen Ordnung erfordert, dass die fraglichen Maßnahmen zwingend durch eine vorherige Kontrolle der audiovisuellen Mediendienste umgesetzt werden. In den regelnden Teil der Richtlinie soll eine Bestimmung aufgenommen werden, die die Mitgliedstaaten auffordert, Co-Regulierungsregime in den von ihr koordinierten Bereichen zu fördern. Solche Regime müssen von den Hauptbeteiligten allgemein akzeptiert und eine effektive Durchsetzung zu leisten imstande sein. Die Vorschrift steht in engem Kontext mit der Verpflichtung der Mitgliedstaaten, mit angemessenen Mitteln und im Rahmen ihrer Gesetzgebung sicherzustellen, dass die ihrer Rechtshoheit unterliegenden Me-

leichtern, bei gleichzeitiger Vermeidung potentiell schädlicher Inhalte unter Einbeziehung einer ‚bottom-up‘-Harmonisierung durch *Zusammenarbeit von selbst- und co-regulierenden Gremien* in den Mitgliedstaaten und durch den *Austausch von besten Praktiken* hinsichtlich Fragen wie eines *Systems gemeinsamer, beschreibender Symbole*, das Zuschauern helfen würde, den Inhalt von Programmen zu bewerten“. Nach der ersten Lesung des Europäischen Parlaments im September 2005 enthält der Text teilweise abweichende Motive und inhaltliche Vorschläge. So soll generell die Selbstregulierung des audiovisuellen Sektors ein zusätzliches wirksames, aber kein ausreichendes Mittel sein, Minderjährige vor Mitteilungen mit schädlichen Inhalten zu schützen. Die Kommission soll zur Zusammenarbeit und wechselseitigem Lernen von guten Praktiken zwischen Selbst- und Co-Regulierungsgremien anregen, die die Bewertung oder Klassifikation audiovisuellen Inhalts – unabhängig davon, auf welchem Wege dieser übertragen wurde – vornehmen.

Den Mitgliedstaaten wird empfohlen, gemeinsam auf europäischer Ebene und in enger Zusammenarbeit mit den Verbraucherschutzorganisationen Vorschriften auszuarbeiten, um speziell auf Kinder und Teenager zielgerichtete Lebensmittelwerbung, vor allem für „Junk-Food“ und Süßigkeiten, zu reduzieren. Die Kommission wird aufgefordert, die Vernetzung der Selbst-Regulierungseinrichtungen sowie den Erfahrungsaustausch zwischen diesen im Hinblick auf die Beurteilung der Wirksamkeit der Verhaltenscodices und der auf der Selbst-Regulie-

»Es wird allgemein davon ausgegangen, dass ein Co-Regulierungssystem ein Handlungsfeld der Kooperation zwischen einer nicht staatlichen Einrichtung auf der einen Seite und dem Staat auf der anderen Seite darstellt.«

zung basierenden Konzepte zu fördern und zu unterstützen, um die höchstmöglichen Jugendschutzstandards zu gewährleisten. An die Unternehmen, alle anderen Beteiligten sowie die nationalen und europäischen Behörden richtet sich die Empfehlung, aktivere Überlegungen in Bezug auf die technische und rechtliche Machbarkeit im Hinblick auf die Schaffung eines harmonisierten Bewertungssystems der Inhalte anzustellen, durch das eine bessere Filterung und eine Bewertung an der Quelle, unabhängig von den Kommunikationsmitteln (Internet, Mobiltelefon), zur Gewährleistung eines stärkeren Schutzes von Minderjährigen gefördert wird.

Damit ist der künftige regulatorische Rahmen auf EG-Ebene abgesteckt, in dem sich Co-Regulierungssysteme bewegen werden. Die Richtlinie spricht vor allem die Frage an, in welchen Bereichen solche Maßnahmen ergriffen werden können. Sie benennt darüber hinaus gewisse Mindestanforderungen, damit hierin ein Instrument zur wirksamen Umsetzung von Gemeinschaftsrecht gesehen werden kann. Die Empfehlung wendet sich spezifisch dem Minderjährigenschutz zu und nennt Zielvorstellungen, wie Co-Regulierungsmaßnahmen zu einem hohen Schutzniveau beitragen können. Sie wird inhaltlich in dem Sinne konkret, als sie ein System gemeinsamer, den Inhalt audiovisueller oder Onlinemedien beschreibender Symbole dezidiert anmahnt. Auch durch die Forderung, zu einem länderübergreifenden Austausch von Best Practices zu kommen, wendet sie die Blickrichtung von der nationalen Ebene auch auf die gemeinschaftsweite Kooperation.

Co-Regulierungsmaßnahmen in den Medien

Versuch einer Begriffsbestimmung

Eine wesentliche Aufgabe der im Auftrag der Europäischen Kommission erstellten Studie bestand darin, den Begriff der Co-Regulierung zu definieren. Dabei sind die beteiligten Institute zu einer Beschreibung gelangt, mit der die Hauptmerkmale von derartigen Systemen, auch in Anbetracht der Vielfalt vorhandener Maßnahmen in den EU-Mitgliedstaaten, erfasst werden konnten. Diese Vielfalt reflektiert sehr häufig die unterschiedlichen (Rechts- und) kulturellen Traditionen in den Mitgliedstaaten, was es u. a. notwendig macht, eine ausreichende Differenzierungstiefe vorzusehen. Zunächst wird deshalb allgemein davon ausgegangen, dass ein Co-Regulierungssystem ein Handlungsfeld der Kooperation zwischen einer nicht staatlichen Einrichtung auf der einen Seite und dem Staat auf der anderen Seite darstellt.

In Bezug auf den nicht staatlichen Teil ist erstens zu untersuchen, ob *Organisationen, Regeln oder Prozesse* geschaffen werden, die eine gewisse Dauerhaftigkeit aufweisen. Damit sollen informelle Vereinbarungen und Ad-hoc-Maßnahmen ausgeschlossen werden. Zweitens wird eine *Beeinflussung von Entscheidungen* durch diese Maßnahmen gefordert. Diese kann sich durch die Beteiligung, die nicht zwingend mittels einer Organisation vonstatten gehen muss, an der Normerstellung, der Normanwendung und/oder der Normdurchsetzung vollziehen. Drittens sollten solche Initiativen von denjenigen ausgehen und durchgeführt werden, die *Adressaten der Normen* sind, also den (staatlichen und) nicht staatlichen Bestimmungen, beispielsweise einem Verhaltenscodex, unterliegen.

An die Form der Beteiligung des Staates an einem solchen kooperativen System werden vier Bedingungen geknüpft. Da es meist Ziel neuer Regulierungsformen ist, die Wahrnehmung bestimmter Aufgaben an andere als staatliche Stel-

»Die Empfehlung wendet sich spezifisch dem Minderjährigenschutz zu und nennt Zielvorstellungen, wie Co-Regulierungsmaßnahmen zu einem hohen Schutzniveau beitragen können. Sie wird inhaltlich in dem Sinne konkret, als sie ein System gemeinsamer, den Inhalt audiovisueller oder Onlinemedien beschreibender Symbole dezidiert anmahnt.«

len zu delegieren, wird zunächst gefordert, dass die Maßnahme intendiert, ein *im Allgemeininteresse liegendes Anliegen* (Politikziel wie Jugendmedienschutz, spezifischer: Verhinderung des Zugangs von Minderjährigen zu unzulässigen oder nicht ihrer Altersgruppe entsprechenden und entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten) zu erreichen. Maßnahmen, die den Individualinteressen zu dienen bestimmt sind, scheiden demnach aus. Zudem ist Wert darauf zu legen, dass eine *geeignete rechtliche Verbindung* zwischen dem nicht staatlichen Teil des Systems und staatlicher Regulierung besteht. Dabei ist die Form der rechtlichen Verbindung unerheblich, es kommen gesetzliche oder nachrangige Bestimmungen ebenso in Betracht wie vertragliche Absprachen. Beispielhaft kann hier auf die Co-Regulierung in einem großen Bereich der Werbeinhalte-Regulierung im Vereinigten Königreich verwiesen werden, die gesetzlich vorgesehen ist, durch einen speziellen Verordnungsakt statuiert und in einer Verabredung zwischen einer Selbst-Regulierungsinstanz und der Medienaufsichtsbehörde bekräftigt und ausgestaltet wurde. Des Weiteren ist zu fordern, dass der

Einige Beispiele aus den untersuchten Mitgliedstaaten

Wie sieht nun die Praxis in den EU-Mitgliedstaaten aus? Um diese zu ermitteln, wurden im Frühjahr und Sommer 2005, mit Unterstützung von nationalen Experten aus dem Kreise des EMR Media Network, Analysen zum jeweiligen nationalen Rechtsrahmen und zu existierenden kooperativen Regulierungssystemen durchgeführt. Das bildete die Grundlage für die Einstufung einer Maßnahme als Co-Regulierung.

Wendet man die obigen Definitionsmerkmale auf die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) als anerkannte Einrichtung der freiwilligen Selbstkontrolle nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag an, so ist unschwer erkennbar, dass die Voraussetzungen der zum Zwecke der Studie erstellten Begriffsbestimmung erfüllt sind. Dies gilt im Übrigen nach den Ergebnissen der Untersuchung auch für die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK).

»Wendet man die obigen Definitionsmerkmale auf die FSF als anerkannte Einrichtung der freiwilligen Selbstkontrolle nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag an, so ist unschwer erkennbar, dass die Voraussetzungen der zum Zwecke der Studie erstellten Begriffsbestimmung erfüllt sind. Dies gilt im Übrigen nach den Ergebnissen der Untersuchung auch für die FSM, die FSK und die USK.«

Staat einen Spielraum für die nicht staatliche Seite eröffnet, mit dem eine *echte Arbeitsteilung* einhergeht. Dies kann, je nachdem, ob es sich um Normsetzung, -anwendung oder -durchsetzung handelt, verschiedene Formen annehmen. Verpflichtet sich eine staatliche Aufsichtsbehörde in ihrer Regulierung dazu, die jeweilige Fassung eines Code of Conduct der Marktteilnehmer zur Grundlage ihrer Überwachungsmaßnahmen zu machen, so kann man hierin eine solche Arbeitsteilung erblicken. Schließlich geht es darum, dass der Staat *Regulierungsressourcen* einsetzt, um die Zielerreichung der jeweiligen Maßnahme anzustreben. Dies kann vorliegen, wenn staatliche Unterstützung in Form finanzieller oder logistischer Mittel gewährt wird oder dergestalt auf die Ergebnisse des nicht staatlichen Regulierungsprozesses Einfluss genommen wird, dass ein Eintrittsrecht im Falle der Nichterreichung der angestrebten Ziele bzw. des geforderten Schutzniveaus vorgesehen ist.

In Italien hatten sich die Fernsehveranstalter Ende des Jahres 2002 auf einen *Code TV and Children* verständigt, der Regelungen zur Darstellung von Kindern und Jugendlichen in Fernsehsendungen enthält und insbesondere Sendezeitgrenzen für Programme festlegt, die die Entwicklung Minderjähriger beeinträchtigen können. Bereits in dieser ersten Phase wurde eine Aufsichtsinstanz geschaffen, der Überwachungsausschuss, dessen Mitglieder durch ministerielles Dekret, nach Abstimmung mit der Medienaufsichtsbehörde AGCom, ernannt wurden. Der Code sah eine Zusammenarbeit mit der Medienaufsicht vor, u. a. in Form der Anzeige von Verstößen gegen seine Bestimmungen. Durch ein Gesetz aus dem Jahr 2004 wurde die Teilnahme an dem System für alle Fernsehveranstalter verpflichtend, die Regelungen des Codes wurden in das Gesetz aufgenommen, Änderungen sind nur nach Zustimmung des Ministers für Kommunikation möglich, die dieser mittels eines Dekrets in Kraft setzt. Zudem wurde in dieser zweiten Phase der Entwicklung auch festgelegt,

dass die AGCom für die Anwendung und Durchsetzung des Codex zuständig ist und im Falle der Nichtbefolgung Sanktionen verhängen kann.

In Österreich gibt es, vor allem bezogen auf die Bewertung von und die Altersbestimmung für Kinofilme, mit der *Jugendmedienkommission* eine Einrichtung, die in ihrem komplexen Zusammenspiel mit den Regelungen der Bundesländer über den Zugang zu Kinovorführungen, d. h. der öffentlichen Darbietung von Filmen, ebenfalls als eine Co-Regulierungsmaßnahme eingestuft wurde (ähnlich der FSK). Es besteht für die Filmdistributoren die Möglichkeit, zu beantragen, dass eine Filmfreigabe durch die zuständigen staatlichen Stellen durch die Einstufung der Jugendmedienkommission ersetzt wird, was in der ganz überwiegenden Mehrzahl der Fälle positiv beschieden wird. Inzwischen nutzt auch der Österreichische Rundfunk die Kompetenz der Kommission.

In Spanien und Portugal haben sich die Fernsehveranstalter in jüngerer Zeit ebenfalls auf gemeinsame *Codices* zum Jugendschutz verständigt. Im ersten Fall war dies stark durch die öffentliche Aufregung über und die von staatlicher bzw. politischer Seite vehement geäußerte Kritik an der senderseitigen Programmierungspraxis motiviert. Vereinbart wurden im Jahr 2004 Regeln zu den Sendezeiten, die von der Entwicklung der Minderjährigen beeinträchtigenden Sendungen freizuhalten sind. In Portugal standen Maßnahmen zur Vermeidung der Darstellung von Gewalt im Vordergrund. Auf einen Vorschlag der Aufsichtsbehörde hin haben sich die privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender im Jahr 1997 auf einen Codex geeinigt, der eine signifikante Konkretisierung der gesetzlichen Bestimmungen beabsichtigte. Er enthält ferner die Vereinbarung auf einheitliche Piktogramme zur Kennzeichnung jugendbeeinträchtigender Sendungen, auf Aktionen zur Steigerung der Bekanntheit des Signalsystems, auf eine behutsame Herangehensweise bei der Bewerbung relevanter Sendungen durch Promotion-Spots und auf die verstärkte Bereitstellung programmbezogener Informationen, mit denen die elterliche Begleitung des Fernsehverhaltens der Minderjährigen erleichtert werden soll. Beide Systeme erfüllten jedoch aus verschiedenen Gründen nicht die Kriterien für Co-Regulierung.

Hingegen hat man es in Slowenien mit einem Jugendschutzsystem für das Fernsehen zu tun, das als Co-Regulierung gewertet wurde. Die Veranstalter des dualen Systems haben sich hier in einer *Vereinbarung* mit der Medienaufsichtsbehörde auf Kriterien zur Umsetzung der Jugendschutzbestimmungen des Massenmediengesetzes verständigt; dies schließt die Einigung auf (zwei) Piktogramme sowie die Klassifizierung der Sendungen und die nachfolgende Festlegung von Sendezeitgrenzen ein. Das Übereinkommen kam bemerkenswerterweise dadurch zustande, dass Beschwerden über pornographische Programme in Kabelfernsehtetzen zu einer Verbotsentscheidung des zuständigen Medieninspektors und einer „klarstellenden Entschließung“ des Parlaments in Bezug auf die Vorschriften im Gesetz führten. Es ging also um die Grenzen zur Festlegung absolut unzulässiger Angebote, weniger lag eine Diskussion um (einfach) entwicklungsbeeinträchtigende Sendungen zugrunde.

Ergebnis

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass in einigen Mitgliedstaaten bereits Co-Regulierungssysteme bestehen, die zur Sicherung des Schutzes Minderjähriger vor schädlichen Inhalten in den Medien beitragen. Ferner, dass sich die Co-Regulierung vornehmlich den Zielen zuwendet, die die künftige Empfehlung formuliert, namentlich die Erstellung von Codices und die Verwendung von Piktogrammen. Es fehlt jedoch bislang an einer europaweiten Zusammenarbeit der Einrichtungen zur Selbstkontrolle im Fernsehbereich. Über die Effektivität der bestehenden Co-Regulierungssysteme soll der Endbericht der Studie Auskunft geben.

»Zusammenfassend lässt sich sagen, dass in einigen Mitgliedstaaten bereits Co-Regulierungssysteme bestehen, die zur Sicherung des Schutzes Minderjähriger vor schädlichen Inhalten in den Medien beitragen.«

Rechtsanwalt Alexander Scheuer ist Geschäftsführer und Mitglied des Direktoriums des Instituts für Europäisches Medienrecht e. V. (EMR), Saarbrücken/Brüssel.



Nach Erfurt zu heikel?

Dear Wendy von Thomas Vinterberg thematisiert Waffenfaszination und Waffenkult unter Jugendlichen – und ist in Deutschland für Jugendliche nicht zugänglich

Claudia Mikat

Auf der Konferenz der europäischen Filmprüfstellen, die am 27. und 28. Oktober 2005 in London stattfand, wurde der Film *Dear Wendy* (DK/D/F/GB 2005) diskutiert. Einigkeit bestand darüber, dass die in dem Film betriebene Glorifizierung von Waffen unter Jugendschutzgesichtspunkten ein Problem darstellt. Der Umgang mit dieser Einsicht machte jedoch einmal mehr die Unterschiede deutlich: Während die einen den Film für geeignet hielten, um bei Jugendlichen das Thema „Gewalt“ anzusprechen, fürchteten andere, die Botschaft des Films könnte missverstanden werden, und verwehrten ihm die Jugendfreigabe. Vielleicht auch aus Angst vor der öffentlichen Meinung?

Anmerkung:

¹
<http://www.fsf.de/fsf2/international/decisions/decisions.php>

Filme werden in den einzelnen europäischen Ländern zuweilen mit recht unterschiedlichen Altersfreigaben versehen. Je nach religiösem und kulturellem Hintergrund reagiert man sensibler auf Darstellungen von Gewalt oder Sexualität, misst der Sprache unter Jugendschutzgesichtspunkten eine andere Bedeutung bei, schätzt die Kombination von Action und Humor als entlastend oder gewaltverharmlosend ein. In manchen Ländern sind die Freigaben grundsätzlich bindend, in anderen bei Begleitung durch die Eltern variabel, in wieder anderen reine Produktinformation. In vielen Ländern ist 15 oder 16 die höchste Altersstufe im Jugendschutz; hierzulande kann der Zugang auch für Jugendliche unter 18 Jahren ausgeschlossen werden. Im europäischen Kontext sind die deutschen Regelungen relativ streng. Dies zeigt auch der Vergleich von Filmfreigaben in Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Österreich und Schweden, den *tv diskurs* seit 1997 veröffentlicht und der auf der FSF-Webseite abgerufen werden kann.¹ Allein Großbritannien ist restriktiver, zumindest wenn es um das 18er-Kennzeichen geht: Von den bis Oktober 2005 ausgewählten 392 Filmen erhielten in Großbritannien 66, in Deutschland 25 keine Jugendfreigabe.

Vor allem im Hinblick auf Sexualthemen und -darstellungen erweist sich die Bewertung des britischen BBFC (British Board of Film Classification) als überaus konservativ. So lassen die Kriterien für Kinder – zu denen al-

le unter 16-jährigen Briten zählen – lediglich Nacktheit und angedeutete Sexszenen zu. Eine Freigabe ab 16 Jahren aber gibt es in Großbritannien nicht, zwischen 15 und 18 Jahren ist keine Differenzierung vorgesehen. Deshalb können Filme mit expliziteren Bildern, die in Deutschland problemlos eine Freigabe ab 16 Jahren erhalten, in England nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden. Beispiele sind etwa *Eyes wide Shut* von Stanley Kubrick (USA/GB 1999) oder *In the Cut* von Jane Campion (AUS/USA/GB 2003).

Auch Drogen sind in Großbritannien ein sensibles Thema. Werden Drogen in einem Film konsumiert, ohne dass dies eindeutig eine kritische Aufarbeitung im Kontext erfährt, wird eine Freigabe ab 15 Jahren nicht erteilt. Trotz kritischer Gesamtaussage in Bezug auf Drogen hat etwa *Traffic* von Steven Soderbergh (D/USA 2000) in Großbritannien eine Freigabe ab 18 Jahren (in Deutschland ab 16 Jahren) erhalten, ebenso wie *Blow* von Ted Demme (USA 2001), die tragische Biographie eines am Ende gebrochenen Drogendealers (gespielt von Johnny Depp), die in Deutschland sogar eine Freigabe ab 12 Jahren erhielt. Auch im Gewaltbereich gibt es Beispiele für das strengere Votum der Briten, wenngleich die Freigaben sich hier eher annähern. Eine Freigabe ab 15 Jahren in England verbietet etwa das Ausspielen von Verletzungen und Schmerzen – was wesentlicher Grund für die 18er-Freigabe von Filmen wie *Die Passion Christi*

von Mel Gibson (USA 2004) oder *Gangs of New York* von Martin Scorsese (USA/D/I/GB/NL 2002) gewesen sein dürfte, die in Deutschland aufgrund der Einbettung der Gewaltszenen in den religiösen bzw. historischen Kontext unter die 16er-Kategorie fallen. In anderen Fällen sind sich Briten und Deutsche einig: Filme wie *From Dusk till Dawn* (USA 1996), *Hannibal* (GB/USA 2001), *Kill Bill Vol. 1* (USA 2003), *Saw* (USA 2004), *Sin City* (USA 2005) oder *A History of Violence* (USA 2005) erhielten in beiden Ländern keine Jugendfreigabe.

Dass ein Film in Großbritannien ab 15 Jahren freigegeben wird und in Deutschland keine Jugendfreigabe erhält, kommt selten vor – von den seit 1997 in *tv diskurs* dokumentierten 75 18er-Freigaben nur sieben Mal. Interessanterweise lassen sich fast alle diese Filme dem Horror- und Thrillergenre zuordnen – die konkreten Beispiele zeigen, dass offenbar der phantastische Kontext der Gewalt- und Horrorszenen wie auch z. T. Ironie und Humor von den Briten als relativierend eingeschätzt und anders gewichtet werden als von den Deutschen: *Blade Trinity* (USA 2004), *Starship Troopers* (USA 1997), *Land of the Dead* (CAN/F/USA 2005), *Halloween Resurrection* (USA 2002), *House of Wax* (AUS/USA 2005) und *Dämonisch* (USA 2001). Interessant ist auch die einzige Ausnahme: das Drama *Dear Wendy* von Thomas Vinterberg (DK/D/F/GB 2005) nach einem Drehbuch der dänischen Dogma-Koryphäe Lars von Trier.

Pazifistischer Waffenkult: *Dear Wendy*

Der Rahmen ist ein Abschiedsbrief: „Dear Wendy“, schreibt der Jugendliche Dick und möchte die Geschichte der gemeinsamen Beziehung aus seiner Sicht erzählen: Schon immer lebt Dick am Electric Park Square in Estherslope, einem Bergbauort irgendwo im amerikanischen Südosten. Er ist ein dickköpfiges Kind, das sich weigert, in der Mine zu arbeiten wie sein Vater und nahezu jeder andere im Ort. Die Haushälterin Clarabelle kümmert sich um Dick. Sie kauft ihm stets den Schokomuffin, den er so gerne mag. Sie glaubt an seine Phantasie, daran, dass er eines Tages Ideen haben wird, die die Welt verändern. Und ihr ist es zu verdanken, dass Dick und Wendy sich begegnen. Clarabelle überredet Dick, ein Geburtstagsgeschenk für ihren Enkel Sebastian zu kaufen. Dick erwirbt eine vermeintliche Spielzeugpistole, einen altertümlichen Damenrevolver mit Perlmuttergriff. Er behält sie – und schon bald fühlt sie sich gut an in seiner Hosentasche. Wenig später wird er sie „Wendy“ taufen. Trotz seiner pazifistischen Überzeugung fühlt Dick sich zu der Waffe hingezogen. In dem Einzelgänger Stevie findet er einen Gleichgesinnten. In einem stillgelegten Schacht machen die beiden die ersten Schießübungen, geben ihren Waffen Namen, erzählen sich deren persönliche Geschichte. Dick und Stevie verändern sich. Sie können



anderen in die Augen sehen, drücken sich nicht mehr verstoßen am Rande des Electric Park herum, wenn die ‚wirklichen‘ Männer aus der Mine kommen, sondern haben sich den Platz zurückerobert.

Ihre Idee wollen Stevie und Dick mit den anderen Verlierertypen in Estherslope teilen: Susan, die schlecht riecht und keine Brüste hat; der beinlose Huey und sein naiver Bruder Freddie, der in der Schule ständig verprügelt wird. Sie lassen sich auf ein soziales Experiment ein, das Waffenkult und Pazifismus verbindet und ihnen helfen soll, zu werden, was sie wirklich sind. Die „Dandies“ nennt sich die Gruppe, kreiert ein geheimes Erkennungszeichen, entwickelt Rituale, die ähnlich einer Hochzeitszeremonie die Waffen und ihre Träger miteinander vereinen. Ein ungenutzter Minenbau wird zu ihrem Tempel. Nur hier dürfen sie ihre Waffen benutzen, aber – um sie nicht ‚aufzuwecken‘ – niemals mit ihnen auf Menschen zielen. Die wahre Bestimmung der Waffe wird geleugnet, das Wort „töten“ durch „lieben“ ersetzt. Alle gewinnen an Selbstbewusstsein und an ‚Größe‘: Susans Brüste wachsen, Huey hat endlich mit einem Mädchen geschlafen, und Dick ist so vertraut mit Wendy, dass er mit verbundenen Augen aus der Hüfte ins Schwarze trifft. In mythologischen Westernkostümen, ihren Paradeuniformen, feiern die Jugendlichen sich selbst.

Dann tritt der verhasste Sebastian wieder in Dicks



Leben und stellt die Ideale der „Dandies“ in Frage. Dicks Eifersucht regt sich, als Sebastian Wendy in die Finger bekommt und an ihr herumspielt, mit ihr „flirtet“. Susan bestätigt seine Befürchtungen, findet Sebastian hinreißend und sexy. Als Dick im Zweikampf unterliegt, Wendy sich ihm verweigert, während Sebastian mit ihr ins Schwarze trifft, wendet Dick sich enttäuscht von Wendy und den „Dandies“ ab.

Wieder ist es Clarabelle, die Einfluss nimmt auf Dicks Geschehe. Die alte Dame hat Angst, die Straße zu überqueren. Um zu beweisen, dass er und die „Dandies“ wieder erstarkt sind, schlägt Dick ein Manöver vor, will für zwei Minuten den Marsch von Clarabelle über den Platz absichern. Doch das Vorhaben wird der Gruppe zum Verhängnis. Durch ein Missverständnis eskaliert die Situation, die Jugendlichen sterben im Kugelhagel der Polizei. Dicks letzter Wunsch wird von Sebastian erfüllt: dass es Wendy sein möge, seine Freundin, die ihm die tödliche Wunde verpasst.

Glorifizierung von Waffen oder Gewaltkritik?

Dear Wendy wurde auf der diesjährigen Konferenz der europäischen Filmprüfstellen in London diskutiert. Neben den genannten Freigaben des Films – ab 18 Jahren in Deutschland und ab 15 Jahren in Großbritannien – gab es in anderen Ländern, sofern der Film den zuständigen Stellen bereits vorlag, Freigaben ab 15 oder ab 16 Jahren: so in Dänemark und Schweden (ab 15), in den Niederlanden, Irland oder der Schweiz (ab 16). Im liberalen Frankreich wurde *Dear Wendy* ab 12 Jahren freigegeben, allerdings mit der Warnung, dass der Film für sensible Zuschauer aufgrund der Rolle, die Waffen spielen und der sehr gewalthaltigen finalen Szene, nicht geeignet sein kann.

Bei allen Unterschieden im Ergebnis sind die Fragen, die sich zu *Dear Wendy* aus Jugendschutzsicht stellen, in den Ländern ähnlich. Das grundlegende Problem ist die Glorifizierung von Waffen durch die zentralen Protagonisten und eine gegenläufige Botschaft: dass die Beschäftigung mit Waffen beinahe zwangsläufig zu ihrer todbringenden Anwendung führt. Welcher dieser Aspekte in den Wirkungsvermutungen stärker gewichtet wird, hängt im Wesentlichen davon ab, inwieweit Jugendlichen zugetraut wird, das Geschehen zu verstehen.



Dass der Film Ansätze für Kritik am Waffenkult bietet und sich für eine Diskussion mit Jugendlichen eignen könnte, sieht auch die deutsche FSK. Die Ausschüsse – *Dear Wendy* lag dem Arbeits- und einem Hauptausschuss vor – befürchteten aber auch, dass einige Jugendliche die libidinöse Waffenbeziehung derart missverstehen könnten, dass sich ihre Bereitschaft erhöht, bei der eigenen Identitätssuche ebenfalls auf Waffen zu vertrauen. Andere betonen die kritische Gesamtaussage gegen Waffengebrauch, Waffenbesitz und Waffenkult. Schließlich steht am Ende der Tod, müssen die Hauptfiguren in einem lang ausgespielten Schusswechsel sterben. Doch auch diese blutige Schlusssequenz wird ganz unterschiedlich interpretiert. Die FSK sieht in der Szene die Ästhetisierung und Glorifizierung eines Helden- und Märtyrertodes – und damit die waffenkritischen Züge des Films relativiert. Dagegen steht der Eindruck einer unbarmherzigen Hinrichtung mit emotional belastenden Details wie etwa Röntgenaufnahmen der eindringenden Kugeln oder Bildern der aufgebahrten toten Jugendlichen.

In der Londoner Diskussionsrunde ist man sich weitgehend einig, dass *Dear Wendy* Jugendlichen ab 15 oder 16 Jahren zugemutet werden kann, die drastischen Bilder der Schlusssequenz aber gegen eine frühere Freigabe sprechen.

Für Sue Krasner, Psychologin und Beraterin des BBFC, ist dabei wesentlich, dass die Charaktere im vorliegenden Fall nicht zur Identifikation einladen, wenngleich es emotional Anknüpfungspunkte mit den sympathischen Einzelgängern, Verlierern und Unterdrückten gibt. Je mehr die Geschichte aber ins Absurde abgleitet, bis die Jugendlichen am Ende wegen eines Päckchens Kaffee ein Blutbad anrichten, umso distanzierter nimmt man die Figuren wahr. Die 17-jährigen Katie, Becky, Al und Richard, die in Großbritannien den Film sahen und auf der Tagung mitdiskutieren, bestätigen die eher distanzierte Rezeption. Richard verweist auf die satirischen Momente des Films, die Nahaufnahmen der Waffen etwa, zu denen die Protagonisten ein erotisches Verhältnis haben. Überhaupt wird vielfach die Distanz schaffende Machart des Films genannt. *Dear Wendy* ist durch und durch schematisch, hochartifizial und wenig alltagsnah.

Becky glaubt insgesamt nicht, dass unter ihren Altersgenossen jemand so sein möchte wie die Typen im Film, die keine Brüste oder keine Freunde haben; da orientiere man sich eher am Mainstream, an den Schönen, Beliebten und Erfolgreichen. Die vier Schülerinnen und Schüler der angesehenen Londoner Queen Mary's School dürften allerdings auch nicht zu den anfälligen oder sogenannten „gefährdungsgeneigten Jugendlichen“ gehören, auf die die FSK in ihrer Entscheidungsbegründung abhebt: Jugendliche ohne Perspektive, die ihre Misere in den Filmfiguren gespiegelt und den Besitz von Waffen wie auch



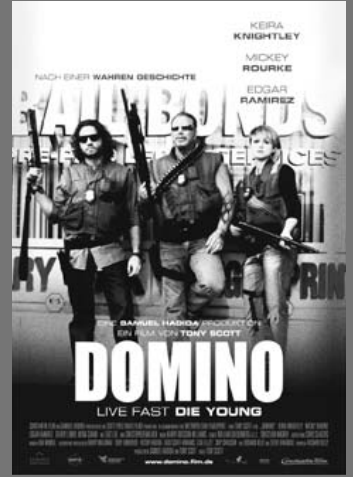
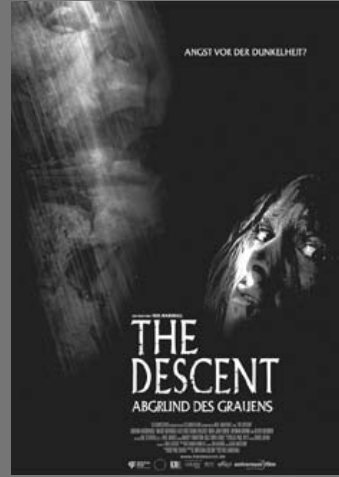
den Tod durch Waffen anziehend finden könnten. Menschen wie Robert Steinhäuser, Eric Harris oder Dylan Klebold?

Jack Sanger, Gastprofessor an den Universitäten von East Anglia und Innsbruck, stellt die in diesem Zusammenhang spannende Frage, wen wir bei den Filmprüfungen eigentlich im Blick haben: die breite Masse von Kindern und Jugendlichen oder wenige Einzelgänger und Außenseiter? Eltern oder die Öffentlichkeit? David Cooke, Direktor des BBFC, gibt zu, dass in der Diskussion über *Dear Wendy* auch eine Freigabe ab 12 Jahren erwogen, aber wegen der öffentlichen Reaktion verworfen worden war. Gunnel Arrbäck vom schwedischen Statens biografbyrå lehnt es dagegen strikt ab, die öffentliche Wahrnehmung und die erwartete Resonanz in der Bevölkerung bei den Filmprüfungen zu berücksichtigen.

Die Verweigerung der Jugendfreigabe in Deutschland wird in der Londoner Runde gemeinhin als „overprotecting“ empfunden. Die Botschaft sei klar, der Film wolle etwas sagen – und deshalb sollte er auch Jugendlichen zugänglich sein, finden die Schüler Richard und Al. Jack Sanger jedenfalls wünscht sich im Sinne von Kindern und Jugendlichen eher Debatten über zu liberale als über zu strenge Freigaben. Schließlich bringe es die Entwicklung nicht voran, keinerlei Risiken mehr einzugehen. Dass *Dear Wendy* in diesem Sinne, als intellektuelle Herausforderung, die Entwicklung von Jugendlichen stark befördern wird, kann man indes bezweifeln. Die anwesenden Jugendlichen sind sich in noch einem Punkt einig: *Dear Wendy* gehört nicht zu den Filmen, die sie sich in ihrer Freizeit angeschaut hätten.

Claudia Mikat ist hauptamtliche Vorsitzende in den Prüfungsausschüssen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).





Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

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

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

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. A History of Violence OT: A History of Violence	18	16	16	18	12	15	15
2. Die Chroniken von Narnia: Der König von Narnia OT: The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch & the Wardrobe	6 g. F.	12	10	P. G.	o. A.	11	11
3. The Descent – Abgrund des Grauens OT: The Descent	18	16	16	18	16	—	15
4. Domino OT: Domino	16	16	16	15	12	15	15
5. Doom – Der Film OT: Doom	18	16	16	15	12	15	15
6. Der Exorzismus von Emily Rose OT: The Exorcism of Emily Rose	12	16	14	15	12	—	15
7. Flightplan – Ohne jede Spur OT: Flightplan	12	12	12	12A	o. A.	11	11
8. Harry Potter und der Feuerkelch OT: Harry Potter and the Goblet of Fire	12	12	10	12A	o. A.!	11	11
9. King Kong OT: King Kong	12	12	12	12A	o. A.!	11	11
10. Tim Burton's Corpse Bride – Hochzeit mit einer Leiche OT: Tim Burton's Corpse Bride	6	6	6	P. G.	o. A.	7	7
11. Vier Brüder OT: Four Brothers	16	12	16	15	12	15	15
12. Wächter der Nacht OT: Nochnoi dozor	16	16	12	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
 ! = Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen
 g. F. = geschnittene Fassung

Filmbildung in der Schule – auf der Suche nach neuen Wegen

Klaus-Dieter Felsmann

Klaus-Dieter Felsmann berichtet im Zusammenhang mit der Tagung „film kreativ“, dass „neue Wege in der schulischen Filmbildung“ leider doch noch nicht entdeckt wurden.

Angesichts des in den letzten Jahren zu bemerkenden erfreulichen Aufschwungs bei der Förderung von Filmkultur und Filmkompetenz stellten die Veranstalter der Tagung „film kreativ“¹ fest, dass dies „teilweise noch sehr stark an cineastischen Interessen ausgerichtet“ sei und von daher der „filmpädagogische Aspekt stärker in den Fokus der Aufmerksamkeit“ gerückt werden müsse.

Die Pädagogische Hochschule Ludwigsburg hat sich auf dem Gebiet der Medienkompetenz in den letzten Jahren sehr verdient gemacht.² Auch das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg nimmt im Vergleich zu ähnlichen Einrichtungen in Deutschland eine Ausnahmestellung ein.³ Beides sind beste Referenzen, um von einer von diesen Einrichtungen veranstalteten Tagung zum Thema „Film und Schule“ signifikante Impulse zu erwarten. Diese Erwartungshaltung verstärken noch die Aufsätze, die sich in einer Publikation zu einer vorausgegangenen Tagung am gleichen Ort im Jahr 2003 zum Thema „Medien – Bildung – Religion“⁴ finden.

Hier heißt es etwa in der Einleitung: „Die Medien sind offensichtlich in unseren westlichen Gesellschaften sowohl für die Kultur insgesamt als auch für das Individuum in dieser Kultur so wichtig geworden, dass sie Funktionen wahrnehmen, die früher oder in anderen Kulturen von den Religionen wahrgenommen wurden bzw. werden. Zum Beispiel sorgen sie in beträchtlichem Ausmaß für den gesell-

schaftlichen Zusammenhalt im postmodernen Pluralismus, indem sie nahezu allen Menschen weltanschauliche und ethische Orientierung vermitteln.“⁵

Welch eine gewaltige Herausforderung ergibt sich allein aus dieser Feststellung sowohl für die inhaltliche als auch für die methodische Gestaltung von Lernprozessen?

Doch betrübt zog der Betrachter am 3. Dezember 2005 nach Abschluss jener Tagung vom grauen Campus der Pädagogischen Hochschule. „film kreativ“ hatte so gut wie keine seiner Erwartungen erfüllt. Die angekündigten „neuen Wege in der schulischen Filmbildung“ erwiesen sich als ein Mosaik sattsam bekannter Pfade, der außerschulische Bereich war – wäre man Pessimist, könnte man dies fast schon als ein böses Omen sehen – wieder in der Ecke, aus der er sich vor fünf Jahren ganz langsam herausbewegt hatte. Aus unerklärlichen Gründen hatte man gänzlich auf theoretische Erörterungen, die eventuell einen konzeptionellen Anspruch verdeutlicht hätten, verzichtet. Es gab ein Kaleidoskop unterschiedlichster Praxisbeispiele, die in ihrer Gesamtheit aber nicht die Pluralität der möglichen Methoden abbildeten. Immerhin machte Björn Maurer, Absolvent der PH und Lehrer an einer Hauptschule, deutlich, dass es bei moderner Filmbildung immer um eine subjektorientierte Form der Bildung gehen sollte. Ähnlich wie Maria Weyer vom Medienzentrum Wiesbaden folgte er dabei allerdings fast ausschließlich

handlungsorientierten Methoden, die vorwiegend eine sinnliche Auseinandersetzung mit dem Filmerlebnis stimulieren sollen. Während Weyer hierbei eher auf die Aufnahme von positiven Impulsen setzt, indem sie Mal- oder Tanzaktivitäten in Bezug zum Filmerlebnis initiiert und damit zunächst den immer zu beachtenden Unterhaltungsaspekt bei der Beschäftigung mit Spielfilmen ausdrücklich betont, geht es Maurer – warum auch immer – eher um eine „Entmystifizierung“ des Mediums Film. Beides sind spielpädagogische Ansätze, die bei der Arbeit mit jüngeren Kindern sicherlich ihre Berechtigung haben, doch wenn man hierbei den diskursiven Aspekt völlig außer Acht lässt, nimmt man sich die Chance, zu eben jenen Sinnfragen vorzudringen, die Filme als modellhafte Gestaltung von Leben nicht nur in religiöser Hinsicht beinhalten und nach denen nicht nur Kinder und Jugendliche vor der Leinwand und an den Bildschirmen suchen.

Wenn es um Filmbildung geht, muss es zuerst um die Filmwirkung auf jeden einzelnen Rezipienten gehen. Da hierbei aber jeder seine subjektiven Erfahrungen und Befindlichkeiten einbringt und sich nur darüber Wirkung einstellt, heißt das zwangsläufig, dass es eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Impulse innerhalb einer Zuschauergruppe gibt. Die Kunst des Lehrenden besteht nun darin, diese Unterschiedlichkeit bewusst zu machen und daraus möglichst einen produktiven Diskurs abzuleiten. Eine solche Differenzierung gehört aller-



Kommt im Geschichtsunterricht zum Einsatz:
Napola – Elite für den Führer

dings nicht zur Grundtugend der deutschen Schule. Im vielbeschworenen PISA-Vergleich wurde u. a. deutlich, dass das individuelle Möglichmachen von Lernprozessen hierzulande weniger ausgeprägt ist als in den meisten anderen weitaus erfolgreicheren Ländern. Bemerkenswerterweise steht dies aber nicht im Mittelpunkt der entsprechenden Diskussionen. Doch gerade hierbei kann der Film wegen seiner spezifischen Wirkungsmechanismen ungemein anregend sein. Auf solcherlei Zusammenhänge machte die Tagung in Ludwigsburg jedoch kaum aufmerksam. Selbst die neuen Bildungspläne Baden-Württembergs, die in einem komplexen und sehr modernen Sinn zwar langfristige Bildungsziele genau festschreiben, den Weg zum Erreichen dieser aber weitgehend der Kreativität der jeweiligen Lehrer überlassen, wurden auf der Tagung nicht hinsichtlich ihrer Chancen für einen neuen Umgang mit dem Film in der Schule interpretiert. Wolfgang Anritter vom Kreismedienzentrum Pforzheim, immerhin ein seit Jahrzehnten für das Medium in der Schule tapfer streitender Mann, bemängelte bei seiner entsprechenden Analyse nur die seiner Meinung nach zu geringe Erwähnung von Filmbildung, statt gerade in den Freiräumen die eigentliche Chance und vielleicht auch die Notwendigkeit für selbige zu erblicken.

Wenn Hans Helwerth vom Landesmedienzentrum Stuttgart mit Blick auf den Geschichtsunterricht den Spielfilm *Napola – Elite für den*

Führer (D 2004) von Dennis Gansel zur Veranschaulichung einer speziellen Form von nationalsozialistischer Indoktrination einsetzt und dies noch mit einer filmischen Rarität, einem original NS-Propagandafilm für solcherlei Schulen, kombiniert, so ist das für den unmittelbaren Zweck sicherlich eine sehr schöne Methode. Gleichzeitig wird in solcher Begrenzung aber nicht nur die Chance vertan, eine wichtige Auseinandersetzung über die Rolle des Einzelnen in der Geschichte überhaupt zu führen, sondern es wird auch ausgeblendet, dass möglicherweise die Schüler in den gezeigten Szenen etwas ganz anderes sehen als der Lehrer. Die Hauptfigur Friedrich Weimer hat eine einmalige Chance zum sozialen Aufstieg. Die Frage ist, welchen moralischen Preis er bereit ist, dafür zu zahlen. Das ist ein zeitloses Thema, das heute nicht nur Jugendliche umtreibt, die bei „Lidl“ Karriere machen wollen. Unter diesem Gesichtspunkt drängt der Einsatz eines solchen Films gerade zu einer fächerübergreifenden Auswertung. Ja, er könnte diese im Sinne aktueller Herausforderungen an Bildung geradezu stimulieren und strukturieren. Hierfür braucht man allerdings Konzepte, die z. B. auch Bildungseinflüsse außerhalb der Schule berücksichtigen. Will man „neue Wege in der schulischen und außerschulischen Filmbildung“ finden, muss man darüber nachdenken. Dies geschieht sicherlich an der Pädagogischen Hochschule in Ludwigsburg, bei der Fachtagung hat man davon jedoch leider wenig gemerkt.

Anmerkungen:

- 1 Die Veranstalter der Tagung waren die PH Ludwigsburg, das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg und das Evangelische Medienhaus Stuttgart.
- 2 Vgl. Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik. Unter: www.ph-ludwigsburg.de
- 3 Vgl. [Mediaculture-online](http://www.mediaculture-online.de). Unter: www.mediaculture-online.de
- 4 Vgl. **Pirner, M. L./Breuer, T. (Hrsg.):** *Medien – Bildung – Religion. Zum Verhältnis von Medienpädagogik und Religionspädagogik in Theorie, Empirie und Praxis.* München 2004
- 5 Vgl. ebd., S. 11

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




Kriegs- und Krisenjournalismus

Abwägen zwischen Information, Emotionalisierung und Sensationslust

Kriege und Katastrophen sind allgegenwärtig, auch wenn sie kaum einer von uns jemals am eigenen Leibe miterlebt hat. Unser Wissen über das Schreckliche in der Welt – ob nun von Menschen, den Naturgewalten oder durch technisches Versagen verursacht – ist allerdings durch die audiovisuellen Medien so groß und so aktuell wie niemals zuvor. Unvergessen sind die Bilder vom Einsturz der beiden Türme des World Trade Centers in New York am 11. September 2001, die wir im gemütlichen deutschen Wohnzimmer zeitgleich miterleben konnten. Im zweiten Golfkrieg waren wir beim Kampf der USA gegen das Regime Saddam Husseins ebenfalls live dabei: Die Augen und Ohren der Journalisten sowie ihre Kameras waren für uns stellvertretend vor Ort, moderne Kommunikationstechnik transportierte ihre Eindrücke sekundenschnell in alle Welt.

Was treibt einen Menschen dazu, als Berichterstatter in Krisen- oder Kriegsgebieten zu arbeiten und damit nicht zuletzt das eigene Leben zu riskieren? Was weiß er über die Ursachen kriegerischer Konflikte, wie kann er sein Wissen vermitteln? Welche Interessen vertritt er, wie objektiv kann er sein, wie abhängig ist er von den jeweiligen kriegführenden Parteien? Und: Wie realistisch grausam sollen die Bilder sein, damit einerseits das Geschehen nicht verharmlost wird, andererseits jedoch ethische Schwellen in der Darstellung nicht überschritten werden?

Was ist demgegenüber mit den Zuschauern: Erhalten sie ein neutrales, realistisches Bild aus dem Kriegsgebiet? Wie gehen sie mit dem Schrecklichen um, das sie über die Medien erfahren? Müssen sie angesichts der Flut grausamer Bilder zwangsläufig abstumpfen oder werden sie durch die Nähe zu realer Gewalt traumatisiert? Wie lässt es sich verarbeiten, wenn man beim Frühstück am zweiten Weihnachtstag 2004 erfährt, dass eine Flutwelle im Indischen Ozean soeben Tausende von Menschen getötet hat? Und: Welche Folgen hat die Berichterstattung für die Einstellung der Menschen gegenüber dem Krieg oder Katastrophen?



Aus einer dritten Perspektive lässt sich fragen: Welchen Einfluss hat die Berichterstattung auf die Politik der kriegführenden Parteien und damit auf den Krieg selbst? Könnten die Medien Kriege verhindern oder den Friedensprozess beschleunigen, wenn sie bereits im Vorfeld objektiv und sachlich über bestehende und eskalierende Konflikte berichteten? Können sie die Bevölkerung derart gegen den Krieg mobilisieren, dass sich die Politik stärker um den Frieden bemüht? Oder sind sie selbst nur Spielball politischer Interessen, ohne etwas zu bewirken?

Das Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, unterstützt vom Roten Kreuz Österreich, dem ORF und der FSF, hat zu diesen Fragen verschiedene grundlegende Untersuchungen durchgeführt. Die Ergebnisse wurden auf einer Tagung vorgestellt und diskutiert, die vom 29. bis 30. November 2005 in Wien stattfand. *tv diskurs* hat einige Referenten gebeten, ihre Positionen und Ergebnisse für das diesmalige Titelthema vorzustellen.

Politik, Medien, Politik

Nachrichten in kriegführenden Ländern zeigen nur eigene Opfer

Demokratisch organisierte Gesellschaften, so eine verbreitete These, lehnen es ab, sich in einen militärischen Konflikt einzumischen, es sei denn, die Politik nennt dafür gute Gründe: Der Gegner, ein böser und grausamer Diktator, plant beispielsweise einen Angriff, der abgewendet werden muss. Die Medien müssen die Bevölkerung von dieser Politik überzeugen. Welche Rolle spielen sie dabei? Sind sie generell kriegskritisch oder eher patriotisch eingestellt? Kontrollieren sie die Politik oder sind sie deren Komplize? Dr. Gadi Wolfsfeld, Professor für Politik an der Universität in Jerusalem, beschäftigt sich mit der Frage in seiner Studie: *Media and the path to peace*.¹ tv diskurs sprach mit ihm.

Anmerkung:

¹ Wolfsfeld, G.: *Media and the path to peace*. Cambridge 2004



Wem dienen die Medien: dem Krieg oder dem Frieden?

Ich meine, dass die Medien eher dem Krieg als dem Frieden dienen. Der Krieg ist ein natürlicher Inhalt für die Nachrichtenmedien. Die Medien sind an dramatischen Ereignissen interessiert, und Frieden ist eher langweilig. Die Medien sind an aufregenden Ereignissen interessiert, und Frieden ist ein langwieriger Prozess. Die Nachrichten wenden sich einseitig an die Nation, und der Frieden verlangt nach Verständnis für die Probleme der anderen Seite. Das passt nicht zusammen. Deshalb sind die Möglichkeiten der Medien, für den Friedensprozess eine positive Rolle zu spielen, relativ gering. Die Medien betonen die Unterschiede, sie verstärken den gegenseitigen Hass.

Die deutschen und französischen Medien haben die Behauptung der USA, der Irak besitze Massenvernichtungswaffen, immer sehr in Zweifel gezogen. Sie haben sich keineswegs allein auf die Seite der USA, mit denen beide Staaten immerhin verbündet sind, gestellt, sondern vielmehr in der Bevölkerung eine starke Haltung gegen den Krieg erzeugt.

Na ja, da ging es auch um den Krieg anderer. Das ist einfacher. Es geht aber nicht um die Frage, wie die Medien Kriege anderer beurteilen, sondern es geht mir um die Medien der Kriegsparteien. Es ist richtig, dass die deutschen Medien den Irakkrieg mehrheitlich nicht mochten. Aber das hatte nicht den geringsten Einfluss auf die Politik von George W. Bush. Was Einfluss auf Bushs Politik gehabt hätte, wären die amerikanischen Nachrichtenmedien gewesen. Meine Frage ist: Erleichtern es die Medien eines Landes, das in einen Konflikt involviert ist, mit der anderen Seite Frieden zu schließen oder machen sie die Lösung des Konflikts schwieriger? Nehmen Sie den ersten Golfkrieg. Damals war Deutschland beteiligt, nicht durch Truppen, aber Deutschland stand auf der Seite der Amerikaner und hat diese finanziell unterstützt. Deshalb wurden die Iraker als Feinde dargestellt. Es gab keine ausgewogene Berichterstattung. Über Kriege zu berichten, an denen das eigene Land beteiligt ist, ist etwas anderes, als wenn es um die Kriege anderer geht.

Mussten die amerikanischen Medien für den Irakkrieg sein, weil Bush das so wollte?

Nein, das nicht. Aber als es in den USA darum ging, sich militärisch in Konflikte einzuschalten und sich ein Konsens in der Politik für eine Intervention herausbildete, haben die Medien diesen Konsens nicht kritisch reflektiert, sondern ihn verstärkt. Das war beim Vietnamkrieg so, beim ersten Golfkrieg und auch beim Irakkrieg. Erst wenn der Konsens zu bröckeln beginnt,



was damals beim Vietnamkrieg der Fall war und was sich jetzt allmählich gegenüber dem Irakkrieg wiederholt, beginnen die Medien, beide Seiten darzustellen und Argumente gegen den Krieg aufzuzeigen. Erst ab einem bestimmten Punkt, so wie wir es jetzt in den USA erleben, wenn sich immer mehr die Meinung durchsetzt, dass der Krieg ein Fehler war, verlassen auch die Medien den Konsens. Was mir in diesem Zusammenhang aufgefallen ist: Die Medien vertreten selten die Meinung, dass ein Krieg falsch ist, sondern sie stellen in den Vordergrund, dass er zu viel kostet, womit vor allem Verluste an Menschenleben gemeint sind. Die Medien kritisieren ihr eigenes Land auch deshalb nicht aus einer moralischen Perspektive, weil die Rezipienten das nicht mögen. Die Rezipienten wollen nicht, wenn die Medien klar machen, dass ein Krieg aus eigennützigen Motiven geführt wird und nicht, um zu helfen. Der Grund, warum Israel Ariel Sharon unterstützt, ist nicht der, dass man sich um die Palästinenser sorgt, sondern weil man glaubt, Sharons Politik sei besser für Israel.

Kann die Politik einen Krieg führen, wenn die Medien des eigenen Landes dagegen sind?

Die Medien entwickeln ihre politische Ausrichtung nicht unabhängig von der öffentlichen Meinung. Die Medien reagieren auf die öffentliche Meinung. Wenn die beiden politischen Parteien in den USA den Irakkrieg unterstützen, müssen die Medien ihn auch unterstützen. Wenn die Medien einen Krieg nicht unterstützen, den die Bevölkerungsmehrheit will, verlieren sie ihre Ver-



breitung und die Journalisten ihren Job. Also liegt es im Geschäftssinn der Medien, einen Krieg zu unterstützen, vor allem am Anfang. Jeder will, dass die Presse patriotisch ist und die Truppen unterstützt. Wenn sie damit aufhören, dann nicht, weil sie eingesehen haben, dass die Unterstützung falsch war, sondern weil verhindert werden soll, dass man noch mehr Truppen verliert.

Welche Voraussetzungen führen Ihrer Meinung nach dazu, dass die Medien ihre Unterstützung für den Krieg beenden?

Politische Realitäten verändern sich, wenn Ereignisse eintreten, die die Politik nicht mehr beherrscht. Nehmen Sie die Ereignisse in Abu Ghraib: Amerikaner haben irakische Gefangene gefoltert und dabei fotografiert. Das sind Ereignisse, bei denen die Politik die Kontrolle über das Geschehen verliert. Viele Menschen in der Welt – und eben auch in den USA – fragen sich, was Amerikaner da tun. Solche Ereignisse reduzieren den Konsens. Kommt dann hinzu, dass die USA mehr und mehr Truppen verlieren, sind das Effekte, auf die die Medien sich konzentrieren. Also: Es gibt politische Realitäten, die mediale Realitäten schaffen. Aber bestimmte Ereignisse schaffen dann mediale Realitäten, die wiederum politische Realitäten beeinflussen. Die mediale Realität ist keine vollständige Reflexion der politischen Realität. Medien unterstützen die Politik, doch sie verändern sie auch. Das hängt von der öffentlichen Meinung ab, aber auch von Ereignissen, die die Politik nicht kontrollieren kann. Die Medien suchen nach Geschichten, die interessant sind. Die Art, wie sie sie erzählen, beeinflusst das Ergebnis. Und das hat dann einen Effekt auf die politische Realität.



Welche Erwartungen hätten Sie an die Medien?

Wenn es eine Möglichkeit geben sollte, vernünftige Standards der Berichterstattung zu entwickeln und ausgewogen über Konflikte zu berichten, würde das viel helfen. In den israelischen Medien wird gezeigt, welche grausamen Folgen die Selbstmordattentate der Palästinenser haben. Würden die Medien genauso über die Folgen der israelischen Vergeltungsmaßnahmen berichten, hätte das sicher Einfluss auf die öffentliche Meinung und damit auf die Politik. Solange die Medien jedoch kommerziellen Regeln folgen, werden sie es kaum wagen, Bilder zu zeigen, die die Öffentlichkeit nicht sehen will.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.

Nachrichtenvermittlung im Krieg

Die europäische Presse während der alliierten Angriffe auf den Irak 2003

Jürgen Grimm

Theorien zur Nachrichtenauswahl aus den 60er Jahren besagen, dass sich Medien generell an Kriterien wie Simplifikation und Sensationalismus (Östgaard 1965) orientierten und dabei das Negative – also Konflikt, Gewalt und Bedrohung – über die Maßen betonten (Galtung/Ruge 1965). Gadi Wolfsfeld (2004) kommt vor diesem theoretischen Hintergrund sowie anhand aktueller Untersuchungen zum israelisch-palästinensischen Konflikt zu einer skeptischen Grundeinschätzung. Seiner Ansicht nach tragen Medien häufig dazu bei, Feindbilder zu bestätigen, Konflikte zu personalisieren, zu dramatisieren und letztlich zu verschärfen. Sich auf friedenspolitische Erfordernisse einzustellen, fällt den Medien hingegen schwer. Diese medienpessimistische Perspektive bezüglich internationaler Krisen wird durch Wolfsfelds These von den „Politik-Medien-Politik-Zyklen“ etwas relativiert, der zufolge Journalistinnen und Journalisten den jeweils herrschenden politischen Trends des eigenen Landes folgen. Dies lässt zumindest die Möglichkeit einer Medienunterstützung für Friedensbemühungen und Verhandlungsprozesse offen, freilich nur dann, wenn die Regierungen der betreffenden Länder eindeutig friedenspolitisch ausgerichtet sind.

Um es gleich vorwegzunehmen: Die Inhaltsanalyse der Presseberichterstattung zum Irakkrieg 2003 in sieben europäischen Ländern und den USA² führte in mehrfacher Hinsicht nicht zu den theoretisch erwarteten Resultaten. Zunächst gibt es kein allgemein gültiges mediales „Naturgesetz“ des Sensationalismus und Negativismus. Vielmehr berichteten europäische Journalistinnen und Journalisten zum Irakkrieg in Abhängigkeit von den politischen Kulturen und den Betroffenheitsszenarien des jeweiligen Landes durchaus differenziert, Positives und Negatives abwägend, keineswegs

Die Daten zur vorliegenden Inhaltsanalyse stammen aus einem Forschungsprojekt, das sich mit der Berichterstattung zum Irakkrieg 2003 in sieben europäischen Ländern sowie den USA befasst und von Jürgen Grimm zusammen mit Studierenden der Universitäten Siegen und Wien durchgeführt wurde.¹

blindlings emotionalisierend und insgesamt mit einem erstaunlich kriegskritischen Grundtenor. Auch die These von den „Politik-Medien-Politik-Zyklen“ wird nur z. T. bestätigt. Zwar lässt sich für die USA³ und für Großbritannien der Effekt „Rally Round the Flag“ belegen: d. h., die Entscheidung der Regierungen für die Militäraktion „Operation Iraqi Freedom“ fand in der US-amerikanischen und britischen Presse ein tendenziell unterstützendes Echo. Im Gegensatz dazu waren aber die Presse Italiens, dessen Regierung ebenfalls (wenn auch nur wenige) Truppen entsandte, sowie die Presse der Türkei trotz militärischer Verwicklung extrem kriegskritisch ausgerichtet.

Selektionskriterien

Nachrichtenfaktoren⁴ sind Selektionskriterien der Journalistinnen und Journalisten, die das Berichtswerte vom weniger Berichtswerten trennen. Im internationalen Vergleich ergeben sich dabei Hinweise auf Unterschiede der Empfindlichkeit und Denkweise in der veröffentlichten Meinung der untersuchten Länder. Im Folgenden werden einige ausgewählte Aspekte des journalistischen Selektionsver-

Anmerkungen:

1 Siehe auch den Beitrag von Tatzl und Triml in diesem Heft, S. 32 ff., die auf eben diesen Daten basieren. Die Presseinhaltsanalyse ist Teil eines Forschungsschwerpunkts zum Kriegs- und Krisenjournalismus am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, der von Jürgen Grimm, Peter Vitouch und Roland Burkart geleitet wird und mehrere aufeinander abgestimmte Untersuchungsteile umfasst: Medieninhaltsanalyse, Journalistenbefragung, Rezipientenuntersuchungen.

2 Analysiert wurden für den Zeitraum 20.03. – 05.04.2003 insgesamt 4.492 Artikel aus den Ländern Österreich, Deutschland, Frankreich, England, Italien, Serbien, Türkei und den USA. Das Kategoriensystem umfasst mehr als 130 Variablen. Im Rahmen dieses Artikels kann nur ein kleiner Ausschnitt der Befunde vorgestellt werden. Näheres zur Methode und den Ergebnissen enthalten der Forschungsbericht zur Wiener Tagung und die Buchpublikation, die 2006 veröffentlicht wird.

3 Vgl. den Beitrag von Tatzl und Triml in diesem Heft, S. 32 ff.

4 Die zehn Nachrichtenfaktoren von Galtung und Ruge (1965) wurden für die vorliegende Untersuchung aktualisiert und ergänzt: Etablierung, Dauer, Betroffenheit, pol. Elite-Person, kult. Elite-Person, Nähe, Überraschung, Struktur, nicht-violenter Konflikt, violenter Konflikt, Schaden, Status der Ereignisnation, Erfolg, Misserfolg, Personalisierung, Ethozentrismus.

haltens bei der Berichterstattung zum Irakkrieg beleuchtet.

Wenig überrascht, dass „Etablierung“ in allen untersuchten Ländern der wichtigste Nachrichtenfaktor war. Dies bedeutet, dass die Presse in hohem Maße deshalb berichtet hat, weil das Thema eingeführt war und sich niemand dem Berichtszwang entziehen konnte.

„Betroffenheit“ spielte vor allem in der Türkei und in England eine überragende Rolle, gefolgt von den USA. Die Wichtigkeit dieses Nachrichtenfaktors bei den am Irakkrieg am stärksten beteiligten Staaten lässt sich mit den Risiken erklären, die der Kriegseinsatz mit sich bringt. Die Betroffenheit in der Öffentlichkeit ist entsprechend hoch. Daher überrascht es, dass die Türkei in dieser Hinsicht England und die USA noch übertrifft. Offenbar bedeutete die Kriegsführung insbesondere im Nordirak für die Türkei eine besondere Gefährdung, die sich in einer maximalen Betroffenheit widerspiegelt. In der türkischen Presse wurde überdies der Faktor „Schaden“ (nach England am zweithäufigsten) als berichtenswert empfunden, was ebenfalls für eine hohe Risikowahrnehmung spricht.

Der niedrige „Betroffenheits“-Wert in Italien verweist auf publizistische Besonderheiten dieses Landes, er muss daher nicht unbedingt die geringe „Betroffenheit“ in der Bevölkerung widerspiegeln. Die untersuchten Zeitungen *Corriere della Sera* als auch *La Repubblica* berichteten ausgesprochen kriegskritisch. Bedenkt man, dass auch italienische Truppen mit einem kleinen Kontingent an den Kampfhandlungen beteiligt waren, lässt sich die Vermeidung von „Betroffenheitsargumenten“ als journalistische Strategie interpretieren, um die kriegführende und insofern betroffene Berlusconi-Regierung (und die Berlusconi-Medien) mit betont „nicht betroffener“ Berichterstattung zu konterkarieren. (Siehe Abbildung 1)

Der Nachrichtenfaktor „Struktur“ zeigt an, inwieweit die Komplexität von Ereignissen und ihre Einbettung in Zusammenhänge als Berichtsanlass der Journalistinnen und Journalisten fungiert. Dies war am stärksten in der Türkei und in Österreich der Fall. Die Betroffenheit der Türkei wurde also von intensiven Erklärungsanstrengungen türkischer Journalistinnen und Journalisten begleitet. Aus österreichischer Sicht erschien das Ereignis ebenfalls als relativ kompliziert und erklärungsbedürftig. Dies mag u. a. auch daran gelegen haben, dass die inter-

nationale Atomenergie-Behörde, die in den Konflikt stark involviert war und eine nicht kriegerische Alternative zum Kurs der USA und England vertrat, in Wien ansässig ist. Hinzu kommt der Anspruch Österreichs auf Neutralität, der ebenfalls eine komplexe Sicht des Konflikts in der veröffentlichten Meinung gefördert hat.

(Siehe Abbildung 2)

Insgesamt fällt auf, dass mit Ausnahme der britischen Presse weder der als besonders krieg-

streiberisch kritisierte Faktor „Ethnozentrismus“ noch der Faktor „Personalisierung“ des Konflikts (etwa im einer Sinne Duellsituation Bush – Hussein) eine besonders große Rolle bei der Berichterstattung zum Irakkrieg in allen untersuchten Ländern gespielt haben. Die Asymmetrie des Konflikts war offenbar so groß, dass sich sowohl eine ethnisch begründete Feindbildkonstruktion als auch die ansonsten üblichen Personalisierungsstrategien verbaten.

(Siehe Abbildung 3)

Abbildung 1: Mittelwerte der Nachrichtenfaktoren (NF) „Schaden“ und „Betroffenheit“. Skala 0 = NF trifft nicht zu bis 2 = NF trifft stark zu.

■ Schaden
■ Betroffenheit

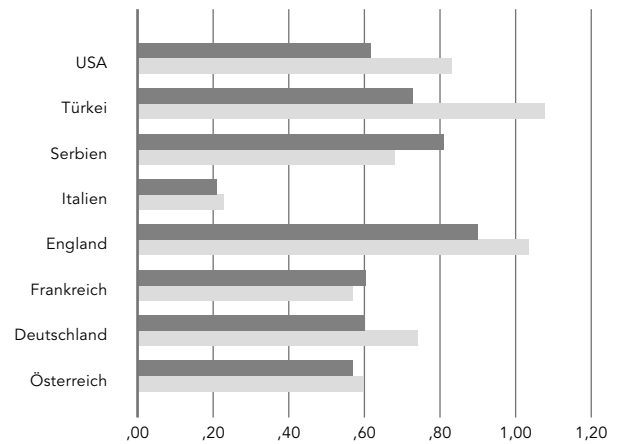


Abbildung 2: Mittelwerte der Nachrichtenfaktoren „Struktur“ und „Überraschung“.

■ Struktur
■ Überraschung

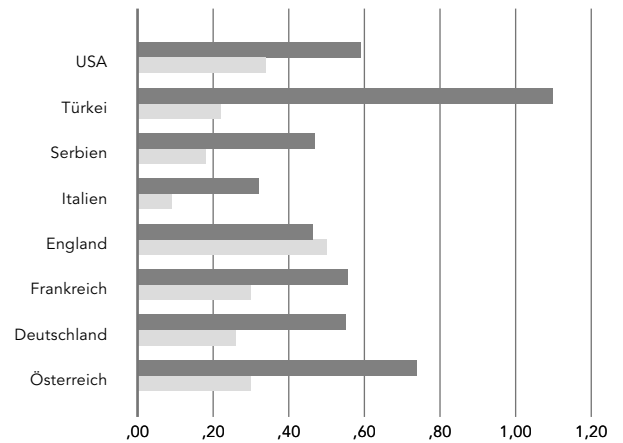
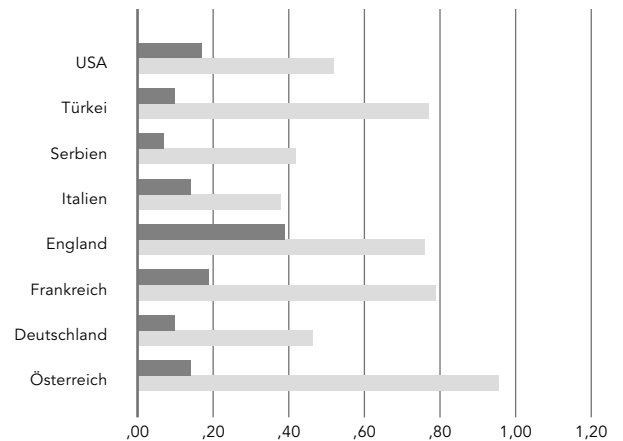


Abbildung 3: Mittelwerte der Nachrichtenfaktoren „Ethnozentrismus“ und „Status der Ereignisation“.

■ Ethnozentrismus
■ Status der Ereignisation



An Abbildung 3 lässt sich überdies ablesen: Der Faktor „Status der Ereignisation“ fungierte am stärksten in Österreich als Selektionskriterium. Einerseits achteten die Pressejournalistinnen und -journalisten dieses Landes auf den hohen Status der Konfliktparteien (insbesondere der USA), andererseits wurde der Status von Österreich als relativ kleines Land in Zentraleuropa mitreflektiert. Am „Status“ vergleichsweise stark orientiert waren auch die türkische und französische Presse, die damit eine besondere Beachtung für die USA als einzig verbliebener Supermacht (unabhängig von der Bewertung derselben) zum Ausdruck brachten.

Emotionalisierung

Journalistinnen und Journalisten versehen ihre Berichte auf unterschiedliche Weise mit einem emotionalen Gehalt. Dies geschieht beispielsweise durch die Auswahl von Berichtsgegenständen, denen per se eine emotionale Qualität zukommt, z. B. durch die Schilderung von Gefahren oder von Kampfhandlungen und deren Folgen in Gestalt beschädigter Opfer. Eine spezifische Selektion emotionalisierender Inhalte kann auch darin bestehen, dass Menschen, die sich in einer Gefühlsaufwallung befinden, in den Mittelpunkt der Berichterstattung rücken, woraus ein empathisches Angebot zum Mitfühlen resultiert. Neben solchen inhaltlichen Emotionalisierungstechniken gibt es formale Gestaltungsmittel, die etwa zur zusätzlichen Dramatisierung eingesetzt werden. Die inhalt- und formzentrierten Emotionsstrategien während des Irakkrieges verraten etwas darüber, inwieweit die Pressejournalistinnen und -journalisten in den einzelnen Ländern den Konflikt unter Gefühlsaspekten einschätzten

und welcher Grad und welche Art emotionalisierender Berichterstattung ihnen angemessen erschien.

(Siehe Abbildung 4)

Die mit Abstand stärkste Emotionalisierung im Irakkrieg 2003 wies die britische Presse auf. Dies betraf nicht nur das einschlägig bekannte Boulevardblatt *Sun*, sondern gleichfalls (nur wenig abgeschwächt) die „Qualitätszeitungen“ *Times* und *Guardian*. Bei der Emotionalisierung konvergierten in England unter den Bedingungen des Irakkrieges Boulevard- und Qualitätspresse. Die Gründe hierfür variierten allerdings je nach politischer Ausrichtung des Blattes. Während der tendenziell regierungskritischere *Guardian* (z. B. durch den Verweis auf „unkalkulierbare Risiken“ und „Todesangst“) Betroffenenjournalismus forcierte, legte die *Sun* größeren Wert auf Kriegspatriotismus („Unsere Jungs im Irak führen einen heldenhaften Kampf“ u. Ä. m.).

Umso erstaunlicher ist es nun, dass die US-amerikanischen Journalistinnen und Journalisten viel nüchterner berichteten. Im Durchschnitt lag hier der Emotionalisierungsgrad ähnlich wie in Österreich, Deutschland und Frankreich. Die relative Zurückhaltung der US-Presse betrifft die einzelnen Emotionskategorien allerdings unterschiedlich. Gefahr- und kampfbezogene Emotionen waren im Vergleich zu England weit weniger wichtig. „Emotionalisierte Menschen“ wurden sogar seltener thematisiert als anderswo; ebenso wurden formale „Dramatisierungs“-Techniken unterdurchschnittlich häufig verwendet. Einzig der Emotionsfaktor „Erfolg“ erfreute sich analog zum Juniorpartner England besonderer und damit überdurchschnittlicher Beliebtheit. Das Emo-

tionsprofil der US-Presse spricht insgesamt dafür, dass die Journalistinnen und Journalisten relativ *emotions skeptisch* waren, da auf diesem Terrain in der gegebenen Situation kaum publizistische Vorteile zu erwarten waren.

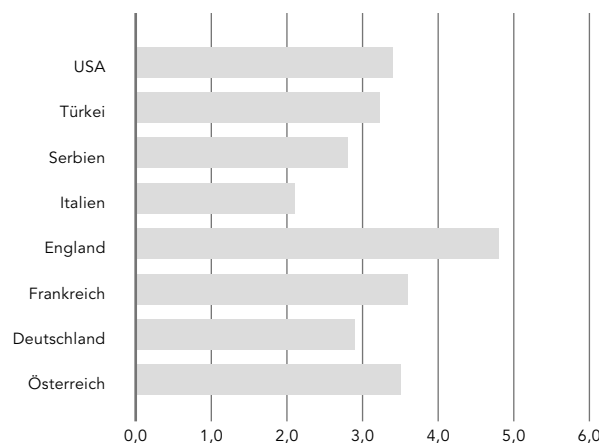
Interessanterweise investierte die Presse in den erklärten Kriegsgegnerstaaten Deutschland und Frankreich keineswegs mehr Emotionalität in die Kriegsberichte als die Presse der Kriegsteilnehmerstaaten. Dies mag u. a. daran liegen, dass Journalistinnen und Journalisten insbesondere in Deutschland eine gewisse außenpolitische Verantwortung übernahmen. So sollte der von (manchen) deutschen und französischen Journalistinnen und Journalisten als „riskant“ eingeschätzte USA-kritische Kurs ihrer Regierungen nicht durch emotionalisierende Berichte übermäßig angeheizt werden. Bezeichnend ist hierbei, dass sich Österreich eine stärker emotionalisierende Berichterstattung leisten konnte. Dies mag nicht zuletzt daran gelegen haben, dass die österreichische Bundesregierung, verfassungsbedingt zur Neutralität verpflichtet, eine weniger Bush-kritische Haltung einnahm und daher die Presse dem friedenspolitischen Wunsch der Bevölkerung stärkeren emotionalen Ausdruck verleihen konnte.

Bewertungen – Abwägen der Vor- und Nachteile

Der markanteste Befund bezüglich der Bewertung des Irakkrieges besteht darin, dass die Presse in den Ländern, deren Regierungen initiativ den Irakkrieg führten und dabei die militärische Hauptlast trugen, wesentlich weniger kritisch zu den Kriegereignissen berichtete als die Presse derjenigen Länder ohne oder nur

Abbildung 4:

Mittlere Emotionalisierung über neun Emotionskategorien hinweg. Skala: 0 bis 18.



mit marginaler Kriegsbeteiligung. Auf einer Bewertungsskala 1 (uneingeschränkte Befürwortung des Krieges) bis 5 (uneingeschränkte Ablehnung) erreichten die Printmedien in den USA und in Großbritannien im Durchschnitt Werte zwischen 2,3 und 2,7. Sie haben damit tendenziell die Kriegsführung erleichtert. Eine Ausnahme bildet die untersuchte Presse in Italien, die – gleichwohl die italienische Regierung ebenfalls an den Militärfaktionen beteiligt war – dem Sog des „Hurratriotismus“ widerstand.

(Siehe Abbildung 5)

Die kritischsten Kommentare zum Irakkrieg gab es in der Türkei und in Italien (!). In der italienischen Presse wurden zwar relativ wenige potentielle Nachteile des Krieges thematisiert, aber so gut wie überhaupt keine Vorteile gesehen. Im Saldo ergab sich eine kritischere Perspektive als in Österreich, Deutschland und Frankreich. Dies lässt sich wiederum als (indirekter) Widerstand italienischer Pressejournalistinnen und -journalisten gegen die Berlusconi-Regierung und -Meinungsmacht verstehen.

Die USA und Großbritannien konnten zwar auf eine relative Zurückhaltung bei Negativ-Bewertungen von Seiten der heimischen Presse rechnen, doch war die angloamerikanische Zeitungslandschaft insgesamt dennoch weit von einem einseitigen Tunnelblick auf die Vorteile entfernt. Nachteile des Irakkrieges wurden in der britischen Presse sogar etwas häufiger angesprochen als in der deutschen. Der *relative Uniformierungsdruck* war bei den Bewertungen und der Saldierung von Vor- und Nachteilen in den USA eben doch deutlich höher als in England.

Der Irakkrieg wurde in der deutschen Presse nicht so ablehnend wie erwartet behandelt. Obwohl die deutsche Regierung zu den profiliertesten Kritikern des Irakkurses der USA zählte, folgte die Presse diesem Trend nur teilweise. Der Mittelwert der Bewertungen ist zwar insgesamt eher negativ, doch im Vergleich zu Österreich, Frankreich und Serbien in Deutschland positiver. Eine mögliche Erklärung liefert die bereits mehrfach plausibilisierte These von der außenpolitischen Verantwortung deutscher Journalistinnen und Journalisten, die im Hinblick auf den USA-Kurs der Schröder-Regierung im Interesse der langfristigen transatlantischen Beziehungen auf kritische Zwischentöne nicht verzichteten.

Fazit

Die Presse unterlag in den acht untersuchten Ländern während des Irakkrieges 2003 keineswegs einem allgemein gültigen und kollektiven Drang zum Sensationalismus oder Negativismus. Vielmehr gibt es Hinweise darauf, dass das Bedrohliche des Krieges emotional zurückhaltend und inhaltlich differenziert unter Berücksichtigung außenpolitischer Problemstellungen und Lösungsperspektiven betrachtet wurde. Auch reproduzierte die Presse nicht in allen Fällen einfach die Regierungspositionen zum Krieg, wie das die These von den „Politik-Medien-Politik-Zyklen“ nahe legt. Dies trifft zwar in gewissem Maße auf die hauptsächlich kriegführenden Staaten USA und England zu, doch konterkarierte die italienische Presse den Pro-Irak-Kriegskurs ihrer Regierung durch eine stark ablehnende und sachliche Berichterstattung. In der Mehrzahl der Länder war die

Tendenz der Irakberichte ohnehin kriegskritisch und von einem Verzicht auf übertriebene Dramatisierungen gekennzeichnet. Eine prinzipiell konfliktverstärkende Haltung lässt sich daher nicht belegen. Der gestiegene Druck in internationalen Krisensituationen engt zweifellos journalistische Handlungsmöglichkeiten ein, doch nutzten viele Journalistinnen und Journalisten während des Irakkrieges die verbliebenen Spielräume für eigenverantwortliche außenpolitische Positionierungen. So zeigte die US-amerikanische Presse gezielt emotionale Zurückhaltung und einen teilweisen Verzicht auf hurratriotische Einlassungen. Die deutsche Presse übernahm politische Verantwortung insofern, als sie den dezidiert kritischen Kurs der Regierung gegenüber der US-Administration durch eher unemotionale und ausgewogene Berichte (kompensatorisch) begleitete.

Literatur:

Östgaard, E.:
Influencing the flow of news. In: *Journal of Peace Research*, 2/1965, S. 39–63

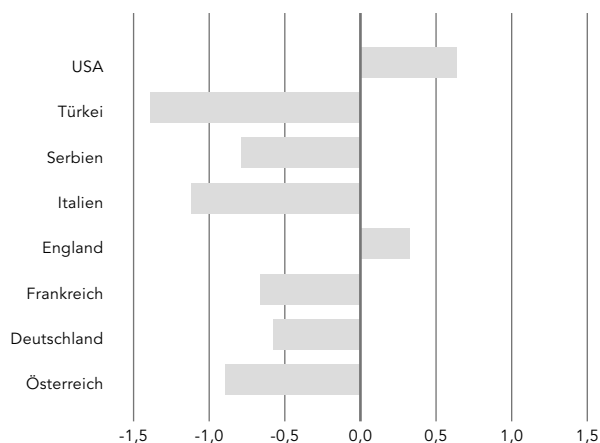
Galtung, J./ Ruge, M. H.:
The Structure of foreign news. In: *Journal of Peace Research*, 2/1965, S. 64–91

Wolfsfeld, G.:
Media and the path to peace. Cambridge 2004

Abbildung 5:

-2 uneingeschränkte Ablehnung des Irakkrieges; +2 uneingeschränkte Befürwortung

■ Bewertung des Irakkrieges (Mittel, -2 bis +2)



Dr. Jürgen Grimm ist Professor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.



Kollateralschäden an der Wahrheit

Hat die US-amerikanische Publizistik versagt? Die Berichterstattung zum Irakkrieg in „Old Europe“ versus USA

Gabriele Tatzl und Sabrina Triml

US-amerikanische Zeitungen verstehen sich selbst gerne als „Watchdog“ der Mächtigen, als glühende Verteidiger des First Amendment der US-Verfassung. Doch inwieweit gilt dieses Selbstverständnis im Post-9/11-US-Amerika der Neocons noch? Besonders während eines Krieges tendieren Medien dazu, sich „um die Fahne zu scharen“ – US-amerikanische Zeitungen waren da im Jahr 2003 keine große Ausnahme.

*„Der Krieg ist eine zu ernste Sache,
um sie nur dem Militär zu überlassen.“*

(George Clemenceau)

Die Berichterstattung über den Irakkrieg 2003 wurde von vielen kritisch unter die Lupe genommen, da aufgrund der Erfahrungen aus dem Golfkrieg 1991 eine einseitige, unkritische Berichterstattung und eine Tendenz zur Verharmlosung der Ereignisse zu befürchten war. Ausgehend von dem markanten Befund der inhaltsanalytischen Studie¹, dass die europäische Presse (mit Ausnahme von Großbritannien) im Vergleich zu den USA dem Irakkrieg in der Berichterstattung extrem ablehnend gegenüberstanden hat, soll eine binnenspezifische Analyse von fünf US-amerikanischen Zeitungen Auskunft darüber geben, ob sich die insgesamt gefundene starke patriotische Tendenz in allen untersuchten US-amerikanischen Zeitungen finden lässt.

Die inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung zum Irakkrieg 2003 ist eine Teilstudie eines Forschungsschwerpunkts zum Kriegs- und Krisenjournalismus am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Im Mittelpunkt steht die

Frage, ob sich die Haltung der Regierung und somit ein gewisser Uniformierungsdruck in den US-amerikanischen Zeitungen erkennen lässt oder ob der Widerstand aus dem In- und Ausland zur Objektivierung der Berichterstattung im dritten Golfkrieg – von den USA als „Operation Iraqi Freedom“ bezeichnet – beigetragen hat.²

Untersuchte US-amerikanische Zeitungen

Im Untersuchungszeitraum vom 20.03. bis 25.04.2003 wurde eine Stichprobe per Zufallsauswahl (jedes n-te Glied) aus fünf US-amerikanischen Zeitungen gezogen. Die Auswahl der Zeitungen erfolgte aufgrund ihrer Reichweiten, Bedeutung, politischen Verortung und des allgemeinen medien-spezifischen Spektrums. Insgesamt wurden 657 Zeitungsartikel in die Analyse einbezogen.

The New York Times erreicht unter den US-Tageszeitungen die drittstärkste Auflage, sie erscheint überregional und ist Teil der New York Times Company. Als prestigeträchtigste Qualitätszeitung der USA gilt sie als zentrale Quelle anderer Medien, besonders bei außenpolitischen Themen. Sie wird als liberale Zeitung ge-

Anmerkungen:

1
Weiterführende Ergebnisse zu dieser Studie siehe den Beitrag von Jürgen Grimm in diesem Heft, S. 28 ff.

2
Das methodische Vorgehen und ausführliche Ergebnisse der Studie erscheinen im Jahr 2006 in einer Buchpublikation.

sehen, besonders bei Sozialthemen. Kritiker bemängeln jedoch die zunehmend konservative Ausrichtung der *Times* bei Außenpolitik und Wirtschaft (Elfenbein 1996, S. 10–16).

The Washington Post ist die größte und älteste Zeitung der Hauptstadt Washington D. C. und erscheint regional an der Ostküste. Sie genießt ebenso wie die *New York Times* einen ausgezeichneten Ruf als Qualitätszeitung und erlangte internationalen Ruhm durch die Aufdeckung der Watergate-Affäre. Sie wird neben dem Magazin *Newsweek* von der Washington Post Company herausgegeben.

USA Today ist die auflagenstärkste Zeitung der USA und erscheint in allen 50 Bundesstaaten, das Stammhaus liegt in Washington D. C. Die *USA Today*, die sich zwischen Qualitäts- und Boulevardjournalismus positioniert, ist Teil der Gannett Company, dem größten Zeitungsverlag der USA. Ihre Kolumnisten üben immer wieder scharfe Kritik an der Bush-Regierung und sprachen sich auch mehrfach gegen den Irakkrieg aus.

New York Daily News, im Besitz von Mortimer Zuckerman, erscheint regional in New York, wo sie sich auf dem Boulevardsektor seit Jahren einen erbitterten Konkurrenzkampf mit Rupert Murdochs *New York Post* liefert. Im Wettbewerb mit der *Post* wurde sie zunehmend sensationalistischer. Ihre Blattlinie rangiert zwischen gemäßigt und liberal.

The International Herald Tribune (IHT) erscheint in 180 Ländern der Erde und ist im Besitz der New York Times Company, der Redaktionssitz liegt allerdings in Paris. Die *IHT* erscheint in Zusammenarbeit mit Redakteuren der *New York Times* und zahlreichen eigenen Korrespondenten, sie kooperiert mit diversen nationalen Qualitätszeitungen. Die *IHT* gilt als politisch und wirtschaftlich unabhängig, ein umfangreiches internationales Netz an Quellen garantiert ihr ein breites Spektrum an Nachrichten und Meinungen³.

Rally Round the Flag

Medien können immer nur einen kleinen Ausschnitt aus dem komplexen Kriegsgeschehen abdecken, wodurch Nachrichten zu ausgewählten Produkten werden. Der Selektion der Beiträge durch die Journalisten kommt daher große Bedeutung zu, da sie damit das Bild und die Wahrnehmung eines Krieges stark prägen und strukturieren können.

Wie sich der Irakkrieg 2003 in der US-amerikanischen Presse manifestiert hat, wird im Folgenden anhand einiger zentraler Befunde dokumentiert. In allen untersuchten Zeitungen war der Nachrichtenwert „Etablierung“ in der Berichterstattung zum Irakkrieg 2003 das mit Abstand häufigste Selektionskriterium – bedingt durch die unmittelbare Kriegsbeteiligung der USA und die Tatsache, dass sich der Konflikt mit dem Irak bereits monatelang vor Kriegsausbruch abgezeichnet hat. Interessante Unterschiede zwischen den untersuchten US-amerikanischen Zeitungen lassen sich allerdings beim Nachrichtenfaktor „Konflikt“ festmachen. „Nicht gewaltsame Konflikte“ wurden in der Qualitätspresse *Herald Tribune*, *New York Times* und *Washington Post* deutlich häufiger angesprochen als in dem „Midmarket Paper“ *USA Today* und der Boulevardzeitung *Daily News*. Es liegt die Vermutung nahe, dass in der Qualitätspresse über diplomatische Dispute, über die in Europa weitgehend ablehnende Haltung zum Krieg, über Demonstrationen und sonstige nicht gewaltsame Proteste viel stärker berichtet wurde als in der *Daily News* und der *USA Today*. Die Qualitätszeitungen *Herald Tribune*, *New York Times* und *Washington Post* informierten aber auch häufiger über „gewalttätige Konflikte“ als die *Daily News* und *USA Today*, wodurch bei den Qualitätszeitungen zum Ausdruck gebracht wird, dass sie den Krieg nicht verharmlosen wollten. Ein weiterer Grund scheint auch darin zu liegen, dass die *Daily News* keine „eingebetteten Journalisten“ im Kriegsgebiet hatte, die direkt von den Kampfhandlungen hätten berichten können. Die *USA Today* hatte lediglich 4, die *New York Times* hingegen 23 und die *Washington Post* 18 „Embedded Journalists“⁴. Jene Journalisten, die die US-amerikanischen Truppen begleiteten, konnten freilich mehr Berichte über die gewalttätige Konfliktaustragung liefern, mussten jedoch dem Vorwurf standhalten, die journalistische Objektivität und Unabhängigkeit zu gefährden. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass durch „Embedding“ zwar mehr Berichterstattung über die gewalttätige Konfliktaustragung forciert wurde, jedoch publizierten die Journalisten nicht mehr Sensationsbilder oder Fotos mit gewaltausführenden Handlungen und Opfern als jene Zeitungen, die keine Reporter in die Gefahren- und Kampfsituation „eingebunden“ hatten. Dies liegt vermutlich daran, dass grauenvolle, spektakuläre und emotionale Bildmaterialien von den Truppen teilweise nicht frei-

3 Angaben zu Auflagenzahlen unter: www.nytco.com/company-properties-times.html#iht und www.accessabc.com/reader/top150.htm.

4 Eine Liste aller „Embedded Journalists“ im Irakkrieg ist auf der Homepage der Marine Parents zu finden: <http://www.marineparents.com/usmc/embed-list.asp>.

gegeben wurden. Zusätzlich kam wohl auch zum Tragen, dass Sach- und Standardbilder bevorzugt wurden, um die Situation nicht zu stark zu emotionalisieren und noch weiter anzuheizen. Das bekannte Phänomen unter dem Namen „Rally Round the Flag“, das Scharen um die Flagge, war somit auch in der Berichterstattung über den Irakkrieg bei den US-amerikanischen Zeitungen zu beobachten. Dennoch kann im Vergleich zur Situation im Golfkrieg 1991 hinsichtlich der Bildberichterstattung eine positive Bilanz gezogen werden, da Opferbilder im Irakkrieg 2003 nicht generell ausgespart blieben (12,1% der Artikel mit Bildern zeigten Gewaltopfer). Die Bebilderung der Berichterstattung zum Irakkrieg hatte in den USA generell einen relativ hohen Stellenwert. In mehr als der Hälfte der Artikel wurden Bilder abgedruckt (mit Ausnahme der *International Herald Tribune*), während es vergleichsweise in „Old Europe“ nur bei 40,7% der Fall war.⁵ (Siehe Tabelle 1)

einer Bewertungsskala von 1 (Krieg wird uneingeschränkt befürwortet) bis 5 (Krieg wird vollständig abgelehnt) mit einem Mittelwert von 3,7 signifikant stärker ablehnten und negativer bewerteten als die US-amerikanischen Zeitungen mit einem Wert von 2,3. Am stärksten befürworteten den Irakkrieg die *Daily News* und überraschenderweise die *New York Times*, die gemeinhin als „heilige Kuh“ des liberalen Qualitätsjournalismus gilt. Die positive Bewertung durch die *New York Times* resultiert vermutlich daraus, dass Quellen und Angaben der Regierung nicht immer ausreichend hinterfragt wurden. Im Mai 2004 entschuldigten sich sogar die Herausgeber der *New York Times* bei ihren Lesern für die Fehlinformationen bezüglich der Massenvernichtungswaffen im Irak.⁶ Ein weiterer Grund für die starke Befürwortung des Irakkrieges durch die *New York Times* und die *Daily News* kann auch im Zusammenhang mit 9/11 vermutet werden, da es sich hierbei um zwei New Yorker Zeitungen handelt. Die *Daily News*, die den Krieg

5

In Anlehnung an den vom US-amerikanischen Verteidigungsminister Donald Rumsfeld geprägten Begriff wurden in der Untersuchung die kriegsgeegnerischen Länder Österreich, Deutschland und Frankreich zu „Old Europe“ gezählt.

6

Vgl. Editors of the New York Times: The Times and Iraq vom 26. Mai 2004 unter: <http://www.nytimes.com/critique>.

Tabelle 1:

Nachrichtenfaktoren in der Berichterstattung zum Irakkrieg, US-amerikanische Presse (20.03.–05.04.2003)

Quelle: IPKW Uni Wien, FS Kriegs- und Krisenjournalismus

*** = hochsignifikanter Unterschied zwischen den Zeitungen, $p < 0,01$;
** = signifikanter Unterschied, $p < 0,05$

Mittelwert, N = 657 Skala: 0 bis 2	Zeitungen					F-Test	Gesamt
	NY Times	Washington Post	USA Today	Daily News	Herald Tribune		
Nachrichtenfaktoren							
Etablierung	1,18	1,36	1,24	1,00	1,30	***	1,24
Dauer	,64	,72	,37	,14	,71	***	,59
Betroffenheit	,93	,96	,63	,51	,82	***	,84
Elite-Person I, Politik	,64	,59	,50	,46	,68		,60
Elite-Person II, Kultur, Medien	,16	,13	,09	,11	,13		,13
Nähe (kult., wirtschaftl., pol.)	,87	,82	,91	,68	,69		,80
Überraschung	,40	,34	,17	,29	,23	**	,31
Struktur	,65	,73	,46	,26	,58	***	,59
Konflikt 1, verbal	,60	,49	,30	,26	,72	***	,53
Konflikt 2, gewalttätig	1,06	,96	,76	,89	1,12	**	1,00
Schaden	,65	,69	,67	,41	,63		,63
Status der Ereignisation	,59	,67	,48	,13	,53	***	,53
Erfolg	,56	,44	,41	,42	,44		,47
Misserfolg	,35	,22	,39	,11	,21	***	,26
Personalisierung	,40	,42	,19	,35	,12	***	,32
Ethnozentrismus	,22	,19	,07	,07	,14		,16

Tendenz zum Patriotismus

Wenn auch „gewalttätige Konflikte“ in der US-amerikanischen Presse in hohem Maße thematisiert wurden, so lässt sich in der Bewertung des Irakkrieges allerdings häufiger die Haltung der Regierung als Stimmen gegen den Krieg finden. Die US-amerikanischen Journalisten waren teilweise zu wenig skeptisch und übernahmen weitgehend die von der Regierung veröffentlichten Kriegsgründe. Vergleicht man in diesem Zusammenhang die Bewertung des Krieges mit der in jenen Ländern aus „Old Europe“, dann stellt sich heraus, dass die Journalisten in Österreich, Deutschland und Frankreich den Irakkrieg auf

am uneingeschränktesten befürwortete, schien dem Patriotismus am stärksten erlegen zu sein. Das starke Durchschlagen der vaterländischen Gesinnung lässt sich auch daran erkennen, dass die *Daily News* am wenigsten über „Misserfolg“ berichtete und auch die geringste „Betroffenheit“ aufweist. Die auflagenstärkste US-amerikanische Zeitung *USA Today* betonte den Nachrichtenfaktor „Misserfolg“ am stärksten, was sich u. a. mit der immer wiederkehrenden scharfen Kritik der Kolumnisten an der Bush-Regierung erklären lässt. Dies bestätigte sich auch in der starken negativen Bewertung des Irakkrieges – die *USA Today* lehnte den Irakkrieg von allen untersuchten US-Zeitungen am stärksten ab.

Literatur:

American Journalism

Review:
US-Newspapers. Unter:
<http://www.ajr.org/Newspapers.asp>

Audit Bureau of

Circulations:
Top 150 Newspapers by Largest Reported Circulation (Zahlen vom März 2005). Unter:
<http://www.accessabc.com/reader/top150.htm>.

Elfenbein, S.:

The New York Times. Macht und Mythos eines Mediums. Frankfurt am Main 1996

Tabelle 2:

Emotionalisierung der Berichterstattung zum Irakkrieg, US-amerikanische Presse (20.03.–05.04.2003)

Quelle: IPKW Uni Wien, FS Kriegs- und Krisenjournalismus

1

Skala: 0 – 18

2

Skala: 0 nicht vorhanden bis 2 stark vorhanden

*** = hochsign. Unterschied zw. den Zeitungen, $p < 0,01$;

** = sign. Unterschied, $p < 0,05$

Mittel, N = 657	Zeitungen						F-Test	Gesamt
	NY Times	Washington Post	USA Today	Daily News	Herald Tribune			
Emotionalisierende Gestaltung								
Emotionalisierung, gesamt ¹	3,8	3,4	3,2	2,8	2,7	**	3,3	
<i>Inhaltliche Emotions-Gestaltungsmittel²</i>								
Gefahr	,66	,65	,67	,53	,53		,61	
Kampf	,79	,62	,61	,55	,60		,66	
Naturkatastrophe	,00	,02	,00	,01	,04		,01	
Opfer	,66	,47	,46	,49	,35	***	,50	
Erfolg	,49	,34	,31	,20	,36	**	,37	
emotionalisierte Menschen	,45	,52	,41	,49	,20	***	,42	
<i>Formale Emotions-Gestaltungsmittel²</i>								
Dramatisierung	,35	,34	,43	,32	,25		,33	
Selbstthematization	,20	,09	,17	,04	,12	**	,13	
Antizipation/ Suspense	,25	,32	,13	,16	,30		,26	

Business as usual

Journalisten trennen nicht nur das Berichtswerte vom weniger Berichtswerten, sondern entscheiden auch darüber, mit welchem emotionalen Gehalt sie ihren Beitrag versehen. Mit einem Mittelwert von 3,8 war der Gesamtwert bei den Emotionalisierungsstrategien in der Berichterstattung zum Irakkrieg überraschenderweise bei der *New York Times* am höchsten, bei der *Daily News* mit 2,8 und der *International Herald Tribune* mit 2,7 am niedrigsten. Eine mögliche Erklärung dafür wäre wiederum wie beim Nachrichtenfaktor „gewalttätiger Konflikt“, dass die *New York Times* die meisten „Embedded Journalists“ am Golf hatte und somit unmittelbar vom Kampfgeschehen im Irak berichten konnte. Die geringe emotionalisierende Berichterstattung in der Boulevardpresse (vor allem auf der formalen Ebene) deutet aber auch darauf hin, dass der Irakkrieg kein Anlass war, vom „Business as usual“ abzuweichen und das Ereignis höchst emotional zu besetzen. Überraschenderweise berichtete die *Daily News* auch am wenigsten emotional über „Erfolge“, obwohl sie den Irakkrieg am stärksten befürwortete. Vermutlich hat die *Daily News* trotz ihres starken Patriotismus versucht, eher mit einer sachlich nüchternen Position als mit emotionalen Strategien zu überzeugen.

Das Kind beim Namen nennen

Ein Grund für den hohen Mittelwert der *New York Times* bei der „Opfer“-Emotionalisierung mag ebenfalls die Zahl der eingebetteten Journalisten sein, andererseits aber auch die massive Kritik an der Berichterstattung zum Golfkrieg 1991. Diesmal wollte man scheinbar „das Kind beim Namen nennen“, während der Bevölke-

rung 1991 ein „sauberer“ Krieg live ins Wohnzimmer geliefert wurde, der wie ein chirurgischer Eingriff wirkte. Im Jahr 2003 war eine solche Darstellung nicht mehr denkbar, da nun mit al-Dschasira und diversen Internetseiten die Möglichkeit für die US-Bevölkerung bestand, sich auch abseits von CNN zu informieren. So konnte auch die Berichterstattung in den US-Zeitungen im Jahr 2003 nicht mehr völlig opferfrei bleiben – es gab sogar mehr Opferberichterstattung als in den kriegsgeegnerischen Ländern Europas, jedoch berichtete die US-Presse weniger emotionalisierend über Verluste als die Presse in „Old Europe“. Die US-Zeitungen berichteten sowohl über Opfer unter den alliierten Soldaten als auch über Opfer unter den irakischen Soldaten signifikant häufiger als die europäische Presse. Über Opfer unter der Zivilbevölkerung wurde erstaunlicherweise in gleichem Ausmaß informiert.

(Siehe Tabelle 2)

Fazit

Die US-amerikanische Presse bewertete den Irakkrieg im Vergleich zu „Old Europe“ im Mittel positiver, wobei durchaus auch kritische Aspekte in die Berichterstattung einfließen. Trotz des massiven Widerstands aus Europa und teilweise auch innerhalb der eigenen Reihen war ein „Scharen um den Präsidenten“ und somit dessen Unterstützung nicht zu übersehen. Die US-amerikanische Publizistik hat in der Berichterstattung zum Irakkrieg 2003 jedoch nicht gänzlich versagt, da sie einerseits Opfer sehr stark thematisierte und andererseits bei der emotionalen Gestaltung der Berichte auf einen nüchternen und sachlichen Stil Wert legte.

Gabriele Tatzl M.A. ist Assistentin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.



Sabrina Triml ist Studentin der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Anglistik in Wien.



Kommunikatoren unter Druck

Journalistische Herausforderungen der Krisenberichterstattung

Roland Burkart und Lieselotte Stalzer

Zwar existiert eine Vielzahl journalistischer Nachkriegsreflexionen meist in Form von Selbstbeschreibungen mehr oder weniger prominenter Kriegsberichterstatter, aber die redaktionellen Entstehungsbedingungen medialer Kriegs- und Krisenwirklichkeiten gelten bislang als empirisch kaum erforscht. Das Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien hat zu diesem Thema eine Umfrage durchgeführt.

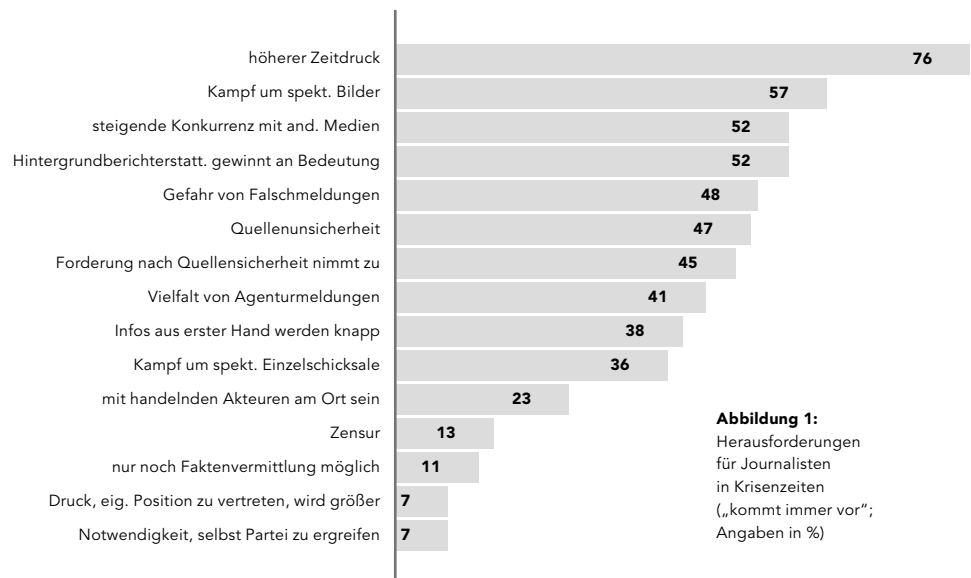
Konflikte, Krisen und Katastrophen gehören immer schon zu jenen Ereignistypen, über die ausführlich und häufig berichtet wird (vgl. Löffelholz 1993, S.17f.), sie sind die Zugpferde im Rennen um die Aufmerksamkeit des Medienpublikums. Nicht von ungefähr mutmaßt Klaus Merten, dass das Mediensystem demokratischer Gesellschaften „viel Freude am Krieg [hat]“ (Merten 2003, S.75), denn der Teller nachrichtenwürdiger Negativ-Ereignisse ist reichlich gedeckt und „die Auswahl an hochemotionalen, auch optisch hinreißenden Themen ist so groß wie nie“ (ebd.). Längst hat die Fülle an vorhandenem Nachrichtermaterial auch die Kommunikationsforschung stimuliert, denn die Muster der Kriegs- und Krisenberichterstattung sind inhaltsanalytisch mehrfach untersucht (vgl. Löffelholz 2004, S.31ff.).

Aus der Mikroperspektive redaktionellen Handelns liegen dagegen weit weniger Befunde vor. Erste Hinweise stammen aus einer Onlineumfrage unter österreichischen Journalisten.¹

Stress durch Zeitdruck, Konkurrenz und Bedarf nach Hintergrundberichterstattung

Zunächst sind wir der Frage nachgegangen, mit welchen Problemen Journalisten in Kriegs- und Krisenzeiten konfrontiert sind: Worin sehen sie selbst die stärksten Herausforderungen im Rahmen ihrer redaktionellen Arbeit?

(Siehe Abbildung 1)



Anmerkungen:

¹ Die Befragung wurde im Mai 2005 vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien durchgeführt. Als E-Mail-Adressen-Pool diente uns die österreichische Journalistenindex-Datenbank (www.journalistenindex.at). Es handelte sich um personalisierte Onlineinterviews, die mit Hilfe des deutschen Onlineumfragecenters von „Unipark“ (www.unipark.de) realisiert worden sind. Die Grundgesamtheit betrug 6.432 Personen, es konnten insgesamt 410 Interviews ausgewertet werden. Das entspricht eine Ausschöpfungsquote von 6,41 %. Diese Ausschöpfung wurde ohne Incentivierung erreicht.

Abbildung 1: Herausforderungen für Journalisten in Krisenzeiten („kommt immer vor“; Angaben in %)

Zu den herausragenden Werten: An erster Stelle rangiert „höherer Zeitdruck“ (76 %) – dies mag noch wenig überraschen. Doch gleich am zweithäufigsten nennen die befragten Journalisten den „Kampf um spektakuläre Bilder“ (57 %) – dies deutet darauf hin, dass eine möglichst aufsehenerregende Visualisierung des Krieges im Vordergrund steht. Bekannt ist: Der Krieg in den Medien wird vielfach personalisiert (vgl. Löffelholz 2004), weil Personalisierung „eine effektive Strategie der Reduktion von Ereigniskomplexität [darstellt]“ (Ruhrmann 1993, S. 87). Wenn das vom Bombeneinschlag schwerverletzte Kind, der Mann vor den Trümmern seines Hauses oder ganze Familien auf der Flucht gezeigt werden, dann gewinnt der Krieg ein persönliches Gesicht, das die Komplexität des Geschehens fassbar werden lässt. Fraglos wird mit derartigen Bildern auch ein Kampf um die Aufmerksamkeit des Publikums geführt – und zwar offenkundig mit Blick auf die Konkurrenz, wie unsere Daten zeigen: Bereits am dritthäufigsten nennen die Befragten nämlich die „steigende Konkurrenz mit anderen Medien“ (52 %) als eine Herausforderung, mit der man es in Krisenzeiten immer zu tun hat.

Auf demselben prominenten dritten Rangplatz (ex aequo) landet das Item, wonach stets auch die „Hintergrundberichterstattung an Bedeutung gewinnt“ (52%). Dabei ist man sich zugleich offenbar auch der Gefahr bewusst, „Falschmeldungen“ (48 %) zu produzieren oder solchen aufzusitzen, genauso wie der Tatsache, es mit vielfach „unsicheren Quellen“ (47 %) zu tun zu haben.

Dieses Ergebnis ist besonders erwähnenswert. Es zeigt zuallererst: Journalisten realisieren, dass sie mit Ansprüchen konfrontiert sind, die sie vor allem in Kriegs- und Krisenzeiten nur unzureichend erfüllen können.

Aus der Kommunikationsforschung ist der diesbezügliche Mangel an Hintergrundberichterstattung längst bekannt: „Die Hintergründe von gewaltsamen Konflikten werden“ – so lautet die lapidare Diagnose von Löffelholz nach Durchsicht einschlägiger inhaltsanalytischer Studien zur Qualität der Kriegsberichterstattung – „nicht hinreichend beleuchtet“ (Löffelholz 2004, S. 33). Warum das so ist, lässt sich plausibel erklären: In Kriegs- und Krisensituationen besitzen kurzfristig bedrohliche Ereignisse (wie militärische Angriffe, Überfälle, Sabotageakte etc.) höchsten Nachrichtenwert, die moderne Live-Berichterstattung ins-

besondere des Fernsehens führt drastisch vor Augen, wie die Journalisten „vom Zeitgeschehen gleichsam überrollt werden“ (Ruhrmann 1993, S. 82). Möglicherweise liegt darin ja auch ihre besondere Funktionalität: Weil kurzfristige Ereignisse schnell verschwinden, machen sie stets Platz für neue (kurzfristige) Ereignisse, die vorerst gar keine Hintergrundberichterstattung zulassen, denn es regiert eine „Aktualität, die auf den Moment des gegenwärtigen Geschehens schrumpft“ (ebd., S. 83). Eine Aktualität, die eben Bedarf nach Orientierungswissen auf Rezipientenseite provoziert... Und dies alles scheint den befragten Journalisten sehr wohl bewusst zu sein.

Somit lassen unsere Daten begründet vermuten: In Kriegs- bzw. Krisenzeiten geraten Journalisten gehörig unter Stress. Er entsteht aus einem erhöhten Zeitdruck, einer steigenden Konkurrenzsituation mit anderen Medien – wobei vor allem mit spektakulären Bildern um die Aufmerksamkeit des Publikums „gekämpft“ wird – und aus der Einsicht in die Unzulänglichkeit einer Leistung, die oftmals nur ansatzweise erbracht werden kann, die Hintergrundberichterstattung.

Was wollen Journalisten in einer derartigen Situation eigentlich mit ihrer Arbeit erreichen? Wir haben die Journalisten gefragt, welche Ziele für sie in Krisenzeiten besonders wichtig sind. Zu diesem Zweck sollten die Befragten fünf verschiedene Zielvorstellungen journalistischen Handelns in eine Rangfolge bringen. Das Ergebnis ist relativ deutlich.

Neutral informieren: wichtigstes journalistisches Ziel in Krisenzeiten

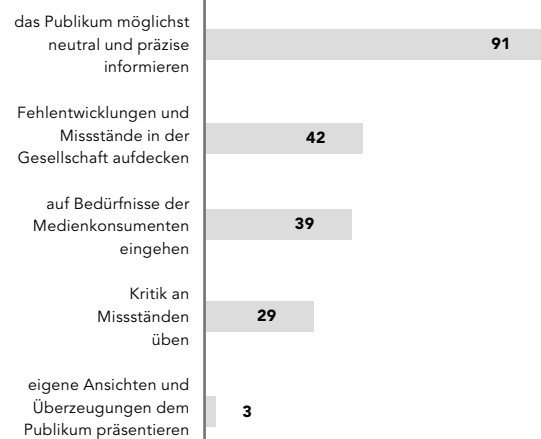
(Siehe Abbildung 2)

„Das Publikum möglichst neutral und präzise informieren“, ist den österreichischen Journalisten in Krisensituationen mit Abstand am wichtigsten, dieses Statement kann am häufigsten die Rangplätze eins und zwei (91 %) für sich verbuchen.

Damit geben die österreichischen Journalisten ziemlich eindeutig ein *Bekanntnis zum Berufsbild des objektiven Vermittlers* ab: In Krisenzeiten geht es offenbar in erster Linie darum, eine möglichst ungewichtete Faktenvermittlung zu versuchen. Diese Auffassung eines Neutralitätsgebots, die aus der Tradition des klassischen Agenturjournalismus stammt, zielt ja darauf ab, faire Voraussetzungen für eine selbständige Urteilsbildung auf Rezipientenseite zu schaffen und mit seiner eigenen Meinung hinterm Berg zu halten. Es passt somit genau in dieses Bild, dass lediglich 3 % der Befragten der Meinung sind, in Krisenzeiten sei es vorrangig, seine eigenen Ansichten und Überzeugungen dem Publikum zu präsentieren.

Freilich ist nicht zu übersehen, dass die Rolle des Kritikers und Aufdeckers von Missständen dadurch keineswegs vom Tisch ist – im Gegenteil: Wenn man nämlich versucht, die Berufsauffassungen österreichischer Journalistinnen und Journalisten abseits von Krisensituationen zu erheben, zeigt sich ein völlig anderes Bild.

Abbildung 2:
Journalistische Ziele
in Krisenzeiten
(Rangplätze 1+2;
Angaben in %)

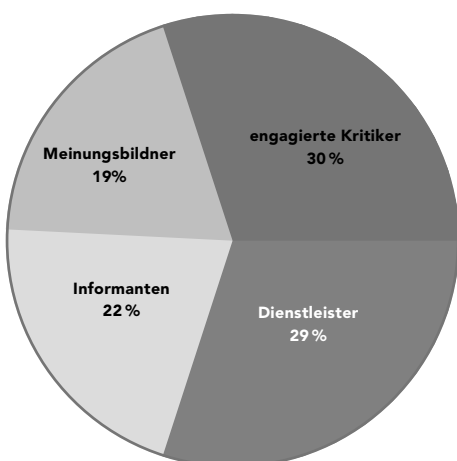


Abseits von Krieg und Krise dominieren die Rollen „Kritiker“ und „Dienstleister“

Die Daten wurden erhoben, bevor ausdrücklich Konflikte als Gegenstand von Berichterstattung angesprochen worden sind. Es waren insgesamt 20 Aussagen vorgegeben, in denen es um Ziele ging, die man mit seiner journalistischen Arbeit erreichen möchte. Die Befragten hatten zu beurteilen, wie häufig sie versuchen, diese Ziele im Rahmen ihrer persönlichen Arbeit zu verwirklichen.² Mit Hilfe einer hierarchischen Clusteranalyse konnten schließlich vier journalistische Typen generiert werden.

Die errechnete Typologie österreichischer Journalistinnen und Journalisten sieht folgendermaßen aus:

(Siehe Abbildung 3)



2

Bei der Auswahl der Items zur Erfassung des journalistischen Rollenselbstverständnisses orientierten wir uns an der deutschen Journalismusstudie von Scholl und Weischenberg (1998).

Ein knappes Drittel kann mit dem Etikett des „engagierten Kritikers“ (30%) versehen werden: Sie wollen z. B. Kritik an Missständen üben, die Mächtigen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren, sich für die Benachteiligten in der Bevölkerung einsetzen, aber auch die politische Tagesordnung beeinflussen.

Ein ebenso großer Anteil lässt sich als „Dienstleister des Publikums“ (29%) begreifen: Ihr Ziel ist es vor allem, Nachrichten zu bringen, die für das größtmögliche Publikum interessant sind. Sie erachten es auch als wichtig, die kulturellen und intellektuellen Interessen des Publikums anzusprechen.

Die beiden kleineren Segmente teilen sich zum einen in „neutrale Informanten“ (22%): Ihr vorrangiges Ziel ist es z. B., komplexe Sachverhalte zu erklären und das Publikum möglichst schnell, neutral und präzise zu informieren. Sie streben auch danach, die Realität genauso abzubilden, wie sie ist.

Ein wenig kleiner ist der Anteil jener Journalisten, die man vorsichtig als „Meinungsbildner mit missionarischen Tendenzen“ (19%) etikettieren könnte: Sie wollen vor allem positive Ideale vermitteln, dem Publikum eigene Ansichten präsentieren, neue Trends aufzeigen und Lebenshilfe bieten.

Damit ist deutlich geworden: Konflikt-, Krisen- und Kriegsberichterstattung bringen auch die journalistische Handlungsorientierung in Bewegung. Dann setzen die Journalisten andere Prioritäten ihres Tuns als in Zeiten einer weniger angespannten Nachrichtenlage.

Abbildung 3:
Das berufliche Selbstverständnis österreichischer Journalisten (hierarchische Clusteranalyse; Angaben in %)

Der Glaube an die Macht der Moral: ambivalent

Allerdings: Auch das für Krisenzeiten festgestellte oberste Ziel, „neutral und präzise zu informieren“, schließt wertende Berichterstattung keineswegs aus. Insbesondere in Auseinandersetzungen um den Irakkrieg waren öffentliche Stellungnahmen nicht zu überhören, in denen diese Intervention als völkerrechtswidrig und unmoralisch begriffen wurde. Appelle an das Einhalten ethischer Grundüberzeugungen bzw. an moralisch angemessenes Handeln – im angesprochenen Konflikt vor allem an die USA und ihre Verbündeten gerichtet – waren vielfach präsent.

Welche Bedeutung weisen nun die befragten österreichischen Journalisten der Moral in der öffentlichen Diskussion überhaupt zu? Sehen sie in moralischen Überzeugungen wirkmächtige Argumentationspotentiale, gegen die sich politische oder ökonomische Interessen letztlich niemals durchsetzen können – oder glauben sie, dass auch moralisch noch so gut begründete Positionen gegen die Macht politischer und ökonomischer Interessen generell chancenlos sind?

Um „Moral-Optimisten“ und „Moral-Pessimisten“ unter Österreichs Journalisten näher differenzieren zu können, wurden den Befragten sechs Statements zur (skalierten) Zustimmung oder Ablehnung vorgelegt. Daraus ergab sich folgendes Bild: (Siehe Abbildung 4)

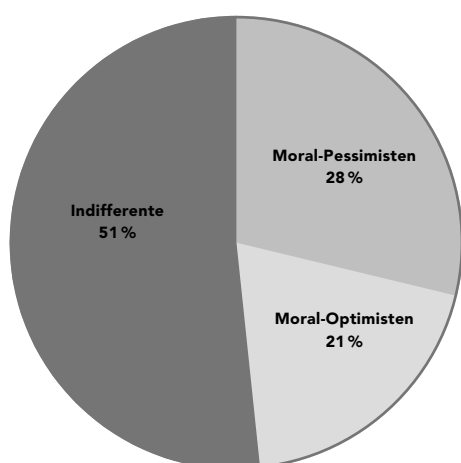


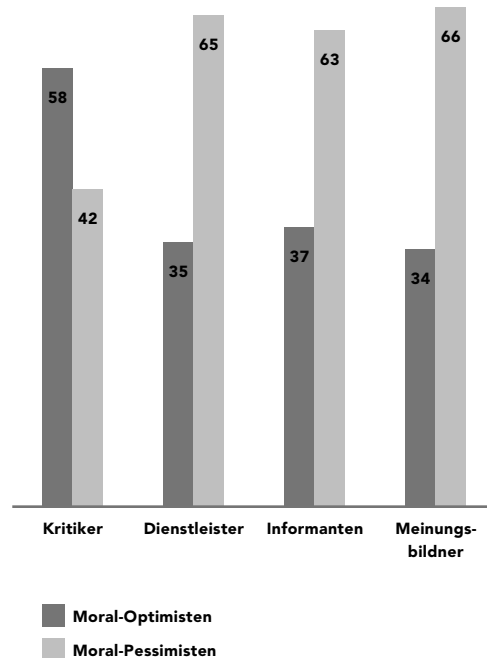
Abbildung 4:
Journalistische Positionen
zur Macht der Moral

Die Hälfte der österreichischen Journalisten (51%) lässt sich nicht eindeutig einer dieser Gruppen zuordnen: Sie sind diesen Positionen gegenüber indifferent. Für die andere Hälfte ist dies dagegen sehr wohl möglich: Eine Mehrheit (28%) kann als Gruppe ausgesprochener „Moral-Pessimisten“ identifiziert werden, eine Minderheit (21%) lässt sich als „Moral-Optimisten“ klassifizieren.

Betrachtet man diese Klassifizierung im Kontext des zugleich erhobenen beruflichen Selbstverständnisses, so ergibt sich eine erkenntnisträchtige Zuspitzung und damit eine ziemlich eindeutige Aussage:

(Siehe Abbildung 5)

Abbildung 5:
Glaube an die Macht
der Moral und berufliches
Selbstverständnis
(Angaben in %)



Zunächst stellt sich heraus, dass sowohl moralische Optimisten als auch moralische Pessimisten im Kontext jeglicher Berufsauffassung auffindbar sind. Zugleich wird aber auch deutlich, dass es vor allem eine einzige Gruppe ist, die sich klar von den anderen abhebt:

Der Typus des „engagierten Kritikers“ – ein Sonderfall?

„Moralische Optimisten“, also Journalistinnen und Journalisten, die an die Macht der Moral in der öffentlichen Diskussion glauben, finden sich mehrheitlich (mit 58%) unter den „engagierten Kritikern.“ Das ist aus zwei Gründen bemerkenswert: Einmal bekennt sich zu diesem beruflichen Selbstverständnis die anteilmäßig größte Zahl unserer Befragten (nämlich: 30%) und außerdem wird das Rollenbild des engagierten Kritikers schon seit Jahrzehnten gerne als funktional für demokratisch organisierte Gesellschaften betrachtet (vgl. z. B. Glotz/Langenbacher 1993).

Beim Versuch, die engagierten Kritiker – und damit auch mehrheitlich die moralischen Optimisten – medienpezifisch zu lokalisieren, wird erkennbar, dass es sich dabei vornehmlich um Personen handelt, die im Tageszeitungsjournalismus tätig sind, eine weitere resortspezifische Differenzierung weist sie überdies als Angehörige der Ressorts „Politik“ und „Wirtschaft“ aus.

(Siehe Abbildung 6)

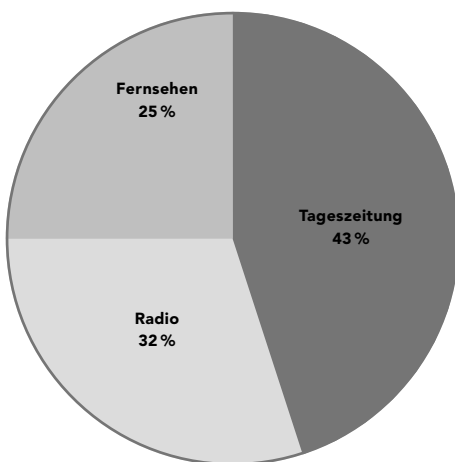


Abbildung 6: Berufliches Selbstverständnis: Wo arbeiten die „engagierten Kritiker“?

Die „engagierten Kritiker“ scheren neuerlich aus dem Trend aus, wenn man die Ziele der Journalisten in Krisenzeiten entlang der hier errechneten Typologie insgesamt miteinander vergleicht:

(Siehe Tabelle 1)

	Kritiker	Dienstleister	Informant	Meinungsbildner	Sign
Publikum neutral informieren	69	86	90	89	s.
Fehlentwicklungen aufdecken	10	6	8	6	ns.
Kritik an Missständen üben	14	1	7	1	s.
Eigene Ansichten präsentieren	1	1	1	0	ns.
Auf Bedürfnisse der Konsumenten eingehen	10	7	6	7	s.

Tabelle 1: Vergebener Rangplatz 1 (alle Befragten, Angaben in %)

Wie erkennbar ist, sind die engagierten Kritiker jene Journalisten, denen es in Krisenzeiten zwar auch in erster Linie um eine neutrale Information des Publikums geht. Allerdings ist dies – im Vergleich mit den anderen Journalisten-Typen – signifikant weniger häufig der Fall.

Die engagierten Kritiker zählen außerdem zu jenen, die sich auch in Krisenzeiten häufiger zu Kritik an Missständen bekennen (abermals sind die Unterschiede statistisch signifikant!). Dies passt zum bereits vorhin erhobenen Befund, wonach sie auch an die Macht moralischer Argumente glauben, d. h., in den Reihen der engagierten Kritiker findet man auch den höchsten Prozentsatz an Moral-Optimisten.

Fazit

In Zeiten angespannter Nachrichtenlage stresst die Journalisten in Österreichs Redaktionen zuallererst die Zeitknappheit, hinzu kommt die steigende Konkurrenz zwischen den Medien: Im Ringen um die Aufmerksamkeit des Publikums gibt es einen Kampf um spektakuläre Bilder. Man weiß sehr wohl um die Relevanz der Hintergrundberichterstattung, sieht aber zugleich die Gefahr, Falschmeldungen infolge intransparenter Quellenlage zu produzieren – und dies verschafft zusätzlichen Druck.

Während des Irakkrieges (und auch danach) wurde das Verhalten der USA und ihrer Verbündeten immer wieder auch aus moralisch-ethischer Perspektive diskutiert. Die Mehrzahl

der österreichischen Journalisten schätzt den Sinn solcher Diskussionen jedoch ambivalent und eher skeptisch ein: Man glaubt eher nicht, dass mit moralisch auch noch so gut begründeten Positionen gegen die Interessen von Machtgruppen etwas auszurichten ist – selbst dann nicht, wenn man die Mehrheitsüberzeugungen der Bevölkerung hinter sich weiß.

Dazu passt, dass die österreichischen Journalisten in Krisenzeiten dominant dem Berufsbild des objektiven Vermittlers entsprechen: Sie wollen die Rezipienten zuallererst möglichst „neutral und präzise informieren.“

Abseits solcher Krisenzeiten trifft dies lediglich auf ein Fünftel unserer Befragten zu. Man begegnet dann am häufigsten dem Typus des „engagierten Kritikers“, der Kritik an Missständen und Kontrolle der Mächtigen auf seine Fahnen schreibt, dem es aber auch um die Benachteiligten in der Gesellschaft geht. Angehörige dieses Typus deklarieren sich überdies mehrheitlich als „moralische Optimisten“: Sie glauben sehr wohl an eine gewisse Macht der Moral in der öffentlichen Diskussion – und es ist anzunehmen, dass sie sich dort auch entsprechend einbringen.

Literatur:

Glutz, P./

Langenbacher, W. R.:

Der missachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse. München 1993 (orig. 1969)

Löffelholz, M.:

Krisenkommunikation. Probleme, Konzepte, Perspektiven. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation.* Opladen 1993, S. 11–32

Löffelholz, M.:

Krisen- und Kriegskommunikation als Forschungsfeld. Trends, Themen und Theorien eines hoch relevanten, aber gering systematisierten Teilgebietes der Kommunikationswissenschaft. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert.* Wiesbaden 2004, S. 13–55

Merten, K.:

Krieg in der Mediengesellschaft. Oder: Die Wahrheit als Störenfried. In: K. Kocks/K. Merten/K. Brickwedde-Stümpel/E. Wienand: *Vom gerechten Krieg. Berichterstattung der deutschen Presse zum Irak-Krieg.* Münster 2003, S. 66–81

Ruhrmann, G.:

Ist Aktualität noch aktuell? Journalistische Selektivität und ihre Folgen. In: M. Löffelholz (Hrsg.): *Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation.* Opladen 1993, S. 80–96

Scholl, A./

Weischenberg, S.:

Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen/Wiesbaden 1998

Dr. Roland Burkart ist ao. Universitätsprofessor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und seit 2003 Ehrendoktor der Kliment-Ohridski-Universität Sofia.



Dr. phil. Lieselotte Stalzer ist Vorstandsvorsitzende des Verbands der Marktforscher Österreichs (VMÖ). Sie leitet die Marktforschung der Wiener Städtischen Versicherung und ist Dozentin für Markt- und Meinungsforschung am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.



Die Kontrollerwartungskluft

Ein Phänomen der Medienrezeption

Peter Vitouch

Die Darstellung von Opfern in Kriegs- und Krisengebieten ist ein explizites Beispiel für Kontrollverlust und Hilflosigkeit von Individuen. Rezipienten mit unterschiedlicher Kontrollerwartung werden diese Inhalte unterschiedlich verarbeiten und interpretieren. Daraus ergibt sich der Ansatz der „Kontrollerwartungskluft“, der hohen Erklärungswert für Phänomene der individuellen Mediennutzung zu haben scheint.

Schon in meinem ersten Buch *Fernsehen und Angstbewältigung* (Vitouch 1993/2000) stellte ich eine Verbindung zwischen dem „Locus of Control“-Konzept von Julian B. Rotter und dem Medienselektions- und Medienrezeptionsverhalten der Fernsehzuschauer her. Seither konnte in zahlreichen empirischen Arbeiten (siehe die unten erwähnte Metastudie) die Bedeutsamkeit dieser Variable als Vorhersagekriterium für die Mediennutzungsstrategien von Rezipienten untermauert werden.

Es war für uns daher naheliegend, dieses Konzept auch im Rahmen dieser umfangreichen Untersuchung zum Kriegs- und Krisenjournalismus einzusetzen. Uns interessierte vor allem die Verarbeitung der Opferdarstellungen. Denn Opfer sind doch ganz offensichtlich Individuen, die weitgehend Kontrolle über ihr Leben verloren haben und in die Hilflosigkeit abgerutscht sind.

Unser Hauptinteresse war nun: Wie gehen Menschen mit diesen Bildern um? Welche Wirkungen gehen von diesen Bildern aus? Verarbeiten Menschen mit überwiegend externaler Kontrollerwartung diese Inhalte anders als jene mit internaler Kontrollerwartung?

Der Forschungsgegenstand, das Erkenntnisinteresse, das Untersuchungsdesign

Das Konzept, das hier vorgestellt wird, entstand in einem mehrsemestrigen Forschungspraktikum. Natürlich sind die Ergebnisse, die von Aglaja Przyborski, Andrea Payrhuber und studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf der Tagung präsentiert wurden, nur ein Teil der umfangreichen Materialien, die aus diesem Arbeitsprogramm resultierten.

Einer unserer Forschungsschwerpunkte bestand darin, qualitative und quantitative Forschungsmethoden anhand einer aktuellen Fragestellung aus dem Medienalltag zu kombinieren. Die Motivation hinter diesem Bemühen ist eine vielschichtige.

Der Ausgangspunkt war eine explizit methodische Fragestellung: Wie lassen sich qualitative und quantitative Forschungsstrategien anhand einer exakt definierten Fragestellung miteinander kombinieren? Ist eine wechselseitige Validierung der Methoden möglich? Wo liegen die Probleme einer derartigen Kombination?

Die Verbindung zur inhaltlichen Dimension war die Definition des Forschungsgegenstands:

Wie erwähnt, wollten wir untersuchen, wie unterschiedliche Opferdarstellungen im Medium Fernsehen von den Zuschauern wahrgenommen und verarbeitet werden. Unser besonderes Augenmerk richteten wir dabei auf eine Rezipientenvariable, die uns bei dieser unterschiedlichen Verarbeitung bedeutsam erschien und auch den Vorteil hat, dass man sie – wie wir meinen – sowohl mit quantitativen wie auch mit qualitativen Methoden messen und abbilden kann. Es handelt sich dabei um die Variable „Kontrollerwartung“. In einer von der Forschungsgruppe zu Beginn der Untersuchung durchgeführten Meta-studie über 144 Diplomarbeiten konnte der sys-

tematische Zusammenhang zwischen individuellen generalisierten Kontrollerwartungen der Rezipienten und der Verarbeitung von Medieninhalten konsistent nachgewiesen werden. Es geht hier um ein aus der Sozialpsychologie stammendes Modell, das in den Attributionstheorien verankert ist.

»In einer von der Forschungsgruppe zu Beginn der Untersuchung durchgeführten Metastudie über 144 Diplomarbeiten konnte der systematische Zusammenhang zwischen individuellen generalisierten Kontrollerwartungen der Rezipienten und der Verarbeitung von Medieninhalten konsistent nachgewiesen werden.«

tematische Zusammenhang zwischen individuellen generalisierten Kontrollerwartungen der Rezipienten und der Verarbeitung von Medieninhalten konsistent nachgewiesen werden. Es geht hier um ein aus der Sozialpsychologie stammendes Modell, das in den Attributionstheorien verankert ist.

Diese Kontrollerwartung kann intern oder extern lokalisiert sein, sie kann spezifisch oder generell sein. Uns interessierte die Kontrollerwartung (die Erwartung, durch eigenes Handeln etwas bewirken bzw. Kompetenz beweisen zu können) natürlich besonders hinsichtlich des Medienkonsums. Die Forschungsgruppe um Andrea Payrhuber entwickelte dafür einen Test, der speziell den Attributionsstil bei der Medien-nutzung messen soll. Die Gruppe ging dabei nach allen Regeln der Testentwicklung vor und legte so einen quantitativen Grundstein für die Bearbeitung der Fragestellung: Gibt es einen systematischen Zusammenhang zwischen der individuellen Kontrollerwartung der Rezipienten und der Verarbeitung von Opferdarstellungen im Medium Fernsehen?

Die Variable „Kontrollerwartung“ schien uns aber nicht nur aufgrund der bisherigen Ergebnisse von Interesse. Sie ist in diesem Forschungsansatz auch ein wichtiges Verbindungsglied zwischen quantitativer und qualitativer Methodik. Denn auch in qualitativen Verfahren – wie der dokumentarischen Gesprächsanalyse im Rahmen der rekonstruktiven Sozialforschung – werden Phänomene definiert, die diesem sozialpsychologischen Ansatz auffällig ähnlich schei-

nen. So identifiziert man im Rahmen der Analyse von biographischen Interviews in dieser Methodik sogenannte „Verlaufskurven“. Dabei geht es um den „Verlust von Handlungskompetenz bzw. den Verlust des Glaubens daran, intentional handeln zu können“ – eine ganz offensichtliche Parallelität zu der vorher definierten Variable „Kontrollerwartung“ bzw. in diesem Fall „Kontrollverlust“.

Aglaja Przyborski hat mit ihrer Forschungsgruppe umfangreiche biographische Interviews geführt und in aufwendiger und methodisch exakter Weise nach den Kriterien der dokumentarischen Methode analysiert.

Auf der Basis dieses Datenmaterials ist es möglich, die qualitativen und quantitativen Ergebnisse der beiden Gruppen zu verbinden, so dass damit das Phänomen umfangreich untersucht und die Ergebnisse der beiden Forschungsansätze in Relation gestellt werden können.

Um die Ergebnisse von Querschnittuntersuchungen auch kausal interpretierbar zu machen, ist es notwendig, Methoden einzusetzen, die dies auch leisten können.

Aus diesem Grund wurde in unsere Untersuchung auch ein experimenteller Teil eingebaut. Ein Interessenschwerpunkt unseres Ansatzes bestand darin, einige unterschiedliche und exakt operationalisierbare Opferdarstellungen im Fernsehen zu identifizieren und festzustellen, ob (und durch welche Rezipienten) diese Unterschiede wahrgenommen und individuell verarbeitet werden.

Zu diesem Zweck wurden aus TV-Nachrichten über den Irakkrieg Beiträge ausgesucht, die definierten Kriterien gehorchten.

Wir fassten Beiträge zusammen,

- in denen Kinder und Zivilpersonen zu Opfern wurden;
- in denen Angehörige des Militärs zu Opfern wurden;
- in denen Journalisten und Berichterstatter zu Opfern wurden.

Unser Erkenntnisinteresse bestand darin, festzustellen, ob die Rezeption dieser Berichte zu einer Veränderung der Kontrollerwartung führt bzw. inwieweit Personen mit unterschiedlicher Ausgangslage die Berichte unterschiedlich wahrnehmen.

Die qualitativ agierende Forschungsgruppe benutzte die gleichen Berichte als Stimulationsmaterial für ausführliche Gespräche über die TV-Berichte und den Opferstatus.

Einen weiteren Aspekt der Differenzierung führten wir bei der Auswahl der untersuchten Personen ein. Es erschien uns plausibel, dass Personen, die in ihrem Leben persönliche Erfahrungen mit Kriegsoffizieren hatten, TV-Berichte anders bewerten werden, als Personen, die Opfergeschicksale nur vom Bildschirm her kennen.

Aus diesem Grund wurden bei der qualitativen Erhebung ältere Personen in die Untersuchung einbezogen, die den Zweiten Weltkrieg noch miterlebt haben, sowie Personen, die bei Hilfseinsätzen auf aktuellen Kriegsschauplätzen eingesetzt waren (hier hat das Internationale Rote Kreuz sehr geholfen, an diese Personen heranzukommen).

Die dargestellte Komplexität des beschriebenen Forschungsvorhabens macht deutlich, dass hier nicht im Einzelnen auf die bisherigen Ergebnisse eingegangen werden kann. Diese werden in einem geplanten Buchprojekt nachlesbar sein, das auch die Tagungsergebnisse beinhalten wird. Dennoch werden hier einige Ergebnisse hinsichtlich der Variable „Kontrollerwartung“ beispielhaft angeführt. Sie sollen dazu dienen, die Vermutung zu unterstützen, es gäbe eine (wie wir es nennen) „Kontrollerwartungskluft“, welche die Interpretation von Medieninformation durch die Rezipienten und damit im weitesten Sinne die Medienkompetenz entscheidend beeinflusst.

Einige Ergebnisse

Betrachten wir vorerst einige Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung zur Kriegs- und Krisenberichterstattung. Zusätzlich zu den Fragen zur Mediennutzung und Medienwirkung wurde, wie erwähnt, der Attributionsstil miterhoben.

Bei der Beurteilung der Bedeutung von Bildern in der Berichterstattung zeigt sich z. B., dass external Attribuierende die Bilder als weniger glaubhafte Informationsquelle sehen und eher dem Text vertrauen. Internal Attribuierende stehen dem Text der Bildberichterstattung kritischer gegenüber.

Wird die Bedeutung des Internets als Quelle der Eigenrecherche nachgefragt, zeigt sich hypothesenkonform, dass Personen mit internaler Kontrollerwartung signifikant mehr Zusatzinformationen aus dem Netz beziehen.

External Attribuierende misstrauen eher der Berichterstattung als internal Attribuierende. Das mag vorerst erstaunlich scheinen. Jedoch ist es ein oft verifiziertes Ergebnis, dass Personen mit externer Kontrollerwartung an den Einfluss mächtiger anderer glauben, die eben auch auf die Berichterstattung Einfluss haben könnten. Internale scheinen aufgrund der zusätzlichen Informationssuche auf ihr Hintergrundwissen zu vertrauen, sie meinen die Glaubwürdigkeit von medialen Informationen besser beurteilen zu können.

Internale stimmen eher zu, sich aus den Medieninformationen innenpolitisch umfassend informieren zu können. Signifikant ist auch der Unterschied bei der Meinungsbildung. Hier beziehen sich Personen mit internaler Kontrollerwartung eindeutig mehr auf die Fakten in der Medienberichterstattung für ihre Meinungsbildung als Personen mit externer Kontrollerwartung.

Interessant ist wiederum, dass internal Attribuierende weniger der Meinung sind, dass mehr verschwiegen als gezeigt wird. Dieses Ergebnis kann man auf die Bereitschaft der Personen mit externaler Kontrollüberzeugung zurückführen, eher an mächtige andere zu glauben und damit „Verschwörungstheorien“ zugänglicher zu sein. Internale glauben eher daran, die Medieninhalte aufgrund der eigenen Recherche gut beurteilen zu können.

Schließlich wurde auch die allgemeine Mediennutzung abgefragt. Hier zeigte sich, dass external Attribuierende alle Medien eher zur Unterhaltung als zur Information nutzen – ein Ergebnis, das (siehe Metastudie) in vielen unserer Untersuchungen aufzufinden ist.

Internal Attribuierende ziehen eher die Zeitung für weiterführende Informationssuche heran. Bei der Kriegsberichterstattung – hier speziell über den Irakkrieg – ist jedoch vor allem das Fernsehen die zentrale Informationsquelle, gefolgt von der Tageszeitung und dem Radio.

Die beispielhaft angeführten Ergebnisse zeigen, dass sowohl hinsichtlich Informationskontrolle als auch Handlungskontrolle Unterschiede zwischen internal und external attribuierenden Personen bestehen.

Das Experiment

Mit diesem Versuchsdesign wollten wir der Frage nachgehen, ob und wie der mediale Kontext, in den die Nachrichten eingebettet sind, die Meinungsbildung der Rezipienten beeinflusst. Zu diesem Zweck wurden den schon oben beschriebenen drei thematischen Nachrichtenblöcken (zivile Opfer, militärische Opfer, Opfer unter Berichterstattung) zweimal zwei Treatments vorgelegt.

Das Stimulusmaterial bestand:

- aus zwei Beiträgen, die den Krieg an sich thematisierten (einerseits einen Diskussionsbeitrag pro Krieg, andererseits einen contra Krieg);
- und aus zwei Beiträgen, welche die Glaubwürdigkeit der Medien bewerteten (einerseits positiv, andererseits negativ).

Natürlich kann die umfangreiche Anzahl der signifikanten Zusammenhänge hier nicht referiert werden. Anhand von Einzelergebnissen soll jedoch versucht werden, die generelle Tendenz der Daten darzustellen.

Interessant ist, dass sowohl internal Attribuierende wie auch external Attribuierende gleichermaßen der Meinung sind, „dass der einzelne Mensch in Krisensituationen keine Einflussmöglichkeit auf die Geschehnisse hat“. Die Situation lässt offenbar keinen anderen Schluss zu.

Personen mit externaler Kontrollerwartung sind aber nach den gezeigten Beiträgen deutlich trauriger, aber auch zorniger gestimmt.

Die Interventionen durch das jeweilige Treatment führen bei den external Attribuierenden zu deutlich mehr beeinflussten Reaktionen bei den einzelnen Fragestellungen. Das heißt, dass

»Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die Variable ›Kontrollerwartung‹ als äußerst aussagekräftig in Bezug auf die Informationsverarbeitung von Medieninhalten erwiesen hat.«

gerade bei den Personen mit externaler Kontrollerwartung die emotionale Erregung stark ist, aber offensichtlich einen Bewertungsrahmen braucht, der es ermöglicht, die Berichterstattung einzuordnen. Ohne Zusatzinformation neigen diese Personen dazu, sich in deutlich stärkerem Ausmaß hilflos zu fühlen als die internal Attribuierenden.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die Variable „Kontrollerwartung“ als äußerst aussagekräftig in Bezug auf die Informationsverarbeitung von Medieninhalten erwiesen hat.

Resümee

Die ursprüngliche „Wissensluft-Hypothese“ lautet: „Wenn der Informationsfluss von Massenmedien in ein Sozialsystem wächst, tendieren die Bevölkerungssegmente mit höherem sozioökonomischen Status zu einer rascheren Aneignung dieser Information als die statusniedrigeren Segmente, so dass die Wissensluft zwischen diesen Segmenten tendenziell zu- statt abnimmt“ (Tichenor/Donohue/Olien 1970, S. 159f.).

Dieser Ansatz wurde durch zahlreiche nachfolgende Untersuchungen relativiert, nicht zuletzt deshalb, weil gezeigt werden konnte, dass der Faktor Bildung nur einen geringen Beitrag zur Varianz der Erklärung für die unterschiedliche Nutzung und Verarbeitung der Medieninhalte leistet.

Hier scheint der Faktor „Kontrollerwartung“ einen erheblich höheren Erklärungswert zu liefern, so dass es unserer Ansicht nach eher berechtigt ist, von einer „Kontrollerwartungskluft“ zu sprechen. Denn internal attribuierende Personen gehen offenbar in anderer Weise an Medieninhalte heran als external Attribuierende. Auch die Medienkompetenz und der Verarbeitungstil scheinen anders geartet zu sein, so dass diese generalisierte Erwartungshaltung bezüglich der eigenen Einflussmöglichkeit offenbar zu einer „Kluft“ bei der Informationsaufnahme durch die Rezipienten führt.

Literatur:

**Tichenor, P./
Donohue, G. A./
Olien, C. N.:**
*Mass Media Flow and
Differential Growth in
Knowledge.* In: *Public
Opinion Quarterly*,
34/2/1970, S. 159–170

Vitouch, P.:
*Fernsehen und Angstbe-
wältigung. Zur Typologie
des Zuschauerhaltens.*
Opladen 1993/2000

Dr. Peter Vitouch ist
Professor für Psychologie
am Institut für Publizistik-
und Kommunikations-
wissenschaft an der
Universität Wien.



Vom Guten des Schlechten

Mediale Wirkungen der Tsunami-Katastrophe

Jürgen Grimm und Nora Sells

Anmerkungen:

1
Das Tsunami-Experiment steht im Zusammenhang zweier weiterer Experimente zur Wirkung von Opferdarstellungen im Kontext der Terroranschläge vom 11. September bzw. des Irakkrieges.

2
Eilmeldung bei t-Online am 21.10.2005.

Die Untersuchung zur medialen Wirkung der Tsunami-Katastrophe wurde im Rahmen eines Forschungsseminars an der Universität Wien (Leitung: Jürgen Grimm) durchgeführt¹. Ziel war es, die Möglichkeiten von Opferdarstellungen zur Erzeugung prosozialer Effekte zu explorieren und dazu förderliche bzw. hemmende journalistische Gestaltungsmittel zu extrahieren. Des Weiteren ging es um die Frage, ob und unter welchen Bedingungen Katastrophenberichte depressive Weltansichten und Hilflosigkeitsreaktionen hervorrufen.

Als vor 250 Jahren, am 1. November 1755, Lissabon durch ein Erdbeben der Stufe 9 auf der Richter-Skala und einen darauf folgenden Tsunami völlig zerstört wurde und ca. 100.000 Todesopfer zu beklagen waren, erschütterte diese unerwartete Katastrophe ganz Europa. Fassungslos und verzweifelt suchte man nach Erklärungen. Manche verstanden das Ereignis im Rahmen theologischer Deutungen als Strafe für die Sünden der Menschheit im Allgemeinen und der in dieser Zeit intensivierten portugiesischen Kolonialpolitik im Besonderen. Aufgeklärtere Geister sahen ihren Glauben an den unaufhaltsamen Fortschritt der Zivilisation erstmalig und nachhaltig in Frage gestellt. Viele Gelehrte trieb die Zerstörung der Hauptstadt Portugals in eine Sinnkrise, wie z. B. den Philosophen und Schriftsteller Voltaire, dessen positive Weltansicht im Zweifel über Sinn und Ordnung von Natur und Schöpfung buchstäblich zusammenbrach. Jean-Jacques Rousseau interpretierte das Unglück optimistischer und führte den Großteil auf die Verhaltensweise der zivilisierten Menschheit zurück: Weder die Natur noch Gott hätten hohe Häuser in zu engen Gassen errichtet.

Naturkatastrophen heute

Sowohl großdimensionierte Naturkatastrophen als auch Katastrophenberichte haben in den letzten Jahren zugenommen. Vor allem die Tsunami-Katastrophe vom 26. Dezember 2004 erinnert vom Ausmaß und den öffentlichen Reaktionsmustern her stark an die damalige existentielle Erschütterung, die von Lissabon ihren Ausgang nahm. Genügt es, die ärgsten Schäden zu beseitigen, ein Frühwarnsystem für die betroffene Region zu installieren und dann zur Tagesordnung zurückzukehren? Vielleicht sollte man noch Rousseaus Ratschlag beherzigen und erdbeben- als auch flutsicherere Häuser bauen. Können wir aber damit dem Opferdasein entgehen? Als die US-amerikanische Ostküste in der diesjährigen Hurrikansaison nach „Rita“ und „Kathrina“ und der Zerstörung von New Orleans zum wiederholten Male durch den noch größeren Monstersturm „Wilma“ bedroht wurde, fragte der frustrierte Gouverneur von Florida, Jeb Bush: „Warum gerade wir? Wie kann ein Sturm eine scharfe Wende von 90 Grad vollziehen?“² Vielleicht hätte er seinen Bruder fragen sollen, dem bekanntlich religiöse Denkmuster wie das „Reich des Bösen“ und die „Strafe Gottes“ nicht ganz fremd sind.



Das Tsunami-Experiment

Sri Lanka, Dezember 2004

Aber auch in ganz und gar säkularer Perspektive öffnet die Erfahrung des Opferdaseins die Menschen für Frustrationen aller Art, für eigene Schuldgefühle ebenso wie für aggressive Schuldzuweisungen (die sich in New Orleans in Überfällen und Plünderungen entluden). Die Auswirkungen reichen von nachhaltigen Traumatisierungen der Davongekommenen bis zum Entschluss, unbedingt helfen zu wollen und ein besserer Mensch zu werden.

Nachdem eine Reihe von Medienwirkungs-Experimenten zu Opferdarstellungen im Kontext von Kriegs- und Terrorberichten belegt hatten, dass die Primärreaktion der Zuschauer auf Opferbilder in einer starken *Angstzunahme* besteht, die unter Umständen für Feindbildkonstruktionen und gewaltbefürwortende Handlungsweisen instrumentalisiert werden kann (wie in den USA nach dem 11. September geschehen), sollte das Tsunami-Experiment erstens klären helfen, unter welchen Bedingungen Opferdarstellungen prosoziale Effekte wie Hilfsbereitschaft und Spendentätigkeit stimulieren. Zweitens ging es im Anschluss an Untersuchungen von Peter Vitouch (siehe seinen Beitrag in diesem Heft, S. 42 ff.) darum, journalistische Handlungsmöglichkeiten auszuloten, um depressive, Hilflosigkeit verstärkende Verarbeitungsweisen der Zuschauer (also eine Verdüsterung der Weltansicht nach dem Vorbild Voltaires) zu verhindern.

Der Versuchsaufbau folgt einem Muster, das sich bereits in den 90er Jahren im Rahmen von Untersuchungen zur Wirkung von Spielfilmgewalt bewährt hatte (Grimm 1999; 2002).



- t1 Vor der Filmvorführung:
Schriftliche Befragung mit präzeptiven Tests zu psychosozialen Merkmalen;
- t2 Begleitend zur Filmvorführung:
Physiologische Messungen (Puls und Hautleitfähigkeit);
Eindrucksdifferenziale zu den Filmsequenzen;
- t3 Nach der Filmvorführung:
Offene Erinnerungsfragen und Bewertung des Films;
Postrezeptive Tests (analog zu t1).

Vor der Filmvorführung (t1) beantworteten die Probandinnen und Probanden umfangreiche Fragen u. a. zu folgenden Einstellungskomplexen: Angst, Aggression, Gewaltlegitimation, Gewaltbereitschaft, Empathie, Toleranz und moralische Affektivität. Ca. 48 Stunden später sahen sie bei einem zweiten Untersuchungstermin Filmsequenzen mit Opferdarstellungen im Kontext der Tsunami-Katastrophe 2004. Während der Filmrezeption (t2) wurden die *Erregung* anhand des Pulses und die *Aktivierung* anhand der Hautleitfähigkeit (SCL) erfasst. Unmittelbar nach jeder Filmsequenz hielten die Probandinnen und Probanden ihren emotionalen Eindruck in semantischen Differentialen fest und gaben sodann ihre Erinnerung an das Gesehene schriftlich wieder. Abschließend erfolgte eine erneute Messung der psychosozialen Eigenschaften (t3), die mit den Variablen des t1-Fragebogens übereinstimmten. Differenzen im Antwortverhalten zwischen der präzeptiven und der postrezeptiven Messung werden als Wirkungen gewertet, wenn die Abweichungen das statistische Signifikanzkriterium erfüllen.

Das *Prä-Post-Verfahren* erlaubt es, Aussagen über kurzfristige Wirkungen zu machen. Dies lässt zwar keinen zwingenden Schluss auf langfristige Effekte zu, kann aber doch als Indikator für Wirkungstendenzen verstanden werden, die sich bei fortwährendem Konsum ähnlicher Filmstimuli verfestigen.

Die Testseherinnen und -seher wurden in vier nach Alter, Bildung und Geschlecht genau egalisierte Filmgruppen unterteilt, in denen jeweils ein journalistisches Gestaltungsmittel variiert wurde. In Gruppe 1 sahen die Testseherinnen und -seher ausschließlich und unkommentiert Bilder von der Tsunami-Welle und den davon unmittelbar betroffenen Opfern: kleine Kinder, die von der Welle überrascht, Urlauber, die weggeschwemmt, und Einheimische, die von Trüm-

merteilen erschlagen wurden. Die zweite Gruppe sah dieselben Filmbilder, die nun aber mit einem handlungsoptimistischen Kommentar unterlegt waren (mit Formulierungen wie z. B.: „große Hilfsbereitschaft wurde ausgelöst“; „wenn Menschen zusammenhalten, können sie auch mit den schlimmsten Katastrophen fertig werden“ u. Ä.). In Gruppe 3 wurden den Testseherinnen und -seher zusätzlich zur Grundversion der Gruppe 1 aktive Helfer vor Ort und in Österreich gezeigt, dabei wurde aber auf den Optimismus-Kommentar verzichtet. Schließlich wurden in Gruppe 4 die Helfermodelle durch weitere Opfer ersetzt, die entweder knapp dem Tod entkommen waren und/oder durch die Tsunami-Welle Angehörige verloren hatten und nun über ihre Erfahrungen berichteten.

Angst stimuliert Spendenbereitschaft

Erwartungsgemäß wurde bei einer Mehrheit der Probandinnen und Probanden (75%) dieses Experiments die Spendenbereitschaft erhöht. Nach dem Anschauen der Opferbilder von der Tsunami-Katastrophe wollte im Durchschnitt jeder 73 Euro spenden. Allerdings hatte der handlungsoptimistische Kommentar in Gruppe 2 das Spendenaufkommen in gewissem Maße beeinträchtigt: (Siehe Tabelle 1)

Tabelle 1:
Tsunami-Katastrophe,
Spendenbereitschaft
nach Gruppen

G 1: (Tsunami-Katastrophe mit Opfern):	81,3 Euro
G 2: (Tsunami-Katastrophe mit Opfern + handlungsoptimistischem Kommentar):	32,6 Euro
G 3: (Tsunami-Katastrophe mit Opfern + Helfermodellen):	93,3 Euro
G 4: (Tsunami-Katastrophe mit Opfern + betroffenen Überlebenden):	80,3 Euro

Das Spendenaufkommen in Gruppe 2 machte nur etwa ein Drittel des Aufkommens in Gruppe 4 aus. Während also die Helfermodelle die Spendenbereitschaft erhöhten, wurde dieselbe durch den Optimismus-Kommentar reduziert.

Aus Tabelle 2 geht hervor, dass die Tsunami-Opfer keinerlei aggressive Reaktionen auslösten, wohl aber eine erhebliche Angstzunahme. Inter-

essanterweise ist in Gruppe 4 die Angstzunahme am höchsten, in Gruppe 2 am niedrigsten. Das bedeutet, dass Spendenbereitschaft und Angstzunahme in einem Entsprechungsverhältnis stehen. Anders ausgedrückt: Journalistische Gestaltungsmittel zur Angstreduktion stehen im Widerspruch zu einer maximalen Ausschöpfung der Spendenpotentiale.

(Siehe Tabelle 2)

Tabelle 2:

Tsunami-Katastrophe, Wirkungen von Opferdarstellungen auf Angst und Aggression

N = 142; G 1 = 40 G 2 = 34 G 3 = 36 G 4 = 32	G 1: Tsunami-Katastrophe		G 2: Tsunami-Katastrophe + handlungsopt. K.		G 3: Tsunami-Katastrophe + Helfer		G 4: Tsunami-Katastrophe + Betroffene		F-Test	Gesamt	
	Sign.	d %	Sign.	d %	Sign.	d %	Sign.	d %		Sign.	d %
Zustimmungsveränderung, Post-Prä: d %											
Reaktive Aggression		-0,6		-1,3		0,0		-1,4			-0,8
Aggressionshemmung	**	3,8		-0,8		-2,2		1,1			0,6
Momentane Angst	***	14,7	***	5,8	***	21,9	***	13,7	!!!	***	13,8

Untersuchungszeitraum: Juni/Juli 2005.

In der Spalte „d %“ sind die Veränderungen der Zustimmungswerte bezogen auf die einzelnen psychosozialen Konstrukte zwischen den beiden Messzeitpunkten angegeben;

*** = hochsign. Unterschied zwischen Prä- und Postmessung, $p < 0,01$; ** = sign. Unterschied, $p < 0,05$; * = Trendaussage, $p < 0,10$.

Der F-Test prüft die Unterschiede der Prä-Post-Differenzen zwischen den Gruppen (G 1 – G 4).

!!! = hochsignifikanter Gruppen-Unterschied; !! = sign. Gruppen-Unterschied; ! = Trendaussage, $p < 0,10$.

Quelle:

IPKW Uni Wien, FS Kriegs- und Krisenjournalismus

Hilfe zum Gefühlsmanagement oder prosozialer Effekt?

Der Zielkonflikt wird noch deutlicher, wenn wir weitere Wirkungsbefunde des Experiments im Hinblick auf Einfühlungsstress einerseits und die Veränderung der Fähigkeit zum Gefühlsmanagement andererseits betrachten.

(Siehe Tabelle 3)

Tabelle 3:

Tsunami-Katastrophe, Wirkungen von Opferdarstellungen auf Einfühlungsstress und Gefühlsmanagement-Fähigkeiten

N = 142; G 1 = 40 G 2 = 34 G 3 = 36 G 4 = 32	G 1: Tsunami-Katastrophe		G 2: Tsunami-Katastrophe + handlungsopt. K.		G 3: Tsunami-Katastrophe + Helfer		G 4: Tsunami-Katastrophe + Betroffene		F-Test	Gesamt	
	Sign.	d %	Sign.	d %	Sign.	d %	Sign.	d %		Sign.	d %
Zustimmungsveränderung, Post-Prä: d %											
Einfühlungsstress		0,5	***	-3,9	***	-7,2		1,8	!!!	**	-2,2
Mood Management		3,8		3,7		4,7	**	-7,0	!!		1,5
Aversions-Handling		-1,4		-2,4	**	5,9	**	-5,7	!!!		-0,8

Untersuchungszeitraum: Juni/Juli 2005.

In der Spalte „d %“ sind die Veränderungen der Zustimmungswerte bezogen auf die einzelnen psychosozialen Konstrukte zwischen den beiden Messzeitpunkten angegeben;

*** = hochsign. Unterschied zwischen Prä- und Postmessung, $p < 0,01$; ** = sign. Unterschied, $p < 0,05$; * = Trendaussage, $p < 0,10$.

Der F-Test prüft die Unterschiede der Prä-Post-Differenzen zwischen den Gruppen (G 1 – G 4).

!!! = hochsignifikanter Gruppen-Unterschied; !! = sign. Gruppen-Unterschied; ! = Trendaussage, $p < 0,10$.

Quelle:

IPKW Uni Wien, FS Kriegs- und Krisenjournalismus



Sumatra, Dezember 2004

Katastrophensensitive Zuschauer

genau diese Potentiale durch die Beimengung von *Helfermodellen* (Rettungshelfer in Österreich und am Ort der Katastrophe) erhöht. Zu dieser Befundlage passt, dass die Demonstration aktiver Krisenbewältigung in Gruppe 3 den Einfühlungsstress der Rezipientinnen und Rezipienten am effektivsten reduzierte.

Daraus lässt sich im Hinblick auf die Gestaltung von Katastrophenberichten ableiten, dass positive Helfermodelle am besten in der Lage sind, aktive Gefühlsbewältigung von Zuschauerinnen und Zuschauern zu stimulieren und depressive Reaktionsbildungen zu vermeiden. Allerdings sollte dabei bedacht werden, dass Stressreaktionen durchaus auch positive Effekte zeitigen. Immerhin war die Erhöhung der Spendenbereitschaft in der unter Gefühlsaspekten problematischen Gruppe mit den Hinterbliebenen-Interviews relativ am höchsten ausgeprägt. Und eine signifikante Verstärkung externaler Kontrollenerwartungen, die auf Hilflosigkeits- und Ohnmachtsreaktionen schließen ließe, wurde im Durchschnitt der Probandinnen und Probanden ohnehin unter keinen Gestaltungsbedingungen von Gewalt und Katastrophe ermittelt.

Insgesamt gaben 59% der Probandinnen und Probanden an, dass sie bei der Rezeption von Nachrichtensendungen stärker auf Katastrophenmeldungen achten als auf jede andere Nachricht. Nach empirischen Erkenntnissen zählen bis zu zwei Drittel der Menschen zu dieser Zuschauergruppe. Handelt es sich nun dabei um „Katastrophen-Voyeure“, die nach verbreiteten Vorstellungen als sensationalistisch, gefühllos und unsozial gelten? Unsere Befunde stellen klar: Man sollte eher von „katastrophensensitiven Menschen“ sprechen, die eine Affinität zu negativen Nachrichten entwickelt haben, da sie selbst besonders sensibel, empathisch und sozial eingestellt sind. Allerdings zeigt der Vergleich zwischen den Zuschauergruppen auch, dass Katastrophensensitive mehr als Nichtsensitive zu Scary-World-Ansichten neigen, die Verbrechensfurcht und andere Bedrohungsvorstellungen umfassen. Ihr Weltbild ist tendenziell von Angst und Misstrauen geprägt. Sie schätzen ihre eigenen politischen Partizipationsmöglichkeiten und ihre Einflussnahme im Alltag relativ gering ein.

3 Ob die für das Gesamt-sample nachgewiesene Stabilität der Kontrollüberzeugungen (bei einem leichten Anstieg der internalen Komponente) für alle Rezipientengruppen gleichermaßen gilt, müssen zukünftige Auswertungen zeigen. In Anbetracht des von Peter Vitouch gefundenen Kontrollkluft-Befunds ist denkbar, dass die external tendierenden Katastrophenseher zu einer Verfestigung von Fremdbestimmtheitsüberzeugungen gelangten, indes die internal tendierenden Zuschauer internale Kontrollüberzeugungen stärkten.

Oben: Tsunami; Kupferstich

Darunter: Am 1. November 1755 zerstört ein Tsunami Lissabon.



Einerseits sind also die mutmaßlich erregungsorientierten und sozial fragwürdigen „Katastrophen-Voyeure“ in Wahrheit erregungsdefensive, empathische und hilfsbereite Menschen; andererseits fühlen sich katastrophensensitive Zuschauer in ihrem Alltagsleben abhängig von unbeeinflussbaren Mächten und erscheinen auch in bestimmtem Maße als politisch entfremdet.



Taiwan, Dezember 2004

Fazit

Voltaire oder Rousseau – welcher der beiden Geistesgiganten und Zeugen des Lissaboner Erdbebens von 1755 liefert das realistischere Modell für die Verarbeitung der Tsunami-Katastrophe von 2004? Zunächst ist bei den gegenwärtigen Fernsehzuschauern keine generelle Verdüsterung der Weltansicht nach dem Vorbild Voltaires festzustellen. Vielmehr gibt es Hinweise darauf, dass die Katastrophenberichte zur Tsunami-Welle mehrheitlich im Sinne Rousseaus verarbeitet wurden. Das heißt, die Katastrophenopfer lösten im Durchschnitt der Testseherinnen und -seher keine externalen Kontrollwartungen aus, sondern führten sogar zu einer leichten Steigerung internaler Kontrollüberzeugungen und damit zu dem Bewusstsein, trotz aller Katastrophenwidrigkeiten etwas ausrichten zu können. Dies schließt allerdings nicht aus, dass bestimmte Zuschauergruppen – wie Voltaire – mit einer Verstärkung externaler Kontrollüberzeugungen auf Katastrophenszenarien reagieren. Möglicherweise ist dafür ein Teil der katastrophensensitiven Zuschauer anfällig.³

Voraussetzung für eine Verarbeitung im Sinne der Ohnmachtsvermeidung ist bei den Mainstream-Zuschauerinnen und -Zuschauern, dass Angstvermittlung und Einfühlungsstress, die sich bei der Rezeption von Opferdarstellungen regelmäßig einstellen, eine kritische Grenze nicht überschreiten. Gerade unter den besonders stressenden Bedingungen der Gruppe 4 mit den Tsunami-Opfern und den verzweifelten Hinterbliebenen wurde eine mögliche Erhöhung der internalen Kontrollwartung nullifiziert und der Aufbau von Kontrollkompetenz im Bereich des Gefühlsmanagements unterlaufen. Als hilfreicher erwies sich diesbezüglich eine Katastrophenberichterstattung, die mit handlungsoptimistischen Kommentaren und engagierten Krisenhelfern operiert. Allerdings waren genau die Gestaltungsmittel, die die Stressbewältigung der Zuschauerinnen und Zuschauer unterstützten, zugleich eine Wirkungsbedingung, die die Spendenbereitschaft beeinträchtigte. Diesen Konflikt aufzuzeigen, war unsere Sache, ihn in der konkreten Situation in die eine oder andere Richtung aufzulösen, bleibt Sache der Journalistinnen und Journalisten.

Literatur:

Grimm, J.:

Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität, Erregungsverläufe, sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. Opladen/Wiesbaden 1999

Grimm, J.:

Differentiale der Mediengewalt. Ansätze zur Überwindung der Individualisierungs- und Globalisierungsfalle innerhalb der Medienwirkungsforschung. In: T. Hausmanning/T. Bohrmann (Hrsg.): *Mediale Gewalt. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven.* München 2002

Dr. Jürgen Grimm ist Professor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.



Nora Sells ist Studienassistentin bei Prof. Grimm und hat die technische Durchführung des Tsunami-Experiments überwacht und das Datenmanagement besorgt.



Kriegs- und Krisenkommunikation aus kulturwissen- schaftlicher Perspektive

Thomas A. Bauer

Im Kontext der medial-kommunikativen Vermittlung erhalten Krieg, Krisen und – vor allem – Opfer, so sie Objekte der Berichterstattung sind, eine medial dramatisierte (Be-)Deutung. Sie werden, so die Vermutung, nicht primär als Ereignisse oder Geschehnisse an sich wahrgenommen, sondern als Referenzthemen für die rekonstruktive Beobachtung schon bestehender Habitate (Kultur als Grenzbeobachtung). Opfer in den Medien werden zu Opfern der Medien aufgrund und im Rahmen einer sozialen Praxis, die vor allem im Medienkulturkontext gesucht und favorisiert wird: die Entlastung von kulturellen Dilemmata.

Kulturtheorie und Theoriekultur: Bedeutung als Paradigma von Realität

Die Kulturperspektive konzentriert sich nicht auf Dass-Fakten, sie konzentriert sich auf den gesellschaftlich organisierten Blick, durch den Dass-Fakten überhaupt erst soziale (also gesellschaftlich verbindliche) Realität erhalten. Sie versteht Kultur als die Beobachtung von Grenzen und Unterscheidungen, die durch den Austausch von Bedeutungen ausverhandelt werden. Sie arbeitet beobachtungs-theoretisch, kann daher gewohnte Unterscheidungen bewusst unterbrechen und eingeübte Regeln intelligent brechen (Bauer 2000, S. 53).

Wir sind es gewohnt und nehmen es als selbstverständlich, dass wir, wenn wir von Krisen, Kriegen oder Opfern aus Krisen und Kriegen reden, von Ereignissen sprechen, die schrecklich sind, weil sie tatsächlich geschehen. Weniger geläufig ist uns aber die Umkehrung der Kausalkonstruktion, der entsprechend die Dinge faktisch sind, weil sie schrecklich sind. Eine solche Problemumstellung aber hat ihre erkenntnisstiftende und wissenschaftliche Berechtigung. Denn sie schließt an bei der beobachtungstheoretischen Überlegung, dass die Realität der Dinge

der Bedeutung wegen (für) wahr genommen wird, die das kulturelle Gedächtnis den Ereignissen zuordnet. Ereignisse erhalten aufgrund zweier basaler Unterscheidungen kommunikations-werte Realität. Einmal unterscheidet man das Überraschende gegenüber dem Gewöhnlichen (Wirklichkeit hinter der Wirklichkeit), zum anderen deutet man das Phänomen über Zeichen (oder an Zeichen: Symptome) und macht es so überhaupt erst verstehbar. Von Krieg oder Krisen zu reden, heißt in diesem Zusammenhang immer von Anzeichen zu reden, die die Bedrohung des Normalzustands kennzeichnen. So bewertet, sind Krieg oder Krisen nicht natürliche, sondern kultürlche Objekte der Kommunikation.

Genau diese Kennzeichnung des Geschehens als Kulturprozess (Krieg, Krisen und Opfer in den Medien als Ereignisse im Typus von medialer Kommunikation sind in diesem Sinne nicht Realität, sondern Konnotationen zur Wirklichkeit) verlangt eine beobachtungstheoretische Interpretation: Welche Wertungen und Deutungen müssen vorausgesetzt sein oder werden faktisch vorausgesetzt, um Kriegs- und Krisen-

geschehnisse zu Fakten der (für die) Kommunikation zu machen? Welche Ur-Teile liegen vor, welche werden argumentativ eingemischt, um Kriegs-, Krisen- und Opferbilder als Bilder der Wirklichkeit zu verstehen?

Im Kontext einer kommunikationstheoretischen Analyse kann es eigentlich nicht um die Ereignisrealität von Krieg oder Krisen gehen, sondern um die Bedeutungsrealität. Es muss daher die kommunikationswissenschaftliche Analyse nicht die (wenn überhaupt ausmachbare) faktische Abfolge von Handlungen interessieren. Viel interessanter ist, wie die Kausalität, die hinter oder im Bezug auf die Logik der Verläufe vermutet wird, konstruiert und schließlich kommuniziert wird. Denn die Bedeutung der Ereignisse ist das eigentliche (mediale) Ereignis, um deren Darstellung willen Fakten selektiv bemüht werden. Sie ist Inhalt wie Anlass der Kommunikation.

»Die Bedeutung der Ereignisse ist das eigentliche (mediale) Ereignis, um deren Darstellung willen Fakten selektiv bemüht werden. Sie ist Inhalt wie Anlass der Kommunikation.«

Kultur und Kommunikation sind Konstrukte, die sich gegenseitig erklären. Das eine wie das andere ist gesellschaftlich vermittelt und hat (nur?) Realität als Bedeutung zu Fakten. Daher ist jedes Reden über Kommunikation selbst ein kultureller Vorgang zu Vorgängen, zu denen es kein natürliches Modell gibt. Eine kulturtheoretische Perspektive geht also schlicht von der Annahme aus, dass jedes Reden, auch das theoretische oder theoretisierende, eine Kulturbeobachtung darstellt, die selbst eine Beobachtungskultur voraussetzt. Dies ist dann auch schon die erste Konsequenz aus einem Kulturbegriff, der, auf das Verständnis von Theorie rekursiv angewandt, auch Theorie zu einem offenen und generativen Projekt macht, dessen Wissen schaffender Wert nicht in der Bestimmung von Funktionen, Gesetzmäßigkeiten, Regeln oder in strukturellen Kombinationen von begrifflichen oder definitorischen Fertigbauteilen liegt, sondern in der sich selbst fortschreibenden Interpretation von Erfahrung mit vielfältigen, aber nicht zwingenden Referenzen auf sinnstiftende Größen.

Beobachtungstheorie und Theoriebeobachtung: Wer sind die Opfer?

In der Analyse medialer Berichterstattung über Krieg und Krisen muss man davon ausgehen, dass es sich um spezifisch charakterisierte (eben mediale) Kommunikationsmuster zu anderen ebenso charakteristischen Kommunikationsmustern handelt. Kriegs- und Krisenberichterstattung ist die Konstruktion zu Geschehnissen, die sich nicht (von) selbst erklären oder einsichtig machen.

Die Medien positionieren sich so als metalogisches Symbolsystem, als interpretierende Umwelt, obwohl sie zugleich als System selbst wieder involviert werden. So braucht der Krieg die Medien, um über sich selbst Bescheid zu geben. Dabei spielen die Botschaften über Kriegsoffer in der Regel die Rolle der Darstellung oder auch der Begründung von Sieg oder Verlust.

Das Verhältnis von Kriegs- bzw. Krisenopfern und Medien wird für gewöhnlich in der Art einer plausibilisierten Hypothese aufgestellt, die besagt, dass durch die Kriegs- und Krisenberichterstattung Betroffene, weil sie zu Objekten der Berichterstattung werden, in dieser medienkontextuellen Konstellation dann zu kulturellen Opfern von medientypischen Deutungsinteressen würden. Abgesehen davon, dass sich in eine solche Hypothese moralisierte Emotionen (Mitleid mit Opfern) einmischen, baut sie ihre Sicht der Dinge auf nicht hinterfragten Objektivationen. Kein Opfer ist an sich ein Opfer, sondern wird ein solches durch die Wahrnehmung, noch richtiger: durch die Beobachtung. Denn Wahrnehmungsvorgänge sind nicht Zufallsereignisse, sondern kulturelle Kontrollgänge des Individuums durch die Welt der Kontingenzen. Sie sind in diesem Sinne Deutung schaffende und auf be-

»Kein Opfer ist an sich ein Opfer, sondern wird ein solches durch die Wahrnehmung, noch richtiger: durch die Beobachtung. Denn Wahrnehmungsvorgänge sind nicht Zufallsereignisse, sondern kulturelle Kontrollgänge des Individuums durch die Welt der Kontingenzen.«

stehende kulturelle Ordnungen sich beziehende Beobachtungen. Sie sind es, die Geschehnisse zu Informationen machen.

Gerade weil der Opferbegriff in der Argumentation der Rolle der Medien in Kriegs- und Krisendiskursen so zentral ist, ist es notwendig, seine Plausibilität zu hinterfragen oder gesondert zu begründen. Opfer sind für Krisen und Kriege symptomatisch. Aber das Phänomen kann nicht aus sich ein Symptom für etwas sein, sondern nur durch dessen intervenierende und mimetisch-empathische Deutung eines (an sich nur eigenpsychisch beobachtbaren) Phänomens von außen als Schmerz und Leid. Die Konnotation (Schmerz und Leid) macht ein im Grunde nicht beobachtbares und nicht verstehbares Phänomen zu einem beobachtbaren und dadurch auch verstehbaren. Medien übernehmen in diesem Vorgang der Generierung einer Bedeutung zu einem Phänomen die Rolle eines generalisierten Referenzrahmens (Repräsentation sozialer Praxis) und steuern auf diese Weise generalisierte (emotionale) Reaktionen.

Der Opferbegriff ist ein Kulturbegriff, er ist in diesem Sinne also nicht natürlich, sondern kulturell. Er beschreibt eine kulturell übernommene Deutung, die wiederum (auch im Sinne un-bedachter kultureller Identifikation) so gebraucht wird, dass man Partei ergreift – und sei es die Partei der Medien. Es ist ja nur möglich, ihn so zu gebrauchen, wie Medien bzw. Rezipienten es tun („Opfer auf beiden Seiten“), wenn man (im Sinne des „klinischen Blicks“) eine Äquidistanz zu den Kriegsparteien einnimmt. Eine traditionelle empirische Analyse würde sich daran nicht stoßen, weil sie die Medien (Strukturen, Systeme und deren Kausalitäten) analysiert. Eine interpretative (also kulturtheoretische und konstruktivistisch ansetzende) Analyse würde sich aber nicht auf die Medien (als Ursache oder Wirkung, wie immer) konzentrieren, sondern die Konstellationen beobachten, in denen Medien eine Rolle zuerkannt oder zugeordnet erhalten. Sie beobachtet also alle Handlungszusammenhänge als Bedeutung stiftende Konstellationen und geht davon aus, dass in und aus den Medien die Bedeutungskomplexe (wieder) erkannt werden können.

»Die Konzentration der Krisen- und Kriegsberichterstattung auf Opfer reduziert die Komplexität des Geschehens wie auch jene der Vermittlung des Geschehens auf Syndrome und Symptome und sichert sich so das ›Recht‹ der Ursachenanalyse.«

Die Konzentration der Krisen- und Kriegsberichterstattung auf Opfer reduziert die Komplexität des Geschehens wie auch jene der Vermittlung des Geschehens auf Syndrome und Symptome und sichert sich so das „Recht“ der Ursachenanalyse. Opferbilder sind in diesem Handlungszusammenhang oft nicht mehr als Objekte des „klinischen Blicks“, digitale Statements, mit denen eine publizistisch inszenierte Analogie des emotionalen Einverständnisses zwischen Nachrichtenproduktion und Nachrichtenkonsum strategisch aufgebaut wird. Opfer eignen sich als Chiffre für die Moral der Reaktion, die keine Ablehnung, kein Desinteresse und vor allem keine moralisch zu rechtfertigende Missachtung mehr zulässt. Privilegiertes Wissen und die empathische Auslegung desselben stilisieren Kriegs- und Krisenberichterstatte zu moralischen Größen. Ihre Botschaften kommen jenseits der kognitiven Grenze an, sie platzieren sich im dilemmatischen Bewusstsein und werden über den Aufwand von Gegenleistung, vor allem durch Schuldgefühle und deren Kompensation (z. B. durch Aufmerksamkeit oder Spenden) wieder vergessen.

Krisenängste und Angstkrisen: der Täuschungsvertrag

Die Opferbilder sind niemals informativ, sondern immer expressiv und appellativ. Opferbilder setzen nicht auf Information, sondern auf Intentionalität und Intensität. Die emotionale Rezeption schiebt sich in den Vordergrund, weswegen sich auch die Wirkung umstellt, die, wenn man dem Konzept der Ikonophagie (Baitello) folgt, man etwa so verstehen kann: Opferbilder wirken nicht so, dass die Übertragung oder die Darstellung die mediale Rahmung für den Inhalt darstellen, wie das sonst der Fall ist, sondern umgekehrt: Der Inhalt, die vermittelte Geschichte stellt die Rahmung für die Nachbildung, also für die Übertragung bzw. für die mediale Darstellung dar. So vermittelt sich nicht die Wirklichkeit in medialer Darstellung, sondern die mediale Darstellung als Wirklichkeit. Über solche Strategien, die man genau in diesem Umkehrverfahren manipulieren kann, lässt sich die Umstellung von Relevanzen erreichen und zwar derart, dass ein faktisches Geschehen und dessen Kriseninhalt zum Bezugspunkt einer medialen Geschichte wird, anhand deren zeitlicher Nähe (Ereignisaktualität) sich produzierende und konsumierende Akteure gegenseitig die Relevanz

der ihnen viel näherliegenden Krisen (Themenaktualität, z. B. die Angst vor der Krise) in Erinnerung bringen.

Am Ende ist man nicht über die Krise informiert, sondern über seine Krisenängste

Die Dinge haben niemals die Bedeutung aus sich, sondern immer die Ordnung oder Bedeutung, die wir ihnen geben. Auch hier wiederholt sich die konstruktivistische Erkenntnis: Im Erkennen des anderen bin ich auf mich selbst verwiesen. Was ich erkenne, ist, wie ich erkenne und dass ich es bin, der die Erkenntnis produziert und den sie wiederum meint. Der Betrachter gibt dem Betrachteten jene Formation, durch die das Betrachtete sich als Information mit Bedeutung bestätigt, wobei er sich in der Konstitution von Bedeutung auf jene Kultur- und Wissensmodelle bezieht, die er als identitätsstiftende Programmatik seiner sozialen Umwelt erkennt.

»Die unterstellte Manipulation ist also nicht einseitig als Wirkung zu verstehen, die vom Produzenten im Hinblick auf den Konsumenten intendiert werden könnte, sondern sie ist zu verstehen als gegenseitig vereinbarte Komplizenschaft, die sich in der wechselseitigen Nutzung des Mediums als Ort der Übereinkunft trifft.«

Die unterstellte Manipulation ist also nicht einseitig als Wirkung zu verstehen, die vom Produzenten im Hinblick auf den Konsumenten intendiert werden könnte, sondern sie ist zu verstehen als gegenseitig vereinbarte Komplizenschaft, die sich in der wechselseitigen Nutzung des Mediums als Ort der Übereinkunft trifft.

Das zwischen Medienproduktion und Medienkonsumption am leichtesten zu vereinbarenden gegenseitige Interesse dürfte vermutlich das der wechselseitigen Entlastung von Komplexität sein. Das Wissen um den entsprechenden Schlüssel ist beiden zugänglich: die Sprache. Sie ist der Ort, an dem man sich über Aussage oder Verschweigen vereinbart. Die Sprache ist das Codesystem, durch das man sich kulturell verhandelt.

Es ist nicht weiter notwendig, zu betonen, dass gerade die sprachlich-konnotative wie auch die ikonische Emotionalisierung von Botschaften eine symbolische Rahmung gibt, wie sie eben auch nur mediendramaturgisch zuwege gebracht werden kann, die von Differenzierung und Komplexität entlastet, durch die man Inhalte und Zusammenhänge auf sentimentale

oder auch sentimentale Momentaufnahmen reduziert, deren kognitive Stimmigkeit durch selektive Information und durch affirmatives Handeln nachgerüstet wird.

Entscheidend für einen solchen Manipulationsvertrag zwischen Produzenten und Konsumenten dürfte, so die Überlegung von Hellmut Willke (2002, S. 211) letztendlich doch die „symbolische Rahmung“ sein. Sie ist gewissermaßen das Statut einer Version von medialer bzw. öffentlicher Kommunikation, die alle Merkmale eines einvernehmlichen Täuschungsvertrags in sich enthält. Eines der größten Merkmale ist dabei die Inszenierung oder Simulation von Einverständnis auf einer analogen Ebene bzw. auf der Beziehungsebene, um das Verständnis auf der digitalen oder das Einverständnis auf der Inhaltsebene für gegeben zu nehmen.

Literatur:

Baecker, D. (Hrsg.):
Kalkül der Form.
Frankfurt am Main 1993

Baitello Junior, N.:
Ikonophagia.
São Paulo 2005

Bauer, T. A.:
Zukunft der Kommunikationswissenschaft – Kommunikationswissenschaft der Zukunft. In: *Medien Journal* 2/2000, S. 47–58

Mitterer, J.:
Die Flucht aus der Beliebigkeit. Frankfurt am Main 2001

Simon, F. B.:
Tödliche Konflikte. Zur Selbstorganisation privater und öffentlicher Kriege.
Heidelberg 2004, 2. Aufl.

Willke, H.:
Dystopia. Studien zur Krisis des Wissens in der modernen Gesellschaft.
Frankfurt am Main 2002

Dr. Thomas A. Bauer ist Professor für Medienkultur am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.



Panorama 01/2006

Studie: Journalistisches Interesse an EU-Themen sinkt

Eine Befragung von Journalisten im Rahmen des internationalen Forschungsprojekts „Adequate Information Management in Europe“ (AIM), angesiedelt am Dortmunder Erich-Brost-Institut, ergab, dass die Berichterstattung über die Europäische Union (EU) tendenziell abnimmt; erstaunlicherweise vor allem in den neuen EU-Mitgliedstaaten in Osteuropa. Die Ergebnisse wurden am 17. November 2005 im Rahmen einer Tagung vorgestellt. In der Studie beschäftigten sich Medien- und Kommunikationswissenschaftler, Politologen und Soziologen aus elf Ländern schon seit Mai 2004 mit der EU-Berichterstattung. Über 150 Journalisten wurden interviewt. Zudem tasteten die Forscher drei Wochen lang Beiträge aus Fernsehnachrichten, Qualitätszeitungen und Boulevardmedien auf EU-Themen ab. Die Ergebnisse ähnelten sich: Obwohl die EU zunehmend mehr Einfluss auf nationale Politikfelder hat, falle die Berichterstattung weiterhin in das Ressort „Außenpolitik“. Zudem fehlten für tiefgehendere Recherchen oft Zeit und Möglichkeiten.

Obwohl der Großteil der befragten deutschen Journalisten EU-Themen für relevant hält, wird ihnen in der Berichterstattung kaum oder gar kein Platz eingeräumt. Überraschenderweise seien laut Studie nur die deutschen und französischen Journalisten daran interessiert, zur Entwicklung eines europäischen Gedankens beizutragen.

Nach Angaben des Institutsleiters Gerd G. Kopper solle das von der EU finanzierte Forschungsprojekt weitergeführt werden; darin enthalten sind auch Empfehlungen für die journalistische Arbeit auf diesem Themengebiet und für journalistische Aus- und Weiterbildung.

Pressefreiheit im Westen nimmt ab

Nach Einschätzung der Organisation „Reporter ohne Grenzen“ (RSF) hat die Pressefreiheit in Deutschland und anderen westlichen Staaten deutlich gelitten. Weltweit am meisten eingeschränkt sei die Pressefreiheit in Nordkorea. Dies ergab die jährliche Rangliste der pressefreundlichsten Länder. Für das Ranking, welches zum vierten Mal durchgeführt wurde, hatte die Menschenrechtsorganisation die Situation in 166 Ländern ausgewertet. Während Deutschland 2004 noch auf dem elften Platz rangierte, landete es 2005 auf dem achtzehnten Platz. Grund seien Durchsuchungen, die erzwungene Herausgabe von Telefondaten und die Schließung einer türkischsprachigen Zeitung. Auch ein gewalttätiger Übergriff auf einen Journalisten sei verzeichnet worden. Noch drastischer das Abrutschen der USA von Platz 23 auf 44. Die zunehmende Untergrabung des Quellenschutzes sei ein Hauptgrund dafür gewesen. Schlusslichter neben Nordkorea sind weiterhin auch Eritrea und Turkmenistan, wo es weder unabhängige Medien noch freie Meinungsäußerung gebe. Die einzige Aufgabe der Journalisten beschränke sich auf das Weitergeben von Staatspropaganda. Wer von der offiziellen Linie abweiche, riskiere Überwachung, Schikane oder Gefängnis. Erfreulicherweise habe sich die Situation in einigen afrikanischen und lateinamerikanischen Staaten verbessert. Um ihre Einschätzung treffen zu können, hatte sich „Reporter ohne Grenzen“ mit jeweils 50 Fragen zur Situation in den Ländern an Organisationen gewandt, die sich weltweit für Pressefreiheit einsetzen. Zudem wurden Journalisten, Rechercheure, Juristen und Menschenrechtler befragt.

RTL Alleingesellschafter von n-tv

RTL ist alleiniger Eigentümer des Nachrichtensenders n-tv geworden. Der Sender hat das 50%-Paket des amerikanischen Mitgesellschafter CNN gekauft, wodurch RTL seinen Anteil auf 100 % erhöht hat. Das Vorhaben muss noch durch Kartell- und Medienbehörden genehmigt werden. Der geplante Schritt gebe n-tv den nötigen Handlungsspielraum für zukünftige strategische Aufgaben, so Anke Schäferkordt, Geschäftsführerin der RTL-Gruppe Deutschland. Zudem sei der Nachrichtensender ein wichtiges Mitglied der Senderfamilie. RTL und CNN sind seit Ende 2002 gemeinsame Gesellschafter des Senders, der Nachrichten und Wirtschaftsinformationen bietet und nach eigenen Angaben täglich über fünf Millionen Zuschauer erreicht. n-tv ist 2004 in ein hochmodernes und voll digitalisiertes Sendezentrum nach Köln umgezogen.

Kinder früh im Umgang mit Werbung schulen

„Kinder, Werbung – Werbekinder?!“ lautete der Titel einer Fachtagung in Frankfurt, zu der die Hessische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (LPR) und die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) geladen hatte. Kinder müssten im Umgang mit Werbung und Konsum früh geschult werden, lautete das Resümee. Zudem müsse die Werbung als solche im Programm erkennbar sein und die redaktionelle Unabhängigkeit gewahrt bleiben, um die Glaubwürdigkeit des Programms zu sichern. Vor allem für Vorschulkinder sei eine deutliche Kennzeichnung von Werbung notwendig. In diesem Zusammenhang habe man sich auch über die geplante Revision der europäischen Fernsehrichtlinie ausgetauscht.

Internetanbieter wegen der Darstellung von Minderjährigen verurteilt

Gegen zwei Internetanbieter aus Niedersachsen verhängte die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) Bußgelder von je 5.000 Euro, weil sie Mädchen „in unnatürlich geschlechtsbezogener Körperhaltung“ gezeigt haben, so die Medienaufsichtsbehörde in Hannover. Verboten ist die Darstellung Minderjähriger in einer sexuellen Körperhaltung, die nicht ihrem Alter entspricht, auch wenn sie noch nicht als pornographisch zu werten ist. Unterdessen machte sich auch der „AOL-Sicherheitsrat“, bestehend aus Abgeordneten verschiedener Parteien sowie Vertretern aus Wissenschaft, Kultur und Medien, für mehr Sicherheit im Netz stark. Im Bundeskanzleramt vereinbarte er mit der Geschäftsleitung des Internetunternehmens einen Maßnahmenkatalog, zur Erhöhung der Onlinesicherheit.

Bildung muss sich wieder lohnen

Vom 18. bis 20. November 2005 fand in Bielefeld das 22. Forum Kommunikationskultur der GMK statt. Im Fokus des Forums standen Globalisierung, Migration und Medien. Zahlreiche Vorträge und Seminare berichteten über kulturelle Verbindungen zwischen den unterschiedlichen Ländern und zeigten sowohl Stärken als auch Schwächen im globalen Austausch auf. Fazit der Tagung: Die kulturellen Unterschiede sollten als Ressourcen verstanden werden, um modernen Gesellschaften neue Impulse zu geben. Medien spielten dabei eine zentrale Rolle. Diese sollten sie vor allem auf dem Gebiet der Medienbildung und Medienpädagogik verstärkt ausfüllen. „Bildung muss sich wieder lohnen“, so der erneut zum Vorsitzenden des GMK-Bundesvorstands gewählte Professor Dr. Dieter Wiedemann.

Adriano Celentano, italienischer Schlagersänger, hat sich wieder einmal Gehör verschafft: In seiner RAI-Fernsehshow *Rock-Politik* nahm er die italienische Regierung scharf unter Beschuss. In einer Sendung, die unter dem Motto der Pressefreiheit stand, verglich er Berlusconi's Macht über die italienischen Medien mit der Macht des Ex-Diktators Benito Mussolini. Erwartungsgemäß rief die Show heftige Reaktionen der Regierung und der RAI hervor. Berlusconi kontrolliert als Regierungschef indirekt das Staatsfernsehen RAI und als privater Medienunternehmer die drei landesweiten Sender seines Mediaset-Konzerns.



MEDIEN UND GEWALT:

Michael Kunczik und Astrid Zipfel

Teil 3:

Einflussfaktoren im Wirkungsprozess

Nicht jede Form von Mediengewalt bewirkt bei jedem Rezipienten dieselben Effekte. Diese Erkenntnis hat sich in der Medien-und-Gewalt-Forschung inzwischen durchgesetzt. Welche Darstellungsformen von Gewalt aber sind als besonders risikoreich zu betrachten, welche Rezipienten gelten als besonders gefährdet? Um diese Fragen zu beantworten, werden im folgenden Beitrag Forschungsbefunde zur Rolle verschiedener inhaltlicher und rezipientenbezogener Merkmale im Wirkungsprozess vorgestellt.

In der Forschung herrscht weitgehende Einigkeit darüber, dass die Wirkung von Mediengewalt durch verschiedene Einflussfaktoren moderiert wird. Diese sollen im Folgenden vorgestellt und anhand von Forschungsbefunden in ihrer Bedeutung eingeschätzt werden.

Medieninhalte

Ausmaß und explizite Darstellung von Gewalt

Die vielen Inhaltsanalysen implizit zugrundeliegende Annahme, dass Gewaltdarstellungen umso stärker wirken, je zahlreicher sie sind, ist inzwischen relativiert wor-

den. Wenn auch die Gewaltmenge nicht bedeutungslos ist, so spielt doch der Kontext der Darstellung die wichtigere Rolle. Auch zwischen expliziter Brutalität und Auswirkungen beim Rezipienten besteht kein linearer, positiver Zusammenhang. Vielmehr können deutlich gezeigte negative Konsequenzen für das Opfer gewalthemmende Effekte entfalten (Grimm 1999). Außerdem spielen Wahrnehmungsunterschiede zwischen den Rezipienten eine wichtige Rolle (Früh 2001). Auch implizite violente Stimuli (z. B. das Gesicht des Bösewichts) können starke emotionale Reaktionen auslösen (z. B. Kalamas/Gruber 1998). Für Kinder gilt zudem, dass je nach Alter Filme wie *Bambi* oder *König der Löwen* durch die Thematisie-

nung von Verlassensängsten starke empathische Reaktionen hervorrufen und dadurch unter Umständen größere Angst bewirken können als Filme mit expliziter Gewalt, jedoch geringerem Empathiepotential für diese Zielgruppe (Kunczik 1998, S. 57; Caviola 2000).

Attraktivität des Gewalttäters

Da die Identifikation mit einer Fernsehfigur vermutlich deren Wirkung auf den Rezipienten verstärkt, kommt der Attraktivität gewalttätiger Protagonisten große Bedeutung zu. So neigen z. B. Kinder dazu, sich mit Heldenfiguren zu identifizieren, die sich durch außergewöhnliche Stärke und besondere Fähigkeiten auszeichnen und durch ihre äußere Erscheinung faszinieren (z. B. Groebel 2001; Paus-Haase 1998; 1999; Caviola 2000; Götz/Ensinger 2002). Fuchs, Lamnek und Luedtke (2001) konstatierten zwar, dass nur 3,4% der von ihnen untersuchten Schüler Vorbilder in Helden aus Kriegs- und Actionfilmen sahen; diese Schüler wiesen jedoch auch eine höhere Gewaltbereitschaft auf.

»Für Kinder gilt zudem, dass je nach Alter Filme wie *Bambi* oder *König der Löwen* durch die Thematisierung von Verlassensängsten starke empathische Reaktionen hervorrufen und dadurch unter Umständen größere Angst bewirken können als Filme mit expliziter Gewalt, jedoch geringerem Empathiepotential für diese Zielgruppe.«

Rechtfertigung und Konsequenzen der Gewalt für den Täter

Der Lerntheorie zufolge wird Gewaltverhalten eher gelernt und ausgeführt, wenn Gewalt als gerechtfertigt und/oder als belohnt (bzw. nicht bestraft) dargestellt wird. Die Befunde von Früh (2001) deuten darauf hin, dass Rezipienten als gerechtfertigt dargestellter Gewalt mehr Aufmerksamkeit entgegenbringen und weniger Mitgefühl mit den Opfern empfinden. Hogben (1998) fand in seiner Metaanalyse einen stärkeren Zusammenhang zwischen Mediengewalt und Aggression für gerechtfertigte als für ungerechtfertigte Gewaltdarstellungen. Auch neuere Experimente (z. B. Krmar/Cooke 2001) liefern Hinweise darauf, dass die Darstellung von Gewalt als provoziert, gerechtfertigt bzw. nicht bestraft Einfluss auf die Beurteilung von Gewaltdarstellungen durch Kinder nehmen kann. Hopf (2001, S. 164) kam in einer qualitativen Studie mit älteren Probanden (18–22 Jahre) zu dem Ergebnis, dass sich gewaltbereite und nicht gewalt-

bereite Jugendliche in ihrer Ablehnung nicht gerechtfertigt erscheinender und in ihrer Zustimmung zu gerechtfertigt erscheinender Gewalt ähnelten, die Haltung der gewaltbereiten Jugendlichen aber eine andere subjektive Bedeutung besaß: „Sie assoziieren eigene Gewalthandlungen und können mit der positiven Bewertung der gerechtfertigt erscheinenden filmischen Gewaltdarstellung zugleich auch die vergleichbaren eigenen Gewalthandlungen rechtfertigen.“ In einem Experiment von Grimm (1999) bekam eine Gruppe nur einen (scheinbar unmotivierten) Gewaltausbruch eines Protagonisten (Rambo) gezeigt, eine andere Gruppe sah zuvor eine Sequenz, in der der Protagonist ohne ersichtlichen Grund verhaftet und gedemütigt wird. In beiden Gruppen war keine Steigerung, sondern eher eine Verminderung aggressiver Einstellungen festzustellen. Ein Unterschied bestand im Hinblick auf die Gewaltlegitimation. Die Seher der kompletten Version betrachteten Rambos Handeln im intrafiktionalen Kontext als verständlicher, dies ging allerdings nicht mit einer Legitimierung von Gewalt im extrafiktionalen Kontext (d. h. in der Realität) einher.

Darstellung negativer Konsequenzen für das Opfer

Neuere Untersuchungen sprechen dafür, dass die Darstellung des Leidens von Opfern eine abschreckende Wirkung auf die Rezipienten ausübt. Grimm (1999, S. 431) unterscheidet zwischen „schmutziger“ Gewalt, d. h. in ihren grausamen Konsequenzen detailliert gezeigter extremer Brutalität, und „sauberer“ Gewalt, die „eine leichte, unblutige Ausführung von Gewalthandlungen“ suggeriert. In einem Experiment kam er zu dem Ergebnis, dass die alleinige Darstellung „schmutziger“ Gewalt höhere Aggressionshemmungen sowie mehr Angst erzeugte als die alleinige Darstellung „sauberer“ Gewalt. In einem weiteren Experiment zeigte Grimm den Probanden (in unterschiedlicher Reihenfolge) Szenen mit Männergewalt gegen Frauen bzw. Frauengewalt gegen Männer. Bei der Variante, in der zunächst Männergewalt gegen Frauen und dann Frauengewalt gegen Männer gezeigt worden war, stieg die Gewaltbereitschaft der Männer an, die der Frauen ging zurück. Wurden die Sequenzen in

Anmerkungen:

1 Grimm (2002, S. 168) schreibt: „Analog zur tugendgeleiteten Aggression Robespierres, dem zum Ausgleich für verübtes Unrecht durch die Vertreter des Ancien Régime jedes Gewaltmittel gegen diese recht war, produzierten die männlichen ‚Savage Street‘-Seher [...] angesichts einer die Gerechtigkeit und den Stolz verletzenden Frauengewalt gegen Männer aggressive Überschüsse, in denen sich moralische Empörung höchst unmoralisch mit Rachegefühlen und Aggressionen mischte.“ Bei Frauen sei es nur aufgrund ihrer hohen Angstwerte nicht zu einer Steigerung alltagsbezogener Gewalteinstellungen gekommen.

2 Einige Autoren betonen, dass Geschlechtsrollen von verschiedenen Personen unterschiedlich stark internalisiert werden und daher die Stärke der Identifikation mit typisch männlichen bzw. weiblichen Eigenschaften und Verhaltensweisen Reaktionen auf Medieninhalte besser vorhersagen kann als das biologische Geschlecht (z. B. Oliver/Sargent/Weaver 1998).

3 Zu den Symptomen gehören geringeres Mitfühlen mit Opfern, die Fähigkeit, mehr Gewalt zu ertragen als psychisch „normale“ Kinder, eine Interpretation harmloser Situationen als bedrohlich, eine unterschwellige, chronische Wut, die ihre Welt-sicht bestimmt und dazu führt, dass die betroffenen Personen Schwierigkeiten haben, angemessen auf ihre soziale Umwelt zu reagieren, sowie eine besondere Anziehungskraft von Gewalt-situationen.

4 In einigen Untersuchungen wurden Beziehungen zwischen einem niedrigen sozioökonomischen Status und stärkeren Auswirkungen von Fernsehgewalt gefunden, die vermutlich auf den höheren Fernseh(gewalt)-konsum in dieser Bevölkerungsgruppe zurückgehen (z. B. Comstock/Scharrer 2003, S. 210f.).

»Die Befunde bisheriger Studien sprechen dafür, dass die Fähigkeit, zwischen Tatsächlichem und Erfundenem zu unterscheiden, zwar Angstreaktionen, aber nicht unbedingt aggressionsfördernde Wirkungen reduzieren kann.«

umgekehrter Reihenfolge gezeigt, ging die Gewalttendenz der Männer zurück. Die der Frauen blieb gleich, Gewalt wurde von ihnen jedoch als legitimer eingeschätzt, und es kam zu einer deutlichen Steigerung der Angst. Grimm folgert aus diesem Ergebnis, dass sich die Probanden offensichtlich nicht mit dem Täter, sondern mit dem Opfer identifizierten, eine von der Gewaltdarstellung bewirkte Aggressionshemmung jedoch durch ein geschlechtshomologes Opfer am Ende unterlaufen werden könne. Den Effekt, dass eine Einfühlung in das Opfer zu moralischer Empörung und dadurch zu einer violenzsteigernden Wirkung führt, hat Grimm „Robespierre-Affekt“ genannt.¹ Grimm (1999, S. 693) folgert, dass die Darstellung von Filmopfern keinerlei „Gewähr für friedliche Spielfilmgewaltseher“ biete, sondern die Wirkung von der Dramaturgie abhängig sei.

Darstellung von Waffen

Vor allem im Kontext des Priming-Konzepts durchgeführte Studien (z. B. Berkowitz/Le Page 1967; Anderson/Benjamin/Bartholow 1998; Bartholow u. a. 2005) sprechen dafür, dass Waffen einen Schlüsselreiz darstellen, der die Erinnerung an früher rezipierte violente Ereignisse aktiviert und so möglicherweise Aggression auslöst („Waffen effekt“). Auf Verhaltenseffekte kann aus den Befunden jedoch nicht geschlossen werden. Außerdem wirken Wissensstrukturen und Lebenserfahrungen als moderierende Einflussfaktoren.

Realitätsgehalt

Zumeist wird die Annahme vertreten, dass reale bzw. realistische Gewaltdarstellungen einen größeren Effekt auf die Entstehung sowohl von Furcht als auch von aggressiven Reaktionen besitzen als fiktive bzw. unrealistische. Der Befund einiger Studien, Kinder könnten (zumindest ab einem gewissen Alter) sehr gut zwischen Realität und Fiktion differenzieren, wird oft mit der Folgerung verbunden, dass daher mit negativen Auswirkungen nicht zu rechnen sei. Allerdings werden selten Verhaltenseffekte untersucht. Gerade hierin liegt aber das entscheidende Problem, das Freitag und Zeitter (1999; 2001) mit der Frage auf den Punkt bringen: „Schützt Wissen vor

Wirkung?“ Die Befunde bisheriger Studien sprechen dafür, dass die Fähigkeit, zwischen Tatsächlichem und Erfundenem zu unterscheiden, zwar Angstreaktionen, aber nicht unbedingt aggressionsfördernde Wirkungen reduzieren kann. Hinzu kommt, dass sich die meisten Studien lediglich mit der *Faktizität* bzw. *Tatsächlichkeit* befasst haben, d. h. damit, ob Kinder erkennen, wann es sich bei einer Darstellung um die Wiedergabe tatsächlicher Ereignisse und wann um inszenierte Inhalte handelt. Wichtig ist aber auch der *soziale Realismus* von Gewaltinhalten, d. h. die Frage, ob sich die gezeigten Vorgänge im wirklichen Leben so abspielen könnten. Folgt man Freitag und Zeitter (ebd.), so kann Wissen keine Schutzeffekte entfalten, wenn es nicht mit einer (negativen) Bewertung verbunden ist. Nathanson (2004) argumentiert ebenfalls, dass das Verständnis der Rezipienten für die technischen Komponenten des Fernsehens nicht unbedingt vor negativen Folgen von Mediengewalt schütze. Im Gegenteil werde dadurch das Interesse an Gewaltdarstellungen noch gefördert. Zudem können Zuschauer, vor allem Kinder, z. B. aus Gründen sozialer Akzeptanz in der Peergroup, auch Darstellungen zum Verhaltensmaßstab machen, von denen sie wissen, dass sie nicht real sind.

Humor

In Frühs Rezeptionsstudie nahmen die Probanden in einem humorvollen Kontext weniger Gewalt wahr, genossen die Darstellung mehr, zeigten weniger Angst und weniger Empathie mit dem Opfer. Früh (2001, S. 121 f.) erklärt dies damit, dass humoristisch verfremdete Gewalt z. T. gar nicht als Gewalt identifiziert wurde, und wenn doch, Humor eine faszinierte Rezeption ohne schlechtes Gewissen ermöglicht habe. Was die Wirkung betrifft, erlauben die vorliegenden Befunde sowohl die Schlussfolgerung, dass Humor Aggression durch Ablenkung und Stimmungsverbesserung reduziert, als auch, dass Humor erregend wirkt und auf diese Weise Aggression fördert, den Täter attraktiver erscheinen lässt und so die Identifikation mit ihm erhöht bzw. zur Verharmlosung von Gewalt beiträgt und die Hemmschwelle zur eigenen Gewaltanwendung senkt (z. B. Potter/Warren 1998). Um zu aussagekräftigen Befunden zu kommen, ist es wichtig, zwischen verschiedenen Formen von Humor (z. B. Slapstick versus sadistische Gewalt) zu unterscheiden. In dieser Hinsicht fehlen allerdings noch zuverlässige Forschungsbefunde.

Genre

Im Hinblick auf das Genre ist nicht nur von Bedeutung, welche Kontextfaktoren wie häufig in welchem Genre vorkommen, sondern auch, welche Erwartungen (auch in Bezug auf die Darstellung von Gewalt) Zuschauer damit verbinden (Buckingham 2000, S. 136; Vogelgesang

Literatur:

Anderson, C. A./ Benjamin, A. J./ Bartholow, B. D.:

Does the gun pull the trigger? Automatic priming effects of weapon pictures and weapon names. In: Psychological Science, 9/1998, S. 308–314

Bartholow, B. D. (u. a.):

Interactive effects of life experience and situational cues on aggression: The weapons priming effect in hunters and nonhunters. In: Journal of Experimental Social Psychology, 41/2005, S. 48–60

Berkowitz, L./Le Page, A.:

Weapons as aggression-eliciting stimuli. In: Journal of Personality and Social Psychology, 7/1967, S. 202–207

Buckingham, D.:

After the death of childhood. Growing up in the age of electronic media. Cambridge, MA 2000

Bushman, B. J./ Huesmann, L. R.:

Effects of televised violence on aggression. In: D. G. Singer/J. L. Singer (Hrsg.): Handbook of children and the media. Thousand Oaks, CA/ London/New Delhi 2001, S. 223–254

Cantor, J.:

„Mommy, I'm scared“: How TV and movies frighten children and what we can do to protect them. San Diego, CA 1998

Caviola, S.:

Vorschulkinder und Gewalt im Kinderprogramm. Eine qualitative Untersuchung zur Rezeption gewalthaltiger Fernsehinhalt durch Vorschulkinder. Münster 2000

2000; Mikos 2001, S. 20). Rezipienten mit geringerer Genrekompetenz werden z. B. Horrorfilme als gewalttätiger empfinden als solche Zuschauer, die um Genrekonventionen wissen, und Gewaltdarstellungen in Genres, in denen sie auf diese Weise üblicherweise nicht vorkommen, werden als gewalttätiger und furchteinflößender wahrgenommen (z. B. Geisler 1998; Caviola 2000; Hargrave 2003). Ob die Wirkung von Gewaltdarstellungen – über den Effekt der Angstausslösung hinaus – durch Genrekompetenz bzw. die Erwartbarkeit beeinflusst wird, ist allerdings eine empirisch noch nicht überzeugend geklärte Frage.

Rezipienten

Alter

In der Forschung herrscht weitgehende Übereinstimmung, dass Wirkungen von Mediengewalt bei (vor allem jüngeren) Kindern stärker ausfallen. Ein genereller, linearer Zusammenhang zwischen Alter und Gewaltwirkung konnte jedoch nicht konstatiert werden. Altersbedingte Wirkungsunterschiede werden vor allem mit den verschiedenen weit entwickelten Informationsverarbeitungskapazitäten begründet. Beispielsweise ist das Ableiten von Folgerungen und die logische Verknüpfung von Szenen eine kognitive Fähigkeit, die sich erst mit der Zeit entwickelt, so dass z. B. auch erst allmählich Verbindungen zwischen einer Gewalttat und einer späteren Bestrafung des Täters hergestellt werden. Außerdem wird Mediengewalt unterschiedlich wahrgenommen, je nachdem, welche (Entwicklungs-) Themen für ein Kind gerade relevant sind. Hierfür sprechen auch die Befunde Grimms (1999, S. 720), der in seinen Experimenten mit unterschiedlich alten Probanden (ab 11 Jahren) konstatierte, dass das, was Älteren als extrem gewalttätig erscheine, für Jüngere „oft nur ein symbolisches Material“ sei, „um Selbstbewusstsein und Ich-Stärke zu exerzieren.“ Die Affinität Jugendlicher zu violenten Medieninhalten begründe noch kein besonderes Wirkungsrisiko. In Bezug auf Angstausslösung erwiesen sich z. B. 12- bis 15-Jährige sogar als weniger empfindlich als ältere Rezipienten. Aus der Rezeption blutiger Gewaltszenen ergab sich auch kein „jugendtypischer Aggressionseffekt“ (ebd., S. 721). Empfänglicher zeigten sich junge Zuschauer nur im Hinblick auf „unterschwellig sozial desorientierende Inhalte“ wie rassistisch-ethnische Feindbilder, Kriegsverherrlichung oder rechtsradikales Gedankengut.

Neben einem Alterseffekt nehmen einige Autoren auch einen *Generationseffekt* im Umgang mit Mediengewalt an. Den meisten Erwachsenen fehle z. B. bei Horrorfilmen „der passende Entschlüsselungscode, um hinter die dramaturgischen Kulissen zu schauen und die Spannungsinszenierung zu genießen“ (Vogelgesang 2000, S. 190).

Comstock, G./Scharrer, E.: *Meta-analyzing the controversy over television violence and aggression.* In: D. A. Gentile (Hrsg.): *Media violence and children. A complete guide for parents and professionals.* Westport, CT/London 2003, S. 205–226

Cornelißen, W.: *Fernsehgebrauch und Geschlecht. Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern.* Wiesbaden 1998

Effinger, S.: *Eine andere Welt: Frauen, Männer und Gewaltwahrnehmung. Eine Untersuchung zur geschlechtsspezifischen Rezeption von Gewaltinhalten in Medien.* Bochum 1995

Freitag, B./Zeitter, E.: *Realität und Fiktion bei Gewaltdarstellungen oder: Schützt Wissen vor Wirkung?* In: *tv diskurs*, Ausgabe 10 (Oktober 1999), S. 10–19

Freitag, B./Zeitter, E.: *Unterschiede und Zusammenhänge bei der Beurteilung von Alltags- und Fernsehgewalt durch Kinder. Vier Hypothesen.* In: *tv diskurs*, Ausgabe 16 (April 2001), S. 22–29

Früh, W.: *Gewaltpotentiale des Fernsehangebots. Programmangebot und zielgruppenspezifische Interpretation.* Wiesbaden 2001

Fuchs, M./Lamnek, S./Luedtke, J.: *Tatort Schule: Gewalt an Schulen 1994–1999.* Opladen 2001

Geisler, S.: *„Mord ist ihr Hobby“ – Wahrnehmung von Gewalt in Krimiserien. Beitrag zum Medienpädagogischen Preis für wissenschaftlichen Nachwuchs 1997.* In: *tv diskurs*, Ausgabe 4, (April 1998), S. 98–104

Götz, M./Ensinger, C.: *Faszination Dragon Ball (Z): Zwischen starken inneren Bildern und Aggressionsbereitschaft. Eine qualitative Studie zur Bedeutung von Dragon Ball (Z) für Kinder und Pre-Teens (6 bis 15 Jahre).* München 2002

Grimes, T. u. a.: *Is psychopathology the key to understanding why some children become aggressive when they are exposed to violent television programming?* In: *Human Communication Research*, 30/2004, S. 153–181

Grimm, J.: *Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität, Erregungsverläufe, sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen.* Opladen/Wiesbaden 1999

Grimm, J.: *Wirkungsforschung II: Differentiale der Mediengewalt – Ansätze zur Überwindung der Individualisierungs- und Globalisierungsfalle innerhalb der Wirkungsforschung.* In: T. Hausmanner/T. Bohrmann (Hrsg.): *Mediale Gewalt. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven.* München 2002, S. 160–176

Groebel, J.: *The UNESCO global study on media violence.* In: D. G. Singer/J. L. Singer (Hrsg.): *Handbook of children and the media.* Thousand Oaks, CA/London/New Delhi 2001, S. 255–268

Hargrave, A. M.: *How children interpret screen violence.* London 2003

Hogben, M.: *Factors moderating the effect of televised aggression on viewer behavior.* In: *Communication Research*, 25/1998, S. 220–247

Hopf, C.: *Gewalt, Biographie, Medien. Qualitative Analysen zur subjektiven Bedeutung filmischer Gewaltdarstellungen.* In: *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*, 21/2001, S. 150–169

Kalamas, A. D./Gruber, M. L.: *Electrodermal responses to implied versus actual violence on television.* In: *The Journal of General Psychology*, 125/1998, S. 31–37

Kiewitz, C./Weaver, J. B.: *Trait aggressiveness, media violence, and perception of interpersonal conflict.* In: *Personality and Individual Differences*, 31/2001, S. 821–835

Krcmar, M./Cooke, M. C.: *Children's moral reasoning and their perceptions of television violence.* In: *Journal of Communication*, 51/2001, S. 300–316

Kunczik, M.: *Gewalt und Medien.* Köln/Weimar/Wien 1998, 4. Auflage

Lösel, F./Bliesener, T.: *Aggression und Delinquenz unter Jugendlichen. Untersuchungen von kognitiven und sozialen Bedingungen.* München/Neuwied 2003

Mikos, L.: *Ästhetik der Gewaltdarstellung in Film und Fernsehen. Genrespezifisch und Faszination für den Zuschauer.* In: *tv diskurs*, Ausgabe 16 (April 2001), S. 16–21

Nathanson, A. I.: *Factual and evaluative approaches to modifying children's responses to violent television.* In: *Journal of Communication*, 54/2004, S. 321–336

Oliver, M. B.: *The respondent gender gap.* In: D. Zillmann/P. Vorderer (Hrsg.): *Media entertainment. The psychology of its appeal.* Mahwah, NJ/London 2000, S. 215–234

Oliver, M. B./Green, S.: *Development of gender differences in children's responses to animated entertainment.* In: *Sex Roles*, 45/2001, S. 67–88

Oliver, M. B./Sargent, S. L./Weaver, J. B.: *The impact of sex and gender role self-perception on affective reactions to different types of film.* In: *Sex Roles*, 38/1998, S. 45–62

Paik, H./Comstock, G.: *The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis.* In: *Communication Research*, 21/1994, S. 516–546

Paus-Haase, I.: *Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten.* Opladen 1998

Paus-Haase, I.:

Zur Bedeutung von Medienhelden in Kindergarten, Peer-Groups und Kinderfreundschaften. Eine Untersuchung zum Umgang von Vorschulkindern mit Medien-symbolik im lebensweltlichen Zusammenhang. In: Rundfunk und Fernsehen, 47/1999, S. 5–24

Potter, W. J./Warren, R.:

Humor as camouflage of televised violence. In: Journal of Communication, 48/1998, S. 40–57

Raithe, J.:

Delinquenz und Medien im Jugendalter. Befunde zu Kriminalität, Fernseh-/Filmkonsum und Computerspielnutzung. In: Unsere Jugend, 55/2003, S. 179–185

Röser, J.:

Fernsehgewalt im gesellschaftlichen Kontext. Eine Cultural Studies-Analyse über Medienaneignung in Dominanzverhältnissen. Wiesbaden 2000

Röser, J./Kroll, C.:

Was Männer und Frauen vor dem Bildschirm erleben: Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen. Düsseldorf 1995

Scharrer, E.:

Men, muscles, and machismo: The relationship between television violence exposure and aggression and hostility in the presence of hypermasculinity. In: Media Psychology, 3/2001, S. 159–188

Schlesinger, P. u. a.:

Women viewing violence. London 1992

Schlesinger, P. u. a.:

Men viewing violence. London 1998

Selg, H./Lukesch, H.:

„Gewaltverherrlichung kann gefährlich sein“. Ein Gespräch. In: Psychologie heute, 4/1999, S. 44–49

Vogelgesang, W.:

Asymmetrische Wahrnehmungsstile. Wie Jugendliche mit neuen Medien umgehen und warum Erwachsene sie so schwer verstehen. In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 20/2000, S. 181–202

Geschlecht

Bisherige Forschungsbefunde deuten darauf hin, dass zwar sowohl männliche als auch weibliche Rezipienten von schädlichen Folgen der Mediengewalt betroffen sein können, die Effekte für männliche Personen aber stärker ausfallen (z. B. Paik/Comstock 1994). Es fragt sich allerdings, ob dieses Ergebnis auch heute noch Gültigkeit besitzt. Einige Autoren (z. B. Bushman/Huesmann 2001; Kiewitz/Weaver 2001) vermuten, dass sich die Effekte für Frauen im Laufe der Zeit verstärkt haben, da im Fernsehen mehr aggressive weibliche Modelle zu sehen seien und weibliches Aggressionsverhalten sozial akzeptabler geworden sei. Die Entwicklung der Effektstärken für beide Geschlechter ist allerdings im Zeitverlauf noch nicht untersucht worden.

Dass Mädchen bzw. Frauen in Bezug auf violentes Verhalten durch Mediengewalt generell als etwas weniger gefährdet betrachtet werden, dürfte auch damit zusammenhängen, dass sie eine geringere Präferenz für gewalttätige Medieninhalte aufweisen (z. B. Oliver 2000). Diese unterschiedlichen Präferenzen sind bereits bei Kindern im Alter zwischen 3 und 5 Jahren festzustellen (z. B. Cantor 1998). In Einklang mit der stärkeren weiblichen Abneigung gegenüber Mediengewalt steht der relativ gut abgesicherte Befund, dass Frauen bzw. Mädchen mit mehr Furcht auf Gewaltdarstellungen reagieren als Männer bzw. Jungen (z. B. Cornelißen 1998). Darüber hinaus zeigen Frauen zumeist mehr Empathie, vor allem mit den Opfern, was ebenfalls gewaltmindernd wirken kann (Grimm 1999).

Als eine mögliche Ursache für Geschlechtsunterschiede bei der Rezeption von Mediengewalt ist zu vermuten, dass die Entwicklung eines Bewusstseins für das eigene Geschlecht zu einer stärkeren Aufmerksamkeit gegenüber gleichgeschlechtlichen Fernsehfiguren führt, was dann langfristig unterschiedliche Mediennutzungspräferenzen und Wirkungspotentiale nach sich zieht. Da in den Medien generell männliche Figuren dominieren, wird männlichen Rezipienten ein größeres Identifikationspotential geboten. Ob diese Darstellungunterschiede die Reaktionen der Rezipienten allerdings tatsächlich beeinflussen, ist noch umstritten.²

Möglicherweise wirkt sich die Internalisierung dieser Geschlechtsrollenstereotype im Sozialisationsprozess auch auf unterschiedliche Reaktionen auf Mediengewalt aus. Hierfür sprechen Studien, die Geschlechtsunterschiede in der Reaktion auf Medieninhalte eher für ältere als für jüngere Kinder fanden (z. B. Oliver/Green 2001). Interessant ist in diesem Zusammenhang die Vermutung von Caviola (2000), dass die von ihr festgestellten stärkeren Angstreaktionen von Mädchen im Kindergartenalter darauf zurückgehen, dass diese von ihren Müttern in stärkerem Maße als Jungen vor schädlichen Medieninhalten

zu bewahren versucht würden und sie deshalb als bedrohlicher wahrnehmen. Verschiedene Forscher (z. B. Schlesinger u. a. 1992; 1998; Effinger 1995; Röser/Kroll 1995; Röser 2000) sind außerdem der Auffassung, dass Frauen aufgrund (geschlechtsgebundener) gesellschaftlicher Dominanz- und Machtverhältnisse (und evtl. eigener Gewalterfahrung) mit einer größeren Angst vor einer Opferwerdung – vor allem durch männliche (sexuelle) Gewalt – aufwachsen und daher anders (vor allem ängstlicher) auf Gewaltdarstellungen reagieren.

Insgesamt müssen Befunde zur geschlechtstypischen Wahrnehmung von Mediengewalt, die auf Selbstangaben beruhen, mit Vorsicht interpretiert werden, da das Antwortverhalten möglicherweise von genau den Geschlechtsrollenstereotypen determiniert wird, die als Wirkungsursachen zur Debatte stehen. So könnte z. B. das Ergebnis, dass Frauen ängstlicher auf Mediengewalt reagieren, zumindest z. T. darauf zurückgeführt werden, dass es für Frauen sozial akzeptabler ist, ihre Furcht zu bekennen. Ebenso könnte bei Frauen das Zugeben gewalttätiger Verhaltensdispositionen eher als bei Männern Hemmungen unterliegen.

Intellektuelle Fähigkeiten

Studien zum Einfluss intellektueller Fähigkeiten auf die Wirkung von Gewaltdarstellungen sind rar. Dabei kann sowohl eine stärkere Wirkung bei weniger ausgeprägten intellektuellen Fähigkeiten angenommen werden (weil solche Kinder im Durchschnitt mehr fernsehen) als auch eine stärkere Wirkung bei ausgeprägteren intellektuellen Fähigkeiten, weil diese das Beobachtungslernen (auch in Bezug auf gewalttätige Modelle) begünstigen könnten (zu einem Überblick z. B. Bushman/Huesmann 2001, S. 244).

Persönlichkeitseigenschaften

Weitgehende Übereinstimmung herrscht darüber, dass bestimmte Persönlichkeitseigenschaften negative Auswirkungen von Fernsehgewalt begünstigen. Hierzu gehören insbesondere aggressive Charakterzüge. Untersucht wurden aber auch andere Persönlichkeitsfaktoren wie z. B. „Disruptive Behavioural Disorders“, eine Gruppe psychischer Störungen (Grimes u. a. 2004),³ oder „Hypermaskulinität“ (Idealisierung stereotyper maskuliner, „machohaft“ Züge; Scharrer 2001).

Soziales Umfeld

Die bisherigen Forschungsbefunde sprechen eindeutig dafür, dass das soziale Umfeld, vor allem von Kindern und Jugendlichen (Familie, Schule, Gleichaltrige etc.), eine wichtige Moderatorwirkung bei der Entstehung

»Insgesamt unterstreichen Studien, die zur Erklärung violenten Verhaltens neben dem Medienkonsum auch andere Einflussfaktoren, vor allem das soziale Umfeld, einbeziehen, dass Gewalttätigkeit nicht auf eine einzige Ursache, sondern auf ein ganzes Ursachenbündel zurückzuführen ist.«

violenten Verhaltens besitzt. Zentral ist in diesem Zusammenhang vor allem, welche Vorbildfunktion vom sozialen Umfeld sowohl im Hinblick auf die Mediennutzung⁴ als auch in Bezug auf gewalttätiges Handeln ausgeht. Kinder, um die sich die Eltern, die selbst nicht aggressiv sind, intensiv kümmern, sind viel weniger gefährdet als solche, die einem vernachlässigenden Erziehungsstil ausgesetzt sind, und vor allem als solche, die viel Gewalt in ihrem unmittelbaren Umfeld erleben, so dass violente Medienmodelle für sie eine besondere Anziehungskraft besitzen (instrumenteller Nutzen) bzw. deren Verhalten aufgrund der erlebten Realität als „normal“ eingeschätzt wird. Solche Kinder sind in Bezug auf violente Verhaltensmodelle quasi einer „doppelten Dosis“ ausgesetzt. Violenter Medienkonsum und eigene violente Erfahrungen verstärken sich hier in einem Wechselwirkungsprozess gegenseitig (z. B. Selg 1999, S. 46). Insgesamt unterstreichen Studien, die zur Erklärung violenten Verhaltens neben dem Medienkonsum auch andere Einflussfaktoren, vor allem das soziale Umfeld, einbeziehen, dass Gewalttätigkeit nicht auf eine einzige Ursache, sondern auf ein ganzes Ursachenbündel zurückzuführen ist (z. B. Lösel/Bliesener 2003; Raithel 2003). Es ist davon auszugehen, dass verschiedene Risikofaktoren, wenn sie zusammentreffen und nicht durch andere „Schutzfaktoren“ (z. B. stabile Familienverhältnisse) ausgeglichen werden, bei den betroffenen Personen zur Herausbildung aggressiver Persönlichkeiten und Verhaltensweisen führen können. Innerhalb dieses Ursachenbündels leistet der Konsum violenter Medieninhalte einen meist eher kleinen Beitrag.

Zusammenfassung

Mit aller aufgrund z. T. widersprüchlicher und methodisch problematischer Studien angebrachten Vorsicht lässt sich die Forschungslage folgendermaßen zusammenfassen: Auswirkungen von Mediengewalt auf reales Aggressionsverhalten sind am ehesten bei jüngeren, männlichen, sozial benachteiligten Vielsehern zu erwarten, die bereits eine violente Persönlichkeit besitzen, in violenten Familien mit hohem Fernseh(gewalt)konsum aufwachsen, in der Schule viel Gewalt erfahren und violenten bzw. delinquenten

Peergroups angehören. Dies gilt insbesondere, wenn sie Medieninhalte konsumieren, in denen Gewalt in einem realistischen und/oder humorvollen Kontext präsentiert wird, gerechtfertigt erscheint, von attraktiven, erfolgreichen, dem Rezipienten ähnlichen Protagonisten mit hohem Identifikationspotential ausgeht, nicht bestraft wird und dem Opfer keinen sichtbaren Schaden zufügt.

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die einzelnen Faktoren interagieren können. So hängt z. B. die Wahrnehmung von Gewalt von Personeneigenschaften ab, ein violentes soziales Umfeld kann den wahrgenommenen Realismus von Gewalt beeinflussen, eine aggressive Persönlichkeitsstruktur kann das Resultat entsprechender sozialer Verhältnisse und des Konsums violenter Medieninhalte sein etc.

Die bislang noch nicht erfolgte konkrete Bestimmung des Zusammenspiels verschiedener medialer und nicht medialer Risikofaktoren ist eine wichtige Forschungsaufgabe und eine zentrale Voraussetzung zur Ableitung praktischer Ratschläge zur Gewaltprävention.

Dr. Michael Kunzick ist Professor für Kommunikationswissenschaften an der Universität Mainz.



Dr. Astrid Zipfel ist Akademische Rätin am Sozialwissenschaftlichen Institut, Abteilung Kommunikations- und Medienwissenschaft, an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.



Kinderinteressen und Wissensvermittlung im Fernsehen

„Mathe kann man nicht im Fernsehen lernen!“
(Julia¹, 9 Jahre)

Lothar Mikos und Claudia Töpper

Der Autor und die Autorin stellen zwei Aspekte aus einer wissenschaftlichen Studie zu der Aktion „Frag doch mal ...“ der *Sendung mit der Maus* vor. Schwerpunkte der Untersuchung waren die Fragen, für welche Themen Kinder sich interessieren und welche Rolle das Fernsehen bei der kindlichen Wissensaneignung spielt. Es zeigt sich, dass Kinder vielfältige Interessen haben und wissen, was sie vom Fernsehen erwarten können.

Auch wenn sich der Fernsehkonsum der Kinder zwischen 3 und 13 Jahren seit mehreren Jahren auf einem niedrigeren Niveau als noch Mitte der 90er Jahre stabilisiert hat, kommt das Medium bei den lieben Kleinen gut an. Dabei zeigen sich deutliche Differenzen in der Fernsehnutzung zwischen den 3- bis 9-jährigen und den 10- bis 13-jährigen Kindern. Die fiktionalen und nonfiktionalen Programme des Kinderfernsehens, insbesondere der auf Kindersendungen spezialisierten Sender Ki.Ka und Super RTL, werden vorrangig von Kindern zwischen 3 und 9 Jahren geguckt. Ältere Kinder, die 10- bis 13-Jährigen, bevorzugen dagegen sogenannte Erwachsenensendungen wie Daily Soaps, Sitcoms und Spielfilme (vgl. Feierabend/Klingler 2005, S. 173 f.). Generell präferieren Kinder fiktionale Sendungen, in erster Linie Animations- und Actionserien. Der Anteil dieser Sendungen betrug im Jahr 2004 50 %, im Vergleich zu 15 % an Informationssendungen (vgl. ebd., S. 174). Dennoch sind Letztere beliebt, weil man bei ihnen etwas lernen kann. Wissenssendungen, die speziell für Kinder gemacht sind, wie *Die Sendung mit der Maus*, *Löwenzahn*, *Wissen macht Ah*, *Willi will's wissen*, und Kindernachrichten wie *Logo* und

Neuneinhalb finden ihr Publikum. Ältere Kinder schauen bereits lieber die Wissenssendungen für Erwachsene wie *Galileo* und *Wunderwelt Wissen*.

Die Nutzung dieser Sendungen zeigt, dass Kinder ihren Wissensdurst auch mit und beim Fernsehen stillen. Aber was wollen Kinder eigentlich aus dem Fernsehen erfahren? Welche Wissensbereiche spielen eine Rolle? Die Redaktion der *Sendung mit der Maus* hat im Mai 2005 die Aktion „Frag doch mal ...“ gestartet, bei der Kinder ihre Fragen an den WDR schicken konnten. Knapp 76.000 Fragen gingen ein, von denen: „Warum ist der Himmel blau?“ die am häufigsten gestellte war. Allerdings entfielen auf diese Frage gerade einmal 781 Nennungen, also 1,03 %. Das zeigt, wie breit das Spektrum an Fragen ist, die Kinder gerne von der *Sendung mit der Maus* beantwortet wüssten. Um den Interessen der Kleinen weiter auf die Spur zu kommen, wurde eine wissenschaftliche Begleitstudie zu der Frageaktion durchgeführt.² Dabei standen im Mittelpunkt der Untersuchung die Fragen, für welche Themen die Kinder sich interessieren und welche Rolle das Fernsehen – neben anderen Wissensinstanzen wie Eltern und Schule – bei

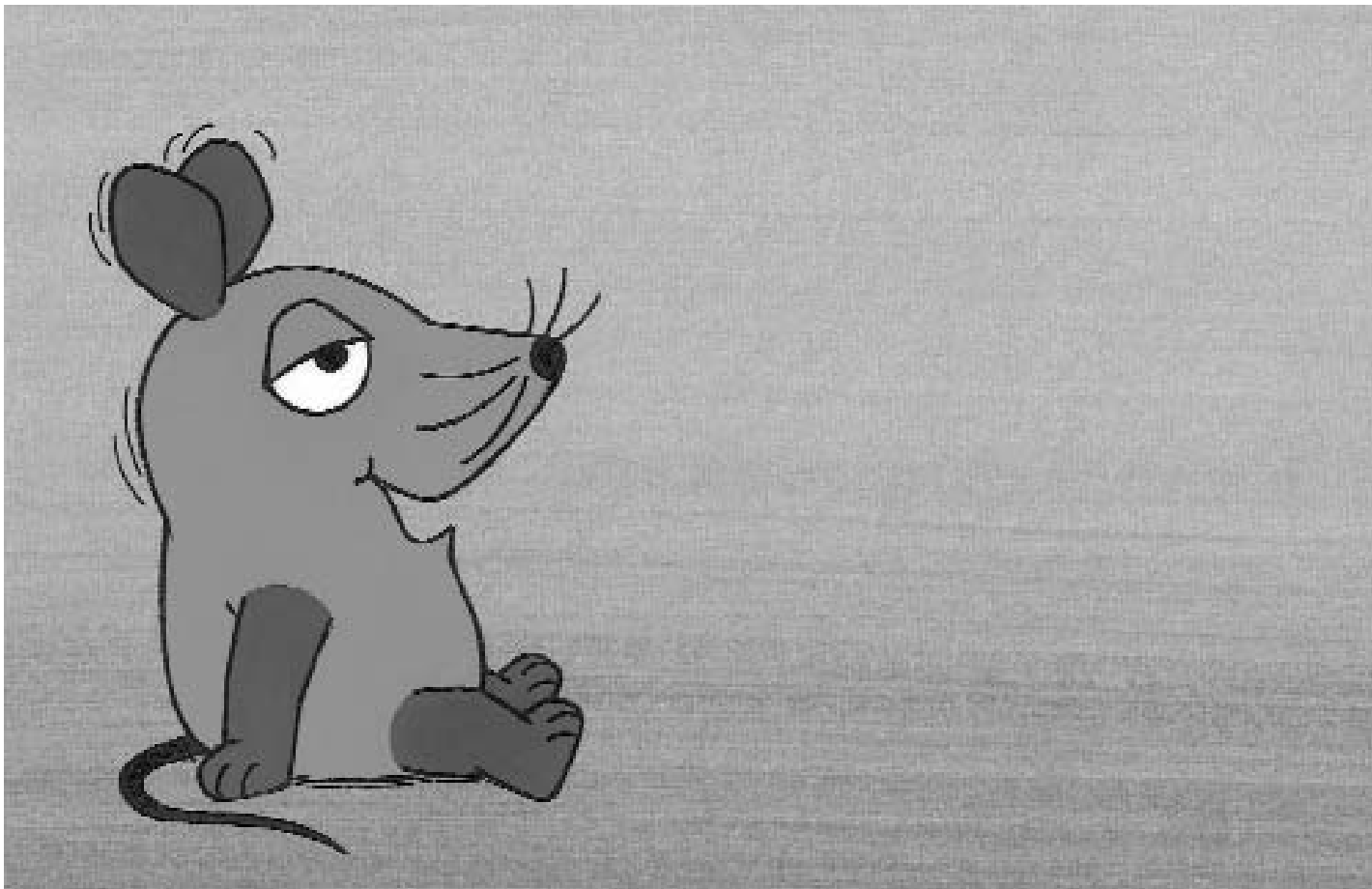
Anmerkungen:

1 Die Namen der Kinder wurden aus Datenschutzgründen geändert.

2 Die Studie wurde von den Autoren (Mikos Media Cooperation) im Auftrag des WDR durchgeführt. Es wurden zehn Gruppendiskussionen mit insgesamt 61 Kindern im August und September 2005 durchgeführt. Die Diskussionen fanden in zwei größeren Städten (Berlin und München), einer mittelgroßen Stadt (Erfurt) und in zwei ländlichen Regionen (im westlichen Niedersachsen und im Bergischen Land) statt. Je fünf Gruppendiskussionen fanden mit 6- bis 9-jährigen und 10- bis 13-jährigen Kindern statt. Außerdem wurden Kinder mit geringer formaler Bildung und Kinder mit hoher formaler Bildung befragt. Die Studie war nicht auf Repräsentativität angelegt, sondern darauf, möglichst tief in die Wissensbedürfnisse und den Alltag der Kinder einzudringen. In diesem Sinn lassen sich die Ergebnisse nicht verallgemeinern, sie machen aber Muster und Strukturen des kindlichen Lebens in Bezug auf die Lebenssituation der Kinder, ihre Fragen sowie den Umgang und die Aneignung von Wissen deutlich.

Post für die Maus: Mehr als 76.000 Fragen erreichten den WDR.





der Aneignung von Wissen spielt. Außerdem wollten wir erfahren, welche Wissenssendungen im Fernsehen die Kinder nutzen, was sie aus diesen Sendungen mitnehmen und was sie von ihnen erwarten. Da hier leider nicht ausführlich auf alle Ergebnisse der Studie eingegangen werden kann, konzentriert sich die Darstellung auf zwei Aspekte:

- auf die allgemeinen Themeninteressen der Kinder und
- auf die Rolle der verschiedenen Wissensinstanzen für die Kinder.

Vielfältige Interessen der Kinder

Die Interessen der Kinder sind sehr vielfältig, ihr Wissensdurst ist groß. Sie haben ein starkes Bedürfnis nach deklarativem und prozeduralem Wissen, d. h., sie wollen die Welt erklärt bekommen und wissen, wie Dinge funktionieren. Ihnen begegnet im Alltag viel, was sie (noch) nicht erklären können. Das Interesse für diese Alltagsfragen ist daher besonders groß. Dazu gehört die Topfrage aus der *Maus*-Aktion: „Warum ist der Himmel blau?“ – ebenso wie Fragen nach den Funktionsweisen von techni-

schen Geräten, z. B. Computer, Handy, Fernseher, oder danach, wie der Strom in die Steckdose kommt. Daneben entwickeln die Kinder in einer immer komplexer werdenden Welt ein großes Bedürfnis nach orientierendem, handlungsanleitendem und problemlösendem Wissen. Die Kinder in unserer Studie waren noch sehr beeindruckt von der Tsunami-Katastrophe, von der sie in erster Linie über das Fernsehen erfahren hatten. Sie wollten wissen, wie solche Naturkatastrophen entstehen und wie die betroffenen Menschen damit umgehen. In diesem Zusammenhang zeigte sich ein überraschender Effekt: Umwelt ist für die Kinder ein eher angstbesetztes Thema, das vor allem mit Naturkatastrophen in Verbindung gebracht wird. Umweltschutz im positiven Sinn spielte bei den Kindern in der Studie keine Rolle. Wichtig ist den Kindern auch, zu erfahren, wie man Konflikte und Probleme löst – zwar haben sie hier teilweise schon individuelle Strategien für spezifische Konflikte wie Streit mit Freunden entwickelt, doch stehen sie gewissermaßen täglich vor neuen Herausforderungen, für die sie noch keine Problemlösungskompetenz besitzen. Gerade in einer Welt, in der aufgrund zahlreicher gesellschaftlicher Problemlagen

eher pessimistische Grundhaltungen vorherrschen, haben die Kinder ein starkes Bedürfnis nach Wissen, wie man (Lebens-)Perspektiven entwickelt. Mit diesen Fragen werden sie aber leider oft allein gelassen.

Die Interessen und der Wissensdurst der Kinder lassen sich grob drei Bereichen zuordnen:

- die Welt begreifen;
- Freizeit und Konsum;
- sozialer Umgang.

Um mehr oder weniger existentielle Fragen des Lebens geht es im ersten Bereich. Da wollen Kinder z. B. wissen, warum das Blut rot ist, wie Glas hergestellt wird oder wie eine Glühbirne funktioniert. Besonders die Jüngeren und die Mädchen interessieren sich dafür, wie Tiere leben, wie sie entstanden sind, welche Besonderheiten sie haben und wie man mit ihnen umgeht. Dabei möchten die Kinder hauptsächlich etwas über die heimische Fauna erfahren, denn diese Tiere sind ihnen am nächsten – auch weil einige als Haustiere in Frage kommen. Exotische Tiere wie Komodowarane, Löwen, Tiger und Schlangen spielen nur eine untergeord-

nete Rolle. Während Religion und Politik im engeren Sinn kaum thematisiert werden, stoßen historische Themen vor allem bei den jüngeren Kindern und denen mit geringer formaler Bildung auf Interesse. Die beiden Weltkriege werden am häufigsten genannt, ansonsten wüssten die Kleinen gerne mehr über die Vor- und Frühgeschichte, von der Entstehungsgeschichte der Menschen über die Steinzeit und die alten Ägypter, Griechen, Römer bis hin zur Entdeckung Amerikas. Die Jungen interessieren sich besonders für Technik. Dabei liegt der Schwerpunkt auf den Funktionsweisen und der Herstellung von Medientechnik. Computer und Computerspiele, Fernsehen, DVDs und Handys stehen hoch im Kurs. Allerdings interessieren sich gerade die Jungen auch für die Funktionsweise des Körpers.

Für den Bereich Freizeit und Konsum dient den Kindern vor allem das Internet als Informationsmedium, das Fernsehen ist hier weit weniger gefragt. Lediglich beim Thema „Sport“ spielt das Fernsehen eine größere Rolle. Die Kinder mit hoher formaler Bildung treiben öfter aktiv Sport. Während die Mädchen Schwimmen, Volleyball, Radfahren und Eislaufen be-

vorzugen, dreht sich bei den Jungen fast alles um Fußball, insbesondere um den Profifußball. Die Mädchen spielen in ihrer Freizeit zwar auch Fußball, aber seltener in Vereinen. Für die 10- bis 13-jährigen Jungen mit geringer formaler Bildung ist neben Fußball nur Wrestling interessant. Das schauen sie sich nicht nur im Fernsehen an, sondern suchen auch im Internet nach Informationen. Computer- und Konsolenspiele werden unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildungsgrad genutzt. Die Mädchen spielen eher Spiele wie *Der kleine Eisbär*, während sich die Jungen für sogenannte Ballerspiele und Sportspiele (*Formel 1*, *World Race*, *FIFA 2005*) begeistern können. Das Internet wird am liebsten zum Chatten, zum Versenden von E-Mails und zum Herunterladen von Musik genutzt. Es ist allen befragten Kindern als Informationsmedium bekannt, in dem man schnell an Daten, Fakten und anderes Wissen kommt.

Alle befragten Kinder lesen gern. Unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildungsgrad wird *Harry Potter* gelesen. Während sich die jüngeren Mädchen auf *Die wilden Hühner* stürzen, lesen die Jungen *Die wilden Kerle*. Dieses Lesevergnügen gönnen sich aber nur die Kin-

der mit hoher formaler Bildung. Die anderen Kinder lesen lieber Comics und Mangas, Krimis und Detektivromane. Handys und Klingeltöne sind offenbar nur für die jüngeren Kinder mit geringer formaler Bildung ein Thema. Die Älteren bewerten Klingeltöne bereits z. T. als „Abzocke“. Mode ist eher für jüngere Mädchen mit hoher formaler Bildung ein Thema, bei ihnen sind Charity-Bänder „in“. Marken spielen bei den Jungen mit geringer formaler Bildung eine große Rolle, vor allem Nike und Adidas. Über Mode informieren sich die Kinder in erster Linie in der Zeitschrift *Bravo*. Das Fernsehen spielt dabei kaum eine Rolle. Für die Freizeitinteressen der Kinder werden andere Medien genutzt, nur beim Sportkonsum liegt das Fernsehen vorne.

Im Bereich sozialer Umgang stehen für die Kinder zwei Themen an erster Stelle: Liebe und Konflikte. In beiden Fällen geht es um Beziehungsgestaltungen zu anderen Kindern, positive wie negative. Liebe ist für die jüngeren Kinder eher ein peinliches Thema, sie interessieren sich vorrangig dafür, wie das jeweils andere Geschlecht „tickt“ und wie man sich am besten kennen lernen kann. Für die älteren Kin-



Die Sachgeschichten-Macher Christoph Biemann und Ralph Caspers wissen: Kinder interessieren sich sprichwörtlich für alles!



der ist das Thema „Sexualität“ von Bedeutung. Sie wollen wissen, „wie das geht“ und welche Verhütungsmittel es gibt. Allerdings werden Fragen zum Thema „Sexualität“ weder von den Eltern noch von der Schule ausreichend beantwortet. Hauptinformationsquelle ist hier die Zeitschrift *Bravo*. Fragen zu Aids, Verhütung, Kindesmissbrauch und Schutz vor sexuellen Übergriffen bewegen sie dabei am meisten. Im Fernsehen werden diese Themen nicht genügend abgedeckt. Wenn es Probleme mit Freunden gibt, tendieren die Kinder mit hoher formaler Bildung zu konstruktiven Lösungen, während die Kinder mit geringer formaler Bildung sich entweder in sich zurückziehen, Ablenkung (z. B. im Sport oder bei Computerspielen) suchen oder aber den Konflikt mit Gewalt lösen wollen. Der 8-jährige Sven meint dazu: „Wenn jemand mich ärgert, dann haue ich ihm in die Fresse.“

Wissensinstanzen: Eltern, Großeltern, Internet, Fernsehen, Schule

Für die Kinder sind verschiedene Wissensinstanzen von Bedeutung, denen sie auch spezifische Fähigkeiten zuschreiben. Die wichtig-

ste Wissensinstanz und die ersten Ansprechpartner sind die Eltern. Mütter und Väter werden zu unterschiedlichen Gebieten befragt. Während die Mütter bei Themen wie „Sprache“ und „Liebe“ bzw. „Verliebtsein“ gefragt sind, liegen die Kompetenzen der Väter nach Ansicht der Kids in den Bereichen Computer und Internet, Mathematik und Technik sowie Sport. Die Großeltern sind in erster Linie für geschichtliche Fragen von Belang und hier besonders hinsichtlich ihrer Erlebnisse im Zweiten Weltkrieg und im Zusammenhang mit Auswanderung bzw. Immigration. Bei Konflikten im Freundeskreis werden Geschwister und Freunde zu Rate gezogen, von denen vermutet wird, dass sie auf diesem Gebiet Erfahrungen haben.

Medien spielen vor allem bei der Informationsbeschaffung und zur Unterhaltung eine Rolle. Alle Kinder der Studie kennen das Internet als Möglichkeit, schnell an Informationen, Daten und Fakten zu kommen. Entweder nutzen sie es bereits selbst oder – im Fall der jüngeren Kinder – lassen sich von Eltern oder Geschwister die gesuchten Informationen beschaffen. Dennoch wird das Internet in erster Linie zur Unterhaltung herangezogen. Bücher

und Fernsehen werden breit genutzt. Bücher dienen u. a. dazu, das Lesen zu lernen. Denn den geringer gebildeten Kindern ist bewusst, dass dies – neben dem Rechnen – eine wichtige Schlüsselkompetenz für ihre späteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt ist. Fernsehen wird zum Wissenserwerb und zur Unterhaltung genutzt. Auch wenn die Wissenssendungen beliebt sind, haben Shows und Serien einen größeren Stellenwert. Den Kindern ist bewusst, was das Medium leisten kann und was nicht, oder wie es die 9-jährige Julia formuliert: „Mathe kann man nicht im Fernsehen lernen.“ Aus ihrem Fernsehkonsum erhalten sie zahlreiche thematische Anregungen, die aber – leider – von anderen Wissensinstanzen nur selten aufgegriffen werden. Die Schule spielt überraschenderweise in diesem Zusammenhang für die Kinder kaum eine Rolle – mit Ausnahme der befragten Kinder aus Bayern, die der Schule einen gewissen Stellenwert bei der Wissensvermittlung bescheinigen. Da aber selbst die Eltern den Kindern nicht alle Fragen beantworten können, wird dem Fernsehen eine große Bedeutung beigemessen, vor allem den Wissenssendungen wie der *Sendung mit der Maus*. Die 9-jährige Melanie hat da eine klare

Empfehlung für die Erwachsenen: „Das können ruhig ab und zu auch mal Erwachsene schauen, wenn sie es unbedingt wissen wollen. Wen sollen sie sonst fragen? Den Gott? Der kann die Fragen ja nicht beantworten. Da kann man ruhig mal *Die Sendung mit der Maus* gucken.“ Und der 9-jährige Tom meint: „Wenn ich was wissen will? Wenn ich Glück hab, kommt es im Fernsehen, wenn nicht, frag ich meine Mutter.“

Schlussbemerkungen

Zwischen den jüngeren und älteren Kindern sowie zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich lediglich hinsichtlich einiger Themen Unterschiede, z. B. bei den Themen „Liebe“ und „Sexualität“ und bei spezifischen Interessen wie „Tiere“ oder „Sport“. Entscheidend sind die Unterschiede zwischen den Kindern mit geringer formaler und hoher formaler Bildung. Zwar ist allen Kindern gleichermaßen die Bedeutung von Bildung und Wissen für die Entwicklung von Lebensperspektiven bewusst, doch ihr Verhalten ist unterschiedlich: Die Kinder mit geringer formaler Bildung sind tendenziell passiv und konsumieren z. B. eher Sport oder Musik, als aktiv auszuüben bzw. zu praktizieren. Tendenziell zeigt sich in der Studie, dass Kinder mit hoher formaler Bildung eher zu aktiver Beteiligung und Produktion bzw. Kreativität neigen, während sich die geringer formal Gebildeten stärker passiv zurückziehen und konsumieren.

Der Fernsehkonsum regt Kinder an, sich mit zahlreichen Themen zu beschäftigen. Leider werden diese Themen – von den Erklärungen zu alltagspraktischen Dingen, der Funktionsweise von Geräten oder dem menschlichen Körper über Freizeit- und Konsumthemen bis zu Fragen, die den sozialen Umgang betreffen – offenbar nur unzureichend von anderen Institutionen wie dem Elternhaus und noch weniger der Schule aufgegriffen. In gewissem Sinn kann man davon sprechen, dass das Fernsehen für die Kinder als eine Art Wissensmaschine fungiert, die sie allerdings lediglich mit Fragmenten versorgt und sie damit in erster Linie neugierig auf Themen macht. Tiefgehendes erfahren sie nur dann, wenn Wissenssendungen zufällig eines dieser Themen aufgreifen und so den Wissensdurst der Kinder stillen können. Eltern spielen eine wichtige Rolle bei der Wissensvermittlung, vor allem bei der Erklä-

rung der Welt, wobei sich die Kinder je nach Art der Frage an das weibliche oder männliche Elternteil wenden. Die Schule scheint hingegen lediglich als Lernort, aber nicht als Ort einer Wissensvermittlung, die den Bedürfnissen und Wünschen der Kinder entgegenkommt, begriffen zu werden. Die Medien, insbesondere das Fernsehen mit seinen Wissensmagazinen und das Internet scheinen der Schule den Rang abzulaufen. Auf der anderen Seite generieren die Medien wiederum unspezifisches Wissen und tragen z. B. mit ihrer Katastrophenberichterstattung dazu bei, dass Umwelt für die Kinder ein eher angstbesetztes Thema ist. Die Kinder benötigen viel mehr Orientierungswissen, um beispielsweise Umwelt- bzw. Naturkatastrophen einordnen zu können. Generell nimmt der Bedarf der Kinder nach orientierendem, problemlösendem und handlungsanleitendem Wissen zu. Aber dieser Bedarf wird offenbar derzeit weder von Fernsehen und Internet noch von Eltern und Schule ausreichend gestillt. Kinder sind wissensdurstig und neugierig. Diese Eigenschaften werden vom Fernsehen zwar gefördert, aber die Antworten auf die vielen Fragen bleibt es ebenso wie die anderen Wissensinstanzen häufig schuldig.



Literatur:

Feierabend, S./Klingler, W.:

Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2004.
In: Media Perspektiven, 4/2005, S. 163–177

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



Claudia Töpfer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF).



Es geht nicht um die Wirkung von Gewalt- oder Sexualdarstellungen, sondern um die Frage, ob Werbung unzulässige Kaufappelle an Kinder oder Jugendliche enthält. Klingeltöne für Handys, beispielsweise Melodien aus den aktuellen Hitparaden, sind bei den jungen Nutzern beliebt und werden daher intensiv beworben. Werden Jugendliche oder sogar Kinder dadurch unzulässig zum Abonnieren von Klingeltönen aufgefordert, ohne die finanziellen Folgen zu bedenken? Handelt es sich dabei vielleicht um Teleshopping? Zwischen den Sendern und der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) ist die Auslegung von § 6 JMStV umstritten. Eine inhaltliche Arbeit fällt, z. B. für die FSF, schwer, solange die Rechtsfragen nicht geklärt sind. tv diskurs stellt die Positionen der KJM und des Verbands Privater Telekommunikation (VPRT) zur Diskussion.

Werbung für Klingeltöne

Position 1: Die Meinung der KJM

Verena Weigand

Eine niedliche kleine schwarzgelbe Zeichentrickbiene mit kindlichem Gesicht fliegt durch eine Wiese voller bunter Blumen und ruft mit fröhlicher, etwas unnatürlich gepresster Stimme immer wieder nach ihrem Freund Willi.

Eine niedliche kleine schwarzgelbe Zeichentrickbiene mit kindlichem Gesicht tanzt auf einer Sonnenblume und singt mit fröhlicher, etwas unnatürlich gepresster Stimme ein Lied, im Hintergrund bunte Luftballons.

schließlich für Erwachsene gedacht und konzipiert, sie spricht Kinder- und Jugendliche nicht an und sie soll das auch gar nicht. Diese überraschende Einschätzung stammt von den Herstellern des Klingeltonwerbespots, der Firma Jamba!

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) der Landesmedienanstalten ist im Gegensatz dazu der Auffassung, dass sich der Werbespot durchaus auch an Kinder und Jugendliche richtet.

Anmerkung:

1

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf Spots aus dem Zeitraum März 2005. Es muss darauf hingewiesen werden, dass inzwischen Veränderungen eingetreten sind.

Die erste Biene heißt Maja und ist im Kinderprogramm zu sehen, wobei sie auch bei mehrfachen Wiederholungen in der Regel immer wieder einen hohen Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern erreicht – eine Erfolgsserie, die bei Kindern seit Jahren gut ankommt und einen hohen Bekanntheitsgrad in der Zielgruppe hat.

Die zweite Biene heißt „Jamba! Party-Biene“ und bewirbt Klingeltöne fürs Handy. Sie tut dies am Nachmittag, in kinder- und jugendaffinen Programmen und bei kinder- und jugendaffinen Sendern.

Hier konnte man ein erstaunliches Phänomen erleben. Die „Jamba! Party-Biene“ ist aus-

Werbespots für Klingeltöne auf dem Prüfstand

Hintergrund für die unterschiedlichen Bewertungen ist § 6 des Staatsvertrags über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (JMStV), der u. a. besagt, dass Werbung, die sich auch an Kinder oder Jugendliche wendet, nicht den Interessen von Kindern oder Jugendlichen schaden oder deren Unerfahrenheit ausnutzen darf. In der 16. Präsenzprüfung der KJM im Juni 2005 kamen die Mitglieder der Prüfgruppe zu dem Ergebnis, dass insgesamt 56 Klingeltonwerbespots gegen diese Vorschrift ver-

stoßen haben. Dabei handelte es sich neben Spots der Firma Jamba! auch um Spots anderer Produktionsfirmen. Ausgestrahlt wurden die Spots in den Programmen von MTV, MTV 2 POP, Viva, Viva plus, RTL II, ProSieben und Universal.¹

In die Bewertung flossen unterschiedliche Gesichtspunkte ein. Ein zentraler Aspekt ergab sich dabei aus der Fragestellung, wie Werbung gestaltet sein muss, damit sie sich *auch* an Kinder oder Jugendliche richtet. Bei der Bewertung gab es für die Prüfgruppe bestimmte Indizien für diesen Tatbestand, die aber nur zusammengefasst und im Kontext betrachtet aussagekräftig sein können. So ist die unmittelbare Ansprache in Du-Form allein nicht ausreichend. Kommen jedoch Elemente wie eine ausgeprägt jugendliche Sprache, kindertypische Geräusche und Töne, die Sendezeit des Spots im Tagesprogramm, kinderaffine Animationsformen sowie kinder- oder jugendaffine Themen und Figuren hinzu, spricht viel für eine Ausrichtung (auch!) auf Kinder oder Jugendliche.

Weiterhin muss festgestellt werden, ob die Unerfahrenheit von Kindern oder Jugendlichen ausgenutzt wird. Dabei wird davon ausgegangen, dass Kinder sich hinsichtlich ihrer Kritikfähigkeit gegenüber Werbung noch in der Entwicklung befinden. Erst mit zunehmendem Alter bilden sie schrittweise die Fähigkeit zur Distanzierung gegenüber Werbeeinheiten aus. Viele der erwähnten Spots erschwerten solche Distanzierungsmöglichkeiten erheblich. Die sehr schnellen und kurzen Spots arbeiteten mit einer Fülle von visuellen und akustischen Eindrücken auf verschiedenen Ebenen, meist mit „Split-screen“, wobei die kurz eingeblendeten, sehr kleinen und teils unleserlichen oder unverständlichen Kauf- und Vertragsbedingungen untergingen. Auch das Vorliegen von direkten Kaufappellen sowie die Frage, ob und wann es sich bei der „Werbung“ für Klingeltöne um Teleshopping handelt, spielten eine wichtige Rolle.

Aufgrund der Einschätzungen der Prüfgruppe, der Fülle der Verstöße und angesichts der grundsätzlichen Bedeutung der Sachlage fand im Juli 2005 ein Gespräch zwischen Vertretern der KJM, der Gemeinsamen Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) und dem Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) statt. Hier wurde unabhängig von den laufenden Prüfverfah-

ren der Appell an die Veranstalter gerichtet, bei der Werbung für Klingeltöne mehr Rücksicht auf die Belange von Kindern und Jugendlichen zu zeigen und ihre Verantwortung in diesem Bereich stärker wahrzunehmen. Auch bedauerte die KJM ausdrücklich, dass die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) zur Problematik der Klingeltonwerbung keine Position bezogen hat. In weiteren zeitnahen Gesprächen sollen Lösungen gefunden werden, die dem Jugendschutz, aber auch den Interessen der Anbieter gerecht werden können. Ein Blick nach Großbritannien zeigt, dass auch dort das Thema in sehr ähnlicher Weise Eingang in die öffentliche Diskussion gefunden hat wie hierzulande. Die Selbstkontrolle der britischen Werbewirtschaft „Advertising Standards Authority“ (ASA) empfiehlt, dass die Klingeltonfirma Jamba! im britischen Fernsehen ihre Produkte erst ab 21.00 Uhr bewerben darf. Ob die gerade in Deutschland angekündigte „Kindersicherung“ – nach Angaben von Jamba! ein „Kontrollinstrument für mobile Downloads“ – Verbesserungen mit sich bringt, muss sich erst erweisen.

Bei der Überprüfung von Werbespots für Handyklingeltöne im Rundfunkbereich auf ihre Vereinbarkeit mit § 6 Abs. 2 Nr. 1, Abs. 4 und Abs. 6 Satz 2 JMStV stellten sich zudem zwei interessante Rechtsfragen.

Die erste könnte eine beachtliche Auswirkung auf die Ausstrahlungsmöglichkeiten derartiger Spots in der Praxis haben. § 6 Abs. 2 Nr. 1 JMStV bestimmt, dass Werbung keine direkten Kaufappelle an Kinder oder Jugendliche enthalten darf, die deren Unerfahrenheit oder Leichtgläubigkeit ausnutzen. § 6 JMStV ist jedoch nicht zu entnehmen, welche Rechtsfolge sich aus diesem Werbeverbot ergibt. Führt § 6 Abs. 2 Nr. 1 JMStV zu einem kompletten Ausstrahlungsverbot oder zieht es lediglich die Pflicht für den Anbieter nach sich, die Zeitgrenzen des § 5 Abs. 2 JMStV entsprechend zu beachten? Wenn man den Wortlaut betrachtet, spricht viel für ein Ausstrahlungsverbot, sieht man sich dagegen die Systematik des JMStV an, lässt dies möglicherweise auch den Schluss zu, dass die Zeitgrenzen des § 5 Abs. 2 JMStV entsprechend zu berücksichtigen sind.

Schließlich erscheint es bemerkenswert, dass ein Verstoß gegen die Vorschrift des § 5 Abs. 1 JMStV zwar den Ordnungswidrigkeitstatbestand des § 24 Abs. 1 Nr. 4 JMStV mit einem ahnbaren Bußgeld bis zu 500.000 Euro

erfüllt, ein Verstoß gegen die Werbeverbote des § 6 Abs. 2 Nr. 1, Abs. 4 und Abs. 6 Satz 2 JMStV dagegen keinen bußgeldbewehrten Ordnungswidrigkeitstatbestand auslöst. Ob es sich hierbei um eine bewusste Lücke des Jugendmedienschutzstaatsvertrags handelt oder ob von einem Versehen auszugehen ist, wird nur der Gesetzgeber beantworten können.

Verena Weigand ist Referentin für Jugendschutz und Medienpädagogik der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Leiterin der KJM-Stabsstelle (Kommission für Jugendmedienschutz).



Werbung für Klingeltöne

Position 2: Die Meinung des VPRT

Claus Grewenig

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) prüft derzeit die Vereinbarkeit von Klingeltonspots mit dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag. In einer Prüfgruppensitzung haben die Landesmedienanstalten Mitte Juni 2005 insgesamt mehr als 50 behauptete Verstöße festgestellt. Seither laufen die Anhörungsverfahren mit den betroffenen Sendern. Die Sender nehmen ihre Verantwortung im Jugendmedienschutz sehr ernst und haben daher frühzeitig Kontakt mit den Diensteanbietern aufgenommen. Gleichzeitig hat der Verband Privater Telekommunikation (VPRT) gegenüber der KJM schon im Vorfeld der Sitzung um einen gemeinsamen Termin nachgefragt, der schließlich Ende Juli 2005 eingeräumt wurde. Das Gespräch sollte aus Sicht der KJM zum Ziel haben, losgelöst von den laufenden Aufsichtsverfahren die künftige Ausgestaltung der Spots zu diskutieren. Betroffen sind die auf zahlreichen privaten Fernsehsendern ausgestrahlten Werbespots für Klingeltonangebote.

So vielfältig wie das Angebot sind auch die Spots, die zur Bewerbung geschaltet werden. Einschränkungen in der Bewerbung bestimmter Produktgruppen oder gar absolute Werbeverbote (wie z. B. für Tabak etc.) sind aus Sicht des VPRT generell abzulehnen. Hier muss weder der Verbraucher durch eine „Vorselektion“ in seiner Auswahl beschränkt noch die Meinungsäußerungsfreiheit beeinträchtigt werden. Stattdessen bleibt es den privaten Sendern bei Einhaltung der gesetzlichen Vorschrif-

ten unbenommen, Werbung für das gesamte am Markt erhältliche Angebot zu schalten. Dieses Angebot, insbesondere von Musikklingeltönen für mobile Endgeräte wie z. B. Handys, hat sich seit der Einführung Ende der 90er Jahre fest im Markt etabliert. So wurde etwa im Jahr 2004 mit dem Vertrieb von Bild- und Tonapplikationen in Deutschland ein Umsatz von über 200 Mio. Euro erzielt. In Zeiten bestenfalls stagnierender Werbeeinnahmen bringen regulatorische Eingriffe in diesen Markt für alle Veranstalter also auch wirtschaftlich erhebliche Einschnitte mit sich, die an anderer Stelle durch Verzicht auf Qualitätsprogramm kompensiert werden müssten.

Um Spots für Klingeltöne im Einklang mit dem JMStV ausstrahlen zu können, dürfen diese keine zielgerichteten Kaufappelle an Kinder und Jugendliche richten und dabei die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzen. Die Grundsatzfrage, ob es sich bei den Spots um Teleshopping handelt, wird von der KJM und den Sendern unterschiedlich beurteilt und bedarf gegebenenfalls einer gerichtlichen Klärung. Vieles spricht jedoch dafür, dass angesichts der Abwicklung des Bestellvorgangs über mehrere Zwischenschritte (Informations- und Bestätigungsmittelungen) kein direktes Angebot an die Öffentlichkeit zu sehen ist, da ein Angebot zum Kauf regelmäßig erst in der SMS-Kommunikation des Diensteanbieters mit dem Endkunden erfolgt – und somit kein Teleshopping vorliegt.

Selbst wenn man von einem Teleshoppingspot ausgeht, gebietet das Jugendmedienschutzrecht eine einschränkende Auslegung der Vorschriften. Eine „entsprechende“ Anwendbarkeit der Werberegungen auch auf das Teleshopping muss dabei die Besonderheiten des Teleshoppings berücksichtigen, dem ein Kaufappell ohnehin immanent ist. Teleshopping ist die Sendung direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder Dienstleistungen gegen Entgelt. Somit wäre für jeden Spot mit einem Kaufappell der Anwendungsbereich des Jugendmedienschutzes eröffnet. Der Gesetzgeber wollte aber gerade kein Totalverbot von Teleshopping für Kinder und Jugendliche einführen, sonst hätte er dies entsprechend normiert. Vielmehr eröffnet die gesetzliche Regelung weiterhin einen (zulässigen) Anwendungsbereich für Teleshopping, das sich auch an Kinder und Jugendliche richtet. Teleshoppingspots verstoßen also dann nicht gegen den JMStV, wenn sie sich indirekt auch (und nicht ausschließlich) an Kinder und Jugendliche richten.

Die Ausrichtung der Spots ist ebenfalls umstritten. Für den Werbetreibenden ist es naheliegend, die Gestaltung der Werbung auf die Hauptkunden auszurichten. Am Beispiel der Klingeltöne zeigt sich, dass im Wesentlichen die aktuellen Charthits angeboten werden. 91 % der 18- bis 29-Jährigen verfügten nach Angaben des Statistischen Bundesamts im Jahr 2004 über ein eigenes Handy. Die Käufer von Single-Tonträgern in demselben Jahr (21,3 Mio.) waren mehrheitlich über 18-Jährige (10–19 Jahre: nur 12,4 %). Die beworbenen Produkte richten sich somit an alle Altersklassen. Genutzt werden sie vorwiegend von Altersgruppen, die nicht dem Anwendungsbereich des Jugendmedienschutzes unterfallen. Auch die Schaltung der Spots erfolgt nicht verstärkt in den Zeiten, in denen überwiegend Kinder und Jugendliche fernsehen.

Diskutierte Neuerungen werden schon umgesetzt

Bei der Frage des Ausnutzens der Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit von Kindern und Jugendlichen mischen sich bei der Prüfung allgemeine Vorgaben aus anderen Rechtsgebieten mit dem Jugendschutz. So sind Verpflichtungen für die Anbieter von Telefonmehrwertdiensten grundsätzlich im Telekommunikationsrecht verankert. Weitergehende Regelungen wurden in der vergangenen Legislaturperiode ausführlich beraten, letztlich im Vermittlungsausschuss von Bundestag und Bundesrat aber nicht verabschiedet. Die KJM prüft unter dem Aspekt des Ausnutzens der Unerfahrenheit und der Leichtgläubigkeit von Kindern und Jugendlichen nun auch die konkrete Ausgestaltung der Spots (Ansprache, animierte Inhalte, Einsatz von Kindern bzw. jugendlichen Charakteren, Angaben zu Leistung/Preis/Kündigungsmöglichkeit). Alle wesentlichen diskutierten Neuerungen (Be-

stätigungsmittelungen, Dauer der Preisanzeige, Lesbarkeit etc.) werden dennoch bereits heute – nicht zuletzt auch auf Drängen der privaten Sendeunternehmen – von den großen Diensteanbietern erfüllt, so dass alle wichtigen Kaufinformationen gut lesbar abgebildet werden. Bei der Versendung des Produkts über SMS besteht zudem keine Ungewissheit über die tatsächlichen Kosten des Klingeltons, da zusätzlich zum Fernsehspot die erforderlichen Informationen nochmals als Kurzmitteilung übersandt werden. Jederzeitige Kündigungsrechte sowie weitere Maßnahmen zur Kostenkontrolle („Bill-Warning-SMS“, Prepaidkarten usw.) werden providerabhängig ebenfalls angeboten. Letztlich darf auch nicht vergessen werden, dass eine „Unerfahrenheit“ im Umgang mit Handys und dafür erhältlichen Applikationen schon deshalb nur noch in sehr eingeschränktem Maße vorliegen kann, weil sich das Medium seit dem Ende der 90er Jahre über alle Altersschichten als maßgebliches Kommunikationsmedium durchgesetzt hat.

Hinsichtlich der Rechtsfolge hat sich der Gesetzgeber gegen die Aufnahme eines bußgeldbewährten Ordnungswidrigkeitentatbestands für die in Rede stehenden Vorschriften entschieden. Selbstverständlich muss im Sinne der Rechtssicherheit für die privaten Sendeunternehmen künftig klar sein, welche Kriterien die Spots zu erfüllen haben. Hier hat sich sowohl hinsichtlich der Transparenz der Spots als auch bei der Abwicklung der Bestellvorgänge in den letzten Monaten einiges bewegt. So wurde jenseits von gesetzlichen Verpflichtungen die Schriftgröße und Darstellung der wesentlichen Informationen erheblich verbessert. Der VPRT erhofft sich vom Dialog mit der KJM, dass im Vorfeld weiterer Aufsichtsmaßnahmen praktikable Lösungen gefunden werden, die auch für die Sender Klarheit schaffen. Im VPRT haben die betroffenen Sender einen entsprechenden Kriterienkatalog zur Bewertung von Klingeltonspots für Handy-Ton- und Bildapplikationen erarbeitet. Dieser soll einheitliche Standards in Bezug auf den Kinder- und Jugendschutz in den Medien bei der Ausstrahlung der Spots gewährleisten. Der Ball liegt nun bei der KJM.

Claus Grewenig ist Justiziar des Verbands Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) e. V. in Berlin.



Kinder und Jugendliche als Sexualobjekte im Internet

Thomas Günter und Nadine Köhler

In den letzten Jahren hat im Internet insbesondere das Angebot sogenannter Posenfotos, d. h. sexualisierter Darstellungen von Kindern und Jugendlichen, stark zugenommen. Thomas Günter und Nadine Köhler schildern Erfahrungen von jugendschutz.net bei der Anwendung des § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV, der die Darstellung von „Kindern oder Jugendlichen in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung“ für unzulässig erklärt.

Anmerkungen:

¹ Siehe dazu die Jahresberichte 2003 und 2004 von jugendschutz.net, abrufbar unter: <http://www.jugendschutz.net/materialien/>

Darstellungen von sexuellem Missbrauch, Anbahnung sexueller Übergriffe und die Vermarktung von Kindern und Jugendlichen im sexualisierten Kontext sind nach wie vor traurige Realität des Internets, wobei der Missbrauch bereits beim In-Szene-Setzen von Kindern und Jugendlichen zur sexuellen Stimulierung des Betrachters beginnt. In den letzten Jahren hat insbesondere das Angebot sogenannter Posenfotos (sexualisierte Darstellungen von Kindern und Jugendlichen) stark zugenommen.¹ Sämtliche Dienste des Internets (www, Chats, Foren, Newsgroups, Filesharing) werden hierzu von unseriösen Seitenbetreibern missbräuchlich genutzt.

Mit Einführung des Unzulässigkeitstatbestands des § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV zum 01.04.2003 eröffnete sich erstmals die Möglichkeit, medienrechtlich gegen diese Angebote vorzugehen. § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV lautet: „Unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit sind Angebote unzulässig, wenn sie Kinder und Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen“.

»Unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit sind Angebote unzulässig, wenn sie Kinder und Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen.«

Seit Inkrafttreten des JMStV hat jugendschutz.net insgesamt 324 unzulässige Posenangebote recherchiert und bearbeitet. Nach einer Beanstandung durch jugendschutz.net hat der größte Teil der deutschen Anbieter unzulässige Darstellungen entfernt. Webseiten uneinsichtiger Betreiber wurden zur Einleitung von Aufsichtsverfahren an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) weitergeleitet. Die KJM hat inzwischen eine stabile Spruchpraxis entwickelt, die ersten Verfahren abgeschlossen und Bußgelder verhängt. Daneben erprobt jugendschutz.net Maßnahmen gegen ausländische Anbieter, um Posenangeboten auch im Ausland die Plattform zu entziehen. Erste Verbesserungen des Jugendschutzes sind bereits erkennbar.

In Grenzfällen bereitet die Feststellung unzulässiger Darstellungen Schwierigkeiten. jugendschutz.net hat frühzeitig damit begonnen, die Angebotsszene genauer zu durchleuchten und anhand der praktischen Auseinandersetzung mit Anbietern und in enger Abstimmung mit der KJM, der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien und Selbstkontrolle ein Kriterienraster zu entwickeln. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind Anlass für eine Zwischenbilanz der Arbeit der letzten 2 1/2 Jahre in diesem Bereich.

Die Szene im Netz

Darstellungen von Minderjährigen in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung werden auf unterschiedlichen Angebotstypen gezeigt.

Model-Sites

Neben seriösen Modelagenturen finden sich im Netz zahlreiche sogenannte Model-Sites, die unzulässige Posenfotos präsentieren und den Eindruck erwecken, Minderjährigen zu einer Modelkarriere verhelfen zu wollen.

Typischerweise bestehen diese Angebote aus einem Preview- und einem kostenpflichtigen Member-Bereich. Gerade das Vorhandensein eines Bezahlbereichs unterscheidet sie von seriösen Angeboten. Seriöse Anbieter präsentieren zumeist nur eine Sedcard des Models (weitere Unterlagen müssen bei der Agentur angefordert werden) und finanzieren sich auch nicht über Member-Zugänge, sondern durch die Auftragsvermittlung von Models. Unseriöse Model-Sites bieten oftmals keine Buchungsformulare oder Suchfunktionen zum Finden von Models nach bestimmten Kriterien. Der Konsum von Darstellungen durch Nutzer steht hier eindeutig im Vordergrund. Typisch für unzulässige Angebote ist auch die umfangreiche Verlinkung weiterer Model-Sites. Seriöse Anbieter haben kein Interesse, die „Konkurrenz“ zu verlinken. Sie präsentieren ihre Models auf einer einzigen Webseite.

Mit aufreizenden Bildern und persönlicher Ansprache versuchen unseriöse Anbieter, die Nutzer zu animieren, einen kostenpflichtigen Zugang zum Member-Bereich zu erwerben, in dem sie das „volle Programm“ versprechen. Die dargestellten Mädchen werden dazu in einer Mischung aus „sexy-verführerisch“ und „kindlich-unschuldig“ inszeniert.

„Hallo, ich heiÙe Joy und bin ein Teenie-Modell aus Deutschland. Insgeheim träume ich von einer Karriere als Top-Modell. Wenn Dir meine Bilder gefallen, kannst Du mir helfen, diesen schweren Weg einzuschlagen. Schau einfach in mein ‚Preview‘ um zu sehen, was du im Member-Bereich sehen wirst. Im Member-Bereich zeige ich außergewöhnliche Bilder von mir in vielen verschiedenen Kleidern und Situationen.“

Typische Aufforderung in „Ich-Form“ aus einem unzulässigen Angebot

Im Member-Bereich erhält der User Zugriff auf Videos und umfangreiche Bildergalerien der Minderjährigen. Das Angebot wird regelmäßig durch aktuelle Fotoserien erweitert, um so die Nutzer über Monats-Abos langfristig zu binden.

Posensites präsentieren vor allem junge Mädchen. Sie werden gezielt angesprochen, sich zu bewerben und sich bei einem Casting fotografieren zu lassen.

„Du bist weiblich, zwischen 13 Jahre und 19 Jahre alt und hast Lust, einmal Model zu stehen oder Du bist Model und hast Interesse an einer bezahlten Zusammenarbeit?“

Versuch, den Traum von einer großen Karriere auf dem Laufsteg für unzulässige Zwecke auszunutzen

Gerade diese Model-Sites haben in den letzten Jahren sprunghaft zugenommen. Bei Preisen von bis zu 30 Euro für einen Monatszugang sind sie ein lukratives Geschäft. Viele Anbieter betreiben ganze Netzwerke mit einer Vielzahl ähnlicher Webseiten, die jeweils nur andere Mädchen präsentieren.

Deutsche Anbieter agieren im Vergleich zu ihren ausländischen Kollegen vorsichtiger und zeigen vor allem ältere Kinder und Jugendliche. Auch die Darstellungen selbst (inklusive der verwendeten Bildbeschreibungen) sind oft weniger anreißerisch, die Kinder häufiger bekleidet. Dies deutet darauf hin, dass deutsche Anbieter sehr genau wissen, in welchem straf- und medienrechtlichen Graubereich sie sich bewegen.

Toplisten für Teen-Models

Toplisten sind thematische Linklisten, die nach Zugriffshäufigkeit sortiert sind. Wer eine Topliste für Teen-Models aufruft, hat Zugang zu einer großen Anzahl von Posen-Sites. Insgesamt erinnert die optische Gestaltung an typische Toplisten aus dem kinderpornographischen Spektrum, teilweise gelangt man über die angebotenen Links auch zu kinderpornographischen Inhalten im Ausland.

Toplisten preisen sogenannte Teen-Model-Sites anreißerisch an. Auf den jeweiligen Werbebannern werden Kinder und Jugendliche in aufreizenden Posen präsentiert, auf ihre sexuellen Reize reduziert und wie in einem Katalog als Ware feilgeboten, derer man sich beliebig bedienen kann: „Teen-Nina-Privat, 16 year old nude teenmodel“, „Sweet Sandy, cute 14 year old teen model“.



Die Betreiber finanzieren sich hier fast ausschließlich durch Bannerwerbung. Während auf deutschen Angeboten eher Teenager präsentiert werden, bewerben ausländische Toplisten in der Regel sehr junge Kinder.

FKK-Seiten

Es existieren zahlreiche unzulässige Angebote, die sich vordergründig als FKK-Angebote tarnen, auf denen aber ausschließlich die Nacktheit von Kindern inszeniert wird. Diese Seiten verschreiben sich vordergründig dem Aktbild als „künstlerischem Moment“ oder dem „Nudisitentum als Lebensart“, richten sich inhaltlich jedoch vor allem an sogenannte Boy- oder Girllover. Im Gegensatz zu Model-Sites werden auf diesen Angeboten häufiger Jungen präsentiert.

Die Darstellungen von posierenden Minderjährigen auf FKK-Seiten erreichen zwar nicht die Schwelle zur Kinderpornographie, können aber als Einstieg in den Konsum benutzt werden. Oft gibt es keinerlei Kontextinformationen. Das Präsentieren von Kindern, die objekthaft auf ihre Körperlichkeit reduziert werden, steht im Vordergrund. Durch die typische Fokussierung auf den Genitalbereich wird eine sexuelle Stimulation beim Betrachter beabsichtigt.

Ausländische FKK-Angebote zeigen häufig vorpubertäre Kinder. Viele Darstellungen sind „Lolita“-Inszenierungen mit stark geschminkten und kostümierten Kindern. Im Gegensatz dazu präsentieren Webseiten inländischer Anbieter eher Minderjährige im Teenageralter.

Vorgehen gegen Posenangebote zeigt Wirkung

jugendschutz.net geht auf Grundlage des JMStV gezielt gegen unzulässige Angebote im In- und Ausland vor, um Anbietern die Plattform für die sexuelle Ausbeutung Minderjähriger zu entziehen.

Nach Recherche und Dokumentation der Verstöße beanstandet jugendschutz.net zunächst die unzulässigen Angebote. Nimmt der Anbieter nur unzureichende Änderungen vor, gibt jugendschutz.net den Fall an die KJM ab. Diese leitet über die zuständige Landesmedienanstalt ordnungsrechtliche Maßnahmen (z. B. die Verhängung eines Bußgeldes) ein. Bei einer großen Anzahl an Webseiten führte bereits die Beanstandung durch jugendschutz.net zur Schließung des Angebots.

Ein Teil der Anbieter versucht, seine Verantwortlichkeit zu verschleiern oder zieht mit seinen Model-Sites ins vermeintlich sichere Ausland, um der Verfolgung zu entgehen. In diesen Fällen prüft jugendschutz.net alle erdenklichen Ansatzpunkte, um trotzdem nach deutschem Recht gegen das Angebot vorgehen zu können. Beabsichtigt ist das deutliche Signal an die Anbieterszene, dass eine (Schein-)Abwanderung nicht vor aufsichtsrechtlicher Verfolgung schützt.

Handelt es sich um ausländische Angebote, ist die Durchführung eines aufsichtsrechtlichen Verfahrens zwecklos. Auch die Abgabe an Polizeistellen im Ausland ist selten sinnvoll, da Posendarstellungen bisher nur in wenigen Ländern verfolgt werden.² Als Mitglied des europäischen Hotline-Verbands INHOPE benachrichtigt jugendschutz.net in jedem Fall die zuständige Hotline im betroffenen Land. Da viele Hotlines aber nur gegen kinderpornographische Inhalte vorgehen, führt diese Maßnahme leider nur selten zu einer Schließung.

Erfolgreich ist es oft, direkt Kontakt mit dem Host-Provider im Ausland aufzunehmen und ihn um Löschung zu bitten. Viele Provider dulden auf ihren Servern keine Darstellungen von Minderjährigen im sexualisierten Kontext und haben dieses Verbot auch in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) festgeschrieben. Häufig genügt bereits eine E-Mail von jugendschutz.net an die Abuse-Hotline, um unzulässige Posenangebote im Ausland schließen zu lassen.

Eine weitere, vielversprechende neue Vorgehensweise besteht darin, dem Anbieter die Vermarktungsbasis zu entziehen. Viele Anbieter nutzen zur Abrechnung ihrer Member-Zugänge international verbreitete Zahlungssysteme wie MasterCard, Visa oder Paypal. jugendschutz.net hat sich bereits in einigen Fällen an die Betreiber dieser Zahlungssysteme gewandt und sie erfolgreich um Einstellung der Abrechnung gebeten. MasterCard, Visa und Paypal haben gegenüber jugendschutz.net ausdrücklich erklärt, dass die Abrechnung solcher Angebote gegen ihre Unternehmensphilosophie verstößt. Diese Maßnahme ist sehr effektiv, da sie den Anbieter an einem wunden Punkt trifft: Durch den Entzug der Abrechnungsmöglichkeit kann er mit seinen Posen-Sites keine Gewinne mehr erzielen. Dies ist in der Regel aber der Hauptgrund für die sexuelle Ausbeutung Minderjähriger.

2
Ausnahme ist z. B. Großbritannien, wo bestimmte Posendarstellungen bereits als Kinderpornographie bewertet werden.

Kriterien zur Bestimmung einer unnatürlich geschlechtsbetonten Körperhaltung

§ 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV enthält viele unbestimmte Rechtsbegriffe.³ Nach der Intention des Gesetzgebers soll die Norm mehrere Funktionen erfüllen.

Es sollen solche Angebote erfasst werden, die noch nicht die Schwelle der Kinderpornographie erreichen, aber als Einstieg für entsprechende Angebote dienen können (*Funktion der Angebote als Einstiegsdroge*). Gleichzeitig soll der Gefahr entgegengewirkt werden, dass Minderjährige durch die Darstellung sexueller Grenzüberschreitungen in ihrer Abwehr gegen sexuelle Übergriffe verunsichert oder dafür gefügig gemacht werden können. Der Gesetzgeber wollte verhindern, dass Minderjährigen vorgespiegelt wird, der sexuelle Umgang zwischen ihnen und Erwachsenen bzw. ihre Präsentation als aufreizende Sexualobjekte sei normal (*Enttabuisierungsfunktion und Einstimmungsfunktion*).⁴

Die KJM hat in ihrer Jugendschutzrichtlinie zu § 4 Abs. 1 Nr. 9 erläuternd ausgeführt: „Geschlechtsbetont ist eine Körperhaltung, wenn die sexuelle Anmutung des Menschen in den Vordergrund gerückt wird, wobei nicht erforderlich ist, dass die Darstellung pornographisch ist. Unnatürlich ist eine geschlechtsbetonte Körperhaltung insbesondere, wenn beim Betrachter der Eindruck eines sexuell anbietenden Verhaltens in einer Weise erweckt wird, die dem jeweiligen Alter der dargestellten Person nicht entspricht. Hierbei sind auch die dargestellte Situation und der konkrete Gesamteindruck der Darstellung im Einzelfall zu berücksichtigen. Dabei ist nicht maßgeblich, ob die gezeigte Person tatsächlich noch nicht 18 Jahre ist, sondern ausschlaggebend ist der Eindruck, der für den Betrachter entsteht.“⁵

In der Praxis bestehen auch unter Beachtung dieser Vorgaben Unsicherheiten bei der Anwendung der Norm. Wie stellt man z. B. die Minderjährigkeit fest? Worin manifestiert sich das Unnatürliche und Geschlechtsbetonte einer dargestellten Körperhaltung konkret? Die Erfahrung aus 2 1/2 Jahren praktischer Anwendung zeigt, dass Anbieter die Grenzen so weit wie möglich auszureizen versuchen. Gerade deshalb gilt es, hier klare Schranken zu ziehen.

Wie in der Jugendschutzrichtlinie der KJM völlig zu Recht niedergelegt, erfordert die Bewertung eines Angebots immer den Einbezug aller Inhalte einer Webseite. Im Falle der Posenangebote ist es beispielsweise nützlich, auch Metainformationen der Webseite sowie die Einbettung des Angebots in die Szene (Verlinkung durch typische Posen-Sites, Registrierung in einschlägigen Toplisten) zu überprüfen.

Minderjährigkeit

Ob eine Körperhaltung unnatürlich und geschlechtsbetont ist, hängt wesentlich vom Alter der dargestellten Person ab. Bei einem 10-jährigen Mädchen sind Körperhaltung und deren Geschlechtsbetontheit anders zu bewerten als bei einem 16-jährigen Mädchen, das im Begriff ist, seine sexuelle Identität zu entwickeln und dabei mit erwachsenen Posen spielt. Umgekehrt wird eine Jugendliche bestimmte Körperhaltungen, die für Kinder selbstverständlich sind, nicht mehr einnehmen, ohne dass sie von einem natürlichen Schamgefühl begleitet sind (z. B. sich ungeniert mit unbekleidetem Oberkörper zeigen).

Schwierig erweist sich die Altersfeststellung insbesondere bei Jugendlichen. Eine tatsächliche Minderjährigkeit der Darsteller muss aber bei der Bewertung nicht nachgewiesen werden, entscheidend ist, dass beim Nutzer der Eindruck von Minderjährigkeit entsteht.

Die Einschätzung der Entwicklungsreife ist bei Jugendlichen am ehesten anhand des Gesichts möglich. Oft sind die Gesichter der dargestellten Personen noch kindlich, während die körperliche Entwicklung schon weit fortgeschritten und die Unterscheidung zum Körper eines Erwachsenen kaum mehr möglich ist. Auch die kind- oder teengemäße Präsentation spielt eine wichtige Rolle für den Alterseindruck, der beim Betrachten entsteht. Bei der Bewertung dürfen deshalb Bekleidung (Schulmädchenlook, Zöpfe), Accessoires (Lutscher, Spielzeug), Dekoration (Kuscheltiere, *Bravo*-Poster, Schulranzen) oder der Ort der Aufnahme (Kinderzimmer, Spielplatz) nicht außer Acht gelassen werden.

Wichtige Indizien für eine Minderjährigkeit liefern aber auch die Anbieter selbst, wenn sie mit entsprechenden Altersangaben für ihr Angebot werben, um den Eindruck zu vermitteln,

»Unnatürlich ist eine geschlechtsbetonte Körperhaltung insbesondere, wenn beim Betrachter der Eindruck eines sexuell anbietenden Verhaltens in einer Weise erweckt wird, die dem jeweiligen Alter der dargestellten Person nicht entspricht. Hierbei sind auch die dargestellte Situation und der konkrete Gesamteindruck der Darstellung im Einzelfall zu berücksichtigen.«

Aus der Jugendschutzrichtlinie der KJM zu § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV

³ Zur Frage der rechtlichen Bewertung von § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV siehe auch den Aufsatz von Döring, JMS-Report, 6/2004, S. 7 ff.

⁴ Gesetzesbegründung zum gleichlautenden § 15 Abs. 2 Nr. 4 JuSchG, BT-Drucksache 14/9013, S. 24

⁵ Die Jugendschutzrichtlinie der KJM ist abrufbar unter: http://www.kjm-online.de/public/kjm/index.php?show_1=122,57

die dargestellten Personen seien minderjährig. Hierzu gehören Bezeichnungen im Text der Webseite (z. B. Altersangaben in den Sedcards), im Titel des Browser-Fensters, in den Metainformationen (Keywords oder Descriptions wie „Joy 15yo, young, teen, lolita, school-girl/boy, sexy“) sowie in den Anchortexten, mit denen das Angebot in Toplisten verlinkt und beworben wird.

Unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung

Bei der Prüfung, ob bei einer Darstellung eine unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung vorliegt, sind vor allem zwei Aspekte maßgeblich. Neben der eigentlichen Körperhaltung (Posing, Gestik, Mimik der dargestellten Person) sind auch ihre Darstellung und Inszenierung durch Fotografen (Kamerafokus, Aufnahmewinkel, Bildausschnitt, Ambiente, Accessoires) und Anbieter (Bildauswahl, Reihenfolge, Präsentationskontext) zu berücksichtigen.

Ein Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV liegt danach vor, wenn bei der Darstellung der Minderjährigen sexuell konnotierte Körperteile (Brust, Po, Genitalbereich) in unzulässiger Weise betont werden. Dies kann z. B. der Fall sein, wenn sich die minderjährige Person nach vorne beugt und der Blick des Betrachters unweigerlich ins Dekolleté fällt, wenn die Arme hinter dem Kopf verschränkt oder nach oben gestreckt sind, um die Brust durch Einnahme einer Hohlkreuzposition nach vorne zu schieben. Auch wenn der Po in den Mittelpunkt gerückt wird oder die Beine gespreizt sind (Hockstellung, Spagat, kniende Stellung), ergibt sich daraus häufig eine unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung.

Gestik und Mimik haben zusätzlich Einfluss auf die Qualifizierung der Darstellung als unzulässig. So können die Haltung und Positionierung der Hände (z. B. auf den Innenschenkeln ruhend und damit den Genitalbereich betonend, sich selbst umschlingend) und die Gesichtszüge der Minderjährigen (Stellung der Lippen, geöffneter Mund, lasziver oder unschuldiger Blick) dazu führen, dass das Posing anreißerisch und sexuell auffordernd wirkt.

Die Körperhaltung einer Person entfaltet erst dann Wirkungen auf den Betrachter, wenn sie entsprechend dargestellt und inszeniert wird. In diesem Zusammenhang sind vor allem Kamerawinkel, Fokus und Bildausschnitt von besonderer Relevanz, da der Fotograf durch sie den Blick des Betrachters lenkt, bestimmte Bilddetails hervorhebt oder Körperteile in den Mittelpunkt rückt. In vielen Fällen führt erst die Aufnahmetechnik zu einer unzulässigen Darstellung. So kann etwa eine Aufnahme von oben oder hinten die Verfügbarkeit der dargestellten Person suggerieren (z. B. „Doggy-Stellung“) und Unterwerfungs- und Machtphantasien beim Betrachter anregen. Häufig werden Minderjährige von unten fotografiert, um den Genitalbereich oder den Po besonders zu betonen. Gezieltes Fokussieren einzelner Körperteile (z. B. Genitalbereich bei abgeschnittenem Kopf) lässt eine Darstellung analog zur Pornographie grob anreißerisch erscheinen.

Mit speziellen Inszenierungen versuchen Anbieter, die sexuellen Phantasien des Betrachters gezielt anzusprechen. Häufig werden die Minderjährigen in typischen Posen, Outfits, Accessoires und Farben gezeigt, die Assoziationen mit bestimmten Fetischen oder Varianten einer Erwachsenensexualität wecken (z. B. enganliegende Latexkleidung, Fesseln, Peitschen, Farbkombinationen rot/schwarz oder „unschuldig“ weiß, High Heels). Hierzu gehört auch die Präsentation minderjähriger Mädchen in Dessous oder mit Sex-Toys (z. B. Dildos). Auch durch Auswahl und Zusammenstellung der Bilder auf der Webseite (z. B. eine Bildsequenz, bei der sich eine Minderjährige immer weiter auszieht) oder durch deren Zuschnitt (z. B. wenn das Bild knapp unter dem Genitalbereich abgeschnitten ist) soll die Phantasie der Betrachter angeregt werden.

Die Erfahrung zeigt, dass die Bestimmung unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltungen anhand von Einzelbildern schwierig ist. Wenn jedoch sämtliche Inhalte einer Webseite einbezogen werden und auch der Kontext beachtet wird, in dem die Darstellungen stehen, gelingt es häufig, vermeintliche Einschätzungsprobleme im Sinne des Jugendschutzes und der Zielsetzung des § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV zu lösen.

»Die Erfahrung zeigt, dass die Bestimmung unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltungen anhand von Einzelbildern schwierig ist. Wenn jedoch sämtliche Inhalte einer Webseite einbezogen werden und auch der Kontext beachtet wird, in dem die Darstellungen stehen, gelingt es häufig, vermeintliche Einschätzungsprobleme im Sinne des Jugendschutzes zu lösen.«

Konsequente Ahndung und internationale Verständigung notwendig

Der JMStV hat erstmals die Grundlagen für eine effektive Arbeit im Bereich der Posendarstellungen geschaffen. Schwierigkeiten bei der Einstufung von Angeboten sind in der Praxis gut beherrschbar. Das Vorgehen gegen unzulässige Darstellungen hat bereits dazu geführt, dass viele Anbieter ihre unzulässigen Webseiten geschlossen oder jugendschutzkonform gestaltet haben.

Gegen deutsche Angebote müssen die Möglichkeiten des JMStV konsequent genutzt werden. Darüber hinaus sollten seriöse Anbieter besondere Sorgfalt walten lassen, wenn sie Personen präsentieren, die minderjährig sind oder wie Minderjährige wirken (z. B. Verzicht auf Teen-Sektionen, auf Bezeichnungen wie „lolita-like“ oder auf das Kokettieren mit Minderjährigkeit wie „gerade 18“). Wünschenswert wären entsprechende Selbstverpflichtungen der Anbieter.

»Aufgrund der weiterhin bestehenden Angebotsfülle von Posen-Sites im Ausland kommt es in Zukunft aber entscheidend darauf an, dass solche Darstellungen international geächtet und Verstöße konsequent geahndet werden.«

Aufgrund der weiterhin bestehenden Angebotsfülle von Posen-Sites im Ausland kommt es in Zukunft aber entscheidend darauf an, dass solche Darstellungen international geächtet und Verstöße konsequent geahndet werden. Es müssen alle Möglichkeiten genutzt werden, für ein gemeinsames Vorgehen auf internationaler Ebene zu werben. Host- und Service-Provider gilt es, für das Problem zu sensibilisieren. Neben der Etablierung schneller Notice-and-Take-Down-Verfahren ist es wichtig, Anbietern im Ausland die finanzielle Plattform zu entziehen. Als Ultima Ratio kommt auch die Sperrung von Webseiten auf Ebene der Access-Provider in Betracht.

Nur durch gemeinsame Anstrengungen aller Beteiligten kann es gelingen, die Rechte von Minderjährigen besser zu schützen und jede Form ihrer sexuellen Ausbeutung zu verhindern.

Thomas Günter ist Jurist bei jugendschutz.net.



Nadine Köhler ist Pädagogin und arbeitete bis Oktober 2005 bei jugendschutz.net.



Posen, die es in sich haben

Unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung nach § 4 Abs.1 Nr. 9 JMStV

Anja Humberg

Anja Humberg schildert das Vorgehen des Beschwerdeausschusses der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) im Umgang mit ersten Beschwerden zur Darstellung von „Kindern oder Jugendlichen in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung“ (§ 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV).

Anmerkungen:

1

Während sich im Jahr 2004 noch etwa 2 % der von der FSM bearbeiteten Beschwerden mit § 4 Abs. 1 Nr. 9 beschäftigten, stieg der Anteil im Jahr 2005 schon auf etwa 9 % – ein wachsender Trend, der vermutlich mit der stärkeren Wahrnehmung der relativ neuen Vorschrift einhergeht.

- Ein Mädchen im Teenageralter räkelt sich im Catsuit in lasziver Pose vor der Kamera.
- Ein weiteres Mädchen dieser Altersstufe zeigt die Kamera frontal beim Abstreifen des Slips.
- Ein anderes Mädchen vergleichbaren Alters kniet fast nackt – lediglich mit schwarzen Strümpfen bekleidet – auf dem Bett, lutscht an ihrem Zeigefinger und greift sich mit der anderen Hand an die Scham; im Begleittext dazu heißt es: „... ich schlucke auch“ oder: „Ich hatte schon viele drin :)“.

Auf Bildern dieser Art posieren Kinder und Jugendliche, teilweise nur spärlich bekleidet, in aufreizender, sexuell anzüglicher Weise. Als pornographisch sind derartige Aufnahmen jedoch nicht einzustufen. Dennoch, diese Posen sind eindeutig sexuell konnotiert und bedienen damit die Phantasien der (erwachsenen) Betrachter.

Mit Aufnahmen dieser Art fühlte man sich bis zum Inkrafttreten des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV) zum 01.04.2003 allein gelassen, es gab keine rechtlichen Handlungsmöglichkeiten. Derartige Aufnahmen fielen und fallen nicht unter den Begriff der Pornographie, und eine rechtliche Bestimmung, die unterhalb dieser Schwelle gegriffen hat, gab es vor dem JMStV nicht.

Diese Lücke hat der Gesetzgeber nun geschlossen. Mit § 4 Abs.1 Nr. 9 JMStV hat er einen Tatbestand geschaffen, der unterhalb der Pornographieschwelle greift. Demnach sind „Angebote unzulässig, wenn sie [...] Kinder oder Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen.“ Bilder dieser Art sind generell unzulässig, dürfen also auch nicht in geschlossenen Benutzergruppen präsentiert werden.

Der § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV und seine Umsetzung bei der FSM

Im April 2004 hat ein Beschwerdeausschuss der FSM die ersten § 4 Abs.1 Nr. 9 JMStV betreffenden Beschwerden beschieden.¹ Es wurden gegen drei unterschiedliche Webseiten Beschwerden eingereicht. Alle drei URL, die von verschiedenen Anbietern ins Netz gestellt worden waren, zeigten Ansammlungen von Fotos, teilweise als Galerien von Amateur-Models oder aber auch unter der Überschrift: „Wie sexy bin ich?“ Auf allen drei Seiten wurden neben anderen nicht zu beanstandenden Fotos auch Aufnahmen von Kindern und Jugendlichen gezeigt, in denen die

Beschwerdeführer einen Verstoß gegen § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV sahen. Auch die zu Beginn kurz beschriebenen Aufnahmen fanden sich auf diesen Webseiten.

Der Beschwerdeausschuss der FSM kam einstimmig zu dem Ergebnis, dass ein Teil der unter den entsprechenden URL gezeigten Bilder junge Mädchen in nicht altersgemäßer geschlechtsbetonter Pose zeigte und damit gegen § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV verstieß. Den Beschwerdegegnern wurde ein Hinweis mit Abhilfeaufforderung aufgegeben und eine Frist von zwei Wochen eingeräumt, um die beanstandeten sowie vergleichbare Bilder aus den Angeboten zu entfernen. Sollte dies nicht geschehen, werde die FSM-Beschwerdestelle die Entscheidungen den jeweiligen Diensteanbietern mitteilen.²

In seinen Beratungen stellte der Beschwerdeausschuss zunächst einmal fest, dass es sich bei den abgebildeten Mädchen um Jugendliche handelte, sie also unter den Schutz von § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV fielen. In den auf der Webseite abrufbaren „Steckbriefen“ der Mädchen wurde dieser Eindruck durch entsprechende Altersangaben bestätigt. Die Prüfgrundsätze der FSM verweisen darauf, dass es bei der Prüfung zum Alter der Abgebildeten „[...] zuvörderst, jedoch nicht ausschließlich auf ihr tatsächliches Alter an[kommt]. Vielmehr ist der Tatbestand auch erfüllt, wenn die dargestellten Personen bereits volljährig sind, auf einen objektiven Betrachter aber wie Minderjährige wirken.“³

In seiner weiteren Diskussion kam der Ausschuss übereinstimmend zu der Überzeugung, dass für die Mädchen auf den beanstandeten Fotos nicht altersgemäße verführerische Posen gewählt wurden, die der Betrachter eher mit erotischen Kalenderbildern als mit Bildern von Kindern und Jugendlichen in altersgemäßem Auftreten assoziiert. Die Darstellungen der minderjährigen Mädchen bedienen durch die gewählten Posen mit laszivem Ausstrahlungscharakter die sexuellen Phantasien Erwachsener. Ausschlaggebend für eine solche Wertung war nicht unbedingt die teils spärliche Bekleidung der Mädchen, sondern vielmehr die nicht altersgemäße geschlechtsbetonte Körperhaltung. Wie auch in den Prüfgrundsätzen der FSM betont wird, „[...] müssen die Minderjährigen nicht notwendigerweise nackt oder auch nur teilweise entblößt dargestellt sein. Allein die Art der eingenommenen Körperhaltung kann hierfür bereits ausreichend sein.“⁴

Auch die Einlassung eines Beschwerdegegners, dass die Erziehungsberechtigten der abgebildeten Mädchen ihre Einwilligung zu den gezeigten Fotos gegeben hätten, änderte nichts daran, dass die Fotos nach § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV nicht zulässig waren und entfernt werden mussten.

Als inhaltliches Prüfkriterium hat der Gesetzgeber „unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung“ aufgeführt – ein Kriterium, das vor allem unter Berücksichtigung des Schutzzwecks der Vorschrift zu betrachten ist.

Mit Bildern von Kindern und Jugendlichen, die durch ihre erotisch konnotierten Posen die sexuellen Phantasien Erwachsener bedienen, wird „ein falsches Bild dessen vermittelt, was im Umgang zwischen Erwachsenen und Minderjährigen normal ist.“⁵ Die Bilder können den Eindruck erwecken, es sei normal, dass Jugendliche als Anschauungsobjekte die erotischen Phantasien Erwachsener bedienen. Durch diese subtile Vermittlung von verschobener Normalität können Kinder und Jugendliche in ihren Möglichkeiten beeinträchtigt werden, sich gegen sexuelle Übergriffe zu wehren.

Um dem entgegenzuwirken, ist ein wichtiges Kriterium für die Bewertung eines Bildes die Wahl von Posen, die nicht der alltagstypischen und altersgerechten Normalität der abgebildeten Altersgruppe entsprechen. Ein Beispiel hierzu findet sich auch bei dem schon weiter oben erwähnten Beschwerdeverfahren der FSM vom April 2004. Ein weiteres in diesem Verfahren beanstandetes Bild zeigte ein junges Mädchen beim Kochen – eine eigentlich unkritische Situation. Aus dem Alltagsstypischen herausgehoben wurde das Bild jedoch dadurch, dass das Mädchen lediglich mit Schürze und leicht verrutschtem Slip abgelichtet worden war, also auch hier eine Pose gewählt wurde, welche eine eigentlich harmlose Situation in einen erotisch/sexuell konnotierten Zusammenhang stellt und damit die sexuellen Phantasien der Betrachter bedient.

Zusammenfassend gesehen ist die Einführung der neuen Vorschrift des § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV zu begrüßen und die Vorschrift als gut anzusehen. Wünschenswert wäre jedoch eine noch deutlichere Wahrnehmung dieser Norm in der Praxis.

2 Alle drei Beschwerdegegner waren nicht Mitglied der FSM, so dass dies die Möglichkeit der Sanktionierung durch die FSM darstellt. Eine der beanstandeten Webseiten ist mittlerweile vom Netz gegangen, die anderen beiden Verfahren sind noch bei den Landesmedienanstalten anhängig, an die sie von der FSM übergeben worden sind.

3 Prüfgrundsätze der FSM (Stand: 01.08.2005), Punkt 6.9, S. 41

4 Ebd.

5 Ebd.

Anja Humberg ist Mitglied des Beschwerdeausschusses der FSM. Sie hatte den Vorsitz im April 2004 inne, als über den Vorwurf des Verstoßes gegen § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV gegenüber drei Webseiten zu beraten war.



Literatur

Inhalt:

Martin Löffelholz (Hrsg.):

Krieg als Medienereignis II

Christian Büttner/Joachim von Gottberg/

Verena Metze-Mangold (Hrsg.):

Der Krieg in den Medien

Petra Grimm/Rafael Capurro (Hrsg.):

Krieg und Medien

Klaus-Dieter Felsmann

82

Cecilia A. Essau/Judith Conrad:

Aggression bei Kindern und Jugendlichen

Prof. Dr. Christian Büttner

84

Dietrich Oberwittler/Susanne Karstedt (Hrsg.):

Soziologie der Kriminalität

Prof. Dr. Lothar Mikos

85

Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM):

Angebote für Kinder im Internet

Hans-Dieter Kübler

86

Ulrich Schiefele/Cordula Artelt/

Wolfgang Schneider/Petra Stanat (Hrsg.):

Struktur, Entwicklung und Förderung von

Lesekompetenz

Prof. Dr. Lothar Mikos

87

Petra Josting:

Kinder und narrative Bildschirmspiele

Traudl Büniger:

Narrative Computerspiele

Susanne Eichner

88

Martin Gertler (Hrsg.):

Kommunikation oder Unterhaltung?

Prof. Dr. Lothar Mikos

90

Christian Alt (Hrsg.):

Kinderleben – Aufwachsen zwischen Familie,

Freunden und Institutionen. Band 1 und 2

Susanne Bergmann

91

Krieg und Medien – 36 Annäherungen an das Thema

Die mit dem Zerfall des sowjetischen Machtsystems zu Beginn der 90er Jahre des vorigen Jahrhunderts verbundene Hoffnung, dass nunmehr die Welt friedlicher würde und damit die Gefahren kriegerischer Auseinandersetzungen abnehmen, hat sich als Trugschluss erwiesen. Mit der Auflösung der einst bipolaren Weltordnung haben sich zwar die möglichen Konfrontationslinien, die an zwischenstaatliche Rahmenbedingungen gebunden waren, verschoben, doch dafür ist eine Zunahme nicht staatlich motivierter Kampfhandlungen, von Sezessions- und Bürgerkriegen sowie von permanente Verunsicherung der Bevölkerung erzeugenden Terrorakten, als Ausdrucksform asymmetrischer Kriege, zu beobachten. Bei aller Veränderung der Formen und Konstellationen gilt aber nach wie vor, dass es keinen Krieg ohne Nachrichten geben kann. So vermerken Petra Grimm und Rafael Capurro, anknüpfend an Claus von Clausewitz: „Der Krieg bedarf der Nachrichten, um überhaupt durchgeführt zu werden. Die kriegerischen Handlungen sind aber nicht nur Nachricht für die Beteiligten, sondern auch für die Beobachter zweiter Ordnung, nämlich Nachrichten vom Krieg“ (Grimm u. a., S. 7). Angesichts des Umstands, dass sich in den letzten Jahren nicht nur der dominierende Charakter kriegerischer Auseinandersetzungen grundlegend gewandelt hat, sondern auch die globale Kommunikationsordnung, gewinnt der Umgang mit Nachrichten von und um solcherlei Konfliktfelder eine herausragende

Bedeutung, was wiederum die Aufmerksamkeit der in das Themenfeld involvierten Wissenschaft in starkem Maße herausfordert. Martin Löffelholz registriert in diesem Zusammenhang eine stetig ansteigende Zahl von Beiträgen zur Krisen- und Kriegskommunikation, die „bis zur Unübersichtlichkeit“ geführt habe (Löffelholz, S. 14). Auf den ersten Blick könnte man so gesehen meinen, dass die drei vorliegenden Publikationen letztendlich nur jene „Unübersichtlichkeit“ verstärken. Immerhin erweitern sie zusammengekommen den Korb der Meinungsäußerungen zum Thema um nicht weniger als 36 Beiträge. Anders gesehen, ist die Entwicklung aber so schnellläufig und der aktuell zu beobachtende Strukturwandel zwischen Politik, Militär und Öffentlichkeit so gravierend, dass länger zurückliegende Interpretationsangebote sehr schnell an Gültigkeit verlieren. Nicht zuletzt die Anschläge vom 11. September 2001 sowie der Kosovo- oder der jüngste Irakkrieg bilden einschneidende neue Herausforderungen für die publizistische Begleitung als auch für das Selbstverständnis demokratischer Gesellschaftsstrukturen überhaupt. Die Option des Krieges steht zunächst grundsätzlich im Widerspruch zu den Werten unserer auf Gewaltfreiheit orientierten Zivilgesellschaft. Wenn diese angegriffen wird, so ist die Notwendigkeit der Gegenwehr medial noch relativ leicht zu vermitteln. Ganz anders sieht dies im Zusammenhang mit präventiven militärischen Maßnahmen – wie etwa beim Angriff auf das Saddam-Regime – aus. Alle drei hier angesprochenen Bände gehen auf unterschied-

lich motivierte Tagungen zum Thema zurück. Bei Löffelholz steht das Forschungsfeld der Krisen- und Kriegskommunikation im Mittelpunkt. Dieses wird systematisch beschrieben und eingegrenzt, wobei sich für den Leser insbesondere die in mehreren Aufsätzen herausgearbeitete Darstellung der historischen Entwicklung der Krisenkommunikation als höchst informativ erweist. Aktuelle Untersuchungen und Befunde werden geordnet und auf die Möglichkeit einer Generalisierung hinterfragt. Das Ganze versteht sich als Bestandsaufnahme und Denkansatz, erhebt allerdings nicht den Anspruch, zu einer allgemein anerkannten Theorie der Krisen- und Kriegskommunikation führen zu wollen. Die gäbe es momentan genauso wenig wie eine allgemeine Kommunikationstheorie als solche.

Der von Christian Büttner u. a. herausgegebene Band *Der Krieg in den Medien* setzt sich vor allem mit konkreten journalistischen Aspekten der aktuellen Kriegsberichterstattung auseinander. Dabei geht es insbesondere um das Spannungsfeld von freier und unabhängiger Darstellung von Ereignissen und Hintergründen und dem Versuch der Instrumentalisierung der Medien durch kriegführende Parteien – speziell das Militär – und der dabei zu beobachtenden Gratwanderung zwischen Objektivität und Propaganda. Interessant ist darüber hinaus die Einbeziehung von fiktionalen Medieninhalten – einmal als Element zur Herausbildung von demokratischen Verhaltensmustern als auch als Wahrnehmungsvoraussetzung, aber auch als dramaturgische Orientierung tagesaktueller Berichterstattung im Zusam-

menhang mit Kriegereignissen. Allein die Auswahl der Autoren, Journalisten, Wissenschaftler und Militärs macht deutlich, wie unterschiedlich einzelne Handlungsmotive bei der medialen Gestaltung sein können. Alle Motive sind als legitim gekennzeichnet und ihre Bewertung wird einem demokratischen, öffentlichen Diskurs überlassen, wozu die Teilnehmer allerdings befähigt werden müssen. Wenn sich aber der Disput allein an den Medien festmacht, so greift er zu kurz. Jörg Calließ von der Evangelischen Akademie Loccum und der WDR-Redakteur Stefan Raue schreiben diesbezüglich im abschließenden Aufsatz des Bandes: „Es ist wichtig, ob sich die gesellschaftlichen Diskurse in Zeiten des Krieges darin erschöpfen, dass kritisiert wird, wer, wie, was vom Kriegsgeschehen berichtet, oder ob die Fragen von Krieg und Frieden selbst im Zentrum stehen“ (Büttner u. a., S. 200).

Die Aufsätze des dritten hier zu besprechenden Bandes nähern sich dem Thema aus Sicht der Medienethik. Der gedankliche Anspruch der Herausgeber kommt am deutlichsten in der Auseinandersetzung von Elias Jammal mit dem Buch von Samuel P. Huntington *Clash of Civilizations* zum Ausdruck, wo dieser die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert als Kampf der Kulturen beschreibt: *Krieg oder Dialog der Kulturen?* (Grimm u. a., S. 17). Dies ist die Frage, wobei die Medien in ihrer Funktionsweise und ihren Möglichkeiten des Einwirkens in der einen oder anderen Richtung hinterfragt werden. Hierbei wird in der Grundaussage insgesamt sehr deutlich an die Verantwortung appelliert, die sich auch angesichts eines „gnadenlosen

Wettbewerbs“ um Nachrichten und Bilder gerade im Zusammenhang mit kriegerischen Ereignissen beweisen müsse.

Klaus-Dieter Felsmann



Martin Löffelholz (Hrsg.):
Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden 2004: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 34,90 Euro, 365 Seiten

**Christian Büttner/
Joachim von Gottberg/
Verena Metze-Mangold
(Hrsg.):**
Der Krieg in den Medien. Frankfurt am Main/New York 2004: Campus Verlag. 24,90 Euro, 217 Seiten

**Petra Grimm/Rafael
Capurro (Hrsg.):**
Krieg und Medien. Verantwortung zwischen apokalyptischen Bildern und paradiesischen Quoten [nicht „Quellen“, wie es fälschlicherweise auf dem Titel heißt, Anm. d. Red.]. Stuttgart 2004: Franz Steiner Verlag. 24,00 Euro, 134 Seiten



**Cecilia A. Essau/
Judith Conradt:**
*Aggression bei Kindern und
Jugendlichen.* München
2004: Reinhardt/UTB.
19,90 Euro, 202 Seiten

Aggression bei Kindern und Jugendlichen

Die als Lehrbuch gestaltete Veröffentlichung gibt einen komplexen Überblick über den Stand psychologischer Forschung, Theoriebildung und über Interventions- und Präventionsmodelle. Am Ende eines jeden Kapitels können Studierende anhand von Fragen ihren Kenntnisstand überprüfen. Der Text arbeitet in einem theoretischen Teil in vorbildlich systematischer Weise die Begriffsklärung, die Klassifikation, die diagnostischen Methoden, die Epidemiologie, die Komorbidität und den Verlauf aggressiven Verhaltens bei Kindern und Jugendlichen ab. In einem zweiten Teil werden Ursachen und Risikofaktoren abgehandelt und in einem dritten Teil Interventions- sowie Präventionsmodelle vorgestellt. Ein Glossar erläutert Fachausdrücke, ein Register ermöglicht eine Stichwortsuche. Die Autorinnen beziehen sich nahezu ausschließlich (in guter akademisch-psychologischer Tradition) auf englischsprachige Veröffentlichungen. Immerhin wird das aus einem amerikanischen Modell abgeleitete Gewaltpräventionsprogramm FAUSTLOS vorgestellt. Gleichwohl fragt man sich, ob es niemanden im deutschsprachigen Raum gibt, der etwas Wichtiges oder Hilfreiches zum Thema „kindliche Aggression“ zu sagen hätte. Noch deprimierender ist es, dass in dem Theorie- teil Autoren bemüht werden, die gewissermaßen zur Gründerzeit psychologischer Aggressionstheoriebildung gehören (Pawlow, Skinner, Dollard, Bandura, Freud etc.). Dies macht das Buch für eine Übersicht über den *aktuellen* Diskurs zum Thema unbrauchbar.

Noch problematischer als die akademisch-psychologische Verengung scheint mir aber die implizite Haltung der Autorinnen (und ihrer Zunft) zu Kindern und Jugendlichen zu sein. Diese werden nahezu ausschließlich als Agierende dargestellt. Es gibt nur ganz versteckte Hinweise darauf, dass sie mit ihren Verhaltensweisen auch reagieren, z. B. auf die Lebensumstände, die ihnen zugemutet werden. So werden Aggressionsverläufe immer wieder als ungebührliche, ungehorsame oder trotzige Reaktionsketten dargestellt, so dass man sich an die „Schwarze Pädagogik“ von Katharina Rutschky erinnert fühlt – zugegebenermaßen eine Betrachtungsweise, die aus einem anderen Fachgebiet stammt. Hier eine Kostprobe! Aus dem Kapitel „Verlauf“ ein Beispiel, in dem die häufige Abfolge aggressiven Verhaltens und seine Steigerung von der Vorschule zur Adoleszenz beschrieben wird: „Halsstarriges Verhalten, Hyperaktivität, Aggressivität, Zurückgezogenheit, schlechte Peer-Beziehungen, schulische Probleme, verdeckte Verhaltensprobleme, Kontakte zu Peers mit abweichendem Verhalten, Delinquenz“ (S. 88). Problematische Entwicklungsbedingungen wie etwa „Teenager-Eltern“ oder Alkoholismus gelten als psychopathologische Verstärker, die Eltern als Stationen der Weitergabe von Pathologien von Generation zu Generation. Kein Wort über die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und deren Entwicklung in den letzten 30 Jahren, die – so die Fachdiskussion in außerpsychologischen Disziplinen, etwa zum Lebensweltansatz – wahrscheinlich im Zusammenhang mit einer Zunahme aggressiven Verhaltens von

Kindern und Jugendlichen stehen. Von daher wirken die Interventions- und Präventionsvorschläge auch reichlich einseitig. Immerhin konstatieren die Autorinnen: „[...] ein signifikanter Teil der Kinder mit einer Störung des Sozialverhaltens [zeigt] keine signifikante Reaktion auf diese Interventionen. Und bei denjenigen, die auf die Behandlung ansprechen, lassen sich häufig die Verhaltensprobleme nicht auf ein normales Niveau reduzieren“ (S. 167). Ein Abschnitt im Kapitel „Risikofaktoren“ widmet sich auch der Bedeutung der Massenmedien und der Frage, welchen Einfluss Filme und Fernsehen auf die Aggressionsneigung haben könnten. Hier, wo sich Leserinnen und Leser von *tv diskurs* wahrscheinlich auf bekanntem Terrain befinden und besonders interessiert sein dürften, werden lediglich Bandura und Berkowitz bemüht, die gesamte Diskussion, die in den letzten 20 Jahren in Deutschland geführt wurde, aber ignoriert. Summa summarum: für Psychologiestudenten, denen dieses Wissen abverlangt wird, sehr empfehlenswert, nicht aber für die Leserinnen und Leser, die sich ernsthaft oder multidisziplinär mit Aggression bei Kindern und Jugendlichen auseinandersetzen wollen. Und schon gar nicht empfehlenswert für den Diskurs zur Gewalt in den Medien.

Christian Büttner

Soziologie der Kriminalität

Die Herausgeber bemängeln in ihrer Einleitung mit dem Titel *Neue Perspektiven der Kriminalsoziologie*, dass die wesentlichen wissenschaftlichen Entwicklungen in der Kriminologie in den letzten Jahren in den USA und Großbritannien stattgefunden haben. Dies wurde zwar in Deutschland wahrgenommen, habe aber nicht zu einer eigenen, neuen Standortbestimmung geführt. Dies soll mit dem vorliegenden Band geleistet werden, in dem insgesamt 18 Beiträge versammelt sind. Dabei wird ein breites Spektrum an Themen abgedeckt: eine „Theorie der Kriminalität“ (Hess/Scheerer), die Zusammenhänge von Sozialstruktur und Anomie (Messner; Morgenroth/Boehnke; Oberwittler) oder Lebenslauf, Kriminalität und Geschlecht (Seus/Prein), die Kriminalität unter Migrantenjugendlichen (Schmitt-Rodermund/Silbereisen; Enzmann/Brettfeld/Wetzels), das Verhältnis von Rationalität und Emotionalität bei jugendlichen Straftätern (de Haan/Vos), Kriminalitätsmärkte (Paoli; Karstedt) und politische sowie juristische Aspekte wie die Gründung von nachbarschaftlichen, privaten Sicherheitsdiensten als soziale Reaktion auf Kriminalität (Hope/Trickett). In den Beiträgen zeigt sich, dass die Erkenntnisse der sozialwissenschaftlich orientierten Kriminologie disparat sind. Auch hier finden sich Positionen, wie sie aus den Forschungen zur Wirkung von Mediengewalt bekannt sind. So werden z. B. zwei Traditionen gegenübergestellt, die gegensätzliche Auffassungen von den Auswirkungen des sozialen Wandels auf Gewalt in der Gesellschaft haben:

„Während die Protagonisten der Desintegrationstheorie [z. B. Wilhelm Heitmeyer, Anm. d. Red.] annehmen, dass der gegenwärtige soziale Wandel und insbesondere die damit einhergehende Individualisierung den Druck auf die Menschen und damit ihre Gewaltneigung erhöhen, kommen andere Forscher, die den beeindruckenden historischen Rückgang des Gewaltniveaus in den westlichen Gesellschaften vom Mittelalter bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts vor Augen haben [z. B. Manuel Eisner, Anm. d. Red.], zu der gegenteiligen Auffassung, dass der soziale Wandel sogar eine gewaltvermindernde Wirkung gehabt hat“ (S. 15 f.). Dennoch überwiegt die Einschätzung, dass westliche Gesellschaften sogenannte „High-Crime“-Gesellschaften sind. Dietrich Oberwittler zeigt in seinem Beitrag, dass die Konzentration von sozial benachteiligten Menschen in einem Stadtteil „Auswirkungen auf das abweichende Verhalten von Jugendlichen hat“ (S. 163), besonders bei Autoauf- und Wohnungseinbrüchen. Das ist vor allem dann der Fall, wenn die Jugendlichen ihren Freundeskreis im eigenen Stadtviertel haben. Allerdings trifft dieser Zusammenhang nur auf deutsche Jugendliche zu. „Ungeklärt bleibt, warum dieser Kontexteffekt nur für deutsche Jugendliche beobachtet werden konnte und warum Jugendliche mit Migrationshintergrund keine oder sogar entgegengesetzte Zusammenhänge zwischen sozialräumlicher Benachteiligung und Delinquenz zeigen“ (S. 164). Gerade die Migrantenforschung zeigt aber auch, wie sehr das Gefühl der Benachteiligung bei Migrantenjugendlichen die Neigung zu kriminellen Verhalten fördert.

Soziale und ökonomische Integration wären demnach wichtig. Sehr lesenswert ist der Beitrag von Enzmann, Brettfeld und Wetzels zu „Männlichkeitsnormen und die Kultur der Ehre“, besonders vor dem Hintergrund aktueller Fälle von sogenannten „Ehremorden“. Die Autoren können deutlich machen, „dass es sich bei der als gewaltlegitimierende Männlichkeitsnormen operationalisierten Kultur der Ehre weniger um einen ethnisch spezifischen kulturellen Faktor handelt, als vielmehr um Orientierungen, die über die Ethnien hinweg allgemeiner in Kontexten von sozialer Benachteiligung und Marginalisierung entstehen“ (S. 283). Medien spielen in allen Beiträgen kaum eine Rolle. Zwar weisen die Herausgeber in ihrer Einleitung darauf hin, dass sich im angloamerikanischen Bereich eine sogenannte „Cultural Criminology“ etabliert habe, die sich mit der Populärkultur befasse und Medien analysiere, doch findet sich leider kein Beitrag dieser Richtung im vorliegenden Band. Lediglich in David Garlands Beschreibung der Kultur der „High-Crime“-Gesellschaften wird darauf eingegangen, dass sich in den Medien und der Populärkultur ein „Kriminalitätsbewusstsein“ institutionalisiert habe (S. 61). Die Beiträge in diesem Band machen dagegen mehr als deutlich, dass es vor allem soziale Zusammenhänge sind, die kriminelle Handlungen begünstigen.

Lothar Mikos



**Dietrich Oberwittler/
Susanne Karstedt (Hrsg.):**
Soziologie der Kriminalität.
Sonderheft 43/2003 der
Kölner Zeitschrift für Soziologie
und Sozialpsychologie. Wiesbaden 2004:
VS Verlag für Sozialwissenschaften. 49,90 Euro,
508 Seiten m. Tab. u. Abb.



Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM): Angebote für Kinder im Internet. Ausgewählte Beiträge zur Entwicklung von Qualitätskriterien und zur Schaffung sicherer Surfräume für Kinder (BLM-Schriftenreihe, Band 78). München 2005: Verlag Reinhard Fischer. 15,00 Euro, 130 Seiten

Kinder im Netz

Wie kein Medium zuvor stellt das Internet den Jugendmedienschutz vor neue Herausforderungen und schier unlösbare Probleme: Denn die Zahl und Vielfalt von Seiten und Angeboten sind unübersehbar, steigen ständig und sind zudem flüchtig. Ihre Produzenten und Anbieter logieren weltweit, unterliegen mithin nicht nationaler Gesetzgebung und sind für deutsche Sanktionen nur mittelbar, über die Server hierzulande, zugänglich. Außerdem sind gerade in den prekären Bereichen wie Pornographie, Gewaltverherrlichung und rechtsradikaler Hetze weniger professionelle denn amateurhafte und häufig obskure Urheber am Werk, die schwer zu identifizieren und zu fassen sind. Der hiesige Jugendmedienschutz setzt verstärkt auf eine „regulierte Selbstregulierung“ der seriösen Anbieter, wie sie der Gesetzgeber im Jugendmedienschutzstaatsvertrag vom 1. April 2003 vorsieht, ferner auf den „technischen Jugendmedienschutz“, mit dem Anbieter selbstverantwortlich „geschlossene Benutzergruppen“ installieren können, die nur nach Volljährigkeitsprüfung und zuverlässiger Authentifizierung frequentiert werden dürfen. Dafür sind Tests über die Funktionsfähigkeit, die Filterleistung, die Handhabbarkeit und die Akzeptanz der eingesetzten Systeme vorgesehen. So sehen es jedenfalls die neuen „Kriterien für die Aufsicht im Rundfunk und in den Telemedien“ vor, die entsprechend jenes Staatsvertrags ausgearbeitet wurden und den zuvor verwendeten „Bewertungsleitfaden für die Programmaufsicht im Rundfunk“ abgelöst haben. Bedauer-

licherweise finden sich diese „Kriterien“ nicht im Wortlaut in dem vorliegenden Reader wieder.

Entstanden ist er anlässlich und im Nachgang einer Tagung, die die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die Rundfunkarbeit der Evangelischen Kirche in Deutschland – unter Beteiligung der theologischen Fakultäten der Universitäten Erlangen und Greifswald – zu „Qualitätskriterien für Kinderangebote im Internet“ im April 2004 veranstalteten und die im April 2005 fortgeführt wurde. Entsprechend breit ist das inhaltliche Spektrum: In der Einleitung skizzieren J. Haberer, Theologin in Erlangen-Nürnberg, und der BLM-Präsident W.-D. Ring den Zusammenhang zwischen Medienrecht, Medienethik und Medienaufsicht bzw. Jugendschutz. Sodann geben die KJM-Verantwortlichen (wiederum Ring und die Leiterin der Stabsstelle V. Weigand) einen Erfahrungsbericht über besagte veränderte Anforderungen an den Jugendmedienschutz, der von den Mitarbeiterinnen M. Monninger und M. Mühlberger mit konkreten Beispielen zur „Bewertung jugendschutzrelevanter Inhalte im Internet“ ergänzt wird. Sie plädieren dafür, auch Eltern, Lehrer, Kirchen und andere gesellschaftliche Gruppen für diese Aufgabe zu sensibilisieren, mithin auch medienpädagogische Aktivitäten zu entwickeln, um „das Internet für Heranwachsende zu einem möglichst sicheren und attraktiven Medium zu machen“ (S. 39). Wie es um seine Nutzung bei Kindern und Jugendlicher derzeit tatsächlich bestellt ist, beschreiben kundig C. Gebel und U. Wagner vom JFF in ihrem „Forschungsüberblick“. Entgegen vielen, gerade auch öffent-

lich ventilierten Trendbehauptungen zeigen sie erhebliche Forschungslücken auf, sobald das Erkenntnisinteresse über pure statistische Daten hinausgeht und qualitative Aspekte sowie Zusammenhänge mit soziokulturellen Faktoren gefragt sind. Erneut erweist sich, dass aus der Sichtung des Angebots nicht umstandslos auf seine Nutzung geschlossen werden kann.

Mit diesen Angeboten, ihren Inhalten und ihren erwünschten Verbesserungen beschäftigen sich die folgenden fünf Artikel: Sie zeigen beispielhaft Standards hierzulande und in anderen Ländern auf (D. Höschen), stellen das gemeinsame Netzwerk „Seitenstark“ vor (K. Kretschmer), diskutieren die von Werbung und Markenpreisung implizierten Werte, die an Kinder oft genug aggressiv vermittelt werden, thematisieren aus Sicht von jugendschutz.net (U. Behrens und F. Schindler) „Fallstricke im Netz“, die Anbieter den kindlichen Surfern stellen, und porträtieren am Ende Selbstverständnis und Aufgaben des Erfurter Netcode e. V. (dessen Text auch nicht abgedruckt ist). Ziel muss sein, heißt es, für das Internet „ein ähnliches Schutzniveau wie in traditionellen Medien zu erreichen“ (S. 113). Dies dürfte wohl trotz aller rechtlichen Vorkehrungen, Vollzugspraxis und allem medienpädagogischen Engagement schwerlich zu erreichen sein, wie die Beiträge dieses Bandes selbst – aber sicherlich auch noch viele andere (etwa die hier missachteten Aktivitäten des DJI) – unter Beweis stellen (müssen).

Hans-Dieter Kübler

Entwicklung von Lesekompetenz

Bildung ist in der Bundesrepublik Deutschland zum Problem geworden, zumindest seit die Ergebnisse der verschiedenen PISA-Studien vorliegen. Um die Kompetenzen deutscher Schüler scheint es nicht sonderlich gut bestellt zu sein. Allerdings gibt es *die* deutschen Schüler nicht, da es offenbar Bildungsunterschiede in den einzelnen Bundesländern gibt. Anscheinend ist nicht die Bildung das Problem, sondern die föderale Kompetenzverteilung im Bildungsbereich. Nichtsdestotrotz gehört es allgemein zu den Bildungsaufgaben, Schülern Fähigkeiten zu vermitteln, mit denen sie in ihrem Leben etwas anfangen können. PISA hat in diesem Zusammenhang Defizite festgestellt – in erster Linie im Vergleich zu anderen Ländern und innerhalb der einzelnen deutschen Bundesländer. Die Diskussion über die Ergebnisse der PISA-Studien und ihre Konsequenzen bleibt jedoch häufig oberflächlich. Das könnte sich mit dem vorliegenden Buch ändern. Die insgesamt zehn Beiträge renommierter Erziehungswissenschaftler und Psychologen versuchen die einzelnen Erkenntnisse der PISA-Studie im Hinblick auf die Entwicklung von Lesekompetenz zu vertiefen. Begründet wird dies u. a. damit, dass die Studie dazu beigetragen habe, „die besondere Bedeutung der Lesekompetenz in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit der Forschung zu rücken“ (S. 9). Dabei geht es u. a. um die Förderung der Lesefähigkeit durch phonologische Förderung der Sprachkompetenz von Kindern im Vorschulalter, aber auch um

kognitionspsychologische sowie motivationale Grundlagen der Lesekompetenz. Zugleich wird geklärt, ob es bei dieser Kompetenz lediglich um das Verstehen von Texten geht, oder ob der Begriff doch weiter zu fassen ist, weil die Entwicklung von Lesekompetenz auch die Voraussetzung für andere Fähigkeiten ist.

Die Erziehungswissenschaftlerin Bettina Hurrelmann geht daher davon aus, dass die Entwicklung von Lesekompetenz im Verlauf des Sozialisationsprozesses immer einen Doppelcharakter hat: Sie ist einerseits eine Schulung von bestimmten Fähigkeiten, andererseits übt sie aber auch in die jeweilige Kultur ein, ist also – wie es bei ihr heißt – sowohl Lern- als auch Enkulturationsprozess. Zwar empfiehlt die PISA-Studie, zur Förderung des Lesens vor allem bei den Lernprozessen anzusetzen, doch Hurrelmann ist da anderer Meinung und beruft sich auf Erkenntnisse der Lesesozialisationsforschung. Daraus resultiert für sie als eine Aufgabe der Schule, „den Heranwachsenden Lesesituationen anzubieten, in denen sie erfahren können, dass das Lesen emotional belohnend sein kann und dass es auch im sozialen Zusammenhang Sinn macht“ (S. 59 f.). Das kann allerdings nur gelingen, wenn andere Sozialisationsinstanzen wie die Familie dies ebenfalls fördern.

Vor allem bei Migrantenkindern hängt die Förderung von Lesekompetenz stark vom familiären Umfeld ab. Die leseschwachen Kinder unter ihnen weisen zwar kaum Unterschiede zu leseschwachen Kindern ohne Migrationshintergrund im Hinblick auf kognitive Grundfähigkeiten und Dekodierfähigkeiten beim Lesen auf, sie besitzen oft auch

eine größere Motivation zur Entwicklung von Lesekompetenz, stoßen aber aufgrund des familiären Hintergrunds auf besondere Hürden. So bildet z. B. die Umgangssprache in den Familien eine wesentliche Schwierigkeit (vgl. S. 266 ff.). Die Lesekompetenz bei Migrantenkindern hängt wesentlich davon ab, ob zu Hause Deutsch gesprochen wird oder nicht. Insgesamt bieten die Beiträge des Buchs einen guten Überblick über die Forschungen zur Entwicklung von Lesekompetenz und machen so eindrucksvoll deutlich, wo die Schule als Institution zur Förderung von Lesekompetenz tatsächlich versagt – und wo sie lediglich als Reparaturbetrieb für Hemmnisse fungiert, deren Ursachen außerhalb der Schule liegen.

Lothar Mikos



**Ulrich Schiefele/
Cordula Artelt/
Wolfgang Schneider/
Petra Stanat (Hrsg.):**
*Struktur, Entwicklung
und Förderung von Lesekompetenz. Vertiefende
Analysen im Rahmen von
PISA 2000.* Wiesbaden
2004: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 27,90 Euro,
358 Seiten m. Tab.



Petra Josting:
Kinder und narrative Bildschirmspiele. Eine Produkt- und Rezeptionsstudie am Beispiel einer Detektivgeschichte auf CD-ROM.
 München 2004: kopaed-Verlag, 22,80 Euro, 357 Seiten

Traudl Büniger:
Narrative Computerspiele. Struktur und Rezeption.
 München 2005: kopaed-Verlag, 19,90 Euro, 328 Seiten

Kinder und Computerspiele

Innerhalb von zwei Jahren erschienen beim kopaed-Verlag zwei Studien zu narrativen Computerspielen und deren Rezeption. Jenseits eines phänomenologischen Erkenntnisinteresses zum Wesen des Computerspiels rücken hier spezifische Spiele und deren Rezeption ins Blickfeld und sind Beleg für die zunehmende Differenziertheit, mit der inzwischen Computerspiele im Medienzusammenhang wahrgenommen werden. Traudl Büniger untersucht Computerspieladaptionen von Kinder- und Jugendliteratur, Petra Josting analysiert Detektivgeschichten auf CD-ROM. Mit ihren Studien leisten beide Autorinnen einen Beitrag zur fachdidaktischen Debatte um eine integrative Medienerziehung im Deutschunterricht und plädieren für eine Erweiterung der bisherigen Unterrichtsmedien um bestimmte Computerspiele. So schwingt im Hintergrund auch immer die Frage mit, auf welche Weise Computerspiele Kindern und Jugendlichen die als pädagogisch wertvoll erachteten Aspekte wie Fremdverstehen und Identitätsentwicklung ermöglichen. Gemeinsamkeiten finden sich auch in der methodologisch-theoretischen Herangehensweise an den Gegenstand. In beiden Fällen erfolgt eine Annäherung über eine Verbindung von *Produktanalyse* unter Einbeziehung narratologischer und kognitionstheoretischer Ansätze und *Rezeptionsstudie* unter Berücksichtigung der Text-Rezipienten-Interaktion. Diese Methode ermöglicht es, zu einem umfassenden Bild des komplexen Phänomens in seinen Zusammenhängen zu gelangen.

Bei allen Gemeinsamkeiten geraten bei näherer Betrachtung indessen die Besonderheiten der Studien ins Blickfeld. Petra Jostings Studie aus dem Jahr 2003 stellt die Frage, welche Textstrukturen Detektivgeschichten auf CD-ROM aufweisen und wie sie von Kindern wahrgenommen und rezipiert werden. Zur Analyse der Textstrukturen zieht Josting neben der struktur-funktionalen Film-analyse spieltheoretische Überlegungen sowie Ansätze zur Hypertextualität und Intertextualität heran. Auf dieser Basis erstellt sie Textkategorien, die Eigenheiten der interaktiven Detektivgeschichten im Gegensatz zu buchbasierten narrativen Detektivgeschichten berücksichtigen. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei der Kategorie „Raum“, da „die Komplexität von Raumstrukturen und die sich mit ihr bietenden Navigationsmöglichkeiten ein wesentliches Kriterium für ästhetische Erfahrungen [bei den untersuchten Computerspielen] bilden“ (S. 176). Hypermedia-Produkte bieten also die Chance zum „ganzheitlichen Erfassen und Wahrnehmen“, sie erfordern Nachdenken, Zuschauen und Zuhören auf Seiten der Rezipienten. Die mehrstufige Rezeptionsstudie basiert auf der Befragung von 120 Kindern der 6. Klasse, deren Eltern sowie Lehrerinnen und Lehrern. Es werden quantitative mit qualitativen Methoden kombiniert. Neben der tatsächlichen Rezeption und dem Rezeptionserleben wird auch nach der Medienumgebung und dem Mediengebrauch der Kinder gefragt. Die Autorin geht davon aus, dass die befragten Kinder abhängig von ihrer (Medien-)Sozialisation spezifische Medienorientierungen auf-

weisen, die wiederum Einfluss auf das Rezeptionserleben haben, da der Umgang mit einem spezifischen Medium nicht losgelöst vom übrigen Mediengebrauch betrachtet werden kann. Entsprechend identifiziert sie fünf Medienorientierungen der Befragten: die *Vielnutzer*, die *Wenignutzer*, die *PC- und Gameboy-Orientierten*, die *PC- und Hörkassetten-Orientierten* und die *Bücher- und Hörkassetten-Orientierten*. Die Orientierungsvariable beeinflusst neben der Variable Geschlecht die Wahrnehmungsweisen der Befragten entscheidend, wie in der Auswertung der Studie deutlich wird. Eine kontrovers diskutierte Frage bei der Betrachtung von Computerspielen ist die Identifikationsmöglichkeit mit den Figuren. Die Rezeptionsstudie zeigt, dass auch Computerspiele Identifikationsebenen – Substitution, Projektion und Empathie – bieten, ob aber auch alle Ebenen wahrgenommen werden, hängt von der Medienorientierung der Rezipienten ab. So entsteht beispielsweise Empathie bei den *Wenignutzern* am häufigsten, während sie bei den *PC- und Gameboy-Orientierten* am seltensten aufkommt (S. 227). Letztere Gruppe legt jedoch die höchste Kompetenz im Umgang mit der Geschichte an den Tag (S. 276). Als interessant hinsichtlich einer geschlechtsspezifischen Rezeption erweist sich, dass zwar einerseits vermeintlich typische Muster bei der Medienorientierung nicht zutreffend waren – so besteht die Gruppe der *Bücher- und Hörkassetten-Orientierten* aus nur einem Mädchen und 14 Jungen –, doch zeigt es sich, dass unabhängig von der Medienorientierung altbekannte geschlechtsspezifische Unterschiede fortbestehen: Mädchen

weisen eine eindeutig besser ausgeprägte ästhetische Wahrnehmung sowie eine höhere Schreibkompetenz auf als Jungen; Jungen wiederum sind den Mädchen hinsichtlich der Wahrnehmung von Zeit- und Navigationskompetenzen voraus (S. 277). Petra Josting kommt schließlich zu dem Ergebnis, dass eine reine Buchkompetenz für die Deutschlehrerausbildung sowie für den Deutschunterricht unzureichend ist. Vielmehr soll eine „Aufgeschlossenheit gegenüber dem Medienensemble“ (S. 11) und den entsprechend unterschiedlichen Medienästhetiken dem tatsächlichen Mediengebrauch Heranwachsender Rechnung tragen. Auch Traudl Büniger kommt zu diesem Schluss, wenn sie in ihrer Studie abschließend feststellt, dass bestimmte Computerspiele „ähnlich wie [...] die Narration Erfahrungen ermöglichen, die außerhalb des kindlichen Erfahrungsbereichs liegen, die das Fremdverstehen fördern und Identitätsentwicklung unterstützen“ (S. 304). Traudl Büniger identifiziert in ihrer Studie Rezeptionsstrategien bei Computerspieladaptionen von Kinder- und Jugendliteratur, die von „pädagogischem Wert sind“. Dabei wird auch deutlich, dass pauschale Aussagen über die Rezeption von Computerspielen nicht möglich sind. Erst vergleichbare strukturelle Merkmale, die auf ähnliche Weise die Rezeption vorstrukturieren, erlauben Aussagen über Rezeptionsdimensionen und -erleben. Entsprechend ist die Studie auf das Subgenre „Spielgeschichten“ reduziert, anhand dessen das Zusammenspiel zwischen „ludischer“ (spielerischer) Rezeption und narrativer Rezeption ausgearbeitet wird. Die Untersuchung basiert auf einer

qualitativen Befragung von fünf Mädchen im Alter von 10 bis 12 Jahren. Untersuchungsgegenstand ist das Spiel *Ronja Räubertochter* aus dem Jahr 2000. Einige wichtige Ergebnisse der Studie sollen im Folgenden dargestellt werden. Bei der Rezeption von *Ronja Räubertochter* wechselten die befragten Kinder zwischen narrativen und ludischen Rezeptionsstrategien, je nachdem, ob es sich um eine narrative Videosequenz oder um eine Spielsequenz handelte. Innerhalb der narrativen Phasen ist der emotionale und kognitive Rezeptionsmodus mit dem bei Narrationen vergleichbar. Während der Spielphasen erlebten die Kinder erwartungsgemäß „Ego-Emotionen“ als Erfahrungen zwischen Lust und Frust. In überfordernden oder unterfordernden Situationen war die Rezeptionshaltung eher distanziert, aber die Kinder zeigten emotional Reaktionen auf die Figuren („Sozio-Emotion“). Somit sind Sozio-Emotionen nicht dem narrativen Bereich vorbehalten, wie vielfach angenommen, sondern werden ebenso in Computerspielen ermöglicht. Ein interessanter Aspekt stellt auch das Erleben von Spannung oder Amüsement in einzelnen Szenen dar: „Und dann fand ich auch ganz witzig, als die sich dann einfach so weggerollt haben, sah das ulkig aus“ (S. 160), beschreibt eine Befragte ihre Empfindungen bei einer Spielsequenz. Ihr geht es nicht nur um das „Punkten“, sondern um die Art der Darstellung eines inhaltlichen Elements. Diese vielschichtigen emotionalen und kognitiven Aspekte, so die Autorin, kommen jedoch erst vollständig in der Diskussion über das Spiel mit Erwachsenen zum Tragen: Da die An-

schlusskommunikation das zentrale Element im Deutschunterricht darstellt, sind somit auch „Spielgeschichten“ ebenso wie Bücher oder Filme dazu geeignet, im Unterricht behandelt zu werden.

Die beiden vorgestellten Bücher leisten einen wertvollen Beitrag zur differenzierten Sichtweise auf Computerspiele und deren Rezeption. Die Einbettung in die aktuelle Mediendebatte erfolgt dabei unterschiedlich intensiv. Petra Josting umreißt ausführlich das medienkultuwissenschaftliche Feld, die Bedeutung der Mediensozialisation oder der Medienorientierung für die Rezeption und bereichert die Debatte durch Heranziehung unterschiedlichster wissenschaftlicher Perspektiven und Ansätze. Der Beitrag von Traudl Büniger fokussiert hingegen das Spannungsfeld Narratologie und Ludologie und entsprechende Rezeptionsstrategien. Trotz einiger Übereinstimmungen beleuchten beide Studien ganz unterschiedliche Aspekte der Computerspielrezeption und helfen, das Phänomen in seinen Zusammenhängen besser zu verstehen.

Susanne Eichner



Martin Gertler (Hrsg.): *Kommunikation oder Unterhaltung? Aufgabenstellungen der Medien* (Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 10). Baden-Baden 2004: Nomos Verlagsgesellschaft. 44,00 Euro, 339 Seiten m. Tab. u. Abb.,

Gretchenfrage

Der Herausgeber Martin Gertler hat das 20-jährige Bestehen des privaten Fernsehens in Deutschland sowie die Eröffnung des Medienzentrums der Rheinischen Fachhochschule in Köln zum Anlass genommen, den vorliegenden Band mit insgesamt 21 Beiträgen zusammenzustellen. Aus einer vorwiegend medienökonomischen Perspektive wird versucht, die Frage „Kommunikation oder Unterhaltung?“ zu beantworten. Dabei soll die gesamte medienökonomische Wertschöpfungskette – von der kreativen Idee bis zur Rezeption – Berücksichtigung finden. Die Beiträge sind sehr disparat und von unterschiedlicher Qualität, nicht immer ist der Bezug zum gesetzten Rahmen sichtbar. Es wird hier deutlich, dass in dem Buch häufig ein eingeschränkter Kommunikationsbegriff im Mittelpunkt steht, einer, der sich auf medienökonomische Prozesse fokussiert. Dennoch bietet der Band einige interessante Beiträge, die auch Leserinnen und Lesern von *tv diskurs* Anregungen und Informationen liefern können. So arbeitet der Artikel von Holger Berens, *Medienrecht und Medienfreiheit – Die Rolle des Bundesverfassungsgerichts bei der Entwicklung des Medienrechts anhand der Fernsehentscheidungen*, noch einmal die wesentlichen Grundprinzipien für die Rundfunkordnung in Deutschland auf, wobei er allerdings tatsächlich von einem kommunikationswissenschaftlichen Kommunikationsbegriff ausgeht. Der Beitrag von Johannes Irmer, *Alternative Erlösmodelle in der TV-Branche*, hält nicht ganz, was er verspricht. Es werden keine Alternativen zu den vorhandenen Erlösmodel-

len aufgezeigt, sondern die Modelle – Commerce (Verkauf von Werbung, aber auch Finanzierung durch Rundfunkgebühren), Content (Verkauf von Inhalten), Connection (Angebot von Interaktivität) – dargestellt. Warum allerdings „auch die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen TV-Sender durch die Rundfunkgebühren“ als Commerce-Modell einzustufen ist, bleibt das Geheimnis des Autors.

Interessanter sind da die Beiträge von Tibor Kliment und Jaroslaw Kasperczyk zu neuen Werbeformen im Fernsehen, der Beitrag von Klaus Goldhammer mit dem Titel *Jenseits von Information und Unterhaltung: Kaufhaus Fernsehen* und der von Mike Friedrichsen über *Strategische Optionen für die Kinofilmproduktion in der digitalen Wertschöpfung*, der aufgrund der derzeitigen sogenannten Kinokrise auch aktuelle Brisanz hat. Kliment und Kasperczyk stellen nicht nur eine fundierte Systematik der Sonderwerbeformen auf, sondern gehen auch auf deren Wirkungen ein. In ihrem Fazit stellen sie fest: „Mehr und mehr Programme und Formate entstehen weniger aufgrund eines direkten Rezeptionsnutzens, eines publizistischen Mitteilungsbedürfnisses oder einer gesellschaftlichen Erwünschtheit, sondern aufgrund ihres Integrationspotentials für die Werbung. Formate werden um zu bewerbende Produkte, Unternehmen und Sponsoren herum produziert“ (S. 229). Allerdings sehen sie darin lediglich eine Entwicklung, die auf dem Zeitschriftenmarkt längst stattgefunden hat und nun im Fernsehen nachgeholt wird. Wie weit diese Entwicklung vorangeschritten ist, wird im Beitrag von Goldhammer

zum „Kaufhaus Fernsehen“ deutlich.

Insgesamt bringen die Aufsätze des Bandes wenig Neues. Andererseits bieten einige Beiträge fundierte Ein- und Überblicke, sie eignen sich hervorragend zum Nachschlagen – auch wenn die Gretchenfrage letztlich unbeantwortet bleibt.

Lothar Mikos

Kinderleben

Das Kinderpanel des Deutschen Jugendinstituts (DJI) ist eine breit angelegte repräsentative Studie, gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Es stellt dar, wie Kinder heutzutage im Kontext von Familie, Peers und Schule aufwachsen, und spürt der Frage nach, welchen Einfluss die Lebenslagen der Kinder auf deren Wohlbefinden und damit auf die Entwicklung ihrer sozialen Kompetenzen nehmen. Welche Schutzfaktoren und welche Risikofaktoren sind für die kindliche Entwicklung in unserer Gesellschaft von Bedeutung? Und was folgt daraus?

Im Jahr 2002 fand die erste von insgesamt drei Erhebungswellen statt. Die gewonnenen Daten werden in den beiden nun vorliegenden Bänden aus unterschiedlichen Blickwinkeln von rund zwei Dutzend Wissenschaftlern in nationale und internationale Forschungskontexte eingeordnet und ausgewertet. Die über 2.000 Kinder waren zum Zeitpunkt der ersten Befragung 5 bis 6 und 8 bis 9 Jahre alt. Die Älteren von ihnen gaben bereits selbst Auskunft über ihr Befinden und ihre Sichtweise auf den Alltag. Diese standardisierten Interviews, die für die Altersgruppe der 8- bis 9-Jährigen ein Novum darstellen, wurden ergänzt durch Befragungen der Eltern. Dabei offenbarten sich interessante Unterschiede in der Wahrnehmung. Beispielsweise nahmen die Kinder Streit und Konflikte mit der Mutter in deutlich geringerem Maße wahr als die Mütter selbst – oder hatten eine geringere Neigung, darüber zu berichten (Anna Brake, S. 49, 51; Band 1). Dagegen wurden von den Kindern

erlebte Tendenzen zur Internalisierung (Unsicherheit, Ängstlichkeit, Trauer, Einsamkeit) von Müttern und Vätern oft übersehen.

Erwartungsgemäß zeigen sich deutlich erkennbare Risikofaktoren, die eine positive Entwicklung beeinträchtigen können, beispielsweise Armut oder ein schlechtes emotionales Familienklima.

Bei den in der Studie skizzierten Problemfeldern spielt die Mediennutzung keine Rolle. Selbst der Beitrag zur „Aggression bei Kindern“ kommt ohne Erwähnung des Medienkonsums aus. „Die Aggressivität der Kinder und das Profil der kindlichen Emotionen und Kompetenzen hängt zu einem signifikanten Anteil vom Geschlecht und der Altersstufe ab, aber nicht besonders stark von den üblicherweise untersuchten Merkmalen der gesellschaftlichen Umwelt. [...] Der Aggressivitätsindex für die 5- bis 6-jährigen Kinder korreliert nur relativ schwach mit einigen Faktoren der sozialen Umwelt, etwa mit der Tatsache, in kinderreichen Familien oder Stieffamilien aufzuwachsen. [...] Als weiteren Risikofaktor für erhöhte Aggressivität (aber ebenso für Hyperkinetik und Internalisierung) bei Kindern hat auch diese Studie signifikante Zusammenhänge mit dem Rauchen der Mutter während der Schwangerschaft aufgewiesen“ (Klaus Wahl, S. 152 f.; Band 1). Problematische persönliche Entwicklungen, die sich schon bei den 5- bis 6-Jährigen abzeichnen, sollen in den nächsten Wellen der Befragung verfolgt werden, um eventuelle Präventionsmöglichkeiten zu entdecken.

Im Großen und Ganzen scheint die Mehrzahl der Jungen und Mädchen aber mit sich selbst

und ihrem Leben sehr zufrieden zu sein, und diese positive Selbstwahrnehmung, die durch die Eltern bestätigt wird, ist eine gute Ausgangslage für ihre weitere Entwicklung. Für das kindliche Wohlbefinden spielt es offenbar auch keine entscheidende Rolle, ob die Kinder in Kernfamilien oder bei Alleinerziehenden aufwachsen, ob sie Geschwister haben, welche Position in der Geschwisterreihe sie einnehmen, ob sie nach der Schule in den Hort gehen, ob sie in der Stadt leben oder auf dem Land, ob im Osten oder im Westen Deutschlands.

Bei dem komplexen Thema „Migrationshintergrund“ (s. a. Tanja Betz, S. 257–284; Band 2) wird auf die noch nicht vorliegende Auswertung der Daten aus der Migrantenzusatzstichprobe verwiesen, der Befragung von türkischen und russischen Haushalten.

Das DJI-Kinderpanel ist ein Muss für alle, die mit der Phase Kindheit wissenschaftlich befasst sind. Ansonsten sind die Bücher jenen zu empfehlen, die viel über Kindheit, aber ausnahmsweise einmal nichts über Medien erfahren möchten. Und wer wenig Zeit zum Lesen hat, könnte auch einfach noch abwarten, bis die Daten der zweiten und dritten Erhebungswelle ausgewertet sind, die viele interessante Fragen beantworten sollen.

Susanne Bergmann



Christian Alt (Hrsg.):
Kinderleben – Aufwachsen zwischen Familie, Freunden und Institutionen. Band 1: Aufwachsen in Familien.
Wiesbaden 2005: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
26,90 Euro, 304 Seiten

Christian Alt (Hrsg.):
Kinderleben – Aufwachsen zwischen Familie, Freunden und Institutionen. Band 2: Aufwachsen zwischen Freunden und Institutionen.
Wiesbaden 2005: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
29,90 Euro, 344 Seiten

Recht

Inhalt:

Rechtsprechung	92
VG Mainz, Beschluss vom 1. September 2005, – 4 L 515/05.MZ –	
Buchbesprechungen	
Günter Herrmann/Matthias Lausen:	
Rundfunkrecht.	94
Fernsehen und Hörfunk mit Neuen Medien	
Prof. Dr. Christoph Degenhart	
Mike Friedrichsen/Wolfgang Seufert (Hrsg.):	
Effiziente Medienregulierung. Marktdefizite oder Regulierungsdefizite?	96
Prof. Dr. Christoph Degenhart	
Jens Petersen:	
Medienrecht	98
Prof. Dr. Helmut Goerlich	
Anja Wichmann:	
Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter	99
Prof. Dr. Helmut Goerlich	
Holger Trenkelbach:	
Internetfreiheit. Die Europäische Menschenrechtskonvention als „Living Instrument“ vor neuen Herausforderungen?	100
Prof. Dr. Helmut Goerlich	

Rechtsprechung

VG Mainz, Beschluss vom 1. September 2005, – 4 L 515/05.MZ –

Die Ausstrahlung eines Wahlwerbespots einer Partei, der offensichtlich geeignet ist, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit unter Berücksichtigung der besonderen Wirkungsform des Verbreitungsmediums Fernsehen schwer zu gefährden, darf vom Intendanten einer Rundfunkanstalt abgelehnt werden.

Aus den Gründen:

Der Antrag der Antragstellerin, der dahin gehend auszulegen ist, die Antragsgegnerin im Wege einer einstweiligen Anordnung zu verpflichten, den ihr am 29. August 2005 übersandten Wahlwerbespot am Donnerstag, den 1. September 2005 um ca. 17.10 Uhr auszustrahlen, hat in der Sache keinen Erfolg, weil mit ihm eine grundsätzliche unzulässige Vorwegnahme der Hauptsache erstrebt wird. Dies wäre ausnahmsweise nur dann zulässig, wenn ein hoher Grad an Wahrscheinlichkeit für einen Erfolg in der Hauptsache spricht und die sonst zu erwartenden Nachteile für die Antragstellerin unzumutbar wären. Dies ist aber vorliegend nicht der Fall.

Die von der Antragstellerin in Gestalt einer Sicherungsanordnung (§ 123 Abs. 1 Satz 1 VwGO) begehrte einstweilige Anordnung kann nicht erlassen werden, denn die Antragstellerin hat keinen Anordnungsanspruch glaubhaft gemacht. Sie kann nicht die Ausstrahlung ihres Spots verlangen, denn nach der im vorliegenden Verfahren allein möglichen überschlägigen Prüfung der Sach- und Rechtslage erweist sich die Zurückweisung des Spots durch die Antragsgegnerin als offensichtlich rechtmäßig.

Die Einräumung von Sendezeiten für Parteien, die sich an den Wahlen zum Deutschen Bundestag beteiligen, ist in § 11 des ZDF-Staatsvertrags – ZDF-StV – (vom 31. August 1991 in der Fassung vom 1. April 2005) geregelt. Danach ist Parteien während ihrer Beteiligung an den Wahlen zum Deutschen Bun-

destag angemessene Sendezeit einzuräumen, wenn zumindest eine Landesliste für sie zugelassen wurde (§ 11 Abs. 1 Satz 1 ZDF-StV). Diese Anforderungen erfüllt die Antragstellerin, denn sie kandidiert zum Deutschen Bundestag und ist durch den Bundeswahlausschuss am 12. August 2005 zur vorgezogenen Bundestagswahl 2005 zugelassen worden. Die Ausstrahlung eines von einer Partei im Sinne von § 11 Abs. 1 Satz 1 ZDF-StV eingereichten Wahlwerbespots kann jedoch vom Intendanten abgelehnt werden, wenn es sich inhaltlich nicht um Wahlwerbung handelt oder der Inhalt offenkundig und schwerwiegend gegen die allgemeinen Gesetze verstößt (§ 11 Abs. 2 ZDF-StV). Diese Voraussetzungen sind hier gegeben. Dabei ergeben sich für die Kammer bereits ernsthafte Zweifel daran, ob es sich bei dem streitigen Spot inhaltlich um Wahlwerbung handelt. Der Spot, der sich an die „Maden der Welt“ richtet und sie auffordert: „Schaut auf dieses Land“, beschränkt sich in seinem Wortinhalt zunächst auf diesen Satz, der vom Kanzlerkandidaten der Anarchistischen Pogo-Partei Deutschlands herausgebrüllt wird. Daraufhin wird eine orgienartige Szenerie gezeigt, an der auch Jugendliche, Kinder und sogar kleinere Kinder teilnehmen. Dabei wird der übermäßige Konsum von Alkohol ebenso dargestellt wie eine Spritze im Arm eines der Darsteller, was auf den Betrachter wie Drogenkonsum wirkt. Darüber hinaus werden sexuelle Handlungen vorgenommen, insbesondere von einem Paar, dessen Köpfe mit Plastiktüten überzogen sind und dessen Oberkörper entkleidet sind. Eine Dose Hundefutter wird geöffnet, in ekelregender Weise von Menschen gegessen, z. T. auch von einem Hund gefressen und auf die Körper der teilnehmenden Personen, u. a. auch des sexuelle Handlungen vornehmenden Paares, verteilt. Weiter nimmt an dem Fressgelage auch eine Ratte teil. Zwei Jugendliche zerren streitend an einem rohen Stück Fleisch mit den bloßen Zähnen. Kleine Kinder irren völlig orientierungslos durch die enthemmte Menge und nehmen auch an Zerstörungsaktionen teil, wobei ein Kind mit einer Axt auf einen Gegenstand einschlägt, ein Jugendlicher auf einen verschlossenen, prall gefüllten Plastiksack einsticht, weitere Geräte z. T. mit den Füßen zertrampelt werden und sich mit Bierdosen gegenseitig auf die Köpfe eingeschlagen wird. Gegen Ende des Spots

werden eine Dose mit der runenartigen Aufschrift „Bundestagswahl 2005“ zerdrückt und zerknitterte, verschmutzte Wahlzettel, über die eine Spinne läuft, gezeigt und dann verbrannt. Nachdem der halb nackte Kanzlerkandidat ruft: „Balkanisierung – Rückverdummung – Nie wieder Arbeit – APPD wählen“, erscheint in der Schlusseinblendung groß über den gesamten Bildschirm „Ihre Stimme für den Müll“. Bei einer derartigen Darstellung hält es die Kammer für sehr zweifelhaft, ob es sich um Wahlwerbung handelt. Abgesehen davon, dass der Betrachter nicht erfährt, welche Partei hinter dem Kürzel APPD steht, wird dem Betrachter in keiner Weise klar, welche Ziele oder Inhalte hier vermittelt werden sollen und worum es in dem Spot überhaupt geht. Vielmehr wird das Bild von völlig enthemmten und berauschten Personen, die jenseits jeder sozialen gesellschaftlichen Norm in ekelregender Weise eine Orgie durchführen, gezeigt, dies zunächst ohne jeden Bezug zur Wahl. Der wird erst dann hergestellt, als eine Bierdose mit der runenartigen Aufschrift „Wahl 2005“ zerdrückt wird und zerknüllte, verschmutzte Wahlzettel ins Bild kommen, die daraufhin verbrannt werden. Der Ausruf des Kanzlerkandidaten zum Schluss „Wählt APPD“ wird durch die Endeinblendung „Eure Stimme für den Müll“ wieder aufgehoben. Der unbefangene Betrachter muss den Eindruck erhalten, seine Stimme sei für den Müll.

Jedenfalls verstößt der Spot der Antragstellerin aber auch offenkundig und schwerwiegend gegen die Menschenwürde und gegen § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 des Jugendmedienschutzstaatsvertrags (JMStV). Die Menschenwürde verbietet es, den Menschen zum bloßen Objekt herabzuwürdigen oder ihn einer Behandlung auszusetzen, die seine Subjektqualität prinzipiell in Frage stellt. Gerade dies erfolgt aber insbesondere bei der degradierenden Darstellung des sich umarmenden Paares, dessen Köpfe mit Plastiktüten überzogen sind und das mit Hundefutter beschmiert wird. Nach § 4 Abs. 2 Nr. 3 JMStV sind Werbespots unzulässig, wenn sie offensichtlich geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit unter Berücksichtigung der besonderen Wirkungsform des

Verbreitungsmediums schwer zu gefährden. Die Kammer hält – mit der Antragsgegnerin – die hier gezeigte Darstellung eines elementar sozialwidrigen Verhaltens für geeignet, eine sozial-ethische Desorientierung bei Kindern und Jugendlichen hervorzurufen und damit ihre Entwicklung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit schwer zu gefährden. Gegenstand des Spots ist die Darstellung eines pervertierten Menschenbildes, in dem die dort gezeigten Erwachsenen und Jugendlichen enthemmt, berauscht und von Zerstörungswut getrieben eine Orgie feiern, an der völlig verstört wirkende Kinder, die z. T. an einem Mercedes-Stern lutschend dargestellt werden, z. T. selbst mit der Axt auf Gegenstände einschlagend gezeigt werden. Solche Darstellungen können zur sozial-ethischen Desorientierung von Kindern und Jugendlichen auch gerade deshalb führen, weil Kinder mitwirken und entgegen dem Vortrag der Antragstellerin zumindest suggeriert wird, die Kinder befänden sich inmitten des Geschehens. Bei dem Spot werden neben exzessivem Alkohol- und Drogenkonsum auch sexuelle Handlungen von jeder Individualität beraubter Menschen gezeigt, wobei, wie die Antragstellerin selbst einräumt, die Sexualität zur ausschließlich triebhaften Lustbefriedigung pervertiert. Diese Darstellung erfolgt gänzlich ohne irgendeine Distanzierung der Partei von diesen gezeigten Praktiken. Eine Auseinandersetzung in kritischer Form wird nicht durchgeführt, so dass die von der Antragstellerin vorgetragenen Intentionen sich dem Betrachter nicht erschließen. Der durchschnittliche Zuschauer vermag keine Rückschlüsse darauf zu ziehen, dass die Antragstellerin diese gezeigten Zustände anprangert, sich als Interessenvertreterin der untersten sozialen Schichten der Gesellschaft versteht und durch markige Parolen und drastische Ausdrucksweisen versucht, ihre kompromisslose Haltung zu verdeutlichen sowie das Selbstbewusstsein derjenigen zu stärken, die am Rande oder bereits außerhalb der Gesellschaft stehen. Vielmehr wird der Eindruck vermittelt, dass sie und gerade auch der im Bild gezeigte halb nackte Kanzlerkandidat der Antragstellerin die Orgie einschließlich aller gezeigten Exzesse genießen und gutheißen. Eine Distanzierung ist nicht im Ansatz zu erkennen. Die gewählte Darstellungsform einer anarchistischen Or-

gie, in der Gewalt, entwürdigende Sexualität, Alkohol und Drogenmissbrauch gutgeheißen werden, verstößt damit und offenbar schwerwiegend gegen § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 JMStV und die Menschenwürde, so dass der Hauptantrag abzulehnen war. Ebenso war auch der Hilfsantrag, die Antragsgegnerin anzuweisen, den Wahlwerbespot der Antragstellerin rechtzeitig vor dem Termin der Bundestagswahl am 18. September 2005 im Abendprogramm auszustrahlen, abzulehnen. Zum einen verstößt der Spot, wie oben dargestellt, gegen die Menschenwürde, zum anderen sieht der Jugendmedienschutzstaatsvertrag (JMStV) in § 5 Abs. 4 vor, dass, soweit entwicklungsbeeinträchtigende Wirkungen auf Kinder oder Jugendliche anzunehmen sind, ein Angebot nur zwischen 23.00 und 06.00 Uhr verbreitet werden darf (§ 5 Abs. 4 JMStV).

Anm. d. Red.:

Die gegen den vorstehenden Beschluss gerichtete Beschwerde der Antragstellerin wies das OVG Rheinland-Pfalz durch Beschluss vom 07.09.2005 zurück. Gegen beide Beschlüsse erhob die Antragstellerin Verfassungsbeschwerden. Zugleich stellte sie beim BVerfG einen Haupt- und einen Hilfsantrag auf Erlass einer einstweiligen Anordnung, mit der das ZDF verpflichtet werden sollte, den Wahlwerbespot am 12.09.2005 oder rechtzeitig vor der Bundestagswahl auszustrahlen. Diese Anträge wies das BVerfG durch Beschluss vom 12.09.2005 zurück. Über die Verfassungsbeschwerden ist noch nicht entschieden.

Buchbesprechungen



**Günter Herrmann/
Matthias Lausen:**
*Rundfunkrecht. Fernsehen
und Hörfunk mit Neuen
Medien.* München 2004:
Verlag C. H. Beck.
48,00 Euro, 478 Seiten

Mit seinem Lehrbuch zum Rundfunkrecht hatte Herrmann im Jahr 1994 erstmals eine umfassende, systematische Darstellung des Fernsehens und des Hörfunks, einschließlich der sogenannten neuen Medien im Recht der Bundesrepublik vorgelegt. Zehn Jahre später liegt nun die lang erwartete Neuauflage des Werks vor. Für die Aktualisierung zeichnet, so Herrmann, vor allem Matthias Lausen, Geschäftsführer des um das Medienrecht so außerordentlich verdienten Münchner Instituts für Urheber- und Medienrecht, verantwortlich.

Die Grundstruktur des Werks wurde beibehalten. Sein erstes Kapitel (§§ 2 – 4) ist einer Bestandsaufnahme gewidmet: des Sachverhalts „Rundfunk“, der maßgeblichen Rechtsquellen und auch der historischen Entwicklung des Rundfunkrechts. Gerade auch dieser gleichsam „rechtshistorische“ Rückblick erscheint in einer Darstellung des Rundfunkrechts für dessen Verständnis sinnvoll. Denn diese dynamische, entwicklungs offene Materie ist stark durch Tradition und Herkommen geprägt. Die Ausgestaltung der dualen Rundfunkordnung, die bundesverfassungsgerichtliche Bestands- und Entwick-

lungsgarantie, dies und weitere Eigentümlichkeiten der Rundfunkordnung und des Rundfunkrechts erschließen sich dem Verständnis erst vor dem Hintergrund der historischen Entwicklung in der Bundesrepublik, an deren Anfang eben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten standen. Sie erschließen sich im Blick auf die seinerzeitige, etwa im ersten Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts aus dem Jahr 1961 konstatierte Sondersituation des Rundfunks, die bis heute die Dogmatik des Rundfunkrechts bestimmt. Aus der Sondersituation, gekennzeichnet durch Frequenzknappheit und wirtschaftliche Zugangshürden, wurde ein Grundversorgungsauftrag entwickelt, dieser zu einem Funktionsauftrag umgeformt und hieraus ein Prinzip der strukturellen Diversifikation abgeleitet. Und wenn es ursprünglich die rundfunkspezifische Knappheitssituation, bezogen auf wirtschaftliche wie technische Grundlagen war, die die Sonderstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks begründete, so ist es nunmehr gerade eine Überfülle an Informationen in der digitalen Welt, aus der der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen besonderen Glaubwürdigkeitsanspruch, eine besondere Leitbildfunktion ableitet. All diese Entwicklungen, die der Autor *Herrmann* in verschiedenen Funktionen begleitet hat, werden kenntnisreich dargestellt. Allerdings: Die große Linie scheint mir ein wenig zu fehlen, von der Intensität der medienpolitischen wie medienrechtlichen Auseinandersetzungen, der zeitweisen Verbitterung, mit der die unterschiedlichen Positionen aufeinander stießen, kommt nur wenig beim Leser an. Die einschlägigen Grundsatzentscheidungen des Bundesverfassungsgerichts, dankenswerterweise auch des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs werden ausführlich wiedergegeben, die Analyse bleibt zurückhaltend. Hierin liegt auch eine Stärke des Werks. Es bleibt in Distanz zu den unterschiedlichen Grundpositionen gerade des Rundfunkrechts, bleibt frei von einem einseitigen Vorverständnis, wie es etwa weitgehend dem deutlich stärker interessengebunden wirkenden, im gleichen Verlag erschienenen, von *Hahn* und *Vesting* herausgegebenen Kommentar zum Rundfunkstaatsvertrag zugrunde liegt. So wird etwa die Rundfunkqualität von Onlinediensten im Internet, wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sie beanspruchen, zu Recht verneint.

Etwas unbefriedigend bleibt das zweite Kapitel zu den verfassungsrechtlichen Grundlagen und dem europarechtlichen Rahmen des Rundfunkrechts (§§ 5 – 8). Die Darstellung des Art. 5 GG bleibt kursorisch und scheint mir auch nicht in allem auf dem neuesten Stand zu sein. Die Anmerkungen zum Demokratiegebot und zum Sozialstaatsprinzip ermöglichen keine fundierten Aussagen. Die Annahme einer sozialstaatlich fundierten Grundversorgung am Rundfunk (§ 6 Rn. 9 ff.) würde man eher im rechtsgeschichtlichen Abschnitt vermuten. Im Abschnitt zum Standort des Rundfunks in der Verfassung (§ 7) wird daher grundsätzliche „Rundfunkunternehmerfreiheit“ im Grundsatz bejaht (§ 7 Rn. 39 f.) Hier scheint mir nun die Darstellung nicht wesentlich über die Voraufgabe hinauszukommen, wenn die *Verfasser* darauf hinweisen, dass das Bundesverfassungsgericht die Frage in der Nordrhein-Westfalen-Entscheidung offen gelassen hat, ohne dass aber auf die seitherige Entwicklung der Rechtsprechung an dieser Stelle eingegangen wurde. Sie wird in Teilen des Schrifttums im Sinn einer tendenziellen Versubjektivierung des Grundrechts der Rundfunkfreiheit gedeutet. Auch hier scheinen eher die großen Entwicklungslinien etwas unter der Fülle der Details zu verschwinden, wenn auch im Resümee der Begriff der Funktionsgarantie, der öffentlichen Aufgabe und die Frage einer institutionellen Garantie durchaus differenziert bewertet werden. Wiederum nicht auf aktuellem Stand erscheint mir die Darstellung der gemeinschaftsrechtlichen Grundlagen in § 8 IV, wo etwa auf die Diskussion um die Beihilfequalität der Rundfunkgebühren nicht eingegangen wird.

Das zentrale und umfangreiche dritte Kapitel (§§ 9 – 21) steht unter der Überschrift „Rundfunkunternehmen“. Eingehender befassen sich *Herrmann/Lausen* mit den gesetzlichen Aufgaben der Rundfunkanstalten (§ 10), ohne freilich hier auf die aktuellen Auseinandersetzungen um Onlineangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks näher einzugehen (obschon im einleitenden Schrifttumsverzeichnis der Rezensent sich mit dreien seiner diesbezüglichen Publikationen erwähnt sieht). Im Abschnitt über die wirtschaftlichen Grundlagen der Rundfunkanstalten (§ 13) hätte man sich zumindest eine kri-

tische Anmerkung zu der Frage gewünscht, inwieweit die dort genannten Grundsätze unverändert Geltung beanspruchen und den Parlamenten tatsächlich keine Entscheidungsfreiheit verbleiben soll. Dass Schleichwerbung unzulässig ist, wird unmissverständlich klar gestellt: „Für dieses werbende Plazieren eines Produktes Geld zu nehmen – unmittelbar oder mittelbar [...] –, wäre vollends des Teufels. Zusatz: *nobile officium* des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist es, auch nur den Anschein eines Product-Placement zu vermeiden“. Es bleibt nur zu hoffen, dass dieses Wort des ehemaligen Intendanten *Herrmann* den Weg auf die Schreibtische seiner Kollegen findet – denen ja über Jahre sehr viel mehr als nur der Anschein eines Product-Placement entgangen zu sein scheint.

Der Unterabschnitt über die privaten Rundfunkunternehmen befasst sich näher mit den Landesmedienanstalten, denen die *Verfasser* (§ 17 Rn. 44) Grundrechtsfähigkeit in Bezug auf Art. 5 GG zusprechen wollen, hierfür freilich nur die Rechtsprechung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofs als Beleg heranziehend, die wegen der verfassungsrechtlichen Sondersituation in Bayern nicht verallgemeinerungsfähig ist. Nicht erwähnt wird die gegenteilige Position etwa des Sächsischen Verfassungsgerichtshofs. Was die Rechtsposition privater Veranstalter in der Frage eines Anspruchs auf Zulassung betrifft, so hätte man sich einen Hinweis auf den vom Bundesverfassungsgericht in dieser Frage entwickelten Grundrechtsbeachtungsanspruch der Bewerber gewünscht. Zur Frage von Kooperationen von Medienunternehmen halten *Herrmann/Lausen* an einem Verfassungsgebot der „publizistischen Gewaltenteilung“ fest (§ 7 Rn. 108 f., § 21 Rn. 6 f.), eine Position, die in dieser Rigidität anderweitig wohl nicht mehr vertreten wird.

Das an den zentralen Abschnitt über die Rundfunkunternehmen anschließende, gleichermaßen umfangreiche vierte Kapitel des Lehrbuchs steht unter der Überschrift „Rundfunkprogramm“. Hervorzuheben ist hier u. a. die eingehende und präzise Darstellung der rechtlichen Grundlagen der journalistischen Arbeit, etwa im Bereich der Informationsbeschaffung, der Zugangsansprüche gegenüber Behörden wie gegenüber Privaten, der Ver-

wendung rechtswidrig erlangter Informationen, der journalistischen Sorgfaltspflicht. Das Vielfaltsgebot für private Programme wird zu Recht kritisch gesehen (§ 23 Rn. 21). Grundsätze wie die der Trennung von Werbung und Programm und das Verbot der Schleichwerbung werden zu Recht betont. Allerdings gelangt die Darstellung aktueller Gefährdungen über Schleichwerbung und Sponsoring nicht hinaus. Die Schranken der Programmfreiheit, wie sie wohl in Vorschriften des bürgerlichen Rechts als allgemeine Gesetze begründet sind, werden ebenso klar und übersichtlich dargestellt wie strafrechtliche und urheberrechtliche Bindungen.

Das fünfte Kapitel zum Telekommunikationsrecht verschafft dem Leser Zugang zu Fragen etwa der Frequenzplanung und des Betriebs von Sendeanlagen. Das abschließende sechste Kapitel des Buchs widmet sich einem Rechtssubjekt, in dessen Interesse alle am Rundfunk Beteiligten zu handeln vorgeben, das aber im Rundfunkrecht häufig nur eine Randexistenz führt: dem Rundfunkteilnehmer. Auch das Interesse der *Verfasser* am Rundfunkteilnehmer ist freilich begrenzt: Er wird in erster Linie als Gebührenschuldner wahrgenommen.

Fazit: Auch in der Neuauflage ist das Werk von *Herrmann*, nunmehr von *Herrmann/Lausen*, ein verlässlicher Wegweiser durch die Komplexität des Rundfunkrechts. Ein besonderes Verdienst liegt nicht zuletzt darin, dass die Darstellung dem Rundfunkrecht als einer Querschnittsmaterie mit seinen verfassungsrechtlichen, verwaltungsrechtlichen wie auch zivilrechtlichen Schichten gleichermaßen gerecht wird, nicht uneingeschränkt jedoch seinen europarechtlichen Bezügen. Die Darstellung ist klar und übersichtlich, dabei insgesamt ausgewogen und nicht einseitig interessengebunden. Die Querschnittsmaterie Rundfunkrecht in all ihren Schichten erschöpfend zu behandeln, würde den Rahmen eines Lehrbuchs sprengen; in jedem Fall aber erfolgt eine präzise Zusammenfassung zum aktuellen Problemstand, der dem Leser den vertieften Einstieg in die Materie ermöglicht. Nicht in allen Teilen des Werks scheint mir freilich die Aktualisierung mit gleicher Intensität vorangetrieben worden zu sein, was sich etwa in den meist sehr ausführlichen Schrift-

tumsnachweisen zeigt. Die großen Entwicklungslinien treten allerdings nicht immer mit der wünschenswerten Deutlichkeit hervor. Die grundsätzlichen verfassungsrechtlichen Konflikte, die in dieser Materie ausgetragen wurden, wie hier zugrundeliegenden Interessenkonstellationen, teilen sich nur bedingt dem Leser mit.

Prof. Dr. Christoph Degenhart, Leipzig



**Mike Friedrichsen/
Wolfgang Seufert (Hrsg.):**
Effiziente Medienregulierung. Marktdefizite oder Regulierungsdefizite?
(Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, Band 4).
Baden-Baden 2004:
Nomos Verlagsgesellschaft.
38,00 Euro, 243 Seiten

Medienvielfalt ist das maßgebliche Ziel, ist die Leitlinie jeglicher Medienregulierung und deren entscheidender verfassungsrechtlicher Legitimationsgrund. Ob es Kriterien für eine ausreichende publizistische Vielfalt des Medienangebots gibt und inwiefern Medien- und Kulturgüter durch öffentliche Unternehmen effizient produziert werden können, dahin gehende Fragestellungen werden in dem hier anzuzeigenden Tagungsband behandelt. Er dokumentiert eine Auswahl der Vorträge der Tagung der Fachgruppe Medienökonomie in der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Berlin – einer Tagung, die wohl im Jahr 2003 stattgefunden haben dürfte, doch scheinen die *Herausgeber* des Bandes darauf zu vertrauen, dass die fragliche Tagung dem geneigten Leser ohnehin präsent ist (dem Rezensenten ist sie es, wie er einräumen muss, leider nicht).

Die Beiträge gliedern sich in zwei große Themenkreise. Ein erster Schwerpunkt betrifft die Beziehungen zwischen Unternehmenszielen und Zuschauerinteressen: Unternehmensstrategien und Rezipientenverhalten. Ein zweiter Schwerpunkt wird auf das Span-

nungsfeld „politische Interessen und publizistischer Auftrag“ gelegt. Aus beiden Blickrichtungen wird etwa der Zielwert der Vielfalt beleuchtet. *Johannes Ludwig* befasst sich mit Beziehungen zwischen Marktdefiziten, Regulierungsdefiziten und Vielfalt und sieht in einer vorwiegend kommerziell ausgerichteten Unternehmensphilosophie im Fernsehsektor mit seinen sehr hohen Marktzugangsschranken eine Kollusion, einen Gleichklang der Interessen angelegt, während ein eher auf öffentlichen Diskurs hin orientiertes Selbstverständnis mit geringerer Gewichtung rein kommerzieller Ziele eher zur Kollision, also zu Wettbewerb und damit konkret zu Vielfalt führen soll. Während man mit regulierenden Eingriffen auf der Ebene der medialen Inhalteproduktion nicht zuletzt aus verfassungsrechtlichen Gründen außerordentlich vorsichtig zu sein hat, bietet die Ebene der Distribution hier weiterführende Ansätze. Dabei wird das deutsche Distributionsnetz für die Presse, das auf dem Pressegrossosystem beruht, als vorbildlich funktionierend gewertet. Mit publizistischer Vielfalt im Spannungsfeld der Marktkräfte befasst sich auch *Valerie Feldmann*. *Der Kunde als König? Zum Beitrag der Unternehmensstrategie für die Vielfalt der Medieninhalte-Produktion* lautet ihr Beitrag. Unternehmensstrategien müssen sich hier, so *Feldmann*, am Stakeholderkonzept orientieren, Medienprodukte seien sowohl Wirtschafts- als auch Kulturgüter, und dieser duale Charakter bestimme das Handeln der Medienunternehmen. Sie handeln nicht nur als ökonomische Einheiten, sondern tragen auch in kulturelevanten und gesellschaftlichen Dimensionen Verantwortung. Eine reine Shareholdervalue-Orientierung wird keinen Binnenpluralismus und keine publizistische Vielfalt fördern, so die Referentin. Doch muss auch festgestellt werden, dass Binnenpluralität auch beim Einsatz unterschiedlicher Unternehmensstrategien nur bedingt erzeugt werden kann; eben hieraus folgt, so die entscheidende Schlussfolgerung, die Legitimationsgrundlage für bestimmte regulierende Maßnahmen im Medienmarkt. Dass also Regulierung und Medienmarkt zur Gewährleistung von Vielfalt erforderlich scheinen können, dies dürfte hier die wesentliche Aussage beider Beiträge sein.

Eher geringe Erwartungen an die Leistungsfähigkeit des Rezipientenmarkts zur Gewährleistung von Medienvielfalt belegt auch der Beitrag von *Insa Sjurts*: *Einfalt trotz Vielfalt in den Medienmärkten: Eine ökonomische Erklärung*. Kostenwettbewerb und Qualitätsreduktion führen, so *Sjurts*, zu einer Qualitätsspirale nach unten, die erst zum Stillstand komme, wenn die Nachfrage der Rezipienten zurückgeht und damit der Erfolg am Werbemarkt gefährdet wird (S. 80). Klassische Konzepte der Regulierung, denen etwa auch der Regulierungstyp staatlicher Rahmenbedingungen für eine Selbstregulierung zugeordnet wird, wie sie die Referentin in der FSF verwirklicht sieht, werden skeptisch beurteilt. Die genannten Effekte sind, so *Sjurts*, unabweisbar im Zwang zu ökonomischem Handeln begründet, so dass eine bei den Medienunternehmen ansetzende Regulierung von vornherein in ihrer Leistungsfähigkeit begrenzt sei. Die entscheidenden Anstöße müssten vom Rezipienten ausgehen, dessen Kompetenz daher zu fördern sei. Nur Medienkompetenz beim Rezipienten, so die Aussage der Referentin, führt zu Nachfrage nach Qualität und Vielfalt im Medienangebot und kann die Medienunternehmen veranlassen, ihr Angebot entsprechend auszurichten. Wer mit Medienregulierung befasst ist, sollte dies stets im Auge behalten.

Wie schon *Ludwig* in seinem Beitrag zu medialer Vielfalt setzt auch *Mike Friedrichsen* in seinem Referat *Marktdefizite in der digitalen Medienwelt – Der Wandel und die Folgen* maßgeblich auf der Distributionsebene an, sieht hier die produktive Markteffizienz stark gestiegen und erwartet aufgrund der Zunahme neuer Übertragungswege, die durch Konvergenzprozesse vorangetrieben werden, langfristig mehr Wettbewerb, zu Recht auch die Notwendigkeit des Wettbewerbs auf der Distributionsstufe betonend. Hier dürfte es wohl vor allem die Konkurrenz unterschiedlicher Übertragungswege sein, die die Vielfaltsgefahren vertikaler Verflechtung mindert (siehe dazu etwa die Leipziger Dissertation von *Bauer*, *Netz und Nutzung – Rechtspositionen vertikal integrierter Betreiber digitaler Breitbandkabelnetze*, 2004).

Ob publizistische Vielfalt langfristig auf dem Markt gesichert werden kann oder aber staat-

licher Regulierung bedarf, diese zentrale Fragestellung wurde in den genannten Beiträgen durchweg erkennbar. Ausdrücklich mit ihr befasst sich nunmehr *Jörn Kruse* in seinem Beitrag *Publizistische Vielfalt und Effizienz durch den Markt oder durch staatliche Regulierung*. Die entscheidende Ursache der wirtschaftlichen Konzentration im deutschen Fernsehen führt *Kruse* auf die nur partei- und regionalpolitisch zu erklärende Lizenzierungspraxis der Landesmedienbehörden zurück, sie habe nicht mehr mit marktimmanten Tendenzen zu tun (S. 121). In dieser Konzentration sieht *Kruse* wiederum die maßgebliche Ursache für immanente Vielfalt, soweit Vielfalt über rein konsumtive Vielfalt hinausgehe und sich auf meritorische Vielfalt erstreckt, also auf Medieneigenschaften, die über ihren Charakter als individuelles Konsumgut hinausgehen und ihre eigentlich publizistische Relevanz begründen, die ja auch verfassungsrechtlich, insbesondere in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts als Grund für die Notwendigkeit einer Sonderordnung im Rundfunk stets betont wurde. Programmliche und institutionelle Vielfalt wird als bestmögliche Gewähr für hohe publizistische Vielfalt auch in meritorischer Hinsicht gesehen. In diesem Zusammenhang wird nun die Frage nach der ordnungspolitischen Begründung der historisch bedingten besonderen Privilegien des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gestellt (S. 125 ff.), wobei von besonderem Interesse die Beobachtung eines gewandelten ökonomischen Charakters der Rundfunkgebühr ist. War sie zur Zeit des ARD-Monopols ein Preis für den Konsum eines TV-Programms, so hat sich der Charakter der Gebühr mit der gleichgewichtigen Etablierung privaten Fernsehens weitestgehend einer Steuer genähert, allein das Nonaffektationsprinzip als Merkmal der Steuer fehlt, da Rundfunkgebühren nicht in das allgemeine staatliche Budget eingehen. Diese ökonomische Bewertung erscheint mir nicht zuletzt von Interesse in der aktuellen Diskussion um den Beihilfecharakter der Rundfunkgebühr. Der Forderung, sie gegenüber den Veränderungen im Zeitablauf von politischen Entscheidungen so unabhängig wie möglich zu machen, etwa über eine Indexierung, dürften die Rundfunkanstalten näher treten können, der Forderung, die Gebühr der einzelnen Rundfunkanstalten längerfristig

auch von einschlägigen Beurteilungen der Programmqualität und der Funktionserfüllung abhängig zu machen, vielleicht nicht in gleicher Weise. Die Reformoption einer Privatisierung des ZDF vermag mich wiederum nicht zu überzeugen.

Auch *Petra Radke* und *Friedrich Then Bergh* widmen sich den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Ihre Einschätzung der Effizienz der Medienregulierung im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wie sie durch die Aufsichtsorgane der Anstalten vermittelt wird, überzeugt durchaus. Bei der Zusammensetzung des Rundfunkrates, so die Referenten, könne die Durchsetzung von politischen Partikularinteressen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch das kodifizierte Kontrollsystem nicht effektiv verhindert werden, die Maximierung der meritorischen Wohlfahrtsfunktion bei der Ausgestaltung des Programmauftrags werde nicht hinreichend berücksichtigt. Spannungsvoll konträr sind die Positionen von *Manfred Knoche* in seinem Beitrag *Konkurrenz, Konzentration und Regulierung in der Medienindustrie*, der die Förderung staatlicher, öffentlich-rechtlicher und nicht kommerzieller Institutionen durch Regulierung fordert, und von *Henning Never* in seinem Beitrag *Vielfalt per Dekret – Zur Zielkonformität der positiven Rundfunkordnung aus wettbewerbstheoretischer Sicht*. *Never*, der sich mit der Thematik auch in seiner Monographie zu *Meinungsfreiheit, Wettbewerb und Marktversagen im Rundfunk* (Band 1 der Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement, 2002) eingehend befasst hat, stellt die Prämissen der Rundfunkrechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, nach der Medienregulierung die Vielfalt gewährleisten müsste, grundsätzlich in Frage. Er plädiert für eine Rückführung der Rundfunkregulierung in das allgemeine Wirtschaftsrecht, da, so *Never*, das Instrumentarium des GWB durchaus ausreichend sei, um Meinungsvielfalt als Ausfluss ökonomischen Wettbewerbs zu ermöglichen. Die Forderung etwa von *Bullinger* nach Offenheitspflege statt Ausgewogenheitspflege wird hier überzeugend aus wirtschaftswissenschaftlicher, insbesondere wettbewerbstheoretischer Sicht untermauert. Schließlich wird das Konzept der Selbstregulierung in einem Beitrag von *Patrick Donges* kritisch hinterfragt. Sie könn-

te als regulierte Selbstregulierung in bestimmten Fällen ein angemessenes und tragfähiges Regulierungskonzept sein, sei aber nicht zwangsläufig „effizienter, flexibler, stärker motivierend und billiger“, wie dies eine Untersuchung der Bertelsmann Stiftung suggeriere (S. 225).

Die in dem Tagungsband veröffentlichten Referate – leider fehlt ein zusammenfassender Diskussionsbericht – leisten einen außerordentlich informativen Beitrag zu der stets aktuellen Diskussion um Legitimation, Notwendigkeit und Grenzen medienbezogener Regulierung. Wer immer sich mit diesbezüglichen Fragen – sei es aus wirtschafts- oder kommunikationswissenschaftlicher, sei es aus rechtswissenschaftlicher Sicht – zu befassen hat, wird hieraus vielfältige Anregungen erhalten. Gerade auch die medienrechtliche Beurteilung, die sich mitunter durch eine gewisse Souveränität gegenüber den tatsächlichen, wirtschaftlichen Gegebenheiten ihres Gegenstands auszeichnet, sollte sich gelegentlich einer interdisziplinären Betrachtung öffnen, wie sie der vorliegende, freilich nicht immer ganz einfach zu lesende Tagungsband ermöglicht.

Prof. Dr. Christoph Degenhart, Leipzig

Fußnoten:

- 1 So zitiert es das inzwischen in der dritten Auflage (2003) bei derselben Verlagsgruppe erschienene Lehrbuch von *A. Hesse* zum Rundfunkrecht mit der 1. Aufl. Daneben wird die zweite Auflage (2004) von *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht, bei demselben Verlag wie das Kurz-Lehrbuch erschienen, nicht wahrgenommen. Auch das des Öfteren ohne Auflage zitierte Lehrbuch von *F. Fechner* – Medienrecht, 5. Aufl. 2004 – und der von *Hahn/Vesting* herausgegebene Kommentar zum Rundfunkrecht (1. Aufl. 2003) bleiben in der vorab mitgeteilten Übersicht zu medienrechtlichen Lehrbüchern ungenannt.

Juristische Kurz-Lehrbücher

Jens Petersen

Medienrecht

2. Auflage

Verlag C.H. Beck

Jens Petersen:
Medienrecht (Juristische Kurz-Lehrbücher). München 2005: Verlag C.H. Beck. 19,50 Euro, 311 Seiten

Das im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht sehr orientierte und in kleinem Format präsentierte Lehrbuch¹ kann die Herkunft seines *Autors* aus dem Privatrecht nicht verleugnen. Es hat zwar seine Schwächen im Satz überwunden,² ist aber weiterhin im Vergleich zu anderen Lehrbüchern zu einseitig qualifiziert. Die Bereiche privatrechtlicher Prägung sind indes sehr gut gelungen.

Insgesamt gliedert sich das Buch in fünf Hauptteile: Die Grundlagen umfassen zunächst die Ordnung des Gebiets mit einem Blick auf den Begriff des Mediums und der Medien, ihre Vielfalt, die einschlägigen Rechtsquellen, die Konvergenz der Medien und ihres Rechts, die Perspektive des Buchs und den Gedanken der Systematisierung. Dann findet man die verfassungsrechtlichen Grundlagen angesprochen, einschließlich solcher Kategorien wie der Tendenzfreiheit und des Binnenpluralismus sowie der Grundversorgung. Auch Kunstfreiheit, Medienfreiheit und Menschenwürde kommen zur Sprache. Dann folgt der zweite Teil zum „Bürgerlichen Medienrecht“. Er befasst sich mit dem Recht am eigenen Bild, dem allgemeinen Persön-

lichkeitsrecht, Unterlassungsansprüchen im Sinne eines negatorischen Ehren- und Persönlichkeitsschutzes, dann mit Medienrecht und Bereicherungsrecht und schließlich mit dem Gegendarstellungsanspruch. Der dritte Teil umfasst das Medienwirtschaftsrecht, darunter Wettbewerbs-, Kartell-, Urheber-, Film- und Markenrecht. Inhalt des vierten Teils, der das öffentliche Medienrecht behandelt, sind Kompetenzen und Zuständigkeiten, das Telekommunikationsrecht, Werbung und Sponsoring nach dem Rundfunkstaatsvertrag und der Jugendmedienschutz. Der letzte Teil ist dem Medienstrafrecht gewidmet, hier zunächst den medienrelevanten Tatbeständen des Strafgesetzbuchs, dann den Fragen der Verantwortlichkeit im Internet, dem Urheberstrafrecht und am Ende schließlich der Medienöffentlichkeit im Strafprozess.

Die einzelnen Abschnitte sind unterschiedlich gut gelungen. Viel zu kurz ist etwa der Abschnitt über die neuen Strukturen des Jugendschutzes.³ Ähnliches gilt – wie schon angedeutet – für den Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks überhaupt. Das kleine Werk bedarf also noch weiterer Auflagen, um wirklich zu reifen. Für diesen Weg ist ihm nur Gutes zu wünschen. Jetzt sollte man es außerhalb herkömmlich privatrechtlicher Materien – aber eigentlich auch dort – nicht allein konsultieren, sondern zu Neuauflagen weiterer Lehrbücher oder auch der Kommentare greifen. Dies ändert nichts an dem positiven Urteil über die Darstellung jener Materien, die konzis, sehr informativ und wissenschaftlich kritisch gehalten sind.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

2

Dazu die Rezension der 1. Auflage von H. Goerlich, *tv diskurs*, Ausgabe 26 (Oktober 2003), S. 100

3

Dazu H. Schumann, Jugendschutzgesetz und Jugendmedienschutzvertrag – alte und neue Fragen des Jugendmedienschutzrechts, in: *tv diskurs*, Ausgabe 25 (Juli 2003), S. 97; *ders.*, Indexbetroffene Angebote im Rundfunk und in Telemedien: Eine Zensur findet statt, in: *ZUM* 2004, 697; auch H. Rossen-Stadtfeld, Die Konzeption Regulierter Selbstregulation und ihre Ausprägung im Jugendmedienschutz, in: *AfP* 2004, 1.



Anja Wichmann:

Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter (Schriften zu Kommunikationsfragen, Band 38). Berlin 2004: Verlag Duncker & Humblot. 74,00 Euro, 347 Seiten

Die Rostocker Dissertation, entstanden unter der Schirmherrschaft von *Hubertus Gersdorf*, stellt in vielsagender Weise einen Satz von Johann Wolfgang von Goethe als Motto voran: „Es werden jetzt Produktionen möglich, die Null sind, ohne schlecht zu sein: Null, weil sie keinen Gehalt haben, nicht schlecht, weil eine allgemeine Form guter Muster den Verfassern vorschwebt.“

Die Breitbandkabelnetze sind in Deutschland das wichtigste Übertragungsmedium für die Verbreitung von Rundfunk. Weder der Satellit noch die terrestrische Verbreitung erreichen so viele Teilnehmer wie dieses Medium. Auch weitere Übertragungstechniken reichen daran technisch und/oder wirtschaftlich in der Versorgungsqualität noch nicht heran, also etwa Wireless Local Loop, Powerline Communication (PLC) oder Universal Mobile Telecommunications System (UMTS) und Digital Subscriber Lines (DSL). Im Lichte des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG hat der Gesetzgeber sicherzustellen, dass das Schicksal des Kabelrundfunks nicht dem Belieben der Betreiber digitalisierter Netze offen steht. Vielmehr müssen – wie dies in der offenbar maßgebli-

chen Sprache heißt, an die sich die Arbeit hält – Full Service Networks gegeben sein. Es ist also rundfunkverfassungsrechtlich sicherzustellen, dass sie die gebotene Vielfalt an Fernsehprogrammen bieten. Dabei sind die Anforderungen des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG leitend, was den mit „Grundrechtliche Maßstäbe“ überschriebenen zweiten Abschnitt B der Arbeit – nach einer Einführung zum Gang der Untersuchung als Abschnitt A – ausmacht. Abschnitt C: „Die Frequenzverwaltung“ wirft darauf das Kompetenzproblem auf und beantwortet somit die Frage, ob der Bund und die Länder oder – wie die *Verf.* meint – richtigerweise allein die Länder zur Regelung berufen sind. Abschnitt D: „Der Zugang zu digitalisierten Breitbandkabelnetzen“ befasst sich dann mit den konkreten, einfachrechtlichen Instrumenten der Gewährleistung von Vielfalt im Kabel, während Abschnitt E: „Die Vermarktung von Programminhalten“ sich mit weiteren Vorkehrungen gegen unzulässige Bündelungen von Angeboten beschäftigt. Es schließen sich die weiteren Abschnitte, nämlich F: „Die Entgeltregelungen der Verbreitung und Vermarktung“, G: „Zugangsberechtigungssysteme und Navigatoren“, H: „Die Abstimmung der Institutionen“ und J: „Zusammenfassung in Thesen“ an.

Abgeschlossen wird die Arbeit nach sehr eingehenden Thesen nicht nur durch ein umfassendes Literaturverzeichnis, sondern auch durch ein sehr ausführliches Sachregister, so dass man die Dinge auch rasch auffinden kann, wenn man die Zeit zum Lesen der gesamten Arbeit gerade nicht hat. Allerdings fehlt die Hilfe eines Abkürzungsverzeichnisses, was aber dadurch kompensiert wird, dass das Sachregister einige der wichtigen Abkürzungen enthält und an die entsprechende Stelle im Text führt, die dann die Abkürzung verständlich macht. Die zusammenfassenden Thesen sind sehr präzise und schlicht formuliert. Überhaupt ist die ganze Untersuchung gedanklich wie auch in der Darstellung der technischen Gegebenheiten außerordentlich klar gefasst; letzteres offenbar dank sachkundiger Beratung, wie das Vorwort erkennen lässt. Daher erübrigt es sich, sie hier zu wiederholen oder eine eigene Variante der Gesamtübersicht über die Arbeit – verbunden mit kritischen Fußangeln – zu erstellen.

Besonders anschaulich wird durch die erfreuliche Darstellungsweise die Fülle der Instrumente einer Vielfaltsicherung im Breitbandkabel und seinem Umfeld. Dies ist exemplarisch für eine Fülle von Rechtsgebieten, in denen die aus unterschiedlichen Gründen zwingend gebotene oder rechtspolitisch eingeforderte Distanz einer Regie außerhalb der Staatsverwaltung und einer mittelbaren Regelung und Rechtskontrolle zu folgendem Erfordernis führt: dass nämlich nicht nur Verbote und Erlaubnisse mit Verbotsvorbehalt, sondern auch Zugangsrechte und andere Kontrahierungsmechanismen vorzusehen sind. In diese Reihe gehören auch unterschiedliche Instrumente der Vertragsgestaltung sowie Überwachungs- und Sanktionsmechanismen für den Fall, dass Eingriffe durch die Verletzung von Rechtsvorschriften oder Verträgen drohen oder schon erfolgt sind. Hinzu kommt eine vielfache Verzahnung und gelegentlich eine Überlappung verschiedener Regelungen, die mit Hilfe einer angemessenen Interpretation zu erschließen und in eine tragfähige gegenseitige Zuordnung zu bringen sind. Damit ist angedeutet, in welchem Maße dieses Gebiet gehobene Fertigkeit und Übersicht wie auch praktisches Verständnis erfordert. Diese strukturellen Aspekte machen das Gebiet interessanter als die jeweilige Regelung unter den gegenwärtigen technischen Bedingungen, die sich alsbald wieder ändern mögen. Denn auf diese Instrumente, ihr Verständnis und ihre sachgerechte Anwendung kommt es dabei an.

Nach allem handelt es sich insgesamt um eine lehrreiche, unpräzise, übersichtliche und außerordentlich verständliche Untersuchung, der man Erfolg wünscht – ebenso wie der Autorin, die sie verantwortet und auf den Markt gebracht hat.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig



Holger Trenkelbach:
Internettefreiheit. Die Europäische Menschenrechtskonvention als „Living Instrument“ vor neuen Herausforderungen?
Berlin 2005: Logos Verlag.
40,50 Euro, 270 Seiten

Die mehr oder weniger im Dissertationsdruck verlegte Mannheimer Dissertation ist aus intensiven Studien in der Bibliothek des Heidelberger Max-Planck-Instituts für Ausländisches Öffentliches Recht und Völkerrecht hervorgegangen. Sie setzt sich mit den Möglichkeiten des Schutzes der Internetkommunikation durch die Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten auseinander. Das Internet bietet bekanntlich vielfältige neue Kommunikationsmöglichkeiten, darunter eine fortschreitende Internationalisierung der Kommunikation. Das führt dazu, dass das Medium überstaatlich reglementiert wird. Dabei entstehen aufgrund neuartiger technischer Zugriffsmöglichkeiten zugleich neue Dimensionen der Bedrohung der betreffenden Kommunikationsfreiheiten. Das fordert die Entwicklung der Freiheitsgewährleistungen heraus, die bekanntlich nach einem anerkannten Diktum des Bundesverfassungsgerichts nach ihrer Geschichte und ihrem heutigen Inhalt in erster Linie individuelle Rechte sind, also Menschen- und Bürgerrechte, die den Schutz konkreter, besonders gefährdeter Bereiche menschlicher Freiheit zum Gegenstand ha-

ben (BVerfGE 50, 290, 337). Deshalb stellt sich auch hier die Frage nach einem entsprechenden Menschenrechtsschutz. Dabei sieht die Arbeit im grenzüberschreitenden Menschenrechtsschutz die Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten (EMRK) als beispielloses Erfolgsmodell, dem sich inzwischen weit mehr als 40 Staaten unterworfen haben. Daher macht die Arbeit zum Gegenstand, ob diese Konvention mit ihrem Art. 10 EMRK („freedom of expression“) die freie Kommunikation auch im Internet absichern kann. Dabei differenziert die Untersuchung nach dem Schutz einzelner Kommunikationsmittel des Internets, dem Schutz der Anonymität, der Vertraulichkeit, der Authentizität und Integrität der Internetkommunikation sowie zudem danach, ob Art. 10 EMRK ein Recht auf freien Zugang zum Internet gewährleistet.

Die Schrift stellt zunächst im ersten Kapitel die menschenrechtliche Relevanz des neuen Mediums vor. Dann stellt sie die technischen Möglichkeiten und Gefahrenpotentiale des Internets dar. Das geschieht, indem zunächst als Teil der technischen Grundlagen die Nutzungsmöglichkeiten und die Akteure zur Sprache kommen, also die Dienste und Nutzungsformen, dann die Anbieter und die Nutzer. Darauf findet sich ein Überblick zu den Gefahrenpotentialen, insbesondere zu den Möglichkeiten der Überwachung, der Zensur und der Manipulation der freien Kommunikation. Dem schließen sich wiederum die technischen Möglichkeiten des Schutzes vor Überwachung und Einschränkung der Internetkommunikation durch Dritte an, unterschieden nach allgemeinen Maßnahmen und solchen, die den E-Mail-Verkehr, das World Wide Web und das Usenet betreffen. Dann wird im dritten Kapitel der empirische Bezug zum normativen Rahmen des Art. 10 EMRK hergestellt. Darauf beschäftigt sich das vierte Kapitel mit der Frage, ob die Interpretation der EMRK flexibel genug reagieren kann, wenn es um die Erfassung neuer Phänomene geht. Es wird das, was die Arbeit ein Dilemma nennt, angesprochen. Nämlich der Konflikt zwischen staatlichen Souveränitätsinteressen einerseits und andererseits Erfordernissen einer dynamischen, den Schutz effektuierenden, mithin autonomen Auslegung der EMRK – wobei der Untertitel der Arbeit

das Ergebnis vorwegnimmt, denn sofern man die EMRK als ein „Living Instrument“ versteht, impliziert dies, dass die autonome, dynamische Auslegung die Oberhand haben muss. Dem ist in der Tat so. Daher folgt dann im fünften Kapitel und zweiten Teil der Arbeit eine normative Zuordnung der Schutzmöglichkeiten des Art. 10 EMRK zu den schutzbedürftigen Lebenssachverhalten der Internetkommunikation – und dies mit eigener Stellungnahme und einem Ergebnis, das auch mit den weiteren internationalen Menschenrechtspakten abgeglichen ist. Danach ist der Schutz der Kommunikationsfreiheiten durch Art. 10 EMRK auf die Internetnutzungen zu erstrecken; es stellt sich nur die weitere Frage, wie rasch und in welchen Fallkonstellationen dies durch das allein verbindliche Organ der EMRK als internationalem Instrument des Menschenrechtsschutzes, nämlich vom Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte in Straßburg, ausgesprochen wird. Dabei werden die entscheidenden Passagen der Textgeschichte des Art. 10 EMRK sowie weiterer internationaler Dokumente, die für dieses Ergebnis sprechen, in einer der maßgeblichen Vertragssprachen, nämlich der englischen Fassung, im Wortlaut zitiert, so dass Missverständlichkeiten nahezu völlig ausgeschlossen sind. Darauf werden die schutzbedürftigen Verhaltensweisen – also freier Zugang zum Internet, Anonymität, Vertraulichkeit und Gefahr der Manipulation –, die Latenz gezielter und anderer Eingriffe im Internet, die Beschränkungsmöglichkeiten der Kommunikation durch das Internet sowie die Schutzbedürftigkeit der privaten Internetkommunikation gegenüber anderen Privatpersonen und dabei die Frage aus Art. 10 EMRK resultierender staatlicher Schutzpflichten gegenüber einer privaten Intervention in Einzelheiten erörtert. Und in einem letzten, nicht zu knapp ausgefallenen Teil – dem sechsten Kapitel – finden sich die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst.

Insgesamt ist die Arbeit, die bei *Eibe Riedel* entstand, ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig und erfolgversprechend es des Öfteren ist, einem Doktoranden die Arbeitsmöglichkeiten für ein Thema zu eröffnen, das er und – auch in diesem Falle, wie die Danksagungen des Vorworts zeigen – sein Umkreis dann engagiert erschließen, durchdringen und zu

weitertragenden Ergebnissen führen. Die Untersuchung hätte eine bessere Plattform als die eines schlichten Dissertationsdrucks verdient.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Leipzig

Ins Netz gegangen:

Lesen und Schreiben – Internet hilf?!

Der Kampf „Gut gegen Böse“ könnte so einfach gewonnen werden, der Königsweg scheint gefunden: „Das Lesen verhindert kriminelle Karrieren“ titeln die *Nürnberger Nachrichten* (03.10.2005) unter Berufung auf den Kriminologen Christian Pfeiffer. So werden aus Deutschlehrern, die im schulischen Kontext nun nicht unbedingt in dem Ruf stehen, die aufregendsten Vertreter ihrer Zunft zu sein, plötzlich Hilfssheriffs oder Bewährungshelfer.

Doch während man den Autoren der Schlagzeile, deren ureigenste Aufgabe es nun einmal ist, den im Artikel folgenden Inhalt zuzuspitzen, ihre thematische Verkürzung noch verzeihen mag, so kann dies für die Gesamtproblematik und mögliche Zusammenhänge zwischen dem Konsum diverser (elektronischer) Medien und der möglichen direkten oder indirekten Beeinflussung von Verhaltensweisen nicht gelten: Immer kommt es u. a. auf den Inhalt an. Erhöhe man einen Teil der von der BPJM geführten Liste der indizierten Printmedien zum literarischen Kanon, würde es Kindern (und wohl auch einigen Erwachsenen) schlecht ergehen. Oder sollte man den – inzwischen wieder deindizierten – Roman *American Psycho* von Bret Easton Ellis anstelle von Johann Wolfgang von Goethes *Lehr- und Wanderjahren* in der Schule als neuzeitliches Beispiel für einen Entwicklungsroman verwenden?

Kein Zweifel aber, dass man das Lesen und damit den Umgang mit Printmedien als kulturelle Schlüsselqualifikation weiterhin fördern sollte, und zwar ohne Kompetenzgerangel mit anderen Medien. Schließlich zeigen neue Zahlen einer Langzeitstudie zur Massenkommunikation, dass die Reichweite

der Tageszeitung von 70 % im Jahr 1970 auf 51 % im Jahr 2005 gesunken ist¹. Dieser Abnahme stehen Reichweitezunahmen beim Fernsehen um 17 % auf 89 % und dem in der Umfrage für 2000 erstmals mit 10 % gemessenen Internet auf nun 28 % gegenüber; immer weniger Menschen lesen also Tageszeitungen, immer mehr verbringen ihre Zeit mit Bildschirmmedien. Natürlich muss man bei der Interpretation der Zahlen vorsichtig sein und etwa bei der Ermittlung von „Nutzungszeiten“ in Rechnung stellen, dass zwar das Fernsehen (und auch das Radio), nicht aber die Zeitung als ‚Nebenbeimedium‘ verwendet werden kann. Darüber hinaus wäre zu klären, wie viele von den 73 % der 14- bis 19-Jährigen, die täglich keine Zeitung lesen, die Onlineausgabe einer Tageszeitung oder eines vergleichbaren Nachrichtenangebots, etwa eines Fernsehsenders, besuchen.²

Bemerkenswert ist aber, dass das tägliche Lesen von Büchern von 22 Minuten/1980 nach einer Talsohle von 15 Minuten/1995 nun bei einem neuen Durchschnitts-Höchstwert von 25 Minuten/2005 liegt³. Ob dies auch an der Fernsehverfilmung von Thomas Manns Leben liegt, die neugierig auf seine Bücher machen könnte (für Erwachsene), oder an nachhaltiger Cross-Media-Promotion von Filmen und Büchern wie im Falle von *Harry Potter* (für Kinder)?⁴ Letztendlich ist es aber so, dass sich ohne Lesefähigkeit auch das Internet kaum sinnvoll nutzen lässt: „Lese- und Medienkompetenz müssen zusammengedacht werden – Lesekompetenz beinhaltet grundlegende kognitive Fähigkeiten, die für den Umgang mit allen Medien wichtig sind“⁵, heißt es richtig in einem Beitrag auf der Seite von



www.lesen-in-deutschland.de, einem Internetportal zur außerschulischen Leseförderung:

„Lesen in Deutschland, das gemeinsame Portal von Bund und Ländern, versteht sich als Vermittler und Förderer des Themas ‚Lesekultur‘. Das Angebot will Übersicht und Einblick verschaffen, Information bündeln und diese für interessierte Eltern und Großeltern, aber auch für Lehrer und Erzieherinnen, an ehrenamtlicher Arbeit Interessierte, für Bibliothekare und Experten aufbereiten.“

Das reichhaltige Angebot ist untergliedert in die Kernbereiche „Journal“ und „Daten und Fakten“. Im Journal wird zunächst der „Leseort Familie“ vorgestellt, was folgerichtig erscheint: Wo, wenn nicht in der Familie, kann der Grundstein für Lesekompetenz gelegt werden! Hierzu braucht es den richtigen Anreiz, und der wäre z. B. gegeben durch einen Ausstellungsbesuch in Korbach/Hessen im Zusammenhang mit dem 60-jährigen Geburtstag der immer jung bleibenden „Pippilotta Viktualia Rollgardina Pfefferminza Efraimstochter Langstrumpf“ von Astrid Lindgren. Autorin und Hauptfiguren werden dort museal zum Leben erweckt – und nicht nur dort: „Denn beim dritten weltgrößten Pippi Langstrumpf-Treffen am 2. August 2005 in Osnabrück hat die Stadt den Weltrekord erreicht. Mit 1.007 Pippis allen Alters und Geschlechts, in lan-

gen Strümpfen und mit abstehenden Zöpfen, schlug Osnabrück knapp den bisherigen Rekordhalter Fürstenwalde. Und hat sich so einen Eintrag ins ‚Guinness-Buch der Rekorde‘ verdient.“ Was bedeutet: Kreative Aktionen dienen dazu, Kinder an Lesestoffe heranzuführen. Es geht aber auch einfacher, etwa durch Vorlesen. Ein bundesweiter Vorlesetag (am 18.11.2005) war der Höhepunkt der Initiative „Wir lesen vor – überall & jederzeit!“ Über 2.500 Personen in mehr als 500 Städten haben in Zusammenarbeit mit der Wochenzeitung *Die Zeit* und der „Stiftung Lesen“ (www.stiftunglesen.de) Kindern Geschichten vorgelesen.

Und dann gibt es ja da z. B. noch den „Deutschen Jugendliteraturpreis“, der lesenswerte Bücher auszeichnet und der – darf das sein? – in der Fernsehsendung *Lesen – echt cool!* (ARD) vorgestellt wurde. Die ausgezeichneten Bücher ziehen inzwischen in einer Ausstellung durch die deutschen Lande, über Orte und Termine informiert der praktische, zur Internetseite *Lesen in Deutschland* gehörige „Kalender“. „Lesetipps“, „Leseförderung aktiv“, „Forschung & mehr“ sowie nach dem Alphabet geordnete „Materialien“ und der Hinweis auf ein ganzes Netzwerk von „Akteuren“ (durch das hindurchzuklicken allerdings etwas mühsam ist, da es keine Listenansicht gibt) ergänzen das Angebot.

Aber was ist schon das Lesen ohne das Schreiben? Auch hier müssen Anreize entstehen bzw. genutzt werden. Das Internet bietet da ebenfalls optimale Möglichkeiten der Vernetzung und der unkomplizierten Veröffentlichung in Ergänzung zu Schülerzeitungen etc. Wie bei www.spinxx.de kön-



nen dann auch verschiedene Interessen, Medien und Fähigkeiten konkurrenzlos bzw. sich ergänzend zusammengeführt werden. So werden bei *spinxx* mit Hilfe einer zentralen Internetplattform dezentrale Redaktionen in ganz Nordrhein-Westfalen pädagogisch betreut. Das Ergebnis: 1.065 Kritiken von 186 Redakteuren in 14 Redaktionen (Stand: 30.11.2005).

Die Kritiken über Filme und Fernsehsendungen fallen sehr unterschiedlich aus (trotz der schon eingeschränkten „Altersgrenze“ für teilnehmende Redakteure von 10 bis 15 Jahren): Manche sind versiert, manche sind zu Ende, bevor sie überhaupt richtig angefangen haben. Diese Unterschiede sind aber kaum zu vermeiden, wenn jede bzw. jeder, der will, über ein Internetformular seine Kritik abgeben kann: „Schreibe eine Kritik! Deine Kritik zählt!“ So lautet der Aufruf im Bereich „Kritiken“. Im Bereich „Tipps“ werden hierzu zwar durch eine Reihe von Fragestellungen Anregungen und gewisse Standards formuliert, deren Einhaltung aber natürlich nicht vorab sichergestellt werden kann. Ein „vertieftes Verständnis der Medienwelt“ und ein „Reflektieren der eigenen Mediennutzung“ bleiben in solchen Fällen durchaus einem unterstützenden Eingriff in der pädagogischen Offlinewelt vorbehalten.

Olaf Selg

Anmerkungen:

- 1 BRD gesamt, Personen ab 14 Jahren, Quelle: Media Perspektiven, 10/2005, S. 495
- 2 Ebd.
- 3 Ebd., S. 499. Das Lesen von Zeitschriften liegt über die letzten 25 Jahre relativ konstant bei 10 bis 12 Minuten im Tagesdurchschnitt, ebd. S. 501.
- 4 Beispiele für (Kino-)Verfilmungen nach Buchvorlagen, die dann in der Regel wiederum auf die Verkaufszahlen der zugrundeliegenden Bücher zurückwirken, sind in jüngerer Zeit: *Das Mädchen mit dem Perlenohrring*, *Million Dollar Baby* oder *Willenbrock*. Vgl. hierzu z.B.: <http://www.spiegel.de/kultur/kino/0,1518,372678,00.html>.
- 5 Katja Haug: Lesekompetenz: „Führerschein für die Datenautobahnen der Zukunft“. Unter: <http://www.lesen-in-deutschland.de/html/content.php?object=journal&id=581>. *Lesen in Deutschland* wurde im Auftrag der Bundesländer-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK) erstellt.

Bilderwelten im Kopf

Eine Fachtagung in München versucht den Brückenschlag zwischen Natur- und Geisteswissenschaften

Wohl kaum eine Wissenschaft zieht das öffentliche Interesse zurzeit so auf sich wie die Neurologie. Wo immer Vorträge zum Stand der Gehirnforschung gehalten werden, füllen sich Volkshochschulen und Versammlungsräume. So auch am 4. November 2005 in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), die neben dem JFF-Institut für Medienpädagogik und der Bundeszentrale für politische Bildung (BPB) zu einer hochkarätig besetzten Tagung einlud. Schnell ergab sich aus dem Thema ein handfester wissenschaftlicher Diskurs. Kurzum: Es wurde ausgeteilt und eingeschenkt, dass es eine Freude war! Zur Diskussion standen die alte Trennung zwischen Natur- und Geisteswissenschaften und der mit dieser Tagung unternommene honorige Versuch, einen Ausgleich zwischen beiden herzustellen, was zumindest in Ansätzen gelang.

Nach einem fundierten Vortrag von Helga Theunert (JFF München), der die Perspektive der Medienpädagogik für das „Aufwachsen mit Bilderwelten“ beschrieb, musste dann Klaus Mathiak, Professor für Experimentelle Verhaltensbiologie an der Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie an der RWTH Aachen erst einmal als Prügelknabe seiner Zunft herhalten, die – so die öffentliche Wahrnehmung – beispielsweise mit Überschriften wie *Fernsehen macht dumm!* (*Berliner Morgenpost*, 03.11.2005) oder *Kaufen Sie ihrem Kind keinen Computer!* (*Psychologie Heute*, 1/2006) durch einzelne Vertreter des Fachs ein verzerrtes Bild der Medien und deren Rezeption vermittelt. Erstaunlicherweise wurde der geistige Urheber dieser Überschriften – ein Neurologe aus dem süddeutschen Raum – die

gesamte Tagung über nicht namentlich erwähnt. Gleichwohl tappte auch Mathiak in eine selbstgestellte Falle, was Verena Weigand, Leiterin der Stabsstelle der Kommission für Jugendmedienschutz, auf die Palme brachte: Mathiak hatte in seinem im Wesentlichen auf Tabellen, Kurvendiagrammen und Gehirnquerschnittsfotografien basierenden Vortrag die These zu untermauern gewagt, dass dauerhaft rezipierte virtuelle Gewalt (etwa in Form von Computerspielen) eine gleichzeitige signifikante Deaktivierung affektiver (d. h. gefühlsbetonter) Areale im Gehirn verursache. Aktuelle Studien hätten ergeben, dass dies auch anhand von Gehirnaufzeichnungen von Schwermkriminellem (in Bezug auf reale Gewalthandlungen) nachzuweisen sei. Im Gegensatz zu populistischen Vertretern seines Fachs machte Mathiak jedoch die Einschränkung, dass die Hirnforschung allenfalls Kurzzeiteffekte beweisen könne: Langfristige – mitunter negative – Effekte ließen sich mit der Neurologie nicht nachweisen. Gleichwohl monierte Weigand zu Recht den irreführenden Sprachgebrauch der Naturwissenschaft (Stichwort: „Kausalität“), der zwischen Geistes- und Naturwissenschaften – und erst recht bei den Medien und letztlich auch bei der Politik – zu unterschiedlichen Rückschlüssen führte, was nicht zuletzt für das angerichtete Dilemma einer immer wieder generell erhobenen eindimensionalen Wirkungsvermutung verantwortlich sei (in diesem Zusammenhang sind wohl auch die Überlegungen der neuen Bundesregierung zu sehen, „PC-Killerspiele“ verbieten zu wollen). Mathiak, derart angegriffen, präzisierte nochmals, dass er unter dem Begriff „Kau-

salität“ einen physikalischen Messwert verstehe, der aufgrund eines zuvor gegebenen Anreizes entstanden sei; die Interpretation der Effekte hingegen sei keinesfalls Aufgabe der Neurologie. Vielmehr müssten weitere interdisziplinäre Zugänge geschaffen werden, womit Mathiak angesichts der eingangs genannten Überschriften – wiederum nicht ganz zu Unrecht – nur ungläubige Blicke erntete.

Aber nicht nur die Neurologie bekam ihr Fett weg: Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung, bezeichnete in diesem Zusammenhang die Medienpädagogik als „parasitäre Disziplin“ und „zahnlosen Tiger“, die es über 20 Jahre nicht geschafft habe, sich weiterzuentwickeln und fest zu verankern: „Raus aus den Gräben!“, lautete Krügers Forderung, die freilich von den angesprochenen Medienpädagogen Gerhard Tulodziecki (Universität Paderborn), Bernd Schorb (Universität Leipzig) und Helga Theunert (JFF München) nicht unwidersprochen stehen gelassen werden konnte. Tulodziecki wies darauf hin, dass in allen möglichen Fächern medienpädagogische Inhalte vermittelt würden und dass im Übrigen eine Weiterentwicklung des Fachs auch eine Sache der Finanzierung sei, wofür in erster Linie die (Bildungs-)Politik zuständig sei. Aber statt zu investieren, würden flächendeckend die Mittel für medienpädagogische Einrichtungen und Projekte gekürzt, was Ingrid Scheithauer zu der Vermutung veranlasste, Krüger habe „den Esel gemeint, aber den Sack geprügelt“. Selbstkritisch mussten Bernd Schorb und Hans-Dieter Kübler (Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg) jedoch einräu-

men, dass sich die praktische Medienpädagogik nicht nur durch eigenes Handeln realisiere, sondern auch durch unsachliche öffentliche Debatten und vorgeblich wissenschaftliche Behauptungen beeinflusst und sogar verwirrt werden könne, nicht selten mit der Folge, dass einzelne Medienpädagogen mitunter auch auf einen populären Zug aufspringen würden.

Neben der turbulent verlaufenden Podiumsdiskussion bot die Tagung tatsächlich noch einige interdisziplinäre Zugänge zum Thema „Aneignung von Bilderwelten“. Lieselotte Ahnert (Hochschule Magdeburg-Stendal) z. B. zitierte aus aktuellen entwicklungspsychologischen Studien. So auch von Zimmermann und Christakis (2005), die eine signifikante Korrelation zwischen Fernsehkonsum und der Lesefähigkeit bzw. der mathematischen Fähigkeit herausgefunden haben: Bei Kindern unter 3 Jahren und hohem Fernsehkonsum seien entsprechende Fähigkeiten schlechter ausgebildet, bei Kindern zwischen 3 und 5 Jahren hingegen eindeutig besser als in vergleichbaren Altersgruppen. Allerdings, so Ahnert, stellen Hancox, Milne und Poulton (2005) fest, dass bei einem Fernsehkonsum von über drei Stunden täglich die Bildungskarriere bis zum Alter von 26 Jahren erheblich flacher verläuft als bei Wenigsehern. Die vielen Geisteswissenschaftler, die sich in der BLM versammelt hatten, mögen froh gewesen sein, derlei Ergebnisse auch ohne Fotos von aufleuchtenden Gehirnregionen zur Kenntnis genommen zu haben.

Andreas Krapp (Universität der Bundeswehr München) formulierte in seinem Vortrag die These, dass die Aneignung von Bilderwelten in erster Linie von „motivationalen Fak-

toren“ bestimmt sei. So sei für den Rezipienten eine persönliche Wertschöpfung und eine „persönliche emotionale Besetzung“ (wie z. B. „Spaß“) sehr wichtig. Darüber hinaus sei eine inter- wie intraindividuelle Veränderung von Interessen möglich, wodurch auch die Bewältigung von gewissen „Entwicklungsphasen“ bewerkstelligt werden könne. Es folge hieraus eine „Suche nach Nischen“, möglicherweise eine „Abnabelung“, auf alle Fälle aber das „Austesten von Grenzen“, was Krapp als ein „prozessorientiertes Modell der Interessengenesse“ bezeichnete.

Die Psychologin und Linguistin Gudula List (em. Universität Köln) wies auf die Bedeutung der Sprache für die Wahrnehmung von Bildern hin. Eine Wirkung von Bildern würde sich durch deren Beschreibung verstärken, was sie eindrucksvoll am Beispiel eines Autounfalls illustrierte. List warnte vor der Tatsache, dass Menschen beeinflussbar seien. Je undeutlicher ein Bild, desto mehr Interpretationen seien möglich. In Bezug auf die Neurologie konnte die gestandene Wissenschaftlerin, die es sogar wagte, ihre Thesen mittels eines altertümlichen Tageslichtprojektors – nicht ohne Sympathiebekundungen von Seiten des Publikums – zu präsentieren, nur lächeln: Wichtiger sei es doch wohl festzustellen, wie ein menschliches Gehirn reagiere, und nicht wo! „Paper-and-Pencil“-Wissenschaft also, von der man gerne öfter hören möchte!

Das Anliegen der Tagung war es, unterschiedliche Forschungsansätze miteinander zu verbinden, mithin Sozial- und Naturwissenschaften einander näher zu bringen. Allerdings musste der Eindruck entstehen, dass es noch ein weiter Weg sein wird, bis

hieraus fruchtbare Ergebnisse aus der interdisziplinären Forschung zu erwarten sind. Dennoch war diese Tagung ein erster, überaus wichtiger Schritt, die Grabenkämpfe zwischen den Disziplinen („Neurologen-Bashing“ seitens der Medienpädagogen einerseits versus versimplifizierter, monokausaler Wirkungsvermutungen aufgrund von Gehirnaktivitätsmessungen andererseits) zu besänftigen. Die Anregung, eine interdisziplinäre Tagung künftig jährlich abzuhalten, fand daher im Publikum breite Zustimmung.

Nils Brinkmann

Eine Dokumentation der Tagung erscheint noch im Frühjahr 2006 im kopaed-Verlag.

Wege aus Rom

Die 9. Buckower Mediengespräche (21./22. Oktober 2005)

In Buckow in der Märkischen Schweiz steht man der Religion traditionell kritisch gegenüber. 40 Jahre wohnten die Menschen hier in der DDR, und der berühmteste Einwohner war ein bekennender Atheist. Aber nicht Bertolt Brecht, sondern ein älterer Geheimrat aus Frankfurt lieferte das Motto der diesjährigen 9. Buckower Mediengespräche. „Wie hältst du es mit der Religion?“, fragte Kurator Klaus-Dieter Felsmann mit den Worten von Goethes gewissenhaftem Gretchen die eingeladenen Wissenschaftler, Medienpraktiker und Journalisten – stellvertretend für alle, die dieses Jahr auch Papst geworden sind.

Ein guter Einstieg war der Vortrag von Dr. Otto Friedrich. Seine Phänomenologie der Vergeistigung der österreichischen Medienlandschaft öffnete bereits wesentliche Aspekte der folgenden Impulsreferate und Diskussionen. So war z. B. zu erfahren, dass die *Kronen Zeitung* (mit 3 Millionen Lesern die proportional zur Einwohnerschaft größte Tageszeitung der Welt) jedes Wochenende eine ganzseitige Kanzel für Kardinal Christoph Schönborn einrichtet. Die Seite fördert sowohl die Reichweite der Zeitung als auch die Beliebtheit Schönborns, „auch ein Kardinal steht unter dem Druck der Quote“. Die „unheilige Allianz“ zwischen Katholizismus und österreichischem Boulevard bedeutet aber auch die Übernahme religiöser Funktionen. In der österreichischen Abendtalkshow *Vera* sitzen die Gäste auf einem „Beichtstuhl mit Öffentlichkeit“. Das Fernsehen hätte den Auftrag, den Menschen „Trost“ und „eine Orientierungshilfe in einer schwieriger werdenden Welt“ zu bieten, zitierte Friedrich den Verantwortlichen ORF-Redakteur für Religion. Friedrich

machte auch auf den Negativgebrauch religiöser Versatzstücke aufmerksam. Ein Beispiel war die antiislamistische Symbolkeule auf einem *Spiegel*-Titel: *Das Kreuz mit dem Koran*.

„Alles was wir über Muslime wissen, wissen wir aus der Distanz“, richtete sich auch Prof. Barbara John, ehemalige Ausländerbeauftragte des Berliner Senats, gegen die mediale Verkürzung der islamischen Kultur und sprach sich für eine differenziertere, regelmäßige Auseinandersetzung im deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehen aus. Da es auch mit dem Hintergrundwissen zur christlichen Religion oft nicht weit her ist, produziert der Ki.Ka zurzeit eine religiöse Telenovela für Kinder und Jugendliche, die Friedemann Schuchardt vorstellte.

Prof. Jürgen Grimm reflektierte in seinem beispielreichen und philosophisch komplexen Vortrag über die kulturell generierten Grenzen der Darstellbarkeit von Religion. In den modernen Massenmedien herrscht fundamentale Meinungspluralität. Personen oder Sendungen, die im Fernsehen allzu überzeugte Ansichten vertreten, geraten schnell in Dogmatismusverdacht und werden vom Publikum mit Reaktanz bestraft. Der Pluralismus hat selbstverständlich Vorteile, führt aber letztlich zu einer Beliebigkeit der Inhalte, an der Medien und Menschen leiden. Wir stehen vor der Wahl, die transzendente Obdachlosigkeit auszuhalten oder den Relativismus selbst ein wenig relativer werden zu lassen. Der öffentliche Sterbeprozess von Johannes Paul II. sei ein „Skandal“ gewesen, da die Medienöffentlichkeit einer Transzendenz gewahrt wurde, die die pluralistische Logik lähmte und die diskursethisch geschulten Journalisten heil-

los überforderte. „Die Überwindung der Beliebigkeit“, so auch der Titel des Vortrags, sei nur durch eine gezielte Beschäftigung der säkularisierten und der dogmatisch-religiösen Welt miteinander möglich, in der die Fähigkeit zur Spiritualität und ein „qualifizierter Pluralismus“ entstehen könnten.

Ein Schritt in diese Richtung waren die Buckower Mediengespräche jedenfalls. Die Verbindung von wissenschaftlicher Betrachtung und kulturoptimistischer (!) Haltung, die auch die anderen Beiträge auszeichnete, trug nicht nur zu einer intellektuell erfreulichen Tagung bei, sondern auch zu einem „geistlichen“ Gelingen, im Sinne eines Glaubens an die Veränderbarkeit und mögliche Verbesserung der Gesellschaft. Was dann doch wieder ganz nach Brecht klingt.

Julia Engelmayer

Die Tagung „Medial vermittelter Islam und islamische Medien“

Muslime in der deutschen Öffentlichkeit (11./12. November 2005)

Islam und Medien – das klingt angesichts meuternder Migrantenkinder in Frankreich brandaktuell. Aber hier ging es mehr um die Kärnerarbeit des christlich-islamischen Dialogs, der an der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart Tradition hat. So war ein erheblicher Teil der Gäste auf den Podien und im Publikum muslimischen Glaubens, und viele der christlichen Tagungsteilnehmer hatten Erfahrung mit Dialogaktivitäten – gute und weniger gute. Und natürlich gab es auch einige, die einfach nur gekommen waren, weil sie das Tagungsthema für ein Thema der Zukunft hielten.

Zum Auftakt analysierte Claudia Dantschke, freie Journalistin aus Berlin, das Bild des Islam in den deutschen Medien. Ohne Frage gibt es sehr qualifizierte Angebote (beispielsweise das mit öffentlichen Geldern geförderte Qantara.de), die den Dialog mit der islamischen Welt explizit fördern. Doch je größer die Auflagen, je besser die Reichweiten, desto pauschaler und ausgrenzender wird die Berichterstattung über den Islam – mit TED-Umfragen wie: „Sind Muslime eine Bedrohung oder eine Bereicherung für unsere Gesellschaft?“ Dahinter steht nicht unbedingt böse Absicht, es ist wohl eher gedankenlose Eile. Dantschke empfahl ihren Kollegen fürs Erste, Themen wie Zwangsehe, Kopftuch, Ehrenmorde, Moscheebau, Sprachprobleme und Selbstmordattentate nicht in einem Atemzug abhandeln zu wollen. Sie zeigte an einem Beispiel, dass es sich hier nicht um eine ironische Überspitzung handelte. Um den Wunsch nach mehr Differenzierung ging es auch in den folgenden Beiträgen. Zivilisatorische Entgleisungen von Muslimen – wie

beispielsweise der Islamismus oder religiös motivierte Gewalt – könnten nicht allein der Religion angelastet werden. Auch Entgleisungen von Christen seien ja nicht ausschließlich auf dieser Interpretationsfolie zu erklären. Der Kölner Schriftsteller Dr. Navid Kermani schlug vor, in Zeitungsberichten das Wort Moslem gelegentlich durch das Wort Jude zu ersetzen, um festzustellen, ob ein Artikel diskriminierende Tendenzen berge. Er kritisierte aber auch das Niveau der Berichterstattung in islamischen Medien. Hier werde gerne vergleichbar pauschalisiert und der Westen als homogenes Feindbild gezeichnet.

Für deutsche Journalisten, gleich welchen Glaubens, stellt die gut organisierte, massive Einschüchterung von Kritikern des fundamentalistischen Islam inzwischen eine Bedrohung dar. Insbesondere die kenntnisreiche Berichterstattung über radikale islamistische Tendenzen erfordert viel Zivilcourage und gute Nerven. Sie darf nicht unter dem Deckmäntelchen des gewünschten interreligiösen Dialogs tabuisiert werden.

Weitgehend im Windschatten der öffentlichen Wahrnehmung haben sich seit einigen Jahren deutschsprachige muslimische Medien auf dem Markt etabliert, beispielsweise die *Islamische Zeitung* aus Berlin und das Internetportal islam.de. Ahmet Senyurt, Journalist aus Köln, hinterfragte die von den Chefredakteuren dargestellte liberale Grundhaltung und problematisierte die Besitzstrukturen, was ihm bezeichnenderweise den Zorn eines Teils der muslimischen Tagungsteilnehmer eintrug. Senyurt hofft für die Zukunft auf einen qualifizierten inner-islamischen Diskurs und ein säkulares Euro-

pa, regiert auf Grundlage der Menschenrechte, das allen Religionen ein gleichberechtigtes Nebeneinander ermöglicht. Als Lichtblick wurde auch die zunehmende Zahl der jungen, gut ausgebildeten Journalisten mit Migrationshintergrund und muslimischen Glaubens gesehen, die inzwischen in den Redaktionen der deutschen Leitmedien angekommen sind.

„Wir haben es geschafft, wenn die ‚Muslimische Akademie‘ eine Tagung veranstaltet: ‚Protestantische Kirche und Medien‘“, scherzte Dr. Johannes Weiß vom SWR, Leiter der Funk- und Fernseh Abteilung Religion, Kirche und Gesellschaft, in der Abschlussrunde. Da blieb eigentlich nur zu ergänzen: und wenn die Leitungsebene dort nicht von Fundamentalisten dominiert wird und die Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg und die Deutsche JournalistInnen-Union wieder guten Gewissens zu den Mitveranstaltern gehören können.

Susanne Bergmann

Termine

Kinderrechte in NRW

Zum sechsten Mal können sich Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen in NRW um den „WDR-Preis für die Rechte des Kindes“ bewerben. Mit dem auf 5.500 Euro dotierten Preis soll eine Initiative unterstützt werden, „die sich nachhaltig für Kinderrechte einsetzt“. Darüber hinaus hoffen die Veranstalter, „die öffentliche Diskussion über die Kinderrechte auf Schutz, Entwicklung und Beteiligung, die von der UN festgelegt sind“, anzukurbeln. Einsendeschluss ist der 31. März 2006.

Weitere Informationen unter:
www.wdr.de/radio/kinderrechte-preis2006/index2.html

Homo ludens

Am 20. und 21. Februar 2006 findet in Leipzig die „Mitspieltagung“ statt, die sich mit Anwendungsbereichen verschiedener Spiele (Lernspiele, Brettspiele, Planspiele etc.) und der kulturellen Bedeutung von Spielen beschäftigt. Vertreter aus Firmen und Organisationen, Pädagogen und alle am Thema Interessierten sind angesprochen, über spielerische Verfahren, den Einsatz und die Herstellung von Spielen nachzudenken und sich von einem vielfältig besetzten Podium dazu anregen zu lassen.

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.mitspieltagung.de

Mit dem Motto der Musketiere

Bundespräsident Horst Köhler und Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wiecek-Zeul rufen im Rahmen des Schulwettbewerbs „alle für EINE WELT – EINE WELT für alle“ dazu auf, sich mit den Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen auf anderen Kontinenten auseinander zu setzen. Inspiriert von einem kostenlosen Materialpaket für die Sekundar- und die Grundstufe, können Beiträge von Arbeitsgruppen, Darstellungen fachbezogener und fächerübergreifender Unterrichtsvorhaben wie auch Schulprojekte oder Kooperationen mit außerschulischen Organisationen (z. B. Nichtregierungsorganisationen) eingereicht werden. Einsendeschluss ist der 6. März 2006.

Weitere Informationen unter:
www.eineweltfueralle.de

Leben in der Mediengesellschaft

„Zwischen Inszenierung und Information“ ist der Titel des 10. Bundeskongresses für politische Bildung, der vom 2. bis 4. März 2006 in Mainz stattfindet und sich mit politischen, pädagogischen und gesellschaftswissenschaftlichen Aspekten des Lebens in der Mediengesellschaft beschäftigt. Eingeladen sind Fachkräfte aus dem pädagogischen und publizistischen Bereich sowie der politischen Bildung.

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.bpb.de/veranstaltungen

Bunte Bilder

Die Landesanstalt für Medien NRW bietet ein multimediales Medienpaket an, das anhand ausgewählter Beispiele die Funktionsweisen des Boulevardjournalismus in Print, TV und Internet analysiert und erläutert. Dadurch soll Kindern und Jugendlichen die richtige Einordnung der regenbogenfarbigen „Informationen“ erleichtert werden. Außerdem wird in Kooperation mit dem Grimme-Institut ein Wettbewerb veranstaltet, an dem Schulklassen und Jugendliche aus der offenen Jugendarbeit in NRW teilnehmen können. Gefragt sind Beiträge, die sich in einer eigenständigen und gestalterisch kreativen Weise mit dem Thema „Boulevardberichterstattung“ auseinandersetzen.

Mit einem Schülermagazin (30 Exemplare), einem Begleitheft für Pädagogen sowie einer DVD mit TV-Beispielen bietet das Medienpaket Hilfestellungen zur Auseinandersetzung mit dem Thema. Die Interessen und Sehgewohnheiten der Jugendlichen sind dabei explizit berücksichtigt. Das Projekt wurde im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) vom Adolf Grimme Institut realisiert. Einsendeschluss für den Wettbewerb zum Thema „Boulevardberichterstattung“ ist der 28. April 2006.

Weitere Informationen unter:
www.grimme-institut.de/schlagzeilen/paket.html

Sprechblasen statt Parolen

Das Innenministerium und der Verfassungsschutz NRW geben seit August 2004 die Comiczeitschrift *Andi* heraus, die um eine bilderreiche Auseinandersetzung mit politischen Themen zur Prävention und Bekämpfung von Rechtsextremismus bemüht ist. Der Zuspruch ist groß, sogar hinter den Landesgrenzen gibt es schon Fans von *Andi* und seiner Gang.

Weitere Informationen unter:
www.andi.nrw.de

Mediennutzung 2005

Auf Basis von ca. 1.200 Telefoninterviews wurde die JIM-Studie 2005 zu Medienausstattung, Medienumgang und Informationsverhalten von Kindern und Jugendlichen erstellt. Die Studie zeigt, dass die Altersbegrenzungen bei Computerspielen wenig wirken: Über drei Viertel der jungen Computerspieler erklären, dass es einfach sei, die Altersbegrenzungen zu umgehen, wobei überwiegend Freunde, aber auch der Handel als mögliche Bezugsquellen genannt werden. Außerdem wurde festgestellt, dass der Anteil der regelmäßigen Internetnutzer auf 70 % angestiegen ist. Etwa die Hälfte der Jugendlichen nutzt Chatrooms, wobei auch deren intensive Nutzung (mind. einmal pro Woche im Chatroom) angestiegen ist – hierbei ist ein überdurchschnittlicher Zuwachs bei den jüngsten und bildungsfernen Jugendlichen zu verzeichnen. Etwa ein Drittel der Chatnutzer hat Internetbekanntschaften auch schon im realen Leben getroffen.

Weitere Informationen und Download unter:
<http://www.mpfs.de/studien/jim/jim05.html>

Materialien

Chatten ohne Risiko? – Zwischen fettem Grinsen und Cybersex (Neuaufgabe)

jugendschutz.net hat von September bis November 2004 sowie von Mai bis Juli 2005 zahlreiche Chats systematisch untersucht, um herauszufinden, wie gefährlich sie für Kinder wirklich sind und was Betreiber tun können, um sie sicher zu gestalten. Im Rahmen der Recherche wurden auch Kinder über ihre Chaterfahrungen befragt und typische Probleme dokumentiert. Die Ergebnisse der Recherchen wurden in einer Broschüre veröffentlicht, die im Februar 2005 erstmals erschien. Aufgrund der hohen Nachfrage sowie schneller Veränderungen in der Chatlandschaft hat jugendschutz.net eine komplett aktualisierte Neuaufgabe erarbeitet. Sie enthält neben einem Chatatlas mit ausgewählten Chats auch eine rechtliche Bewertung von Übergriffen im Chat sowie Sicherheitshinweise für Kinder, Jugendliche und Eltern.

Weitere Informationen und Download unter:
www.jugendschutz.net/materialien/chatten_ohne_risiko.html

Neues Onlinehandbuch zum Kinder- und Jugendschutz

Wer sich über zentrale Begriffe des Kinder- und Jugendschutzes sachgerecht informieren möchte, kann jetzt unter www.handbuch-jugendschutz.de auf ein spezielles *Onlinehandbuch* zurückgreifen, das von einer Arbeitsgruppe um Prof. Dr. Bruno W. Nikles im Fachbereich Bildungswissenschaften an der Universität Duisburg-Essen entwickelt wurde.

Neben den zurzeit 120 Begriffserläuterungen gibt es Hinweise auf Literatur und weitere Quellen. Die Links und Informationen werden laufend ergänzt, Anregungen durch Besucher sind willkommen. Das Handbuch leistet damit auch einen Beitrag zur Verknüpfung verstreuter Informationsangebote. Es wird in Kooperation mit der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz in Berlin zu einem zentralen Informationsinstrument ausgebaut. Zu den Zielgruppen dieses Internetangebots zählen u. a. Fachkräfte in Jugendhilfe und Schule sowie Studierende.

Weitere Informationen unter:
www.handbuch-jugendschutz.de

Media Smart – Entzaubern lernen!



Wir haben nachgezählt. Bereits zwischen dem Aufstehen und Schulbeginn kann man als durchschnittlich waches Stadtkind sieben unterschiedliche Arten von Werbung entdecken: aus dem Radiowecker, in der Zeitung und als Postwurfsendung (liegt auf dem Tisch), als Spruch auf dem Kakaobecher, als Faltblatt unter dem Scheibenwischer des nahverwandten Chauffeurs, als Plakat am Straßenrand und auf der bedruckten Tüte vom Bäcker. Wie viele neue Wünsche das ausmacht, lässt sich zum gegebenen Zeitpunkt noch nicht feststellen.

Kinder werden von der Werbung ebenso offensiv angesprochen wie Erwachsene. Längst sind die jüngsten Mitglieder der Konsumgesellschaft als kauf- oder zumindest entscheidungskräftige Zielgruppe entdeckt. Auch Werbungen für eindeutig „erwachsene“ Produkte – wie z. B. Autos – bemühen sich um kindliche Sympathien. Bei erwähnter empirischer Studie am frühen Morgen waren es zwar nur einige Plakate und die bedruckte Backwarentüte, die sich explizit an die jüngere Forschungsteilnehmerin wandten. Aber es steht noch der Fernsehnachmittag bevor...

Angesichts dieser großen Bedeutung, die Werbung im kindlichen Alltag spielt, wurde im Jahr 2004 Media Smart e. V. gegründet. Ziel der gemeinnützigen Initiative ist es, Medien- und Werbekompetenz schon im Grundschulalter zu fördern und so einen Beitrag zur Bildung von mündigen Verbrauchern zu leisten. Kinder sollen einen selbstbestimmten und kritischen Umgang mit werblichen Mediendarstellungen lernen und die eigenen Konsumwünsche auch im Verhältnis zu ihrer Entstehung betrachten können. Träger der Media Smart sind bekannte

Unternehmen, die selbst um Kinderwünsche werben. Zusammen mit Wissenschaftlern und Pädagogen aus der Praxis wurde eine Internetplattform (www.mediasmart.de) entwickelt, von der Eltern und Lehrerinnen und Lehrer Faktenwissen und Arbeitsmaterial beziehen können. Kinder finden comichaft aufbereitete Informationspfade und gestalterische Spielmodule (z. B.: „Ich als Marke“, „Werbe-Diplom“). Seit kurzem steht für die 3. und 4. Klasse der Grundschule ein Materialpaket zur Verfügung, das eine mehrstündige fundierte und anschauliche Auseinandersetzung mit Entstehungs- und Funktionsweisen der Werbung unterstützen soll.

Das Begleitheft des Materialpakets führt in die Thematik ein und skizziert eine mögliche Gliederung der Unterrichtseinheiten, wobei jeweils ein inhaltlicher Schwerpunkt von bestimmten praktischen Arbeitsvorschlägen und einer Hausaufgabe beleitet wird. Ein weiterer Teil des Begleithefts bietet vertiefende Informationen zur Produktion von Werbung (Werbung als Wirtschaftsfaktor, Werbung in der kindlichen Wahrnehmung, Werbebestimmungen in Deutschland und auch Konzeption und Gestaltungselemente klassischer Werbung). Ein medienpädagogischer Anhang erleichtert eine mögliche Kontaktaufnahme zur selbständigen Weiterbeschäftigung mit dem Thema.

Auf den (als Kopiervorlagen gedachten) Arbeitsblättern sind Meinungsfragen an die Schülerinnen und Schüler gestellt, die implizit dazu auffordern, Werbedarstellungen genauer zu betrachten. Schaubilder erleichtern die Darstellung technischer Entstehungsvorgänge und werblicher Erscheinungsformen. Auftragskarten leiten zur gestalterischen Annäherung an Werbemedien an (z. B. ein

Plakat entwerfen oder einen Radiospot aufnehmen). Rollenspielkarten geben Situationen vor, in denen sich die Wirkungsweisen von Werbung spiegeln können – was passiert z. B. auf dem Schulhof, wenn eine Mitschülerin oder ein Mitschüler eine neue Jacke hat?

Die Videokassette – ebenfalls Bestandteil des Medienpakets – nimmt die Schulhofsituationen der Rollenspielkarten auf und zeigt Szenen aus dem Alltag eines Geschwisterpaares, das in der kommenden Woche Geburtstag hat und zu viele Wünsche verspürt. Der zweite Teil des Videos zeigt einzelne Fernsehwerbungen (zu denen auf den Arbeitsblättern Fragen gestellt werden) und ein Making-of des *Milky Way*-Clips. Angenehm auffallend ist die entspannte Haltung, mit der das Materialpaket dem Phänomen Werbung begegnet. Werbung und die dahinterstehende Wirtschaft werden nicht dämonisiert, sondern nur ein wenig entzaubert. Medien- und Werbekompetenz werden als aktive und konstruktive Wahrnehmung von Werbung und als tägliche und alltägliche Auseinandersetzung mit eigenen Konsumwünschen verstanden. Denn letztere werden ja – und das ist wieder eine empirische Feststellung – nicht weniger. Im Gegenteil.

Julia Engelmayer

Sämtliche Lehrmittel und Informationsblätter können angefordert werden unter:

Media Smart e. V.
Richard-Byrd-Straße 6
50829 Köln
Telefax 02 21 / 91 55 - 13 38
www.mediasmart.de

Fernsehgerichtssendungen: Zwischen Realität und Fiktion

RTL-Medienpakete:

Daily Soaps, Schutzgebühr 23,00 Euro
Arbeitsplatz TV, Schutzgebühr 27,00 Euro
Big Brother, Schutzgebühr 23,00 Euro
Nachrichten im Fernsehen – Ein Tag bei
RTL Aktuell, Schutzgebühr 33,00 Euro
Gerichtssendungen zwischen Realität
und Fiktion, Schutzgebühr 33,00 Euro

Im Zeugenstand eine aufgemotzte Frau, knallrote Lippen, zu tiefes Dekolleté – und Minirock, der kaum Fragen offen lässt. „Aber Sie müssen doch wissen, ob der Angeklagte am Tatabend bei Ihnen war oder nicht!“ Der Staatsanwalt ungeduldig, auf Antwort drängend. Die Dame im Zeugenstand wirkt unschlüssig, nur beeindruckend durch schlechtes Deutsch mit Kölner Akzent. Sind Szenen wie diese deutschen Gerichten entnommen oder doch allesamt nur dramaturgische Kunstgriffe? *Gerichtssendungen zwischen Realität und Fiktion – Unterrichtsmaterial zur Verbesserung des Rechtsverständnisses* lautet der Titel eines medienpädagogischen Pakets, das RTL-Television in Zusammenarbeit mit der Niedersächsischen Landesmedienanstalt im Herbst 2005 herausgegeben hat. Die Abteilung Jugendschutz des Kölner Senders hat sich mit den Materialien hohe Ziele gesetzt: „Mit dem hier vorliegenden Medienpaket liegt das Hauptziel [...] darin, Verständnis für unser demokratisches Rechtssystem und die Funktionsweise von Gerichten in Deutschland zu schaffen. [...] Darüber hinaus sollen die Schülerinnen und Schüler lernen, sich in andere Menschen und Situationen hineinzusetzen und nicht vorschnell zu urteilen“ (S. 8). Zum Paket gehören neben einem umfangreichen Skript wahlweise zwei Videokassetten oder DVDs, die sich für den Unterricht oder im Rahmen anderer Jugendarbeit als Anschauungsmaterial hilfreich erweisen können. Das Begleitbuch bildet die theoretische Basis. Mit viel Sorgfalt hat man hier unterschiedliche Aspekte rund um die deutsche Rechtsprechung beleuchtet. Den juristischen Fachtexten des Leipziger Prof. Dr.

Heribert Schumann und seiner Mitarbeiterinnen Dr. Antje Schumann und Kristina Banitz ist viel Platz eingeräumt. So ist es den Juristen möglich, das Rechtsstaatprinzip des Grundgesetzes, die Organisation der Gerichtsbarkeit und das Straf- und Zivilrecht mit den Schwerpunkten Jugend- und Familiengericht abzuhandeln. Sicher stellen sie keinen Ersatz für juristische Fachbücher dar, aber als Einstieg und Überblick in das Themengebiet sind sie gut geeignet. Die Texte sind klar geschrieben und auch für Nichtjuristen leicht verständlich. Zudem analysiert Prof. Dr. Petra Grimm anschaulich Geschichte, Konzept und Wirkung der Fernsehgerichtssendungen. Einen Blick hinter die Kulissen bietet auch das umfangreiche Filmmaterial. Besonderes Augenmerk wurde hier darauf gelegt, Fiktion und Realität in den Gerichtssendungen klar zu trennen. Was sind dramaturgische Mittel, was ist dagegen dem Alltag im Gericht entnommen? Auf zweimal 90 Minuten, unterteilt in überschaubare Einheiten von etwa 5 bis 22 Minuten, werden unterschiedlichste Seiten beleuchtet: vom Alltag der Juristen bis hin zur Entstehung der Sendungen. Das Material soll auch Anleitung für eigene Schülerprojekte sein. Um anregende Impulse zu geben, wurde exemplarisch eine Schulklasse aus Brühl bei Köln begleitet, die an dem Projekt „Medien und Recht“ der „film-pool Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft“ teilgenommen hat. Die Schüler beobachteten nicht nur die Fernsehaufzeichnungen, sondern hatten auch die Möglichkeit, ihren selbstinszenierten Fall in den Studios der „Profis“ zu verhandeln. Schnell wird anhand des dazugehörigen Films deutlich, dass der Justiz mit einer fairen und ob-

jektiven Rechtsprechung nicht immer eine einfache Aufgabe zukommt. Ziel dieses Rollenspiels: Sowohl den Darstellern als auch den Pädagogen soll es Hinweise bezüglich der Einstellung zu und der Erfahrung mit Gewalt und Gewaltbereitschaft geben. Abgerundet wird das vorliegende Medienpaket durch Diskussionsbeiträge sowie Unterrichtsvorschläge und weitere pädagogische Materialien.

Als erste Annäherung an den juristischen Alltag und die deutsche Rechtsprechung, aber auch, um den großen Anteil fiktionaler Elemente der Fernsehgerichtssendungen von der Realität zu differenzieren, sind die Materialien sehr gut geeignet. Auch bei älteren Fernsehzuschauern könnten sie sicher das eine oder andere Missverständnis aufklären. Ob das Material wirklich den Anspruch erfüllen kann, etwas über Gewaltbereitschaft etc. zu erfahren und den Schülern mehr Einfühlungsvermögen zu vermitteln, hängt auch von der Intensität des Umgangs mit dem Material durch die Lehrer ab und werden die praktischen Erfahrungen von Lehrern und Schülern zeigen müssen.

Barbara Weinert



Das letzte Wort

Begegnet Euch das Thema „Krieg“ in den Medien?

Wir befragten Schülerinnen und Schüler der 8. Jahrgangsstufe verschiedener Berliner Schulen zum Thema „Krieg in den Medien“.

Begegnet euch das Thema „Krieg“ in den Medien?

Philipp: Ich finde es sehr schlimm, dass über Krieg Filme gedreht werden. Für Jugendliche ist das nicht so schön. Ich habe *Der Soldat James Ryan* vor einem Jahr auf DVD gesehen, und der Film ist mir in Erinnerung geblieben, weil der ziemlich brutal ist und auch gezeigt wird, wie Menschen sterben.

Annarina: Kriegsfilme habe ich nicht gesehen, weil es mich nicht so interessiert und ich auch nicht gerne sehe, wenn Leute sterben. Bei den Nachrichten gucke ich schon hin, weil: Es ist ja Wirklichkeit, und ich will ja wissen, was passiert. Wenn es allerdings zu krass wird, schalte ich auch um. Manche Sachen kann ich mir einfach nicht vorstellen, zum Beispiel, dass Leute erschossen werden. Wie kann man denn jemanden erschießen, ohne einen wirklichen Grund zu haben?

Sophie: Mit Krieg und Gewalt kommt man über alle Medien in Berührung. Wenn etwas wirklich Schlimmes passiert, sprechen wir darüber in der Schule. Da ich Nachrichten zusammen mit meinen Eltern schaue,

reden wir auch zu Hause über das Thema. Filme, in denen richtige Kriege gezeigt werden, schaue ich nicht so gerne, aber ich mag *Herr der Ringe* und *Königreich der Himmel*, der eigentlich auch viel mit Blutvergießen zu tun hat.

Wer von euch hat schon mal mit Krieg in Computerspielen zu tun gehabt?

Annarina: Ich habe von Freunden gehört, dass sie das spielen. Sie kommen trotz Altersbegrenzungen an die Spiele, weil es ihnen die Eltern schenken oder so. Ich selber habe es noch nicht gespielt und verstehe die Faszination auch nicht so recht.

Max: Vielleicht fühlt man sich relativ mächtig, wenn man sieht, dass man ein eigenes Land unter Beschuss hat und man selbst Soldaten und Waffen steuern kann. Das muss für viele ein gutes Gefühl sein, wenn sie sehen, sie können irgendein Leid anrichten.

Bastian: Meine Freunde spielen Kriegsspiele, die ich selber aber nicht so mag. Es ist schon schlimm genug, dass solche Sachen in Wirklichkeit passieren, da muss man sie nicht noch auf dem Computer spielen. Die spielen zum Beispiel *Conflict Vietnam* oder *Counter Strike*. Bei *Wolfenstein* bist du ein Amerikaner, der Nazis abschießen muss.

Eigentlich Spiele, die in Deutschland verboten sind.

Ich spiele eher Strategiespiele. Der Kick am Strategiespiel ist, sich eigene Welten aufzubauen und nicht, Leute abzuschießen.

Schaut ihr regelmäßig Nachrichten, vielleicht auch deshalb, weil euch das Thema „Krieg“ interessiert?

Sophie: Meine Mutter schaut jeden Abend Nachrichten. Dadurch, dass ich den ganzen Tag Radio höre, bekomme ich auch mit, wenn etwas Schlimmes passiert, so dass ich dann abends Nachrichten schaue, wenn ich Zeit oder Lust habe. Am Thema „Krieg“ kann man auch nicht wirklich vorbei, weil es halt überall steht und überall gezeigt wird.

Stephanie: Mich interessieren Nachrichten nicht so sehr. Aber wenn etwas über einen Krieg in den Nachrichten kommt, schaue ich es mir schon mal an, damit man auch in der Schule mitreden kann. Es berührt einen sehr, wenn man sieht, wie viele Menschen sterben müssen.

Bastian: Ich gucke jeden Abend RTL II-News, weil da nicht nur Politik kommt, sondern auch andere Sachen, die junge Leute interessieren. Meine Mutter guckt immer *Tagesschau*, und danach erzählen wir uns gegenseitig, was bei dem anderen kam – und dadurch reden wir abends darüber.



Die Interviews führte Leopold Grün.

Verantwortlich für das *Das letzte Wort* sind Leopold Grün, Christian Kitter und Barbara Weinert.