

Ausnahmezustand

Unser Umgang mit medialen Darstellungen von Krisen und Katastrophen



Neuer Versuch

Die Länder wollen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag novellieren

Der Entwurf des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) wird seit einem Jahr diskutiert und soll, wenn alles gut geht, Mitte 2016 in Kraft treten. Aber so ganz ohne Stolpersteine geht es auch diesmal nicht. Aktuell bremsen nicht Die Grünen oder DIE LINKE, die durch Jugendschutzprogramme die Freiheit des Internets in Gefahr sehen, sondern der Bund, der plötzlich selbst in einem Arbeitspapier seine Vorstellungen über die Zukunft des Jugendschutzes zum Besten gibt.

Aus seiner Sicht ist die Trennung der Kompetenzen zwischen Bund und Ländern nach Vertriebswegen der Medien nicht mehr zeitgemäß. Schon lange wird von vielen Seiten bemängelt, dass derselbe Inhalt je nach Vertriebsweg in die Zuständigkeit unterschiedlicher Selbstkontrollen fällt und die Aufsicht für Trägermedien bei den Obersten Landesjugendbehörden, für elektronisch verbreitete Medien hingegen bei der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) liegt. Diese Situation verhindert beispielsweise, dass Freigaben der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) auch gelten, wenn derselbe Inhalt im Kino oder auf DVD ausgewertet wird. Der Bund beabsichtigt, sich mit den Ländern darauf zu einigen, eine „bundeseinheitliche Rahmensetzung für die Bewertung von allen Medieninhalten“ zu schaffen. Den Ländern bliebe dann der Vollzug der Bestimmungen. Allerdings wird im Entwurf des JMStV – wenn auch nach langer und schleppender Diskussion – die Übernahme von Freigaben beispielsweise der FSF durch die Obersten Landesjugendbehörden vorgesehen, sodass die Freigabe einer Selbstkontrolle in allen Vertriebsformen gilt. Doch das geht nur, wenn die Freigaben durch die KJM bestätigt worden sind. Ob das ein praktikabler Weg ist, wird sich zeigen. Derzeit sieht es jedenfalls so aus, als wären alle Beteiligten bereit, für einen reibungslosen Ablauf zu sorgen.

Auch im Hinblick auf die Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen im Internet hat der Bund große Pläne. Dabei geht es ihm sowohl um Jugendschutz als auch um Datensicherheit in sozialen Netzwerken. „Kinder und Jugend-

liche brauchen Hilfe zur Selbstbefähigung und Schutz im Umgang mit Interaktionsrisiken wie z. B. Cybermobbing und Cybergrooming, bei der ungewollten Konfrontation mit verstörenden Inhalten und Datenmissbrauch. Öffentliche Informations- und Beratungsangebote und Maßnahmen der Medienkompetenzförderung müssen deshalb um angemessene Vorsorgemaßnahmen der Anbieter der von jungen Menschen besonders intensiv genutzten jugendschutzrelevanten Plattformen ergänzt werden.“ Außerdem strebt der Bund an, die Aktivitäten international kompatibel und – so gut es geht – verbindlich zu machen. Umsetzen will er das durch „Verhaltenskodizes der Selbstkontrollen, ein jugendgerechtes Beschwerdemanagement und Angebote zur freiwilligen Alterseinstufung von Inhalten, die mit technischen Schutzoptionen verzahnt sind.“

Das alles liest sich gut, ist jedoch von der Umsetzung in einen Gesetzestext weit entfernt. Und da gerade in der internationalen Zusammenarbeit aufgrund der erheblichen kulturellen Unterschiede der Teufel im Detail liegt, kann der Bund die Rechnung nicht ohne den Wirt, nämlich die EU und die anderen Mitgliedsländer, machen. Der Bund setzt auch auf internationale Selbstkennzeichnungen, von denen niemand weiß, ob deutsche Nutzer damit zurechtkommen. Der Wunsch, auf diese Weise möglichst viele Alterseinstufungen anbieten zu können, lässt zudem die Frage offen, ob Kinder und Eltern damit etwas anfangen können. Hier wäre eine neutrale Evaluierung dringend vonnöten. Zudem ist unklar, ob statt oder zumindest neben einer Altersklassifizierung auch Informationen über die Gefährdungsrisiken gegeben werden können, auf deren Grundlage Eltern und Kinder selbst eine adäquate Einschätzung vornehmen können. Hier scheint insgesamt noch erheblicher Diskussionsbedarf zu herrschen. Die Länder sind mit einem Gesetzesentwurf, der immerhin in einigen Punkten eine Verbesserung darstellt, zweifellos weiter als der Bund. Daher wäre es auf jeden Fall wichtig, wenn die Länder ihr Vorhaben zu Ende bringen. Anschließend können Bund und Länder in Ruhe über eine grundlegende Reform des Jugendschutzes verhandeln.



Ihr Joachim von Gottberg

EDITORIAL**INTERNATIONAL****„Steine flogen wie Konfetti“ 4**

Blick auf die Ukraine-Krise beim goEast-Filmfestival 2015

Jens Dehn

Russisches Fernsehen 10

Programme zwischen Tradition und Moderne

Polina Roggendorf

Diskurs statt medialer Aufregung 14

Internationale Tagung beschäftigt sich mit der Kultur des Diskurses

Gespräch mit Kathrin Senger-Schäfer

Jugendmedienschutz in Europa 16

Filmfreigaben im Vergleich

PÄDAGOGIK**„Gib mir mal das Blut“ 18**

Horrorfilm-Workshop führt Jugendliche an das Medium Film heran

Jens Dehn

Neue (alte) Erwartungen an Kinderfilm und -fernsehen 22

Das Deutsche Kinder-Medien-Festival GOLDENER SPATZ 2015

Barbara Felsmann

TITEL**Von der Todesanzeige bis Facebook 28**

Trauerkultur und Medien gestern und heute

Norbert Fischer

Ist das alles nicht furchtbar?! 34

Über Nachrichtensendungen, Informationen und

Katastrophenberichterstattung

Gerd Hallenberger

Ökonomie der Krisenwahrnehmung 40

Wie Zuschauer auf Kriegs- und Katastrophenberichte reagieren

Gespräch mit Jürgen Grimm

Aufgaben und Versuchungen der Medien bei Katastrophen 48

Zur medienethischen Kritik am Zusammenhang von

Katastrophenmedien und Medienkatastrophen

Alexander Filipović

Schockstarre: 52**Wenn sich Opfer als Freiwild der Medien fühlen**

Thomas Hestermann

„Trauer nicht kommerziell ausbeuten“ 56

Gespräch mit John Dussich

Sterben, um zu leben? 58

Der Tod und das Kino

Werner C. Barg

Die innere Wahrheit 64*Contergan*-Autor Benedikt Röskau schreibt ein Drehbuch

über die Germanwings-Katastrophe

Gespräch mit Benedikt Röskau

„Der einsame Trail in die Ewigkeit“ 68

Klaus-Dieter Felsmann

PANORAMA 70

WISSENSCHAFT		LITERATUR*	114
Das Porträt: Jochen Koubek	72	RECHT	
Alexander Grau		Urteil	126
Binge Watching	76	Aufsätze und Notizen	128
Die neue Attraktivität von Serien im Internet		Vorlagefähigkeit von TV-Sendungen	130
Juliane Kranz		Klaus Beucher und Nima Mafi-Gudarzi	
YouTube-Stars	82	Rezension	132
Zur Rezeption eines neuen Phänomens			
Alexander Rihl und Claudia Wegener		SERVICE	
Interesse schützt vor nachhaltiger Belastung	86	Ins Netz gegangen	134
Altersunterschiede in der Emotionsregulation		Instant-Verlag	
Alexander Grau		Facebooks Danaergeschenk an die Verlage	
MEDIENLEXIKON		Herbert Braun	
Fiktionalität	88	Qualität plötzlich gefragt	136
Gerd Hallenberger		re:publica 2015 vom 5. bis 7. Mai 2015 in Berlin	
DISKURS		Daniel Bouhs	
„Die Aufgaben werden bleiben.“	90	Mehr Tempo, weniger Theorie	138
Gespräch mit Hans Hege		<i>medien impuls</i> zur Zukunft von Jugendschutz und Medienbildung	
Medienkompetenz zwischen Wissen und Wirkung	96	am 7. Mai 2015 in Berlin	
Senta Pfaff-Rüdiger		Uwe Spoerl	
Germany's Next Topmodel in der Kritik	100	Die hohe Kunst des Abschaltens	140
Eine Fernsehsendung, eine Studie und die Panik der Medien		Sommerforum Medienkompetenz am 19. Juni 2015 in Berlin	
Lothar Mikos		Uwe Spoerl	
Am Scheideweg	104	Kurz notiert	142
Die deutsche Animationsbranche muss sich		Filmquiz	144
dem globalen Wettbewerb stellen		Impressum, Abbildungsnachweis	
Tilman P. Gangloff			
„Ohne Quote wird sich wenig ändern!“	107		
Gespräch mit Gabriele M. Walther			
Über das Unzeigbare	110		
Aktuelle Spiel- und Dokumentarfilme suchen neue Wege,			
vom Genozid zu erzählen			
Sonja Hartl			

*
Das detaillierte Inhaltsverzeichnis für Literatur befindet sich auf der genannten Seite.

„Steine flogen wie Konfetti“

Blick auf die Ukraine-Krise beim goEast-Filmfestival 2015

Jens Dehn

Der Krieg in der Ukraine und die zunehmenden Spannungen des Westens mit Russland treiben auch die in der Region lebenden Filmmacher um. goEast, das Festival des mittel- und osteuropäischen Films, das im April zum 15. Mal in Wiesbaden stattfand, widmete sich diesem und anderen Krisenherden im Osten des Kontinents mit einer gesonderten Sektion.



Kiew brennt (All things ablaze)

Der europaweit ausstrahlende Nachrichtensender euronews hat sich vor allem durch das Format *No Comment* einen Namen gemacht. Wer die Internetpräsenz von euronews besucht, findet hierzu folgende Erklärung der Redaktion: „Bei euronews glauben wir an die menschliche Intelligenz und denken, dass es die Aufgabe eines Nachrichtensenders ist, jedem Menschen genügend Material zur Verfügung zu stellen, damit er sich seine eigene Meinung über die Welt bilden kann.“

Wir glauben auch, dass Bilder manchmal ohne Erklärungen oder Kommentare auskommen. Deshalb haben wir *No Comment* [...] geschaffen: So wollen wir die Welt aus einem anderen Blickwinkel zeigen ...“

Das durchaus reizvolle, das *No Comment* durch die weitgehend (vom Schnitt abgesehen) ungefilterte Wiedergabe von Geschehnissen gewinnt, ist zugleich auch sein größtes Problem: Ohne jegliche Kommentierung, ohne Erklärung der Zusammenhänge ist das Geschehen mitunter äußerst schwer einzuordnen. Der Mangel an Kontext kann im ungünstigsten Fall auch zur völligen Missinterpretation der Bilder führen.

Die Dokumentation *Kiew brennt (All things ablaze)* wirkt wie eine 90-minütige Ausgabe von *No Comment*. Die ukrainischen Regisseure Oleksandr Techynskyi, Aleksey Solodunov und Dmitry Stoykov begleiten darin die Ereignisse auf dem Maidan, die im November 2013 als friedlicher Protest gegen Präsident Janukowytsch begannen und bald darauf in chaotische und blutige Straßenschlachten mündeten. Mit ihren Videokameras bewegen sie sich auf beiden Seiten, begleiten sowohl Demonstranten als auch die Polizei. Dass der Film für eine der Parteien explizit Stellung beziehen würde, kann man den Filmemachern sicher nicht vorwerfen. Das mag auch das Prinzip von *Kiew brennt* sein: nichts beschönigen, nichts verklären, nichts interpretieren. Die Bilder sollen unmittelbar auf den Zuschauer wirken.

Friedliche Stimmung schlägt um in Chaos und Gewalt

Zu Beginn ist alles noch recht harmlos und übersichtlich. Menschen versammeln sich, demonstrieren gegen die moskaufreundlichen Machthaber in Kiew, beschwören mit Willen und Optimismus den Umschwung. Dann geht die Regierung auf Konfrontations-

kurs und lässt Polizeitruppen den Demonstranten gegenüberreten. Der Ton wird rauer, die Stimmung aufgeheizter. Wer als Erster handgreiflich wird und mit Gewalt auf die andere Seite losgeht, kann von den Kameras nicht aufgelöst werden und ist letztlich auch unerheblich. In kürzester Zeit hat sich die Lage dramatisch verschärft, werden Autos demoliert, fliegen Molotowcocktails, bricht Chaos aus. Irgendwann werden die Bilder auf der Tonspur von einem permanenten Lärmteppich überlagert, minutenlange Detonationen, Schreie und Splintern von Glas.

Kiew brennt war im April bei goEast zu sehen. Das Festival des mittel- und osteuropäischen Films in Wiesbaden fand zum 15. Mal statt und trug dem Konflikt zwischen der Ukraine und Russland mit einer eigenen Sektion Rechnung: Unter dem Titel „Filmen gegen Krieg: Von Trauma und Aussöhnung“ wurden Filme präsentiert, die sich mit den kriegerischen Auseinandersetzungen in Osteuropa nach 1989 beschäftigen. Das schloss auch die teilweise noch schwelenden Konflikte im Kaukasus sowie die jugoslawischen Zerfallskriege mit ein. Von besonderem Interesse und im Zentrum des Programms standen aber fraglos die aktuellen Entwicklungen in der Ukraine.

Welche Bilder finden die Filmemacher für „das Unausprechliche und Unmenschliche“? Das war eine der Fragen, die dabei aufgeworfen wurden. Was *Kiew brennt* von typischer Fernsehberichterstattung unterscheidet, sind die Nähe und Unmittelbarkeit, mit der die Bilder über die Leinwand zu uns gelangen. Die Nachrichtenberichte und Reportagen, die die Korrespondenten in unsere Wohnzimmer bringen, sind in ihrer journalistischen Aufbereitung in der Regel darum bemüht, eine distanzierte Darstellung zu liefern – zwar authentisch, aber doch abgeklärt. *Kiew brennt* ist hier deutlich näher am Geschehen. Über einen Zeitraum von drei Monaten, von Ende November 2013 bis Februar 2014, sind die Filmemacher mittendrin, stehen an vorderster Front und fangen Impressionen ein, die einem Team, das nur temporär vor Ort ist, so kaum gelingen können.

Von den Ereignissen überrollt

Die drei Regisseure haben während der Drehs weitgehend unabhängig voneinander gearbeitet. Alle waren gleichberechtigt und ha-

ben das festgehalten, was ihnen persönlich wichtig erschien. So kommt es, dass neben all dem allgemeinen Chaos und den Aggressionen immer wieder Platz bleibt für kleine, teils absurde, aber auch sehr menschliche Episoden, die den Ereignissen Gesichter geben. Dmitry Stoykov bringt die meiste Geduld mit, eine von ihm festgehaltene Szene bildet das Herzstück des gesamten Films: Während Demonstranten einen überlebensgroßen Lenin zu Fall bringen (ein Bild, das an die amerikanischen Soldaten und das Saddam-Hussein-Denkmal in Bagdad erinnert), bahnt sich ein alter Mann den Weg durch die Menge und klammert sich an die Statue. Wenngleich der Mann und die jungen, euphorisierten Leute um ihn herum gänzlich andere Weltanschauungen vertreten, lassen sie ihn gewähren und werden nicht aggressiv. Vereinzelt „Häng dich doch auf“-Rufe werden von „Schlagt ihn nicht“-Mahnungen ausgekontert. Diese Szene spiegelt die Zerrissenheit des Landes stärker wider als viele Erklärungen von Politikern und Analysten. „Dmitry stand dort drei Stunden lang und hat einfach alles festgehalten. Und ohne diese Episode hätten wir heute wahrscheinlich keinen Film. Sie bleibt sicher am stärksten in Erinnerung.“

Vom Alltag in einer Krisenregion

Zu dem Ukraine-Schwerpunkt des Festivals gehörten auch Podiumsdiskussionen, von denen sich eine der Frage widmete: „Alltag in der Ukraine, Alltag in Russland – wie weiter? Was tun?“ Schnell kam die Sprache dabei auf die Manipulationen, denen sich die Bevölkerungen beider Länder momentan durch Einflussnahme der Politik und der gleichgeschalteten Medien ausgesetzt sehen. Oft genug, ohne sich dessen bewusst zu sein. „Die russische Propaganda ist hysterisch, sie ist aggressiv und zynisch“, sagt die deutsche Filmemacherin Irene Langemann. „Und die Menschen glauben sie.“ Langemann präsentierte auf goEast *Ukraine, November 2014*, ein aus drei kurzen Dokumentarfilmen bestehendes Programm, das im Auftrag der Deutschen Welle Akademie und des Auswärtigen Amtes entstanden ist. Die Institutionen initiierten ein Projekt „zur Förderung des nationalen Dialogs für ukrainische FernsehjournalistInnen und FilmemacherInnen“. Sechs regionale ukrainische Sender haben



Ukraine, November 2014:
Hinter dem Vorhang des Krieges
Zeit des Hospitals
Die Mauer

jeweils zwei ihrer Mitarbeiter für die Teilnahme ausgesucht. Je zwei Journalisten bzw. Kameraleute aus einem Sender im Osten des Landes bildeten ein Team mit zwei Kollegen aus dem Westen. Ziel des Projekts war es, kleineren regionalen Fernsehsendern dabei zu helfen, die fachlichen und ethischen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter zu schulen. Langemann und der in Wiesbaden beheimatete Dokumentarfilmer Andrzej Klamt unterstützten und leiteten die ukrainischen Kollegen an. Herausgekommen sind jene drei kurzen Dokus, die zeigen, wie normale Menschen in ihrem Alltag versuchen, mit der Krise umzugehen. Etwa eine ukrainische Familie, die in *Hinter dem Vorhang des Krieges* nach Ausbruch des Konflikts aus ihrer Heimat im Osten des Landes flüchten musste und nun in Dnjepropetrowsk Verwundete pflegt und für die Kinder der Umgebung Puppentheater spielt. Die Episode *Zeit des Hospitals* begleitet die Mitarbeiter eines Militärkrankenhauses bei ihrer täglichen Arbeit. Der Film zeigt die unmittelbaren Auswirkungen des Krieges auf Ärzte und Patienten. „Ich bin meinen Mentoren Irene und Andrzej sehr dankbar für ihre Ratschläge und Hilfen“, sagt Marina Zhukovskaya. Die Regisseurin von *Zeit des Hospitals* arbeitet bei einem Sender in Odessa, betont aber den Unterschied zwischen Fernsehjournalismus und dokumentarischem Filmen. Erfreuliche Konsequenz ihrer Arbeit: Nach Ausstrahlung des Films im heimischen Fernsehen hat eine gemeinnützige Organisation Geld gespendet, um dem verletzten Wadim, der Arm und Bein verloren hat, Prothesen zu ermöglichen – für Marina Zhukovskaya Ansporn, weitere Dokumentationen zu entwickeln. „Vielleicht habe ich falsche Vorstellungen, aber ich hoffe, dass Dokumentarfilme die derzeitige Situation beeinflussen können. So wie *Zeit des Hospitals* etwas Gutes bewirken konnte.“ Und Mykhailo Moskalenko, der für die Episode *Die Mauer* verantwortlich zeichnete, in der er zwei Künstler porträtiert, die ihre Sicht auf den Konflikt mittels Street-Art zeigen, betont noch einmal die ungewöhnliche Zusammensetzung des Projekts: „In der Ukraine gibt es dieses Vorurteil, dass die Menschen im Osten und im Westen des Landes sehr verschieden seien. Bei unserem Film waren Leute aus beiden Teilen beteiligt und wir sind wunderbar miteinander klar gekommen und Freunde geworden.“

Highlights aus Georgien

Neben den aktuellen Dokumentarfilmen zum Russland-Ukraine-Konflikt gab es in der Reihe „Filmen gegen Krieg“ vorab auch mehrere Filme zu sehen, die anschließend eine reguläre Kinoauswertung erhalten haben: *Domino Effekt* etwa, eine Doku aus der zu Georgien gehörenden Region Abchasien, die lediglich von dem mit Georgien in Konflikt stehenden Russland als eigenständig anerkannt wird. Seit den 1990er-Jahren streben die Menschen dort nach Unabhängigkeit. Der Mittfünfziger Rafael, Sportminister Abchasiens, versucht nun, seine Heimat durch die Ausrichtung der Domino-Weltmeisterschaft ein wenig bekannter zu machen. Rafael und seine junge russische Frau Natascha stehen im Mittelpunkt des Films von Elwira Niewiera und Piotr Rosolowski. Dem Charme seiner Protagonisten ist es wohl zu verdanken, dass dieser liebenswürdige kleine Film den Weg in einige Programmkinos gefunden hat.

Freunde des Arthouse-Kinos ebenfalls begeistern dürfte der georgische Spielfilm *Die Maisinsel*, der Ende Mai in Deutschland anlief. Äußerst wortkarg kommen ein alter Mann und seine Enkelin auf einer winzigen Insel an der Grenze zu Abchasien an. Sie errichten eine Hütte und bauen Mais an. Gestört werden sie einzig von patrouillierenden Militärbooten. Regisseur George Ovashvili nimmt sich Zeit, seine Geschichte zu entwickeln und überwältigt den Zuschauer mit famosen Landschaftsaufnahmen.

Eine Nummer größer, aber keineswegs besser ausgefallen ist *The Search (Die Suche)*, der neue Film von Michel Hazanavicius. Dem Regisseur, dessen *The Artist* ihm 2011 zu weltweiter Bekanntheit verholfen hat, stand ein Budget von rund 22 Mio. Euro zur Verfügung. Im Tschetschenien des Jahres 1999 angesiedelt, ist ein kleiner Junge auf sich allein gestellt und auf der Flucht. Eine NGO-Mitarbeiterin nimmt sich seiner an. Beide ahnen nicht, dass die ältere Schwester des Kleinen unterdessen auf der verzweifelten Suche nach ihrem Bruder ist. *The Search* ist das Remake des gleichnamigen Fred-Zinnemann-Films von 1948. Während im Original, das in Deutschland als *Die Gezeichneten* bekannt ist, das verwaiste Kind durch die authentischen Trümmer deutscher Städte lief (gedreht wurde hauptsächlich in Nürnberg), verlegt Hazanavicius die Handlung in den



Domino Effekt



Die Maisinsel



The Search (Die Suche)

zweiten Tschetschenienkrieg. Doch während Zinnemann eine bewegende Geschichte in fast dokumentarisch anmutenden Bildern erzählte, verstrickt sich Hazanavicius in sentimental-überfrachteten Szenen, in einem mit zweieinhalb Stunden viel zu lang geratenen Film.

Zwischen Kiew und Moskau

Noch einmal zurück zum Kern des Programms „Filmen gegen Krieg“, den Konflikt zwischen Russland und der Ukraine. Als Vorab-Präsentation bekam das Wiesbadener Publikum *Kiew/Moskau* zu sehen. Die Dokumentation besteht aus zwei Blöcken, wobei der erste, wie Produzent Pavel Kostomarov es ausdrückt, die „Energie des Prozesses“ verdeutlichen soll. Gemeint ist damit das gleiche Prinzip, das auch *Kiew brennt* verfolgt: Bilder und Eindrücke aus der Zeit Ende 2013 werden unkommentiert aneinandergeschnitten, emotionalisierend, aber mit dem gleichen Ergebnis, dass es manchmal überaus schwer ist, das Gesehene nachvollziehen und einordnen zu können. So sinnvoll diese Methode den Filmemachern auch erscheinen mag: Nach der Rezeption beider Filme muss man letztlich konstatieren, dass die angestrebte Unvoreingenommenheit, mit denen die Bilder auf die Zuschauer wirken sollen, schlicht nicht funktioniert. Eine Einordnung, und sei es mitunter nur eine Bildtafel mit Ort- und Zeitangabe, ist für das Verständnis zwingend notwendig – gerade wenn sich das Geschehen über einen Zeitraum von drei Monaten erstreckt.

Interessanter ist der zweite Teil von *Kiew/Moskau*: eine Gegenüberstellung des Alltagslebens in den beiden Hauptstädten. Dabei werden Vertreter bestimmter Berufsgruppen – Ärzte, Lehrer, Politiker, auch Darsteller, die die Menschen in Bärenkostümen unterhalten – bei der Ausübung ihrer Jobs begleitet. So folgt die Kamera einem Ärzteteam, das zu einem Notfall im Zentrum der Protestaktionen in Kiew gerufen wird. Den gemeldeten Notfall können sie dort nicht finden, doch da sie von dem Kameramann auf ihrem Weg durch die Demonstranten begleitet werden, keimt plötzlich der Verdacht auf, es könnte sich bei ihnen um Spione handeln. Demonstranten setzen die Ärzte und das Kamerateam fest, am Ende landen sie gar in den Abendnachrichten. „Russland und die Ukraine sind

verbrüderte Nationen. Unsere Idee war, Brüder zu zeigen, die keine Brüder mehr sind“, erklärt Kostomarov den Impuls zu *Kiew/Moskau*.

Die Gegenüberstellung von Menschen, die den gleichen Job in zwei Städten machen, wobei sich vor allem das Leben in Kiew radikal geändert hat, ist reizvoll und gelungen. Bleibt einzig zu hoffen, dass Pavel Kostomarov die richtigen Passagen aus seinem Rohschnitt streicht und den Film noch um einiges kürzt. Die Zuschauer würden es ihm fraglos danken. Doch auch bei dieser unfertigen Fassung hat sich gezeigt, wie gut und wie wichtig der Blick auf die Situation in der Ukraine ist, gerade im Rahmen eines Osteuropa-Festivals wie goEast.

Dazu passend neu ins Leben gerufen hat goEast in diesem Jahr das Projekt „Young filmmakers for peace“, bei dem Nachwuchsfilmemacherinnen und -macher aus kriegsrischen Konflikt- und Post-Konfliktregionen Osteuropas nach Wiesbaden eingeladen wurden. Eigens konzipierte Workshops und Masterclasses hatten dabei das Filmemachen unter Bedingungen von gewalttätigen Auseinandersetzungen bzw. das Erzählen über solche Konflikte zum Thema. Zudem wurde das friedensstiftende Potenzial des Mediums Film ausgelotet. Bleibt zu hoffen, dass das Projekt Früchte trägt und die Nachwuchsfilmer in den kommenden Jahren mit eigenen Arbeiten über die Ukraine, Russland und andere Krisenregionen zu goEast und anderen Festivals zurückkehren.



Kiew/Moskau

Jens Dehn arbeitet als freiberuflicher Filmjournalist.



Russisches Fernsehen

Programme zwischen Tradition und Moderne

Polina Roggendorf

Als ich vor vier Jahren von Russland nach Deutschland zog, habe ich mit einer neuen Kultur auch eine andere Fernsehlandschaft kennengelernt. Recht bald habe ich mich gefragt, ob sich die Eigenarten der Mentalitäten auch im Fernsehprogramm widerspiegeln. Ein Gedanke, der mich dazu anregte, meine eigene russische Kultur einmal aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. In diesem Artikel werde ich einen kurzen Überblick über das russische Fernsehprogramm geben und dies in Verbindung zu der russischen Mentalität und deren Besonderheiten setzen.

Begeisterung für Übersinnliches und Zauberei

Es ist kein Geheimnis, dass viele Russen sehr abergläubisch sind. Wir glauben immer noch an Schicksal und Karma, an jenseitige und übernatürliche Kräfte, die uns helfen und von unüberlegten Taten abhalten. Viele sind sich sicher, dass unter uns Magier und Zauberer leben. Respekt und in gewisser Weise auch Angst vor Menschen mit übersinnlichen Fähigkeiten steigern zusätzlich das Interesse an ihnen. In den 1990er-Jahren z. B. haben die berühmten Hypnotiseure Anatoli Kaschpirowski und Allan Chumak das Publikum vor den Fernsehbildschirmen begeistert. Wie gebannt nahmen die Leute jedes Wort auf, glaubten, dass das Wasser durch den Bildschirm aufgeladen werden könne, und hofften, dass dessen heilende Energie von Krankheiten und Gebrechen befreie. Die Sendungen mit Kaschpirowski, Chumak u. a. wurden längst eingestellt und verboten, jedoch ist das Interesse für solche Sendungsarten keineswegs erloschen. Seit dem 25. Februar 2007 wird auf dem Sender TNT *Kampf der Hellseher* (*Bitwa Extrasensow*) mit großem Erfolg (5,9 %*) übertragen. Die Sendung ist im Stil von *Britain's Psychic Challenge* gemacht. Ähnliche TV-Sendungen sind auch in anderen Ländern zu finden, z. B. in den USA (*America's Psychic Challenge*), in Israel (*Kraft*), in Bulgarien (*Wahrsager*), in der Ukraine (*Ukrainischer Kampf der Hellseher*) und in Australien (*The one*).

Um an der Show teilzunehmen, kommen Menschen mit übernatürlichen Kräften aus allen Ecken des Landes. In jeder Folge von *Kampf der Hellseher* müssen die Teilnehmer zwei Aufgaben bewältigen. Eine davon basiert auf Zuschauerbriefen, in denen persönliche tödliche Tragödien geschildert werden. Die Aufgabe der Hellseher ist es, herauszufinden, wer an dem Tod beteiligt war. Eine Jury, in der u. a. auch Angehörige der Verstorbenen sitzen, entscheidet am Ende über den Gewinner der Folge.

Nach dem Erfolg der Sendung startete 2009 ein ähnliches Format mit dem Titel *Hellseher decken auf* (*Extrasensiwedut rassledowanie*; 2,8 %*), ebenfalls beim Sender TNT. Die Teilnehmer sind Finalisten und Gewinner von *Kampf der Hellseher*. Nun konkurrieren sie nicht miteinander, sondern arbeiten paarweise im Team. Ihre Aufgabe ist es, auf Grundlage ihrer Superkräfte der in die Sackgasse geratenen Polizei zu helfen, reale Verbrechen aufzuklären.

Dass Mystik und unerklärliche Phänomene in Russland hoch im Kurs stehen, zeigt sich nicht zuletzt auch darin, dass es seit mehr als 20 Jahren einen eigenen Sender namens TV3 (4,0 %*) für diese Themen gibt.

Astrologie als Hilfe bei der Wahl der Ehepartner

Apropos Aberglaube: Viele Russen glauben an unterschiedliche Zeichen des Schicksals und der Wahrsagerei. Schon im alten Russland haben junge Mädchen, um den

Namen oder den Charakter des zukünftigen Ehemannes zu erfahren, die Wahrsagung mit Kartenlegen, Kaffeesatzlesen, Beobachtung von Kerzenflammen, Lesen von Brotkrusten und sogar mit Katzenstreicheln betrieben. Teilweise haben die Methoden an Relevanz verloren, das moderne Mädchen würde z. B. niemals daran denken, auf die Straße zu rennen, um die Passanten nach dem Namen des zukünftigen Ehemannes zu befragen. Oder Gläser mit Wasser, Honig, Natron und Essig zu füllen, um herauszufinden, ob der Bräutigam sanft, freundlich oder doch besonders streitsüchtig und grob wird. Heutzutage soll die Astrologie helfen, um die Kompatibilität von zwei Menschen herauszufinden.

Von Montag bis Donnerstag wird auf dem Sender Perwija Kanal die von vielen geliebte Sendung *Lass uns heiraten* (*Dawaj pozhenimsya*) ausgestrahlt. Die Zuschauerquoten sind seit der Erstaussstrahlung im Juli 2008 gleichbleibend hoch (3,9 %*). Die Idee der Sendung ist einfach: Eine junge Frau oder ein Mann wählt aus drei Kandidaten einen Partner aus. Dabei helfen ihnen die Moderatoren der Sendung, eine professionelle Heiratsvermittlerin (Kupplerin) und ein Astrologe. Der Astrologe schaut sich Sternzeichen und Mondphasen an, während die Kupplerin die Werte und Lebensprinzipien der jungen Leute vergleicht. In der Regel werden am Ende der Sendung die Aussagen auf die klassischen und konservativen Ansichten über die Rolle von Mann und Frau in der Familie reduziert. Der Mann ist für finanzielle Angelegenheiten und die Frau für Familie und Haushalt zuständig.

Langlebige Formate

Konservatismus gehört zu den Charaktereigenschaften vieler Russen. Obwohl wir uns auch für neue Formate interessieren, werden die meisten Sendungen jahrzehntelang ausgestrahlt. Darunter beispielsweise:

- Seit 1961 die Comedyshow *Klub der Lustigen und Erfindungsreichen* (*Klub weselih i nahodchiwix*), deren Konzept bisher weltweit einzigartig sein dürfte. Studenten und Absolventen von unterschiedlichen Hochschulen konkurrieren miteinander in der Geschicklichkeit der Witzerzählung und Improvisation.
- Seit 1964 die Sendung für die Kleinsten, *Gute Nacht, Kleine* (*Spokojnoj nochi, malish!*), die ihre feste Position im russischen Fernsehprogramm hat und vergleichbar mit dem deutschen *Sandmännchen* ist.
- Seit 1975 die Wissenschaftsshow *Was? Wo? Wann?* (*Chto? Gde? Kogda?*), in der ein Team aus sechs Spielern („Die Experten“) über Brainstorming innerhalb einer Minute nach einer Antwort auf Zuschauerfragen sucht.
- Seit 1990 die Sendung *Feld der Wunder* (*Pole Chudes*), die eine russische Analogie zu der amerikanischen Show *Wheel of Fortune* ist.

Russen schauen gern Wiederholungen von bereits gesendeten Programmen, wie beispielsweise Serien, Comics oder alte sowjetische Filme, deren Texte schon jeder auswendig kann. Erstaunlicherweise bleiben die Zuschauerzahlen stabil hoch. Derzeit kann man z. B. viele Wiederholungen von alten russischen Kriminal- und Detektivserien sehen.

Adaptionen internationaler Formate

Natürlich wurden und werden im russischen Fernsehen auch international erfolgreiche Formate gezeigt. Musikalische Unterhaltungsshow wie *Minute of Fame* (*Minuta slawi*) – das Pendant zur Sendung *Das Supertalent*, oder *Let's dance* (*Tanci so zvezdami*), *The Voice of...* (*Golos*), *The Voice Kids* (*Golos.Deti*), *The Bachelor* und viele andere Sendungen wurden von den russischen Zuschauern begeistert aufgenommen. Viele von den Künstlern werden zu richtigen Superstars, so z. B. eine der ehemaligen Teilnehmerinnen von *Voice of Russia*, die beim Eurovision Song Contest 2013 mit dem Song *What if* den 5. Platz für Russland belegte.

Vor Kurzem endete die 5. Staffel *Russia's Next Topmodel. Internationale Saison* (0,3 %*). Zusätzlich zu den Russinnen kamen Teilnehmerinnen aus der ganzen Welt hinzu, die in Russland geboren sind, aber die meiste Zeit außerhalb gelebt haben. Die Show wurde von vielen mit Vergnügen geschaut, obwohl sie immer noch weit hinter der Popularität der deutschen Sendung *Germany's Next Topmodel* liegt (14,9 %**).

Die momentan starke Kritikwelle an *Germany's Next Topmodel* in Deutschland im Hinblick auf eine vermutete Förderung von Magersucht bei jungen Zuschauerinnen hat interessanterweise in Russland nicht stattgefunden. Dafür bietet aber das russische Fernsehen viele Frauensendungen, die eine klare Idee verfolgen: „Jede Frau kann unabhängig von ihrer Größe, von Alter und Gewicht schön sein.“ Die Diskussionen über Magersucht waren und sind im russischen Fernsehen natürlich auch zu sehen, haben aber keine direkte Verbindung zur *Topmodel*-Show.

Zurzeit kann man die neuen Staffeln aus anderen Ländern wie *Ukraine's Next Topmodel* (0,3 %*) und *America's Next Top Model* (0,3 %*) sehen.

Auch zahlreiche amerikanische TV-Serien haben ihren festen Platz im russischen Fernsehprogramm. Derzeit laufen folgende Serien: *Lie to Me* (*Obmani menya*), *CSI: Vegas* (*CSI: Vegas*), *Sex and the City* (*Sex w bolwom gorode*), *Scrubs* (*Klinika*), *Gossip Girl* (*Spletnica*), *The Vampire Diaries* (*Dnewniki vampira*).

Großer Markt für Realityshows

Jeder von uns zeigt mehr oder weniger Interesse an fremden Schicksalen, vergleicht und bespricht sie mit anderen. Dies liegt im Wesen des Menschen. Aus diesem Grund



T CROSS POLICE LINE DO NOT CROSS POLICE LINE DO NOT CROSS POLICE LINE DO NOT CROSS POLICE LINE DO NOT CROSS POLICE LINE DO NOT CROSS

haben Realityshows gute Einschaltquoten. Sie zählen auch in Russland zu den beliebtesten Unterhaltungssendungen. Der russische Zuschauer hat seit 2001 schon viele verschiedene Realityshows gesehen (von *Big Brother* bis *Letzter Held* – eine Analogie zum deutschen Format *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*).

Eine der Shows wird bereits seit elf Jahren mit besonders großem Erfolg auf dem Sender TNT ausgestrahlt. Mit Recht läuft die Sendung *Haus-2* (Dom; 2,4 %*) mit dem einfachen Slogan „Baue deine Liebe“ unter dem Motto: „Langlebigkeit“. 15 junge Leute (acht Singlefrauen und sieben Singlemänner) sollen zusammen ein Haus und eine Beziehung aufbauen. Diejenigen, die keine Partnerin oder keinen Partner finden, werden durch Abstimmung der Mitspieler „rausgewählt“. An ihre Stelle treten neue „einsame Herzen“. Bisher nahmen mehr als 800 junge Leute aus den unterschiedlichsten Ecken des Landes teil. Viele von ihnen verbrachten bei der Sendung mehr als drei oder vier Jahre, wurden auch außerhalb der Show berühmt und arbeiten mittlerweile bei TV-Sendern. Manche hatten weniger Glück – nach ihrer Teilnahme an der Realityshow landeten sie im Gefängnis oder erhielten eine Bewährungsstrafe wegen Betrugs oder Drogenbesitzes. Sechs von ihnen sind – auch durch Mord – ums Leben gekommen. Eine der Teilnehmerinnen wurde als Pornodarstellerin entlarvt und mit einem Skandal aus der Show geworfen. Die TV-Sendung hat zudem eine eigene Monatszeitschrift (Auflage ca. 750.000 Exemplare), in der Fotos, Klatsch und die aktuellen Ereignisse aus *Haus-2* veröffentlicht werden. Im Handel kann man auch die DVD-Veröffentlichungen der TV-Sendung finden. Außerdem gehen die Teilnehmer regelmäßig auf Tour in unterschiedliche Regionen des Landes.

Es gibt nichts, was die Zuschauer während der elf Jahre nicht gesehen haben: Skandale, Konflikte und Raufereien, Hochzeiten und Scheidungen. Die Sendungen wurden mehrmals wegen übermäßiger Freizügigkeit kritisiert. So haben im Jahr 2005 Mitglieder der Gesundheitskommission zur Sicherung des öffentlichen Gesundheitswesens einen Appell an die russische Generalstaatsanwaltschaft gerichtet, in dem sie die Einstellung der Sendung *Haus-2* und eine Verurteilung der Moderatorin wegen Zuhälterei forderten. Nach dem Wortlaut der Beschwerde wird in der Sendung „systematisches Interesse an Sex geweckt: In der Sendung wurden mehrfach Szenen von Petting und Masturbation demonstriert“***. In dem Schreiben heißt es, dass „auf Grundlage von § 37 des Gesetzes „Über die Massenmedien“ eine solche Art von TV-Sendung nur von 23.00 Uhr bis 04.00 Uhr ausgestrahlt werden darf. Darüber hinaus haben die Mitglieder der Staatsanwaltschaft auf die Tatsache verwiesen, dass am Projekt auch ein minderjähriges Mädchen teilnahm. Nach vielen Auseinandersetzungen wurde die Sendung trotzdem nicht eingestellt, immerhin wurden die Momente mit expliziten Szenen auf die nächtliche Sendezeit verlegt. Der Hauptproduzent äußerte gegenüber der „Russischen Zeitung“, dass keine Kritik an

der Realityshow die Sendung stoppen könne. Er entgegnete, dass die Show lediglich dann eingestellt werde, wenn niemand mehr *Haus-2* schaue.

Emotionen müssen sein

Russen sind voller Widersprüche. Einerseits sind wir bereit, unser Herz einem manchmal völlig unbekanntem Menschen auszuschütten, andererseits fehlt uns oft das Verständnis für Privatsphäre. Das wird auch durch die TV-Formate bestätigt. Das Programm ist voll von Talkshows wie *Reden und zeigen* (*Govorim i pokazivaem*), *Live* (*Pryamoj efir*) und vielen anderen. Hier werden aktuelle und provokative Themen besprochen, beginnend bei den Lücken im Bildungssystem bis hin zu tragischen Geschichten von alleinerziehenden Müttern. All dies geschieht in der Regel mit erhobener Stimme, energischen Gesten und aktiven Meinungsäußerungen. Oft bleiben viele der gestellten Fragen am Ende der Sendezeit immer noch unbeantwortet. Nach den Einschaltquoten ist die Sendung *Lass sie reden* (*Pust' govoryat*) – ein Pendant zu *Jerry Springer* – die unangefochtene Nummer eins (7,2 %*).

Auch dokumentarische Formate haben einen sehr emotionalen und skandalösen Touch. Jedes Thema begleiten sensationelle Bilder, Gerüchte oder Interviews. Zu den beliebtesten zählen *Du glaubst es nicht!* (*Ti ne powerish!*), *Russische Sensationen* (*Russkie sensacii*) und *Neue russische Sensationen* (*Novie russkie sensacii*) über das Leben der Promis, außerdem Dokumentarfilme mit politischen Themen wie *Zentrale Television* (*Zentralnoe televidenie*), *Sonderreporter* (*Spezialnij korrespondent*) und viele andere.

Positive Emotionen in Form von humorvollen Sendungen werden im russischen Fernsehen in hoher Zahl und für jeden Geschmack angeboten. Viele von ihnen sind erst vor Kurzem auf Sendung gegangen und manche haben bereits seit 2005 oder 2009 konsequent hohe Einschaltquoten. Obwohl alle in verschiedenen Formaten von Sketch- bis Castingshows präsentiert werden, basiert der Großteil der Witze auf Selbstironie. Eben diese hilft uns, die Schwierigkeiten des Lebens zu meistern und leichter mit unseren Problemen umzugehen.

Ich selbst schaue mit großem Vergnügen viele russische Programme, entweder in Form von Aufzeichnungen oder live im Internet, die besonderen Lieblinge auch gern wieder und wieder. Nicht weil mich die Sehnsucht nach meiner Heimat packt, sondern weil es meine wahre russische Seele verlangt.

Anmerkungen:

*

Einschaltquote der TV-Programme (TNS, Russland).
Abrufbar unter:
www.tns-global.ru

**

Einschaltquote der TV-Programme (AGF, Deutschland).
Abrufbar unter:
<https://www.agf.de/>

Zeitung „Kommersant“.
Abrufbar unter:
<http://www.kommersant.ru/doc/580114>

Polina Roggendorf ist Psychologin und Doktorandin an der Lomonossow-Universität Moskau. Ihre Themenschwerpunkte sind Online-Risiken, Kinder und Jugendliche im Internet sowie emotionale Intelligenz.



Diskurs statt medialer Aufregung

Internationale Tagung beschäftigt sich mit der Kultur des Diskurses

Die Politikerin Kathrin Senger-Schäfer war im Frühjahr 2015 als Keynote Speakerin auf einer internationalen Konferenz zum Thema „Discourses of Culture – Cultures of Discourse“ eingeladen. Dabei versuchte sie, diskursive Wechselwirkungen zwischen Journalismus und Öffentlichkeit sowie Filmen und deren Bewertungen durch Institutionen wie die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), Politik und Gesellschaft aufzuzeigen. Senger-Schäfer war von 2009 bis 2013 die medienpolitische Sprecherin der Fraktion DIE LINKE im Deutschen Bundestag. Heute arbeitet sie als freie Referentin, Publizistin und Moderatorin. Sie ist zudem langjährige Prüferin bei der FSK und der FSF. *tv diskurs* sprach mit ihr über die Tagung.



Die Konferenz an der Universitätsbibliothek Svetozar Marković in Belgrad wurde im Rahmen des Projekts „DiscourseNet“ veranstaltet. Worum handelt es sich dabei?

Die Gruppe DiscourseNet wurde von Prof. Dr. Johannes Angermüller gegründet und versteht sich als ein interdisziplinäres, internationales Netzwerk von jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus dem Feld der Diskursanalyse. Zu der dreitägigen Konferenz waren 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus mehr als 50 Nationen angereist. Unter ihnen waren Semiotikerinnen und Semiotiker, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus der Soziologie, Politikwissenschaft, Medienwissenschaft und Kulturforschung sowie Journalistinnen und Journalisten; also eine wirklich große Bandbreite. Das Thema „Diskurs und Kultur“ stand im Mittelpunkt der Veranstaltung. Wie sehen Praktiken der Konstruktion sozialer Ordnung aus? Welche Rolle spielen die Massenmedien bei der Realitätsgestaltung und -transformation? Wie gestalten sich die gegenseitigen Beziehungen zwischen Hoch- und Alltagskultur?

Wie wurde der Begriff „Diskurs“ im Rahmen der Tagung definiert?

Eine interessante Frage, denn gleichwohl der Begriff auch in unserer Gesellschaft sehr häufig verwendet wird, wird er sehr unterschiedlich definiert. Im Rahmen dieser Konferenz wurde „Diskurs“ als eine Reihe von Prozessen verstanden, die sowohl etablierte als auch sich verändernde Konventionen transportieren und sich dadurch im Austausch miteinander neu definieren und somit wiederum den kulturellen Raum neu gestalten und definieren. Der Film als Massenmedium war einer der Schwerpunkte der Tagung.

... und auch das Thema Ihres Impulsreferats!

Richtig. Ich habe mich zum einen mit der Frage auseinandergesetzt, inwiefern Filmbewertungen die Wirklichkeit verändern und tatsächlich eine schützende Funktion einnehmen und welcher Sinn sich daraus heute noch in einer Gesellschaft ergibt, in der Kindern und Jugendlichen durch ständig verfügbaren Internetzugang das Betrachten von Filmen, Clips etc. quasi jederzeit möglich wird. Da die Konferenzteilnehmerinnen und -teilnehmer nur sehr marginale Kenntnisse über die deutschen Jugendschutzinstitutionen hatten, war es bereits eine Herausforderung, den Begriff „Filmbewertung“ zu erklären. Sehr schnell wurde hier von „Censorship“ oder „Editing Films“ gesprochen. Zum anderen habe ich gemeinsam mit meinem Koreferenten Dr. Uwe Krüger von der Universität Leipzig versucht, den Einfluss von Journalismus auf den gesellschaftlichen und politischen Diskurs aufzuzeigen.

Welches Beispiel haben Sie dafür gewählt?

Eines meiner Beispiele waren die medialen, gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen nach dem Schulmassaker von Robert Steinhäuser am 26. April 2002 in Erfurt. Hier konnten wir sehr deutlich beobachten, wie die Medien die Situation angeheizt haben. Am 30. April titelte z. B. die „BILD-Zeitung“ mitten im Wahlkampf: Wieviel Amok steckt in meinem Kind? Und so wurde auch aufgrund des medialen Drucks in Rekordgeschwindigkeit schon am 14. Juni 2002 das neue Jugendschutzgesetz (JuSchG) verabschiedet. Jeder, der sich in politischen Kreisen bewegt, weiß nur zu gut, dass Gesetzgebungsverfahren eigentlich eine sehr langwierige Angelegenheit sind. In diesem Fall war es äußerst bedauerlich, dass es einen wirklichen Diskurs gar nicht gegeben hat.

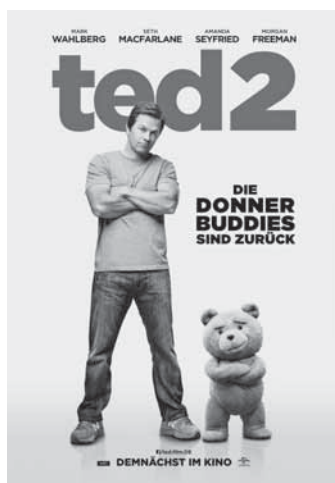
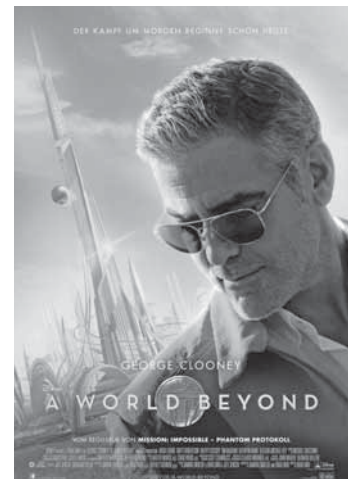
Wie bewerten Sie das, was da passiert ist?

Ich denke, es war einfach ein Wahlkampfthema. Aber man muss dabei auch differenzieren: Gesetzesveränderungen wurden schon lange diskutiert. Aber dass nach dem School Shooting so einseitig und verschärft auf die Medien und vor allem auf Computerspiele eingedroschen wurde, das fand ich verstörend, wenn wir doch von einer Gesellschaft ausgehen, die sich im Diskurs eine Meinung bilden sollte. Zu der kulturpessimistischen Ansicht kam dann auch noch der Ruf der Öffentlichkeit nach schnellen, wirksamen Lösungen, um medialer Gewalt beizukommen. Nur als Randnotiz: Man darf nicht vergessen, dass die Argumentationen der Waffenlobby nicht zurückgewiesen wurden und dass man meines Wissens nach kein verschärfendes Waffengesetz auf den Weg gebracht hat.

Wie könnte man es besser machen?

Es wäre schon viel geholfen, wenn man an der einen oder anderen Stelle weniger aufgeregt reagieren würde, sondern sich die Zeit nähme, Hintergründe und verschiedene Seiten zu beleuchten. Und ich komme auch hier wieder auf den Begriff „Diskurs“ zurück. Wenn wir diesen tatsächlich ernst nehmen, dann wäre es vielleicht lohnenswert, die Diskussionen, die in den hochkarätig besetzten Ausschüssen – etwa bei der FSK, FSF oder BPJM – geführt werden, auch in die Gesellschaft weiterzutragen. Mit einem bloßen Prüfsiegel lässt sich das vielleicht nicht hinreichend bewerkstelligen. Ich könnte mir ergänzend Empfehlungen vorstellen, in denen die Argumente der Ausschüsse kurz zusammengefasst werden. Denn schließlich kristallisiert sich in den Diskussionen der Prüfausschüsse heraus, welche Werte und Konventionen eine Gesellschaft vertritt. Meiner Meinung nach sollten wir also verstärkt darauf hinwirken, die Arbeit der Institutionen in diesem Bereich mehr in die Öffentlichkeit zu bringen und sich damit auch einem gesellschaftlichen Diskurs zu stellen.

Das Interview führte Barbara Weinert.



Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

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

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. John Wick OT: John Wick	16	16	16	15	12	15	15
2. Kingsman: The Secret Service OT: Kingsman: The Secret Service	16	16	16	15	o. A.	15	15
3. Die Bestimmung – Insurgent OT: Insurgent	12	12	14	12 A	o. A.	11	15
4. Run All Night OT: Run All Night	16	16	—	15	o. A.!	15	15
5. Marvel's The Avengers 2: Age of Ultron OT: Avengers: Age of Ultron	12	12	12	12 A	o. A.	11	11
6. Fast & Furious 7 OT: Furious Seven	12	12	14	12 A	o. A.!	11	11
7. Mad Max: Fury Road OT: Mad Max: Fury Road	16	16	16	15	o. A.	15	15
8. A World Beyond OT: Tomorrowland	12	12	16	12 A	o. A.	11	11
9. Jurassic World OT: Jurassic World	12	12	12	12 A	o. A.!	11	11
10. Ted 2 OT: Ted 2	12	12	14	15	—	7	11
11. It Follows OT: It Follows	12	16	16	15	12	—	15
12. Terminator: Genisys OT: Terminator Genisys	12	12	12	12 A	o. A.!	11	11

o. A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied / mit erwachsener Begleitung
 ! = Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen

„Gib mir mal das Blut“

Horrorfilm-Workshop führt Jugendliche an das Medium Film heran

Leere Augen, blutverschmierte Gesichter, panische Schreie – mit *Tal der Toten* bietet das Medienprojekt Wuppertal Jugendlichen die Gelegenheit, einen eigenen Horrorfilm zu produzieren. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Spielerisch und mit Spaß am Schrecken lernen die Teenager, was es heißt, Ideen filmisch umzusetzen.

Jens Dehn

Der Anruf kommt kurz vor der Raststätte Remscheid. „Sind Sie schon da?“ Nein, ich bin noch nicht da, bis Wuppertal sind es noch rund 20 Kilometer. „Das ist gut, der Treffpunkt hat sich geändert. Einige unserer Schauspieler haben verschlafen.“ Na super, denke ich mir. Was will man auch anderes erwarten, an einem Samstagvormittag, bei einem Dreh mit lauter Halbwüchsigen. Die Jugend von heute eben. Keine Disziplin und so. Während im Radio Nicole und Johnny Logan auf das abendliche Finale des Eurovision Song Contests einstimmen, merke ich, dass ich mich wie ein 60-jähriger CDU-Kreistagsabgeordneter anhöre.

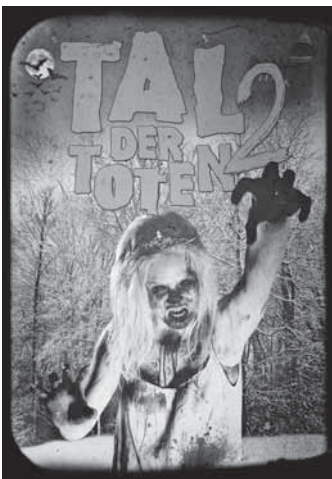
Statt zum eigentlich verabredeten Drehort fahre ich also erst einmal zu den Büroräumen des Medienprojekts Wuppertal. Das Medienprojekt ist die größte Einrichtung für Nachwuchsfilmern in Deutschland. Unter professioneller Anleitung lernen Jugendliche hier, wie man Filme macht. Die Produktivität ist beachtlich: Etwa 130 Filme entstehen jedes Jahr, vom Musikvideo bis zum Experimentalfilm. Hauptsächlich aber Dokumentationen. Vorgaben gibt es in der Regel nicht, die Jugendlichen erzählen Geschichten, die ihnen persönlich nahe sind. Häufig stehen dabei soziale Motive im Zentrum: Migration, Inklusion, Fremdenfeindlichkeit.

Darüber hinaus veranstaltet das Medienprojekt auch regelmäßig Workshops, in denen Gruppen unter Leitung erfahrener Filmern gemeinsam Ideen umsetzen. Im vergangenen Jahr waren unter dem Titel *Tal der Toten* Ju-

gendliche aus der Region dazu aufgerufen, Zombiefilme zu produzieren. Die Ergebnisse – insgesamt neun Filme – wurden vor den Beteiligten, Familien und Freunden in einem Wuppertaler Multiplexkino aufgeführt. Der Erfolg war so groß, dass *Tal der Toten* nun in die zweite Runde geht. Das Thema ist mit „Horrorfilme“ etwas allgemeiner gehalten, doch in manchen Beiträgen spielen Zombies auch diesmal wieder eine Rolle.

Irritationen an der Haltestelle

So kommt es, dass mir schon im Treppenhaus des Medienprojekts die ersten Untoten entgegenkommen. Sie machen sich gerade auf den Weg zur nächsten Haltestelle, um mit dem Linienbus zum Drehort, einer alten Werkshalle, zu fahren. Bei den Passanten in der Wuppertaler Innenstadt ruft das leichte Irritationen hervor. „Es kommt schon vor, dass sich der ein oder andere erschreckt, wenn er die blutverschmierte Kleidung und die Masken der Schauspieler sieht“, schmunzelt Marcel Becker-Neu. „Aber schreiend davongelaufen ist bislang auch noch niemand. Zum Glück.“ Marcel leitet die Gruppe, deren Dreh ich heute begleite. Der 25-Jährige kommt selbst aus Wuppertal und hat früher an vielen Projekten teilgenommen. Mittlerweile studiert er Film an der Fachhochschule in Dortmund. Sein Wissen gibt er mittlerweile in seiner Freizeit an den Nachwuchs weiter.



Tal der Toten 2, Flyer



Dunkles, hartes oder pinkfarbenes Blut ...

Wer sich noch nicht auf den Weg zur Werkshalle gemacht hat, wird geschminkt. Mia ist 16 und hat schon Erfahrung als Maskenbildnerin. „Kannst du mir mal das Blut geben?“, fragt sie ihre Kollegin. „Welches willst du – das dunkle, das harte oder das pinke?“ Mia, die im Film auch eine der Hauptrollen spielen wird, überlegt kurz. „Das harte kommt eigentlich immer gut, das mag ich.“ Hart bedeutet im Fachjargon zäh – und damit eignet es sich besonders gut zum Modellieren. Gekonnt bringt Mia das künstliche Blut auf der Stirn der jungen Schauspielerin auf.

Rund 100 Jugendliche und junge Erwachsene sind dem Aufruf des Medienprojekts einmal mehr gefolgt. Neun Gruppen haben sich daraus gebildet, die wiederum neun Horrorfilme produzieren werden. „Meine“ Gruppe dreht *Die Jagd nach dem grünen Gold*. Das Projekt ist insofern etwas Besonderes und eine Ausnahme, da es die Fortsetzung zu einem

Film aus dem vergangenen Jahr darstellt. *Freunde isst man nicht* war damals einer der Publikumsлюбlinge, da er unter all den Zombieschockern die einzige Komödie war: Eine kleine Gruppe von Freunden frönt darin exzessiv dem Cannabiskonsum und nimmt die draußen stattfindende Zombieapokalypse gleichmütig hin, ohne in Panik zu verfallen. Das Team, das 2014 *Freunde isst man nicht* drehte, hat sich nun also für *Die Jagd nach dem grünen Gold* wieder zusammengefunden. Inhalt der Fortsetzung: Die Freunde sehen sich den Gefahren der Realität ausgesetzt, als ihnen das Marihuana ausgeht. Für Nachschub muss dringend gesorgt werden.

Professionelle Anleitung

„Wenn wir drehen, gibt es einfache Regeln: Wenn ich ‚Bitte‘ sage, läuft die Aufnahme. Und zwar so lange, bis ich ‚Danke‘ sage. Bis dahin

bleibt jeder in der Rolle!“ Im Zeitplan gehörig in Verzug geraten, aber voller Tatendrang, bereitet Marcel Becker-Neu das Team auf die erste Szene des Tages vor: Die Freunde werden in der Werkshalle von Zombies überrascht und müssen fliehen. Die meisten sind zwischen 16 und 18 Jahren alt, einige aber auch über 20. Marcel hat diese Gruppe schon im letzten Jahr betreut. „Das sind Freunde, die sich alle schon lange kennen. Der Einzige, der diesmal neu dazugekommen ist, ist der Michael.“ Der 25-jährige Michael hat eine geistige Behinderung, ist aber voll bei der Sache. „Im Moment ist er noch etwas schüchtern, weil er hier niemanden kennt“, erklärt Marcel. „Aber Michael hat schon häufig bei Filmen des Medienprojekts mitgemacht, auch als Protagonist bei Dokumentationen über Behinderte. Er ist da-beigeblichen und immer noch Feuer und Flamme für unsere Filme.“ Michael ist somit auch ein Beispiel für die gelebte Inklusion, die



Leute, die noch nie etwas miteinander zu tun hatten, stellen gemeinsam etwas Kreatives auf die Beine.

das Medienprojekt verfolgt. Im vergangenen Jahr haben sogar mehrere junge – geistig wie körperlich – behinderte Menschen bei dem Workshop mitgemacht.

„Es war sehr interessant zu sehen, wie übergreifend sich das entwickelt hat. Generell kamen die Teilnehmer aus unterschiedlichen Milieus, das haben wir auch dieses Mal wieder in der Nachbetrachtung als sehr gut empfunden“, erzählt Norbert Weinrowsky, der seit 15 Jahren für das Medienprojekt tätig ist. So gab es zu Beginn des Workshops ein zentrales Treffen, bei dem jeder Interessierte kommen konnte. Einzelpersonen fanden sich ebenso ein wie kleinere Gruppen und auch schon bestehende größere. Eingeteilt wurden die Teams dann relativ spontan, wodurch auch Leute zusammenfanden, die sich vorher noch gar nicht kannten. „Das war mitunter schwierig, andererseits aber auch sehr fruchtend. Leute, die noch nie etwas miteinander zu tun

hatten und die teilweise einen völlig anderen Background haben, finden sich und stellen gemeinsam etwas Kreatives auf die Beine. Das ist von der Konstruktion her wieder sehr gut gelungen.“

Langjährige Erfolgsgeschichte

Das Medienprojekt Wuppertal begann im Jahr 1992, nach zehn Jahren erfolgte die Umstrukturierung in einen Verein. Im Laufe der Zeit hat sich das Projekt einen Namen auch weit über die regionalen Grenzen hinaus gemacht und mehrfach Preise für einzelne Filme gewonnen. Allein im Jahr 2014 wurde der Verein für seinen Film *SchmerzHAFT*, der drei Menschen, die unter chronischen Schmerzen leiden, durch ihren Alltag begleitet, mit dem Schmerpreis des Landes Nordrhein-Westfalen ausgezeichnet. Ebenfalls im vergangenen Jahr verlieh die Stadt Wuppertal ihren Förderpreis an

das Medienprojekt – für die Arbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Bereits vor fünf Jahren erklärte Andreas von Hören, Initiator und Leiter des Medienprojekts, in einem Interview mit der *tv diskurs* die Philosophie seiner Arbeit. Im Zentrum steht dabei in erster Linie der Spaß: „Wir haben [...] keinen pädagogischen, sondern einen künstlerischen Zugang, was uns von vielen anderen unterscheidet. Bei uns arbeiten nur Leute, die Lust auf Film haben. Das ist ganz wichtig. Die Jugendlichen kommen nicht zu uns, weil sie Medienkompetenz erwerben wollen, sondern Medienkompetenz ist bei uns ein Mittel, um einen Film machen zu können.“¹

Dennoch – auch das ist klar – muss bei allem Spaß die Professionalität immer vorhanden sein. Den Jugendlichen ist nicht geholfen, wenn man sie mit der Kamera allein lässt und sie für das Ergebnis ihrer Arbeit am Ende nicht ernst genommen oder gar ausgelacht werden.

Deshalb ist eine gute Betreuung der einzelnen Filmprojekte elementar. Im Falle von *Die Jagd nach dem grünen Gold* ist es also die Aufgabe von Marcel Becker-Neu, ein Auge auf die Gruppe zu haben und Dinge wie eine ordentliche Kamerakadrierung, Ausleuchtung und Continuity zu gewährleisten. Und die jungen Leute ziehen mit: Die atmosphärische Location der Werkshalle ist treffend gewählt, die Masken der Zombies toll und verblüffend echt gestaltet – und sogar Teile der Musik wurden eigens von einem Teilnehmer komponiert. Simon N'golo Zerbo studiert eigentlich Musikwissenschaft in Bonn, hilft aber beim Workshop auch noch als Tonangler aus und spielt im Film einen Schamanen.

„Mit Tabuisierung wäre nichts gewonnen“

Doch ein Zombiefilm, in dem die Protagonisten dauerbekifft herumlaufen – ist das pädagogisch wertvoll? „Das Falscheste, das man machen kann, ist doch, eine Vermeidungsstrategie zu fahren“, hält Norbert Weinrowsky dagegen. Der Medienpädagoge weiß, dass gerade Zombies und das Horrorgenre im Allgemeinen bei Jugendlichen sehr angesagt sind. „Genres, die Jugendliche besonders ansprechen, komplett auszublenden, wäre da der falsche Weg. Teenager und junge Erwachsene begeistern sich für Horrorfilme, aber in der Regel konsumieren sie nur. Selbst etwas in dem Bereich zu machen und sich kreativ auszuprobieren, ist eine wichtige Sache. Von daher gehen wir das offensiv an. Wir machen es aber auch mit einer klaren FSK 16-Vorgabe.“ „FSK 16“ bedeutet nicht nur, dass alle Teilnehmer ein Mindestalter von 16 Jahren haben müssen, sondern auch, dass bei der Film Premiere darauf geachtet wird, dass im Publikum keine Zuschauer sind, deren Alter unter dieser Grenze liegt. „Auch mit einer Tabuisierung des Drogenkonsums wäre nichts gewonnen“, führt Weinrowsky weiter aus. „Jugendliche kiffen nun mal. Das im medienpädagogischen Rahmen komplett auszublenden, ist nicht richtig. Indem es thematisiert wird, setzen sich Teenager jedoch viel eher damit auseinander.“

Tatsächlich fällt auf, mit welcher Akribie und Ernsthaftigkeit sich die Teilnehmer des Workshops ihren Filmen hingeben. Besprochen werden die Abläufe gemeinschaftlich, jeder hilft jedem beim Auf- und Abbau des Sets. Auch Michael fühlt sich mittlerweile sichtlich wohl in der Gruppe. Seine grüne Baseball-

mütze möchte er jedoch auch als Zombie nicht abnehmen: „Die ist mein Markenzeichen!“ Während ich meine Sachen packe und mich auf den Rückweg mache, höre ich auf dem Weg zum Auto im Hintergrund noch Anweisungen für die Tonaufnahme: „So, und jetzt müsst ihr sabbern und röcheln. Fast schon kotzen!“ Ein halbes Dutzend Untoter sabbert, röchelt und kotzt fast schon – ganz wie gewünscht.

600 Premierengäste

Das Ergebnis der Arbeit dieser und aller anderen Gruppen war dann bei der Premiere am 9. Juni 2015 vor 600 Gästen im größten Saal des Wuppertaler Multiplexkinos zu sehen. Freunde

natürlich, Geschwister, Eltern und auch Großeltern waren gekommen. Der Applaus nach jedem einzelnen der jeweils rund zehnminütigen Filme war laut und anhaltend. „Für die Jugendlichen ist dieser Premierenabend etwas ganz Wichtiges“, sagt Norbert Weinrowsky. „Sie sind alle sehr stolz auf ihre Arbeit und in diesem Rahmen werden sie entsprechend gewürdigt.“ Negative Reaktionen gab es in der Tat keine einzige, wenngleich die Qualität der Arbeiten doch variiert. Einen Vertrieb der Filme wird es voraussichtlich nicht geben. Dafür sind der Markt und die Nachfrage zu gering, erklärt Weinrowsky. Doch werden die Verantwortlichen beim Medienprojekt einzelne Beiträge zu Festivals einreichen.²



Bei allem Spaß – die Professionalität muss vorhanden sein

Anmerkungen:

1
Weinert, B./Hören, A. v.:
„Reflektiere dich selbst!“
Die künstlerische und
pädagogische Arbeit des
Medienprojekts Wuppertal.
In: tv diskurs, Ausgabe 54,
4/2010, S. 12–15

2
Wer sich selbst ins Tal der
Toten begeben möchte, kann
dies online tun: Alle Filme
des diesjährigen Workshops
sind über den YouTube-Kanal
des Medienprojekts Wuppertal
abrufbar:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLLS5BG3HZ71AkXJECLOK12WiyIqU86ag>

Jens Dehn arbeitet als
freiberuflicher Filmjournalist.



Neue (alte) Erwartungen an Kinderfilm und -fernsehen

Das Deutsche Kinder-Medien-Festival GOLDENER SPATZ 2015

Barbara Felsmann

140 Film- und Fernsehbeiträge aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit einer Lauflänge von insgesamt 73 Stunden und 16 Minuten wurden diesmal für das Festival GOLDENER SPATZ eingereicht. Drei Auswahlkommissionen nominierten aus diesem Fundus 37 Produktionen für den Wettbewerb. Ein großes Pensum, das die Kinderjury Kino-TV sowie die Jury des MDR-Rundfunkrates zu sichten hatte, und – zusammen mit dem Informationsprogramm, in dem fünf Kinder- und vier Jugendfilme präsentiert wurden – ein umfangreiches Angebot für das Publikum. Die Zahlen sind Erfolg versprechend. Doch was genau bedeutet Erfolg in unserer gegenwärtigen Kinderfilm- und -fernsehlandschaft? Um dieser Frage nachzugehen, stellte Festivalleiterin Margret Albers den diesjährigen GOLDENEN SPATZEN unter das Motto: „Erfolg und seine Geheimnisse“. Sie regte an, dies in den täglichen Gesprächen mit den Filmemachern und im traditionellen Fachgespräch zum Festivalabschluss zu diskutieren.

„Dass ein Kind, dessen Mutter vor kurzer Zeit gestorben war, endlich weinen und seiner Trauer Ausdruck geben konnte, als es meinen Film sah, war für mich ein großer Erfolg“, meinte Regisseur Nino Jacusso, dessen schweizerisch-kanadische Koproduktion *SHANA – The Wolf's Music* in der Wettbewerbskategorie „Kino-/Fernsehfilm“ lief. Im Mittelpunkt seines Films, der auf Federica De Cescos Roman *Shana, das Wolfsmädchen* basiert, steht ein zwölfjähriges Indianermädchen, das in einem Reservat in der kanadischen Provinz British Columbia lebt und nicht über den Tod seiner Mutter hinwegkommt. Jeden Tag schreibt Shana der Verstorbenen einen Brief und hängt ihn in den mit Amuletten geschmückten Ahnenbaum – in der Hoffnung, eine Botschaft von ihr zu erhalten. Doch umsonst. Nur ab und zu hat sie das Gefühl, dass sie von einem weißen Wolf beobachtet wird. So zieht sich Shana immer mehr zurück und schwänzt sogar die Schule. Bis eine neue Lehrerin ins Dorf kommt, die selbst indigener Herkunft ist und die spirituellen Traditionen versteht und

nutzt, um dem Mädchen aus seiner Isolation herauszuhelfen und es zu befähigen, seinen eigenen Weg zu gehen. Mit *SHANA – The Wolf's Music* ist Nino Jacusso ein beeindruckendes, emotionales Coming-of-Age-Drama gelungen, das nicht nur wunderschön fotografiert ist, sondern auch durch seine spirituelle Stimmung und seine universelle Botschaft fasziniert. Gedreht im Reservat Lower Nicola Indian Band LNIB in British Columbia und ausnahmslos mit Darstellerinnen und Darstellern aus dem Volk der Scw'exmx besetzt, wirkt dieser Film bemerkenswert authentisch und zieht Kinder wie Erwachsene in seinen Bann. Das honorierten die 24 Jurykinder mit der Vergabe des GOLDENEN SPATZEN für den besten Kino-/Fernsehfilm und des damit verbundenen Sonderpreises der Thüringer Staatskanzlei für Regie an Nino Jacusso wie aber auch die Jury des MDR-Rundfunkrates mit ihrem Preis für das beste Drehbuch.

SHANA – The Wolf's Music



Originäre Stoffe sind immer noch „Mangelware“

Fast alle nominierten Produktionen in der Kategorie „Kino-/Fernsehfilm“ haben literarische Vorlagen – ob die recht überzogen komische, slapstickartig inszenierte Komödie *Doktor Proktors Puspulver* nach dem gleichnamigen Buch von Jo Nesbø, die konventionelle Abenteuergeschichte *Fünf Freunde 3* von Regisseur Mike Marzuk, die Märchenverfilmung für die ARD, *Von einem, der auszog, das Fürchten zu lernen*, mit dem Jungstar Tim Oliver Schultz in der Hauptrolle oder der zweite Teil der geplanten „Rico-und-Oskar“-Trilogie, *Rico, Oskar und das Herzgebrenne*, nach dem gleichnamigen Kinderbuch des preisgekrönten Autors Andreas Steinhöfel. Seine Romane sind für ihre Vielschichtigkeit, für soziale wie psychologische Genauigkeit, für eine besondere innere Spannung und intelligenten Witz bekannt. Dies alles in eine filmische Sprache umzusetzen, ist Regisseur Wolfgang Groos wunderbar gelungen.

Dass Literaturadaptionen im Kinderfilm so beliebt sind, hat auch viel mit dem Markt zu tun. Populäre Buchvorlagen, so hofft die Film- und Fernsehbranche, locken die Familien in die Kinos und vor die „Glötze“. „Der Markt ist ein Monster, das die Kreativität einschränkt“, sagte einer der Diskutanten in den Filmgesprächen. Und von vielen Filmemachern wurde betont, dass derzeit der Mut fehle, neue, innovative Wege zu gehen, dass auf Erfolgsrezepte gebaut werde, dass die ökonomischen Zwänge die künstlerischen Ansprüche „zurechtbiegen“. Das „Schielen“ nach Zuschauerzahlen und Einschaltquoten behindert auch die Entwicklung von originären Stoffen für Kinder. Um sie zu fördern, hat sich die Initiative „Der besondere Kinderfilm“ gegründet. Mit *Winnetous Sohn* wurde eines der Projekte aus dem ersten Jahrgang 2013/2014 beim Festival vorgestellt. Der Film erzählt von einem übergewichtigen, hellblonden Jungen mit Brille, der sich in den Kopf gesetzt hat, bei den Karl-May-Festspielen in Wolfitz die Rolle des Häuptlingssohnes zu übernehmen

Rico, Oskar und das Herzgebreche



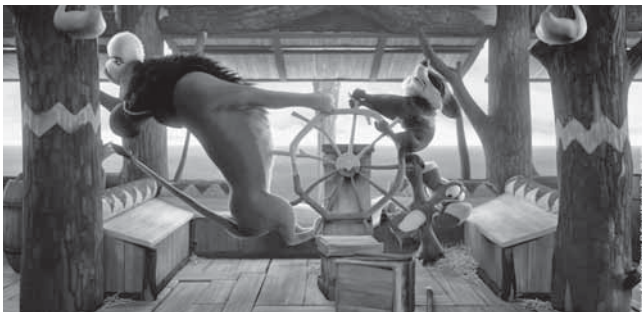
und damit zugleich die Ehe seiner Eltern zu retten. Ein toller Ansatz, der reichlich Potenzial hat, um eine echte Bewährungsprobe eines Kindes zu erzählen. Doch in der Realisation (Regie: André Erkau) bleibt dieser Film zugunsten vieler Gags nur an der Oberfläche und wirkt unglaubwürdig. Weder die Erwachsenen noch die anderen Kinder sind echte Partner bzw. Gegner für den Außenseiterjungen, wirklichen Herausforderungen muss er sich nicht stellen. Produziert wurde *Winnetous Sohn* von der Kinderfilm GmbH in Koproduktion mit dem ZDF und dem KiKA.

Alltagsnähe und Erfolg im Kinderfilm

Die Erfurter Kinderfilm GmbH brachte 2003 zusammen mit dem MDR den Kinderfilm *Wer küsst schon einen Leguan?* heraus, der 2005 beim GOLDENEN SPATZEN gleich mit drei Preisen ausgezeichnet und in diesem Jahr beim Festival in der „Ausgrabung“

präsentiert wurde. Das Drehbuch stammt von Michael Demuth, damals ein „Newcomer“, und erzählt die Geschichte des 13-jährigen Tobias, der in schwierigen sozialen und familiären Verhältnissen lebt und seinen neuen Nachbarn Max, einen Serienautor, als seinen Vater ausgibt. Als dann auch noch seine Mutter bei einem Autounfall ums Leben kommt, ist Tobias mehr denn je auf Max fixiert. 17 Jahre nach seiner Entstehung bewegt dieser Film nach wie vor die Zuschauer, weil er an der Realität anknüpft und trotz eines positiven Endes nichts beschönigt oder glatt bügelt. So wischten sich nach den Vorstellungen nicht nur die Kinder und Erwachsenen verschämt die Tränen weg, sondern auch die eingeladenen Filmemacher. Im anschließenden Publikumsgespräch meinte Regisseurin Karola Hattop, dass ihr die Tränen aus zwei Gründen gekommen seien: weil der Film so berührend sei, aber auch, weil sie seitdem nie wieder solch ein wunderbares, realistisches Drehbuch für ein Kinderpublikum angeboten bekommen habe. Bei *Wer küsst schon einen Leguan?*

Fußballfloskeln
 Oops! Die Arche ist weg...
 Weil ick mich so freue (v. o. n. u.)



haben die „Entscheider“ und die Filmemacher nicht an Einschaltquoten gedacht, sondern sich mutig für eine erzählenswerte Geschichte eingesetzt. Übrigens mit dem Ergebnis, dass der Film dann bei seiner Erstaussstrahlung im Abendprogramm der ARD 4,4 Mio. Zuschauer erreichte und heute noch regelmäßig im KiKA gezeigt wird. Ein Fazit der Diskussionen um die Geheimnisse des Erfolgs bei Kinderfilm und -fernsehen war die Feststellung, dass eine gute ökonomische Basis dafür in Deutschland geschaffen wurde und trotzdem ein Denken in formatierten Strukturen die Regel ist. „Aber wenn wir uns nicht bewegen, kann das implodieren“, wurde gemahnt und gefordert: „Wir brauchen wieder mehr Mut zu ungewöhnlichen Formen und Inhalten, mehr Nähe zur Alltagswelt, sprich: zu den inneren Spannungsverhältnissen im Alltag!“ Dem ist eigentlich nichts mehr hinzuzufügen!

Barbara Felsmann ist freie Journalistin mit dem Schwerpunkt „Kinder- und Jugendfilm“ sowie Autorin von dokumentarischer Literatur und Rundfunk-Features.



Die Preise des Deutschen Kinder-Medien-Festivals GOLDENER SPATZ 2015

KINDERJURY KINO-TV

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Kino-/Fernsehfilm“:
SHANA – The Wolf's Music
 von Nino Jacusso
 (Schweiz, Kanada 2014)

GOLDENER SPATZ für Beste/r Darsteller/in:

Isolda Dychauk für die Rolle der Prinzessin in
Von einem, der auszog, das Fürchten zu lernen
 von Tobias Wiemann
 (Deutschland 2014)

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Serie/Reihe“:
Binny und der Geist: Auf's Pferd gekommen
 von Nico Zingelmann
 (Deutschland 2014)

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Animation“:
Oops! Die Arche ist weg...
 von Toby Genkel
 (Deutschland, Luxemburg, Belgien, Irland 2014)

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Information/Dokumentation“:
Schau in meine Welt!: AMANDA und das Land am Ende der Straße
 von Agnes Lisa Wegner
 (Deutschland 2014)

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Unterhaltung“:
Fußballfloskeln
 von Jörn Hintzer und Jakob Hüfner
 (Deutschland 2014)

GOLDENER SPATZ in der Kategorie

„Minis“:
Weil ick mich so freue
 von Bernhard Lütke
 (Deutschland 2014)

MDR-RUNDEUNKRAT

Preis des MDR-Rundfunkrates für das beste

Drehbuch:
SHANA – The Wolf's Music
 von Nino Jacusso
 (Schweiz, Kanada 2014)

WEBJURY

GOLDENER SPATZ für die beste Webseite:

Thema Natur:
www.abenteuerer-regenwald.de

GAMEJURY

GOLDENER SPATZ für das beste

IndieGame4Kids:
Imagine Earth

Ausnahmezustand

Unser Umgang mit medialen Darstellungen von Krisen und Katastrophen

Die modernen Medien, insbesondere Fernsehen und Internet, beliefern uns nahezu live mit Informationen aus allen Winkeln dieser Erde. Während das Fernsehen oft noch eine Zeit braucht, um über Reporter aus Krisenregionen oder Katastrophengebieten zu verfügen, sind im Internet bald mit Mobiltelefonen gefilmte Aufnahmen zu sehen. Wie gehen wir aber mit dieser Fülle von Informationen um? Welche Ereignisse erreichen unsere Gefühle und wie schaffen wir es, Nachrichten über Tausende von Menschen, die über Nacht durch ein Erdbeben fernab unserer Lebenswelt unter qualvollen Bedingungen gestorben sind, zu verarbeiten? Wird unsere Empathie überstrapaziert oder stumpfen wir bei der Vielzahl solcher Meldungen ab?

Die mediale Aufmerksamkeit angesichts des Absturzes der Germanwings-Maschine am 24. März 2015 machte eindrucksvoll deutlich, wie die betreffende Nachricht unsere Nation für ein paar Tage zusammenschweißt hat. Kaum ein Politiker war in der Lage, einfach zur Tagesordnung überzugehen. Wer nicht wenigstens einige Worte der Trauer übrig hatte, galt als herzlos. Die fernen Krisen der Welt waren vergessen, es ging nur noch darum, dieses unfassbare Ereignis zu verarbeiten.

Einige Politiker ließen sich mit Sondermaschinen über den Unglücksort fliegen und berichteten den Fernsehsendern

von ihren Eindrücken zu den Bildern des Schreckens. Einen erkennbaren Nutzen hatten diese Schilderungen nicht, aber sie symbolisierten den kollektiven Schock und das gemeinsame Trauern. In *Brennpunkt*-Sendungen und Talkshows spekulierten Experten über die Ursache des Unfalls. Sie lagen alle falsch. Das wurde klar, als uns die unfassbare Nachricht erreichte: Es gab keinen technischen Fehler, der depressive Kopilot hatte die Maschine absichtlich gegen den Berg prallen lassen. Bald gab es medienethische Diskussionen: Ab wann und unter welchen Umständen darf man den vollen Namen des vermeintlichen Täters veröffentlichen? Die Mehrheit meinte: Man darf! Schließlich war er als Verursacher der Katastrophe von öffentlichem Interesse. Allerdings ist und bleibt fraglich, ob das auch für die Veröffentlichung von Bildern gilt, die z. B. das Elternhaus des jungen Mannes zeigen. Auch ohne eine solche Stigmatisierung werden die Eltern des Kopiloten genug Leid zu ertragen haben. Welche unterschiedlichen Funktionen kann die mediale Berichterstattung haben? Ist sie reiner Selbstzweck oder fördert sie unser Engagement? Kann sie dazu beitragen, Voraussetzungen zu schaffen, um solche Katastrophen in Zukunft zu verhindern? Außerdem: Wie helfen uns die Medien, unser Mitgefühl und unsere Trauer zu verarbeiten und wie sehen Trauerrituale in unserer heutigen Zeit überhaupt aus? All diesen Fragen widmet sich die aktuelle Ausgabe der *tv diskurs*.



Von der Todesanzeige bis Facebook

Trauerkultur und Medien gestern und heute

Norbert Fischer

Die Trauer- und Erinnerungskultur befindet sich derzeit in einem grundlegenden Umbruch. Klassische Schauplätze – wie der Friedhof – verlieren zunehmend an Bedeutung. Umgekehrt spielt der öffentliche Raum eine immer wichtigere Rolle. Dies gilt einerseits für den realen, andererseits für den digitalen Raum. Historisch kannte die Trauerkultur unterschiedliche Medien – von der Traueranzeige in der Tageszeitung über inszenierte Begräbnisse in Film und Fernsehen bis zu Facebook. Diese Medien haben sich maßgeblich auf Praktiken und Kommunikation von Trauer ausgewirkt.

Über Facebook, digitale Traueranzeigen und virtuelle Friedhöfe

Die Kulturwissenschaftlerin Sabine Schaper untersuchte jüngst am Beispiel eines tödlich verunglückten Jugendlichen die Praktiken der Trauer- und Erinnerungskultur auf dessen Facebook-Profil. Als Akteure traten sowohl die Kernfamilie als auch der Freundeskreis auf. Bedeutsam waren vor allem die hohe Zahl der Anteilnehmenden User, die Vielfalt der kulturellen Muster und die kommunikativen Beziehungen untereinander. Als bemerkenswert zeigte sich darüber hinaus die relative Langlebigkeit der auf Facebook vollzogenen Trauerbekundungen – nämlich über mehrere Jahre hinweg. Sie geschahen im Übrigen parallel zu den klassischen Formen der Trauer vor Ort: von der Leichenaufbahrung und Trauerfeier über die Beisetzung auf dem lokalen Friedhof, Grabgestaltung bis hin zu weiteren öffentlichen Trauerformen wie einer schulischen Gedenkfeier. Insgesamt zeigt sich, dass digitale Praktiken die klassischen Formen der Trauer- und Erinnerungskultur nicht aufheben, sondern um neue Dimensionen erweitern. In diese Richtung verweist auch die Studie von Katrin Gebert über *Erinnerungskultur im Internetzeitalter* aus dem Jahr 2009.

Überhaupt spielt der digitale Bereich für Trauer eine immer größere Rolle. Auch Traueranzeigen in der Tagespresse werden seit einigen Jahren immer häufiger digital veröffentlicht. Hier erweitert sich gegenüber der gedruckten Todesanzeige die Kommunikationsrichtung, denn online können – gegen entsprechendes Entgelt – digitale „Kerzen“ angezündet oder private Trauerbekundungen veröffentlicht werden.

Bereits seit den 1990er-Jahren sind sogenannte virtuelle Friedhöfe und digitale Gedenkseiten bekannt. Nicht selten ähneln sie in der Gestaltung klassischen Grabmälern, gleichwohl bieten sie ausgefeiltere Möglichkeiten der Trauer. Manche Einträge umfassen seitenlange (Lebens-) Geschichten, persönliche Dokumente wie Tagebuchaufzeichnungen, Fotos, Videos, Musik, Erinnerungsobjekte. Die Möglichkeit, elektronische Botschaften zu hinterlassen, erinnert an die Kieselsteine, mit denen die Besucher jüdischer Friedhöfe den Toten ihre Reverenz erweisen. In ihrer Gesamtheit werden die Gedenkseiten mit einer riesigen labyrinthischen Erinnerungsstätte verglichen, in deren bisweilen mehreren tausend Einträgen man beliebig „spazieren“ kann. Jenseits dieser privaten Gedenkseiten gibt es auch solche für berühmte Verstorbene sowie kollektive Erinnerungsseiten, z. B. von Selbsthilfegruppen wie den Verwaisten Eltern und trauernden Geschwistern in Deutschland e. V. (VEID). Es sei nicht versäumt, darauf hinzuweisen, dass auch virtuelle Tierfriedhöfe zunehmend an Beliebtheit gewinnen.

Allgemein präsentiert sich die Trauerkultur des frühen 21. Jahrhunderts als multidimensionaler Ausdruck

neuer wie auch traditioneller Elemente. Der neue Umgang mit dem Tod hat zum „Bestattungsritual im Übergang“ (Corina Caduff) geführt. Es zeigt sich in der Auflösung traditioneller Rituale bei gleichzeitiger Entfaltung neuer Muster. Entstanden sind Patchworkzeremonien, in denen selbstbestimmte Elemente einen höheren Stellenwert als zuvor gewinnen. Die zeremoniellen Abläufe können ein persönlich gestaltetes und angelegtes Totenkleid umfassen, die Bemalung des Sarges, eigene Reden und eigene musikalische Darbietungen. Insgesamt steigt der Anteil individueller, d. h. nicht ritualisierter Elemente, die Hinterbliebenen greifen aktiv in die Gestaltung ein. Gleichwohl werden weiterhin grundlegende Elemente der Bestattung institutionell organisiert (Bestatter, Trauerredner u. a.).

Populäre Trauer in Film und Fernsehen

Das Bild vom Tod wird seit Jahrzehnten weniger durch primäre persönliche Erfahrungen – biografisch wird man häufig erst mit dem 40. Lebensjahr oder später mit dem ersten Todesfall in der eigenen Familie konfrontiert – als vielmehr durch mediale Vermittlung geprägt. Ist der Tod im privaten Alltagsleben faktisch weitgehend abwesend, so erscheint hingegen seine Präsenz in den Medien fast übermächtig. Dem Rückgang der biografischen, primären Todeserfahrung steht also die Präsenz des über die Medien vermittelten sekundären Todes gegenüber.

Wie die Ethnologin Wilma Kiener in ihrer Studie über *Todesrituale in Spielfilmen* (Berlin 2012) feststellt, gibt es in Bezug auf den Tod stets wiederkehrende filmische Situationen, Gesten und Mimiken im Umgang mit Tod und Trauer. In Komödien beispielsweise ist der „gute Tod“, wenig verwunderlich, gleichzusetzen mit dem komischen Tod. So spielen der – nicht selten mit Hindernis-

»Das Bild vom Tod wird seit Jahrzehnten weniger durch primäre persönliche Erfahrungen als vielmehr durch mediale Vermittlung geprägt.«

31.08.1997

Bei einem Autounfall in Paris sterben Lady Diana, ihr Freund Dodi Al-Fayed und der Chauffeur Henri Paul. Dieser hatte in alkoholisiertem Zustand versucht, Paparazzi abzuhängen.

sen verbundene – Leichentransport und die Leichenbeseitigung, aber auch das Wiederauftauchen der Leiche eine herausragende Rolle. In Dramen wird der Tod zum gesellschaftlichen Skandal, von Pathos geladene Abschiedsszenen stehen im Mittelpunkt. In Actionfilmen spielen sowohl der plötzliche, gewaltsame Tod als auch die massenhafte Verwendung und der rituelle Gebrauch von Waffen, insbesondere Gewehren, eine zentrale Rolle.

Auch im Fernsehen erscheint der Tod als der Tod des anderen. In den meisten Fällen ist es ein gewaltsamer Tod durch Verbrechen oder Katastrophen. Dieses mediale Bild vom Tod hat tendenziell jene traditionellen Verhaltensmuster und Rituale abgelöst, die auf konkreten sozialen Kontakten, beispielsweise innerhalb einer Familie oder Kirchengemeinde, beruhten. So sehr dies einerseits negative Auswirkungen für die gesellschaftliche Verankerung von Trauer haben kann, so hat sich andererseits durch den Einfluss der Medien auch eine neue Offenheit gegenüber Tod und Trauer entwickelt. Dies liegt weniger an der filmischen Darstellung des Sujets als vielmehr an dem Interesse von Fernsehanstalten an öffentlich inszenierten Trauerfeiern, namentlich für Prominente. Dies wurde im weltweiten Maßstab durch die medienwirksam inszenierte Trauer um die tödlich verunglückte Prinzessin Diana im Jahr 1997 deutlich. Der Kult um den Tod von Lady Diana ist nicht zuletzt Indiz für ein gesellschaftliches Bedürfnis nach offen vorzeigbarer Trauer. Insofern kann die öffentliche Trauer um Diana wie auch andere Prominente eine katalysatorische Funktion ausüben: Sie wirkt wie ein Ventil, das es breiten Kreisen ermöglicht, Gefühle von Trauer und Schmerz öffentlich zu zeigen. Im Übrigen dokumentiert die Aufmerksamkeit, die diesem einzelnen Todesfall gewidmet wurde, die weltweit zentrale Rolle des Fernsehens für die öffentliche Inszenierung von Trauer – die nicht nur bei Prominenten-, sondern auch bei Staatsbegräbnissen deutlich wird.

Wie immer diese, ja auch unter dem Aspekt der Kommerzialisierung zu betrachtende Entwicklung bewertet wird: Die zunehmende Öffentlichkeit von Trauer verhindert immerhin, dass weiterhin von einer „Verdrängung“ des Todes gesprochen wird. Zugleich werden Elemente und Versatzstücke dieser „populären Trauer“ – als Pendant zu populärer Musik oder Literatur – auch in privaten Trauerfeiern verwendet.

Public Mourning: Trauer im öffentlichen Raum

Es zählt zu den markanten, augenfälligen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, dass Friedhof und Grab nicht mehr alleiniger Schauplatz von Trauer und Gedenken sind. Im Gegenteil: Die Trauer wandert zunehmend ab in den öffentlichen Raum der Straßen und Plätze. Die bekanntesten Beispiele für dieses in der Kulturwissenschaft als Public Mourning bekannt gewordene Phäno-

»Die zunehmende Öffentlichkeit von Trauer verhindert immerhin, dass weiterhin von einer ›Verdrängung‹ des Todes gesprochen wird.«

men sind jene Unfallkreuze, die nach einem tödlichen Verkehrsunfall von Hinterbliebenen aufgestellt werden. Mit ihnen wird Trauer und Gedenken direkt am Schauplatz der Tragödie materialisiert – zumindest für eine gewisse Zeit und in ausdrücklich provisorischer Form. Diese Unfallkreuze sind ein kreativer Akt der Trauer- und Erinnerungsarbeit im Straßenraum, der wie nur wenig anderes die mobile Gesellschaft repräsentiert. Trauer und Erinnerung werden Teil des öffentlichen Raumes mit einem lokalen oder auch regionalen Radius.

Diese öffentlichen Orte temporärer Trauer bilden eine relativ junge Form alltäglicher Erinnerungskultur. In Deutschland sind sie seit den 1980er-Jahren bekannt. Sie stehen historisch in der Tradition der Sühnekreuze und Marterln. Trauer und Gedenken werden am Schauplatz des Geschehens symbolisch verdichtet. Der an sich private Ort der Trauer bezieht aus dem vorbeifließenden Verkehr eine überlokale Reichweite. Mit ihrer symbolischen verkörpern sie auch eine hohe emotionale Bedeutung, weil sie sowohl individuelle Orte der Trauer und Erinnerung sind, als auch eine öffentliche Mahnung an die Lebenden darstellen.

Eine besondere Form des Public Mourning bilden die Gedenkstätten für verstorbene Prominente. Ein bekanntes Beispiel ist das Memorial für den am 25. Juni 2009 verstorbenen Popmusiker Michael Jackson in München. Zu diesem Zweck wurde ein bereits bestehendes Denkmal auf dem Promenadenplatz vor jenem Hotel, in dem der Star in München gelegentlich abstieg, umfunktionierte. Betreut von einer über Facebook organisierten Gruppe sogenannter „Denkmal-Feen“, wird die Gedenkstätte regelmäßig gepflegt und mit neuen Erinnerungsrelikten versehen. Der Eindruck der Verwahrlosung soll vermieden werden. Die Stadtverwaltung München hat diese Umfunktionierung des öffentlichen Raumes toleriert.

Ein anderes Beispiel betrifft den am 10. November 2009 durch Freitod aus dem Leben geschiedenen Fußballtorwart und Nationalspieler Robert Enke. Hier verwandelte sich der Bereich um das Stadion seines letzten

Vereins Hannover 96 in der Zeit nach dem Tod in eine riesige provisorische Gedenkstätte. Immer wieder kamen Menschen zusammen, um dem toten Torwart zu gedenken. Später wurde in diesem Bereich eine Straße nach Robert Enke benannt.

Säkularisierung und neue Multireligiosität

Seit dem späten 19. Jahrhundert ist die Bedeutung christlicher Traditionen für die Trauerkultur zurückgegangen. Die Einführung der von den christlichen Kirchen teils vehement abgelehnten Feuerbestattung und die Kommunalisierung des zuvor noch häufig in kirchlicher Hand befindlichen Begräbniswesens bildeten hier Zäsuren. Im Umfeld der Arbeiterbewegung gewannen weltliche und teilweise explizit sozialistische Trauerfeiern zunehmend an Boden. Heute sind in deutschen Großstädten freie, d. h. nicht geistliche Trauerredner an teilweise über der Hälfte aller Bestattungen beteiligt.

Neue Formen einer privaten säkularen Bestattungskultur wurden nach dem Zweiten Weltkrieg in der ehemaligen DDR massiv beschleunigt. Die weltliche oder „Personen“-Rede sollte den Verstorbenen als Angehörigen der sozialistischen Gesellschaft würdigen. Ab Mitte der 1970er-Jahre wurde die säkulare Bestattungskultur in der DDR endgültig vorherrschend. Für die Geschichte der Bestattungskultur bemerkenswert ist u. a. die frühe Einführung von Urnengemeinschaftsanlagen. Sie wurde – ebenso wie die Feuerbestattung allgemein – aus ideologischen Gründen gefördert, weil sie der staatssozialistischen Vorstellung einer gleichen Bestattung für alle entgegenkam. Generell wurde eine Reduzierung aller feierlich-rituellen Elemente begünstigt. „Zweckrationales Handeln“ und „sachliche Funktionalität“ bestimmten die Bestattungskultur der DDR, wie die Volkskundlerin Jane Redlin in ihrer 2009 publizierte Studie über *Säkulare Totenrituale. Totenehrung, Staatsbegräbnis und private Bestattung in der DDR* analysiert.

Insgesamt, so schreibt die Kulturwissenschaftlerin Julia Schäfer in ihrer Studie über *Tod und Trauerrituale in der modernen Gesellschaft* (2002), befindet sich „die Trauer- und Bestattungskultur [...] mehr denn je im Umbruch“. Gesellschaftlicher Wandel, Auflösung traditioneller Familienstrukturen und anderer sozialer Verbände (Kirche!) führen auch in der Trauerkultur zum Wandel. Die Entritualisierung zählt zu den bedeutendsten Entwicklungen in der gegenwärtigen Bestattungs- und Trauerkultur.

Jenseits dessen ist es vor allem der gesellschaftliche Einfluss anderer Religionen und Kulturen – wie der moslemischen –, die in Deutschland zur Abkehr von starren Reglements geführt haben. Zu den moslemischen Bestattungszeremonien gehört, dass der Tote durch Familienangehörige rituell gewaschen, in Leinentücher eingewickelt und zum Totengebet aufgebahrt wird. Die rituelle Waschung kann im Krankenhaus, in den Räumen des Bestattungsunternehmens oder auf dem Friedhof vorgenommen werden. Inzwischen werden die entsprechenden Räumlichkeiten auch in Deutschland meist zur Verfügung gestellt. Auch die Beisetzung in Leinentüchern statt des üblicherweise vorgeschriebenen Sarges wird neuerdings gestattet.

Totentänze und Traueranzeigen: ein Blick zurück in die Geschichte

Die Verbindung von Trauer und Medien ist grundsätzlich kein Phänomen der Moderne. Im Übergang vom Mittelalter zur Neuzeit fand das Totengedenken und „Memento mori“ in bildlichen Werken wie Holzschnitten und Kupferstichen seinen Ausdruck. Bekanntestes Beispiel ist die Gattung der Totentänze, die bis heute in gedruckter Form überliefert sind. Diese von Versen unterlegten Bilderzyklen erschienen u. a. aber auch auf Kirchenwänden und in den sogenannten Blockbüchern. Die Totentänze zeigen, wie der Tod unwiderruflich kommt und den Sterbenden abholt – alles Flehen um Aufschub bleibt vergeblich. Grundmotiv war auch hier die Vergänglichkeit. Auch die in der Frühen Neuzeit – zunächst vor allem in protestantischen Regionen – ausführlichen Leichenpredigten sind häufig in gedruckter Form überliefert.

Ein besonderes Element bürgerlicher Trauerkultur bildeten die Todesanzeigen in der Tagespresse – sie sind bis heute ein klassisches Medium öffentlicher Trauer geblieben. Die ersten Todesanzeigen kamen im 18. Jahrhundert auf, als sich allmählich eine immer breitere Presselandschaft entfaltete. Ursprünglich waren sie auch ein Mittel, geschäftliche Veränderungen nach einem Todesfall mitzuteilen. Bereits im späten 18. Jahrhundert kam auch der Ausdruck privaten Schmerzes hinzu. Im Laufe des 19. Jahrhunderts entwickelte sich die Todesanzeige zum heute bekannten Ausdrucksmittel öffentlicher Trauer.

»Die Verbindung von Trauer und Medien ist grundsätzlich kein Phänomen der Moderne.«

Im Allgemeinen unterlag die Trauerkultur im Verlauf der Neuzeit einem Wandel, der mit Begriffen wie „Individualisierung“, „Säkularisierung“ und „Technisierung“ bezeichnet werden kann. Er brachte neue Schauplätze der Trauer hervor: Leichenhallen und Krematorien (neuerdings auch private Trauerhäuser von Bestattungsunternehmen), außerstädtische Friedhöfe und Naturbestattungen.

Bis in die Neuzeit hinein waren die Muster der Trauerkultur vom christlichen Glauben und kirchlichen Institutionen geprägt. Das Christentum hatte die Toten bekanntlich in das Zentrum der Städte geholt, weil es der christliche Glaube erstrebenswert erscheinen ließ, bei den Reliquien bestattet zu werden. So waren Kirche und Kirchhof zum klassischen Ort christlicher Bestattung geworden – entweder als privilegierte Grabstätte im oder direkt am Gotteshaus, zumindest aber auf dem umliegenden Kirchhof. Erstmals im frühen 16. Jahrhundert, dann wieder in einer umfassenden Welle um 1800 wurden die bisher innerstädtischen Begräbnisplätze aus hygienischen und Platzgründen vor die Tore der Städte verlegt.

Im öffentlichen Leichenbegängnis wurde der städtische Raum von Adel und Bürgertum zur Demonstration gesellschaftlichen Prestiges genutzt. Zum äußerlichen Symbol von „Prunk und Pomp fürstlicher Leichenzüge“ wurde der prachtvoll ausgestaltete Leichenwagen. Später kamen andere Formen öffentlicher Begräbnisse hinzu, wie Staatsbegräbnisse einerseits oder sozialdemokratische Trauerfeiern andererseits. Spielte Letzteres besonders im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert eine wichtige Rolle, so hatte sich zu dieser Zeit eine spezifisch bürgerliche Trauerkultur entfaltet. Sie zeigte eine Mischung aus christlichen Traditionen, privater Emotionalität und symbolisch-gesellschaftlicher Repräsentation. Im Mittelpunkt stand dabei die Feier der individuellen Lebensleistung des – meist männlichen – Verstorbenen. Die Rede am offenen Grab, in der das Leben des Verbliebenen noch einmal gefeiert wurde, gewann im 19. Jahrhundert eine bis heute anhaltende Bedeutung. Klassische Orte der Trauer waren das Haus des Verstorbenen mit dem Aufbahrungszimmer, die Kirche und die immer monumentaler gestaltete Grabstätte. Als schmückende Elemente dienten Pflanzen, Leuchter, schwarzer Flor. Sie bildeten eine ebenso speziell bürgerliche Trauersymbolik wie der Blumenschmuck, dessen extensive Verwendung ein charakteristisches Merkmal bürgerlicher Trauer wurde. Bis heute sind Versatzstücke dieser christlich-bürgerlichen Traditionen erhalten geblieben. Allerdings werden sie überformt von jeweils individuellen Elementen, die auf das Leben des oder der Verstorbenen direkt Bezug nehmen. Auf den Friedhöfen entstehen zunehmend themen- oder gruppenspezifische Gemeinschaftsanlagen wie der „Garten der Frauen“ (Ohlsdorfer Friedhof in Hamburg), die – analog zum gesellschaftlichen Wandel

– das klassische Familiengrab überwinden. Darüber hinaus gesellen sich zur Grabstätte auf dem Friedhof zunehmend Formen der Naturbestattung, etwa auf speziell ausgewiesenen Flächen im freien Wald oder auf hoher See. Im Bundesland Bremen ist es sogar seit dem 1. Januar 2015 erlaubt, die Asche von Verstorbenen im eigenen Garten und im öffentlichen Raum – z. B. in Parks – auszustreuen. Welche Auswirkungen dies für die private Trauerkultur hat, bleibt abzuwarten.

Literatur:

Caduff, C.:
Bestattungsritual im Übergang. Zu Mischformen von delegierter und nicht-delegierter Bestattung. In: Stapferhaus Lenzburg (Hrsg.): *Last Minute. Ein Buch zu Sterben und Tod.* Baden 2000², S. 158 – 161

Gebert, K.:
Carina unvergessen: Erinnerungskultur im Internetzeitalter. Marburg 2009

Kiener, W.:
Leben und Sterben bei den Leinwandvölkern. Todesrituale in Spielfilmen. Berlin 2012

Redlin, J.:
Sakulare Totenrituale. Totenehrung, Staatsbegräbnis und private Bestattung in der DDR. Münster u. a. 2009

Schäfer, J.:
Tod und Trauerrituale in der modernen Gesellschaft. Perspektiven einer alternativen Trauerkultur. Stuttgart 2002

Schaper, S.:
Keine Worte! -(.) Zum Umgang mit Tod und Trauer auf Facebook – eine Geschichte aus dem digitalen Zeitalter. In: *Friedhof und Denkmal* 58, 1/2013, S. 14 – 16

Dr. Norbert Fischer ist Kulturhistoriker und Professor an der Universität Hamburg. Er forscht seit rund 30 Jahren zu Geschichte von Tod, Trauer und Erinnerungskultur.



Ist das alles nicht furchtbar?!

Über Nachrichtensendungen, Informationen
und Katastrophenberichterstattung

Gerd Hallenberger

Wenn sich Katastrophen ereignen, etwa Flüsse über die Ufer treten oder Flugzeuge abstürzen, dann stößt die aktuelle Berichterstattung des Fernsehens auf besonders großes Interesse. Sowohl Regel- als auch Sondersendungen erzielen häufig herausragende Zuschauerzahlen. Kommt das Fernsehen dabei lediglich einem Informationsbedürfnis nach oder geht es auch um anderes?

Die aktuelle Berichterstattung des Fernsehens ist ein Programmbereich mit vielen Paradoxien. Zwei der wichtigsten betreffen den Zwang zur Bebilderung: Zum Fernsehen gehören Bilder, falls möglich: bewegte Bilder, das bloße Verlesen von Sprechermeldungen ist allenfalls Notbehelf, Standbilder und Grafiken sind meist nur Ergänzung. Paradox ist dabei erstens, dass sich viele Nachrichtenthemen nur auf Umwegen, mithilfe symbolischer Bilder veranschaulichen lassen. Wie „funktioniert“ Politik? Wir haben uns daran gewöhnt, Orte von Politik, politische Akteure und Rituale als hinreichende Andeutungen zu akzeptieren – Reichstagsgebäude und Plenarsaal beispielsweise repräsentieren die Arbeit des Bundestages; zu Staatsbesuchen gehören Bilder von Flughäfen, roten Teppichen und Ehrenformationen; Inszenierungen symbolischer Arbeit kennzeichnen den Beginn (Spatenstich) oder Abschluss (Band wird mit Schere zerschnitten) großer Bauprojekte. Wie „funktioniert“ Wirtschaft? Welchen Informationswert haben Außenansichten von Fabriken, Bilder von Managern oder anonymen Mitarbeitern, die das Werksgelände betreten oder verlassen, ganz zu schweigen vom ikonografischen Klassiker der 1960er-Jahre, den rauchenden Schornsteinen?

Ein zweites Paradox ist, dass das Fernsehpublikum zwar von aktueller Berichterstattung jeden Tag Überraschendes erwartet, die meisten Nachrichtenthemen aber Nichtüberraschendes zum Gegenstand haben – für die beteiligten Journalistinnen und Journalisten zum Glück. Dass es das betreffende Ereignis geben wird, ist vorher bekannt: Dies gilt beispielsweise für Pressekonferenzen und Staatsbesuche, für die Vorlage von Wirtschaftsgutachten, die Eröffnung von Messen, Flughäfen und Autobahnabschnitten. In anderen Fällen ist zwar vorab nicht bekannt, was passieren wird, aber dass etwas passieren wird und welche Akteure daran beteiligt sind – derzeit besonders gut durch das Thema „Griechenland-Krise“ repräsentiert. Beide Versionen haben einen großen Vorteil: Die Berichterstattung kann vorher geplant werden, die Aufnahmetechnik zur rechten Zeit am rechten Ort sein, um bestmögliche Bild- und Tonqualität zu gewährleisten.

Nachrichten, die keine „Nachrichten“ mehr sind

Zu solchen Paradoxien der Berichterstattung kommen noch weitere – vor allem die Paradoxie, dass das, was wir als Nachrichten kennen, streng genommen kaum noch „Nachrichten“ sind. Laut dem *Deutschen Wörterbuch*, das von den Brüdern Grimm begonnen wurde und dessen erster Band 1854 erschien, meinte das seit dem 17. Jahrhundert bekannte Wort „Nachricht“ zunächst vor allem eine „mittheilung zum darnachrichten“ (*Deutsches Wörterbuch* von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm, Onlineversion). Meldungen, nach denen eigenes Handeln auszurichten ist, kommen in heutigen Nachrichtensendun-

gen nur relativ selten vor. Hin und wieder wird zwar etwa über Änderungen der Steuergesetzgebung oder der Straßenverkehrsordnung informiert, aber es gibt nur ein einziges tägliches Nachrichtenthema, das unmittelbar handlungsrelevant ist: der Wetterbericht. Wenn ich erfahre, dass es in meiner Region morgen regnen wird, tue ich gut daran, einen Regenschirm mitzunehmen, wenn ich aus dem Haus gehe.

Informationen, die mehr als „Informationen“ sind

Mehr als jeder andere Programmbereich steht die aktuelle Berichterstattung des Fernsehens für die Medienfunktion „Information“. Kennzeichnend für die reale Mediennutzungspraxis ist dabei jedoch, dass Informationsangeboten keineswegs nur „Informationen“ entnommen werden – wie auch als solche etikettierte Unterhaltungsangebote nicht nur zu Unterhaltungszwecken verwendet werden. Eher ist davon auszugehen, dass es unabhängig von Etikettierung und Genre zentrale „TV-Erlebnisfaktoren“ gibt. Nach Untersuchungen von Dehm und Storll (vgl. Dehm/Storll 2003) sind dies Emotionalität, Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und Soziales Erleben. Natürlich spielen diese Faktoren je nach Sendung, Genre und individuellen Präferenzen bzw. Nutzungsstilen äußerst unterschiedliche Rollen, aber sie sind nie gegenseitig exklusiv. Auch klassische Informationsangebote können beispielsweise emotionale Erlebnisse ermöglichen (vgl. Dehm/Storll/Beeske 2005, S. 51 f.).

Wo das Fernsehen vordergründig der Informationsvermittlung dient, kann es also auch um weitere und um Prozesse ganz anderer Art gehen, wobei zusätzlich das Gelingen dieser Vermittlung keineswegs sicher ist. Informationen sind „subjektrelational“ (Bentele/Brosius/Jarren 2013, Stichwortartikel: „Information“, S. 122 f.), und wer Nachrichtensendungen aufmerksam verfolgt, muss nicht unbedingt mehr wissen als andere. Besonders gut vermitteln Nachrichtensendungen nicht Informationen, sondern das Gefühl, informiert zu sein (vgl. ebd., Stichwortartikel: „Nachricht“, S. 238 f.).

Und dieses Gefühl ist in einer unübersichtlichen Welt und einer komplexen Lebenswelt, die für jede bzw. jeden von uns situativ und nach aktuell wahrgenommener Rolle ständig wechselnde und immer wieder neue Herausforderungen bereithält, eminent wichtig. Auch wenn wir nicht wissen, wie es weitergeht, wollen wir wenigstens wissen, was los ist. Und sogar, was der DAX macht, obwohl die alltagspraktische Relevanz dieser Informationen für die allermeisten Menschen bei null liegt.

Der Reiz des Katastrophalen

Fernsehnachrichten enthalten zwar viele vorhersehbare Beiträge mit vorhersehbaren Bildern und O-Tönen, wirklich überraschende Meldungen erlangen dadurch aber

einen besonderen Wahrnehmungshintergrund. Abgesehen von kriegerischen Auseinandersetzungen und terroristischen Akten sind es vor allem Katastrophen, die die öffentliche Aufmerksamkeit fesseln: Schiffsunglücke und Flugzeugabstürze, Naturkatastrophen und Amokläufe. Derartige Ereignisse interessieren ein Millionenpublikum, was die Zuschauerzahlen entsprechender Sonder-sendungen wie etwa *ARD-Brennpunkten* zum Thema belegen.

Der Nachrichtenwert der Berichterstattung ist unbestritten, obwohl es sich im ursprünglichen Sinn genau genommen nicht um „Nachrichten“ handelt – wie viele Menschen verzichten nach einem spektakulären Flugzeugabsturz tatsächlich zukünftig auf die Benutzung dieses Verkehrsmittels? Neben dem allgemeinen Wunsch, einfach über das informiert zu sein, was in der Welt geschieht, gibt es eine ganze Reihe weiterer Vermutungen über das große Interesse an Katastrophen und der Berichterstattung darüber.

So gibt es die evolutionspsychologisch begründete These, dass das Informiertsein über mögliche Gefahren einen Überlebensvorteil darstellt, weshalb Nachrichten darüber auf besonders große Aufmerksamkeit stoßen (vgl. Gestmann 2010). In einer Welt, die für viele Menschen von einer als öde empfundenen Routine beherrscht wird, erlauben solche Nachrichten auch, sich selbst spüren zu können (vgl. ebd.) – nicht zuletzt als der Empathie fähiges Wesen, das mit den Opfern mitleidet. Gleichzeitig kann man genießen, dass man selbst ja nicht betroffen ist, also eine risikolose „Angstlust“: „Man nimmt Schrecken wahr, die einem prinzipiell auch selbst drohen könnten“ (Norbert Bolz, zitiert nach Hartwig 2006) – ein seit langem vertrautes Phänomen, waren doch in früheren Jahrhunderten öffentliche Hinrichtungen oft beliebte Spektakel. Hinzu kommen schließlich weitere klassische Motive der Mediennutzung: etwa das Motiv des Kommunikationsanlasses. Man muss informiert sein, damit man mitreden kann, also mit anderen darüber reden.

Katastrophenberichterstattung

In unserer Mediengesellschaft berichten Medien nicht nur über Katastrophen, sie spielen eine Schlüsselrolle bei unserer Wahrnehmung davon, was eine Katastrophe und wie schlimm sie ist (vgl. ebd.). Da unsere Aufmerksamkeit ein knappes Gut ist und medial berichtete große Katastrophen mit hoher Aufmerksamkeit rechnen können, sind für Medien Katastrophen ein wichtiges Gut. Damit lässt sich erklären, dass bei der Katastrophenberichterstattung journalistische Prinzipien auch einmal außer Acht gelassen werden und die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung verschwimmen.

Ein besonders eklatantes Beispiel dafür lieferte im März 2015 der Absturz von Germanwings-Flug 4U 9525 über Südfrankreich. Zunächst wurde noch davon ausge-

gangen, dass es sich dabei um einen „normalen“ Flugzeugabsturz handelte, der auf technisches oder menschliches Versagen zurückzuführen war. Nach kurzer Zeit wurde jedoch offensichtlich, dass der Kopilot den Absturz absichtlich herbeigeführt hatte. So außergewöhnlich das Ereignis war, so umfangreich war auch die Berichterstattung über mehrere Tage – und die bis heute nachhallende Diskussion darüber, was in einem solchen Fall medial zulässig ist. Durfte man den Namen des Kopiloten nennen, als der Ablauf der Ereignisse noch gar nicht klar war? Durfte sein Bild gezeigt werden? Durften Bilder von trauernden Angehörigen (teilweise unverpixelt) gezeigt werden? Eine umfangreiche Aufstellung grenzwertiger journalistischer Leistungen in diesem Fall bietet Mats Schönauer (2015).

Wie viel hat Katastrophenberichterstattung mit der Medienfunktion „Information“ zu tun? Nicht sehr viel, das macht in besonders hohem Maße Germanwings-Flug 4U 9525 deutlich. Viele frühe Beiträge disqualifizieren sich allein dadurch, dass unter „Informationen“ gemeinhin tatsachenbezogene Aussagen verstanden werden, aber schon schnell einfach spekuliert wurde: War es technisches Versagen? War das Flugzeug zu alt? Gab es ein Gewitter? Dem Bebilderungszwang wurde u. a. dadurch nachgekommen, dass Bilder der leeren Flughafenhalle aufgenommen wurden (hier hätten die Passagiere ankommen sollen), später dann vor allem Bilder von Trauernden, Menschen, die Trauernde kannten etc. Zwar weiß der Volksmund, dass ein Bild mehr sagt als tausend Worte, aber was sagen solche Bilder eigentlich? Sie sprechen nicht von Information, sondern von Emotion. Sie laden zu Gefühlen ein und dazu, Gefühle mit anderen zu teilen.

Das Bild des Kopiloten vergrößert unser Wissen über seine Tat nicht, intensiviert aber unser medial induziertes Nacherleben. Auch alle frühen Spekulationen über den Absturzhergang hatten keinerlei Informationswert, erhöhten aber die Erwartungsspannung auf wirkliche Informationen. Teilweise sahen wir hier einfach nur Mediengegenwart im Selbstlauf: Wenn Berichterstattung in (fast) Echtzeit möglich ist, dann müssen auch all die Webseiten und Blogs ständig gefüllt werden – egal, ob es wirkliche Informationen gibt oder nicht (vgl. Bota 2015). Von einer verwandten Logik zeugt auch die Beobachtung, dass die Länge aller Sondersendungen zum Thema erkennbar nicht von der Menge tatsächlicher Informationen, sondern der Bedeutung des Ereignisses bestimmt war (vgl. Niggemeier 2015): Katastrophenberichterstattung braucht nicht unbedingt Informationen, sondern Texte, Bilder und O-Töne.

Bei der Suche nach einer Antwort für die Gründe dieses Phänomens ist Niggemeier auf eine bemerkenswerte Aussage eines Onlineredakteurs gestoßen: „Wir machen so lange weiter und liefern denen, die zum Trauern Nachrichten brauchen, diese Nachrichten“ (zitiert

11.09.2001

Terroristen entführen vier Flugzeuge über dem amerikanischen Luftraum. Die Täter lenken eines in das Pentagon in Arlington und zwei in die Türme des World Trade Centers in New York, die kurz darauf einstürzen. Das vierte Flugzeug zerschellt nach einem Aufstand der Passagiere gegen die Entführer in der Nähe von Shanksville. Bei den Terroranschlägen sterben etwa 3.000 Menschen.

26.04.2002

Am Gutenberg-Gymnasium in Erfurt erschießt ein 19-jähriger ehemaliger Schüler zwölf Lehrer, eine Sekretärin, zwei Schüler und einen Polizisten. Danach tötet er sich selbst.

nach ebd.). Daraus lassen sich zwei Folgerungen ableiten. Erstens: Es geht hier nicht um Journalismus, sondern um Trauerarbeit. Als Konsequenz müssten genau genommen alle Beiträge zum Thema neu und in ganz anderem Licht betrachtet werden – als Angebote für ein medialisiertes Trauererlebnis und nicht als Medieninformation. Zweitens: Die Aussage belegt, dass sich die Semantik des Begriffs „Trauer“ im Vergleich mit traditionellen Konzepten offenbar verändert hat. Nach konventionellem Verständnis setzt „Trauer“ einen tief empfundenen persönlichen Verlust voraus, also persönliche Betroffenheit. Im Falle von Germanwings-Flug 4U 9525 betrifft dies etwa die Angehörigen der Toten, deren Freunde und Verwandten, die Lehrer der Schule in Haltern sowie alle, die die Toten vorher irgendwie gekannt haben. „Kollektive Trauer“ kennt man dagegen auch ohne persönliche Bekanntschaft mit dem oder der Verstorbenen, beispielsweise bei bewunderten politischen Führern (z. B. Martin Luther King oder Nelson Mandela) oder Künstlern (z. B. Whitney Houston oder Michael Jackson).

All diesen Fällen ist gemein, dass die Trauernden auf irgendeine Weise die Betrauten zu Lebzeiten kannten. Wenn der Absturz von Germanwings-Flug 4U 9525 Anlass für „kollektive Trauer“ geworden ist, stellt sich daher unwillkürlich die Frage, wie eine solche Trauer möglich ist, wenn man die Toten nicht gekannt hat, ja bis zum Flugzeugabsturz noch nicht einmal von ihrer Existenz gewusst hat – was auf mehr als 99,9 % des Medienpublikums zutrifft. Die Frage ist spannend, nicht leicht zu beantworten und lädt zur Spekulation ein: Geht es um medial induzierte Ersatztrauer auf sicherem Terrain, also einem Feld, auf dem echter persönlicher Verlust nicht zu erwarten ist? Handelt es sich um eine Reaktion auf den Umstand, dass der reale, der nicht medialisierte Tod in unserer Gesellschaft weitgehend ausgeblendet wird? Im öffentlichen Raum gestorben wird schließlich vor allem im Fernsehkrimi – und doch wissen wir alle um die Endlichkeit unserer Existenz.

Die Vermutung liegt nahe, dass es bei der Berichterstattung letztlich um Unterhaltung geht, wenn man auch einen Katastrophenfilm als „Unterhaltung“ akzeptiert. Selbst fiktionales Leiden und fiktionales Sterben können zu Tränen rühren – und vor diesem Hintergrund ist Katastrophenberichterstattung heute nicht zuletzt ein Angebot, an einem „Real-Life-Drama“ in Echtzeit zu partizipieren.

Literatur:

Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O. (Hrsg.):

Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2013²

Bota, A.:

Germanwings-Absturz:

Immer auf Sendung.

In: ZEIT-Online vom 27.03.2015.

Abrufbar unter:

<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschichte/2015-03/medien-berichterstattung-germanwings-flugzeugabsturz> (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Dehm, U./Storil, D.:

TV-Erlebnismomente.

In: Media Perspektiven, 9/2003, S. 425 – 433

Dehm, U./Storil, D./

Beeske, S.:

Die Erlebnisqualität von Fernsehsendungen.

In: Media Perspektiven, 2/2005, S. 50 – 60

Gestmann, M.:

Medienpsychologie:

Bad news are good news.

In: Perspektive Mittelstand vom 19.01.2010.

Abrufbar unter:

<http://www.perspektive-mittelstand.de/Medienpsychologie-Bad-news-are-good-news/managementwissen/3159.html> (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Grimm, J./Grimm, W.:

Deutsches Wörterbuch.

Onlineversion.

Abrufbar unter:

<http://dwb.uni-trier.de/de/> (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Hartwig, M.:

Wenn die Dämme brechen –

Katastrophen und Öffentlich-

lichkeit. In: Deutschland-

radio Kultur, Zeitfragen vom

30.01.2006 (Manuskript).

Abrufbar unter:

<http://www.deutschlandradiokultur.de/manuskript-wenn-die-damme-brechen-media.2f91a2832bc2f589ca3d2427abef10e0.rtf> (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Niggemeier, S.:

Nach dem Germanwings-

Absturz: Jeder ist ein

Medienkritiker. InFAZ-NET

vom 29.03.2015.

Abrufbar unter:

http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/germanwings-absturz-jeder-ist-ein-medienkritiker-13511170.html?printPagedArticle=true&pageIndex_2 (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Schönauer, M.:

Absturz des Journalismus.

In: BILDblog vom

25.03.2015.

Abrufbar unter:

<http://www.bildblog.de/63665/absturz-des-journalismus/> (letzter Zugriff: 17.06.2015)

Dr. phil. habil. Gerd Hallenberger forscht als freiberuflicher Medienwissenschaftler über Fernsehunterhaltung, allgemeine Medienentwicklung und Populärkultur. Er lehrt an verschiedenen Universitäten und ist Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Ökonomie der Krisen- wahrnehmung

Wie Zuschauer auf Kriegs- und Katastrophenberichte reagieren

Die heutige Kommunikationstechnik schafft eine neue Vielfalt von Wissen und Eindrücken, die bei der Konstruktion unseres Weltbildes eine Rolle spielt. Ob Erdbeben mit ihren zahllosen Opfern, deren Schicksal wir fast zeitgleich am Fernseher verfolgen können, oder die unerklärlich grausamen und menschenverachtenden Handlungen des IS im Nahen Osten oder auch die Not der Griechen in ihrem vermutlich drohenden Staatsbankrott: Krisen und Katastrophen konkurrieren um unsere Aufmerksamkeit, unsere Hilfsbereitschaft oder unser Engagement. Aber wie viele grausame Nachrichten können wir ertragen? Und lassen uns die Medien allein, wenn wir die Fülle an negativen Nachrichten verarbeiten müssen? *tv diskurs* sprach darüber mit Dr. Jürgen Grimm, Professor am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, der seit mehr als 15 Jahren zu Wirkungen von Kriegs- und Katastrophenberichten forscht.

Ein großer Teil der Nachrichten besteht aus Berichten über Katastrophen, Unfälle, Kriege, Hungersnöte und Vertreibungen. Warum so negativ?

Der angebliche Negativismus der Medien wird immer beklagt und den Zuschauern unterstellt, sich am Negativen zu verlustieren. Aus evolutionsbiologischer Sicht ist die Attraktivität der Schreckensnachricht als ein Bestreben nach Überleben zu erklären. Dahinter steckt keine Lust am Negativen, sondern der Wunsch, das Negative zu überwinden. Wenn ich mich als Mensch oder Tier in Gefahrensituationen nicht am möglichen negativen Szenario orientiere, werde ich schnell aufgefressen. Also bringt uns eine Wahrnehmungsgesetzmäßigkeit dazu, auf Gefahren besonders zu achten. In der Mediengesellschaft zeigt sich das daran, dass Gefahrenaspekte einen erheblichen Raum innerhalb der gesamten Berichterstattung einnehmen, übrigens nicht nur in den Nachrichtenmedien, sondern auch in der Unterhaltung.

Menschen, die bei Unfällen stehen bleiben und hinschauen, werden gerne als „Gaffer“ bezeichnet. Warum wird das Hinschauen von vielen negativ bewertet?

Das hat etwas damit zu tun, wie wir auf negative Szenarien körperlich reagieren. Wir sehen z. B. einen Unfall mit Verletzten und unsere Empathie führt dazu, die Schmerzen des Opfers am eigenen Leib zu spüren. Das ist unangenehm und deshalb versucht man, das negative Gefühl loszuwerden. Wenn ich Unfallarzt bin, könnte ich versuchen, dem Verletzten einen Verband anzulegen. Dadurch wird einerseits der Anblick erträglicher, aber es wird ihm auch praktisch geholfen. Als Laie kann ich das Verfahren auch abkürzen und einfach wegschauen und den Kontakt mit Opfern, wo immer es geht, vermeiden. Im Grunde hat es etwas damit zu tun, wie wir mit Angst umgehen: Wir können uns entweder mit dem Schrecklichen konfrontieren, um informiert und gerüstet zu sein für Ereignisse, die uns selbst widerfahren. Oder wir bevorzugen die Vogel-Strauß-Variante, machen die Augen zu und lassen angstmachende Stimuli nicht an uns heran. Eine konfrontative Art der Angstbewältigung führt nun dazu, dass Menschen bei einem Unfall stehen bleiben und, wie es kritisch heißt, zum „Gaffer“ werden. Es gibt jedoch genügend Menschen, die kein Blut sehen können und deshalb in solchen Situationen die Flucht ergreifen. Moralischer sind sie deshalb nicht.

Menschen gehen also mit Katastrophen unterschiedlich um, je nach Angstbewältigungsstil. Wie wirkt sich das beim Fernsehen aus?

Zwei Drittel des Publikums sind stärker an Nachrichten über Ereignisse mit Bedrohungscharakter interessiert als am übrigen Nachrichtengeschehen. Medienpsychologen nennen solche Zuschauer Sensitizer, da sie sich offensiv mit dem Schrecklichen auseinandersetzen. Ein Drittel nimmt Katastrophenmeldungen im Rahmen der ganzen Bandbreite des Weltgeschehens zur Kenntnis, wobei sie einen Teil ihrer Schärfe verlieren. Das sind die Moderierer, bei denen sich Sensitizer und „schwache“ Represser mischen. Die „starken“ Represser vermeiden Nachrichten und Katastrophenberichte grundsätzlich. Sie gehen angstmachenden Informationen aus dem Weg. Man wird morgen operiert, ist schon im Krankenhaus, man legt klassische Musik auf und hält einen kleinen Plausch mit dem Arzt, aber ohne in die Details zu gehen. Der andere Patient will auch mit dem Doktor



sprechen, aber macht keinen Small Talk, sondern lässt sich die Operation haarklein erklären. Der erste Patient wäre ein Represser, der zweite ein Sensitizer, der mit offensivem informationsorientiertem Verhalten auf angstmachende Situationen reagiert. Das erklärt, warum es immer wieder Klagen darüber gibt, dass in der Zeitung oder im Fernsehen so viel Negatives vorkommt: Es sind die Represser, die Katastrophennachrichten einfach schwer aushalten und gegen negative Bilderfluten protestieren. Den Sensitizern helfen hingegen die Katastrophenberichte bei der Angstbewältigung. Für die Nachrichtenproduzenten ist es schwer, alle Gruppen gleichermaßen zu bedienen.

Ist es überhaupt möglich, dass Medien auf die unterschiedlichen Formen der Angstverarbeitung im Publikum angemessen reagieren?

Die meisten Menschen verfügen zumindest im Ansatz über beide Techniken der Angstbewältigung. Zuweilen wandeln sich Sensitizer zu Repressern, wenn ihnen die bedrohlichen Nachrichten dann doch zu viel werden. Auch können Represser ein gewisses Maß an Bedrohungsinformation tolerieren, wenn am Ende das Gute siegt und alle wieder glücklich sind. Die Quadratur des Kreises bei der Krisenberichterstattung ist sicherlich nicht der Kommunikationsverzicht, sondern die Wahl von Darstellungsformen, die keine Gruppe ausschließt: indem man etwa allzu Schlimmes weglässt, das notwendig Negative moderiert und, wenn möglich, mit einer Lösungsperspektive versieht.

Inwiefern tragen Medien zur Bewältigung von Krisen bei? Oder sind Medien doch eher „Trittbrettfahrer“ krisenhafter Ereignisse?

Nach der Nachrichtenwerttheorie haben Ereignisse dann eine erhöhte Chance, berichtet und vom Publikum wahrgenommen zu werden, wenn sie mehrere Nachrichtenfaktoren bündeln: z. B. Negativität, Nähe, Überraschung und Bedrohungsgrad. Wichtig ist aber auch, dass man es für notwendig und möglich hält, etwas gegen solche negativen, nahen und überraschenden Ereignisse zu tun bzw. die Wiederholung ähnlicher Ereignisse in der Zukunft zu verhindern. Insofern liegt in der Krisenberichterstattung eine gewisse praktische Rationalität. Wir sollen dadurch handlungsfähig werden, um mit Krisen umzugehen. Dem sind natürlich objektive Grenzen gesetzt – individuell und kollektiv. Daher müssen wir zugleich versuchen, unsere Emotionen den Realitäten anzupassen und dysfunktionale Gefühle wie Panikreaktionen zu kontrollieren. Dem entspricht die emotionale Rationalität der Krisenberichterstattung. Auf beiden Ebenen – der praktischen Handlungsebene und der subjektiven Gefühlsebene – können Medien zur Krisenbewältigung beitragen. Eine Garantie

für funktionale Krisenberichterstattung haben wir freilich nicht. Dort, wo eingegriffen wird, kann jederzeit auch falsch eingegriffen werden. Dort, wo Gefühle angeregt werden, kann dies missbräuchlich oder desorientierend geschehen. Im Fall der Schweinegrippe ging es darum, das Risiko einer Infektion einzudämmen. Aus Angst entstand Aktionismus, und es wurden Millionen von Impfdosen produziert, die letztlich niemand brauchte. In diesem Fall kann man sehr schön sehen, wie aus der Fokussierung der Medienberichterstattung ein Problembewusstsein und sodann ein Handlungsdruck für die Politik entstand, der aber letztlich zu einer Fehlinvestition führte. Der mediengemachte Handlungsdruck ist eben manchmal vernünftig und ziel führend, manchmal aber auch überzogen.

Im Falle der Germanwings-Katastrophe hat sich Deutschland tagelang in einem Schockzustand befunden. Vor Kurzem stürzte in Indonesien ein Flugzeug mit über 100 Menschen an Bord in ein Wohngebiet. Das hat uns aber relativ kaltgelassen. Gibt es eine Wahrnehmungsökonomie, nach der wir die Relevanz von Katastrophen für uns sortieren?

Bis zu einem gewissen Grad schon. Eine grundlegende Wahrnehmungsregel betrifft den Grad der Betroffenheit. Bei der Germanwings-Katastrophe können wir uns als Deutsche eher vorstellen, in diesem Flieger gesessen zu haben als in der indonesischen Maschine. Auch die Absturzstelle in den Alpen ist für jeden, der regelmäßig nach Mallorca fliegt, ein Begriff. Indonesien erscheint hingegen fern. Die erste Regel zur Katastrophenverarbeitung lautet: Es wird eher vernachlässigt, was weiter weg ist – man lässt das an sich heran, was einen selbst betreffen könnte.

Gibt es weitere Faktoren, die die Selektion bei der Krisenwahrnehmung beeinflussen?

Ja, z. B. das Gefühlsmanagement aufseiten der Zuschauer. Wenn mir Medienberichte helfen, meine Gefühle in Krisensituationen zu kontrollieren oder traumatische Erfahrungen zu verarbeiten, nehmen wir diese gerne in Anspruch. Das ist die zweite Regel der Wahrnehmungsökonomie bei Katastrophenberichten. Im Falle des Germanwings-Absturzes ging es vor allem um Trauerarbeit. Den Verlust von so vielen Menschen auf einen Schlag muss man erst einmal verkraften. Dies gilt für die Angehörigen der Opfer, aber auch für diejenigen, die an der Trauerarbeit symbolisch partizipieren. Wenn ich durch Empathie an der Trauer von Menschen mit Verlusterfahrung teilhabe, dann erschüttert es mich zweifellos. Aber zugleich erfahre ich im geteilten Leid auch eine Tröstung, die zu erinnern mir bei unausweichlich eigenen Verlusterfahrungen helfen kann.

Es ist nicht sehr sympathisch, aber es ist die erste spontane Frage, die wir uns nach einer Katastrophenmeldung stellen: Kann mir das auch passieren und wie wahrscheinlich ist es?

Das ist richtig, allerdings nicht nur in dem Sinne, dass ich es mir in der Phantasie für mich selbst als möglich oder gar wahrscheinlich vorstelle. Vielmehr geht es darum, ob ich meine, durch Handeln diese Gefahr beseitigen zu können. Ich kann ja tatsächlich entscheiden, ob ich überhaupt fliege, welche Fluggesellschaft ich wähle etc. Es wird häufig unterschätzt, dass die Möglichkeit, praktisch mit der Bedrohung umzugehen, ganz wesentlich die Art des Umgangs mit Katastrophenmeldungen determiniert. Das umfasst mehr als ein Kalkül der Auftretenswahrscheinlichkeit im eigenen Umfeld. Die dritte ökonomische Regel der Katastrophenverarbeitung ist daher: Wenn ich nichts tun kann, dann bleibt mir nur die Verdrängung oder Selbstbeschwichtigung! Bei der Ebolaepidemie im letzten Jahr in Afrika war das Echo angesichts der doch sehr alarmierenden Berichte erstaunlich verhalten. Afrika ist nicht allzu weit weg und moderne Verkehrstechniken und Flüchtlingsströme sorgen für einen regen Austausch von Personen. Ich erkläre die Zurückhaltung bei der Berichterstattung damit, dass viele Menschen in Mitteleuropa keine Möglichkeit sahen, hier einzugreifen. Nur wenige deutsche Ärzte setzten sich der Gefahr aus und haben sich im Krisengebiet engagiert. Man hat an der Bewunderung für diese Menschen erkannt, dass die Tendenz der meisten anderen dahin ging, sich zu verstecken. Dieses Virus erschien einfach zu „unheimlich“. Viele konnten sich nicht vorstellen, wie man ihm durch rationales Handeln beikommen kann.

Bei den Anschlägen vom 11. September 2001 in New York hatten wir, ähnlich wie bei der Germanwings-Katastrophe 2015, viele Sondersendungen, die meist allerdings ohne jede neue Information waren. Gehört zur Krisenbewältigung nicht auch ein bestimmtes Maß an Information und journalistischen Fakten?

Man könnte auch den Golfkrieg 1991 anführen, bei dem erstmals das Frühstückfernsehen eingeführt und rund um die Uhr live über ein Kriegsgeschehen berichtet wurde. Da war nicht alles gesättigt mit journalistisch hochwertiger Information, sondern es herrschte viel Leerlauf. Und trotzdem ist es exzessiv betrieben worden und die Einschaltquoten sind in die Höhe gegangen. Warum? Offenbar hilft es auch dann, wenn wir bereits die wesentlichen Neuigkeiten erfahren haben, sich zu vergewissern, dass wir weiter gemeinsam rezipieren. Wir bilden als Fernsehzuschauer quasi eine Leidens- und Notgemeinschaft, die uns das Gefühl vermittelt,

einer großen Bedrohung nicht allein und schutzlos ausgeliefert zu sein. Genau das ist eine Information, die uns hilft, die Fakten der Krise zur Kenntnis zu nehmen. Als „emotionale Information“ hilft sie außerdem, unsere Gefühle mit der Situation zu arrangieren. Zuweilen rücken die Fakteninformationen gegenüber der emotionalen Informierung in den Hintergrund. Die Fakten können aber auch selbst zum Vehikel emotionaler Informierung werden.

Können Sie das näher erläutern? Wie funktioniert das Zusammenspiel von Fakteninformation und Emotion genau?

Nehmen wir das aktuelle Beispiel der Griechenland-Krise, bei der die „journalistische Information“ und die „emotionale Information“ interagieren. Hätte man hier nicht eine mediale Gemeinschaft rund um Sondersendungen und Internetforen gebildet, wäre das Griechenland-Bashing in Deutschland vielleicht nicht so aus dem Ruder gelaufen, die Angst vor den Folgen der Euro-Krise dafür umso mehr. Eine wachsende Schar von Nachrichten-Jägern folgte gebannt jeder Ankündigung erneuerter und verschobener Deadlines im Krisenkarussell. Man darf das nicht voreilig pathologisieren, auch wenn bei manchen Griechenland-Junkies das Alltagsleben empfindlich gestört wurde (ich weiß, wovon ich spreche). Scheinbar leerlaufende Informationsexzesse können durchaus einer versteckten Rationalität folgen, trotz aller Redundanzen und Wiederholungen. Das gilt auch für die Akteure in Brüssel, die sich in einer langen Kette von Eurogruppen-Sitzungen und Gipfeltreffen in immer gleichen Ritualen fehlender Verständigung und Vertagung ergingen. Wenn ich einer starken Bedrohung ausgesetzt bin und nicht sofort weiß, wie ich sie lösen kann, ist es sinnvoll, zusammenzurücken, abzuwarten und Informationen zu sammeln – wenn nötig, eben Tag und Nacht. Dies hindert uns zunächst daran, die Krise zu ignorieren, und es hilft, ein nachträgliches böses Erwachen zu vermeiden. Überdies vermögen es detaillierte Fakteninformationen, komplexes Denken zu begünstigen und unbedachtes Handeln zu erschweren.

Gibt es auch Momente der Überforderung, was die Menge und Intensität der Katastrophenmeldungen angeht? Wann fangen wir an, diese zu vermeiden?

Im Grunde ganz schnell. Die Frage ist nur, auf welchem Weg dies geschieht: Vermeidung der Angst oder Vermeidung der Bedrohung, die die Angst auslöst. In Medienwirkungsuntersuchungen haben wir festgestellt, dass nach dem Anschauen von Gewaltbildern in Nachrichten oder Horrorfilmen die Menschen versuchen, ihre Empathie einzuschränken. Der Grund ist: Opferdarstel-

lungen verursachen bei den Beobachtern Einfühlungsstress; die Not des anderen wird am eigenen Körper miterlebt – und darauf reagieren wir zunächst einmal mit Aversion. Wie dann der Einfühlungsstress weiter verarbeitet wird, hängt davon ab, ob ich einen Weg sehe, durch praktisches Handeln Abhilfe zu schaffen – z. B. durch eine Geldspende für Bürgerkriegsflüchtlinge –, oder ob ich mich darauf beschränke, meine unkomfortable Gefühlslage zu korrigieren, indem ich den sinnlichen Kontakt mit den Opfern meide. Zur kategorischen Ablehnung von Kriegs- und Krisenberichten kann es kommen, wenn die Handlungspotenziale der Rezipienten überstrapaziert werden und ein Gefühl der Ohnmacht entsteht. Dies tritt ein, wenn Opferbilder Zuschauer in ihrem moralischen Engagement überfordern, etwa angesichts des misanthropischen Eindrucks, den extreme Gräueltaten hinterlassen. Es gibt aber auch individuelle Dispositionen, die es Menschen verunmöglichen, sich mit starken Angststimuli zu konfrontieren, weil diese sie in einen unkontrollierbaren Erregungszustand versetzen.

Erinnern wir uns an den Bürgerkrieg in Ruanda, einen der brutalsten Konflikte nach dem Zweiten Weltkrieg. Der Krieg wurde sowohl medial als auch von der Bevölkerung relativ wenig wahrgenommen.

Es gibt verschiedene Gründe, um sich mit einem Disaster intensiv oder weniger intensiv zu beschäftigen. Im Fall von Ruanda könnte Unverständnis für die Zusammenhänge eine Rolle gespielt haben. Wir wissen einfach nicht viel über dieses Land im Herzen Afrikas. Was ich nicht verstehe, kann ich auch nicht kontrollieren wollen. Allerdings kann das maximal „Unbekannte“ und „Unverständliche“ auch und gerade zur Quelle starker Bedrohungsgefühle werden. Wenn ich z. B. die Grausamkeiten des IS sehe – Kopfab schneiden, Selbstmordattentate, scheinbar wahllose Massenerschießungen –, dann stellt das jede Prognose zivilisierten Handelns auf den Kopf. Das ist etwas, was das Urvertrauen von Menschen zueinander zerstört. Es ist ein Angriff auf die Zivilisation schlechthin, sodass wir sprachlos sind und im Schock zu erstarren drohen. Die Bedrohung durch den IS hat eine ganz andere Qualität als die Bedrohung durch den Konflikt zwischen der Ukraine und Russland, von der man zumindest im Grundsatz glaubt, durch Waffenstillstandsabkommen und Verhandlungen – manche meinen auch durch militärische Muskelspiele der NATO – eine Befriedung herbeiführen zu können. Eine solche Perspektive bietet sich im Kampf mit dem IS nicht. Andererseits lässt sich die Gefahr in diesem Fall weder ignorieren noch verdrängen. Heraus kommt in Europa eine mittlere Berichtsintensität mit vielen inhaltlichen Unsicherheiten. Wir nennen das den Kaninchen-vor-der-Schlange-Effekt!

Weil der Konflikt mit dem IS überhaupt nicht prognostizierbar oder begreifbar ist, weil man gar nicht weiß, worum es genau geht?

Menschen haben seit jeher Kriege geführt. Aber es gab in der Geschichte auch immer eine Tendenz, den Krieg zu „zivilisieren“. Man hat das Völkerrecht geschaffen, man hat versucht, Regeln aufzustellen, sodass man nach kriegerischen Auseinandersetzungen zu einem Friedensschluss kommen konnte. Ohne den Westfälischen Frieden etwa wäre die europäische Zivilisation im Dreißigjährigen Krieg wohl untergegangen. Daher erfand man Prinzipien wie die Nichteinmischung in die Souveränität von Staaten und den humanen Umgang mit Kriegsgefangenen und gegnerischen Offizieren. Schließlich muss man im Krieg an die Zeit nach dem Krieg denken, in der man mit „dem Feind“ zu einem Abkommen gelangen und später auch wieder auskommen muss. Mit diesem minimalen zivilisatorischen Konsens bricht der IS mehrfach: durch Willkür und Zügellosigkeit der Gewalt, Unbedingtheit des Vernichtungswillens, Verzicht auf eine Überlebensperspektive seiner Kämpfer wie auch durch die Zerstörung von Denkmälern früherer Kulturen – gerade so, als ob man dadurch Geschichte auslöschen könnte.

Jeden Tag IS wäre sicherlich deprimierend. Es gibt Kritiker, die bemängeln, dass es zu wenige positive Nachrichten gibt.

Nur noch positive Nachrichten wären genauso furchtbar wie der umgekehrte Fall: nur negative Nachrichten. Wenn durch überlebensrelevante Auslese in der Evolution eine besondere Aufmerksamkeit für negative Nachrichten entstanden ist, heißt das nicht, dass die Menschen an diesen negativen Nachrichten kleben. Nein, sie schauen sich die Katastrophenmeldungen an, immer in der Hoffnung auf Rettung und auf das Happy End. Diese Dramaturgie wird auch in der Unterhaltung reproduziert. Da haben wir am Anfang das Verbrechen oder die Katastrophe und den Helden, der dann am Ende alles wieder in Ordnung bringt. Und natürlich ist es auch in den Nachrichten so. Wir dürfen weder die negativen noch die positiven Nachrichten ausschalten wollen. Würden wir die negativen Nachrichten ausschalten, hätten wir keine Möglichkeit mehr, uns mit den bedrohlichen und problematischen Aspekten der Welt auseinanderzusetzen. Wir würden jede Form eines realistischen Umgangs mit Gefahrensituationen verlieren. Wenn wir aber nur noch negative Informationen in den Medien darstellen, würde daraus umgekehrt ein Weltbild resultieren, das uns in den Nihilismus oder in die absolute Depression triebe. Es würde ebenfalls nicht helfen, die Realitäten und die Herausforderungen des realen Lebens zu bewältigen. Wir brauchen beides, am besten auch noch in einer dramaturgischen Verzahnung. Wir erwarten bei der Katastrophennachricht auch eine positive Meldung: entweder

08.2002

Sintflutartige Regenfälle führen in Deutschland und Teilen Osteuropas zu einer Hochwasserkatastrophe. Städte und Dörfer werden zerstört, es entstehen Schäden in Milliardenhöhe. Besonders schwer betroffen ist das Bundesland Sachsen. Es sterben 22 Menschen, Zehntausende verlieren ihr Hab und Gut.

26.12.2004

Nach einem Erdbeben im Indischen Ozean erreicht ein Tsunami die asiatischen Küstenregionen. Mehr als 230.000 Menschen kommen ums Leben.

dass bestimmte Menschen, die man erst in Gefahr gesehen hat, doch gerettet wurden, oder dass Konsequenzen gezogen werden, die eine Wiederholung der Katastrophe verhindern sollen. Denken wir an die Tsunami-Katastrophe vor ein paar Jahren. Die positive Nachricht war, dass das Frühwarnsystem optimiert wurde.

Heute sind wir bei vielen Krisen in Echtzeit dabei. Zur Zeit des Vietnamkrieges gelangten nur einzelne Fotos und Filmberichte in die Öffentlichkeit. Dennoch sind uns manche Bilder noch immer präsent. Vermindern die Beschleunigung und Vermehrung der Krisenberichte ihre Wirksamkeit?

Die Echtzeitberichterstattung über Krisen und Katastrophen rund um den Globus ist heute enorm. Man benötigt dadurch ganz andere Verarbeitungskapazitäten, als das in den 1960er- und 1970er-Jahren während des Vietnamkrieges der Fall gewesen ist. Allerdings war der Vietnamkrieg insofern der erste „Medienkrieg“, als hier erstmals die Berichterstattungen der Grausamkeiten und all der Toten in die Wohnzimmer Amerikas und auch Europas gekommen sind. Dies hat in der westlichen Welt eine enorme moralische Empörungswelle verursacht. Es ist offenbar nicht so, dass durch die Vervielfachung der Berichterstattung über Katastrophen und Kriege die Betroffenheit ebenso multipliziert wird. Ein begünstigender Punkt für die internationale Protestbewegung gegen den Vietnamkrieg war, dass es damals kaum andere große Krisenherde gab. Wir haben heute mehr Konflikte als in den 1960er- oder 1970er-Jahren – und dadurch ergeben sich Kapazitätsprobleme bei der Verarbeitung all dieser Ereignisse. Im Vietnamkrieg haben schon einzelne Fotos ausgereicht, um Massendemonstrationen auszulösen und ein emotionales und moralisches Engagement über Jahre hinweg zu motivieren. Das ist heute schwerer, weil wir so viel mehr Katastrophenbilder haben. Auf der anderen Seite werden die bereits angesprochenen extremen Grausamkeiten des IS, die abgeschnittenen Köpfe etc., ihren Flashbulb-Charakter behalten, sodass wir uns an diese Bilder auch noch in zehn Jahren erinnern werden. Nicht alles geht also in der Masse der Katastrophenberichte unter, die nuancierten Aspekte werden freilich leichter übersehen.

Ist also das Problem der Krisenverarbeitung hauptsächlich quantitativer Natur?

Es gibt Kapazitätsgrenzen bei den Zuschauern, die zur Abwehr oder zur Verminderung der Verarbeitungstiefe in Bezug auf Krisensituationen führen. Es wäre aber falsch, das Verarbeitungsproblem auf Quantitäten zu reduzieren. Eine qualitative Herausforderung ist z. B. darin zu sehen, dass die Unterschiede zwischen „Gut“ und „Böse“ in vielen Konflikten verschwimmen, wenn Gewalt und Folter eben nicht nur vom IS praktiziert

werden, sondern von beiden Seiten im Ukraine-Konflikt, ganz zu schweigen von den Praktiken der US-Amerikaner in den Gefängnissen von Guantanamo und Abu Ghuraib. Das größte Problem der Kriegs- und Krisenkommunikation ist weder die pure Menge der Krisenherde noch die mögliche emotionale Überlastung all der Zaungäste vor den Bildschirmen, die ihren Einfühlungsstress angesichts von Kriegsopfern und Flüchtlingsbewegungen in aller Welt kontrollieren wollen. Viel bedeutsamer scheint mir die Frage nach einer rational und ethisch verantwortbaren Art der Krisenverarbeitung zu sein, die zum lösungsorientierten Umgang mit Konflikten und Katastrophen anleitet und dabei weder überfordernd noch ignorierend oder gewaltzynisch werden darf.

Wie sieht Ihr Resümee zu den Kriegs- und Katastrophenberichten aus? Fluch oder Segen für die Gesellschaft?

Beides trifft zu, es gibt in jedem Konflikt eine Einlassung von Medien, die konfliktverschärfend wirkt, aber auch eine, die moderierend ist. Im Hinblick auf die neuen Medien und die Modernisierung der Kommunikation insgesamt würde ich sagen, dass es schwerer geworden ist, besonders krude Formen der Manipulation durchzusetzen. Insofern glaube ich, dass mithilfe der Medien unterm Strich die Chancen für reflektierte Lösungen von Konflikten eher gestiegen sind, die eben nicht durch den Tunnelblick eines Kombattanten verengt werden. Im globalen Maßstab bin ich eher medienoptimistisch und denke, dass es bei aller Instrumentalisierung und bei aller propagandistischen Verfälschung immer wieder internationale Medien gibt, die das aufdecken und relativieren. Elektronische Medien sind viel beweglicher, und das Internet hat ohnehin damit Schluss gemacht, irgendwelche Grenzen von Kommunikation zuzulassen. Allerdings hat das Internet auch eine Kehrseite. Es begünstigt die schnelle Mobilisierung von Massenbewegungen, weniger den Aufbau demokratischer Institutionen, wie das Beispiel des Arabischen Frühlings belegt. Auch in der Ukraine-Krise hat es das Internet erleichtert, den Autokraten Janukowytsch zu stürzen. Viel schwieriger ist es hingegen, im Internet einen rationalen Diskurs zu organisieren, der nachhaltige politische Lösungen ermöglicht. Shitstorms und das Erstarken populistischer Bewegungen scheinen der Preis zu sein, den wir für die „schöne neue Medienwelt“ bezahlen.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Anmerkungen:

*
Dieser Artikel geht zurück auf einen Vortrag des Autors zum interdisziplinären Symposium des Forschungs- und Studienprojekts der Rottendorf-Stiftung an der Hochschule für Philosophie München SJ im Juni 2015; vgl. dazu auch die in Vorbereitung befindliche Publikation: Reder, M./Risse, V./Cojocar, M.-D. (Hrsg.): *Katastrophen – Perspektiven*. Stuttgart 2016

Aufgaben und Versuchungen der Medien bei Katastrophen

Zur medienethischen Kritik am Zusammenhang von Katastrophenmedien und Medienkatastrophen*

Alexander Filipović

Die Katastrophenperspektiven der Medienethik können sehr verschieden sein. Ich unterscheide eine kulturelle, eine politische und eine technische Dimension bzw. Fragerichtung. Die kulturelle beschäftigt sich mit fiktionalen Formaten, dem Kino, dem Populären, der Kunst; die technische Dimension fokussiert digitale Netze, Mensch-Maschine-Interaktion, Überwachung, Chips und Algorithmen. Diese beiden Dimensionen haben mit Katastrophen sehr viel zu tun, ich lasse sie aber weitgehend beiseite bzw. nähere mich dem Thema „Katastrophen“ vor allem von der im weitesten Sinne politischen Dimension, die die öffentliche Kommunikation und den Journalismus in den Blick nimmt. Gegenstand meines medienethischen Impulses zum Thema ist also die journalistische Berichterstattung von Katastrophen, also der Katastrophenjournalismus.

Wir haben es bei Katastrophen immer mit einer Medienrealität zu tun. Die Ausrichtung an einer Ereignisrealität ist dem Journalismus als Wahrheits- bzw. Richtigkeitsprinzip eigen.¹ Wie allerdings diese Ausrichtung gestaltet wird und ob sie gelingt, sind Gegenstand der Kritik an einer Medienrealität. Nachrichten und Berichte – egal ob online, im TV, Radio oder Print – sind immer Deutungen. Es kann gar nicht um eine Verdopplung oder Abbildung einer Realität in der öffentlichen Kommunikation gehen. Es geht immer um eine (immer auch ästhetische) Umformung. Dem Ereignis wird in Texten, Bildern, Geräuschen eine Form gegeben. Und natürlich ist das performant: Medien und Journalismus „beteiligen [...] sich [damit] am ästhetisch-politischen Ordnungssystem“ und „normieren [damit] die katastrophische Imagination“.² Dass Medien anlässlich von Katastrophen inszenieren, deuten und vereinfachen, ist immer wieder zentrales Moment der Kritik an den Medienleistungen in diesen Fällen. Aber Journalismus und Medien sind ohne Inszenierung nicht zu haben. Es mag reizvoll sein, sich eine Welt ohne Fernsehen, Mediensysteme und professionellen Journalismus vorzustellen. Konstruktive Kraft entfaltet diese Vorstellung jedoch nicht.

Dennoch hat sich in letzter Zeit bei mir der Eindruck festgesetzt, dass die Medienlogik vermehrt radikal kritisiert wird. In Katastrophenzeiten wird das besonders deutlich: Die mediale Inszenierung der Katastrophe als Ausnahmezustand führt zu einem Ausnahmezustand an einer anderen Stelle: Der Katastrophenjournalismus wird zum Anlass genommen, katastrophalen Journalismus zu identifizieren. Die Medienkritik gerät selbst in einen Ausnahmezustand – aus Anlass eines Ausnahmezustandes. Der Effekt: Wir haben es heute bei Katastrophen oftmals gleich mit zwei Katastrophen zu tun: erstens die Katastrophe, wie sie als Gegenstand der Berichterstattung geschieht, also z. B. der Absturz der Germanwings-Maschine, und zweitens die (so empfundene) Katastrophe der Medienberichterstattung. Insofern auch die zweite Katastrophe ein Medienereignis ist, also in den Medien (vor allem bei Twitter und Facebook, aber auch in klassischen journalistischen Formen) geschieht, ergibt sich eine unübersichtliche Situation. Vor allem aber ergibt sich ein Erregungsniveau, das die öffentliche Katastrophenkommunikation insgesamt verändert.

Ich möchte den Versuch machen, diese beiden Katastrophendimensionen nacheinander darzustellen. Ich möchte also erstens versuchen, die Katastrophe als Medienereignis zu skizzieren und zu beurteilen. Zweitens skizziere und beurteile ich die Kritik an der Medienberichterstattung. In einem dritten Schritt ziehe ich die medienethischen Schlüsse aus der medialen Behandlung von Katastrophen.

Katastrophen als Medienereignis

Zu Kriegen und Krisen als Medienereignisse liegt uns umfangreiche Literatur vor. Zum Hurrikan Katrina, zum Boston Marathon Bombing, den School Shootings oder den Anschlägen vom 11. September gibt es empirische Untersuchungen, die den Ablauf einer solchen Kriegs- und Krisenkommunikation schildern und miteinander vergleichen.³ Mit dem Begriff der Katastrophe ist die empirische Journalismusforschung vorsichtig, aber implizit ist die Lage recht gut erforscht. Ich kann nur auf einige Aspekte schlaglichtartig eingehen.

Katastrophen sind Nachrichten mit höchstem Nachrichtenwert

Die Nachrichtenwerttheorie besagt, dass es einige Faktoren gibt, die den Nachrichtenwert einer Information bestimmen. Je höher dieser Wert, desto größer das Interesse an dieser Nachricht und je wahrscheinlicher wird sie in der Berichterstattung berücksichtigt. Neuigkeit und Aktualität sind die zentralen journalistischen Nachrichtenwerte. Wenn eine Information Emotionen weckt, ist sie noch höher. In Katastrophensituationen sind die Nachrichtenwerte so hoch, dass die Nachrichten geradezu gierig konsumiert werden: Fernseher werden extra eingeschaltet, man schaut (was man sonst nie oder selten tut) Nachrichtensender und man beobachtet Onlinenewsticker.

Die Onlinewelt macht es möglich, dass exakte Messungen darüber denkbar sind, wie sehr eine Nachricht auf Interesse stößt: Die Newsticker der Onlinenewsticker zum Germanwings-Absturz haben es auf täglich Millionen Klicks gebracht. Je örtlich näher die Katastrophe stattfindet, desto größer das Interesse. Je mehr deutsche Opfer, desto höher ist das Interesse. Kein Mensch würde ernsthaft behaupten, dass ein deutsches Opfer prinzipiell beklagenswerter ist als ein Opfer anderer Nationalität. Aber für Deutsche ist ein deutsches Opfer „näher dran“ als ein spanisches – und umgekehrt. Der Germanwings-Absturz versammelte die einschlägigen Nachrichtenwerte. Ohne Frage ist das ein berichtenswertes Ereignis.

Pflicht zur Katastrophenberichterstattung

Es gehört zum journalistischen Ethos, genau hinzuschauen, vor Ort zu sein, zu recherchieren. Journalisten gewährleisten damit bei Katastrophen auch, dass nichts verheimlicht und vertuscht wird. Und wenn es Hinweise gibt, dass etwas verheimlicht und vertuscht werden soll, erwarten wir vom Journalismus Hartnäckigkeit. Die Dokumentation der trauernden Verarbeitung der Katastrophe bei den Angehörigen, inso-

¹ Diese Unterscheidung im Zusammenhang mit dem Thema „Katastrophenberichterstattung“ schon bei Wilke, J.: *Das Erdbeben von Lissabon als Medienereignis*. In: G. Lauer/T. Unger (Hrsg.): *Das Erdbeben von Lissabon und der Katastrophen Diskurs im 18. Jahrhundert*. Göttingen 2008, S. 75–95

² Hempel, L./Markwart, T.: *Einleitung. Ein Streit über die Katastrophe*. In: L. Hempel/M. Bartels (Hrsg.): *Aufbruch ins Unversicherbare. Zum Katastrophen Diskurs der Gegenwart*. Bielefeld 2011, S. 7–27, hier S. 8

³ Vgl. u.a. Beuthner, M. (Hrsg.): *Bilder des Terrors, Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln 2003; Durham, F.: *Media ritual in catastrophic time. The populist turn in television coverage of Hurricane Katrina*. In: *Journalism*, 9/2008/1, S. 95–116; Izard, R. S./Perkins, J.: *Covering disaster. Lessons from media coverage of Katrina and Rita*. New Brunswick, N. J. 2010; Verhovnik, M.: *School Shootings. Interdisziplinäre Analyse und empirische Untersuchung der journalistischen Berichterstattung*. Baden-Baden 2015

fern sie selbst öffentlich geschieht, soll meines Erachtens prinzipiell Gegenstand der Berichterstattung sein. Diese Bilder stehen für die menschlichen Tragödien und verdeutlichen die Katastrophe als Katastrophe, bei der Menschen gestorben sind. Die menschlichen Schicksale sind die Brücke, über die die Deutung, Sinngebung und Verarbeitung der Katastrophe gelingen kann. Hierbei wird inszeniert, ausgewählt, dramatisiert. Das Ereignis wird ins Bild und damit in die Deutung gehoben, es wird eine Erzählung geboten, die exemplarisch, an einem einzigen Fall (z. B. dem Schicksal der Schulklasse), das Katastrophale der Katastrophe überhaupt zeigen kann.

Ob und wie viel über diese Begebenheiten berichtet wird – darüber kann und soll man streiten. Zum Flughafen in Düsseldorf zu fahren, um Bilder von wartenden und zusammenbrechenden Angehörigen zu bekommen, ist ein Fehlgriff. Die Trauer in Haltern einzufangen, finde ich richtig, allerdings aus der Distanz und ohne das Eindringen in die persönlichen Schutz- und Nahräume betroffener Menschen. Das Wie dieser Berichterstattung muss sich also an den Persönlichkeitsrechten der Opfer und Angehörigen, auch der Täter orientieren. Das sogenannte Witwenschütteln, also das Bedrängen der Angehörigen von in der Katastrophe verunglückten Personen, ist nicht zu rechtfertigen.

Schnelligkeit und Richtigkeit in einer Breaking-News-Situation

Typisch für die Katastrophenberichterstattung ist die Breaking-News-Situation. In so einer Situation besteht eine meist über eine Nachrichtenagentur verbreitete Eilmeldung häufig nur aus einem Satz, der dann laufend durch nachrecherchierte Sätze ergänzt wird.

Newsticker auf verschiedenen Plattformen wetteifern um die aktuellsten Informationen. Qualitätsmedien orientieren sich hier streng am Prinzip: „Get it first, but FIRST, get it RIGHT“ (United Press International). Falschmeldungen sind nicht nur peinlich, sondern erschüttern das Vertrauen der Leserinnen und Leser in das Angebot und werden generell vermieden, aber in Breaking-News-Situationen ab und an in Kauf genommen.

Was ist eigentlich das Selbstverständnis der News-Journalisten?

„Es ist ein Privileg des Journalisten, Dinge als Erster zu erfahren, alles zu erfahren und zu entscheiden, was der Leser in welcher Form jetzt erfahren muss, damit er die Sachlage versteht und sich ein Bild davon machen kann, was passiert ist. Eine ehrenvolle Aufgabe, ein Service-Auftrag. Doch dann bei der 4U9525-Lage wirklich jedes schreck-

liche Detail zu lesen – in manchen Momenten wollte ich lieber für ein paar Sekunden die Augen schließen, bis diese Info unten aus dem Bildschirm rutscht. Es ging von einer Unfassbarkeit zur nächsten. Ich persönlich begegne den Tragödien dieser Welt meist mit einem inneren Zynismus, er hilft mir, Abstand zu behalten. Eine Distanz, wie sie auch Ärzte zu ihren Patienten haben und brauchen. Eine Krankheit ist ein Fall, eine Naturkatastrophe eine Nachrichtenlage. Aber die Fakten, die sich derzeit in den Agenturen und im Livestream entfalten und die unsere Reporter reinterphonieren, sie überbieten die Szenarien des Zynikers.“⁴

Im weiteren Text macht Kritsanarat Khunkham deutlich, wie belastend seine Arbeit an diesem Tag war. Das ist eine sehr lesenswerte Selbstreflexion, die typischerweise etwas abseits der Zeitung in einem Blog präsentiert wird. Social-Media-Kanäle und Blogs, in denen Journalisten ihre Arbeit reflektieren und eine Metaperspektive bieten, sind äußerst wichtig geworden. Man erfährt, wie News und Berichte zustande kommen, man kann sich ein Bild machen über das Reflexionsniveau der Katastrophenjournalisten.

Vorverurteilung und Spekulation

Typisch für Katastrophen als Medienereignisse sind Phasen der Spekulation. Nach anfänglich fortlaufenden Ergänzungen der Nachrichtenlage kommt es früher oder später zu Lücken im Nachrichtenfluss. Es entstehen Spekulationen, die keinen Beitrag zur Erklärung der Lage beinhalten. Wahrscheinlichkeiten werden kommuniziert, nicht selten mit dem Effekt der Vorverurteilung von mutmaßlichen Tätern oder Verursachern. Der Bayerische Rundfunk hat seine Journalisten am Tag der Katastrophe darauf hingewiesen, dass zurückhaltend berichtet werden soll. Der WDR hat sich trotz spärlicher Nachrichtenlage zu einem Nachrichtensender „umerfunden“ und von mittags an ununterbrochen gesendet. In der Kritik standen auch die unvermeidbaren Talkshows am Abend, die allein dadurch, dass sie angesetzt waren, zu spekulativen Veranstaltungen ohne großen Nachrichten- und Erklärungswert wurden.

Die Echtzeitkritik an der Berichterstattung über Katastrophen

Kommen wir zur gleichzeitig mitlaufenden Kritik an der Medienberichterstattung, die wir, beim Absturz der Germanwings-Maschine, das erste Mal in dieser Form erlebt haben, uns aber bei zukünftigen ähnlichen Katastrophen wieder begegnen wird. Gleich vorweg möchte ich noch einmal betonen, dass es zu kritisie-

4 Khunkham, K. (Newsreporter der „Welt“): 4U 9525 als Newsredakteur: Eine kaum zu ertragende Nachrichtenlage. In: Welt online vom 27.03.2015. Abrufbar unter: <http://kosmos.welt.de/2015/03/4u9525-als-newsredakteur-eine-kaum-zu-ertragende-nachrichtenlage/>

Literatur:

Beuthner, M. (Hrsg.): *Bilder des Terrors, Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln 2003

Durham, F.: *Media ritual in catastrophic time. The populist turn in television coverage of Hurricane Katrina*. In: *Journalism*, 1/2008/9, S. 95–116

Hempel, L./Markwart, T.: *Einleitung. Ein Streit über die Katastrophe*. In: L. Hempel/M. Bartels (Hrsg.): *Aufbruch ins Unversicherbare. Zum Katastrophen-diskurs der Gegenwart*. Bielefeld 2011

Izard, R. S./Perkins, J.: *Covering disaster. Lessons from media coverage of Katrina and Rita*. New Brunswick, N.J. 2010

rende Berichterstattung gab und der Schwenk auf die Kritik an der Medienkritik davon nicht ablenken soll.

Von vielen Seiten wurde bemerkt, wie sehr die Journalisten für ihre Arbeit in Onlineportalen angefeindet wurden. Der Generalverdacht ist immer: „Ihr wollt doch nur Profit machen, Eure Printprodukte verkaufen und Klicks generieren.“ Dazu ist festzustellen, dass Katastrophenzeiten für den Journalismus (und mehr noch für die Verleger und Portalbesitzer) in der Tat rentable Zeiten sind. Dass aber Journalismus nie nur ein Geschäft ist, sondern eine gesellschaftliche Verantwortungsdimension beinhaltet, wird sicher von einigen missachtet. Die meisten Journalisten stellen sich jedoch dieser Verantwortung. Im Boulevardjournalismus allerdings ist davon in diesem Fall nicht viel zu spüren: Die Entgleisungen beispielsweise der „BILD-Zeitung“ (z. B. unverpixelte Fotos einiger Opfer in der Ausgabe vom 27. März 2015) sind, so meine ich, als Geschmacklosigkeiten in einem rechtlichen Graubereich einzuschätzen.

Die Echtzeitkritik an der Berichterstattung aber lief, und das hat mich vor allem irritiert, selbst im Modus der Empörung ab. Der BILDblog titelte: *Absturz des Journalismus*. Journalisten schämten sich für ihren Berufsstand, auf Twitter wurden massive Schmähungen verbreitet: „Ihr Journalisten, ihr seid zum Kotzen“. Die Entrüstung über journalistische Fehlleistungen wird damit Teil der Aufführung. Medienkritik im Modus der Empörung oder Verachtung ist aber nicht hilfreich. Sie wird damit selbst zum Element einer von ihr kritisierten Medienwelt. Der auf der Empörungswelle reitende Ruf nach dem Presserat oder der Medienethik als Journalismus-Polizei ist ein Missverständnis sowohl des Auftrags und Sinns des Presserates als Selbstkontrolleinrichtung als auch der Medienethik als im Kern philosophischer Reflexion im Modus der Nachdenklichkeit. Die Medienkritik der bloggenden, twitternden und kommentierenden Öffentlichkeit ist selbstredend nicht per se schlecht – sofern sie aber die Empörung selbst hervorruft und befördert, die sie im Journalismus eigentlich kritisieren sollte, wird es kontraproduktiv.

In vielen Äußerungen meine ich die Ansicht spüren zu können, dass man die Katastrophe für sich stehen lassen, sie für sich sprechen lassen soll. Die Journalisten machen, so der Vorwurf, die Katastrophe durch ihre Berichterstattung noch schlimmer. Die Inszenierungstätigkeit der Medien ohne Differenzierung abzulehnen, ist kurzichtig: Die Qualitätsfrage der medialen Inszenierung einer Katastrophe muss durchaus gestellt werden, aber der Umstand, dass Katastrophen in der medialen Berichterstattung zwangsweise inszeniert, also zu einem Medienereignis werden, muss man dabei berücksichtigen.

Medienethik, Presserat, professionelle Medienkritik, Medienrecht bzw. Rechtsprechung und die Kritik der Öffentlichkeit sind verschiedene medienkritische Akteure mit einer wichtigen Aufgabe und unterschiedlichen Rollen. Die Medienethik hat in so einer Situation, so meine ich als Medienethiker, erst einmal die Aufgabe, die Bälle flach zu halten.

Medienethische Katastrophenperspektiven

Öffentlichkeit herzustellen für eine Katastrophe – das ist die Aufgabe der Medien. Die Katastrophe wird als Ausnahmezustand inszeniert, der die Routinen der Medienwelt unterbricht. Das Programm steht still, die Nachrichten haben Vorrang. Die Eilmeldungsphase wird dabei recht schnell von einer Pause im Nachrichtenfluss abgelöst, die zu Spekulationen einlädt. Dann beginnt die Suche des Journalismus, das Unfassbare fassbar zu machen: Sie suchen nach Menschen und ihren Geschichten, die der Katastrophe ein Gesicht geben können. Die Geschichten machen die Sinnlosigkeit der Katastrophe erzählbar und bereiten damit den Boden für die Frage, wie es weitergehen kann. Sie ordnen ein, liefern Hintergründe, versuchen Schuldige auszumachen, kritisieren Verantwortliche.

Dass die Berichterstattung dabei Versuchungen ausgesetzt ist und viele der Versuchung auch erliegen – etwa aus finanziellen Interessen oder auch nur aus Gedankenlosigkeit –, ist scharf zu kritisieren. Die massive Echtzeitkritik an der Katastrophenberichterstattung scheint mir aber übertrieben. Sie ist vielleicht in dem Fall der Kritik an der Germanwings-Absturz-Berichterstattung im Kontext des generellen Misstrauens gegenüber den Medien zu verstehen.

Vielleicht aber lösen Katastrophen bei den Menschen vor allem ein Unbehagen gegenüber den Medien aus, weil diese angesichts einer Katastrophe nicht hilflos dastehen. Hilflosigkeit, Ratlosigkeit, Schweigen wäre ja die angemessene Reaktion. Die Medien aber fangen sofort an zu agieren, haben Routinen; Ideen für Bilder und Geschichten liegen schon parat, die besten Katastrophenjournalisten sitzen schon im Flugzeug zur Absturzstelle. Die Medien sind mit keiner Katastrophe überfordert. Das aber überfordert vielleicht uns.

Khunkham, K.:
4U 9525 als Newsredakteur: Eine kaum zu ertragende Nachrichtenlage. In: Welt-online vom 27.03.2015. Abrufbar unter: <http://kosmos.welt.de/2015/03/4u9525-als-newsredakteur-eine-kaum-zu-ertragende-nachrichtenlage/>

Verhovnik, M.:
School Shootings. Interdisziplinäre Analyse und empirische Untersuchung der journalistischen Berichterstattung. Baden-Baden 2015

Wilke, J.:
Das Erdbeben von Lissabon als Medienereignis. In: G. Lauer/T. Unger (Hrsg.): *Das Erdbeben von Lissabon und der Katastrophendiskurs im 18. Jahrhundert.* Göttingen 2008, S. 75–95

Dr. Alexander Filipovic ist Professor für Medienethik an der Hochschule für Philosophie München. Der Ethiker, Theologe und Kommunikationswissenschaftler beschäftigt sich u. a. mit der Ethik des Journalismus, der Fernsehunterhaltung und den sozialen Netzwerken.



Schockstarre: Wenn sich Opfer als Freiwild der Medien fühlen

Thomas Hestermann

Wenn die Betroffenen von Katastrophen, Unfällen und Verbrechen ins Visier der Medien geraten, droht ihnen, ein zweites Mal zum Opfer zu werden.

In ihrem alten Leben als Chefin vom Dienst eines tagesaktuellen, regionalen Fernsehmagazins wäre es ein ganz normaler Samstag gewesen. Kaum Termine, eigentlich nichts los. Nichts, was wirklich für einen guten Aufmacher taugte, was Schlagzeilen machte – erinnert sich die Magdeburger Journalistin Katrin Hartig (2012). „Wenn in meinem alten Leben dann die Meldung gekommen wäre von einem tödlichen Unfall gleich nebenan am Wasserfall, dann hätte ich zu meinem Kollegen gesagt: ‚Fahr mal hin und schau, was da passiert ist!‘“

In ihrem wirklichen Leben aber war alles ganz anders. Sie hatte dienstfrei und war beschäftigt mit den Vorbereitungen für den Saisonauftakt ihres Sohnes. Sie backte seinen Lieblingskuchen für die Verpflegung am Rande des Kanuwettkampfes. „Zwei Stunden später war die Welt aus den Fugen geraten. Zwei Stunden später sagte man meinem Mann, unserer Tochter und mir, dass mein Sohn tot ist. Unser altes Leben starb mit. Ich spürte es nur noch nicht. Ich war gefühllos. Für die Journalisten ging ihr Alltag ganz normal weiter. Nur, dass sie eben an diesem Samstag Futter hatten für die Hauptseiten ihrer Zeitung, für die Meldungen, für die Sendung am Abend.“

„Sie brauchten Tränen, Gefühle, die Leiche meines Sohnes“

An der Unfallstelle standen bereits mehrere Kamerateams und Reporter, „die dort Platz genommen hatten, um im entscheidenden Moment ihr Bild zu schießen. Ich kam mir vor wie Freiwild, genau wissend, auf welche Bilder sie warteten. Sie brauchten Tränen, Gefühle, die Leiche meines Sohnes. Sobald wir uns bewegten, lag der Fokus auf uns. Schockstarre, die in Flucht endete. In der Flucht vor diesem Ort und vor den Kameras.“

Acht Monate lang konnte sich Katrin Hartig nicht mehr vorstellen, diesen Menschen wieder zu begegnen. Sie begann eine Ausbildung zur Trauerbegleiterin und befragte mehr als 200 Menschen, die nach traumatischen Erlebnissen zum Objekt von Medienberichterstattung geworden waren. Nach ihrer Rückkehr in den Journalismus engagiert sie sich für einen achtsamen Umgang mit Traumatisierten, um zu verhindern, dass sie sich ein zweites Mal ausgeliefert und ohnmächtig fühlen. Eine Herausforderung, die sich immer wieder stellt.

Journalistische Verantwortung auch im Aktualitätsdruck

Als am 24. März 2015 ein Airbus der Lufthansa-Tochter Germanwings mit der Flugnummer 4U 9525 in den französischen Alpen zerschellt und 150 Menschen sterben, läuft international innerhalb kürzester Zeit die Produktion von Nachrichten an.

Jens Dudziak, an diesem Tag diensthabender Nachrichtenchef der Deutschen Presse-Agentur in Berlin, greift auf eingespielte Routinen zurück. „Innerhalb von wenigen Minuten haben wir ein gemischtes Team für Texte, Bilder, Grafiken und Social Media zusammengestellt“, erinnert sich Dudziak. Direkt nach der raschen Bestätigung durch die Flugsicherung schickt die Agentur Reporter in die Absturzregion, gehen weitere Meldungen über den Ticker: rot markierte Eilmeldungen, die in den Redaktionen ein Klingelsignal auslösen.

Doch auch beim größten Aktualitätsdruck gehe es um Verantwortung für alle Betroffenen: „Angehörige von Opfern zeigen wir nicht“, sagt Dudziak, „und wo das aus Versehen doch einmal passiert ist, haben wir diese Bilder sofort zurückgezogen.“ Die Fürsorge gelte auch dem eigenen Personal, „keiner wird gedrängt, als Reporter in Unglücksregionen zu gehen“. Wer es tue, könne nach der Rückkehr seelische Betreuung erhalten.

Wie hoch aber kann das Tempo der Berichterstattung sein, dass eine behutsame Annäherung an eine Katastrophe und das seelische Beben, das sie auslöst, noch möglich ist? Bereits am Tag danach geht es in der ARD-Talksendung *Menschen bei Maischberger* nicht, wie geplant, um Griechenland und die Eurokrise, sondern um den Absturz. Während Gäste wie der frühere Rennfahrer und Luftfahrtunternehmer Niki Lauda betonen, man dürfe sich nicht zu Mutmaßungen hinreißen lassen, passiert genau dies. Die Sendung habe schamlos den Voyeurismus der Massen bedient, rügt die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. „Jede noch so wilde Vermutung zum Absturz wird bei *Maischberger* durchgekaut“, kritisiert die „Süddeutsche Zeitung“.

Auch Talkmaster Markus Lanz erregt zeitgleich im ZDF Publikumszorn mit seiner ungelassenen Frage: „Wie fängt man Menschen auf, die mit solchen Nachrichten konfrontiert werden – buchstäblich aus heiterem Himmel?“

Enormes Interesse an der Katastrophe

Trotz aller Kritik ist das Interesse enorm. Der *Brennpunkt* im Ersten, *Germanwings – was geschah im Cockpit?*, erreicht 5,9 Mio. Menschen und ist die meistgesehene Sendung am Tag nach der Katastrophe. Der „Stern“ druckt eine aktualisierte Auflage nach mit neuem Titel: *Der Todesflug – Rekonstruktion einer Tragödie*. Sieben der zehn reichweitenstärksten deutschen Nachrichtenseiten werden so stark geklickt wie noch nie.

Es sind starke Emotionen, die in der Branche als Schlüssel zum Publikumserfolg gelten, ergab eine Befragung unter Fernsehschaffenden zu journalistischen Motiven hinter der Berichterstattung über Gewaltkriminalität (Hestermann 1997, 2010, 2012a, 2014, 2015). „Gefühle bei der Berichterstattung bringen unheimlich viel, weil sie für den Sender die Zuschauer fesseln“, sagte einer der befragten Reporter, ein anderer: „Eine Tat ist immer dann groß und interessant für uns, wenn sie erschrocken hat. Wenn die Brutalität erschrocken hat. Und dann schließt sich der Kreis zu den Opfern. [...] Mitleid zu wecken, ist nicht schwierig.“

Empathie mit einem idealisierten Opfer

Als zentrale Strategie gilt es, Empathie mit einem idealisierten Opfer und Furcht um sich selbst zu wecken. Im Mittelpunkt einer stark personalisierten Berichterstattung stehen die Betroffenen. Einer der befragten Fernsehredakteure weist ihnen die Rolle des – wenn auch tragischen – Helden zu: „Die Geschichte muss rund sein. Wir brauchen einen Hauptdarsteller, wir brauchen einen Nebendarsteller: Wir brauchen einen Helden, wir brauchen einen Täter. Und wir brauchen O-Töne, die uns in dieser Geschichte über Herausforderungen, Hürden, Cliffhanger bis hin zur Wiedererweckung führen können.“

O-Töne, also Auszüge aus Interviews, persönliche Bekenntnisse und Gefühlsäußerungen, erfordern die unmittelbare Annäherung an Traumatisierte. Das setzt Einfühlungsvermögen und auch Gespür für die eigenen Belastungen voraus, wenn es nicht zu neuerlichen Verletzungen kommen soll.

Dafür engagiert sich das Dart Center, hervorgegangen aus der Columbia University Graduate School of Journalism, international – in Deutschland entwickelt ein vierköpfiges

11.03.2011

Durch ein Seebeben an der japanischen Pazifikküste und einen anschließenden Tsunami verlieren fast 20.000 Menschen ihr Leben. Im Anschluss an die Naturkatastrophe kommt es im Kernkraftwerk von Fukushima zum Super-GAU. Ganze Landstriche werden radioaktiv verseucht, kontaminiertes Wasser gelangt ins Meer. Mehr als 150.000 Menschen müssen Haus und Hof vorübergehend oder dauerhaft verlassen.

Trainerteam seit acht Jahren Seminare für Sender wie den WDR oder die Deutsche Welle sowie die ARD.ZDF medienakademie. „Nicht zu schaden“ beschreibt Petra Tabeling als zentrales Ziel. Die Koordinatorin des deutschen Dart-Zentrums ist Journalistin mit einer Zusatzausbildung in Psychotraumatologie. „Eine unangemessene Frage, der falsche Zungenschlag, eiliges Drängen statt eines Gespürs für die Situation sind nicht nur beschämend für Journalisten, sie verschlechtern auch das Ergebnis.“ Keinen Schaden anzurichten, dies zielt nicht nur auf die Betroffenen von Gewalt und Unglücken, die in den Fokus der medialen Aufmerksamkeit geraten, sondern auch auf Medienschaffende und das Publikum.

Dabei sieht Petra Tabeling eine gewachsene Sensibilisierung der deutschen Medien für den Umgang mit Menschen in extremen Belastungssituationen, vor allem nach der breiten Diskussion über die Berichterstattung über den Amoklauf in Winnenden. „Es geht darum, wie eine sinnvolle Rücksicht aussieht – aber nicht so weit zu gehen, dass man gar keine Berichterstattung mehr leistet.“

Komplimente für den Geiselnnehmer

Eine die Opfer grob verletzende Berichterstattung ist derzeit die absolute Ausnahme. Kaum vorstellbar, dass Journalisten gegenüber Gewalttätern geradezu Hochachtung bekunden, wie nach der Entführung von Richard Oetker im Jahr 1976. Der heutige Chef des Dr.-Oetker-Konzerns verbrachte Tage in Todesangst, eingesperrt in eine enge Holzkiste. Nach heftigen Stromstößen überlebte er schwer verletzt. Die Berichterstattung konzentrierte sich zunächst aber darauf, wie gerissen der Entführer die Polizei bei der Geldübergabe ausgetrickst hatte.

Die „BILD-Zeitung“ schrieb vom „Superding“: „Wie der Kidnapper mit den 21 Mio. im Koffer Münchens Polizei entschlüpfte, so ganz lässig durch ein Hintertürchen – es darf geschmunzelt werden.“ Selbst die „Frankfurter Allgemeine“ machte das Kompliment: „Bester Generalstabsarbeit entsprach die Entgegennahme des Lösegelds.“ Eine öffentliche Anerkennung für das Geschick des Täters verletzt das Opfer. „Über jemanden, der eine derartige Tat begeht, darf man nicht schmunzeln“, sagt Richard Oetker heute. „Denn unter seiner Tat haben einfach zu vie-

le Menschen gelitten. Da verbietet es sich, den Täter und die Tat zu verharmlosen“ (Hestermann 2012b).

Behutsamkeit gegenüber den Opfern

Nach dem Absturz der Germanwings-Maschine am 24. März 2015 hatte der Deutsche Presserat über 430 Beschwerden zu entscheiden, mehr als je zuvor nach einem Ereignis. Die meisten Beschwerden richteten sich allerdings gegen die Namensnennung des Kopiloten, der die Katastrophe herbeigeführt hatte. Beschwerden dieser Art wies der Presserat allesamt zurück. „BILD“ und Bild.de wurden gerügt, weil sie öffentlich ausgehängte Fotos von Urlaubern gezeigt hatten, die bei dem Absturz umgekommen waren, da dies „nicht für die Medienöffentlichkeit und ohne Zustimmung der Abgebildeten oder Angehörigen“ geschehen sei, so der Presserat. Doch zu einer systematischen Entblößung der trauernden Hinterbliebenen kam es nach dem Absturz in den Alpen nicht.

Katrin Hartig, die nach dem Tod ihres Sohnes die journalistischen Routinen im Umgang mit Katastrophen und Verbrechen gründlich reflektiert hat, fordert behutsame Begegnungen mit Opfern und ihren Angehörigen. Die Wucht selbst scheinbar sachlicher Fragen sei enorm: „Wie fühlen Sie sich jetzt?“ Wenn jemand wirklich in dem Moment der Frage ins Gefühl gehe, erstmalig vielleicht, „kann das der Journalist kaum abfangen, weil die Geschichte eine unkontrollierte Dynamik bekommen kann“.

Die Journalistin hat selbst den Zustand erlebt, „schockgefroren“ zu sein. Menschen, die noch unmittelbar unter dem Eindruck einer Katastrophe stehen, erleben völligen Kontrollverlust. „In solchen Fällen sind Interviews tabu.“

Literatur:

Hartig, K.:

Ein zweites Mal Opfer?
In: T. Hestermann (Hrsg.): Von Lichtgestalten und Dunkelmannern. Wie die Medien über Gewalt berichten. Wiesbaden 2012, S. 193–208

Hestermann, T.:

Verbrechensopfer. Leben nach der Tat. Reinbek bei Hamburg 1997

Hestermann, T.:

Fernsehgewalt und die Einschaltquote. Welches Publikumsbild Fernsehschaffende leitet, wenn sie über Gewaltkriminalität berichten. Baden-Baden 2010

Hestermann, T. (Hrsg.):

Von Lichtgestalten und Dunkelmannern. Wie die Medien über Gewalt berichten. Wiesbaden 2012a

Hestermann, T.:

Mitleid für das Opfer, Starruhm für den Täter.
In: Ders. (Hrsg.): Von Lichtgestalten und Dunkelmannern. Wie die Medien über Gewalt berichten. Wiesbaden 2012b, S. 27–42

Hestermann, T.:

„Bei Ergreifung sofort hinrichten“. Fernsehberichterstattung über Gewalt und ihre Folgen.
In: tv diskurs, Ausgabe 70, 4/2014, S. 78–82

Hestermann, T.:

Kuhl wie ein Skalpell. In der Fernsehberichterstattung über Gewalt steht die Justiz abseits. In: Betrifft Justiz, 121/2015/31, S. 4–10

Weitere Informationen:

Dart Center für Journalismus und Trauma, Deutschland

Dieses Netzwerk versteht sich als Forum und als Ressource, um die sensible und sachkundige Berichterstattung über Tragödien und Gewalt zu fördern, und unterstützt die Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten.

Kontakt:

Petra Tabeling
Mediapark Süd
Sachsenring 2–4
50677 Köln
Tel.: 02 21 / 2 78 08 14
E-Mail: petra.tabeling@dart-center.org
Webseite: <http://dartcenter.org/german>

Dr. Thomas Hestermann ist Fernsehjournalist und Medienwissenschaftler. Er forscht zu Gewaltberichterstattung und ist Professor für Journalismus an der Hochschule Macromedia in Hamburg und Berlin.



Dr. John Dussich ist Psychologe und Professor für Kriminologie in Fresno (USA). Er hat weltweit gelehrt und gearbeitet zur Situation von Opfern, insbesondere zu ihren Bewältigungsstrategien. Jüngst hat er Betroffene des Erdbebens in Nepal beraten und unterstützt.

„Trauer nicht kommerziell ausbeuten“

Wenn Journalisten über Verbrechen und Naturkatastrophen berichten, versuchen sie häufig, Überlebende oder Opfer von Familien zu interviewen. Was sollten sie dabei beachten?

Vor allem sollten sie den Opfern nicht schaden – was wir die sekundäre Viktimisierung nennen. Journalisten sollten sich respektvoll verhalten. Oft gibt es eine dritte Partei, die mit Fachverstand und nicht aus Betroffenheit agiert, was die Opfer entlasten kann.

Was ist das Schlimmste, was Journalisten tun können?

Am schlimmsten ist es, Opfer zu bedrängen und in der Darstellung zu übertreiben. Ich habe gesehen, wie Journalisten Steine auf das Haus eines Opfers warfen, das nicht mit ihnen sprechen wollte.

Kann es eine heilsame Wirkung für die Opfer von Desastern menschlichen oder natürlichen Ursprungs haben, über die Medien die Öffentlichkeit zu erreichen?

Ja, wenn die Interviews mit ihnen behutsam geführt werden. Der Schlüssel dazu ist es, dass Opfer vorbereitet sind und ohne Druck sprechen können. Es geht oft nach einer Woche besser, wenn sich der stärkste Druck gelegt hat. Und die Medien können auch hilfreich sein, wenn die Rechte von Opfern verletzt worden sind.

Nachdem ein Flugzeug der Germanwings in den Alpen zerschellt war, zeigten die Medien kaum Trauernde. Dies gilt mittlerweile weithin als Tabu. Wenn es doch geschieht, was löst dies bei den Betroffenen aus?

Es gibt unglücklicherweise noch immer Medienverantwortliche, die sagen: „If it bleeds, it leads“ – was so viel heißt wie: Blut schafft Aufmerksamkeit. Dieser Leitsatz soll rücksichtslose Recherchen rechtfertigen. Doch diese unsensible Haltung ist nicht mehr so weitverbreitet. Denn es ist sehr beschämend für Menschen, mit ihrer Trauer in den Medien zu erscheinen. Es ist zwar natürlich, auch in der Öffentlichkeit seine Trauer zu zeigen – aber es ist etwas anderes, wenn Medien diese Trauer zu kommerziellen Zwecken ausbeuten.

Das Interview führte Prof. Dr. Thomas Hestermann.

22.07.2011

Im Osloer Regierungsviertel sterben bei einem Bombenattentat acht Menschen. Der rechtsradikale Täter richtet danach auf der norwegischen Insel Utøya unter den jugendlichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern eines sozialdemokratischen Feriencamps ein Blutbad an. 69 Menschen werden dabei getötet.

Sterben, um zu leben?

Der Tod und das Kino

Werner C. Barg

Im Editorial der *tv diskurs* 72 hat Prof. Joachim von Gottberg auf das mediale Mood-Management im Zuge des Absturzes der Germanwings-Maschine im März 2015 aufmerksam gemacht. Gibt es solch ein Management von Gefühlen und Stimmungen auch durch fiktionale Formate? Der folgende Beitrag geht dieser Frage nach, bezogen auf Darstellungsweisen des Tabuthemas „Tod“ im Kinospießfilm.

Die Begegnung

Kino ist der Ort, an dem das Publikum mediale Grenzerfahrungen erlebt und erleben möchte. Die Begegnung mit übernatürlichen Wesen, mit Sauriern und Piraten, Aliens und Abenteurern ist ganz ungefährlich. Sie findet im filmischen Erzähluniversum als Fiktion auf der Leinwand statt und erlaubt es den Betrachtern, sensomotorische Erfahrungen (Angst, Spannung, Spaß) zu erleben, ohne doch je physisch beteiligt, gar bedroht zu sein. Im wirklichen Leben würde man manches Milieu und viele Situationen wohl eher nicht erleben wollen; im Kino durchlebt man sie dagegen mit Angstlust oder Freude, Schauern oder Erschüttern.

So verhält es sich auch mit der Grenzerfahrung des Todes. Jeder Zuschauer weiß, spürt oder ahnt zumindest, dass er dem Tod irgendwann leibhaftig begegnen wird – durch den Tod naher Verwandter oder Freunde und schließlich als Endpunkt des eigenen Lebens.

Im Kino kann das Publikum dem Kampf ums Leben, dem Sterben, schließlich dem Tod fiktiver Figuren in virtueller Form schon einmal begegnen, z. B. in Andreas Dresens Filmdrama *Halt auf freier Strecke* (2011). Mit großem Realismus¹ und in einem ruhigen beobachtenden Erzählgestus begleitet der Regisseur und mit ihm der Zuschauer das Sterben eines Familienvaters, seine und die Reaktionen seiner Frau, ihrer beiden Kinder, naher Freunde von der Diagnose „Bösartiger Hirntumor“ bis zum Tod. Jeder, der durch den Tod von Verwandten und Freunden dem Sterben schon begegnet ist, kann an Dresens Film auch aufgrund seiner Inszenierung, die mit langen Einstellungen und vielen transparenten, ja kristallinen Bildern arbeitet, eigene Erfahrungen von Trauer und Verlust anlagern. Für alle anderen ist Dresens Film eine Art „Teststrecke“, ein fiktionales Durchleben von Gefühlen, bezogen auf ein Was-wäre-wenn-Szenario. Doch Dresens Film leistet durchaus noch mehr: Am Ende sagt die Tochter, nachdem der Vater gerade gestorben ist: „Ich muss zum Training.“ Ein lapidarer Satz, gesagt im Angesicht des Todes, der diskussionswürdig ist. Gleich zu Beginn des Films erhalten der Todgeweihte und seine Frau vom Arzt die erschreckende Diagnose. Mitten hinein in die Anspannung und Stille klingelt das Telefon. Auch hier durchkreuzt das da-



Halt auf freier Strecke

Anmerkung:

1

So besetzt Regisseur Andreas Dresen die Figur des Diagnosearztes, der dem Ehepaar in der eindrucksvollen Eingangsszene des Films die Diagnose „Bösartiger Hirntumor“ übermittelt, mit einem Laiendarsteller, der sich quasi selbst spielt: Der Arzt Dr. Uwe Träger spielt Dr. Uwe Träger.

17.07.2014

Ein Flugzeug der Malaysia-Airlines wird auf dem Flug von Amsterdam nach Kuala Lumpur über der Ostukraine abgeschossen. 298 Menschen finden den Tod. Bis heute ist nicht sicher geklärt, wer Flug MH17 zum Absturz brachte.

hinfließende Alltagsleben die Ausnahme-situation. Während das Paar die Todesbot-schaft noch sichtlich zu verkraften sucht, klärt der Diagnosearzt am Telefon Be-legungsprobleme von OP-Sälen. Seine Stimme ist nur im Off zu hören, während die Kamera derweil den Blick des Zuschauers an den Ge-sichtern des Paares „festsaugt“.

Dresens Film führt dem Zuschauer nicht nur vor, wie eine Familie mit dem Sterben umgehen kann; *Halt auf freier Strecke* gibt dem Zuschauer auch Hinweise, das Sterben und den Tod als Teil des Lebens annehmen zu können. Das Sterben wird vorgeführt, um den Zuschauer zu befähigen, damit im eigen-ten Leben besser umgehen zu können. Das Publikum stellt sich dieser Situation, um dar-aus auch eigene Gefühlsstrategien für den Ernstfall ableiten zu können, wenngleich der Ernstfall – wenn und wann immer er dann eintritt – ungleich schlimmer, furchtbarer und schmerzvoller sein wird.

Gleichfalls mehr als den Sterbeprozess eines alten, sich liebenden Paares mit der Kamera in realistischer Beobachtung zu be-gleiten, leistet auch Michael Hanekes Film *Liebe* (2012). Die Handlungsanleitung zum Umgang mit Sterben und Tod, die sein Film am Ende präsentiert – Sterbehilfe als einen letzten Akt großer Liebe –, bleibt allerdings höchst umstritten. Es ist jedem Betrachter überlassen, ob er dieser Zuspitzung in Hane-kes Geschichte folgen möchte.

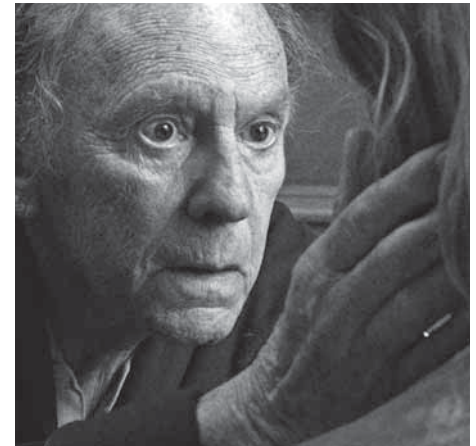
Schabernack und Spektakel

Aber auch Lachen hilft. Die schwarze briti-sche Komödie *Sterben für Anfänger* (2007) in der Regie von Frank Oz ist hierfür ein Bei-spiel, treibt eine Menge Schabernack mit dem Tod und lässt eine Trauerfeier mehr und mehr ins Chaos abgleiten.

Auch die Gespräche von Woody Allens Titelfigur Boris mit dem „Gevatter Tod“ sowie die philosophischen Diskurse mit seiner Part-nerin Diane Keaton alias der Figur seiner Cousine Sonja in der Historienkomödie *Die letzte Nacht des Boris Gruschenko* (1975) sind weitere Beispiele dafür, im Kinospießfilm auf humorvolle Weise mit dem Thema „Sterben und Tod“ umzugehen. Die pseudophilosophi-schen Diskurse der beiden Hauptfiguren in Allens Parodie auf Kostümfestivals, die klas-sische russische Literatur und auf den intel-lektuellen Film münden in einen Schluss-

monolog, in dem Allen alias Boris Gruschenko so amüsante „Wahrheiten“ über den Tod preiszugeben weiß wie: „Man darf sich den Tod nicht als ein Ende vorstellen. Man muss sich den Tod eher als eine Möglichkeit vor-stellen, weniger Geld auszugeben“ oder: „Es gibt Schlimmeres als den Tod. Wer den Abend schon einmal mit einem Versicherungsver-treter verbracht hat, weiß, wovon ich spre-che.“ Solche Gags des „Spötters“ Allen über den Tod mögen auf den ersten Blick taktlos erscheinen. Es sind Tabubrüche, in der Tat, aber solche, die im Kino dazu beigetragen haben, dem Zuschauer den Mythos des Todes zu entmystifizieren.

In der überaus erfolgreichen Kino-Mys-teryserie *Final Destination* (2000 – 2011) wird das Thema „Tod“ dagegen eher als Mys-teryspektakel und Basis für eine actionreiche Thrillerhandlung betrachtet. Der Wettlauf mit dem Tod, der es auf bestimmte Personen besonders abgesehen hat, steht im Mittel-punkt der Handlung. Dabei bleibt der Tod als Antagonist meist unsichtbar, wird als Wind-hauch visualisiert und oft von mysteriösen Nebenfiguren vorverweisend angekündigt, wie etwa gleich zu Beginn im ersten Film der Reihe von der Figur eines religiösen Sekten-mitglieds, das auf einem Flughafen Flyer ver-teilt mit dem Hinweis: „Der Tod ist nicht das Ende!“ Die Hauptfigur Alex weiß diesen Hin-weis als Signal zu deuten, dass etwas Unge-wöhnliches vorgeht. Er hat weitere mysteri-öse Beobachtungen und Visionen beim Ein-checken für einen Flug nach Paris, den er mit seiner Schulklasse unternehmen will. Als er die Vision hat, dass das Flugzeug gleich nach dem Start explodieren und abstürzen wird, löst er in der Maschine einen Tumult aus und wird vom Flugpersonal zusammen mit eini-gen Schulkameraden und einer Lehrerin aus dem Flugzeug geworfen. Sie alle werden wenig später Zeugen, wie Alex' Vision wahr wird. Alex wird ihnen unheimlich. Und Alex gerät sogar in Verdacht, an weiteren Todes-fällen schuld zu sein, als der Tod bald auch nach anderen aus der Clique greift, die den Flugzeugabsturz wider Erwarten überlebt hatten. Der Tod wird hier nicht personifiziert. Sein Handeln – und hierin liegt der Mystery- und Thrilleffekt der Filmserie – manifestiert sich in der geschickten Verkettung von Zufäl-len, von denen die Suggestion aufgebaut wird, sie seien von jener mysteriösen Macht, die wir den Tod nennen, gleichsam schicksal-



Liebe
Sterben für Anfänger
Final Destination

haft zusammengestellt worden. Diese Verkettung von Zufällen zu Todesfällen wird im Laufe der Kinoserie allerdings immer absonderlicher und unrealistischer.

Nichtsdestoweniger zeigt die hohe Publikumsresonanz auf die *Final-Destination*-Kinoserie mit mittlerweile fünf Filmen, dass die Darstellung von Grenzsituationen zum Thema „Sterben und Tod“ auf großes Interesse im Kinosaal stößt. Keine der in den Filmen vorgeführten Sterbesituationen möchte je ein Zuschauer wohl in der Wirklichkeit erleben, deren Beobachtung in der fiktiven Erzählung eines Mysterythrillers nimmt man aber nur zu gern in Kauf.

Bis zum Jupiter und darüber hinaus

Doch das Kino hat in seiner Geschichte des narrativen Films das Publikum nicht nur mit Bildern des Todes vertraut gemacht, sondern – besonders in den Versuchen des intellektuellen Films der 1970er-Jahre – auch versucht, den Moment des Todes selbst darzustellen und hieran die Frage nach dem Sinn unseres Daseins und die Bedeutung des Todes für das Leben zu knüpfen.

In Nicolas Roegs Mysterythriller *Wenn die Gondeln Trauer tragen* (1973) wird die Hauptfigur, ein britischer Restaurator, den Donald Sutherland spielt, am Ende des Films von einem Serienmörder, einem Wicht in roter Robe, brutal ermordet. Diese Mordszene besteht im Wesentlichen aus einer Montagesequenz, die die Behauptung von Menschen mit Nahtoderfahrung visualisiert, im Moment des Todes laufe vor dem geistigen Auge des Sterbenden dessen Leben noch einmal in den wichtigen Stationen ab. Hier zeigt das Kino die Todeserfahrung also nicht nur von „außen“, als Beobachtung, sondern subjektiv, als Verschmelzung von Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft im Erleben und in der Wahrnehmung „innerer Bilder“ der fiktiven Hauptfigur eines Films.

Für den französischen Philosophen Gilles Deleuze sind die Einstellungen solcher Filmmontagen „Zeitbilder“ (vgl. Deleuze 1991), weil sich in ihnen verschiedene Ebenen und Dimensionen von Zeit in der filmischen Bewegung verbinden, ohne dass die filmische Bewegung selbst die Montage der Bilder bestimmt, um das Kontinuum eines bruchlosen Erzählflusses zu suggerieren, wie es in den „Bewegungsbildern“ (vgl. Deleuze 1989) des klassischen Kinos noch der Fall ist.



Wenn die Gondeln Trauer tragen



2001: Odyssee im Weltraum

Eines der markantesten „Zeitbilder“ des Todes ist für Deleuze die Schlusssequenz von Stanley Kubricks Film *2001: Odyssee im Welt-raum* (1968). Die Verfilmung einer Kurzgeschichte von Arthur C. Clarke ist eine groß angelegte Metapher über die Entwicklung der ganzen Menschheit durch den Einfluss einer außerirdischen Macht: In grauer Vorzeit findet und berührt ein Menschenaffe zu Beginn des Films einen mysteriösen schwarzen Monolithen. Daraufhin weiß dieser Affe einen Knochen nicht nur als Werkzeug, sondern als Waffe auch gegen seine Artgenossen einzusetzen. Der von nun an durch Gewalt und Krieg geprägte technologische Fortschritt der Menschheit findet seinen Endpunkt im denkenden und fühlenden Computergehirn HAL. Es führt in damals naher Zukunft (2001) ein Raumschiff auf geheimer Mission, die eine Gruppe von Astronauten bis zum Jupiter und darüber hinaus bringen soll. Doch HAL, der Computer, ist menschlicher, als die Piloten des Raumschiffes denken. Er entwickelt Gefühle, auch negative: Eifersucht, Hass und die Angst, dass die Menschen ihm die Kontrolle über das Raumschiff entziehen könnten. So beginnt er, den Großteil der Mannschaft, die sich in einem künstlichen Schlaf bis zum Zielort befindet, einen nach dem anderen zu töten. Astronaut Dave Bowman, einer der Piloten, kann das Superhirn HAL schließlich hirnamputieren. Doch der Tod des Computers offenbart dem überraschten Astronauten nun die eigentliche Wahrheit über die Raummission: Ein Video läuft ab, in dem berichtet wird, dass vor Monaten auf der dunklen Seite des Mondes jener schwarze Monolith, der den ganzen Menschheitsfortschritt in Gang brachte, wiedergefunden wurde. Das Raumschiff mit Bowman und HAL an Bord folgte den Funksignalen, die der Monolith aus den Weiten des Alls empfing.

Der Tod der höchstentwickelten Maschine als Sinnbild einer „untrennbar mit Todeskräften verbundenen Gehirn-Welt“ (Deleuze 1991, S. 166) offenbart am Ende menschlicher Technikentwicklung den eigentlichen Sinn der Mission. Bowman gerät auf den legendären Farb- und Bilder-Trip durch die Welt werdender und sterbender Sterne, um schließlich in seiner Raumkapsel in einem ominösen historischen Zimmer zu landen. Dort erblickt er sein – im wahren Wortsinne – Alter Ego in verschiedenen Phasen des Al-

terns. Am Ende verschwindet Bowman in der Unendlichkeit des Universums, wo die Sphäre des Blauen Planeten und die Fruchtblase des Embryos einander fast wieder berühren. Der Embryo trägt die Gesichtszüge des Astronauten. Der ewige Kreislauf von Geburt und Tod in der Unendlichkeit des Alls – Kubricks Visualisierung einer möglichen Erklärung des Unfassbaren, sie wurde in ihrem cineastischen Raffinement bislang nie wieder erreicht. Wenngleich Regisseur Luc Besson kürzlich versuchte, mit seinem Film *Lucy* (2014) eine filmische Neuinterpretation des Todes zu zeigen – ein Versuch, der aber ungleich banaler blieb als Kubricks filmphilosophischer Wurf: „Am Ende von *2001* haben die Sphäre des Fötus und die Sphäre der Erde in einer vierten Dimension die Möglichkeit, in ein neues, unvergleichbares und unbekanntes Verhältnis einzutreten, welche den Tod in ein neues Leben übergehen lässt“ (ebd., S. 166).

Fazit

Bilder des Todes zu zeigen und erklärbar zu machen, Grenzsituationen des Sterbens dramatisch, komödiantisch und/oder auch actionreich im Kino zu gestalten, erlauben es dem Publikum, „spielerisch“ mit dem Thema „Tod, Sterben, Trauer und Verlust“ umzugehen. Das Wissen um die Fiktion der Darstellung ist wie ein Schutzmantel, der dem Publikum hilft, dem Tod ins Auge zu blicken, ja ihn vielleicht sogar ein bisschen zu verstehen. „Der Tod gibt uns seine Versprechungen durch den Kinematographen“, schrieb Filmtheoretiker Jean Epstein schon 1974. Und der italienische Filmregisseur Pier Paolo Pasolini, der fest an die Einheit von Leben und Film glaubte, ergänzte 1977: „Der Tod vollendet die gewaltige Montage unseres Lebens“ (Jansen/Schütte 1977).

Literatur:

Deleuze, G.:
Das Bewegungs-Bild.
Kino 1. Frankfurt am Main
1989

Deleuze, G.:
Das Zeit-Bild. Kino 2.
Frankfurt am Main 1991

Epstein, J.:
Ecrits sur le cinema.
Paris 1974

Jansen, P. W./Schütte, W.
(Hrsg.):
Pier Paolo Pasolini.
In: Reihe Film 12. München/
Wien 1977

Dr. Werner C. Barg ist Autor, Produzent und Dramaturg für Kino und Fernsehen. Außerdem ist er Regisseur von Kurz- und Dokumentarfilmen sowie Filmjournalist. Seit 2011 betreibt er als Produzent neben seiner Vulkan-Film die herzfild productions im Geschäftsbereich der Berliner OPAL Filmproduktion GmbH.



Die innere Wahrheit

Contergan-Autor Benedikt Röskau schreibt ein Drehbuch
über die Germanwings-Katastrophe

Normalerweise vergehen mehrere Jahre, bevor sich das Fernsehen traut, eine Tragödie in Form eines Spielfilms zu verarbeiten. Beim Germanwings-Absturz liegen die Dinge jedoch anders; Benedikt Röskau hat sein Exposé bereits fertig.

Herr Röska, nach der Flugzeugkatastrophe von Überlingen hat es sieben Jahre gedauert, bis ein Film über die Ereignisse ins Fernsehen kam. Warum geht es nach dem Germanwings-Absturz so viel schneller?

Sie haben recht, normalerweise ist so etwas erst Jahre später möglich. In diesem Fall ist das aber anders – und das nicht nur wegen der singulären Wucht des Unglücks: Die Ereigniskette ist abgeschlossen, Ablauf und Hintergründe sind bekannt, es wird kaum noch Enthüllungen geben.

Ist das nicht ein Stoff, bei dem viele Menschen fragen werden: Darf man darüber überhaupt einen Film machen? Wird das 150-fache Sterben dadurch nicht banalisiert?

Ein Film banalisiert nicht grundsätzlich, nur ein banaler Film tut das – und den werde ich nicht schreiben. Ich mache so einen Film nicht, weil man ihn machen darf, sondern weil man ihn machen muss.

Worin liegt für Sie das besondere filmische Potenzial des Germanwings-Stoffes?

An der Tragödie reizt mich vor allem die persönliche Komponente. Mein Ansatz ist daher grundsätzlicher Natur. Der Absturz hat offenbart, dass sich nicht alles kontrollieren lässt. Deshalb hadern wir Deutschen mehr als andere Nationen mit der Schicksalhafterkeit solcher Ereignisse, weil uns diese Hilflosigkeit tief in unserer Menschlichkeit berührt. So geht es auch dem Protagonisten der Geschichte, die ich erzählen möchte: Nach dem Absturz begibt sich ein Ausbilder des Piloten auf Spurensuche. Er will wissen, ob der erweiterte Suizid hätte verhindert werden können, er stellt jene Fragen, die sich alle gestellt haben: Warum macht ein Mensch so etwas? Was mag in ihm vorgegangen sein, als er allein im Cockpit auf den Tod wartete? Und wie kann man vermeiden, dass sich so etwas wiederholt?

Werden Sie diese Fragen beantworten?

Nein, ich sehe meine Arbeit eher als verborgene Suche nach einer Erklärung für das Unerklärliche. Trotzdem bin ich überzeugt, einen Beitrag zur kollektiven Verarbeitung leisten zu können.

Ihr Exposé heißt Blackbox Mensch. Worauf bezieht sich dieser Arbeitstitel?

Auf die Unerforschtheit der Seele. Wir kennen jeden Quadratzentimeter unseres Planeten, aber die menschliche Psyche ist nach wie vor ein unbekannter Kontinent.



24.03.2015

Der Germanwings-Airbus mit der Flugnummer 4U 9525 stürzt auf dem Weg von Barcelona nach Düsseldorf über den südfranzösischen Alpen ab. Der Kopilot hatte die Maschine absichtlich in einen Sinkflug gebracht. 150 Menschen an Bord sterben.

Der Film soll also keine Dokumentation mit Spielszenen werden?

Nein, ein Spielfilm kann viel mehr erzählen als jede dokumentarische Form; durch das Miterleben des Zuschauers kann man eine ungleich tiefere Verankerung im Bewusstsein erreichen. Das wird viel komplexer sein, als es bei einem Dokudrama möglich wäre, zumal ich die Ereignisse auf verschiedenen Zeitebenen erzählen werde. Auf Szenen aus dem Flugzeug will ich ohnehin verzichten, weil sie zwangsläufig voyeuristisch wirken würden.

Auf dem Deckblatt Ihres Exposés schreiben Sie in Anlehnung an Georg Büchner: „Jeder Mensch ist ein Abgrund. Man schaudert, wenn man hineinsieht.“ Auch Krimis leben ja von diesem Schauder. Kein Genre ist im Fernsehen häufiger vertreten. Woher rührt diese Faszination?

Noch nie haben wir so sicher gelebt wie heute hier in Deutschland, in Mitteleuropa. Trotzdem wissen wir, wie gefährlich der Mensch sein kann, uns selbst eingeschlossen. Unsere Großelterngeneration war in übelste Verbrechen verwickelt. Begangen von scheinbar harmlosen Menschen, von unseren Nachbarn, von unserer Familie. Das ist der Abgrund, den zeigt uns der Krimi. Aber da muss es dann auch zu einer Aufklärung kommen, das ist der Deal. Beides zusammen schafft für mich diese Faszination: das Bewusstsein von der Gefährlichkeit in uns selbst und die Zwangsläufigkeit, mit der die Suche nach dem Täter stattfindet.

Spätestens seit dem Contergan-Film gelten Sie als Experte für Filme nach wahren Begebenheiten. Warum haben Sie eine derart große Vorliebe für solche Themen?

Wahre Begebenheiten haben ein äußeres Bild und eine innere Wahrheit. Diese Wahrheit interessiert mich. Worum ging es wirklich? Warum passierte es, warum passierte es uns, warum zu diesem Zeitpunkt? Ich will wissen, was das mit unserem Leben zu tun hat und was wir daraus machen. Darum zwingt einen die wahre Begebenheit auch zur Genauigkeit. Man kann sich eben nicht einfach was einfallen lassen, um irgendeine Wendung in der Story zu bekommen. Man muss wahrhaftig bleiben, das ist viel schwieriger, als nur die Wahrheit zu schildern.

Solche Stoffe sind wegen der Persönlichkeitsrechte jedes Mal eine Gratwanderung. Wie gehen Sie bei Blackbox Mensch vor?

Ich werde sämtliche handelnden Figuren fiktionalisieren. Es geht ja nicht darum, die tatsächlichen Ereignisse zu rekonstruieren. Ich strebe vielmehr eine grundsätzliche Wahrhaftigkeit an, um zu verdeutlichen, wie hilflos der Mensch ist, wenn er ein Problem lösen will, das unlösbar ist.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.

Benedikt Röskau ist dank seiner Drehbücher für große Fernsehserien wie *Contergan*, *Romy* (über Romy Schneider) oder zuletzt *Die Auserwählten* (über den jahrelangen Missbrauch an der Odenwaldschule) bekannt für seinen sensiblen Umgang mit heiklen Themen. Für *Blackbox Mensch* (Arbeitstitel) hat der Autor bislang u. a. den ausführlichen Bericht der französischen Flugsicherheitsbehörde studiert. Grünes Licht von einem Sender vorausgesetzt, wird er mindestens ein halbes Jahr mit Recherchen im Umfeld der Fluggesellschaft sowie der Erkundung des medizinisch-psychologischen Komplexes verbringen. Das Verfassen des Drehbuches wird weitere sechs Monate dauern; Produktionsbeginn dürfte frühestens im Herbst 2016 sein. Röskau hat sein Exposé im

Auftrag der Produktionsfirma Saxonia Media entwickelt. Der Geschäftsführer des Unternehmens, Sven Sund, ist der Initiator des Projekts und sucht derzeit einen Sender, der seine Haltung teilt, wie der Stoff umgesetzt werden sollte: „Ich will auf keinen Fall einen aufreißerischen, vordergründig aufmerksamkeitsheischenden Film daraus machen.“ Für Saxonia Media ist der Germanwings-Stoff ein eher ungewöhnliches Projekt. Bislang stand die Leipziger Produktionsfirma für Serien wie *In aller Freundschaft*, *Schloss Einstein* oder *Tierärztin Dr. Mertens*. Sund will in Zukunft neben den Serien verstärkt Fernsehfilme zu gesellschaftlich relevanten Themen produzieren. Das Unternehmen verhandelt derzeit mit verschiedenen Sendern über *Blackbox Mensch*.

Klaus-Dieter Felsmann

„Der einsame Trail in die Ewigkeit“

„Können Sie uns etwas über den amerikanischen Traum, wie er sich im Hollywood-Film widerspiegelt, erzählen?“ So lautete die Anfrage einer politischen Stiftung, die zum entsprechenden Großthema ein Wochenendseminar veranstalten wollte. Das Honorarangebot klang verlockend, der Termin passte in meinen Kalender und eine gewisse Vorstellung vom gefragten Sachverhalt hatte ich auch. Also begann ich vertiefend zu recherchieren. Bei der vorgegebenen Fragestellung führte mich die Suche fast zwangsläufig zu John Wayne, in dessen Darstellung von Westernfiguren sich die Wertevorstellungen der amerikanischen Pionierzeit wie in einem Brennglas verdichten. *Der schwarze Falke*, *Rio Bravo*, *Alamo* – ich hatte den Einstieg in meinen Vortrag. Nebenher habe ich etwas gefunden, das für mich in ganz anderer Weise Bedeutung erlangte. Eine alte Schallplattenaufnahme aus dem Jahr 1979 wurde mit Bildern versehen und findet sich nun im grenzenlosen Medienarchiv von YouTube. Arnold Marquis, die deutsche Synchronstimme von John Wayne, spricht einen Nachruf auf seinen Freund und Meister. Am Ende ist die Rede vom einsamen Pfad in die Ewigkeit, der dem großen Cowboy bevorsteht und der, so schwingt es im sonoren Bass von Marquis deutlich mit, sowohl auf den Sprecher als auf jeden von uns wartet.

Es ist selten geworden, dass jemand wie der immer wieder verborgene Gefühlslagen seiner Zuhörer aufspürende Sänger Reinhard Mey in seinem Lied *Mein Testament* öffentlich über jene Stunde nachdenkt, „die man halt nicht vorher kennt“. Uns umgibt eine sehr sachlich orientierte Kultur, und jener Trost, der früher durch den Glauben an das Jenseits gegeben war, der scheint abhandengekommen zu sein. Wir klammern uns an die Verheißungen der Gesundheitsindustrie und geben uns dem Gefühl hin, wir müssten uns nur an die entsprechenden Empfehlungen halten, dann könnte unser irdisches Dasein geradezu grenzenlos sein. Doch im Inneren weiß natürlich jeder, dass irgendwann auch er abgerufen wird. So ist es nicht verwunderlich, dass ein Roman wie Mitch Alboms *Die fünf Menschen, die dir im Himmel begegnen*, den Lloyd Kramer 2004 verfilmte, zu einem Bestseller werden konnte. Hier begegnet der alte Eddie, der ein Leben lang im Vergnügungspark Ruby Pier gearbeitet hat, nach seinem Tod im Jenseits Menschen, die ihm bisher nicht begreifbar gewesene Wendepunkte seines Erdendaseins erklären. So etwas erwarten zu können, ist eine schöne Hoffnung. Natürlich weiß niemand, wohin der Weg, der anzutreten ist, führt. Wie man aber durch die Pforte treten möchte, das liegt in der eigenen Hand. Zumindest wäre das wünschenswert.

In jüngster Zeit haben sich zwei enge Freunde von mir von dieser Welt verabschiedet. Beide hatten ein gutes Stück intensiven Lebens bereits hinter sich, doch es fehlte noch Beträchtliches, um das hierzulande durchschnittliche Sterbealter zu erreichen.

Einer von ihnen war inmitten der Kriegswirren im Sudetenland geboren. Nach 1945 floh seine große Familie Richtung Westen. Die Wege trennten sich. Sowohl regional – man lebte fortan in Düsseldorf, Hamburg, auf Sylt oder im Westen Berlins – als auch hinsichtlich der politischen Überzeugungen. Als wir uns nun auf dem Friedhof in Berlin-Steglitz von ihm verabschiedet hatten, waren alle überrascht, als es hieß, dass die Urne in Radebeul bei Dresden beigesetzt werden sollte. Dort waren nach dem Krieg die Großeltern geblieben, und dem Freund war es wichtig, durch eben die Pforte in die Ewigkeit zu gehen, durch die auch sie gegangen sind. Ein letzter Moment als Familienzusammenführung, die zu Lebzeiten nicht glücken konnte.

Der andere Freund ist unmittelbar nach der Schulzeit in der Oberlausitz der Enge seiner Herkunft entflohen. Später widmete er sich mit seinen Forschungen als Historiker dem Anarchismus. Was er dabei bei Rudolf Rocker, Peter Kropotkin oder Otto Rühle gelesen hatte, blieb nicht ohne Einfluss auf seine eigene Lebenshaltung. Eine der letzten Inseln des

einstigen alternativen Lebens im Prenzlauer Berg ist die Kneipe „Rumbalotte“ des Lyrikers Bert Papenfuß. Hier hat er gern sein Feierabendbier getrunken und hier haben im Kreise der aktuellen Berliner Anarchistengemeinde alle, die ihm nahestanden, einen letzten Becherovka auf sein Wohl getrunken. Die Urnenbeisetzung fand dann in Löbau, wo er ursprünglich herkam, im kleinen Kreis statt. Als ich dort mein aus der Ferne bestelltes Grabgesteck abholte, meinte die Blumenhändlerin, sie habe jene Farben ausgewählt, die der Verstorbene so gerne hatte. Ja, der nette Mann sei im letzten Jahr öfter im Ort gewesen und sie hätten sich immer gut unterhalten. Offenbar hatte sich der Freund mit Ausbruch der Krankheit Gedanken darüber gemacht, von wo aus er den Weg in die Ewigkeit antreten möchte. Er, der immer in ausgesprochen weltläufigen Zusammenhängen dachte und lebte, wollte im letzten Moment in aller Stille dort sein, wo er ursprünglich zu Hause war.

Keiner der beiden Freunde hat zu Lebzeiten über die Vorstellungen von der letzten Pforte sprechen können oder wollen. Dennoch hatten sie sehr konkrete, individuell geprägte Wünsche und für jeden war es wichtig, einen Platz zu finden, der einen Bezug zu den eigenen Wurzeln hat und der gleichzeitig für den auffindbar ist, der über die Zeit hinaus Kontakt zu ihnen sucht.

Andererseits erlebe ich immer öfter, dass gerade ältere Verwandte darauf bestehen, auf einem der sich mehr und mehr ausbreitenden anonymen Gräberfelder beigesetzt zu werden. Meist heißt es dann, sie wollten Kindern oder Verwandten nicht über den Tod hinaus zur Last fallen. Von der Hand zu weisen ist solches Argument nicht so einfach. Die Alten haben erlebt, wie sich die Familien angesichts der Anforderungen immer mobiler werdender Arbeitsstrukturen mehr und mehr in aller Welt verstreut haben und wie kostbar freie Zeit geworden ist. Wer sollte da ihr Grab, so wie sie es sich traditionell vorstellen, pflegen? Doch es scheint gar nicht so leicht möglich zu sein, entgegen aller praktischen Erwägungen, anonym aus der Welt zu verschwinden. Jüngst habe ich an einer Führung über den Südwestkirchhof Stahnsdorf, der 1909 vom Berliner Synodalverband außerhalb der Stadtgrenzen angelegt worden war, teilgenommen. Viele der hier erhaltenen Begräbnisplätze ermöglichen den Nachgeborenen Zwiesprache mit bedeutenden Vertretern deutscher Kultur- und Wissenschaftsgeschichte. Ich wollte speziell zum Grab des Stummfilmregisseurs Friedrich Wilhelm Murnau. Als wir beim Rundgang an dem Areal für anonyme Bestattungen vorbeikamen, meinte der Erklärer, dass hier die Friedhofsarbeiter an jedem Montag alle Hände voll zu tun hätten, um Blumen und andere

Gedenkzeichen der Wochenendbesucher wegzuräumen.

Selbst angesichts effizienter Beerdigungsrituale unserer Zeit bleibt der Friedhof ein wichtiger und, wie ich meine, notwendiger Ort der Begegnung. Wenn der Weg in die Ewigkeit auch einsam ist, zurück bleiben immer Menschen – ganz gleich, ob der Schreitende prominent oder weniger öffentlich bekannt war –, die in aller Stille in Gedanken bei dem Gegangenen sein wollen.

Klaus-Dieter Felsmann
ist freier Publizist, Medien-
berater und Moderator
sowie Prüfer bei der
Freiwilligen Selbstkontrolle
Fernsehen (FSF).



Panorama 03/2015

Wissenschaftlicher Nachwuchspreis medius 2015 verliehen

Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), das Deutsche Kinderhilfswerk e. V. (DKHW), die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF) haben den medius 2015 verliehen. Der Preis ist mit insgesamt 2.500 Euro dotiert und würdigt medienwissenschaftliche Abschlussarbeiten. Den 1. Preis erhielt Thomas Rakebrand für die Masterarbeit *Gehört das dann der Welt oder YouTube? User Generated Content und das Verständnis junger Erwachsener vom deutschen Urheberrecht*. Der Absolvent der Universität Leipzig fragte im Rahmen seiner Abschlussarbeit junge Erwachsene von 18–26 Jahren, was sie über das Urheberrecht wissen, welche persönlichen Erfahrungen sie damit im Internet gemacht haben und welche Beweggründe ihr urheberrechtsbezogenes Internethandeln hat (vgl. diese Ausgabe, S. 132).

Der 2. Preis ging an die Masterarbeit *LOL!? – Eine qualitative Untersuchung zu subjektiven Bewertungen von Online-Konflikten unter Jugendlichen* von Melanie Pfeifer, die an der Pädagogischen Hochschule Freiburg eingereicht wurde.

Den 3. Preis erhielt Nadine Grau für ihre an der Alice Salomon Hochschule Berlin eingereichte Bachelorarbeit *(De-)Konstruktion von Gender in den Medien – Zur Konstruktion von Geschlecht bei 11- bis 12-jährigen Kindern anhand der medialen Repräsentation von Gender in der Fernsehserie „Berlin – Tag & Nacht“*.

Melanie Pfeifer und Nadine Grau werden sowohl im Blog (blog.fsf.de/tag/medius) als auch in den kommenden Ausgaben der *tv diskurs* ihre Arbeiten vorstellen.



Preisträgerinnen und Preisträger mit ihren Laudatoren aus der Jury (v. l. n. r.): Luise Schmidt (DKHW), Melanie Pfeifer (2. Preis), Prof. Dr. Dagmar Hoffmann (Universität Siegen), Thomas Rakebrand (1. Preis), Nadine Grau (3. Preis), Prof. Dr. Roland Rosentock (Universität Greifswald)

Zum medius 2016

Ausgezeichnet werden Abschlussarbeiten aus dem deutschsprachigen Raum, die sich mit innovativen Aspekten aus dem Medienbereich, der Pädagogik oder dem Jugendmedienschutz auseinandersetzen. Im Vordergrund stehen die Kriterien Interdisziplinarität (Impulse, die Medientheorie und Praxis mit anderen Disziplinen der Sozialpädagogik oder Schulpädagogik verbinden), Theorie-Praxis-Verbindung (die sinnvolle Verbindung und kritische Reflexion von Medientheorie und -praxis; eine Beschäftigung mit der Lebenswelt von Kindern und deren Chancengleichheit sowie ihrer Partizipation an gesellschaftlichen Prozessen ist hierbei im besonderen Maße erwünscht) und Internationalisierung (Arbeiten, die unter Berücksichtigung der internationalen Forschungslage die aktuelle Medienentwicklung reflektieren).

Es können Arbeiten von Fachhochschulen und Hochschulen eingereicht werden, die 2013 oder 2014 abgeschlossen worden sind (in der Regel BA, Master, Magister, Diplom, Staatsexamen). Vorschlagsberechtigt sind die betreuenden Dozentinnen und Dozenten. Die Absolventinnen und Absolventen können ihre Arbeit auch selbst einreichen, wenn sie den Nachweis erbringen, dass diese mit „sehr gut“ bewertet worden ist. Beigefügt sein müssen eine ein- bis zweiseitige Zusammenfassung der Arbeit, die Abschlussarbeit als PDF auf CD, eine Begründung, warum die Arbeit für den medius vorgeschlagen wird, und, sofern vorhanden, das Gutachten der Dozentin bzw. des Dozenten. Einsendeschluss ist der 30. November 2015.

Weitere Informationen unter:
fsf.de/veranstaltungen/medius

BGH: Einbetten von Internetvideos keine Urheberrechtsverletzung

Der Bundesgerichtshof hat in einem aktuellen Urteil entschieden, dass das Einbetten von fremden Videos, welches auch als Framing bezeichnet wird, auf der eigenen Webseite nicht grundsätzlich das Urheberrecht verletzt. Demnach sei dies aber nur gestattet, wenn das Material vorher durch den Rechteinhaber für Internetnutzer frei zugänglich gemacht wurde. Videos, Fotos oder Textnachrichten werden beim Framing in eine Webseite eingebunden und können somit direkt auf der jeweiligen Seite angeschaut werden, der ursprüngliche Inhalt stammt jedoch weiterhin von der Webseite, auf der er hochgeladen wurde. Konkret hatten die Richter des BGH über die Klage eines Unternehmers zu entscheiden, der Wasserfilter herstellt. Die Firma hatte einen Film zum Thema „Wasserverschmutzung“ hergestellt, der später auf YouTube zu finden war und schließlich von zwei Handelsvertretern einer Konkurrenzfirma auf deren Webseite verwendet wurde. Die Firma klagte auf Schadensersatz. Während ihr vom Landgericht München 2.000 Euro zugesprochen wurden, wies das Oberlandesgericht die Klage ab, nachdem die beiden Handelsvertreter in Berufung gegangen waren.

Dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) wurde der Fall vom BGH vorgelegt. Dieser entschied ebenso, wie anschließend auch der BGH, dass das Einbetten fremder Videos nicht gegen das Urheberrecht verstoße. Der konkrete Fall allerdings wurde zur erneuten Beurteilung an das OLG München zurückgegeben.

Aus N24 wird Welt

Nach eigenen Mitteilungen wird der Nachrichtensender N24 Schritt für Schritt seinen Namen in Welt wechseln, um die Marke der „Welt“-Gruppe einheitlich nach außen darzustellen. Demnach sollen alle journalistischen Angebote der „Welt“ und von N24 im Web, in Print und im TV in Zukunft „Welt“ im Namen tragen. Eine Annäherung der Erscheinungsbilder beginne noch in diesem Jahr, so eine Sprecherin der Axel-Springer-Tochter. Man wolle digitales Leitmedium für Qualitätsjournalismus werden, für das das gemeinsame Markendach eine wichtige Voraussetzung sei. Zu Beginn des Jahres waren „Welt“ und N24 in einer eigenen Gesellschaft zusammengeführt worden.

Frauenquote für Regisseure bei Degeto

Die ARD-Tochter Degeto führt eine Frauenquote für Regisseure ein. Dies bestätigte eine Sprecherin des Unternehmens. Demnach werden in mindestens 20 % der Filme, die Degeto ab August produziert oder mitfinanziert, Frauen Regie führen. Degeto-Chefin Christine Strobl greife damit eine Forderung von „Pro Quote Regie“ auf, einem Zusammenschluss von Regisseurinnen in Deutschland. Die Selbstverpflichtungserklärung sei für drei Jahre abgegeben worden.

„Reporter ohne Grenzen“ klagt gegen BND

Wegen Überwachung des E-Mail-Verkehrs klagt der Journalistenverein „Reporter ohne Grenzen“ gegen den deutschen Bundesnachrichtendienst (BND). Dieser durchforstet Millionen E-Mails nach bestimmten Kriterien, um Nachrichten aus Krisengebieten auszufiltern. Jedoch kommunizieren dorthin nicht nur potenzielle Kriminelle, sondern eben auch „Reporter ohne Grenzen“. Der Verein vertritt die Ansicht, dass die Überwachungsprogramme das Fernmeldegeheimnis verletzen. Es stehe die Befürchtung im Raum, dass auch Nachrichten an Journalisten und andere Menschen im Ausland im System des BND landen. Nach eigenen Angaben habe die Organisation im Jahr 2013 280.000 E-Mails verschickt und erhalten, davon viele aus Krisenregionen. Es sei ein Schwerpunkt der Arbeit, Journalisten dort zu unterstützen. So hilft „Reporter ohne Grenzen“ z. B. bei Haftkautionen oder bei der Fluchtvorbereitung, wenn Journalisten im Ausland in eine gefährliche Situation geraten sind. Überwachung könne zudem Menschen abschrecken, brisante Informationen an Journalisten weiterzugeben.

Das Porträt: Jochen Koubek

Alexander Grau



Dr. Jochen Koubek ist Professor für Digitale Medien an der Universität Bayreuth. Sein Arbeitsschwerpunkt sind Computerspiele. Sowohl in seiner Forschung als auch in seiner Lehre verbindet er dabei auf innovative Weise technische und kulturwissenschaftliche Aspekte. Das liegt auch daran, dass Koubek selbst einen interdisziplinären Hintergrund hat: Von 1990 bis 1995 studierte er Mathe-

matik, Informatik und Philosophie an der TU Darmstadt. 2003 wurde er an der Humboldt-Universität zu Berlin promoviert. Seit 2009 lehrt er in Bayreuth. Neben Computerspielen forscht er vor allem zu der Wechselwirkung von digitalen Medien und Gesellschaft, den Auswirkungen des Internets auf unsere Kultur, aber auch zu Fragen der Medienbildung.

Wenn man den Namen Bayreuth hört, ist eigentlich alles klar. Bayreuth, das bedeutet Grüner Hügel, Festspiele und Wahnfried. Oder kurz: Wagner.

Doch Bayreuth ist mehr als dröhnendes Pathos, Größenwahn und Familienintrige. Bayreuth ist auch eine florierende Stadt mit bedeutender mittelständischer Industrie und – seit 1975 – einer Universität.

Zur Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth gehören auch vier Lehrstühle für Medienwissenschaften. Wagner – dem Richard – hätte das vermutlich gefallen. Immerhin ist sein Schauspielhaus vor allem ein Bühnentechnisches Meisterwerk, das modernste und innovativste seiner Zeit. Und nicht ohne Grund gilt Wagner vielen als Erfinder des Films *avant la lettre*, mithin als Medienrevolutionär.

Der Lehrstuhl von Jochen Koubek ist der Angewandten Medienwissenschaft und den Digitalen Medien gewidmet. Betritt man sein Büro, erwartet den Besucher im Vorraum ein kreatives Chaos aus allerlei technischem Gerät und eine imposante Sammlung von Pfandflaschen. Auch Koubeks persönlichem Zimmer sieht man an, dass hier vor allem gearbeitet wird. Bevor wir uns setzen können, räumt er rasch den Tisch frei.

Koubek ist seit 2009 Professor in Bayreuth. Begonnen hat er seinen akademischen Lebensweg allerdings in Darmstadt, an der Technischen Universität. „Da gab es die Fächerkombination, die ich studieren wollte“, erzählt er: „Mathematik, Philosophie und Informatik.“

Kultur und Internet

Koubek hat ein dunkles T-Shirt an, seine Brille, die Kurzhaarfrisur, das alles wirkt sehr pragmatisch. Umso überraschter ist man von der idealistisch anmutenden Antwort auf die Frage, was ihn zum Studium gerade dieser Fächer bewogen hat: „Ich wollte verstehen, was die Welt im Innersten zusammenhält.“ Dann fährt er wesentlich nüchterner fort: „Schon in der Schule merkte ich: Was die Bedeutung der Mathematik angeht, brauche ich ein Studium, das bekomme ich alleine nicht hin. Die Philosophie habe ich gewählt, damit ich nicht formal verblöde und Dinge verstehen lerne, die sich nicht formal abbilden lassen. Und die Informatik, dachte ich, ist technisches Verfügungswissen, um später einen Beruf auszuüben.“

Mathematik, erläutert Koubek, sei wichtig, um zu verstehen, welche Bedeutung die Mathematik nicht hat, um zu erkennen, wo ihre Grenzen sind: „Die Vorstellung, man könne die Welt etwa durch Differenzialgleichungen modellieren, ist faszinierend. Allerdings hatte ich mich immer gefragt: Woher wissen die Mathematiker eigentlich, dass das funktioniert? Bis ich dann viel später verstanden habe: Die wissen es auch nicht. Allerdings schaffen sie einen Formalismus, der unglaublich einschüchtern kann.“

Angesichts dieses eher philosophischen Ansatzes verwundert es nicht, dass Koubek sich in seinem Studium vor allem auf Wissenschaftstheorie, Erkenntnistheorie und Modellbildung spezialisierte und die Mathematik nach dem Diplom verließ: „Was mich tatsächlich fasziniert hat – das habe ich aber erst nach fünf Jahren gemerkt –, war nicht die Formalisierung, sondern die Frage, wie

»Kultur ist alles, was anders sein könnte.«

man sich Ideen über die Welt macht. Und da kam ich auf die Idee, dass das über die sogenannte Kultur läuft.“

Dementsprechend versuchte Koubek in seinem Dissertationsprojekt, den Begriff der Kultur näher zu verstehen. Genauer: den Einfluss des Internets auf die Kultur. Doch was ist eigentlich Kultur? Koubek gibt spontan eine griffige Definition: „Kultur ist alles, was man aushandeln kann.“ Und nach einer kurzen Pause ergänzt er: „Man könnte auch sagen: Kultur ist alles, was anders sein könnte.“ Dann bringt er ein Beispiel: „Wenn mein Sohn fragt, warum machen wir das, warum muss ich beim Essen die Hand auf den Tisch legen, dann ist meine Antwort: Das ist Kultur. Man könnte es anders machen, und woanders macht man es auch anders, hier aber machen wir es so.“

Kulturelle Größen, führt Koubek weiter aus, sind so, wie sie sind, nicht weil sie besser sind, sondern weil sie so geworden sind. Das zu beschreiben, sei Aufgabe der Kulturgeschichte. Zugleich seien wir davon überzeugt, dass kulturelle Verabredungen, etwa Werte und Normen, richtig seien. So würde aus der Kulturgeschichte die Mentalitätsgeschichte.

„In meiner Dissertation“, erklärt Koubek, „habe ich untersucht, wie sich diese Aushandlungsprozesse, die Kultur hervorbringen, durch das Internet verschieben.“ Hauptmotor sei dabei die Vernetzung, die einen kulturellen Paradigmenwechsel darstelle: „Peter Glaser nannte es einmal den Kolumbus-Effekt: Wenn man irgendwo ankommt, und dann öffnet sich eine ganze Welt, ganz neue Dimensionen.“

Neue kulturelle Paradigmen, erläutert Koubek, provozieren allerdings auch eine Inflation neuer Schlagworte, mit denen oftmals alter Wein in neuen Schläuchen verkauft wird. Und gerade die Stichworte „Vernetzung“ oder „Netzwerk“ zu Beginn des Internetzeitalters sind dafür treffende Beispiele: „Plötzlich war alles vernetzt. Manche propagierten, die Geschichte müsse ganz neu geschrieben werden. Die gesamte Wirtschaft, die Unternehmen waren nur noch vernetzt, es entstanden Wissensnetze“, erinnert sich Koubek nicht ohne Ironie.

Wie bei anderen kulturellen Paradigmenwechseln auch, so führte das Konzept der Vernetzung jedoch nicht nur zu einem Umschreiben der Geschichte, sondern auch der Zukunft: Es entstanden komplett neue Utopien und Dystopien.

»Im Grunde ist es so, dass sich die Bedürfnisse des Menschen immer wieder in den jeweiligen Technosphären widerspiegeln, sich dabei aber nicht grundlegend ändern.«

„Was mich besonders interessierte“, erklärt Koubek, „war die Frage, warum es damals – Anfang, Mitte der 1990er-Jahre – plötzlich so viele Menschen gab, die davon überzeugt waren, zu wissen, wie es weitergeht.“ Eine Antwort gab das Konzept der kulturellen Paradigmas, da es sehr schön erklärt, wie und warum sich Kulturen immer wieder ein Thema herausuchen, das sie prägt und als Kristallisationspunkt für alle Formen von Diskursen dient.

Doch letztendlich wiederholt sich die Ideengeschichte ebenso wie die Utopien, die mit ihr verbunden sind. „Im Grunde ist es so,“ hebt Koubek hervor, „dass sich die Bedürfnisse des Menschen immer wieder in den jeweiligen Technosphären widerspiegeln, sich dabei aber nicht grundlegend ändern.“

Die Unbedarftheit der Natives

Wenn es jedoch so ist, dass die anthropologischen Konstanten weitaus größer zu gewichten sind, als es die teilweise steile Veränderungs- und Umbruchsrhetorik nahelegt, drängt sich die Frage auf, ob die sogenannten Digital Natives tatsächlich so viel kompetenter mit modernen Informationsmedien umgehen als ältere Nutzer.

Koubek bezweifelt das: „Die Sorge, dass die Digital Natives uns alle davonschwimmen, ist sehr unbegründet. So ‚native‘ sind die gar nicht“, betont der Medienwissenschaftler. „Irgendwann wird man mal Natives haben, aber das wird dauern. Nur weil die alle wischen können, heißt das noch nicht, dass die flüssig die sozialen Normen und die Prozesse in den sozialen Netzen verstehen. Ganz im Gegenteil.“

Die sogenannten Digital Natives seien eigentlich so etwas wie unkultivierte Wilde. Den meisten sei etwa der Unterschied zwischen schriftlich und mündlich nicht bewusst. Deshalb verstünden sie auch nicht, dass sie etwas verschriftlichen, was dauerhaft global verfügbar ist. „Es existiert kein Problembewusstsein über die Medialität des Mediums“, fasst Koubek zusammen und ergänzt dann schmunzelnd: „Die müssten alle McLuhan lesen!“

Bei aller Kritik an der Medienkompetenz der Digital Natives verwehrt sich Koubek allerdings auch gegen jede Bewahrpädagogik. Das Internet und soziale Netzwerke seien nicht einfach nur Sucht, Gewalt und Gefahr. Da die meisten Eltern – auch aufgrund eigener Inkompetenz – ihren Kindern nicht helfen könnten, würden sie jedoch dazu neigen, sie dann zumindest zu beschützen.

Doch das sei die falsche Alternative. Es gehe eben darum, die Kinder zu beschützen, indem man ihnen helfe.

Ein Hauptproblem aktueller Medienerziehung sieht Koubek vor allem darin, dass die Kinder unvorbereitet mit den digitalen Medien konfrontiert werden. Dies gelte insbesondere im Hinblick auf Smartphones, da viele Eltern davon ausgingen, dass sie ihrem Kind ein Telefon schenkten. Doch ein Smartphone sei nun einmal ein Universalcomputer mit einer Telefon-App. Das Ergebnis: Kinder würden anfangen, sich massenweise Free-to-Play-Games herunterzuladen und sich vollkommen unkontrolliert in dieser Welt zu bewegen. „Niemand“, vergleicht Koubek, „würde auf die Idee kommen und sagen: Hier, mein Sohn, du bist jetzt sechs Jahre alt, hier ist die Straße, viel Spaß. Und erzähl mir heute Abend, was du alles erlebt hast.“ Aber mit dem Internet würden Eltern häufig so verfahren.

Dabei, so Koubek, sei vieles durchaus gut gemeint. Etwa Klassenchats. Doch auch an einen Klassenchat müssten die Schüler sorgsam herangeführt werden: „Ein unkontrollierter und unmoderierter Klassenchat ist ein übles Forum. Denken Sie nur an iShareGossip. Da sah man in die Abgründe der kindlichen Seele. Das ging ganz schnell in strafrechtlich relevante Inhalte hinein. Da ist die ältere Generation gefordert. Doch nicht mit dem Satz: Hände weg von der Technik, sondern durch elterliche Begleitung.“

Spiele als Kulturgut

Jochen Koubeks Hauptarbeitsgebiet in Bayreuth sind jedoch vor allem Computerspiele – neben den sozialen Netzwerken das zweite große Reizthema in der öffentlichen Mediendebatte.

Interessant seien dabei zunächst die Reaktionen der Studenten gewesen: „Die haben einerseits eine große Angst vor dem Medium, da sie immer nur die Warnungen vor Sucht und Gewalt hören. Zugleich geben alle beschämt zu, dass sie so was spielen.“ Doch Koubek will in seinen Seminaren zunächst nicht über die möglichen Verwerfungen reden. „Wir nehmen Computerspiele als Medium wahr und versuchen herauszufinden, was dieses Medium kann.“ Im Zentrum stünden keine Rezeptionsästhetischen oder Rezeptionspsychologischen Fragen, sondern die Geschichte und Funktion von Spielen oder Spielgenres.

Dabei geht es Koubek vor allem darum, Spiele zunächst als Spiele wahrzunehmen. In Deutschland würden Computerspiele nur geduldet, wenn irgendetwas Messbares dabei herauskäme: verbesserte Reflexe, eine verbesserte Hand-Auge-Koordination, am besten bessere Schulnoten. Doch damit würde man dem Medium Spiel nicht gerecht. Auch Bücher oder Filme würde man ja nicht ausschließlich auf ihre kognitive Nützlichkeit hin betrachten.

Gleichwohl hätten Computerspiele gegenüber Büchern und Filmen eine nicht unerhebliche Stärke: Sie könnten, so Koubek, dynamische Systeme darstellen: „Viele Spiele sind linear erzählt. Man hat den Eindruck, sie wären gerne Filme. Doch wer eine Geschichte erleben möchte, ist in anderen Medien derzeit besser aufgehoben. Wo Spiele jedoch brillieren, ist in der Darstellung dynamischer Systeme – das kann der Feudalismus sein, die Datenschutzproblematik, Wirtschaftssysteme, die Evolution oder was auch immer.“

Filme und Bücher könnten sich auch mit diesen Themen befassen, bräuchten aber immer einen Protagonisten, der dieses System erlebt. Computerspiele hingegen würden es erlauben, darzustellen, wie ein System sich unter unterschiedlichsten Bedingungen verhält – einfach dadurch, dass man die Ausgangsbedingungen verändert.

Zur Erläuterung bringt Koubek ein Beispiel: „Nehmen wir die systematischen Verwerfungen des Bankenskandals. Die lassen sich in der sequenziellen Narration von Film oder auch Presse nicht mehr abbilden, da gibt es keine Geschichte zu erzählen wie etwa bei einem Erdbeben. In einem Computerspiel könnte man die Dynamik der Prozesse, die zum Bankenskandal geführt haben, wunderbar erklären.“

Koubek geht es in seiner Lehre daher vor allem um Computer Literacy, also um die Fähigkeit, Computerspiele auch „lesen“ zu können, ein Spiel zu spielen und einzuordnen. Vor allem aber geht es dann auch darum, Spiele selbst hervorzubringen, eine Schreibkompetenz zu entwickeln.

Allerdings gesteht auch Koubek ein, dass erst in den letzten Jahren verstärkt Spiele erschienen sind, bei denen es sich lohne, sie medienwissenschaftlich zu analysieren: Als Beispiele nennt er *Data Dealer*, *Crusader Kings* oder *Papers, Please*. *Crusader Kings* etwa sei ein Paradebeispiel für ein emergentes Spiel, das verdeutliche, dass geschichtliche Prozesse kontingente Abläufe sind, die auf dem komplexen Zusammenspiel unzähliger Faktoren aufbauen.

Der Wandel in der Spieleszene, den Koubek feststellt, geht auch mit einer Veränderung des Durchschnittsalters einher. Der Durchschnittsspieler, so der Wissenschaftler, sei 35 Jahre alt, die Hälfte davon Frauen. Die Industrie baue aber immer noch im großen Umfang Spiele für 14-jährige Jungen, in denen Superhelden die Welt retten. „Insbesondere eine kleine Indie-Szene hat das begriffen. Die geben einem eben keinen Space Marine als Spielfigur, sondern einen normalen Menschen, der versucht, seinen Lebensalltag zu bewältigen.“

Im Medium Computerspiel, stellt Koubek heraus, würde jetzt ein Prozess stattfinden, der auch aus der Geschichte anderer Medien bekannt sei: die Trennung von Spaß und Unterhaltung. Spiele müssten nicht länger allein durch Spaß unterhalten, sondern könnten das auch durch schwierige Problemlösungsszenarien, die aus dem Alltag bekannt seien.

Mehr Interdisziplinarität wagen

Bei aller Euphorie für anspruchsvolle und intelligente Computerspiele sieht Jochen Koubek aber auch, dass insbesondere Computerspiele eine hohe Sogwirkung haben, zumal auf Jugendliche. Selbstverständlich bestehe daher auch ein gewisses Suchtpotenzial.

Allerdings müsse man mit dem Sucht-Begriff auch solide umgehen: „Suchtverhalten ist pathologisch. Das gibt es bei Spielen wie bei anderen Medien auch, aber nicht einmal übermäßig häufig“, erklärt Koubek. „Zudem darf man Sucht nicht mit Impulskontrollstörungen verwechseln. Jugendliche können den Wunsch weiterzumachen viel schlechter kontrollieren als Erwachsene.“

»Manchmal hat man den Eindruck, die Informatik will nicht und die Medienwissenschaft kann nicht.«

Doch das sei letztlich unproblematisch, denn irgendwann sei ein Spiel durchgespielt. Für die allermeisten Computerspieler seien Computerspiele ein Freizeitangebot unter anderen, neben Sportverein und vielen anderen sozialen Aktivitäten.

Aufgrund der öffentlichen Diskussion sieht Koubek die Computerspielforschung noch viel zu sehr durch die Wirkungsdebatte geprägt. Überhaupt sei sie viel zu sehr rezeptionsorientiert: „Ein Computerspielwissenschaftler sollte in der Lage sein, eigene systemische Ideen zu entwerfen und so umzusetzen, dass man mit anderen darüber reden kann. Das sehe ich als echtes Desiderat der Forschung: sich nicht so abgehoben von dem Medium zu begeben.“

Ein weiteres großes Problem der Forschung sei die fehlende institutionelle Verankerung. „Ein Großteil der Forschung“, so Koubek, „wird vom Mittelbau getragen.“ In vielen medienwissenschaftlichen Instituten gäbe es zwar hin und wieder einen Game-Studies-Kurs, aber keine Studiengänge. Die fänden sich nur in der Informatik, doch dort sei man an der Programmierung interessiert und nicht an einer medienwissenschaftlichen, kulturhistorischen Einbettung.

Allerdings seien diese Probleme nicht allein auf die Erforschung der Computerspiele begrenzt, sondern würden für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit digitalen Medien generell gelten: „Manchmal hat man den Eindruck, die Informatik will nicht und die Medienwissenschaft kann nicht.“ Im Grunde sei eine interdisziplinäre Institution gefragt, an der Juristen, Historiker, Informatiker und andere zusammenarbeiten. „Da könnte Wissenschaft mehr liefern, aber da muss ein echter Wille da sein. Doch den sehe ich zurzeit nicht.“

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:
der Hohenheimer Medienwissenschaftler
Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Dr. Alexander Grau
arbeitet als freier Kultur-
und Wissenschaftsjournalist
u. a. für „Cicero“, „FAZ“
und den Deutschlandfunk.



Binge Watching

Die neue Attraktivität von Serien im Internet

Juliane Kranz

Watchever, Amazon Prime und seit letztem Jahr auch Netflix beherrschen den deutschen VoD-Markt: Streamingportale steigern mit breit gefächerten Angeboten und günstigen Bezahlmodellen die Zuschauerakzeptanz und -nutzung von Video-on-Demand in Deutschland. Insbesondere serielle Formate profitieren von den uneingeschränkten Konsummöglichkeiten via Internet, denn der versierte Serienzuschauer muss nicht mehr auf die Fort-

setzungsfolge warten, sondern kann seinen Konsum je nach Belieben selbst steuern und in einen regelrechten Serienexzess verfallen. Ein derart exzessives Serienkonsumverhalten beschreibt das Phänomen des Binge Watching. Im Rahmen einer Masterarbeit im Masterstudiengang der Medienwissenschaft an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF wurde dieses neuartige Serienrezeptionsverhalten in Form einer qualitativen Studie näher untersucht.

Konvergente Medienumgebungen führen zu nachhaltigen Veränderungen im Umgang mit diesen. Im Zuge der Digitalisierung erlebt das klassische Fernsehen einen besonders für die Rezeption serieller Inhalte bedeutenden Wandel. Mit der voranschreitenden Etablierung des Video-on-Demand-Marktes in Deutschland kann das Serienpublikum zwischen verschiedenen Onlinediensten und Bezahlmodellen wählen, wobei sich der Trend in Richtung der SVoD-Modelle durchzusetzen scheint, die per Abonnement finanziert werden (vgl. Goldmedia 2014). Geringe Monatsbeiträge, eine einfache Handhabung und gut ausgebaute Internetleitungen ermöglichen einen nahezu uneingeschränkten Zugang zu beliebigen Serienformaten. Die Rezipienten können ihren eigenen Konsum damit ganz autark vom starren Fernsehprogramm lösen und das eigene Konsumverhalten selbst steuern. Eine neue Form des uneingeschränkten Serienkonsums beschreibt das Phänomen des Binge Watching.

Das Phänomen des Binge Watching

Der Begriff des Binge Watching (in der einfachen Übersetzung ins Deutsche wird auch von „Komaglotzen“ gesprochen) ist vor allem mit dem Aufkommen von Video-on-Demand-Portalen wie Netflix, Watchever oder Amazon Prime in das Bewusstsein der Serienrezipienten und Medienwissenschaftler getreten. Die Möglichkeit, Serien zu jedem beliebigen Zeitpunkt nicht nur über das klassische Fernsehgerät, sondern über mobile Endgeräte wie Smartphone, Tablet oder Laptop rezipieren zu können, gestattet dem Zuschauer einen nahezu uneingeschränkten Seriengenuss. Nicht nur die technischen Voraussetzungen und die sehr erschwinglichen Abo-Modelle diverser Videoportale locken die Konsumenten, Serien in breitem Ausmaß zu rezipieren. Vor allem verstärkt die Bandbreite an hochwertig produziertem Quality-TV die Aufmerksamkeit und Bindung des Zuschauers. Hochkomplexe Serien-

produktionen wie *Breaking Bad*, *The Wire*, *Mad Men*, *Game of Thrones* oder *True Blood*, welche sich insbesondere durch starke Inhalte und verwobene Handlungsstränge, gepaart mit hochwertigen Produktionsmerkmalen wie dem Setting, Cast und tief gehenden Plots auszeichnen, haben einen regelrechten Serienhype ausgelöst.

In Verbindung mit der gegenwärtigen Begeisterung für diese überwiegend US-amerikanischen Serienproduktionen etabliert sich zunehmend der Begriff des Binge Watching, welcher eine Form der exzessiven Seriennutzung darstellt. Die Frage, in welchem Rahmen bei länger andauerndem Serienkonsum von „exzessiv“ die Rede ist, lässt sich vielseitig diskutieren. Zwar sind die Grenzen zwischen Norm und Übermaß im Sinne des täglichen durchschnittlichen Fernseh- bzw. Serienkonsums nach wie vor fließend, dennoch lassen einige Merkmale auf ein klares Binge-Watching-Verhalten schließen.



Breaking Bad

Aus diesem Grund wird im Rahmen der durchgeführten Studie keine allgemeingültige Definition in Form einer konkreten Zahl der einzelnen konsumierten Serienfolgen oder der zeitlichen Ausdehnung des Serienkonsums gegeben. Vielmehr zeigen Serienkonsumenten ganz individuelle Rezeptionsmodi, welche sich in Seriengenre, Nutzungsgewohnheiten und in der Selbstreflexion stark unterscheiden. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass beim Binge Watching grundsätzlich von der Rezeption von mindestens zwei sukzessiven Folgen ausgegangen werden kann. Diese lässt sich aber in Form eines regelrechten Serienmarathons von mehreren Stunden am Stück oder dem fast suchtartigen Konsum ganzer Staffeln binnen weniger Tage nahezu bis ins Exzessive ausdehnen.

Vorreiter Netflix

Den übermäßigen Serienkonsum nicht nur maßgeblich beeinflusst, sondern vor allem bewusst gefördert hat der US-amerikanische Streaminggigant Netflix. Mit hochkarätigen seriellen Eigenproduktionen wie beispielsweise dem Politdrama *House of Cards* versucht Netflix, mit einer neuen Vermarktungs- und Distributionsstrategie die Zuschauer an die Plattform zu binden. Anstelle einer regelmäßigen (täglichen oder wöchentlichen) Ausstrahlungspraktik veröffentlicht Netflix alle Staffelfolgen simultan an einem Stück. Damit können die Zuschauer die Serie als homogenes Ganzes wahrnehmen und ebenso nach eigenem Belieben am Stück konsumieren. Obwohl das Streamingportal mit klassischen Konventionen und den bisherigen Sehgewohnheiten des Publikums bricht, scheint diese „All-You-Can-Watch-Strategie“ den Bedürfnissen des Serienpublikums zu entsprechen, indem die allei-

nige Kontrolle über das eigene Serienerlebnis vermittelt wird. Das (jederzeit kündbare) Monatsabo für 7,99 Euro bietet die besten Voraussetzungen für Serienkonsumenten, die ein erhöhtes oder gar exzessives Rezeptionsverhalten an den Tag legen (wollen): Inhalte können jederzeit in jedem beliebigen Ausmaß rezipiert werden.

Diversifizierte Seriennutzung in Zeiten von VoD

Im Rahmen einer qualitativen Studie an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF hat die gezielte Befragung von serienkonsumierenden Zuschauern im Alter von 20–61 Jahren¹ gezeigt, dass die allgemeine Serienrezeption einem deutlichen Wandel unterliegt. Serielle Formate, wie sie seit vielen Jahren über deutsche Fernsehbildschirme flackern und sich alltagsstrukturierend in den lebensweltlichen Kontext einbetten, erfahren nach



Mad Men

wie vor eine große Beliebtheit seitens des rezipierenden Publikums. Jedoch ist eine deutliche Verschiebung der Art und Dauer der Rezeption zu beobachten: von einem linearen, an das starre Fernsehprogramm gebundenen Konsumverhalten hin zu einer zeitlich unabhängigen und flexiblen Seriennutzung. Wenngleich die Möglichkeiten der nonlinearen, zeitlich uneingeschränkten Serienrezeption bereits seit der Etablierung von DVDs und Serienstaffelboxen keine vollkommen neue Nutzungsweise darstellt, so schildern die befragten Seriennutzer gegenwärtig bei der Reflexion des eigenen Nutzungsverhaltens doch einen deutlichen Wandel in Bezug auf die Serienrezeption. Die von den Serienrezipienten reflektierten Veränderungen im eigenen Konsumverhalten sind jedoch nicht ausschließlich auf die boomenden VoD-Plattformen zurückzuführen, wenngleich die Möglichkeit der Selbstbestimmung einen maßgeblichen Faktor darstellt.

Der Stellenwert der Serie scheint gleichermaßen sehr eng mit aktuellen Lebensumständen wie Beruf, Partnerschaft oder anderen privaten Verpflichtungen verankert zu sein und ist, je nach Lebenssituation, mehr oder weniger Teil des individuellen Medienhandelns. Jedoch zeigt die Untersuchung, dass der Konsum von Serien unmittelbar an das alltägliche emotionale Befinden gekoppelt ist. So werden Serien genutzt, um das eigene Wohlbefinden zu steigern, entweder in Form des ausgedehnten, aber bewusst gesteuerten Konsums, oder aber mit dem Wunsch, sich dem Serienkonsum ungebremst hinzugeben. Auf die Frage nach den Gründen für einen ausgedehnten Serienkonsum schildern die Befragten vor allem Motive wie Alltagsflucht, Ablenkung, Belohnung, den Wunsch, mitreden zu können und *im Trend* zu sein.

Ausdruck und Folgen exzessiven Serienkonsums

Die Gespräche zeigen, dass sich alle Befragten in der nahen Vergangenheit mindestens einmal dem exzessiven Konsum einer Serie hingegeben haben. Das Binge-Watching-Verhalten zeigt sich besonders auffällig, indem Serienepisoden staffelweise regelrecht verschlungen werden, wie eine 20-jährige Studentin anhand ihrer Aussage exemplarisch verdeutlicht:

„Wenn ich Serien gucke, dann am Stück. [...] sitz' ich halt den ganzen Tag [...] und guck' am Stück durch, so lange, bis ich wieder einschlafe. Ja, alles auf einmal.“

Ein ähnliches Verhalten schildern auch andere Befragte, indem sie binnen weniger Wochen oder Tage ganze Staffeln schauen:



House of Cards

„[...] Also wirklich, ich kann dir jetzt nicht sagen, wie viele Folgen am Stück. Aber sehr viele Folgen am Stück. Also, da hab' ich vielleicht eine Staffel dann auch in zwei Tagen durch. Also sechs Folgen pro Tag und zack.“

Dabei findet Binge Watching einerseits als bewusst geplante, teilweise auch ritualisierte Handlung statt, zeigt sich andererseits jedoch auch als Ergebnis des eigenen Kontrollverlusts über das eigene Konsumverhalten, wie die Aussage einer weiblichen Befragten verdeutlicht:

„Ich guck' halt doch relativ exzessiv [...] ich bin halt an so eine Grenze gekommen, wo ich merke [...], das nimmt nun echt einen krassen Teil der Zeit in Anspruch, ich muss halt gucken, wie weit das sinnvoll ist oder wie weit ich mich zwingen muss, einfach ein bisschen was sein zu lassen. Aber ich

gönn' mir das einfach und denke: Na ja, wenn ich irgendwie wieder einen Job hab', dann geht das auch einfach nicht mehr.“

Inwieweit sich die Serienkonsumenten selbst „erlauben“, sich dem Serienkonsum hinzugeben, hängt von dem Verhältnis zwischen dem eigenen Gewissen, der Bedürfnisbefriedigung sowie auch dem lebensweltlichen Kontext des Einzelnen ab. Während einige der Befragten sehr klar differenzieren können, wann sie sich einen Serienmarathon erlauben können, befinden sich die Rezipienten vereinzelt auch in der Situation, in der sie mit dem schlechten Gewissen hadern und klar abwägen müssen, ob sie sich eine weitere Serienfolge „leisten“ können. Dieser Entscheidungsprozess wird durch das breite Serienangebot der VoD-Plattformen maßgeblich erschwert und erfordert ein deutlich stärkeres Bewusstsein über den eigenen Konsum, als es zu Zeiten der linearen Serienausstrahlung via Fernsehprogramm er-

forderlich war. Eine zentrale Rolle spielen gleichermaßen die aktuellen Lebensumstände. So wird deutlich, dass das individuelle Konsumverhalten Veränderungen durch Partnerschaft, Studium und gegenwärtiger Jobsituation unterworfen ist.

In der Auseinandersetzung mit exzessivem Serienkonsum steht nicht nur die Frage, „welche Serien wann und wie rezipiert werden“ im Fokus. Es gilt auch zu betrachten, welche natürlichen Grenzen, Emotionen und individuellen Faktoren Einfluss auf das Serienkonsumverhalten ausüben. So wird in den Gesprächen deutlich, dass dem regelmäßigen ausgeprägten Serienrezeptionsverhalten natürliche Grenzen in Form von körperlicher oder psychischer Erschöpfung gesetzt sind, wie eine Serienrezipientin (53 Jahre) schildert:

„Aber mehr als drei Folgen *Game of Thrones* am Stück geht echt nicht. Also, das ist dann viel zu viel Sex und Gewalt.“

Game of Thrones



GAME OF THRONES

Ebenso schildern die anderen Befragten begrenzte Aufnahmefähigkeiten, welche sowohl physischer, kognitiver oder auch emotionaler Natur sein können.

So wird das abendliche Serienritual via beispielsweise Netflix oder Watchever nicht selten infolge körperlicher Erschöpfung unfreiwillig unterbrochen. Gleichmaßen erfordern die Komplexität und Unvorhersehbarkeit aktueller Serien ein hohes Maß an Konzentration, weshalb exzessiver Konsum an einem bestimmten Punkt – zugunsten des seriellen Inhalts – bewusst abgebrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt wird.

„Ich glaube, wir haben auch schon mal am Stück vier, fünf geguckt, [...] aber ich merke auch, da ist dann irgendwann der Punkt erreicht, okay, ich kann mich jetzt nicht mehr konzentrieren; und da ist mir die Story einfach zu wichtig, um jetzt noch 'ne Folge einfach zu gucken, weil es geht.“

In dieser Aussage eines 28-jährigen Studenten wird deutlich, dass Serienkonsum für ihn vor allem eine angenehme und unterhaltsame Alltagshandlung darstellen soll, welche er bewusst unterbricht, wenn die kognitive Aufnahmegrenze erreicht ist.

Fazit

Trotz der deutlich zunehmenden Verlagerung der Serienaneignung vom klassischen TV-Gerät auf das Internet bleibt die Frage nach der Bestandsfähigkeit des gegenwärtigen Serienhypes. Dem Serienkonsumverhalten liegen verschiedene Motivationen zugrunde, die nicht unbedingt überraschend und neu sind, durch die uneingeschränkten Konsummöglichkeiten dank VoD jedoch um weitere Motive ergänzt werden.

Binge Watching kann dabei als ein mögliches Phänomen – resultierend aus dem Zusammenspiel neuer Distributionsformen und innovativer Serienformate – angesehen werden. Allerdings ersetzt dieses Verhalten die üblichen Rezeptionspraktiken von Serien nicht; es hat jedoch einen ergänzenden Einfluss auf die individuelle Serienrezeption.

Ähnlich wie auch viele andere Formen der Medienzuhaltung birgt die Rezeption von Serien gleichermaßen die Möglichkeit eines übermäßigen Konsums. Wenngleich die hier befragten Serienkonsumenten alle eine deut-

liche Bereitschaft zum „Bingen“ zeigen, so besitzen sie gleichermaßen ein klares Bewusstsein über das eigene Konsumverhalten. Ein regelrechter Kontrollverlust ist bei den Befragten zwar vereinzelt vorgekommen, gilt jedoch eher als Ausnahme, eingebettet in eine besondere Lebenssituation wie vorübergehende Arbeitslosigkeit oder die Studienzeit. Überwiegend wird der individuell praktizierte Serienexzess gegen die alltäglichen Pflichten abgewogen und eine bewusste Entscheidung über das eigene Medienhandeln getroffen. Der Serienkonsum unterliegt meistens einer bewusst geplanten Handlung, ob als Ritual oder Serienmarathon am Wochenende. Die Konsumintensität hängt dabei oft von der körperlichen Verfassung, Motivation und äußeren Einflüssen wie der allgemeinen Alltagsgestaltung ab. Basierend auf dieser Abhängigkeit wird die bewusste Entscheidung für die Serienhingabe oder eine willentliche Eingrenzung der Rezeption vorgenommen. Entgegen einer zeitnah aufgestellten Behauptung, Binge Watching würde depressiv machen und mit psychischen Problemen im Zusammenhang stehen, offerieren die Befragten durchaus positive Gefühle und ein gesteigertes Wohlbefinden in Bezug auf den eigenen Serienkonsum.

Schlussfolgernd kann Binge Watching als Wechselwirkung zwischen veränderten Strukturen auf Rezeptions-, Distributions-, aber auch auf inhaltlicher Ebene angesehen werden und wird insbesondere mit der zunehmenden Akzeptanz und Nutzung von Video-on-Demand gefördert. Die zahlreichen Möglichkeiten, Bewegtbildinhalte online, auch weit über die seriellen Formate hinaus, rezipieren zu können, steigt gegenwärtig nahezu ins Unermessliche. Von besonderer Bedeutung ist dadurch nicht nur die sorgfältige Selektion der Inhalte, sondern gleichermaßen die Reflexion und Kontrolle des eigenen Konsumverhaltens. Im Falle der Serienrezeption zeigen schlussendlich alle Befragten eine ausgeprägte Fähigkeit zur Selbstreflexion und damit die bewusste Steuerung ihres eigenen Medienhandelns. Binge Watching kann per se weder mit einer psychischen Störung, sozialer Inkompetenz oder einem Suchtphänomen in Verbindung gebracht werden. Vielmehr führt die Masse an medialen Angeboten und Nutzungsmöglichkeiten zu einem individuellen, bewusst gesteuerten Medienhandeln mit der eigenen Fähigkeit zur Selektion und Selbstdisziplin.

Literatur:

Goldmedia:

Ein Eldorado für die Augäpfel. VoD auf dem Weg zum Massenmarkt. Berlin 2014.
Abrufbar unter:
<http://www.goldmedia.com/presse/newsroom/vod-forecast-2018.html>
(letzter Zugriff: 20.01.2015)

Kranz, J.:

Neue Formen der Serienrezeption. Das Phänomen des Binge Watching.
Masterarbeit im Studiengang Medienwissenschaft. Potsdam 2015

Anmerkung:

1

In qualitativen Interviews und Gruppendiskussionen wurden 16 Serienkonsumenten (darunter fünf männliche und elf weibliche) befragt. Die Voraussetzung für die Teilnahme war, dass Serien einen Stellenwert im Alltag der befragten Rezipienten besitzen. Unabhängig dabei war zunächst das Ausmaß des Serienkonsums.

Juliane Kranz hat im Studiengang Medienwissenschaft an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF studiert und ihre Masterarbeit über *Neue Formen der Serienrezeption. Das Phänomen des Binge Watching* geschrieben.



YouTube-Stars

Zur Rezeption eines neuen Phänomens

Alexander Rihl und Claudia Wegener

Medienpersonen, die bei Jugendlichen besonders populär sind, fanden sich ursprünglich in Filmen und Serien, als Musikstars auf großen Bühnen oder im Sport. Seit Kurzem allerdings macht eine neue Generation den traditionellen Stars ihren Rang streitig. YouTuber erobern die Kinder- und Jugendzimmer und erreichen einen Bekanntheitswert, um den sie andere medienöffentliche Persönlichkeiten beneiden. Eine quantitative Onlinebefragung der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF ist nun der Rezeption von YouTubern nachgegangen.

Anmerkung:

1

Die Studie ist in einem Lehrforschungsprojekt entstanden, dessen teilnehmenden Studierenden wir an dieser Stelle für ihre engagierte Mitarbeit danken.

Die neuen Medienliebhaber wollen gar nicht als Stars bezeichnet werden. Sie verstehen sich als Macher, die sich in besonderer Weise durch die Nähe zum Publikum auszeichnen. Diese stellen sie über jugendaffine Themen her, über die kontinuierliche Produktion von Videos sowie eine von Zuschauern und Akteuren gleichermaßen wahrgenommene Authentizität. Die Voraussetzungen für den Erfolg der YouTuber sind auch aufseiten ihrer Nutzer gut: 30 % der Jugendlichen nennen YouTube als ein von ihnen favorisiertes Onlineangebot (vgl. *JIM-Studie*, MPFS 2014). Auch steigt die Anzahl der Jugendlichen, die ein eigenes Konto bei YouTube haben (vgl. ebd.; Goldmedia 2015). Dass das Fernsehen gegenüber dem Internet bei Heranwachsenden seinen Stellenwert eingebüßt hat, können Jugendmedienstudien seit Längerem ohnehin eindrücklich belegen. Somit scheint es nur konsequent, wenn sich auch die Protagonisten der Onlineszene mit ihrer Popularität durchsetzen. Diese bemisst sich nunmehr nicht in Einschaltquoten oder Chart-Platzierungen; die neue Währung sind „Klicks“ (Aufrufe) oder

Abonnentenzahlen. Wer – wie der Gamer *Gronkh* – mehr als 3,5 Mio. Abonnenten aufweist, gehört zu den Aushängeschildern der deutschen YouTube-Szene und setzt Maßstäbe.

Eine quantitative Onlinebefragung der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF ist der Rezeption von YouTubern nachgegangen¹. Zur Teilnahme aufgerufen wurden Personen, die eine YouTuberin oder einen YouTuber „gut finden“ und sich ihre bzw. seine Videos regelmäßig ansehen. Allein das Feedback auf die Befragung kann als ein Indiz für die Bedeutung des Phänomens gewertet werden. So wurde der über verschiedene Foren, Webseiten und Communities beworbene Fragebogen innerhalb von vier Wochen von mehr als 4.000 Personen aufgerufen; insgesamt 1.170 Personen füllten ihn vollständig aus. Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 19 Jahren; vor allem die 15- bis 18-Jährigen beteiligten sich an der Erhebung. Personen unter 14 Jahren fanden sich unter den Teilnehmenden ebenso selten wie solche, die älter als 23 Jahre alt waren.

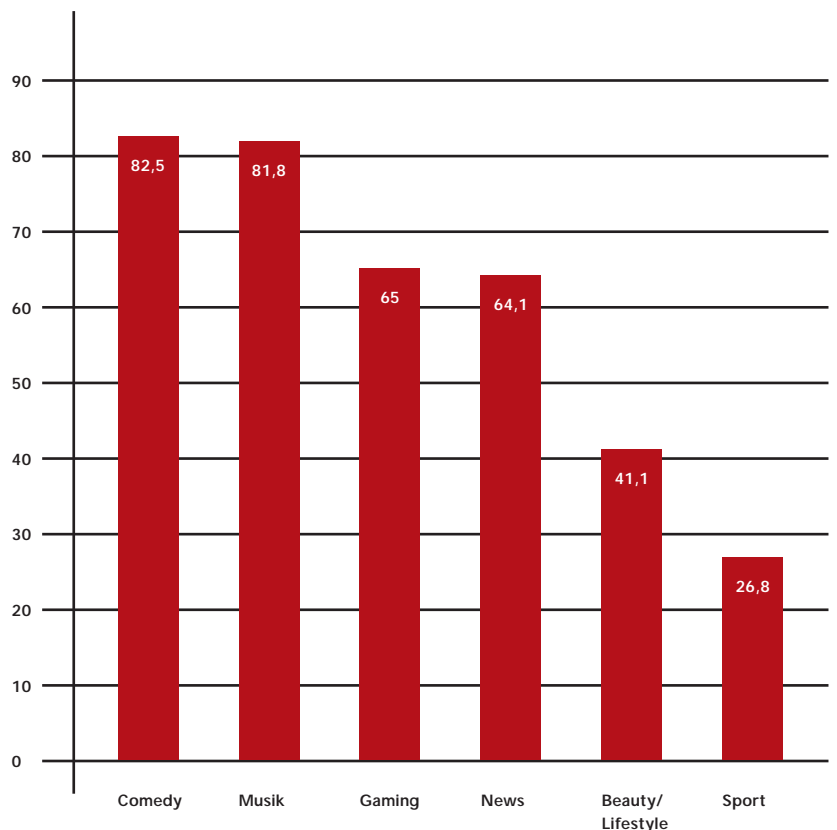
Themeninteressen

Fragt man die Fans der YouTuber ganz allgemein nach ihren favorisierten Themen auf YouTube, so stehen Comedy und Musik an erster Stelle (vgl. Abb. 1). Dabei ist Musik ein Themenfeld, aus dem sich die Stars Heranwachsender traditionell rekrutieren (vgl. Wegener 2008). Mit Comedy hingegen findet sich ein Bereich, der für Jugendliche und junge Erwachsene schon immer attraktiv war, dessen Protagonisten sich allerdings über verschiedenste Medien und Formate verstreuten und nur äußerst singulär als Stars in Erscheinung traten. Mit YouTube-Protagonisten wie *Y-Titty* oder *DieAussenseiter* finden Jugendliche und junge Erwachsene nun erstmals Comedyangebote von Teenagern für Teenager in einem von ihnen favorisierten Medium – und das trifft ganz offensichtlich auch ihren Geschmack.

Daneben begeistern neue Themenfelder, die zuvor entweder nicht breitenwirksam angeboten wurden oder nicht ausreichend auf die junge Zielgruppe hin ausgerichtet waren. So favorisieren zwei Drittel der Befragten Gamingangebote. In Abgrenzung zu ähnlichen Angeboten linearer Fernsehsender, wie sie sich früher beispielsweise bei GIGA fanden, scheinen hier die Charakteristik des YouTubers, das spezifische Format wie fraglos auch die Popularität der Plattform entscheidend dafür, dass vormalige Nischenthemen nunmehr in der breiten Öffentlichkeit Aufmerksamkeit erfahren. Dass sich zwei Drittel der überwiegend jugendlichen Nutzer zudem für News begeistern, lässt ebenso auf die Attraktivität der neuen Inszenierungsmechanismen schließen. Die Alltagsnähe der Akteure und Themen dürfte hierfür ebenso verantwortlich zeichnen wie Feedback-Kanäle, die Partizipation zumindest suggerieren. Interessant ist, dass sich vor allem Befragte mit eher niedrigem Bildungsniveau für die News auf YouTube interessieren. Die neuen Inszenierungsformen sprechen sie demnach in besonderer Weise an.

Geschlechtsspezifische Unterschiede zeigen sich bei den von Jugendlichen favorisierten Themen vor allem bei Beauty- und Lifestyle-Videos. Während sich 42 % der Mädchen stark bzw. sehr stark für diese Themen auf YouTube interessieren, bekunden hier lediglich 4,7 % der Jungen ihr Interesse. Auch beim Gaming finden sich Unterschiede – allerdings auf deutlich geringerem Niveau: 73,8 % der männlichen und 44,9 % der weiblichen Befragten interessieren sich für dieses Thema stark bzw. sehr stark. Damit sind Mädchen und junge Frauen am Gaming insgesamt aber noch etwas stärker interessiert als an den Beauty- und Lifestyle-Videos. Die Palette ihrer Themeninteressen ist ganz offensichtlich breiter gefächert.

Abb. 1: Themeninteressen auf YouTube
n = 1.174; Quelle: Rihl/Wegener 2015



Die Akteure

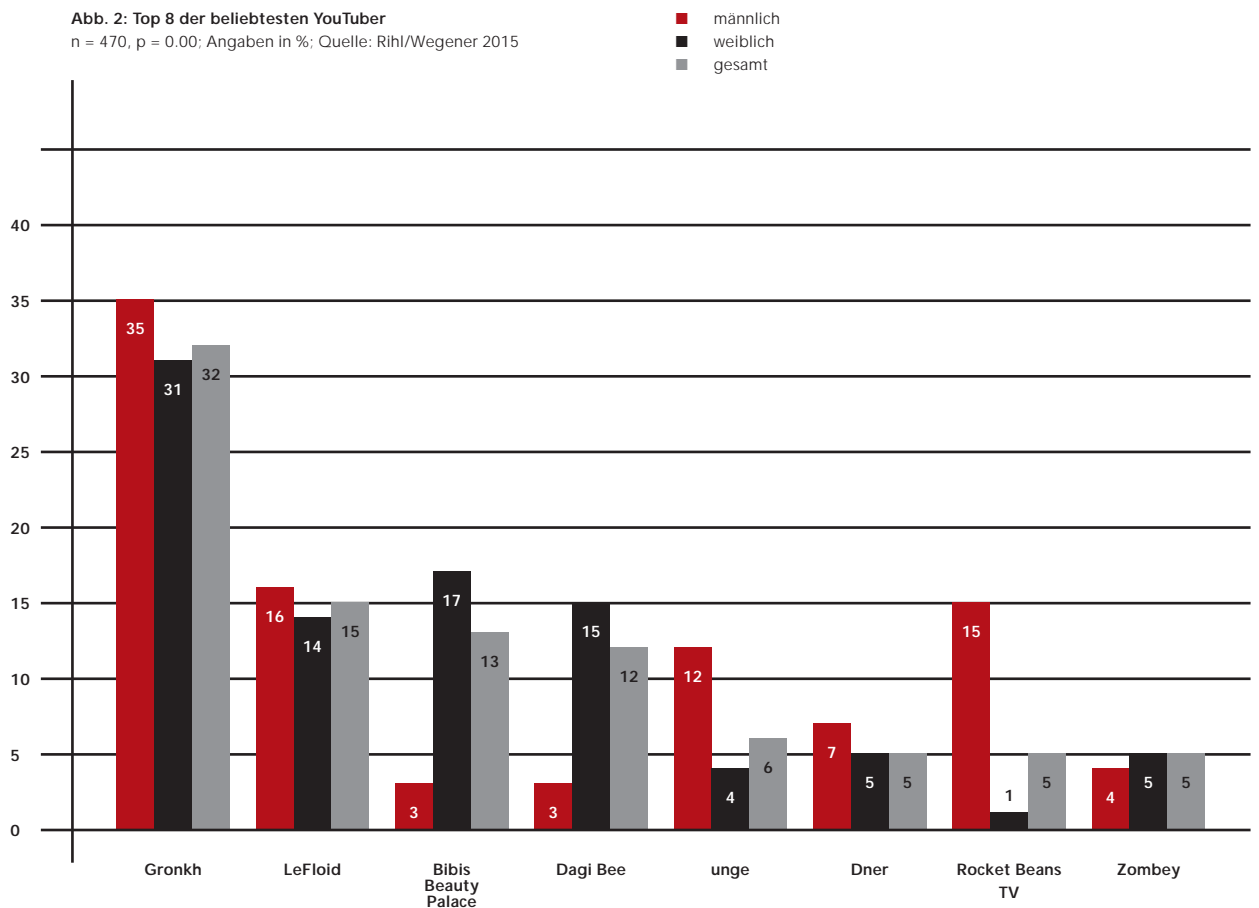
Nicht nur der öffentliche Diskurs hebt einzelne prominente YouTuber heraus. Die Befragung zeigt, dass einzelnen Protagonisten auch bei der Rezeption ein besonderer Stellenwert zukommt. So können die aus Sicht der Befragungsteilnehmer zehn beliebtesten YouTuber 40 % aller Nennungen auf sich vereinen. Wenig überraschend führt der einleitend erwähnte Let's Player *Gronkh* auch im Rahmen der hier vorgestellten Studie die Hitliste der beliebtesten YouTuber an. Bei weiblichen und bei männlichen Befragten ist der erfolgreiche Gamer gleichermaßen beliebt. An zweiter Stelle, allerdings mit deutlich weniger Nennungen, steht Florian Mundt alias *LeFloid*, der sich mit seinem gleichnamigen Kanal vor allem im News-Bereich etablieren konnte. Auch über die Popularität des inzwischen vielfach ausgezeichneten YouTubers sind sich männliche und weibliche Rezipienten weitgehend einig.

Weniger Einklang herrscht hingegen bei den weiteren Favoriten. Hier ordnen sich Männer und Frauen überwiegend unterschiedlichen Akteuren zu und machen geschlechtsspezifische Unterschiede bei den Präferenzen für YouTube-Stars deutlich. Für die Mädchen und jungen Frauen gehören die Darstellerinnen der Beauty-Kanäle zu den beliebtesten YouTubern. Sie begeistern sich für

BibisBeautyPalace und *Dagi Bee*, die in ihren Videos Schminktipp präsentieren und Beziehungsthemen aufgreifen. Bei den jungen Männern sind Schmink- und Lifestyle-Beraterinnen und -Berater hingegen wenig populär. Sie favorisieren – ihren Themeninteressen entsprechend – Gamer wie *unge* und die Akteure von *Rocket Beans TV*, die wiederum von den Befragungsteilnehmerinnen weniger Zuspruch erhalten. Interessanterweise finden sich bei der Frage nach den beliebtesten YouTubern weder alters- noch bildungsspezifische Unterschiede. Hier handelt es sich um ein Phänomen, bei dem der Zuspruch lediglich – dafür aber äußerst signifikant – geschlechtsspezifisch differiert.

Betrachtet man schließlich die allgemein favorisierten Themen der Befragten in Verbindung mit den Themenfeldern, die die Jugendlichen ihren Lieblingsakteuren zuschreiben („Um welches Thema geht es bei [...]?“), zeigt sich eine erstaunliche Diskrepanz. Wer sich insgesamt besonders für ein Thema interessiert, sei es Gaming, News oder Comedy, muss nicht unbedingt auch einen YouTuber favorisieren, der für dieses Thema steht. Ganz offensichtlich stehen die Akteure für sich. So kann das Interesse an einem Format offenbar über den Moderator geweckt werden und erst in zweiter Linie über die vom Nutzer allgemein favorisierten Themen.

Abb. 2: Top 8 der beliebtesten YouTuber
n = 470, p = 0.00; Angaben in %; Quelle: Rihl/Wegener 2015



Nutzungsformen

Die Popularität von Videoplattformen wird häufig damit erklärt, dass sie erstens auf unterschiedlichen Endgeräten nutzbar und damit auch mobil verfügbar sind. Die Möglichkeit der mobilen Nutzung und damit zusammenhängend die von Raum und Zeit unabhängige Nutzung wird als Alleinstellungsmerkmal gegenüber linearen Unterhaltungsmedien herausgestellt. Zweitens wird die Popularität häufig aus gemeinschaftlichen Rezeptionsprozessen abgeleitet. So können die Inhalte nicht nur unabhängig von Ort und Zeit, sondern von der jugendlichen Zielgruppe auch gemeinsam genutzt werden. Dieses Rezeptionserlebnis, sei es in der S-Bahn oder auf dem Schulhof, kann eine Ausgangsbasis für Prozesse der Vergemeinschaftung sein und somit mittelbar auch eine Bindung an die Plattform und deren Inhalte herstellen.

Überraschenderweise zeigen die Daten dieser Untersuchung, dass beide Aspekte – Mobilität und gemeinschaftliche Nutzung – sowohl für die Rezeption von YouTube-Videos allgemein als auch für die Starrezeption bedeutungslos sind. Beinahe alle Befragten (97,8 %) sehen sich die Videos ihrer Lieblings-YouTuber zu Hause an; lediglich 1,5 % rufen nach eigenen Angaben die Clips unterwegs auf. Zudem widmen sich die Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer den YouTube-Videos ihrer Lieblingsstars fast ausschließlich alleine (93,6 %). Daraus lässt sich aber nicht schlussfolgern, dass Aspekte der Vergemeinschaftung grundsätzlich bedeutungslos wären. So sind YouTuber in der Anschlusskommunikation durchaus relevant. Mehrheitlich tauschen sich die Rezipienten mit anderen über ihre Lieblings-YouTuber aus; nur 18,4 % geben an, mit niemandem über die Videos zu sprechen. Hier steht der Austausch mit Freunden im Vordergrund (72,4 %), lediglich ein knappes Drittel spricht mit Eltern und Geschwistern über die Akteure der YouTube-Szene.

Fazit

Die hier vorgestellten Ergebnisse stellen einen Ausschnitt aus den erhobenen Befragungsdaten dar. Sie lassen darauf schließen, dass auch bei YouTube und seinen Stars Jugendliche und junge Erwachsene – wie bei so vielen anderen Phänomenen digitaler Medienkulturen auch – die Early Adopters (vgl. Schenk 2007) sind. Die Daten belegen die große Popularität von YouTubern und unterstützen die These, nach der es hier ganz offensichtlich um eine neue Variante des Starphänomens geht, die traditionelle Mechanismen durchaus impliziert. Neu sind die Verbreitungswege und die wahrgenommene Authentizität der Akteure, die sie durch Alltagsnähe ebenso wie Feedback-Kanäle suggerieren. Neu sind die Themenfelder, über die YouTube-Protagonisten an Popularität gewinnen. Weniger innovativ hingegen sind Geschlechterklischees, die durch Protagonisten ebenso wie Rezipienten herausgestellt, möglicherweise auch verfestigt werden (vgl. Döring 2015). Die neuen Portale taugen demnach nicht per se dazu, Stereotype zu durchbrechen und Genderklischees entgegenzutreten. Auch die Rezeptionsformen scheinen durchaus traditionell, wenn Prozesse der Vergemeinschaftung weniger in der Rezeptionssituation selbst als vielmehr in der Anschlusskommunikation relevant werden. In Zukunft gilt es zu prüfen, inwieweit die neuen Stars, ihre Konstitution, Nutzung und Aneignung theoretisch durch bestehende Ansätze der Medienforschung erklärt werden können. Ansätze zur Anschlusskommunikation, zur Meinungsführerschaft oder zur parasozialen Interaktion können hier herangezogen werden, die unter den nunmehr gegebenen Bedingungen sicherlich zu modifizieren und zu erweitern sind.

Literatur:

- Döring, N.:**
Die YouTube-Kultur im Gender-Check. In: Merz medien + erziehung, 1/2015/59, S. 17 – 24
- Goldmedia:**
YouTube wird Alltagsmedium. Pressemitteilung 26.02.2015. Abrufbar unter: <http://www.goldmedia.com/newsletter/presseverteiler/pressemeldung-26022015-youtube-wird-alltagsmedium.html> (letzter Zugriff: 12.06.2015)
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS):**
JIM-Studie 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart 2014
- Schenk, M.:**
Medienwirkungsforschung. Tübingen 2007³, S. 417 – 419
- Wegener, C.:**
Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Heidelberg 2008

Alexander Rihl M. A. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter in den Studiengängen „Digitale Medienkultur“ und „Medienwissenschaft“ der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF.



Dr. Claudia Wegener ist Professorin in den Studiengängen „Digitale Medienkultur“ und „Medienwissenschaft“ an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF.



Interesse schützt vor nachhaltiger Belastung

Altersunterschiede in der Emotionsregulation

Alexander Grau

Prüfausschüsse der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) gehen in der Regel davon aus, dass sehr traurige und belastende Medieninhalte Kinder unter 12 Jahren übermäßig und nachhaltig ängstigen können, da sie mit entsprechenden Situationen – etwa Krankheit oder Tod eines sympathischen Protagonisten – in der Regel psychisch überfordert sind. Wie Kinder ihre Emotionen angesichts bedrückender oder beklemmender Filminhalte regulieren und wo die Ursache

für ihre Überforderungen liegen könnte, ist jedoch nur lückenhaft erforscht. Im Aprilheft des „Journal of Media Psychology“ berichtet eine Forschergruppe aus Zürich nun von den unterschiedlichen Emotionsregulationsstrategien älterer und junger Erwachsener, die Hinweise auf die Emotionssteuerung von Schulkindern versprechen und diesbezügliche Forschungen nahelegen.

Die Forschung hinsichtlich des Emotionsmanagements von Kindern und Jugendlichen konzentriert sich im Wesentlichen auf Ängstigungen durch bedrohliche, schockierende oder gefährvolle Medieninhalte. Exemplarisch wie kanonisch stehen hierfür die Arbeiten der amerikanischen Psychologin Joanne Cantor und ihren Mitarbeitern.

Hinzu kommt, dass der ganz überwiegende Teil der Arbeiten, der sich mit der Emotionsregulation von Kindern und Jugendlichen befasst, ältere Altersgruppen nicht in den Blick nimmt, obwohl vergleichende Studien die jeweiligen Ergebnisse in einen entwicklungspsychologischen Kontext stellen könnten. Dieser würde es erlauben, die spezifischen altersbedingten Anforderungen der Emotionssteuerung vor dem Hintergrund unterschiedlicher Lebensphasen besser einzuordnen.

Aufmerksamkeit verdient daher die Studie *Age Differences in Emotion Regulation During a Distressing Film Scene* des an der Universität Zürich lehrenden Medienwissenschaftlers Matthias Hofer und der beiden Psychologen Laetitia Burkhard und Mathias Allemand, die im Aprilheft des „Journal of Media Psychology“ erschienen ist (2/2015/27, S. 47–52).

Grundlage der Untersuchung der drei Wissenschaftler ist die Beobachtung, dass ältere Erwachsene sich gerne und bevorzugt Filmen mit emotional belastenden Stoffen aussetzen und diese Filme dann als besonders wertvoll und bedeutsam empfinden. Aus rezeptionspsychologischer Sicht ist dabei bemerkenswert, dass Erwachsene im Laufe ihres Lebens offenbar Strategien entwickeln, die es erlauben, belastende Filme oder Filmsequenzen emotional entsprechend zu verarbeiten und zugleich auf sich wirken zu lassen. Offenbar erfolgt die Emotionsregulation hier mittels Strategien, die nicht automatisch zu einer Reduktion der Involviertheit des Zuschauers führen.

Kurz: Anders als junge Erwachsene und erst recht Jugendliche schaffen es ältere Erwachsene, bedrückende und traurige Szenen emotional zu verarbeiten, ohne deren Bedeutung und Tragik zu relativieren. Gerade weil sich Erwachsene eher für tragische und traurige Filmstoffe interessieren, setzen sie sich anscheinend stärker mit ihrer jeweiligen Emotionsregulation auseinander und verarbeiten dadurch belastende Filminhalte leichter.

Tänzerin im Dunkeln

Im Rückgriff auf die Arbeiten des in Stanford lehrenden Psychologen James J. Gross unterscheiden Hofer, Burkhard und Allemann drei Formen der Emotionssteuerung: die klassische *Neubewertung*, die belastende Inhalte antizipiert und umgewichtet, die *Unterdrückung* von emotionalen Reaktionen und die *Reflexion* von Gefühlen, die mit anderen negativen Situationen assoziiert werden. Und schließlich gibt es die *Ablenkung*, also die Strategie, sich mit anderen, weniger belastenden Inhalten zu befassen.

In der Forschung ist seit Langem bekannt, dass ältere Erwachsene anders mit belastenden Medieninhalten umgehen als jüngere. Vor allem scheinen sie motivierter zu sein, negative Affekte zu verarbeiten.

Daraus leiten Hofer und Mitarbeiter die Grundhypothese ihrer Studie ab: „When viewing a highly stressing film scene, older adults will engage more in emotion regulation than younger adults“ (S. 48).

Die Studie umfasste 207 Teilnehmer, davon 99 ältere Erwachsene im Alter von 62 – 87 und 108 Studenten zwischen 18 und 28 Jahren.

Als Stimulus diente eine fünfminütige Szene aus Lars von Triers Drama *Dancer in the Dark*, in der die tschechische Einwanderin Selma ihren Nachbarn Bill auf dessen Wunsch hin erschießt.

Zunächst (T1) wurden die Teilnehmer anhand von Fragebögen zu aktuellen Gefühlen befragt und kurz über den Filminhalt informiert. Danach wurde die genannte Sequenz vorgeführt (T2), woraufhin die Versuchspersonen einen Onlinefragebogen ausfüllten, der sie zu ihrer Traurigkeit und Wut befragte. Zu diesem Zweck wurde den Probanden eine Fünf-Punkte-Skala vorgelegt, anhand derer sie die gegebenen Adjektive (wütend, erbozt, zornig) einordnen mussten. Benutzt wurde hierfür die sogenannte DES (Differential Emotions Scale), die in den 1970er-Jahren von Carroll Izard und Mitarbeitern entwickelt wurde.

In einem weiteren Schritt wurden die Versuchspersonen zu ihren Emotionsregulationsstrategien befragt, wobei die vorgelegten Antworten mehr oder minder deutlich den schon genannten Strategien *Neubewertung*, *Unterdrückung*, *Überdenken* und *Ablenkung* zuordenbar waren (z. B. Antwort 6: Ich machte mir klar, dass das nur eine Filmszene und alles fiktional ist).

Interesse an Trauer verhindert Traurigkeit

Fasst man die Ergebnisse der Befragung zusammen, kommt man zu dem Ergebnis, dass die Traurigkeit der Versuchspersonen vom Zeitpunkt T1 bis zum Zeitpunkt T2 unabhängig vom Alter signifikant zunahm. Allerdings waren die Probanden der älteren Gruppe bezeichnenderweise generell weniger traurig gestimmt als jene der jüngeren. Hinsichtlich ihrer Wut unterschieden sich die Gruppen jedoch weder untereinander noch hinsichtlich des Faktors Zeit zwischen T1 und T2.

In Bezug auf die Regulationsstrategien zeigten sich zwischen den beiden Altersgruppen deutliche Unterschiede im Hinblick auf die Unterdrückung von Gefühlen und die Bewusstmachung der Medialität. Keine Unterschiede gab es hingegen in Bezug auf die jeweils gering ausgeprägte Tendenz, sich abzulenken oder über Gefühle nachzudenken, die mit anderen negativen Situationen verbunden werden.

In der Deutung ihrer Ergebnisse kommen Hofer und Mitarbeiter zu dem Schluss, dass ältere im Vergleich zu jüngeren Erwachsenen deutlich motivierter sind, emotionale Gehalte, positive Stimmungen und bedeutsame Erfahrungen aus der Rezeption eines Films mitzunehmen. Dementsprechend sind sie mehr mit Emotionsregulationsstrategien beschäftigt als jüngere Altersgruppen und daher in der Lage, bedrückende und belastende Medieninhalte besser zu verarbeiten.

Wie schon erwähnt, ist dabei auffallend, dass die Älteren vor allem dazu neigen, ihre Gefühle zu unterdrücken oder sich die Fiktionalität des Angebots vor Augen zu führen – Strategien, zu denen jüngere Erwachsene eindeutig weniger greifen.

Im Umkehrschluss bedeutet das: Jüngere Rezipienten werden von den negativen Emotionen einer bedrückenden Filmsequenz ebenso erfasst wie ältere, allerdings haben sie deutlich geringer ausgeprägte Emotionsregulationsstrategien. Ein Grund dafür dürfte in der Motivation der Medienrezeption liegen.

Aus Sicht des Jugendmedienschutzes stellt sich somit die Frage, inwieweit die Ergebnisse der Studie über jüngere Erwachsene hinaus auf Jugendliche und Kinder extrapoliert werden können. Konkret: Belasten Kinder und Jugendliche bedrückende Medieninhalte vielleicht stärker, gerade weil sie aufgrund ihrer persönlichen Entwicklung und ihres Lebenshorizonts an einer Verarbeitung der gezeigten Probleme nicht interessiert sind? Die Beantwortung dieser Frage bleibt zukünftigen Studien vorbehalten.

Dr. Alexander Grau arbeitet als freier Kultur- und Wissenschaftsjournalist u. a. für „Cicero“, „FAZ“ und den Deutschlandfunk.



Fiktionalität

Gerd Hallenberger

Wenn eine Geschichte mit der Phrase „es war einmal“ eingeleitet wird, wissen wir eines sofort: Das Folgende hat sich nie tatsächlich ereignet, denn mit dieser Formel beginnen Märchen. Wichtig an der Formel ist weniger das Wörtchen „war“, was als Realitätsbehauptung missverstanden wäre, sondern das Wort „einmal“ – typisch für Märchen ist ihre zeitliche (und räumliche) Unbestimmtheit.

Geschichten richtig zu verstehen, das setzt ein hohes Maß an kultureller Kompetenz voraus, zumal wir nicht nur von einer unübersehbaren Menge an Geschichten umgeben sind, sondern auch von einer unübersehbaren Menge an unterschiedlichen Typen von Geschichten. Wann immer wir mit Menschen reden, es werden Geschichten ausgetauscht. Wenn wir Medienangebote nutzen, geht es fast immer um Geschichten – natürlich in Fernsehkrimi und Daily Soap, in Actionfilm und romantischer Komödie, aber auch in Nachrichtenmeldungen und Wetterbericht, in Talkshow und Dokumentarfilm werden Geschichten erzählt, ebenso in Quiz und Fußballspiel. Alle diese Typen von Geschichten haben einen unterschiedlichen Realitätsgehalt, aber irgendetwas haben alle mit Realität zu tun. Dabei lassen sich zwei Aspekte unterscheiden, nämlich Art und Intensität, die im Zusammenspiel eine Vielzahl von Realitätseffekten hervorrufen können.

Einen besonders intensiven Realitätsbezug weist beispielsweise ein Dokumentarfilm auf, der seine inszenatorischen Eingriffe möglichst gering halten möchte, aber auch ein Fußballspiel, dessen tatsächlicher Verlauf den Kern der erzählten Geschichte darstellt – etwa über einen Kampf David gegen Goliath oder über heldenhafte Taten einzelner Akteure. Einen auf den ersten Blick besonders geringen Realitätsbezug haben Erzählgenres wie Fanta-

sy oder Science-Fiction, für die gerade die Distanz zu empirischer Realität kennzeichnend ist. Auf einen zweiten Blick kann diese Distanz aber durch einen spezifischen Typ von Realitätsbezug kompensiert werden – durch die Glaubwürdigkeit oder Wahrhaftigkeit der Geschichte hinter der Geschichte, ihrer „Botschaft“ oder „Moral“.

Jede Geschichte hat drei essenzielle Bestandteile: Sie braucht erstens Akteure, also handelnde Personen, die sich zweitens zu einer bestimmten Zeit an bestimmten Orten aufhalten und dort drittens etwas tun. Der Begriff „Fiktionalität“ kommt dann ins Spiel, wenn wenigstens einer dieser drei Bestandteile wenigstens teilweise keinen unmittelbaren Bezug zu empirischer Realität hat, also ausgedacht ist. Die umständliche Formulierung soll andeuten, dass bereits kleine kreative Interventionen ausreichen, um aus einer Geschichte eine fiktionale Geschichte zu machen. Bei einem Dokudrama beispielsweise, das tatsächliche Ereignisse filmisch nacherzählt, werden Ereignisse gerafft oder in anderer zeitlicher Anordnung präsentiert, Akteure werden von Schauspielern dargestellt, neben belegten tatsächlichen Akteuren kommen erfundene Figuren zum Einsatz. Auch historische Filme und Filmbiografien kombinieren Gewusstes, Vermutetes und Erfundenes in eigener Inszenierung und sind daher fiktional.

Im fiktionalen Normalfall sind alle drei Bestandteile erfunden: Ausgedachte Charaktere (in audiovisuellen Produktionen von Schauspielern dargestellt) treten an ausgedachten Orten in einer ausgedachten Handlung auf. Gleichzeitig ist im fiktionalen Normalfall die Nähe zu empirischer Realität, also der dem anvisierten Publikum vertrauten Realität, jeweils sehr hoch. Zwar existieren etwa alle Fernsehkommissarinnen und -kommissare nur in

ihren Sendungen, aber sie könnten theoretisch auch tatsächlich bei der Polizei arbeiten. Die von ihnen zu lösenden Fälle sind zumindest bei großzügiger Interpretation hinlänglich glaubhaft – wie auch die Orte, an denen sie sich ereignen. Das heißt, Fiktionales ist zwar ausgedacht, aber mit lebensweltlichen Erfahrungen des Publikums kompatibel – das Erzählte ist zwar nicht passiert, es könnte aber passiert sein.

Auch in Genres mit vordergründig geringem Realitätsbezug ist Glaubwürdigkeit unbedingt erforderlich: Nicht nur eine Fernsehkommissarin, auch eine Fee oder Hexe muss einer nachvollziehbaren Eigenlogik folgen; auch ein Roboter oder ein Außerirdischer muss sich so verhalten, wie es dem Vorstellungshorizont des Publikums entspricht.

In diesem Zusammenhang muss daran erinnert werden, dass „fiktional“ und „fiktiv“ sehr unterschiedliche Phänomene meinen. „Fiktiv“ ist etwas Erfundenes, das Adjektiv „fiktional“ bezeichnet zwar auch etwas Ausgedachtes, das aber als fiktionales Medienangebot (Buch, Film etc.) real ist. Die Figur „Harry Potter“ ist fiktiv, die *Harry-Potter*-Romane sind dagegen fiktionale. Noch komplizierter wird es, wenn Autoren mit der Differenz zwischen beidem spielen. 1972 veröffentlichte etwa der Science-Fiction-Autor Norman Spinrad den Roman *The Iron Dream* (deutscher Titel: *Der stählerne Traum*). Der fiktionale Text *The Iron Dream* ist jedoch nur die Ummantelung eines fiktiven Textes: des Romans *Lord of the Swastika* (*Der Herr des Hakenkreuzes*), verfasst von Adolf Hitler, der in einer Parallelwelt 1919 in die USA auswanderte und dort als Comiczeichner und später als Science-Fiction-Autor Karriere machte. Die deutsche Übersetzung von Norman Spinrads antifaschistischer Satire wurde von der Bundesprüfstelle für jugend-

gefährdende Schriften 1982 als faschistische Propaganda missverstanden und zunächst indiziert, erst 1985 wurde das Urteil aufgehoben.

Durch eine Vielzahl hybrider Angebotsformen ist „Fiktionalität“ gerade in den letzten Jahren zu einem kontroversen Thema geworden. Genres wie Dokusoap, Castingshow und Scripted Reality bedienen sich freizügig bei fiktionalen Inszenierungsstrategien, da zwar das Leben die besten Geschichten schreiben mag, das Hollywood-Kino diese Geschichten aber am besten erzählen kann. Außerdem ist die Vorstellung, man könne fiktionale ganz einfach von nonfiktionalen Medienangeboten unterscheiden, schon immer eine Illusion gewesen: Selbst die Brüder Lumière hatten ihre dokumentarischen Kurzfilme inszeniert.

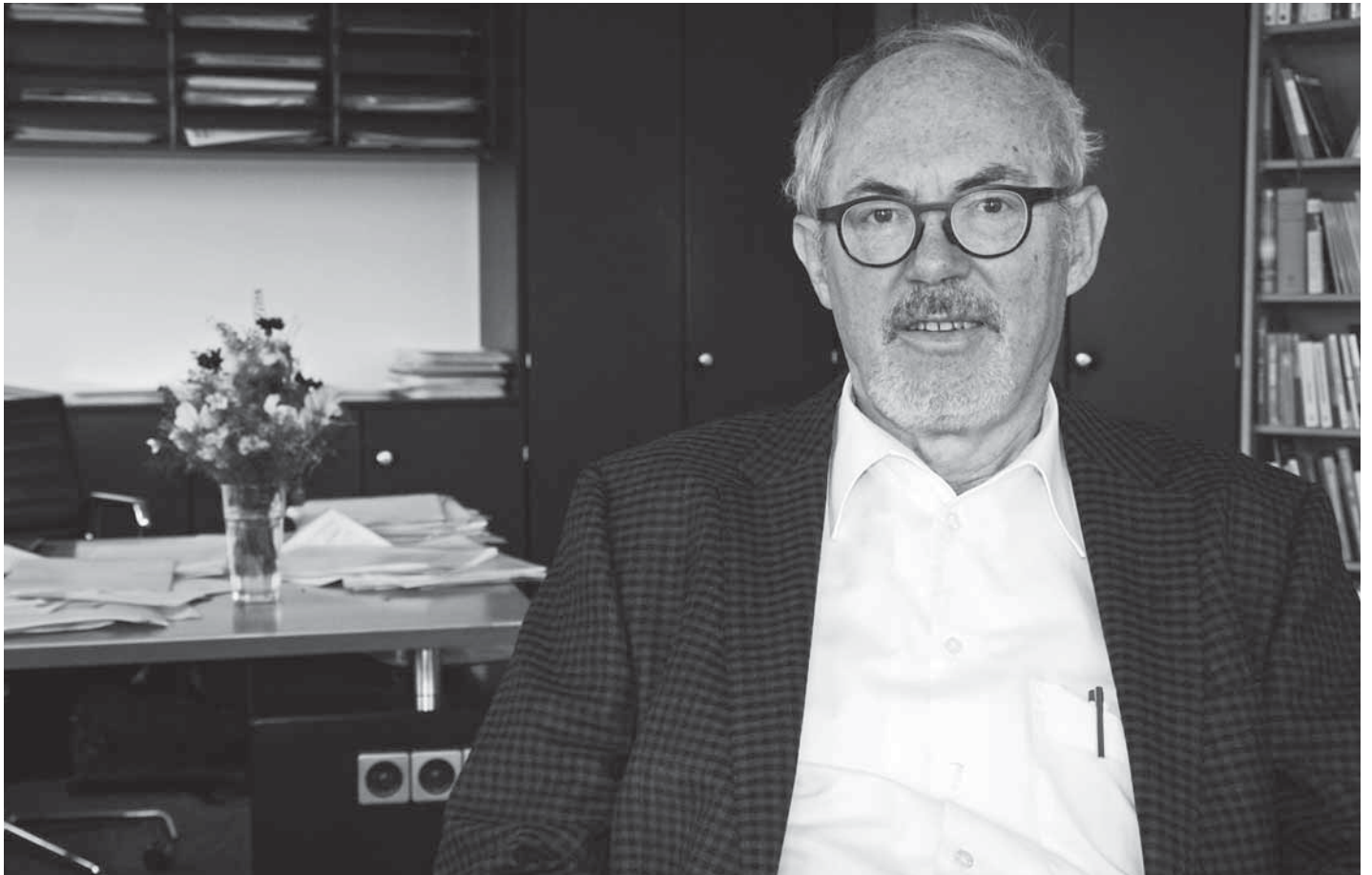
Dr. phil. habil. Gerd Hallenberger forscht als freiberuflicher Medienwissenschaftler über Fernsehunterhaltung, allgemeine Medienentwicklung und Populärkultur. Er lehrt an verschiedenen Universitäten und ist Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Dr. Hans Hege ist der dienstälteste Medienaufseher Deutschlands. 1985 wurde er Direktor der neu gegründeten Anstalt für Kabelkommunikation in Berlin – einer von vier Anstalten, die für die Regulierung der deutschen Kabelpilotprojekte zuständig waren. Sie bestand aus dem Kabelrat und einem Direktor. Aus der Anstalt für Kabelkommunikation ging 1992 die Medienanstalt Berlin-Brandenburg

(mabb) hervor. Ihr erster Direktor wurde ebenfalls Hans Hege. Diese Position hat er seitdem inne. Im September 2014 wurde der heute 69-Jährige in den Ruhestand verabschiedet. Bis zur Benennung eines Nachfolgers ist er jedoch weiterhin im Amt. *tv diskurs* sprach mit ihm über 30 Jahre Medienregulierung, Jugendmedienschutz und die Zukunft der Landesmedienanstalten.

„Die Aufgaben werden bleiben.“



Wie sah Ihre erste Amtshandlung aus?

Das war die Sichtung der Anträge, die es für das Kabelfernsehen gegeben hat. Das waren etwa 70, über die da beraten werden musste.

Worin bestand damals die Zielsetzung bei der Aufsicht über den privaten Rundfunk? Ging es nur um die Frequenzverwaltung oder war die Kontrolle auch medienpolitisch motiviert?

Zunächst einmal ging es darum, überhaupt privaten Rundfunk einzuführen. Dem lag auch die Notwendigkeit zugrunde, über die damals noch knappen Kapazitäten zu entscheiden. Wer kommt ins Berliner Kabelnetz? Wer bekommt die ersten beiden Hörfrequenzen für private Veranstalter?

Welche Sender hatten ihre Zulassung beantragt?

Es waren vor allem zwei. SAT.1 und RTL, die damals gestartet sind. Daneben gab es größere Hoffnungen im regionalen Fernsehen, die sich nicht ganz erfüllt haben. Es gab ein türkisch-deutsches Fernsehen und verschiedene kleinere Veranstalter, die sich einen Mischkanal teilten. Manche kamen gar nicht auf Sendung, weil die Voraussetzungen nicht da waren. Daran schloss sich dann das Thema an, dass Fernsehen regional nur sehr schwer finanziert werden konnte. Deshalb haben wir eine bundesweite Entwicklung angestoßen. Damit begann die Zusammenarbeit der Medienanstalten, um Rahmenbedingungen für die bundesweit sendenden Veranstalter zu definieren und sie zu kontrollieren.

Worin bestanden für Sie in diesen Anfangsjahren der größte Reiz und die größte Herausforderung in dieser Aufgabe?

Es war eine Gründungszeit, in der Neues möglich wurde. Spannend war auch, in Berlin ein neues Aufsichtsmodell auszuprobieren. Mit dem Medienrat haben wir einen anderen Weg beschritten als andere, die ihr Gremium wie die Rundfunkräte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zusammengesetzt hatten. Mit Prof. Dr. Benda, dem ehemaligen Präsidenten des Bundesverfassungsgerichts, hatten wir einen hervorragenden Vorsitzenden, der diesen Prozess gestaltet hat.

Sie waren von 1988 bis 1992 Vorsitzender des Arbeitskreises Jugendschutz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten. Was gehörte zu Ihren Aufgaben?

Es ging vor allem darum, wie die Ausnahmegenehmigungen gehandhabt werden sollten, die sich aus dem Rundfunkstaatsvertrag ergeben hatten. Der besagte, dass Filme, die normalerweise wegen der FSK-Freigaben erst um 22.00 Uhr oder 23.00 Uhr hätten ausgestrahlt werden können, früher gesendet werden dürfen, weil z. B. die Bewertungen lange zurücklagen. Dafür mussten wir Genehmigungen erteilen. Für diese Bewertungen hatten wir eine sehr schlanke Struktur geschaffen, uns bewusst externen Sachverstand geholt, z. B. mit Prof. Dr. Schorb, heute an der Universität Leipzig. Uns war wichtig, dass die Medienanstalten das nicht allein machen. Wir haben auch von Anfang an die privaten Veranstalter mit einbezogen. Ulrich Schamoni hat uns mit seinem breiten Filmwissen damals gute Anregungen gegeben. Wir waren ein kleiner Kreis. Es gab ja noch keine 14 Medienanstalten. Und es gab noch keine Talkshows mit den entsprechenden Themen, keine Formate, die uns heute neue Fragen stellen. Es ging primär um das Thema „Film“ und die Sendezeiten.

Die Talkshows und andere Formate kamen ja dann auf den Sender. Es gab z. B. einen Konflikt um Arabella Kiesbauer. Welche Programme waren aus Ihrer Sicht am problematischsten?

Arabella Kiesbauer ist aus heutiger Sicht ziemlich harmlos gewesen, wobei sich durchaus die Frage nach der Sendezeit am Nachmittag stellte. Die Talkshows, die hinterher kamen, waren viel problematischer. Auch unter dem Gesichtspunkt des Schutzes der Menschen, die dort mitunter zu viel aus ihrem Leben erzählt haben, ohne sich der Konsequenzen bewusst zu sein. Big Brother hat dann eine neue Diskussion ausgelöst. Es gab immer wieder neue Wellen. Natürlich auch dann, wenn Gewalttaten ausgeübt worden sind wie 2002 beim Amoklauf am Erfurter Gutenberg-Gymnasium. Das hat sofort zu Debatten geführt. Inwieweit hat das Fernsehen dazu beigetragen? Was kann man tun, um dem entgegenzuwirken?

1993 wurde die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF) gegründet. Damals existierte der Gedanke, in die Aufsicht über die Fernsehsender auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit einzubeziehen, nach dem Motto: „Jugendschutz ist unteilbar“. Es gab auch die Idee, ein Konstrukt zu schaffen, das aus einem Vertreter der Länder, einem Vertreter der Landesmedienanstalten und einem neutralen Wissenschaftler bestehen sollte. Warum ist das nicht zustande gekommen?

Die Medienanstalten waren dafür, dass es eine gemeinsame Aufsicht gibt. Das ist am öffentlich-rechtlichen Rundfunk und an der Medienpolitik gescheitert. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wollen sich nicht von den Medienanstalten kontrollieren lassen. Von der Grundidee her hätte ich es besser gefunden, von vornherein eine Aufsicht über bestimmte Bereiche gemeinsam zu organisieren. Wir haben z. B. immer die Zuständigkeit gehabt für Frequenzen, sowohl für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als auch für die privaten Veranstalter. Ich denke, auch für den Jugendschutz und für Werbefragen hätte man eine gemeinsame Aufsicht organisieren können. Das ist nur nie Konsens gewesen. Das ist auch heute noch eine Forderung der Medienanstalten, dass dies passiert.

Glauben Sie, dass es dann auch eine wirksamere Kontrolle geben würde?

Es gäbe nicht die Diskussion, dass nicht nach gleichen Maßstäben vorgegangen wird. Wir haben ja immer wieder das Thema gehabt, dass bei einzelnen öffentlich-rechtlichen Sendungen gesagt wurde, die hätten bei den Privaten nicht zu dieser Sendezeit laufen dürfen. Ganz augenfällig war das bei Filmen, die zu anderen Zeiten gelaufen sind im öffentlich-rechtlichen als im privaten Fernsehen. Wobei ich sagen muss, dass es nicht eine Fülle von solchen Fällen gab. Es liegt in der Natur der Sache, dass im öffentlich-rechtlichen Rundfunk weniger Grenzfälle vorkommen als bei privaten Veranstaltern. Dafür wird er auch aus Gebühren finanziert und hat eine besondere Verantwortung. Neue Formate, die eher grenzwertig sind, werden eher im privaten Fernsehen ausgestrahlt. Trotzdem gibt es manche Fragen, die übergreifend sind. Ich denke, eine externe Kontrolle ist immer besser als eine interne. Sowenig jeder Direktor einer Medienanstalt im Jugendschutz firm ist, müssen das die Mitglieder eines Rundfunkrates oder eines Programmausschusses sein.

Deshalb kam es zur Gründung der Selbstkontrolle. Wie hat sich das aus Ihrer Sicht bewährt? Es gab ja in Einzelfällen Konflikte zwischen der FSF und den Medienanstalten. Wäre das vermeidbar gewesen?

Möglicherweise, aber nun haben wir uns damit auseinanderzusetzen. Für einige Medienanstalten war es nicht leicht zu akzeptieren, dass ihre Rolle durch eine freiwillige Kontrolle etwas eingeschränkt wurde, die vorgeschaltet war und Veranstaltern eine gewisse Rechtssicherheit vor Beanstandungen gegeben hat, wenn sie dort entsprechende Freigaben erreicht haben. Im Zusammenhang mit den Medienanstalten hat es da ab und zu Konflikte gegeben, die nicht immer notwendig waren. Dadurch, dass wir einen großen Veranstalter wie ProSieben lizenziert haben, gab es natürlich ab und zu die Diskussion, ob die Freiwillige Selbstkontrolle nicht zu großzügig war in bestimmten Fällen. Das hat auch zu gerichtlichen Auseinandersetzungen geführt. Aber das gehört bis zu einem gewissen Grade ja auch zum Geschäft. Wobei wir uns auch immer eingesetzt haben für die positiven Seiten der Freiwilligen Selbstkontrolle. Aber ich denke, inzwischen ist das auf einem ganz konstruktiven Niveau angekommen.

Die Bewertungen der FSF waren insofern nicht bindend, als dass die Landesmedienanstalten das Urteil revidieren konnten. Wie schätzen Sie diese Konstruktion ein? War das sinnvoll?

Dass ein Veranstalter sich erst einmal bei der FSF ein Gutachten erstellen lassen kann, ob etwas den Jugendschutzvorschriften entspricht, halte ich für sinnvoll. Und, dass es dann einen Dialog zwischen der FSF und den Medienanstalten gibt, wenn diese das Gutachten für nicht angemessen halten, ist auch richtig.

Mit dem 2003 in Kraft getretenen Jugendmedienschutz-Staatsvertrag wurde die KJM, die Kommission für Jugendmedienschutz, geschaffen. Hat sich damit die Regulierung verbessert?

Erst einmal ist es ein Fortschritt gewesen, dass es dadurch eine gemeinsame Jugendschutzregelung für Rundfunk und Telemedien gibt. Ob das Gremium insgesamt so glücklich zusammengesetzt ist mit relativ vielen Mitgliedern, das kann man vielleicht fragen. Aber das ist auch dem Abstimmungsprozess zwischen Bund und Ländern geschuldet. Ein bisschen mehr hätte ich mir zeitweise – als außenstehender Beobachter, ich bin ja nicht Mitglied der KJM – auch einen etwas konstruktiveren Dialog mit der FSF vorstellen können.

Die FSF hätte gern den Verwaltungsakt zugesprochen bekommen. Dann könnte sich keine andere Regulierungsbehörde über ihre Entscheidung hinwegsetzen, so wie es bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) auch der Fall ist. Diesen Verwaltungsakt bekommt die FSF bislang nicht. Verstehen Sie angesichts der medialen Entwicklungen – Stichwort Konvergenz, wo ja Inhalte überall auch zuerst laufen können – diese Verweigerung?

Im Bereich der Filmbewertung gibt es keine Medienanstalten, die Verwaltungsakte erlassen können. Dort trifft dann immer noch eine Landesstelle die letztlich verbindlichen Entscheidungen. Insofern verstehe ich schon, dass wenn eine Regulierungsinstanz da ist, sie die letzte Entscheidung hat. Und dass der Versuch der Selbstregulierung vorgeschaltet wird.

Mit der Digitalisierung haben die alten Instrumente des Jugendschutzes – vor allem die Sendezeitbeschränkung – an Wirkung verloren, weil man vieles überall und zu jeder Zeit empfangen kann. Wie muss man Jugendschutz neu denken? Was muss Jugendschutz heute leisten?

Ich denke, dass die Sendezeiten noch eine gewisse Rolle spielen, weil Fernsehen nach wie vor in sehr großen Anteilen linear geschaut wird, entlang der Programmplanung der Veranstalter. Deshalb haben die großen Sender nach wie vor eine Verantwortung dafür, wann sie bestimmte Sendungen ausstrahlen. Andererseits kann ich heute Filme und Serien zu jeder Zeit sehen. Kinder und Jugendliche haben viel mehr Möglichkeiten, an Videoinhalte zu kommen, als früher, als nur ein einziges Fernsehgerät in der Wohnung stand. Daher ist die Schutzfunktion von Sendezeiten sehr begrenzt.

Womit kann das ersetzt werden?

Es gibt ja den Versuch, mit Jugendschutzprogrammen zu arbeiten, die Eltern und auch Jugendlichen und Kindern eine Orientierung geben sollen, was wann geeignet ist. Und natürlich spielt die Medienkompetenz eine immer größere Rolle. Über Regulierung und Verbote lässt sich weniger erreichen als mit Information und Medienkompetenzprojekten. Die können dazu beitragen, dass die negativen Auswirkungen, die Video und Fernsehen haben können, möglichst vermieden werden.

In Ihrer Arbeit ging es Ihnen immer darum, einen demokratischen Zugang zu Rundfunk sicherzustellen. Dass jeder, auch wenn er wenig Geld hat, teilhaben kann. Das ist deutlich geworden, als Sie DVB-T etabliert haben. Das wird deutlich bei der Positionierung zur Netzneutralität. „WLAN für alle“ ist auch ein Thema, das da hineingehört. Wie beurteilen Sie das im Rückblick: Waren Sie erfolgreich mit Ihrem Ringen um Teilhabe für alle?

Schon damals beim Kabelfernsehen war es das Ziel, neuen Stimmen die Gelegenheit zu geben, zur Vielfalt beizutragen. Um die Großen und Finanzstarken mussten wir uns weniger kümmern, die kamen so oder so. Dass es daneben eben auch Kleinere gibt und dass es auch eine Auswahl unter Übertragungswegen gibt, das stand hinter dem Thema „DVB-T“. Gerade in einer Stadt, in der Kabel sehr dominierend ist und es damals das Internet als Alternative noch nicht gab, wollten wir dazu beitragen, dass diese Alternative eine Chance hat. Und das haben wir letztlich auch erreicht. Heute ist das Internet ein wesentlicher Verbreitungsweg, auch für audiovisuelle Medien. Deswegen kümmern wir uns auch darum. Das steckt hinter dem WLAN-Projekt, dass wir sagen, wir wollen auch möglichst nicht nur zu Hause, sondern auch in öffentlichen Räumen Zugang zu Medien schaffen und zwar zu günstigen Konditionen.

Ist diese demokratische Teilhabe heute noch das Thema? Schließlich kann man heute viele Inhalte auf ganz verschiedenen Wegen zu jeder Zeit empfangen.

Heute ist die Frage der Auffindbarkeit ein zentrales Thema. Wie finde ich etwas? Als es nur wenige Kabelkanäle gab, waren die einfach zu finden. Man hat einfach durchgezappt. Schon beim digitalen Fernsehen war das schwieriger. Und erst recht stellt sich das Thema im Internet, wenn es eine unbegrenzte Fülle gibt. Ich brauche dann Orientierung. Diejenigen, die die Benutzeroberflächen kontrollieren, die haben auch Einfluss darauf, was gesehen und gehört wird. Deswegen stellen sich alte Fragen in neuer Form. Alte Instrumente sind nicht mehr tauglich und wir müssen uns dann überlegen, gibt es neue?

»Natürlich spielt die Medienkompetenz eine immer größere Rolle. Über Regulierung und Verbote lässt sich weniger erreichen als mit Information und Medienkompetenzprojekten.«

Wer kontrolliert die Oberfläche – diese Frage stellt sich ja auch beim Smart-TV? Haben Sie das Gefühl, dass man zu demokratischen Regeln kommen wird?

Zunächst einmal können wir für Deutschland feststellen, dass wir keine Situation hatten wie in Großbritannien, wo Murdoch die Geräte kontrolliert hat und auch die elektronische Programmführung. Wir haben einen ziemlich offenen Markt – dadurch, dass entsprechende Pläne von Kirch gescheitert sind. Und wir haben auch eine Konkurrenz von Geräten, in der keiner eine so dominante Position hat, dass er auf die Benutzeroberfläche großen Einfluss ausüben kann. Wichtig ist für uns auch, dass der Verbraucher die Oberfläche selbst gestalten kann.

Ein großes Thema für die Fernsehveranstalter sind die unterschiedlichen Regulierungsrahmen. Dass es eine Rundfunkregulierung gibt und eine für Telemedien, in der unterschiedliche Gesetze herrschen. Sind Sie zuversichtlich, dass es auch zu einer rechtlichen Konvergenz kommt?

Darüber wird aktuell in der dazu eingesetzten Bund-Länder-Kommission diskutiert, weil es die Schnittstellen berührt zwischen Bundes- und Landeszuständigkeit. Das Thema „Jugendschutz“ ist für alle Medien von Bedeutung, unabhängig davon, wie sie verbreitet werden. Dass da eine vergleichbare Behandlung stattfinden soll, ist richtig und das geschieht auch weitgehend schon, nur sind eben die Instrumente des Fernsehens nicht ohne Weiteres übertragbar auf das Internet. Ein zentraler Bereich für Private ist natürlich die Werbung. Dass es für Rundfunk engere Werbebestimmungen gibt als für die Presse, das ist ja schon lange so. Niemand legt fest, wie viel Werbung in einer Zeitschrift sein darf und wie die angeordnet ist. Und im Internet erst recht, wo es den geteilten Bildschirm gibt und Pop-up-Anzeigen. Hier wird es Diskussionen geben, die vermutlich zu einer Liberalisierung der Werberegulierung führen werden. Das kann aber Deutschland nicht allein entscheiden. Das ist Gegenstand einer Richtlinie der Europäischen Kommission.

Sie sagten einmal, Landesmedienanstalten wird es immer geben. Inwiefern sind sie noch zeitgemäß?

Immer ist vielleicht eine Übertreibung. Die Landesmedienanstalten gibt es jetzt seit 30 Jahren und ich würde keine Prognose für 50 Jahre in die Zukunft abgeben. Aber sie haben eine gute Finanzausstattung, da sie aus dem Rundfunkbeitrag der Haushalte finanziert werden. Und sie haben Aufgaben, die nach wie vor aktuell sind, insbesondere im Bereich ihrer Förderungsaufgaben. Nehmen Sie nur lokales Fernsehen in Brandenburg. Diese Aufgaben werden bleiben. Bei anderen muss man sich fragen, ob die Organisationsform auch für die Zukunft geeignet ist. Aber es gibt immerhin Schritte wie eine Gemeinsame Geschäftsstelle. Und ob darüber hinaus Neues entsteht, ist eine Entscheidung der Medienpolitik.

Im September vergangenen Jahres haben wir in Berlin Ihre Verabschiedung gefeiert. Inzwischen schreiben wir Juni 2015. Ein Dreivierteljahr ist vergangen und Sie sind noch immer im Amt. Zählen Sie inzwischen die Tage?

Ich habe eine Verpflichtung, das Amt weiterzuführen, bis der Medienrat einen Nachfolger bestimmt hat, und das tue ich auch. Wobei ich durchaus von einigen Sachen entlastet worden bin. Ich habe früher mindestens die Hälfte der Zeit für überregionale Aufgaben gearbeitet. Da habe ich jetzt mit Thomas Fuchs einen sehr guten Nachfolger, der das übernommen hat. Der z. B. DVB-T 2 fortentwickelt und den Analog-Digital-Übergang im Kabel moderiert.

Würden Sie dieses Amt wieder übernehmen? Oder anders gefragt: Was könnte jemanden heute reizen, Chef einer Landesmedienanstalt zu werden?

Die Unabhängigkeit dieser Institution, ihre finanzielle Ausstattung, die ja nicht schlecht ist und Gestaltungsmöglichkeiten lässt, und die vielfältigen Herausforderungen, die die digitale Welt mit sich bringt – das macht den Job interessant.

Sie haben zu Ihrer Verabschiedung ein Fahrrad geschenkt bekommen. Was werden Sie tun, wenn Sie nicht mehr im Amt sind? Werden Sie weiterarbeiten oder werden Sie verreisen?

Ich werden vielerlei machen. Mit dem Rad fahre ich übrigens heute schon.

Das Interview führte Vera Linß.

Senta Pfaff-Rüdiger

Die Prüfausschüsse der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) stehen immer wieder vor der anspruchsvollen Aufgabe, von medialen Inhalten auf mögliche gefährdende Wirkungen zu schließen und Altersfreigaben abzuleiten. Immer öfter wird in den Gutachten dabei mit Medien- oder Genrekompentz argumentiert. Ziel dieses Beitrags ist es, Medienkompetenz aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive und vor den veränderten medialen Bedingungen zu diskutieren.

Medienkompetenz zwischen Wissen und Wirkung

Medienkompetenz gilt in der heutigen Wissens- und Mediengesellschaft als Schlüsselkompetenz. Medienkompetenz soll als intervenierende Variable im Wirkungsprozess Heranwachsende vor gefährdenden Inhalten schützen (Potter 2010) und ihnen gleichzeitig im Sinne des „empowerment“ (Hobbs 2011, S. 422) Chancen bieten, um mithilfe der Medien Entwicklungsaufgaben bewältigen und an der Gesellschaft teilhaben zu können. Trotz der starken politischen und öffentlichen Debatte ist Medienkompetenz ein Schlagwort geblieben; es meint „many things to many people“ (Erstad/Amdam 2013, S. 84 f.) und ist immer noch eher ein Patchwork an Ideen als ein schlüssiges Konzept (Potter 2010, S. 676). Was meint nun aber Medienkompetenz?

Modelle von Medienkompetenz

Aus einer sozialisationstheoretischen Perspektive ist Medienkompetenz zunächst ein Prozess. Wer Medien nutzen möchte, muss bereits über Medienkompetenz verfügen, gleichzeitig entwickelt sich aus der medialen Praxis (weitere) Medienkompetenz. Es geht also nicht nur darum, über welches (Medien-) Wissen Heranwachsende bereits vorab verfügen, sondern auch darum, welches (handlungsrelevante) Wissen sie aus der Nutzung einer Sendung mitnehmen können. Baacke – der Urvater der Medienkompetenzforschung – definierte Medienkompetenz einst als Fähigkeit, „in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von

Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen“ (1996, S. 8). Wie Medienkompetenz Kinder dabei unterstützen kann, in ihrer Lebenswelt zu handeln, ist vor den veränderten medialen Bedingungen, unter denen sie heute aufwachsen (soziale Medien, mobile Nutzung, veränderte Fernseh- und Filmgenres sowie Nutzungsgewohnheiten), relevanter denn je.

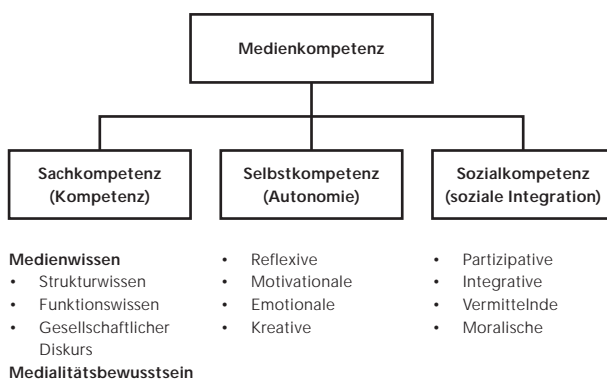
In demokratietheoretischer Tradition wird Medienkompetenz oft an Wissen gebunden und damit an die Hoffnung, dass der, der über Risiken Bescheid weiß, diese vermeidet (Livingstone/Helsper 2010, S. 313). Wissen meint heute nicht nur klassisch medienbezogenes Struktur- oder technisches Funktionswissen, sondern Medien vermitteln auch Handlungswissen, indem beispielsweise Jugendliche auf sozialen Netzwerkseiten soziales Miteinander lernen. Wissen und Handeln lassen sich heute nicht mehr strikt voneinander trennen, Wissen löst sich vielmehr durch die Häufigkeit, Permanenz und Schnelligkeit heutiger Kommunikation in kommunikatives Handeln auf (Knoblauch 2013, S. 311). Heranwachsende handeln beispielsweise im Netz und ignorieren dabei das, was sie über Risiken wie Privatsphäreinstellungen oder illegale Downloads wissen (Pfaff-Rüdiger u. a. 2012). Kompetenz lässt sich folglich nicht mehr auf Wissen reduzieren, vielmehr gilt nur derjenige als kompetent, der Wissen in Handeln überführen kann (Dewe 2010, S. 110). Wer mit Medienkompetenz argumentiert, muss sich also zum einen fragen, welches (Medien-) Wissen

bei den Nutzern vorausgesetzt werden kann *und* inwiefern dieses Wissen für die Jugendlichen handlungsrelevant ist, was wiederum auch vom (gefährdenden) Inhalt abhängt. Ich kann Medienkompetenz darüber hinaus vom Medium denken und beispielsweise auf die technischen und handwerklichen Aspekte des Mediums (z. B. Schnitt, Kameraposition) eingehen oder von den allgemeineren Kompetenzen, die benötigt werden, um die Inhalte zu verarbeiten, beispielsweise kritisches Urteilsvermögen oder Distanzierungsfähigkeiten. Nur wer über Medienwissen verfügt und dieses zu seiner Lebenswelt in Beziehung setzen kann (denn genau das meint reflexive Medienkompetenz; vgl. Baacke 1996), ist kompetent genug, um die Inhalte zu verarbeiten.

Medienkompetenz als Sach-, Selbst- und Sozialkompetenz

Welche Teilkompetenzen sind nun aber insbesondere für die Rezeption von Fernsehinhalten von Bedeutung? Auf Basis bestehender Modelle (u. a. Baacke 1996; Dewe 2010; Groeben 2004; Hobbs 2011; Livingstone 2014; Schorb 2005) habe ich ein eigenes Medienkompetenz-Modell entwickelt, das die veränderten medialen Rahmenbedingungen aufnimmt, aber gleichzeitig ganzheitlich bleibt, um verschiedene Medienpraktiken zu vergleichen. In Anlehnung an die in der Sozialisation wichtigen Prozesse der Sach-, Selbst- und Sozialauseinandersetzung (Paus-Hasebrink 2010) unterscheidet sich Medienkompetenz in Sach-, Selbst- und Sozialkompetenz (Abb. 1). Während Sachkompetenz vor allem medienbezogenes Wissen betrifft, wird das Wissen im zweiten Schritt einmal auf individueller Ebene (Selbstkompetenz) und einmal auf sozialer Ebene (Sozialkompetenz) bewertet und in Handeln überführt.

Abb. 1: Medienkompetenz-Modell
Quelle: eigene Darstellung



Sachkompetenz beinhaltet die unterschiedlichen Wissensformen: Medienwissen als Struktur- und Funktionswissen (Schorb 2005) ebenso wie Wissen über den gesellschaftlichen Medienkompetenz-Diskurs. Denn nur der, der den Diskurs über Risiken und Chancen kennt, kann sich dazu positionieren und autonome Handlungsentscheidungen treffen. Darüber hinaus ist es genau dieser mediale Diskurs, der Eltern und Regulierer dazu führt, zu versuchen, die Mediennutzung der Heranwachsenden zu beeinflussen (Livingstone 2014, S. 284). Funktionswissen beinhaltet auch Genrewissen und damit Genrekompetenz. Der Zuschauer soll in der Lage sein, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und Strukturen und Konventionen des Angebots (Harriss 2011), beispielsweise typische Handlungsmuster der Charaktere, erkennen können. Möglich ist das, wenn er mit anderen Formaten oder bereits bekannten Genres vergleichen kann. Auch hier spielt die Erfahrung und damit indirekt das Alter eine Rolle: Wer bereits mehrere ähnliche Sendungen gesehen hat, erkennt Handlungsmuster leichter. Wobei auch das genaue Gegenteil gilt: Wer mit Genrekompetenz argumentieren will, setzt voraus, dass bereits Erfahrungen (bzw. Wissen über das Genre) vorhanden sind – die Jugendlichen müssten folglich bereits ähnliche (gefährdende) Inhalte gesehen haben.

Über das Genre hinaus weist *Medialitätsbewusstsein* als Teildimension: „Im Prinzip geht es darum, dass Mediennutzer/-innen ein Bewusstsein davon haben, dass sie sich nicht in ihrer alltäglichen Lebensrealität, sondern eben in einer medialen Konstruktion bewegen“ (Groeben 2002, S. 166). Medialitätsbewusstsein meint also, zwischen Realität und Fiktion beziehungsweise unterschiedliche (Medien-) Wirklichkeiten unterscheiden zu können (Pietraß 2011, S. 129). Hinweise gibt dafür – auf einer pragmatischen Perspektive – das Genre (Fiction oder Nonfiction), aber auch die Medieninhalte (wer handelt wie und stimmt das Gezeigte mit meinem Weltwissen überein? Ist der Handlungsort mit meiner Lebenswelt vergleichbar?) bzw. der Modus (z. B. die Verwendung einer Handkamera, vgl. Schreier/Appel 2002, S. 232 ff.). Zum Medialitätsbewusstsein gehört auch, die Intention einer Sendung zu erkennen oder die Inszenierung zu durchschauen (Sowka u. a. 2015).

Medialitätsbewusstsein beeinflusst dann in einem zweiten Schritt, inwiefern sich der Zuschauer von den Inhalten distanzieren, sich die Wirkung der Medien bewusst machen und somit die Inhalte kritisch hinterfragen kann. *Reflexive* und analytische Kompetenzen – und hier befinden wir uns jetzt auf der Ebene der *Selbstkompetenzen* – standen lange im Fokus klassischer Medienkompetenz-Konzepte (Groeben 2004, S. 32) und werden oft als Informationsverarbeitungsprozesse untersucht. Baacke (1996, S. 8) definiert reflexive Kompetenz aber in einem weiten Sinn: Für ihn „sollte jeder Mensch in der Lage sein, das analytische Wissen auf sich selbst und sein Handeln anzuwenden“, also das Wissen für das eigene Handeln einsetzen können.

Während der Reflexion werden die beim Medialitätsbewusstsein unterschiedenen Realitäten wieder aufeinander bezogen, „als gäbe es keine Trennung“ (Pietraß 2014, S. 46); Distanz und Involvement wechseln sich hierbei ab (Schreier/ Appel 2002, S. 243). Der Zuschauer kann also sein Genrewissen, sein Medialitätsbewusstsein, aber auch sein Weltwissen (seine Werte, sein Moralverständnis) oder seine persönlichen Bedürfnisse dazu einsetzen, sich kritisch den angebotenen Inhalten zuzuwenden (Distanzierung). Er kann sich aber auch mit Genuss auf die Inhalte einlassen und involviert eine Sendung nutzen. Wer sich involviert, stellt stärkere Bezüge zwischen der eigenen Lebenswelt und den Inhalten her und überprüft Informationen weniger stark auf deren Wahrheitsgehalt (ebd., S. 242). Für die Wirkung bedeutet dies, dass der, der stärker involviert ist (beispielsweise durch die Ähnlichkeit der Figuren mit der eigenen Lebenswelt oder der Emotionalität der Darstellung), seltener in der Lage ist, sich von den Inhalten zu distanzieren und sie (wieder) kritisch zu hinterfragen.

Reflexion als Verarbeitungsstrategie hängt darüber hinaus davon ab, warum eine Sendung genutzt wird (Motivation). Im Fall von gewalthaltigen Inhalten kann der Nutzer beispielsweise situativ daran interessiert sein, seine eigenen Grenzen auszutesten, durch Freunde motiviert sein oder Unsicherheiten abbauen wollen. Über die Situation hinaus kann er sich aber ebenso den Inhalten zuwenden, weil er auf der Suche danach ist, ein tieferes Verständnis für die Inhalte zu erhalten, persönlich zu wachsen oder soziale Bindungen zu vertiefen (Bartsch/Mares 2014, S. 956). Je nachdem, was den Jugendlichen zur Sendung treibt, ist es ihm unterschiedlich möglich, Sinn aus den Inhalten zu ziehen und sie somit zu hinterfragen.

Wer Medieninhalte reflektieren kann, ist in der Lage, auch emotional und ästhetisch auf Inhalte reagieren zu können (Erstad/Amdam 2013, S. 90). *Emotionale Kompetenzen* beinhalten nicht nur Mood Management, sondern auch die Frage, ob Heranwachsende die Emotionen (wie Trauer, Ekel, Furcht, aber auch Genuss; Groeben 2002), die sie bei der Mediennutzung erleben, verarbeiten bzw. empathisch handeln können. *Motivationale Kompetenzen* beschreiben das, was Groeben (2004) Selektionskompetenz nennt: Es geht darum, ob Jugendliche diejenigen Inhalte und Handlungen in den Medien finden, um bewusst oder unbewusst ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Motivationale Kompetenz wächst mit zunehmender Erfahrung. *Kreative Kompetenzen* (und damit Mediengestaltung) fallen bei der Fernsehnutzung weniger stark ins Gewicht. In der heutigen Gesellschaft spielen Kompetenzen wie Reflexivität und Kreativität aber auch unabhängig von den Medien eine größere Rolle (Kurtz 2010, S. 17).

Sozialkompetenz basiert auf den Sozialauseinandersetzungen und beinhaltet partizipative, integrative, vermittelnde und moralische Kompetenzen. In einer mediatisierten Welt, in der viele Beziehungen über die Medien ausgelebt werden, werden soziale Kompetenzen immer wichtiger

– nicht zuletzt, weil sie Folgen für die Beziehungen der Jugendlichen haben. *Partizipative Kompetenzen* behandeln die Fragen: Wie handle ich mit anderen gemeinsam und wie behandle ich andere? – Im Sinne von Teamfähigkeit, Konflikt- oder Kompromissfähigkeit als allgemeine Sozialkompetenzen (Dewe 2010, S. 109). Auch bei der Fernsehnutzung spielen sie als medienvermitteltes Handlungswissen eine Rolle. *Integrative Kompetenzen* beziehen sich auf die Anschlusskommunikation als eine der zentralen Teilkompetenzen nach Groeben (2002): Bin ich in der Lage, mit anderen über meine Fernsehnutzung zu sprechen und meine Erfahrungen zu verarbeiten – insbesondere dann, wenn ich mit Risiken konfrontiert bin? *Vermittlung* geht noch eine Stufe weiter: Kann jemand seine Fähigkeiten anderen weitergeben? *Moralische Fragen* werden ebenfalls in Fernsehsendungen, beispielsweise in *The 100*, immer wieder stark thematisiert, sind vor dem Hintergrund einer möglichen sozialen Desorientierung interessant und können auch die Lebenswelt der Jugendlichen beeinflussen. Sind die Jugendlichen also in der Lage, die moralischen Fragen einer Sendung kritisch zu hinterfragen?

Viele dieser Teilkompetenzen treten nicht einzeln auf; Medienkompetenz beschreibt vielmehr ein *Bündel* an „Kenntnissen, Fähigkeiten und Bereitschaften bzw. Wissen, Können und Einstellungen (einschließlich von Wertorientierungen)“ (Tulodziecki 2011, S. 23; vgl. auch Schorb 2005, S. 257). So treten beispielsweise technische und kreative Kompetenzen sowie reflexive und ethische Kompetenzen oft gemeinsam auf. Je nachdem, was genutzt wird, sind darüber hinaus die Teilkompetenzen unterschiedlich (stark) ausgeprägt.

Praxisrelevanz

Was bedeutet dies nun für die Praxis der FSF? Wer Sendungen auf ihr Risikopotenzial für Kinder und Jugendliche untersuchen möchte, sollte dabei nicht nur nach der Genrekompetenz (in dem Sinne, ob die Sendung bisherigen [möglichen] medialen Erfahrungen der Heranwachsenden entspricht) fragen, sondern auch danach,

- welche Indikatoren es für die Realitätsnähe der Sendung gibt,
- ob die gezeigten Inhalte einen Bezug zur Lebenswelt von Jugendlichen herstellen,
- ob die Inhalte (konkretes) Handlungswissen vermitteln,
- ob die Inszenierung (über den Modus) und die Intention aufgedeckt werden können,
- was die Motive für die Nutzung der Sendung sein könnten
- und wie stark die Inhalte zu Involvement einladen.

Darüber hinaus hängt es sehr stark von den Bedürfnissen der Jugendlichen und ihren Entwicklungsaufgaben ab, ob sie ihr Medienwissen auch anwenden. Wer sich gemeinsam

mit seinen Freunden fürchten möchte, wird sein Wissen über das Genre oder die Produktionsbedingungen genauso wenig aktivieren wie jemand, der sich keine Vorschriften machen lassen möchte. Es ist also nicht nur eine Frage, ob Kinder und Jugendliche über das notwendige Wissen verfügen, sondern auch, ob sie es einsetzen wollen. Wer allerdings über kein Wissen verfügt, kann diese Entscheidung gar nicht erst treffen. Ein Blick auf allgemeine Kompetenzen wie kritisches Urteilsvermögen oder Sozialkompetenzen kann hier weiterhelfen.

Literatur:

- Baacke, D.:**
Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. In: Medien praktisch, 20/1996/2, S. 4 – 10
- Bartsch, A./Mares, M.-L.:**
Making sense of violence. Perceived meaningfulness as a predictor of audience interest in violent media content. In: Journal of Communication, 64/2014/5, S. 956 – 976
- Dewe, B.:**
Begriffskonjunkturen und der Wandel vom Qualifikations- zum Kompetenzjargon. In: T. Kurtz/M. Pfadenhauer (Hrsg.): Soziologie der Kompetenz. Wiesbaden 2010, S. 107 – 118
- Erstad, O./Amdam, S.:**
From protection to public participation. A review of research literature on media literacy. In: Javnost – the public, 20/2013/2, S. 83 – 98
- Groeben, N.:**
Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In: Ders./B. Hurrelmann (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim/München 2002, S. 160 – 197
- Groeben, N.:**
Medienkompetenz. In: R. Mangold/P. Vorderer/G. Bente (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen 2004, S. 27 – 49
- Harriss, C.:**
The evidence doesn't lie: Genre literacy and the CSI effect. In: Journal of Popular Film and Television, 1/2011/39, S. 2 – 11
- Hobbs, R.:**
The state of media literacy: A response to Potter. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 55/2011/3, S. 419 – 430
- Knoblauch, H.:**
Communicative constructivism and mediatization. In: Communication Theory, 23/2013/3, S. 297 – 315
- Kurtz, T.:**
Der Kompetenzbegriff in der Soziologie. In: Ders./M. Pfadenhauer (Hrsg.): Soziologie der Kompetenz. Wiesbaden 2010, S. 7 – 25
- Livingstone, S.:**
Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on Social Network Sites. In: Communications, 39/2014/3, S. 283 – 303
- Livingstone, S./Helsper, E.:**
Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. In: New Media & Society, 12/2010/2, S. 309 – 329
- Paus-Hasebrink, I.:**
Das Social Web im Kontext der Entwicklungsaufgaben junger Menschen. In: Medien Journal, 4/2010, S. 20 – 34
- Pfaff-Rüdiger, S./Riesmeyer, C./Kümpel, A.:**
Media literacy and developmental tasks: A case study in Germany. In: Media Studies, 3/2012/6, S. 42 – 57
- Pietraß, M.:**
Medienkompetenz und Medienbildung – zwei unterschiedliche theoretische Positionen und ihre Deutungskraft. In: H. Moser/P. Grell/H. Niesyto (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. München 2011, S. 121 – 135
- Pietraß, M.:**
Was heißt „Medialitätsbewusstsein“? Eine Ausdeutung des Berichtes des BMBF „Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur“. In: Medien + Erziehung, 4/2014, S. 45 – 49
- Potter, W. J.:**
The state of media literacy. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 54/2010/4, S. 675 – 696
- Schorb, B.:**
Medienkompetenz. In: J. Hüther/Ders. (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. München 2005, S. 257 – 262
- Schreier, M./Appel, M.:**
Realitäts-Fiktions-Unterscheidungen als Aspekt einer kritisch-konstruktiven Mediennutzungskompetenz. In: N. Groeben/B. Hurrelmann (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim 2002, S. 231 – 254
- Sowka, A./Klimmt, C./Hefner, D./Mergel, F./Possler, D.:**
Die Messung von Medienkompetenz. Ein Testverfahren für die Dimension „Medienkritikfähigkeit“ und die Zielgruppe „Jugendliche“. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 1/2015/63, S. 62 – 82
- Tulodziecki, G.:**
Zur Entstehung und Entwicklung zentraler Begriffe bei der pädagogischen Auseinandersetzung mit Medien. In: H. Moser/P. Grell/H. Niesyto (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. München 2011, S. 11 – 39

Dr. Senta Pfaff-Rüdiger ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der LMU München. Ihre Forschungsschwerpunkte sind u. a. Medienkompetenz, Mediennutzung sowie Kinder und Medien.



Lothar Mikos

Eine Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) führte zu heftigen Diskussionen um die Sendung *Germany's Next Topmodel (GNTM)*. Der Autor sieht darin ein Lehrstück in Sachen öffentlicher Aufmerksamkeit durch Skandalisierung in den Medien und unternimmt den Versuch, die Diskussion zu entwirren, indem er drei Dinge voneinander unterscheidet: die Sendung *Germany's Next Topmodel*, die Studie des IZI und letztlich die mediale Berichterstattung.

Germany's Next Topmodel in der Kritik

Eine Fernsehsendung, eine Studie und die Panik der Medien

GNTM kann Mädchen magersüchtig machen titelte der „Kölner Stadt-Anzeiger“ Ende April dieses Jahres. Zahlreiche weitere Berichte über eine Studie des Münchner Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) stellten in den folgenden Wochen diesen Zusammenhang her. Der Sender ProSieben reagierte darauf, indem er die Vorwürfe zurückwies. Diese Reaktion wiederum fand ein Psychiater zynisch

und warf dem Sender vor, wenn er keine Konsequenzen ziehe, müsse man die Sendung als mörderisch bezeichnen, „die eiskalt den Tod junger Mädchen in Kauf nimmt, um Kohle zu machen“ („BILD-Zeitung“ vom 30.04.2015). Die Geschichte bewegte die mediale Öffentlichkeit in den folgenden Wochen sehr, mit dem Tenor, wie schlimm die Sendung *Germany's Next Topmodel* sei, wenn sie junge Mädchen in die Magersucht treibe.

Mitte Mai teilte die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) mit, dass sie aufgrund einer Beschwerde des Vereins Pinkstinks im Zuge ihrer Programmaufsicht eine Prüfung des Formats durch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) einleiten werde. Seitdem gibt es kaum noch Berichterstattungen zu dem Thema.

Die Sendung *Germany's Next Topmodel*

Die Fernsehshow *Germany's Next Topmodel* ist eine Adaption der amerikanischen Show *America's Next Top Model*. Im Mai 2015 endete die 10. Staffel der deutschen Variante, die es seit 2006 gibt. Beide Sendungen werden von Models moderiert, in den USA von Tyra Banks, in Deutschland von Heidi Klum. Grundsätzlich ist die Sendung dem Unterhaltungsfernsehen zuzurechnen. Es handelt sich um eine Castingshow, in der Models gesucht werden, in diesem Fall das Topmodel. Der *Duden* definiert Model als Mannequin oder Fotomodell, als Mannequin wird dort eine „weibliche Person, die Kleider vorführt“, bezeichnet oder als „lebensechte Schaufensterpuppe“ (Duden 2010, S. 641 f.). Model ist ein Beruf, der auch von Berufsberatungen empfohlen wird. Die Tätigkeit wird dort folgendermaßen beschrieben: „Models posieren zum einen für Werbefotos und -filme. Zum anderen führen sie an Veranstaltungen wie Modeschauen Produkte vor“ (SDBB 2015). Allerdings handelt es sich nicht um einen Lehrberuf, sondern sogenannte Modelscouts rekrutieren Models bei allen möglichen Gelegenheiten. Im Verlauf der Episoden einer Staffel müssen sich die angehenden Models in verschiedenen „Challenges“ beweisen, die sich im Wesentlichen um die genannten Tätigkeiten drehen. Dabei ist der Livewalk am Ende einer Episode entscheidend, denn hier bestimmt die Jury, welches der Mädchen die nächste Runde erreicht. In einer Finalsendung müssen sich dann noch einmal die letzten drei oder vier Kandidatinnen beweisen und ringen um die Krone von Deutschlands

Topmodel, die mit einem Titelbild der deutschen „Cosmopolitan“ und weiteren Preisen, u. a. einem Modelvertrag verbunden ist.

Die Berufsberatung macht folgende Merkmale des Berufs deutlich: „Die Tätigkeit des Models ist auf die bloße körperliche Anwesenheit beschränkt, im Vordergrund steht das präsentierte Produkt. Ihre Arbeit, sei es vor der Kamera oder auf dem Laufsteg, verlangt aber auch viel Geduld, Ausdauer, körperliche und psychische Belastbarkeit: Bei Werbeaufnahmen posieren sie z. T. lange bei Wind und Wetter in allen möglichen Stellungen. An Modeschauen wiederum sind Umkleieräume oft eng und heiß, die Zeit zum Umziehen ist knapp und die Präsentationen anstrengend. Models verbringen viel Zeit mit Reisen und dem Warten auf ihren Auftritt. Aufträge und Verdienst variieren und auf dem Set bzw. hinter dem Laufsteg herrscht meist große Hektik“ (ebd.). Die Sendung geht darüber hinaus, denn von den Kandidatinnen wird nicht nur die „bloße körperliche Anwesenheit“ verlangt, sondern auch Fitness, gesunde Ernährung, ein gepflegtes Aussehen und eine persönliche Ausstrahlung. Die verlangten Eigenschaften wie „viel Geduld, Ausdauer, körperliche und psychische Belastbarkeit“ werden ebenfalls verlangt und in den „Challenges“ geprobt. Darüber hinaus handelt es sich bei *Germany's Next Topmodel* nicht nur um das Casting eines Topmodels, sondern in erster Linie um eine Unterhaltungsshow des Fernsehens, die den Inszenierungsmustern von Realityshows folgt. Das ist offenbar auch den angehenden Kandidatinnen bewusst, die den Zweck der Show darin sehen, hohe Einschaltquoten zu

erzielen und den Zuschauern Unterhaltung zu bieten (vgl. Wegener/Rihl 2015, S. 209). Dabei müssen Geschichten erzählt werden, die sich um die Kandidatinnen drehen. Auf diese Weise werden emotionale Momente geschaffen, die die Zuschauer an den Bildschirm fesseln sollen. Die Auswahl der Kandidatinnen folgt einem westlichen Schönheitsideal und den Anforderungen an den Job des Models bezüglich Körpergröße und -form. Es werden vor allem große und schlanke Frauen gecastet, die den Anforderungen an den Beruf gerecht werden könnten bzw. zumindest im Verlauf einer Staffel der Sendung dahin gebracht werden können. Kritiker sehen darin eine „Werkstatt des neoliberalen Subjekts“, in der die Kandidatinnen ihr „unternehmerisches Selbst“ präsentieren müssen (vgl. Stehling 2015, S. 43 ff.; Thomas 2009, S. 55).

»Bei *Germany's Next Topmodel* handelt es sich nicht nur um das Casting eines Topmodels, sondern in erster Linie um eine Unterhaltungsshow des Fernsehens, die den Inszenierungsmustern von Realityshows folgt.«

Die Studie des IZI

In der Studie des IZI (vgl. Götz/Mendel/Malewski 2015) wurden 241 Menschen, vorwiegend Mädchen und junge Frauen mit Essstörungen, befragt, welche Rolle Fernsehsendungen bei der Erkrankung spielen. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Essstörungen e. V. durchgeführt. Bei den meisten Befragten (86 %) war eine Magersucht diagnostiziert worden. „Bei der Hälfte der Befragten lag der Beginn der Essstörung im Alter zwischen 12 und 15 Jahren, bei einem weiteren Fünftel zwischen 16 und 17 Jahren“ (ebd., S. 62). *Germany's Next Topmodel* und *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (*GZSZ*) waren die am meisten gesehene Sendungen der Mädchen, was nicht verwundert, da der Marktanteil von *GNTM* bei Mädchen zwischen 12 und 22 Jahren bei über 40 % liegt. Neben Sendungen wie *The Big Bang Theory*, *The Biggest Loser*, *Der Bachelor*, *GZSZ*, *Extrem schwer*, *Extrem schön!* und Kochsendungen gaben 39 % der Befragten an, dass *GNTM* sie in besonderer Weise beeinflusst habe. „Die Sendung wurde meist als Verstärkung der eigenen krank machenden Gedanken beschrieben“ (ebd.). Immerhin 22 % der Befragten konnten keine Sendung nennen, die sie beeinflusst habe. Nachdem in der Studie zunächst auf die anderen Sendungen eingegangen wird, geht es anschließend ausführlich um *GNTM*, denn es „stellt wie keine andere Sendung junge Frauen und ihre Entwicklung in den Mittelpunkt, und zwar unabhängig von romantischen Beziehungen“ (ebd., S. 64). Für die Befragten ist es typisch, dass sie auch so aussehen wollen

wie die in der Sendung gezeigten Model-Kandidatinnen. Sie stellen daher Vergleichsprozesse an und streben das Körperideal der angehenden Models an. Die Magersucht ist ihr handlungsleitendes Thema, das ihr ganzes Leben durchzieht. Im Fernsehen, speziell in den genannten Sendungen und in *GNTM*, entdecken sie das symbolische Material, in dem sie sich wiederfinden können „und ihre Identität weiterentwickeln können“ (ebd., S. 66). Die Autorinnen machen deutlich, dass nicht die Fernsehsendungen Auslöser der Essstörungen sind: „Sie [die Mädchen, Anm. d. Red.] befanden sich zu Beginn der Essstörung in einer Krisensituation. Denn bei dieser psychosomatischen Erkrankung steht selten das angestrebte Schönheitsideal im Zentrum des eigentlichen Problems“ (ebd.). Stoßen nun Mädchen mit einer derartigen Erkrankung in einer solchen Krisensituation auf *GNTM* oder die anderen Sendungen, akzeptieren sie die dort gezeigten Normen und Werte und empfinden sich selbst als minderwertig. Eines der befragten Mädchen bringt es auf den Punkt: „Ich möchte sagen, ich bin nicht wegen *GNTM* magersüchtig geworden, dennoch hat es eine Rolle gespielt“ (ebd.). Auslöser der Krankheit sind in der Regel traumatische Erfahrungen in der sozialen Realität. Die Magersüchtige sucht dann in den Medien, nicht nur im Fernsehen, Bestätigung für ihr Selbstbild – und findet sie in den genannten Sendungen, die entsprechendes symbolisches Material bereitstellen. Allerdings sehen nicht nur essgestörte Mädchen *GNTM*. Rezeptionsstudien zeigen da eher ein Bild, dass Mädchen mit der Sendung auch kritisch umgehen, auch wenn sie die hinter

der Sendung stehenden Strukturen nicht an sich infrage stellen (vgl. Stehling 2015, S. 369). Dabei wurde festgestellt, dass „Zuschauerinnen von ‚Germany's Next Topmodel‘ Bezüge zu ihren Alltagserfahrungen herstellen und das Deutungsangebot für die Aushandlung von Alltagserfahrungen nutzen“ (Thomas/Stehling 2012, S. 164). Der Umgang mit der Sendung ist durchaus ambivalent und unterscheidet sich von der Rezeption durch Erwachsene (vgl. Lünenborg/Töpfer 2012, S. 187). Magersüchtige knüpfen aus dieser Perspektive in der Rezeption der Sendung an ihre essgestörten Alltagserfahrungen an, wie sie das auch bei anderen Sendungen tun. Das Verhältnis von Zuschauerinnen zu *GNTM* ist komplex, und nicht jede Zuschauerin ist magersüchtig. Trotz aller Differenziertheit der Studie des IZI schließt sie mit Worten, die zu einer populistischen Provokation beitragen. In Bezug auf *GNTM* heißt es da: „Denn kranke Körper zu idealisieren, bedeutet, Krankheit zu verherrlichen“ (Götz/Mendel/Malewski 2015, S. 67). Diese Äußerung wird der Sendung nicht gerecht, denn in *GNTM* werden weder magersüchtige Mädchen präsentiert, noch propagiert die Sendung Magersucht.

»In *GNTM* werden weder magersüchtige Mädchen präsentiert, noch propagiert die Sendung Magersucht.«

Die Panik der Medien

Die Berichterstattung in Print, Radio und Fernsehen folgte dem Trend, den die Schlagzeile des „Kölner Stadt-Anzeiger“ vorgegeben hatte. *GNTM* wurde als Sendung diskreditiert, da sie zu Magersucht führe. Eine differenzierte Darstellung der IZI-Studie, in der dies nicht so behauptet wurde, fand nicht statt. Daran mag auch die Pressepolitik des IZI eine Mitschuld tragen, denn aufgrund der populistischen These war dem Institut die öffentliche Aufmerksamkeit sicher. Der wissenschaftlichen Reputation des Instituts hat die tendenziöse Berichterstattung wohl eher geschadet. Die Dynamik der medialen Aufmerksamkeit für das Thema folgt den Mustern von moralischen Paniken, die auf das moralische Empörungspotenzial des Publikums zielen (vgl. Mikos 2005; Sternheimer 2015; Thompson 1998). Die Empörung wurde durch die Äußerungen des Psychiaters geschürt und auf die Spitze getrieben. Dass dies alles mit *GNTM* als Unterhaltungsshow und deren Form und Inhalt nichts zu tun hatte, spielte dabei keine Rolle. Die Diskussion hatte sich bereits verselbstständigt. Dem Muster moralischer Paniken folgend, traten dann auch Institutionen auf, in diesem Fall der Verein Pinkstinks, um ein Vorgehen gegen *GNTM* zu fordern. Immerhin hat dies eine Überprüfung des Formats durch die KJM nach sich gezogen.

Fest steht: *Germany's Next Topmodel* ist eine Fernsehshow, die zur Unterhaltung dient und symbolisches Material bereitstellt, mit dem junge Zuschauerinnen ihre Identität aushandeln. In der Rezeption wird die Sen-

dung in Bezug zu den Alltagserfahrungen der jungen Nutzerinnen gesetzt – was im Fall von essgestörten jungen Mädchen problematisch sein kann. Weder propagiert die Sendung Magersucht, noch löst sie die Krankheit aus. Fest steht auch: Journalisten können anscheinend die Auswirkungen von Medien nur im Rahmen ihrer eigenen Allmachtsphantasien deuten, denn es liegt ihnen fern, anzunehmen, dass die Menschen mit den Medien machen, was sie wollen. Außerdem steht fest: Es ist wieder einmal eine mediale Sau durchs Dorf getrieben worden. Dieses Mal hieß sie *GNTM*. Das nächste Mal trifft es ein anderes Format. Schließlich steht fest: Studien, auch die des IZI, sind komplexer, als es die mediale Berichterstattung wahrhaben will.

Literatur:

Duden:

Das Fremdwörterbuch. Mannheim/Zürich 2010¹⁰

Götz, M./Mendel, C./Malewski, S.:

„Dafür muss ich nur noch abnehmen“. Die Rolle von „Germany's Next Topmodel“ und anderen Fernsehsendungen bei psychosomatischen Essstörungen. In: *TelevIZion*, 1/2015/28, S. 61–67

Lünenborg, M./Töpfer, C.:

Skandalisierung in Castingshows und Coachingsendungen. In: D. Hajok/O. Selg/A. Hackenberg (Hrsg.): *Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen*. Konstanz 2012, S. 179–192

Mikos, L.:

Aufmerksamkeitsrituale. Struktur und Funktion der Skandalisierung medialer Gewaltdarstellungen. In: C. Gerhards/S. Borg/B. Lambert (Hrsg.): *TV-Skandale*. Konstanz 2005, S. 263–277

SDBB (Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung):

Berufe und Ausbildungen. Beruf. Model. Abrufbar unter: www.berufsberatung.ch (letzter Zugriff: 28.06.2015)

Stehling, M.:

Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Eine Studie am Beispiel des Topmodel-Formats. Wiesbaden 2015

Sternheimer, K.:

Pop Culture Panics. How Moral Crusaders Construct Meanings of Deviance and Delinquency. New York/London 2015

Thomas, T.:

Showtime für das „unternehmerische Selbst“ – Reflexionen über Reality-TV als Vergesellschaftungsmodus. In: L. Mikos/D. Hoffmann/R. Winter (Hrsg.): *Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. Weinheim/München 2009², S. 51–65

Thomas, T./Stehling, M.:

„Germany's Next Topmodel“ – Dilemmata und Ambivalenzen aus Sicht von Zuschauerinnen. In: D. Hajok/O. Selg/A. Hackenberg (Hrsg.): *Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen*. Konstanz 2012, S. 161–177

Thompson, K.:

Moral Panics. London/New York 1998

Wegener, C./Rihl, A.:

Casting als Karrierestart? Motive von Teilnehmerinnen populärer TV-Formate. In: E. Prommer/M. Schuegraf/C. Wegener (Hrsg.): *Gender – Medien – Screens. (De)Konstruktionen aus wissenschaftlicher und künstlerischer Perspektive*. Konstanz/München 2015, S. 199–219

»Studien, auch die des IZI, sind komplexer, als es die mediale Berichterstattung wahrhaben will.«



Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF.

Tilman P. Gangloff

Deutsche Animation steht für hohe Qualität, aber zumindest aus Sicht der Fernsehsender auch vor allem für Einzelstücke. Deshalb profitieren die hiesigen Produzenten zwar vom Animationsboom im Kino, aber im Fernsehen laufen überwiegend Importserien. Nun fürchtet die Branche um ihre Talente.

Am Scheideweg

Die deutsche Animationsbranche muss sich dem globalen Wettbewerb stellen

Kinder lieben Zeichentrick; deshalb reiht sich bei sämtlichen Kindersendern eine Animationsserie an die andere. Auch im Kino erfreut sich das Genre seit vielen Jahren einer immer noch wachsenden Beliebtheit. Davon profitieren auch deutsche Produktionen; zuletzt haben sowohl *Die Biene Maja* (produziert von Studio 100) als auch *Der kleine Drache Kokosnuss* (Caligari Film) jeweils über 900.000 Zuschauer im deutschsprachigen Raum ins Kino gelockt. Für Euphorie besteht laut Tania Reichert-Facilides, Geschäftsführerin des Unternehmens Freebird Pictures, dennoch keinerlei Anlass: Der Anteil von Kinder- und Familienfilmen an den deutschen Kinokassen liegt ihren Angaben zufolge zwar mittlerweile bei rund 25 %, „aber dieses Wachstum ist vor allem den internationalen Produktionen zu verdanken.“ Weil die großen Hollywood-Studios natürlich ein ganz anderes Budget hätten, seien die Er-

wartungen der Zuschauer an die Produktionsstandards im Lauf der Zeit immer höher geworden; daher werde es „immer schwerer, mit einem ausschließlich mit deutschem Geld finanzierten Animationsfilm Erfolg zu haben.“ Dass deutsche Produktionen im Hinblick auf den Weltmarkt weniger wettbewerbsfähig seien, liege allerdings oft auch „an den meist nationalen Kinderbuchmarken, auf denen viele basieren. Sie müssen ihre Umsätze deshalb überwiegend im deutschsprachigen Raum machen.“

Das Fernsehen scheidet als Hoffnungsträger der hiesigen Branche ohnehin aus, deutsche Kinder- und Jugendproduktionen fristen bei den Kindersendern ein Schattendasein: Das Gros der Animationsserien ist importiert. Die Sender beteiligen sich sogar als Koproduzenten an ausländischen Produktionen. Das ist oft finanziell attraktiver, als selbst eine Serie in

Auftrag zu geben, da auf diese Weise mit geringeren Mitteln umfangreichere Rechte erworben werden können, als sie ein deutscher Produzent einräumen würde. Die Mitbewerber der einheimischen Produzenten kommen allerdings nicht nur aus dem europäischen Raum, wie Gabriele M. Walther, Geschäftsführerin von Caligari Film, erläutert: „Indische Studios z. B. schließen mittlerweile direkte Kooperationen mit den Sendern ab. Finanziell können deutsche Produzenten da nicht mithalten, weil in Indien die Lohnkosten niedriger sind. In einigen Jahren kommt dann auch noch der chinesische Markt dazu.“ Die Produzentin fordert angesichts dieses globalen Wettbewerbs auch im Hinblick auf die mediale Erziehung des Nachwuchses zu einer „klaren Haltung“ auf: Wenn nicht dafür gesorgt werde, „dass ein bestimmter Anteil des Kinderprogramms von deutschen oder zumindest von deutsch pro-



duzierten Geschichten geprägt ist, dann werden wir uns irgendwann sehr schwer tun, dieses kleine Pflänzchen der hiesigen Animationsindustrie überhaupt am Leben zu erhalten.“

Mehr Transparenz gefordert

Seit Jahren wünschen sich die Produzenten zudem mehr Transparenz von ARD und ZDF. Diese Forderung war auch Teil eines Manifests, das die Arbeitsgemeinschaft Animationsfilm 2013 im Rahmen des Stuttgarter Trickfilmfestivals veröffentlicht hat. Seit zwei Jahren sind die Sender verpflichtet, Einblick in die Produzentenberichte zu gewähren. Dies geschehe jedoch nach wie vor „nicht in der wünschenswerten detaillierten Form“, kritisiert Annegret Richter, Gründungsmitglied der AG und Leiterin des Animationsbereichs bei DOK Leipzig: Einzelne Auftrags- oder Koproduktionen seien nicht nachvollziehbar. Auch die Gesamtsituation der deutschen Animationsfilmbranche habe sich in den letzten zwei Jahren nicht verbessert: „Für die meisten Freelancer und Produzenten sind die Arbeitsbedingungen noch schwieriger geworden.“ Die Schließung der animation-school-hamburg betrachtet sie als „brandaktuelles Symptom dieses Zustandes“.

Auch Heiko Burkardsmaier, Geschäftsführer von Mackevision, hält die aktuelle Situation für „extrem schwer“. Die Bezeichnung „ausichtslos“ sei vielleicht übertrieben, aber nicht sehr: „Es gibt vor allem strukturelle Schwierigkeiten, die im Moment unüberwindbar scheinen.“ Größtes Manko ist nach Ansicht vieler Produzenten die Tatsache, dass deutsche Unternehmen nicht ohne einen einheimischen Koproduzenten mit einem ausländischen Sender kooperieren können. Umgekehrt geht das sehr wohl – und das, meint nicht nur Burkardsmaier, müsste geändert werden: „Wenn ein ausländischer Produzent für einen deutschen Sender produziert, sollte auch ein deutsches Unternehmen beteiligt sein. Die Alternative wäre die Einführung einer Quotenregelung: Ein bestimmter Anteil der Animation muss aus Deutschland stammen.“ Den Sendern macht er dabei gar keinen Vorwurf: „Die suchen natürlich nach der günstigsten Lösung.“ Deshalb gibt es von den kommerziellen Kanälen auch keine Aufträge; für SUPER RTL oder die hiesigen Ableger von Nickelodeon und Disney ist eigenproduzierte Animation aus Deutschland schlicht zu teuer. Umso mehr wäre die Branche

darauf angewiesen, dass sich ARD, ZDF und KiKA zu der einheimischen Animationsproduktion bekennen. Das Problem dabei, sagt Siegmund Grewenig, beim WDR Leiter des Programmbereichs „Unterhaltung, Familie & Kinder“ sowie Geschäftsführer der ARD-Familienkoordination, sei nach wie vor, „dass es grundsätzlich schwierig ist, aus Deutschland heraus internationale Großproduktionen zu finanzieren. Die TV-Beteiligungen aus Deutschland können immer nur einen Teil der Gesamtkosten aufbringen.“ Die schwierige Finanzierungssituation führe außerdem immer wieder zu Verzögerungen bei der Herstellung und Ablieferung; bei einem Projekt warte man jetzt schon zwei Jahre, was die Sendeplanung entsprechend schwierig gestalte. Im internationalen Vergleich gebe es zudem eine völlig andere Produzentenlandschaft. Deutsche Anbieter stünden, Manufakturen gleich, für qualitativ hochwertige Einzelstücke; serielle Produktionen mit hohen Folgezahlen müssten daher aus Amerika oder Asien importiert werden.

Das ZDF ist rühriger

Das ZDF ist nach Produzentenangaben in Sachen Animation deutlich rühriger als die ARD. Tatsächlich bestätigt Irene Wellershoff, in der ZDF-Hauptredaktion „Kinder und Jugend“ verantwortlich für den Bereich „Fiktion“, dass Animationsfilme und -serien aus Deutschland ihr ein großes Anliegen seien: „Weil wir auch ‚unsere‘ Geschichten erzählen und den Kindern deutsche Kinderkultur vermitteln wollen.“ Bei den Kinoerfolgen *Die Biene Maja* und *Der kleine Drache Kokosnuss* war das ZDF Koproduzent. Das Engagement hat aber auch ganz pragmatische Gründe, denn deutsche Animation ist im ZDF außerordentlich erfolgreich. Nicht zu vergessen die vielen Auszeichnungen: Allein der Kurzfilm *Der Kleine und das Biest* (Studio Soi) hat über 30 nationale und internationale Preise gewonnen. Wellershoff schätzt die Zusammenarbeit mit den deutschen Produzenten auch aus anderen Gründen: „Weil man sich oft intensiver, schneller und präziser über Stil und Inhalte abstimmen kann als bei einer internationalen Koproduktion mit vielen Partnern.“ Die Redaktionsleiterin sieht ihren Sender zudem in der Verantwortung, hiesige Autoren, Animationstalente und Firmen zu beschäftigen.

Gerade an Talenten herrscht wahrlich kein Mangel. Das ist einerseits zwar schön, andererseits aus Sicht der Produzenten ein weiterer Anlass zur Sorge. Gerade dank des Animationsinstituts in Ludwigsburg hält Burkardsmaier die deutsche Ausbildung für „Weltspitze“. Im Bereich „Visuelle Effekte“ ist deutsches Know-how weltweit gefragt. Davon profitieren rund ein Dutzend Unternehmen, die über 50 Mitarbeiter haben. Das große Problem, laut Burkardsmaier: „In einigen Ländern gibt es massive Steuervergünstigungen, was natürlich zu einer großen Verzerrung des Wettbewerbs führt. Das hat zur Folge, dass unsere gut ausgebildeten Leute nach England oder Kanada abwandern, wo die Unternehmen z. T. über 1.000 Mitarbeiter beschäftigen.“ Viele Animationsproduzenten machen einen Großteil ihres Umsatzes mittlerweile mit Visuellen Effekten (VFX), deren Anteil bei deutschen Produktionen aus Kostengründen aber überschaubar ist; die Firmen müssen also für den internationalen Markt arbeiten, um zu überleben. Gerade die Möglichkeit internationaler Kooperationen stimmt Tania Reichert-Facilides jedoch zuversichtlich: „Der europäische Markt bietet für deutsche Produzenten eine Chance für Finanzierung, und auch der Blick auf entstehende Fördersysteme unserer Nachbarn ist interessant: da tut sich was in einigen Ländern.“

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



Gabriele M. Walther ist Geschäftsführerin der Caligari Film- und Fernsehproduktions GmbH (*Der kleine Drache Kokosnuss, Ritter Rost*) und Mitglied des Gesamtvorstandes bei der Produzentenallianz. Die Produzentin fordert mehr Sendeplätze für Animation bei ARD und ZDF.

„Ohne Quote wird sich wenig ändern!“

Die Produzentenallianz hat vor vier Jahren auf Basis einer Studie bemängelt, deutsche TV-Sender würden viel zu wenig für die Animation tun. Hat sich seither etwas verändert?

Nein, im Gegenteil. Ich möchte die Kinderfernseheredaktionen aber ausdrücklich in Schutz nehmen, die sind sehr engagiert, die Zusammenarbeit ist ausgezeichnet. Es handelt sich vielmehr um eine Misere der gesamten Programmausrichtung. Aus unserer Sicht stellen sich deshalb einige grundsätzliche Fragen: Wie viel Geld sind die Kinder dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen wert? Wie hoch ist der Anteil deutscher Produktionen? Wie stark spiegelt sich die hervorragende Kinder- und Jugendbuchkultur im Fernsehen? Tatsache ist: Es gibt nach wie vor zu wenig deutsche Animationsproduktionen im Programm. Die Sender haben ja auch einen kulturellen Auftrag, ganz abgesehen davon, dass man solche Produktionen wunderbar exportieren kann, viel leichter jedenfalls als Live-Action. Alle reden vom digitalen Aufbruch. Davon müsste die Animationsbranche als rein digital arbeitende Industrie eigentlich profitieren, aber das tut sie nicht.

Wie hat sich seit der Studie die Zahl der Sendeplätze entwickelt?

Es sind jedenfalls nicht mehr geworden. Dabei würde es der Wahrnehmung der Hauptprogramme guttun, wenn dort in der Frühschiene weiterhin Kinderprogramm gezeigt wird. ARD und ZDF haben aus unserer Sicht die Pflicht, mehr für die Kinder zu tun, zumal die meisten Dritten Programme keine Kinderschiene mehr haben. Ich finde es sehr wichtig, öffentlich-rechtliches Kinderfernsehen nicht ausschließlich an den Kinderkanal zu delegieren. Das ZDF engagiert sich für die Animation übrigens viel stärker als die ARD – und zwar sowohl bei Serien wie auch bei der Koproduktion von Kinofilmen.



Wie erklären Sie sich das?

Das ist sicher auch eine Strukturfrage; für eine Animationsproduktion müssten sich ja verschiedene ARD-Sender zusammenschließen. Über allem steht jedoch die Frage, ob Animation überhaupt noch gewünscht wird. Der Bayerische Rundfunk macht keine Animation, der NDR auch nicht, der WDR immerhin punktuell für Die Sendung mit der Maus. Es gibt auch die Tendenz, am Sonntagmorgen in der ARD lieber Live-Action-Serien zu zeigen, weil die eine breitere Zuschauerschicht ansprechen.

Wie sieht es bei kommerziellen Sendern aus?

Animation macht zwar bei allen einen hohen Bestandteil des Programms aus, aber diese Serien sind ausschließlich Importware. Uns bleiben also nur die öffentlich-rechtlichen Sender. Deshalb wäre es ja auch so wichtig, gerade bei der ARD mehr Einblick zu bekommen: in die Entscheidungswege, in die Budgetlage, in die Ausrichtung.

Laut damaliger Studie stammten nicht einmal 10 % des Animationsangebots bei ARD, ZDF und KiKA aus deutscher Herstellung. Das hat sich vermutlich nicht gebessert?

Nein, das hat sich nicht wesentlich geändert. Umso dringender ist es erforderlich, dass die Sender bei den gerade im Animationsbereich sehr zahlreichen ausländischen Koproduktionen darauf achten, dass bei diesen Koproduktionen deutsche Produzenten miteingebunden werden.

Braucht das deutsche Fernsehen eine Animationsquote?

In Frankreich gibt es sie, der englische Produzentenverband will sie ebenfalls, und ich glaube, dass sie auch bei uns nötig ist. Ich finde es unerlässlich, dass sich unsere großartige Kinder- und Jugendbuchkultur in der medialen Bildung widerspiegelt. Außerdem sollten die Gebührengelder für alle gelten. Wir rechnen derzeit aus, wie hoch der prozentuale Anteil der Ausgaben für Kinderfernsehen an den Gebühreneinnahmen ist. Ich bin sicher: Das ist weitaus weniger, als viele glauben. Dabei wäre es sehr wichtig, gerade auch die Kinder an das öffentlich-rechtliche Fernsehen zu binden. Ohne Quote wird sich jedoch wenig verändern. Und wenn wir nicht beizeiten etwas dagegen unternehmen, werden diese Kinder dem Fernsehen verloren gehen. Deshalb finde ich es wichtig, deutsche kulturelle Identität im Programm zu bewahren und auszubauen.

Welche Folgen fürchten Sie für Ihre Branche, wenn sich nichts ändert?

Wir haben eine Menge Talent, und das wird uns natürlich verloren gehen, wenn wir den jungen Leuten keine Perspektive anbieten können. Schon jetzt wandern viele Talente ab. So schön das für den Einzelnen ist, wenn er ein Angebot von Dream Works bekommt: Für den deutschen Markt ist dieser Verlust außerordentlich schade. Es wird viel Geld in ein Ausbildungssegment investiert, das in Zukunft immer wichtiger wird, weil die Bereiche Animation, Gaming und Content-Produktion für digitale Medien immer enger zusammenwachsen. Dann sollten wir auch dafür sorgen, dass die Absolventen in Deutschland beschäftigt werden können.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.



Sonja Hartl

Wie können Filme von einem Völkermord erzählen? In den letzten Jahren haben Spiel- und insbesondere Dokumentarfilme durch veränderte Erzählperspektiven das Augenmerk auf die Folgen und Wirkungsweisen eines Genozids gelenkt und dadurch zugleich die Bedeutung von Narrativen für die Wahrnehmung von Vergangenheit und Gegenwart erkennen lassen.

Über das Unzeigbare

Aktuelle Spiel- und Dokumentarfilme suchen neue Wege, vom Genozid zu erzählen

Bei den Filmfestspielen in Cannes lief in diesem Jahr der Film *Son of Saul*, in dem ein Mann auf der Suche nach der Leiche seines Sohnes ist, damit er sie ordentlich beerdigen kann. Eine Geschichte, die tragisch wäre, je nach zu überwindenden Hindernissen und Stil eine schwarze Komödie, ein Drama oder ein Thriller. Doch der Mann ist ein ungarischer Gefangener in Auschwitz, sein Sohn ist in der Gaskammer ums Leben gekommen. Dadurch wird der Film mit psychologischen, ethischen und philosophischen Fragen aufgeladen und ist nicht einfach ein Drama oder ein Thriller. Sofort setzten nach den Screenings die Diskussionen ein, ob es einen „Holocaust-Thriller“ überhaupt geben dürfe – und wie Filme einen Genozid zeigen können.

Diese Fragen werden immer wieder aufgeworfen, da an Filme, die von einem Genozid erzählen, besondere Anforderungen gestellt werden. Sie sollen informieren, erinnern und ein Bewusstsein prägen, zugleich müssen sie Gewalt ästhetisch übersetzen, ohne sie zu verherrlichen, zu überziehen oder zu beschönigen. In den letzten Jahren haben Fatih Akin mit *The Cut*, Stefan Ruzowiczky mit *Das radikal Böse* sowie Joshua Oppenheimer mit *The Act of Killing* und *The Look of Silence* auf höchst unterschiedlichen Wegen versucht, von dem Genozid im Osmanischen Reich, in Osteuropa während des Zweiten Weltkrieges und in Indonesien zu erzählen.

Die Heldenreise – fiktionale Filme

The Killing Fields, *Schindlers Liste*, *Hotel Ruanda*, *Son of Saul* und *The Cut* verbindet bei allen thematischen, zeitlichen und stilistischen Unterschieden, dass sie das Schicksal eines Einzelnen in den Mittelpunkt stellen – bei *Son of Saul* sogar zugespitzt durch eine Kamera, die stets sehr eng beim Protagonisten bleibt, sodass meist nur zu sehen ist, was er sieht. Mitunter sind die Protagonisten nicht immer eindeutige Gutmenschen, oftmals ist ihr Handeln begrenzt, jedoch sind sie in der Regel Opfer der Verfolgung und ihr Schicksal steht exemplarisch für das Leid der verfolgten Gruppen. In *The Cut* ist es der aufrechte armenische Schmied Nazaret, der drangsaliert, als Zwangsarbeiter missbraucht und fast ermordet wird, aber dann durch die Barmherzigkeit Einzelner verschont bleibt. Mit ihm sieht der Zuschauer die Grausamkeiten, die in fast postapokalyptischen Bildern eingefangen werden. Dass Akins Held verstummt, ist daher tatsächlich begründet – beim Versuch, ihm die Kehle durchzuschneiden, wurden seine Stimmbänder verletzt –, aber auch eine Reaktion auf das Gesehene und Erlebte.

Doch *The Cut* erzählt nicht nur von dem Völkermord an den Armeniern, sondern soll eine Parabel auf Flucht, Vertreibung und Migration sein. Diese Überhöhung spiegelt sich in den weiten, ästhetisierten Bildern wider, durch die die Geschichte die Tragik und Unerträglichkeit verliert, die ihr eigentlich innewohnt. Zudem wird dadurch die für fiktionale Filme über den Genozid wichtige Empathie mit dem Helden erschwert. Deshalb trägt bei *The Cut* zur Erinnerungs- und Aufarbeitungsleistung letztlich ein externer Faktor weitaus mehr bei, der bei „Genozid-Filmen“ oftmals thematisiert wird: die Biografie des Filmemachers. Als *The Cut* 2014 bei den Filmfestspielen in Venedig gezeigt wurde, kam kaum ein Bericht ohne den Hinweis aus, dass ein Regisseur mit deutsch-türkischen Wurzeln einen Film über den Völkermord an den Armeniern dreht.

Von Tätern und Opfern – neue Wege im Dokumentarfilm

Stellen fiktionale Filme zumeist ein Opfer in den Mittelpunkt, gibt es im Dokumentarfilm zunehmend Ansätze, mit denen die Täter und ihre Handlungen erforscht werden sollen. In *Das radikal Böse* montiert Stefan Ruzowitzky Originalquellen, Experteninterviews und inszenierte Szenen zu einem „Essayfilm“, um den Taten von Wehrmachtssoldaten nachzuspüren, die ab 1941 in Osteuropa rund zwei Mio. jüdische Zivilisten systematisch ermordet haben. Dabei steht in seinem Film die Frage im Mittelpunkt, wie diese jungen Männer zu Massenmördern werden konnten – eine Frage, die seiner Meinung nach im Dokumentarfilm verhandelt werden sollte: „Ich wollte nicht den Zuseher dazu bringen, sich mit den Tätern

The Cut



Das radikal Böse

The Act of Killing



The Look of Silence

identifizieren zu müssen“, sagt Stefan Ruzowitzky im Gespräch. Also geht er den Ereignissen nach, indem er Schauspieler Auszüge aus Briefen, Tagebüchern und Dokumenten vorlesen und Komparsen Szenen nachstellen lässt. „Die Gesichter sollten möglichst neutral, wie weiße Leinwand sein, auf die der Zuseher alles projizieren kann“. Verfremdungseffekte wie Split Screen und Bild-Ton-Differenzen kommen hinzu. „Ich finde es ehrlicher, stets darauf hinzuweisen, dass auch dieser Dokumentarfilm ‚gemacht‘ und damit ‚subjektiv‘ ist, anstatt eine nicht mögliche absolute Objektivität vorzugaukeln“, so Ruzowitzky. Darüber hinaus sollen Interviews mit Experten dem Zuschauer beim Verstehen helfen. „Das Thema ist zu komplex und in vielerlei Hinsicht zu überwältigend, um den Zuseher damit alleine zu lassen, zu sagen: Dies sind die Fakten bzw. grauenhaften Statements der Täter – jetzt mach dir selbst einen Reim darauf.“

Damit wählt Ruzowitzky einen Weg neben den historisch-rekonstruierten Dokumentarfilmen, die möglichst viele Fakten vermitteln wollen, und dem moralisch-reisenden Ansatz insbesondere von Claude Lanzmann. Bewusst verzichtet er weitgehend auf Zeitzeugeninterviews: „Es gibt praktisch keine Zeitzeugen mehr. Wir werden uns daran gewöhnen müssen, dass wir für den Zweiten Weltkrieg bzw. Holocaust andere Darstellungsformen finden müssen“, erklärt Ruzowitzky. Abgesehen davon wird bei Zeitzeugeninterviews oft vernachlässigt, dass zwischen den Ereignissen und Erzählungen Jahre, Jahrzehnte liegen, sodass sich eigene Erinnerungen mit Erzählungen und anderen Bildern überlagern. Deshalb suggerieren sie eine Authentizität, die sie letztlich nicht haben.

Korrigierte Narrative – Joshua Oppenheimers filmische Methode

Das radikal Böse stellt Täter in den Mittelpunkt, um deren Taten zu verstehen, und liefert durch die Montage mit Experteninterviews einen Deutungsrahmen mit. Einen anderen, neuen Weg wählte Joshua Oppenheimer in seinem Film *The Act of Killing*, in dem Mitglieder der Todeschwadronen, die 1965/66 auf Geheiß des Militärs vermeintliche Kommunisten, Indonesier chinesischer Herkunft sowie Intellektuelle töteten, ihre Taten in genrebasierten Filmsequenzen nachinszenierten. Ausgangspunkt war für Oppenheimer zum einen die Frage, wie Menschen einander das antun können: „Genozid ist ein kollektives politisches Verhalten und die Opfer des Genozids sind tot, sie wurden ermordet, sie existieren nur als Geister. Man kann verstehen, wie man einen Genozid überlebt, indem man zu den Überlebenden spricht, aber wenn wir verstehen wollen, warum Menschen sich das einander antun, wie sie in ihrer Menschlichkeit damit leben, wenn wir verstehen wollen, wie es möglich ist, Menschen auszunutzen, die man entmenschlicht und

verurteilt hat, müssen wir die Menschen verstehen, die das getan haben.“ Zum anderen findet er in Indonesien eine Gesellschaft vor, in der sich die Täter für ihre Taten nicht schämen oder verstecken. Als er sich den Mitgliedern der Todesschwadronen näherte, haben sie „sofort detailliert über die Ermordungen geredet und sie sogar hochgespielt. Dadurch sind weitere Fragen entstanden: Vor wem geben sie damit an? Warum machen sie es? Wie wollen sie gesehen werden?“ Zwei Jahre lang filmte Oppenheimer die Täter, „beim ungefähr zehnten Täter habe ich ihnen sehr offen gesagt, dass sie Teil einer der größten Völkermorde der Geschichte der Menschheit waren, ihre gesamte Gesellschaft, ihr Leben darauf aufgebaut ist. Ihr wollt mir zeigen, was damals passiert ist? Also zeigt es mir – wie auch immer, zeigt mir, wie ihr gesehen werden wollt.“ Dadurch entstand ein Prozess vor allem mit Anwar Congo, dessen Ergebnis Filmsequenzen sind, in denen er sich u.a. als Gangster inszeniert und seine Taten Teil dieser fiktiven Situation werden lässt.

In *The Act of Killing* widmet sich Oppenheimer dem Innenleben der Täter, um eine Gesellschaft zu erforschen. „Manchmal sagen die Leute, in meinen Filmen würde ich die Ereignisse nachstellen lassen. Es gibt kein Nachstellen (Reenactment) in meinem Film, es gibt Dramatisierungen. Die Täter spielen die Lügen und Phantasien, die ihnen erlauben, ihre Taten zu rechtfertigen, damit sie mit ihnen leben können. Es ist eine wichtige Unterscheidung: Reenactment nutzen wir, um eine Vergangenheit nachzustellen, zu der wir keinen Zugang mehr haben. Dramatisierung ist über die Geschichten und Lügen, die in der Gegenwart erzählt werden.“ Deshalb ist in dem Film zu sehen, wie die Täter ihre Taten sehen wollen. „Meine Filme sind über den Moment, in dem sie gefilmt sind – und das ist es. Wenn sie über die Vergangenheit sind, dann in dem Sinne, wie der Moment von der Vergangenheit heimgesucht wird und wie die Vergangenheit in dem Moment immer präsent ist.“

Die Kraft der Opfer

Mit *The Act of Killing* schuf Oppenheimer eine neue filmische Methode, um von Tätern, ihren Taten und einer Gesellschaft zu erzählen, die bis heute von den Folgen des Genozids bestimmt wird. Die Täter von damals sind nicht nur straffrei geblieben, sie sind einflussreich, wohlhabend und leben inmitten der Menschen, deren Familienangehörigen sie ermordet haben. Mit *The Look of Silence* komplettiert Oppenheimer nun seine Erzählung, indem er Adi in den Mittelpunkt stellt, dessen Bruder Ramli von zwei Nachbarn im Zuge der „Säuberung“ mit einer Machete misshandelt und schließlich zum Sterben in einen Fluss geworfen wurde. Oppenheimer montiert seine Filmaufnahmen, auf denen die Täter mit dieser Tat prahlen, mit Sequenzen, in denen Adi das Material sieht, Bildern von Adis Familie und Aufnahmen von Gesprä-

chen, in denen Adi die Täter letztlich damit konfrontiert, dass sie seinen Bruder getötet haben. „Adi studierte mein Material, reagierte darauf mit einer Mischung aus Trauer, Neugier, Wut und dem tiefen Verlangen zu verstehen. Als Reaktion darauf schlug er vor, dass er sich den Tätern nähert. Er hat mein Material als Ausgangspunkt genommen.“ Dabei hofft Adi, dass er auf diesem Weg Frieden und Versöhnung findet. „Er sagte, er wolle nicht, dass seine Kinder dieses Gefängnis aus Angst von seinen Eltern und ihm erben. Und wenn man berücksichtigt, wie gefährlich es ist, sich den Tätern zu nähern, solange sie weiterhin Macht haben, ist es ein Zeichen der Verzweiflung – und wir können verstehen, warum er so verzweifelt ist, wenn wir sehen, wie die Täter reden“, erzählt Oppenheimer.

The Act of Killing und *The Look of Silence* gehen eine komplementäre und komplexe Beziehung ein: *The Act of Killing* ist ein Film, der „das Regime und die Kultur der Lügen der Täter offenlegt, die das Böse rechtfertigt“, dagegen „fragt *The Look of Silence*, wie es für einen Überlebenden ist, darin zu leben. Was macht es heute mit den Menschen, 50 Jahre lang in Schweigen und Angst leben zu müssen?“ Die Filme sind zudem formal verbunden: „Jede Sequenz in dem Director's Cut von *The Act of Killing* endet mit einem prompten Schnitt ins Schweigen“, erklärt Oppenheimer. Dagegen soll *The Look of Silence* „die Erfahrung vermitteln, in dieses Schweigen innerhalb von *The Act of Killing* versunken zu sein.“ Deshalb gibt es dort auch keine harten Schnitte, sondern weiche Übergänge, während diese in *The Act of Killing* fehlen. Zusammen ergeben die Filme ein großes, umfassendes und beeindruckendes Bild der indonesischen Gesellschaft.

Darüber hinaus hat *The Act of Killing* auch direkte Folgen: „Der Film macht es unmöglich, dass die Indonesier weiterhin die Lügen glauben, die den Genozid rechtfertigen sollen. Er macht es unmöglich, dass die Indonesier in diesem Zustand der kognitiven Dissonanz weiterleben, in dem sie auf einer Seite wissen, dass die Propaganda Lügen sind, aber auf der anderen Seite dieses Wissen vergessen und der Propaganda glauben können.“ Dadurch wird auf eine wichtige Funktion von Filmen verwiesen: Sie liefern historische Narrative, das zeigen schon Propagandafilme oder der Einfluss, den Filme wie *Zero Dark Thirty* auf die kollektive Vorstellung von der Ergreifung Osama bin Ladens haben. Filme aber sind gleichermaßen der Vergangenheit wie Gegenwart unterworfen und leisten eine wechselseitige Kontextualisierung, durch die sie die Wahrnehmung der Zuschauer prägen. Deshalb können Filme auch in die Geschichte eingreifen, sie können alte Narrative widerlegen und neue erschaffen, sie können den Boden bereiten für neue Ansätze. Und dafür ist es wichtig, sich immer wieder mit der Frage auseinanderzusetzen, wie das Unzeigbare gezeigt werden kann.

Sonja Hartl schreibt als freie Journalistin über Film, Fernsehen und Literatur.



Literatur

Aliénor Didier:

Fernsehformat-Adaption interkulturell. Theorieansätze und empirische Untersuchungen, am Beispiel des R.I.S.-Formats, dem ‚europäischen CSI‘, in Italien, Frankreich und Deutschland 114

Miriam Stehling:

Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Eine Studie am Beispiel des Topmodel-Formats

Susanne Eichner/Elizabeth Prommer (Hrsg.):

Fernsehen: Europäische Perspektiven. Festschrift Prof. Dr. Lothar Mikos 116

Jonas Nesselhauf/Markus Schleich (Hrsg.):

Quality-TV. Die narrative Spielwiese des 21. Jahrhunderts 117

Kurzbesprechungen 118

Christoph Schubert (Hrsg.):

Kommunikation und Humor. Multidisziplinäre Perspektiven 119

Brigitte Gasser:

Freunde und Medienfiguren verstehen. Zur Empathie bei Kindern in realen und fiktionalen Welten 120

Andreas Hepp/Matthias Berg/Cindy Roitsch:

Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen 121

Matthias Rath:

Ethik der mediatisierten Welt. Grundlagen und Perspektiven

Rudolf Kammerl/Alexander Unger/Petra Grell/

Theo Hug (Hrsg.): **Jahrbuch Medienpädagogik 11.** 122

Diskursive und produktive Praktiken in der digitalen Kultur

Heiko Christians/Matthias Bickenbach/Nikolaus

Wegmann (Hrsg.): **Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs** 123

Serjoscha Wiemer:

Das geöffnete Intervall. Medientheorie und Ästhetik des Videospiele 124

Formatadaptionen

Formate werden im globalen Medienmarkt weltweit gehandelt. In erster Linie spielen dabei nonfiktionale Sendungen wie Reality-, Casting- oder Quizshows eine Rolle. Aber zunehmend werden auch fiktionale Sendungen wie Fernsehserien und Telenovelas international gehandelt. Die nonfiktionalen Formate haben einen festen Rahmen, der überall gleich ist, lediglich Kandidaten, Moderatoren, Spiele und Quizfragen sind in der Adaption den lokalen Bedingungen angepasst. Bei Telenovelas und Fernsehserien ist der Prozess der Adaption weitaus komplexer, werden doch hier die Drehbücher einer Originalserie auf die lokalen Verhältnisse hin umgeschrieben, wobei zentrale Handlungslinien und die Funktion der meisten Charaktere in der Regel gleich bleiben. Die Forschung zu diesem Thema, vor allem aus vergleichender Perspektive, hat in den letzten Jahren enorm zugenommen. Nun sind in Deutschland zwei Dissertationen erschienen, die sich ausführlich diesem Phänomen widmen und, um es vorwegzunehmen, Standards für weitere Forschungen setzen. Die Kulturwissenschaftlerin Aliénor Didier hat sich dem schwierigeren Thema der Adaption einer Fernsehserie gewidmet, während die Kommunikationswissenschaftlerin Miriam Stehling sich mit der Adaption und der Aneignung des *Topmodel*-Formats in den USA und in Deutschland beschäftigt hat. Die Arbeit von Didier besteht eigentlich aus zwei Teilen. Im ersten Teil setzt sie sich sehr ausführlich mit den bisherigen Erkenntnissen zum internationalen Formathandel und zu Adaptionen auseinander. Dabei geht sie auf die ökonomischen

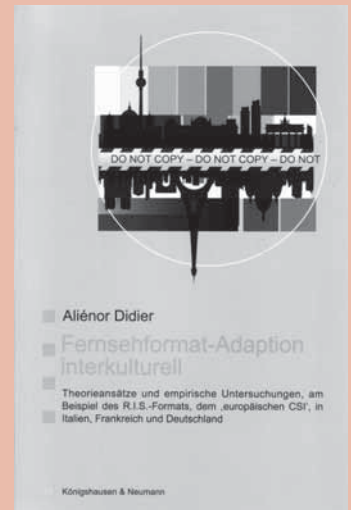
und rechtlichen Aspekte des Formathandels ein, wenn sie sich mit legalen Adaptionen und der Grauzone der illegalen Adaptionen befasst. Illegale Adaptionen zahlen sich nicht unbedingt aus: „In Abhängigkeit des rechtlichen Schutzes, den Formate in einem Land genießen, kann die Produktion von Fernsehprogrammen auf Basis eines nicht lizenzierten Formats die ausstrahlenden Sender unterschiedlich teuer zu stehen kommen“ (S. 75). Für den Transfer von Formaten ist es wichtig, die kulturellen Hürden zu kennen, die der Verbreitung möglicherweise im Wege stehen. Die Autorin diskutiert Konzepte – wie das der kulturellen Nähe, das davon ausgeht, dass das Publikum in der Regel Produktionen aus dem eigenen Land bevorzugt. Daher werden internationale Formate lizenziert und in der Adaption dem lokalen Markt angepasst. Die Formen der Lokalisierung beziehen sich auf die Sprache, einen lokalen oder regionalen Handlungsrahmen, die häusliche und berufliche Umgebung, die lokale oder regionale Wirtschaft, kulturelle Artefakte, lokale Berühmtheiten, lokale Geschichte, kulturelle Praktiken und die Ausgestaltung sozialer Rollen (vgl. S. 160 ff.). Zudem geht Didier auf die kulturspezifischen Gestaltungselemente ein wie Erzählstruktur, Rhythmus, textliche Offenheit und textliche Geschlossenheit, thematische Schwerpunkte und Arten der Thematisierung sowie das Rollen- und Kommunikationsverhalten von Figuren (vgl. S. 189 ff.). Daran anschließend entwickelt die Autorin ein Konzept des interdisziplinären Vergleichs von Adaptionen, das Kulturdimensionen, die einen Einfluss auf das Verhalten von Personen bzw. Figuren in Serien haben,

als Bezugsrahmen verwendet. Der zweite Teil der Arbeit besteht aus einer Fallstudie, in der Didier ihr Konzept des Vergleichs von Adaptionen anwendet. Sie untersucht die deutsche und die französische Adaption der italienischen Serie *R.I.S. – Delitti Imperfetti*. Dabei zeigt sich, dass so ein Vergleich ein sehr komplexes Unterfangen ist. Zwar lassen sich viele Unterschiede und lokale Anpassungen benennen, allein aus der Analyse der Sendungen können jedoch keine Begründungen für die Arten der Inszenierung gewonnen werden. So werden einige Fragen dank des ausgefeilten methodischen Vorgehens der Autorin geklärt, aber dennoch bleiben viele Fragen offen. Letztlich hätte es Interviews mit den Autoren, Produzenten und Regisseuren bedurft, um erklären zu können, warum manche Unterschiede in den lokalen Versionen auftauchen. Die Arbeit von Miriam Stehling setzt sich nicht nur mit der deutschen Adaption des amerikanischen Formats *America's Next Top Model* auseinander, sondern untersucht auch die Aneignung der Sendungen in den beiden untersuchten Ländern, also in Deutschland und den USA. Wie Didier beginnt sie ihre Arbeit mit einem Überblick über den Formathandel, Stehlings theoretische Perspektive ist jedoch eine andere. Zwar geht auch sie auf die Lokalisierung von Formaten ein und stellt fest: „Auf der Ebene der Produktion sind Prozesse der ‚Lokalisierung‘ von Fernsehformaten klar identifizierbar, können allerdings nicht unhinterfragt auf die sog. Kulturellen Begebenheiten oder Eigenschaften eines Kontextes zurückgeführt werden“ (S. 67). Sie benennt damit das zentrale Problem der Arbeit von Didier. Stehling knüpft bei ihrer Analyse

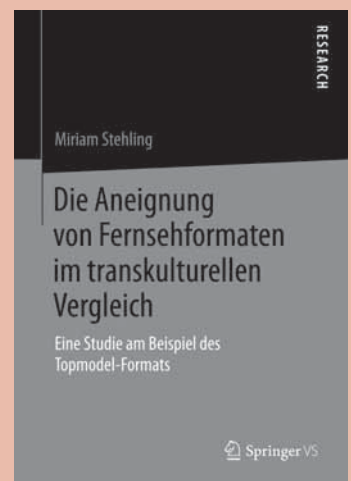
an Erkenntnisse der Gouvernementalitätsforschung und des Postfeminismus an und kommt so zu dem Schluss: „Das Top Model-Format stellt ein transkulturelles Medienangebot dar, das über verschiedene kulturelle Kontexte hinweg (d. h. transkulturell) Modelle für postfeministische (vergeschlechtlichte) und neoliberale Subjektivierung(en) bereitstellt und von Zuschauer_innen in verschiedenen Kontexten angeeignet werden kann“ (S. 101). Im empirischen Teil der Arbeit untersucht sie die Aneignung des Formats in Deutschland und den USA mithilfe von Gruppendiskussionen. Die Autorin findet Unterschiede in der Aneignung, aber vor allem Gemeinsamkeiten, z. B. im Hinblick auf den Umgang mit Autoritäten (die Jury) sowie die Definitionen und den Umgang mit Freundschaft und Konkurrenz: „Resümierend kann festgehalten werden, dass die Zuschauerinnen verschiedene ‚Autoritäten‘ der Jury, des Marktes, der Gruppe, aber auch des Selbst erkennen und erleben, diese aber auch voneinander unterscheiden und diesen in ihren Verhandlungen verschiedene Prioritäten einräumen“ (S. 328). Gemeinsamkeiten gibt es auch in Bezug auf das Genrewissen, auf Wertvorstellungen und Themen. Es zeigt sich, „dass Zuschauerinnen den Medientext vor dem Hintergrund eigener Alltagserfahrungen verhandeln. Sie beziehen sich in der Diskussion der Sendung immer wieder auf Erfahrungen, die sie in ihrem beruflichen oder privaten Kontext erlebt haben. Diese Erfahrungen sind zwar ‚lokal‘ verankert, unterscheiden sich aber keineswegs essentiell voneinander, sondern sind sich im Gegenteil sehr ähnlich“ (S. 354). Die Muster der Aneignung des *Topmo-*

del-Formats in Deutschland und den USA können laut Stehling „als transkulturell gekennzeichnet werden“ (S. 366). Ihre Ergebnisse lassen sich daher in der These zusammenfassen, „dass sich sowohl Medien- als auch Alltagserfahrungen junger Menschen zunehmend annähern, was auch zu Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten sowohl im Medienangebot als auch in deren Rezeption führt“ (S. 371). Miriam Stehling hat mit ihrer Dissertation einen ebenso innovativen wie wichtigen Beitrag zur vergleichenden Rezeptionsforschung internationaler Fernsehformate geleistet. Die Dissertation von Aliénor Didier leistet einen ebenso wichtigen Beitrag zum inter- bzw. transkulturellen Vergleich von fiktionalen Fernsehformaten und ihren Adaptionen. Beide Bücher stellen einen wesentlichen Fortschritt in der vergleichenden Forschung dar und sind unbedingt lesenswert.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Aliénor Didier: *Fernsehformat-Adaption interkulturell. Theorieansätze und empirische Untersuchungen, am Beispiel des R.I.S.-Formats, dem ‚europäischen CSI‘, in Italien, Frankreich und Deutschland.* Würzburg 2014: Königshausen & Neumann. 583 Seiten, 49,80 Euro



Miriam Stehling: *Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Eine Studie am Beispiel des Topmodel-Formats.* Wiesbaden 2015: Springer VS. 401 Seiten, 49,99 Euro



Susanne Eichner/Elizabeth Prommer (Hrsg.):
Fernsehen: Europäische Perspektiven.
 Festschrift Prof. Dr. Lothar Mikos.
 Konstanz 2014: UVK. 316 Seiten,
 39,00 Euro

Europäische Fernsehperspektiven

Ob Zombiehype, Kandidatenquälshows oder Genrehybridisierung – der Band bietet viele Einblicke in aktuelle Prozesse einer internationalisierten Fernsehkultur. Es ist eine Reise quer durch Europa und darüber hinaus. Aufschlussreich ist dies allemal, zeigt es doch, wie globalisierte Formatentwicklungen auch nationale Fernsehmärkte durchdringen und dominieren. Die Autorinnen und Autoren, die aus insgesamt acht verschiedenen europäischen Ländern stammen, nehmen das Medium grenzüberschreitend in den Blick und fokussieren Produktionskontexte, Genre- und Formatentwicklungen sowie Publikumsperspektiven des Fernsehens. Dem Babelsberger Modell folgend, ist der multiperspektivische Blick bedeutsam, bei dem gesellschaftlicher Diskurs, Text und Publikum zusammengedacht werden. Entwickelt wurde dieses Konzept im akademischen Umfeld von Lothar Mikos, dem dieser Band gewidmet ist. Und so bietet diese deutsch- und englischsprachige Kompilation nicht nur ein Panorama an forschungsbezogenen Beiträgen, sondern auch eine Reihe persönlicher Erinnerungen von Wegbegleitern, die sein umtriebiges Schaffen bestens illustrieren. In theoretischer Hinsicht lässt sich dieses mit der Trias Cultural Studies, TV-Serialität und transnationale Medienästhetik des Populären umreißen. Um die diversen Facetten der Fernsehkultur umfassend in den Blick nehmen zu können, favorisieren die Herausgeberinnen Susanne Eichner und Elizabeth Prommer das Konzept „Doing Media“. In dieser Logik lassen sich u. a. Rezeptionsprozesse, konsu-

mierende und produzierende Handlungen der Mediennutzer sowie die interpretative Integration in deren eigene Lebenswelten fassen. So finden sich neben theoretischen Auseinandersetzungen zur Zukunft des Fernsehens auch konkrete Formatanalysen (beispielsweise J. K. Bleicher mit *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, J. Jockenhövel mit *Les Revenants* oder E. Weissmann mit *Ripper Street*) und Überlegungen zu gewandelten Mediennutzungen. Das alles ist gut lesbar und dem Sujet entsprechend locker gestrickt. Unterhaltsam sind auch die persönlichen Erinnerungen, die Lothar Mikos' Weg an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ (HFF) (heute Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF) aufzeigen. So erinnert Lutz Warnicke daran, wie die in der Lehre dominierende werkimmanente Sicht durch den frisch berufenen Professor Anfang der 1990er-Jahre aufgebrochen wurde. Die Mediennutzung und Interpretationsleistung des Rezipienten waren plötzlich ebenso gefragt. Diese Sicht dockt direkt an medienethnografische Forschungen an, zu denen Rainer Winter hier einen guten Überblick präsentiert. Ähnlich z. B. Hanne Bruun und Kirsten Frandsen, die Fernsehen als lustvolle spielerische Praxis konzeptualisieren. Italiens „Mainstream Television“ (M. Perotta, M. C. Zullo) wird ebenso ins Visier genommen wie die Rolle der „Television News“ (K. C. Schröder) oder der „mediatisierten Pfeifen“ (H.-J. Stiehler), womit eine medienwissenschaftliche Analyse der „Sozialfigur“ des Fußballschiedsrichters verbunden ist. Allerlei Screens prägen unser Leben. Diese neuen Parameter der Bewegtbildnutzung sind aus

theoretischer Sicht (C. Wegener) ebenso eine Herausforderung wie in didaktischer Hinsicht (Mobilität und Schule, B. Bachmair). Und wo die Gegenwart verhandelt wird, ist Vergangenheit oft nicht weit. Yulia Yurtaeva bietet hier noch einmal einen Ritt durch die zumindest medial so fern scheinenden Zeiten des Kalten Krieges, in denen der Programmaustausch zwischen Ost und West vor allem eine politische Frage war. Grenzenlose Medienfreiheiten bedeuten heute auch neue Räume und Demarkationslinien für den Jugendschutz. Joachim von Gottberg lässt diesen Aspekt der Fernsehkultur Revue passieren und plädiert für eine realistische jugendschützerische Diskussion, die nicht in einer Überregulierung ihr Heil finden und an den medialen Gegebenheiten vorbeilaufen darf. Lothar Mikos ist auf alle Fälle ein Protagonist dieser Perspektive und ein weit herumgekommener Realist der Fernsehforschung. Theoretische Konzepte hin oder her, bedeutsam ist stets auch die Persönlichkeit eines Wissenschaftlers. Vor allem seine fachlich wie menschlich unkonventionelle Herangehensweise wird vielfach anekdotisch beschrieben (z. B. bei C. Töpfer und M. Götz). So haben wir es bei diesem Band nicht nur mit einer persönlichen Reminiszenz, sondern auch mit einem quicklebendigen forschungs- und anwendungsbezogenen Diskurs zu tun, in dessen Zentrum die internationale Fabrikation und neue Formen einer transmedialen Rezeptionskultur des Fernsehens stehen. Einschalten lohnt sich.

Dr. Uwe Breitenborn

Amerikanische Fernsehserien als Quality-TV

Momentan vergeht kein Quartal, in dem nicht ein Buch zu Fernsehserien erscheint. Vor allem die neuen amerikanischen Serien haben die akademische Diskussion erobert. Damit sind vor allem Serien gemeint, die zu Beginn des 21. Jahrhunderts entstanden sind. Der vorliegende Band geht auf eine Tagung zurück, die mit dem gleichen Titel im September 2013 an der Universität des Saarlandes stattfand. Die 19 Beiträge des Bandes setzen sich vorwiegend aus literaturwissenschaftlicher Sicht mit zentralen Fragen der Fernsehserienforschung auseinander. Entgegen dem ansonsten vorherrschenden Hype um die neuen amerikanischen Serien, der in ihnen eine besondere Entwicklung sieht, zeichnen sich einige der Autorinnen und Autoren dieses Bandes durch historisches Wissen aus – einerseits über Serien und andererseits über die Geschichte der Forschung zu Fernsehserien. Unter Bezugnahme auf das Buch von Robert Thompson zum zweiten Goldenen Zeitalter des Fernsehens aus den 1990er-Jahren, in denen er die Kriterien für Quality-TV beschrieb, stellen die beiden Herausgeber in ihrem einleitenden Beitrag 21 Überlegungen zum Quality-TV des 21. Jahrhunderts an und geben damit den Rahmen für die übrigen Beiträge vor. Darin hinterfragen sie einige populäre Annahmen zu den neuen Serien, z. B. dass diese die neuen Romane seien und möglicherweise die Literatur bedrohen. Aber sie gehen auch auf aktuelle Tendenzen ein, wie die vielfältigen Rezeptionsweisen und die Besonderheit der Netflix-Serien. Hier fehlt der Platz, um ausführlich auf alle Beiträge eingehen zu

können. Daher soll nur auf einige hingewiesen werden. Torsten Voß zeichnet in seinem Beitrag sehr präzise die Entwicklung vom bürgerlichen Trauerspiel zur Soap-Opera im Fernsehen nach. „Das bürgerliche Trauerspiel dagegen zeigt eher die tragischen Folgen von Intrigen und nähert sich bereits 200 Jahre zuvor mit der Evokation von Rührung und Affektion den Wirkungen und Appellstrukturen neuerer *Soap Operas* auf der dramaturgischen und der rezeptiven Ebene an“ (S. 47, H. i. O.). Auch wenn man die Soaps noch nicht als Quality-TV bezeichnen kann. Thomas Boyken setzt sich in seinem Beitrag mit der vermeintlich komplexen Erzählweise der neueren Serien anhand der Erzeugung von Komik, Spannung und der Herstellung von Beziehungen zu den Figuren auseinander. Schließlich stellt er fest: „Ob die neueren US-Serien erzählerisch innovativ oder gar Erzählexperimente sind, möchte ich hingegen nicht entscheiden“ (S. 62) – und regt damit zur Reflexion an. Solange Landau entwirft in ihrem Beitrag eine Typologie der Intros von Fernsehserien und unterscheidet das ästhetische, das epische Intro sowie das Mosaik- und das Short-Intro (vgl. S. 93 ff.). Sie liefert damit eine Systematik zur Analyse der Eröffnungssequenzen von Fernsehserien. Maren Scheuer widmet sich in ihrem Beitrag der „produktiven Verbindung von Fernsehserie und Psychotherapie“, denn: „Die meisten Therapieformen weisen ein festes Setting mit klaren Regeln auf, was sie für serielleres Erzählen attraktiv macht“ (S. 196). Dabei geht es ihr nicht nur um die Darstellung von Therapien, sondern auch um die therapeutische Wirkung von Fernsehserien auf Zuschauer. Vincent Fröhlich sieht in sei-

nem Beitrag den Suchtcharakter von Serien als eine Folge der „aktivierenden Kraft der seriellen Fortsetzungsnarration“, denn die Sucht bestätigt „die Effizienz und Macht serieller Narration“ (S. 222 f.). Der Beitrag von Heiko Martens setzt sich mit der Rolle des Gedächtnisses bei Fernsehserien auseinander. Episodenserien, in denen eine Handlung innerhalb einer Episode beendet wird, haben kein Gedächtnis. Sie fangen in jeder neuen Episode bei null an. Progressive Serien, wie Martens fortlaufende Serien mit einer horizontalen Dramaturgie nennt, brauchen dagegen Erinnerung und Gedächtnis, denn nicht nur die Figuren, sondern auch die Zuschauer müssen sich erinnern können, um z. B. die Entwicklung von Charakteren verstehen zu können (vgl. S. 272 ff.). Die Zuschauer erleben gewissermaßen mit den Figuren zusammen die Geschichte. Insgesamt bietet der Band zahlreiche interessante Beiträge, die sowohl dazu anregen, einige vermeintlich wissenschaftliche Gewissheiten zu reflektieren, als auch über das eigene Serienverhalten und die eigene Serienbiografie nachzudenken. Durch die in einigen Beiträgen vorhandene historische Perspektive setzt sich dieser Band wohl-tuend von anderen Publikationen zum Thema ab. Das Buch ist ebenso empfehlens- wie lesenswert.

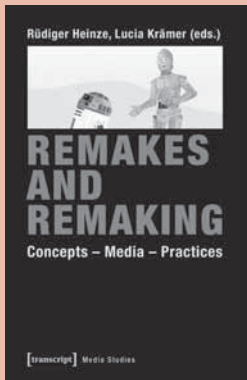
Prof. Dr. Lothar Mikos



Jonas Nesselhauf/Markus Schleich (Hrsg.): *Quality-TV. Die narrative Spielweise des 21. Jahrhunderts?! Berlin 2014: LIT Verlag.* 303 Seiten, 34,90 Euro



Peter Vinzens:
So geht Fernsehen! Ein Leit-faden für Profis und die, die es werden wollen. Marburg 2015: Schüren. 264 Seiten, 34,00 Euro



Rüdiger Heinze/Lucia Krämer (Hrsg.):
Remakes and Remaking. Concepts – Media – Practices. Bielefeld 2015: Transcript. 184 Seiten, 29,99 Euro



Autenrieth, Ulla:
Die Bilderwelten der Social Network Sites. Bildzentrierte Darstellungsstrategien, Freundschaftskommunikation und Handlungsorientierungen von Jugendlichen auf Facebook und Co. Baden-Baden 2014: Nomos. 321 Seiten, 59,00 Euro

So geht Fernsehen!

Auch wenn es gar nicht schlecht wäre: Als Zuschauer braucht man keinen Fernsehführerschein. Mitunter allerdings kann man den Eindruck bekommen, die Macher hätten ihr Metier ebenfalls nicht richtig gelernt. Mithilfe des lehrreichen Buches *So geht Fernsehen!* können beide das Versäumte nachholen: Zuschauer erfahren dank der detailfreudigen Erläuterungen des TV-Journalisten und Kameramannes Peter Vinzens, wie das Medium funktioniert; und für die Macher greift er tief in seinen Erfahrungsschatz. Bestehend ist nicht nur die enorme Fachkenntnis, sondern vor allem die Fähigkeit, komplizierte technische Vorgänge gut verständlich zu erläutern. Einige Abschnitte sind für interessierte Laien sicherlich zu fachspezifisch, doch Videojournalisten, Kameraleute und Regisseure bietet Vinzens wertvolle Anregungen. Trotzdem ist das Buch nicht nur für Filmemacher empfehlenswert. Basis allen Filmverstehens sind die Kenntnis der Grammatik des Films sowie ein zumindest oberflächliches Verständnis der technischen Abläufe; und in dieser Hinsicht leistet Vinzens ganze Arbeit. Die Passagen über die Entwicklung der Medienkompetenz sind für Laien womöglich noch spannender als für Profis. Gleiches gilt für die Ausführungen zur Dramaturgie, zumal der Autor immer wieder auf Beispiele aus der Praxis verweist. Auch dank des zuweilen saloppen Tonfalls erinnert Vinzens' Stil an die „Sachgeschichten“ aus der *Sendung mit der Maus*; es gibt schlechtere Referenzen.

Tilmann P. Gangloff

Remakes

Ziel dieses Bandes, der von den beiden Kulturwissenschaftlern Rüdiger Heinze und Lucia Krämer in englischer Sprache herausgegeben wurde, ist es, den Remakes zu mehr Ansehen zu verhelfen. Noch immer bestehen nach Auffassung der Herausgeber zahlreiche Vorurteile, die Remakes in schlechtem Licht erscheinen lassen. Dabei können Remakes sehr unterschiedlich sein, denn sie stellen sehr distinkte Transformationen und Variationen von einem Original dar. Der Band gliedert sich in drei Abschnitte, in denen je andere Aspekte im Mittelpunkt stehen. Im ersten Abschnitt geht es am Beispiel der Filme *Planet der Affen: Prevolution*, *Der Manchurian Kandidat* und *Todeszug nach Yuma* um intramediale und intrakulturelle Remakes. Im zweiten Abschnitt werden intramediale, aber transkulturelle Remakes behandelt. Als Beispiele dienen indische Remakes von westlichen Filmen und Martin Scorseses Film *Departed*, der ein Remake des chinesischen Gangsterfilms *Infernal Affairs* ist. Im letzten Abschnitt werden schließlich intermediale Remakes verhandelt – am Beispiel von *Oliver Twist*, *Romeo und Julia*, *Avatar* und *Der mit dem Wolf tanzt* sowie Webserien, die sich an *Star Wars* anlehnen. Alle Beiträge schaffen es, neue Aspekte in die Diskussion um Remakes einzubringen.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Bilderwelten im Social Network

Durch die Verbreitung digitaler Fototechnik ist die Bildkultur einem rasanten Wandel unterworfen. Bilder *posten*, *sharen* oder *liken* ist die mit Abstand beliebteste Onlineaktivität von Netznutzern. Ob Castingkultur oder peer-reviewte Authentizitätsinszenierungen – mit den Realitäten dieser Bildermanie ändern sich auch Mentalitäten im fotografischen Handeln. Neben Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement bilden auch Archivierung und Entertainment eine wichtige Funktion für die zumeist jugendlichen Nutzer. Aber nicht nur für Adoleszente werden Social Networks zu Plattformen signifikanter Imagekonstruktionen. Mit bildzentrierten Interaktionen mutieren diese Aufnahmen millionenfach zu sozialen Artefakten, mit deren Hilfe Beziehungsstrukturen etabliert, differenziert und publiziert werden. Die Selfie-Kultur und das Publizieren von Aufnahmen sind stets auch ein Bekenntnis und Aushandlungsprozess, der unter Statusgesichtspunkten in Communitys und Jugendszenen von enormer Bedeutung ist. Autenrieths Dissertation ist eine wissenschaftlich gut fundierte, empirische Beobachtung der aktuellen netzbasierten Bildkultur, die anregend Entwicklungslinien und Kommunikationsstrukturen beleuchtet. Eine weiterführende sowie substantiell kritische Begleitung und Bewertung dieser Prozesse ist angesichts der gravierenden Veränderungen in der bildzentrierten Mediennutzung mehr als wünschenswert.

Dr. Uwe Breitenborn

Kommunikation und Humor

Die sieben Beiträge des Bandes gehen auf eine gleichnamige Vortragsreihe im Museum im Zeughaus Vechta zurück. Multidisziplinär heißt in diesem Fall, dass sich die Beiträge dem Phänomen aus sprachwissenschaftlicher, linguistischer, germanistischer, kulturwissenschaftlicher und kulturhistorischer Perspektive sowie aus der des Designs widmen. In seinem einführenden Beitrag stellt der Herausgeber Christoph Schubert, selbst Anglist, klar, dass man von einem weiten Begriff der Kommunikation ausgehe: „Er umfasst damit verschiedene Medien (geschrieben, gesprochen oder elektronisch) wie auch nicht-sprachliche Bedeutungsvermittlung durch paralinguistische Kommunikation, Abbildungen oder Gebärdensprache und ist sowohl auf fiktionalen wie auch nichtfiktionalen Diskurs anwendbar“ (S. 10). Ebenso wird Humor weit gefasst: „Im vorliegenden Band wird Humor in Übereinstimmung mit Duden: Deutsches Universalwörterbuch durchaus als mehrdeutiges Konzept betrachtet: einerseits als die Qualität verbaler und non-verbaler Kommunikationsakte, Lachen und Freude hervorzurufen; andererseits als eine menschliche Disposition, Humor einzusetzen, zu erkennen und mit Vergnügen darauf zu reagieren“ (S. 8). Aus sprachwissenschaftlicher Sicht macht Schubert deutlich, „dass Humor stark vom Kontext sowie dem gemeinsamen Wissen von Sender und Empfänger abhängig ist“ (S. 32). Humor kann daher in verschiedenen Situationen auch verschiedene Funktionen erfüllen.

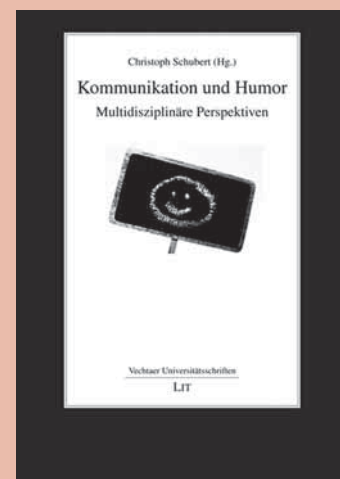
Jochen A. Bär setzt sich mit dem semantischen Konzept „Witz“ in der deutschen Kunst und Litera-

tur um 1800 auseinander und stellt fest, „dass ‚Witz‘ als kognitives Vermögen erscheint, wobei die Bedeutung des Lexems *Witz* zwischen ‚Scharfsinn‘, ‚Unterscheidungsvermögen‘ und ‚Findigkeit‘ bzw. teils auch ‚Erfindungsvermögen‘ schwankt“ (S. 56). Witz gilt als verfeinerte Unterhaltungskunst, die in zwischenmenschlichen Beziehungen eine Rolle spielt. Traugott Haas macht in seinem Beitrag deutlich, dass „humorbildende Muster eine große Relevanz im Bereich des Designprozesses und bei der kreativen Problemlösung“ haben (S. 75 f.). Humor entsteht dabei häufig durch einen Perspektivwechsel, durch Übertreibung oder durch Unverhältnismäßigkeit. Wilfried Wittstruck zeigt am Beispiel eines Bilderbuches aus germanistischer Sicht, dass Komik durch Gegensätze, Auslassungen, Bewegungen und Normverletzung hervorgerufen wird. Lucia Maria Licher reflektiert in ihrem Beitrag über das Lachen im Kulturdialog. Sie weist darauf hin, dass sich der Humor im interkulturellen Dialog zwischen den Polen Narrenfreiheit und Schmerzgrenze bewegt. Sie findet es unvermeidbar, dass „immer wieder empfindliche Grenzen des jeweils Erträglichen überschritten werden“ (S. 118), doch Sympathie und Vertrauen in den Gruppen dämpfen ihrer Ansicht nach die Schmerzempfindlichkeit. Axel Fahl-Dreger beschäftigt sich in seinem Beitrag mit dem Lachen in der mittelalterlichen Gesellschaft und kann zeigen, „wie eng im Mittelalter das Lachen mit den damaligen Moral- und Glaubensvorstellungen verbunden war“ (S. 143), allerdings war die Akzeptanz des Lachens in der damaligen Gesellschaft sehr unterschiedlich ausgeprägt. Eugen Kotte schließlich setzt sich in seinem Beitrag mit

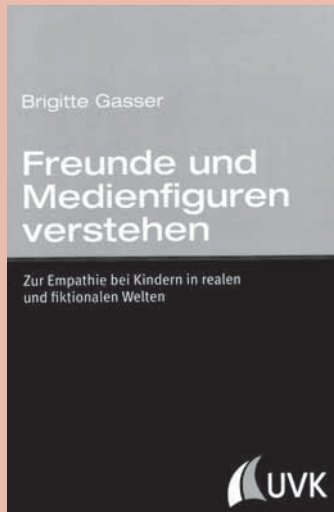
Karikaturen als politischem Kommentar in der deutschen Revolution von 1848/49 auseinander. Karikaturen können in einem weiten Sinn als „graphischer Witz“ gelten (vgl. S. 147) und als „visualisierte Aussagen“ (S. 150) begriffen werden. Gerade in den Verhältnissen der Revolution von 1848 wurde die Karikatur vermehrt „als Informationsmedium wie auch als politischer Kommentar und schließlich als Mittel der Massenbeeinflussung eingesetzt“ (S. 168 f.), wie der Autor anhand zahlreicher Beispiele zeigen kann.

Die Beiträge in dem Band werfen einen Blick auf das Verhältnis von Kommunikation und Humor aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen. Auch wenn sie weitgehend dem jeweiligen wissenschaftlichen Diskurs verhaftet bleiben, erhalten die geeigneten Leserinnen und Leser einen historischen Überblick vom Mittelalter bis hin zur Neuzeit anhand verschiedener komischer Phänomene.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Christoph Schubert (Hrsg.): *Kommunikation und Humor. Multidisziplinäre Perspektiven.* Berlin 2014: LIT Verlag. 171 Seiten, 19,90 Euro



Brigitte Gasser:
Freunde und Medienfiguren verstehen.
Zur Empathie bei Kindern in realen und
fiktionalen Welten. Konstanz/München 2014:
 UVK. 258 Seiten, 39,00 Euro

Freunde und Medienfiguren

„Der Begriff Empathie ist in aller Munde und wird als Erklärungs- oder Lösungsansatz für viele Phänomene herangezogen“ (S. 9). Wenn Brigitte Gasser dieses Postulat an den Beginn ihrer Publikation stellt, so kann sie sich einerseits der Zustimmung all derer sicher sein, die in entsprechenden Bezugsräumen tätig sind. Andererseits beinhaltet die genannte pauschale Feststellung unterschweligen Zweifel daran, ob jeder, der von Empathie spricht, auch genau weiß, was mit der Begrifflichkeit gemeint ist. Gassers hier vorliegende Promotionsarbeit bietet in diesem Kontext eine wichtige Orientierung.

In einem ausführlichen theoretischen Abriss wird zunächst mit Blick auf entwicklungs- und sozialpsychologische sowie auf medienwissenschaftliche Ansätze die aktuelle wissenschaftliche Diskussion im Begriffsumfeld der Empathie reflektiert – und zwar in Bezug auf reale als auch fiktionale Welten. Der Leser findet hier nicht nur in kompakter Form eine umfassende Begriffsdarstellung, sondern er wird deutlich darauf hingewiesen, dass Empathie mit Blick auf das jeweilige Subjekt differenziert gesehen werden muss. Anschließend dokumentiert die Autorin ihre eigene Forschungsarbeit, bei der sie aus quantitativen Studien hervorgegangene Empathiekonzepte über eine qualitative Herangehensweise hinterfragt hat. Dabei geht es mit Blick auf die interessante Altersgruppe von älteren Kindern zwischen 12 und 13 Jahren um Zusammenhänge und Wechselbeziehungen zwischen empathischen Kompetenzen in beiden Welten, die das Leben der Kinder bestimmen – den Gegebenheiten des Alltags und de-

nen der Medien. Die Autorin fragt, wie sich empathische Kompetenzen im jeweiligen Bezugssystem gestalten, ob es unterschiedliche Empathiekonzepte gibt und ob sich empathische Bezüge innerhalb fiktionaler Welten hinsichtlich klassischer bzw. digitaler Medien unterscheiden. Die Probanden für die Untersuchungen fand Gasser in vier 6. Klassen der Stadt Zürich. Wichtig war ihr, dass die Kinder aus Schulgemeinden mit unterschiedlichen Sozialindizes stammten. Auch wenn die auf der Grundlage von ausführlichen Protokollen im Buch dargelegten Forschungsergebnisse bereits aus dem Jahre 2011 stammen und die befragten Personen aus einem recht eng begrenzten soziokulturellen Kreis kommen und nur auf kleine Fallzahlen zurückgegriffen werden konnte, zeigen die unter qualitativen Aspekten ermittelten Ergebnisse doch sehr interessante Tendenzen auf. Diese zwingen nicht zuletzt dazu, quantitativ angelegte Studien hinsichtlich der Mediennutzungsarten der hier betrachteten Altersgruppe differenzierter zu sehen. So werden etwa Kernerkenntnisse der Autorin bei Verallgemeinerungen hinsichtlich des Medienumgangs von Kindern bislang viel zu wenig beachtet: „Zwischen der präferierten Medienart und dem Empathiewert von Kindern besteht ein Zusammenhang. [...] Alle interviewten Kinder unter einem Empathiewert von 20 % nannten digitale Medien, TV-Filme und Computer als ihre Lieblingsmedien“ (S. 213). Je höher die Empathiewerte steigen, desto weiter verschieben sich die medialen Favoriten Richtung Bücher und neben Filmen im Fernsehen zu solchen auf anderen Trägermedien. Auch die unterschiedlichen Nei-

gungen zwischen Mädchen und Jungen heben sich mit einem steigenden Empathiequotienten nahezu auf. Eine äußerst nachdenkswerte Quintessenz aus der vorgestellten Forschung ist darüber hinaus die Feststellung: „Aufgrund der Interviews konnte bei keinem Kind eine Vermischung von realen und fiktiven Elementen in Medienangeboten oder von realen und fiktionalen Welten festgestellt werden“ (S. 197). Allerdings kann es zu Transfers empathischer Kompetenzen zwischen den Welten kommen. Dies erfolgt aber nicht so, wie vielfach befürchtet, dass Medien vordergründig für sinkende empathische Fähigkeiten im Alltag verantwortlich sind. Es ist umgekehrt: „Die Kinder lernen Empathie von klein auf im Alltag und ihre empathischen Fähigkeiten spiegeln sich in ihrem Medienverhalten“ (S. 247). Wer auf einem geringen empathischen Level Medien konsumiert, kann aus diesen auch keine entsprechenden Impulse transformieren, weil er Angebote bevorzugt, für deren Verständnis empathische Fähigkeiten nicht erforderlich sind. Umgekehrt entwickeln jene mit höherer Empathie diese in positiver Weise über Medien weiter, weil sie solche bevorzugen, die entsprechende Fähigkeiten für die Rezeption erfordern. So gesehen bedeutet die Entwicklung von Empathiekompetenz gleichzeitig eine Förderung der viel beschworenen Medienkompetenz.

Klaus-Dieter Felsmann

Mediatisierte Welten

Kein anderes theoretisches Konzept zur Bedeutung der Medien in unserem Alltag hat in den letzten Jahren für so großes Aufsehen gesorgt wie das der *Mediatisierung kommunikativen Handelns*. Auf die grundlegenden Vorarbeiten, allen voran die von Friedrich Krotz, folgte ein reger Fachdiskurs, der auch über die zuweilen engen Grenzen der Kommunikations- und Medienwissenschaft hinaus zu einer vermehrten, nicht selten interdisziplinär angelegten Forschungstätigkeit geführt hat. Der erste der beiden hier rezensierten Bände steht exemplarisch für die mittlerweile zahlreichen empirischen Arbeiten, die uns eindrücklich zeigen, wie grundlegend sich mit den digitalen Medien das (Zusammen-)Leben der Menschen nicht nur hierzulande gewandelt hat.

Unter dem Titel *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung* richten die drei Autoren den Blick auf das Alltagsleben junger Menschen, das heute in besonderem Maße vom Austausch via Facebook, WhatsApp & Co. geprägt ist. „Neue Medien – neues Gemeinschaftsleben?“ ist dementsprechend auch nur eine rhetorische Frage, von der aus die Autoren mit der Einleitung starten. Tatsächlich bringen sie uns in Teil 1 des Buches gut fundiert den Zusammenhang von Mediengeneration, kommunikativer Vernetzung und Vergemeinschaftung nahe und kommen dann ohne viel Federlesens zu den zentralen Ergebnissen ihrer zweijährigen Forschungsarbeit. Zum einen präsentieren sie prägnant, aber begrifflich etwas sperrig vier Typen mediatisierter Vergemeinschaftungshorizonte junger Menschen, zum anderen die damit verbundenen spezifi-

schen Herausforderungen für die Vergemeinschaftung.

Die klar strukturierte, detaillierte und anschauliche Beschreibung der herausgearbeiteten Typen in Teil 2 des Buches bietet vertiefende Einblicke in das Gemeinschaftsleben von *Lokalisten* und *Multilokalisten* sowie – diese im Sample unterrepräsentiert – von *Zentristen* und *Pluralisten* mit den spezifischen kommunikativen Vernetzungspraktiken und mediatisierten Vergemeinschaftungshorizonten. In Teil 3 werden dann die besonderen Herausforderungen der Gemeinschaften (kommunikative Grenzziehung, Mobilität und Partizipation) erörtert. Auch hier rekurrieren die Autoren sehr gelungen auf die ordentliche qualitative Datenbasis (60 ausführliche Interviews mit 16- bis 30-Jährigen, skizzierte und erläuterte Netzwerkanalysen sowie Medientagebücher). Was als zentrales Ergebnis der Studie in bisher einzigartiger Differenziertheit bleibt, heben die Autoren im Fazit so hervor: „Für die von uns untersuchten jungen Menschen ist gerade *nicht* kennzeichnend, dass mit dem aktuellen Mediatisierungsschub der Digitalisierung ein *einheitlicher* mediatisierter Vergemeinschaftungshorizont entsteht, der durch identische Praktiken und Prozesse kommunikativer Vernetzung getragen wird“ (S. 248, H. i. O.).

Eine nur mit Abstrichen empfehlenswerte Lektüre ist der zweite hier rezensierte Band. Er nähert sich der Mediatisierung aus einer grundsätzlichen, eher normativen Perspektive an und will seine Leser bereits mit seinem Titel für eine „Ethik der mediatisierten Welt“ sensibilisieren, hier „ausschließlich als philosophische Ethik verstanden“ (S. V). Basis sind diverse, zeitlich und inhaltlich z. T. weit auseinander-

liegende eigene Fachbeiträge des Autors, die in einen neuen Gesamtzusammenhang gestellt werden. Wesentliche Grundlage der hier präsentierten Ethik einer mediatisierten, von *Digitalisierung*, *Vernetzung*, *Beschleunigung* und *Globalisierung* gekennzeichneten Welt ist die Annahme, dass eine Unterscheidung zwischen medialer und nonmedialer Landschaft, zwischen Virtualität und Realität „ethisch obsolet“ ist und „die menschliche Lebenswelt nur als eine mediale gedacht werden kann“ (S. 6).

Interessierte, die von der „Ethik“ im Titel eines Fachbuches eher abgeschreckt sind, sich gleichwohl aber vertiefend mit aktuellen Phänomenen der mediatisierten Welt auseinandersetzen möchten, finden hierfür in Kapitel 4 entlang der Begriffe „Authentizität“, „Medienkompetenz“, „Medienqualität“ und „Wahrhaftigkeit“ einen guten Stoff. Dass der Autor sich dabei auf die Dinge beschränkt, die für das zuvor „vorgestellte Verständnis einer anthropologisch begründeten und *epochal* gewussten Medienethik von Bedeutung sind“ (S. 91, H. i. O.), erscheint dann aber doch etwas zu kurz gegriffen. Unterm Strich vermisst man eine systematische Auseinandersetzung mit gewichtigen Fragen wie: Welche Perspektiven bietet uns eine Ethik der mediatisierten Welt auf Privatheit und Öffentlichkeit, welche auf die zunehmende zeitliche, räumliche und soziale Entgrenzung von Kommunikation? Was gibt es Grundsätzliches zur Konzentration von Medien und Kommunikationsstrukturen zu sagen?

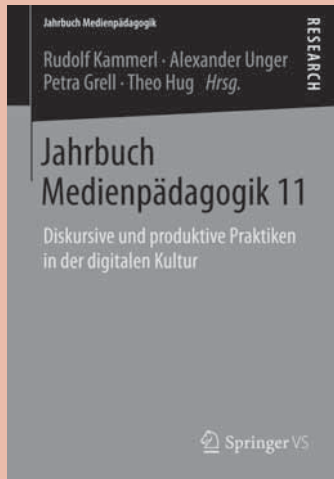
Dr. Daniel Hajok



Andreas Hepp/Matthias Berg/Cindy Roitsch: *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden 2014: Springer VS. 293 Seiten, 29,99 Euro



Matthias Rath: *Ethik der mediatisierten Welt. Grundlagen und Perspektiven*. Wiesbaden 2014: Springer VS. 179 Seiten, 29,99 Euro



Rudolf Kammerl/Alexander Unger/
Petra Grell/Theo Hug (Hrsg.):
*Jahrbuch Medienpädagogik 11. Diskursive
und produktive Praktiken in der digitalen
Kultur.* Wiesbaden 2014: Springer VS.
248 Seiten, 39,99 Euro

Jahrbuch Medienpädagogik 11

Ausgehend von der These, dass seit der Jahrtausendwende rasant ansteigende Medienhandeln habe eine qualitative Transformation sämtlicher individueller als auch gesellschaftlicher Lebenswelten nach sich gezogen, versucht das vorliegende *Jahrbuch Medienpädagogik*, die entsprechenden Konsequenzen auszuloten und gleichzeitig Impulse für sich daraus ergebende Bildungsstrategien zu vermitteln. Konsens aller Autoren, die unter der Setzung von drei Themenschwerpunkten der Einladung der Herausgeber zu einer Auseinandersetzung mit dem vorgegebenen Sachverhalt gefolgt sind, ist die Überzeugung, dass „die gesellschaftlichen Angebote zur Medienkompetenzförderung in Deutschland bisher nur unzureichend ausgebildet“ (S. 8) sind. Wie wichtig hier ein entsprechender Paradigmenwechsel wäre, wird im ersten Teil des Bandes aufgezeigt. In drei jeweils in sich schlüssigen theoretischen Beiträgen werden grundlegende Wandlungsprozesse innerhalb aktueller mediengeprägter Lebenswelten aufgezeigt. Der zweite Teil der Publikation dokumentiert Forschungsprojekte, die Aspekte des besagten Wandels empirisch hinterfragen und als signifikant kennzeichnen. Abschließend geben einige Dokumentationen aus der konkreten medienpädagogischen Praxis interessante Anregungen, wie sich Bildungsangebote den veränderten Lebenswelten erfolgreich stellen können. Rudolf Kammerl knüpft bei seinen theoretischen Überlegungen an die pädagogischen Positionen Friedrich Schleiermachers aus der Zeit der Französischen Revolution an. Für Schleiermacher konnte es nicht

darum gehen, den Heranwachsenden einen bestimmten Wissenskanon „einzutrichtern“, sondern sie waren auf eine ungewisse Welt vorzubereiten, die sich permanent weiterentwickelt. Kammerl sieht eine solche Herangehensweise heute umso mehr gefordert, da im Gegensatz zur Zeit Schleiermachers selbst ein minimaler normativer Bezugsrahmen wie die christliche Ethik inzwischen nicht mehr gegeben sei. Diese Entwicklung erhöhe für den Einzelnen sowohl die Chancen als auch die Risiken, und sie „beinhaltet nicht nur die Möglichkeit, sondern auch die Notwendigkeit einer individuell selbstgestalteten Lebensführung“ (S. 17). Allerdings könne dies nicht als „individualistisch verkürztes Projekt“ (S. 30) gelingen, sondern es muss im gesellschaftlichen Rahmen fortlaufend ausgehandelt werden. Dazu bedarf es eines Diskurses, der als Voraussetzung den Erwerb von Diskursfähigkeit erfordert. Im Kontext moderner Medienstrukturen ist hier der Blick im Sinne einer Bereicherung, aber auch einer Notwendigkeit über den Offlinesektor hinaus in die Onlinesphäre zu richten. Anknüpfend an diesen Aspekt fragt Alexander Unger nach der Rahmung von Interaktion, Selbstdarstellung und Identitätsbildung in Social-Network-Sites (SNS). Der Autor weist über die technikfixierte Betrachtung solcher Angebote hinaus, ohne die in diesem Zusammenhang häufig angesprochenen Probleme wie allumfassende Kontrolle und Kommerzialisierung zu verniedlichen. „SNS stellen weniger den Antriebsmotor für eine veränderte Identitätskonstruktion dar als vielmehr eine Reaktion auf die gewandelten Bedingungen und Bedürfnisse der Identitätsbil-

dung in nachmodernen Gesellschaften“ (S. 53). Manuel Zahn lotet in seinem Aufsatz aus, wo das Potenzial von Onlinevideoremixen für subjektive Bildungsprozesse liegt. Ausgehend von dem Sachverhalt, dass der Film als solcher einen Großteil seiner stabilen Rahmenbedingungen verloren hat und zum Bestandteil eines vielschichtigen Alltagshandelns geworden ist, fragt der Autor einerseits danach, wo und wie der vom Konsumenten zum Produzenten mutierte Akteur sein Handlungswissen generiert. Andererseits hebt er hervor, dass sich individuelle Weltaneignung neben den sprachbasierten Prozessen zunehmend über andere Formen medialer Artikulation – vielfach filmisch – vollzieht. Angesichts der im vorliegenden *Jahrbuch* dargelegten Problemlage sollte sich geradezu zwangsläufig ergeben, dass die Auseinandersetzung mit modernen Medienformen in allen Bildungsbereichen inzwischen Standard geworden ist. Davon kann aber noch lange nicht die Rede sein, wie Iris Bockermann in ihrer Abhandlung darlegt. Aus ihrer Sicht liegt das in erster Linie daran, dass die meisten Lehrkräfte „digitale Medien nicht als Teil von Kultur, nicht als Fenster zur Welt sehen und erleben“ (S. 184). Hier seien entsprechende Fortbildungs- und Motivationsangebote sowohl bei der Ausbildung als auch im etablierten pädagogischen Bereich nötig.

Klaus-Dieter Felsmann

Begriffe des Mediengebrauchs

Im Zeitalter von Google und Wikipedia, Bachelor und Master macht sich der Bedarf an überschaubar portionierter Information zur schnellen Orientierung längst auch in jenem Fach verstärkt bemerkbar, das die medialen Akteure dieses rasanten Wandels der Wissenskultur selbst zum Gegenstand hat. Aus der Fülle an neueren medienwissenschaftlichen Handbüchern hebt sich das vorliegende *Historische Wörterbuch des Mediengebrauchs* auf anregende Weise ab. Ausgehend von der einleuchtenden These, dass sich Bedeutung und Relevanz von Medien erst in deren Verwendung erweisen, konzentrieren sich die 46 Artikel des Buches auf konkrete Formen des Mediengebrauchs, die einer ausführlichen Analyse unterzogen werden. Festgemacht werden die Gebrauchsformen an Begriffen, die von „Adressieren“, „Aufzeichnen“, „Bloggen“ und „Digitalisieren“ über „Fernsehen“, „Filmen“, „Formatieren“, „Klicken“, „Knipsen“ und „Kopieren“ bis hin zu „Liken“, „Löschen“, „Speichern“ und „Stalken“, „Tippen“, „Twittern“, „Wischen“ und „Zappen“ einen alternativen Kanon medienwissenschaftlichen Basisvokabulars anbieten, das sich nah am allgemeinen Sprachgebrauch bewegt. Der Aufbau der einzelnen Artikel zielt dabei auf eine angemessene Balance zwischen empirischer Fundierung und theoretischer Fassung des jeweiligen Begriffs, der auf die politisch-sozialen, technischen und historischen Kontexte seiner Entstehung und Entwicklung hin ausgelegt wird. Angestrebt wird damit eine „vergleichende Beobachtung unterschiedlicher medialer Gebrauchsweisen“ (S. 7).

Am Beginn jedes Artikels steht zunächst eine Anekdote, mit der die betreffende Gebrauchsweise Anschaulichkeit gewinnen soll und die zusammen mit der etymologischen Herleitung des Begriffs, der diese Gebrauchsweise bezeichnet, den roten Faden der Diskussion bildet. Ein schönes Beispiel eröffnet den Artikel von Christina Bartz zum Begriff „Einrichten“ und zitiert aus einem Ratgeber mit dem Titel *Fernsehen ohne Geheimnisse* aus dem Jahre 1954. Man solle sich vor der Inbetriebnahme des seinerzeit noch neuartigen Empfangsgeräts gut überlegen, so wird dort empfohlen, wo der Fernseher in der Wohnung aufzustellen sei: „Er darf nicht so stehen, daß Ihre spielenden Kinder bei jeder Gelegenheit mit dem Ellenbogen in die Bildröhre geraten. [...] Er darf vor allem nicht so stehen, daß Sie nichts richtig sehen können. [...] Eine alte Erfahrung lehrt, daß man einen vollkommenen Eindruck vom Fernsehen hat, wenn der Empfänger nicht mitten im Zimmer steht [...]. Wenn Sie also eine freie Stelle an der Wand gefunden haben, an die Sie den Empfänger stellen wollen, sollten Sie darauf achten, daß Sie ohne große Mühe die erforderlichen Stühle und Sessel in richtiger Entfernung in der Nähe haben. [...] Seien Sie so klug und wählen Sie den Platz für Ihren Empfänger gleich von Anfang an so, daß Sie ohne umständliche Umbauten in Ihrer Wohnung die Fernsehsendungen verfolgen können. Es ist auch gut, wenn ein kleines Tischchen irgendwo in greifbarer Nähe ist. Denn schließlich muß ja der Aschenbecher irgendwo stehen“ (S. 195). Es folgt zum Abschluss der „gute Rat“, an diesem Tischchen nicht etwa auch das Abendessen einzunehmen, da es die „Hausfrau“ verständli-

cherweise gar nicht schätze, wenn den von ihr zubereiteten Mahlzeiten „so wenig Ehre“ angetan werde. Spielend können über diese Einstiegsanekdote der etymologische Bedeutungskern von „Einrichten“ als Arrangement von Raumelementen hergeleitet, die historischen und gesellschaftlichen Kontexte des Vorgangs erhellt und Forschungsperspektiven auf die seither zunehmende Umwidmung von Wohnraum zu Mediennutzungsarealen aufgefächert werden.

In sämtlichen Artikeln erfolgt die historische Situierung nicht nur durch die Erläuterung von Gebrauchskontexten, sondern auch in der Darstellung von zeitgebundenen Konjunkturen eines Begriffs, einschließlich der Karrieren entsprechender Gegenbegriffe. Dies führt – wie etwa im Fall von „Speichern“ und „Löschen“ oder „Klicken“ und „Wischen“ – zuweilen zu komplementären Begriffspaaren bzw. Wortgruppen und erschließt zwischen ihnen ganze Felder der kulturellen Praxis und historischen Semantik, auf denen das Paar bzw. die Gruppe miteinander nicht nur in Konkurrenz, sondern auf theoretisch komplexe und in Raum und Zeit veränderliche Weise in Beziehung steht. In letzter Konsequenz bildet das Buch auf der Makroebene insgesamt ein solches Beziehungsgeflecht zwischen Begrifflichkeiten und Gebrauchsweisen ab. Auf ebenso originelle wie fundierte Weise lässt es damit die sprachliche Matrix des Umgangs mit den verschiedensten Medien in Vergangenheit und Gegenwart vor unseren Augen erscheinen.

Prof. Dr. Michael Wedel



Heiko Christians/Matthias Bickenbach/Nikolaus Wegmann (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs*. Köln/Weimar/Wien 2015: Böhlau Verlag. 722 Seiten, 69,90 Euro



Serjoscha Wiemer:
*Das geöffnete Intervall. Medientheorie und
 Ästhetik des Videospieles.* Paderborn 2014:
 Wilhelm Fink. 284 Seiten, 36,90 Euro

Medientheorie und Ästhetik des Videospieles

Nicht erst seit dem „topographical turn“ (Sigrid Weigel) ist die Logik der Räumlichkeit eine der zentralen Debatten der Kultur- und Medienwissenschaft. Das Internet als virtueller Raum, das Computerspiel als Simulationsbild oder die Topologie des Kinos seien hier als exemplarische Referenzbeispiele aufgeführt. Mit dem vorliegenden Buch will Serjoscha Wiemer einen anderen Weg einschlagen. Nicht der Raum, sondern die Zeit ist bei ihm konstituierendes Element der ästhetischen Wahrnehmung von Computer- bzw. Videospiele.

Unter Rückgriff auf Henri Bergsons Bildontologie, auf Maurizio Lazzaratos Videophilosophie und auf die Bild-Taxonomie von Gilles Deleuze zeichnet Wiemer eine Kartografie von Computerspielen, die es ermöglichen soll, Wahrnehmungs-, Erfahrungs- und Subjektivierungsprozesse entlang einer temporalen Ordnung zu denken – dem Intervall. Wichtig ist ihm dabei, den prozessualen Charakter digitaler Bilder und der Bildgeneration selbst aufzuzeigen. Videospiele sind in dieser Hinsicht als besonders interessant anzusehen, da sich hier der Prozess der Sichtbarkeitswerdung auf mehrfache Weise konstituiert: Auf erster Ebene handelt es sich um einen Digitalisierungsprozess, auf zweiter Ebene um einen Programmcode und auf dritter und letzter Ebene um die Visualisierung auf dem Monitor (S. 41). Über den Rekurs auf partizipatorische Videoinstallationen sowie sensorische Immersionsprozesse erschließt sich der Autor seinen Ansatz, der in einer Kategorisierung von Videospiele anhand ihrer „charakteristischen

Konstellationen von Bewegung, Bildtransformationen, Körperpositionierungen und Handlungen“ mündet. Konkret unterscheidet er dabei – in Anlehnung an Deleuze – Videospiele in das „Bewegungs-Bild“, das „Affektbild“, das „Aktionsbild“ und das „Zeit-Bild“ (S. 160). Während der Herleitungsduktus dieser Kategorien medien- und technikzentriert ist, gestaltet sich die konkrete Analyse und Beschreibung derselben eher handlungsorientiert. Denn die Kategorien beziehen sich letztendlich auf Handlungs- und Körperpositionen. So bezeichnet das Affektbild beispielsweise Spiele wie *Silent Hill 2*, welche durch ein ständiges Bedrohungsszenario eine fragile Handlungsposition nahelegen, d. h. die Handlungsmacht immer wieder zu untergraben drohen. Im Zeit-Bild, derjenigen Kategorie, in welcher der temporale Aspekt am deutlichsten zum Tragen kommt, fasst er Spiele wie *Prince of Persia*. Hier erlauben es eingebaute Zeitportale, von der Gegenwart in die Vergangenheit zu wechseln. Mit der Zeit ändert sich auch die Ausgestaltung des Ortes (z. B. von Ruine zu prächtigem Schloss), es erfolgt so eine „temporale Fokalisierung“ des Ortes (S. 235). Das Aktionsbild bezieht sich auf die kanonischen Actionspiele, in denen intentionale Kausalhandlungen dominieren. Im Bewegungs-Bild hingegen dominieren nicht die intentionalen Kausalhandlungen, sondern die Bewegung, die als solche sinnstiftend wirkt. Tanzspiele zählen beispielsweise zu dieser Kategorie.

Die vorgenommenen Kategorisierungen sollen das Auge dafür schärfen, dass es sich bei Videospiele nicht um „räumliche Container“, sondern vielmehr um „verzeitlichte Räume“

handelt (S. 238). Eine Hervorhebung des prozessualen Charakters von Videospiele ist dem Autor mit dem vorliegenden, theoretisch anspruchsvoll fundierten Werk gelungen.

Wiemers Vokabular, mit dem er Eingriffsmöglichkeiten der Rezipienten als „Variation des videologischen Intervalls“ beschreibt, als „intensive Verschränkung von Körper und Bild“ (S. 252) orientiert sich konsequent an einer medien- und technikorientierten Theorettradition. Letztendlich beschreibt das videologische Intervall jedoch, wie ein Medienobjekt durch seine medien-spezifischen und textuellen Eigenschaften die Rezeption durch seine ludische und narrative Struktur oder durch spezifische Subjektpositionierungen vorstrukturiert. Dass der Autor keine Brücke zu rezeptionsorientierten Ansätzen schlägt, in denen jene Aspekte bereits ausführlich beschrieben wurden, verhindert einen interdisziplinären Blick, der sicherlich spannend gewesen wäre. Allerdings geht es Wiemer konkret um die Anwendung einer spezifischen Bildtheorie unter Ausklammerung der semiotischen Ebene. Das Innovationspotenzial der Arbeit besteht dann darin, dass es dem Autor gelingt, Bildtheorie und Videologie mit unterhaltungsorientierten Computerspielen zu verknüpfen. Durch die teils sperrigen Theorien entzieht sich das Buch dabei sicherlich einer breiteren Leserschaft. Allen Deleuze-Begeisterten ist es jedoch wärmstens zu empfehlen.

Dr. Susanne Eichner

Kommunikation in Krisenzeiten



Peter Höbel, Thorsten Hofmann
Krisenkommunikation
2., völlig überarbeitete Auflage
2014, 256 Seiten, € 24,99
15 s/w Abb., flexibler Einband
ISBN 978-3-86764-211-8

Peter Höbel und Thorsten Hofmann vermitteln wichtiges Grundlagenwissen über Krisen, beschreiben, wie man sich auf schwierige Situationen vorbereitet (Prävention) und zeigen angemessene Reaktion im Krisenfall (Intervention) auf. Social Media spielt dabei eine immer größer werdende Rolle.

Für die zweite, völlig überarbeitete Auflage haben die Autoren ihre Typologie auf nunmehr zwölf Krisenarten erweitert, die von Unfall, gefährlichen Produkten, Personenkrisen und feindlichen Übernahmen bis zu kriminellen Akten, Naturkatastrophen und internationalen Krisen reicht. Die aktualisierten Fälle werden nach einem einheitlichen Schema vorgestellt, das ein markantes Interventionsmerkmal, die geeignete Vorgehensweise, häufige Fehler und Praxisbeispiele umfasst.



Wolfgang Zehrt
Die Pressemitteilung
2., völlig überarbeitete Auflage
2014, 224 Seiten, € 24,99
10 s/w Abb., flexibler Einband
ISBN 978-3-86764-149-4

Wolfgang Zehrt zeigt in seinem Standardwerk, wie wichtig die Themenfindung und -absprache bei Pressemitteilungen ist. Ausführlich und anhand zahlreicher Positiv- und Negativbeispiele geht er auf deren Aufbau sowie auf Sprache und Stil ein. Dies allein reicht aber für eine erfolgreiche Ansprache der Medien nicht aus: Es ist auch wichtig, die Arbeitsweise von Redaktionen zu kennen und die Journalisten über einen guten Verteiler persönlich anzuschreiben. Und schließlich sollte man auf Anfragen von Journalisten vorbereitet sein und die Resonanz von Pressemitteilungen überprüfen können. Die zweite Auflage wurde grundlegend überarbeitet und um neue Beispiele ergänzt – der Autor geht auch ausführlich darauf ein, wie das Web 2.0 die Pressearbeit verändert.

www.uvk.de



Urteil

Kopf in der Kreissäge?

Keine verbotene Gewaltdarstellung

Vor Gericht begegnen sich ein Computerspielhersteller als Kläger und die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) als Beklagte. Gestritten wird darüber, ob die Indizierung des vom Kläger vertriebenen Computerspiels *T.E.* zu Recht erfolgt ist. Auf Antrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend hatte die BPjM das Spiel geprüft und entschieden, es wegen „verbotener Gewaltdarstellung“ nach § 131 Strafgesetzbuch (StGB) in die Liste jugendgefährdender Medien aufzunehmen (Listenteil B, siehe Erläuterung).

Bei dem Spiel schlüpft der Spieler in die Rolle eines Polizisten, der den Auftrag erhält, sich undercover in eine mafïöse Organisation einzuschmuggeln und diese zu liquidieren. Die Missionen enthalten sowohl Beat 'em up- („Schlag sie zusammen!“) als auch Shooter-Sequenzen. Kämpfer bedienen sich aus einem beträchtlichen Waffenarsenal. Um Gegner schnell und effizient auszulöschen, sind auch sogenannte „environment moves“ (Umgebungsangriffe) möglich: Bei diesen kann der Spieler wahlweise den Kopf der Gegner in eine Kreissäge drücken oder in einen Schmelzofen stecken. Auch gewaltfreie Missionen wie die Installation technischer Gerätschaften sind möglich. Zudem dürfen sich Spieler auch einfach nur amüsieren, z. B. bei Karaokegesang und Autorennen.

Das Verwaltungsgericht Köln entschied am 18.11.2014 zugunsten des Computerspielherstellers, *T.E.* sei zu Unrecht „auf dem Index gelandet“.

Das Spiel weist nach Auffassung des Gerichts keinen strafrechtlich relevanten Inhalt im Sinne des § 131 StGB auf, der eine Indizierung rechtfertige. Dem Gesetzeswortlaut nach werde „lediglich“ derjenige

„mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft, wer

1. eine Schrift (§ 11 Absatz 3), die grausame oder sonst unmenschliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen oder menschenähnliche Wesen in einer Art schildert, die eine Verherrlichung oder Verharmlosung solcher Gewalttätigkeiten ausdrückt oder die das Grausame oder Unmenschliche des Vorgangs in einer die Menschenwürde verletzenden Weise darstellt,

a) verbreitet oder der Öffentlichkeit zugänglich macht,

b) einer Person unter achtzehn Jahren anbietet, überlässt oder zugänglich macht [...].“

Der äußerst komplexe Straftatbestand lässt sich grob gliedern in 1. die „Schilderung grausamer oder sonst unmenschlicher Gewalttätigkeiten“ und 2. die besondere Sinngebung, die Gewalt durch die

Machart ihrer Darstellung/Schilderung erfahre – als Gewaltverherrlichung, -verharmlosung oder Verletzung der Menschenwürde.

Das Gericht schlüsselt die (Tatbestands-) Voraussetzungen detailliert auf und erläutert, warum das Spiel *T.E.* diese gerade nicht erfüllt.

Zunächst wird dargelegt, was unter einer **Gewalttätigkeit** im Sinne von § 131 StGB zu verstehen ist: „ein aggressives, aktives Tun, durch das unter Einsatz oder Ingangsetzen physischer Kraft unmittelbar oder mittelbar auf den Körper eines Menschen in einer dessen leibliche oder seelische Unversehrtheit beeinträchtigenden oder konkret gefährdenden Weise eingewirkt wird. [...] **Grausam** ist eine Handlung, wenn sie unter Zufügung besonderer Schmerzen oder Qualen körperlicher oder seelischer Art ausgeführt wird und außerdem eine brutale, unbarmherzige Haltung desjenigen erkennen lässt, der sie begeht. [...] Das Merkmal ‚**unmenschlich**‘ soll zum Ausdruck bringen, dass mit menschenverachtender, rücksichtsloser, roher oder unbarmherziger Gesinnung gehandelt wird, so etwa, weil es dem Täter Vergnügen bereitet, völlig bedenkenlos und kaltblütig Menschen zu misshandeln oder zu töten. [...] Gerade das Grausame bzw. Unmenschliche des Vorgangs muss – für den durchschnittlichen Leser, Betrachter usw. – erkennbar den wesentlichen Inhalt der Schilderung ausmachen. [...] Als nicht ausreichend wird daher eine derart distanzierte oder verfremdete Gewaltdarstellung angesehen, in der das Grausame oder Unmenschliche nicht mehr ohne Weiteres erkennbar ist.“

Die Kammer räumt zwar ein, dass es sich beim gewalttätigen Drücken menschlicher Köpfe in Kreissägen und Schmelzöfen grundsätzlich um grausame Tötungs- und Verletzungshandlungen handelt. Sie zweifelt jedoch daran, ob die geforderte Intensität gegeben ist, da die Schilderung jeweils nur kurz, aus einer entfernteren Perspektive und ohne weiter gehende Details erfolge.

Auch werde kein Gesichtsausdruck gezeigt, der eine unbarmherzige Haltung des Täters erkennen lasse.

Auf jeden Fall mangle es der Schilderung aber an der erforderlichen, oben bereits dargelegten besonderen Sinngebung. Zunächst erfolge die Schilderung nicht im Sinne einer **Gewaltverherrlichung**. Diese liege nur bei einer „Berühmung als etwas Großartiges, Imponierendes oder Heldenhaftes“ vor, nicht jedoch bei bloßer Positivbewertung von Gewalt: „Vielmehr bedarf es einer Übersteigerung der positiven Sinngebung von Gewalttätigkeiten dergestalt, dass diese als herausragend, heldenhaft und gerade ‚herrlich‘ interpretiert wird.“

Hier wendet sich das Gericht gegen die Auffassung der Bundesprüfstelle, eine Gewaltverherrlichung liege bereits darin, dass Spieler für sogenannte *Umgebungsangriffe* mit einer gewissen Punktzahl belohnt würden. Einerseits honoriere das Spiel auch den Erfolg we-

niger brutaler Attacken mit gleicher Punktzahl, andererseits würden Brutalitäten weder besonders hervorgehoben, noch erfolge besondere akustische Untermalung, Lob oder „sonstige Bestärkungen des Spielers“.

Aus gleichem Grunde erkennt die Kammer keine **Gewaltverharmlosung**. Eine solche sei nur anzunehmen, „wenn die gezeigten Gewalttaten im gesamten Darstellungszusammenhang und aus Sicht eines verständigen, unvoreingenommenen Betrachters als nicht verwerfliche Form menschlichen Verhaltens oder akzeptables Mittel zur Konfliktlösung dargestellt werden. [...] Dem Begriff der Verharmlosung ist genau wie dem Begriff der Verherrlichung eine wertende Aussage immanent, die über eine bloße Wiedergabe – ungeachtet ihrer Detailgenauigkeit – hinausgeht. ‚Neutrale‘ Gewaltdarstellungen, denen ein wertender Charakter fehlt, erfüllen die tatbestandlichen Voraussetzungen daher nicht.“ Genau das sieht das Gericht hier als gegeben an: eine „bloß“ neutrale Schilderung der gezeigten Kampfsequenzen. Auch bei Betrachtung des Gesamtzusammenhangs erführen die Szenen keine gewaltverharmlosende Wirkung, da das Spielgeschehen im Mafiamilieu angesiedelt sei und die Gewaltspitzen überwiegend zwischen den verfeindeten Gruppierungen stattfänden.

Die Darstellung erfolge auch nicht in einer die Menschenwürde verletzenden Weise, derart, dass **„beim Betrachter eine Einstellung erzeugt oder verstärkt wird, die den fundamentalen Wert- und Achtungsanspruch leugnet, der jedem Menschen zukommt**. Das geschieht insbesondere dann, wenn grausame oder sonstwie unmenschliche Vorgänge gezeigt werden, um beim Betrachter ein sadistisches Vergnügen an dem Geschehen zu vermitteln, oder um Personen oder Gruppen als menschenunwert erscheinen zu lassen.“ Als Beispiele dafür nennt die Kammer Gewaltexzesse, „die u. a. gekennzeichnet sind durch das Darstellen von Gewalttätigkeiten in allen Einzelheiten, z. B. das (nicht nur) genüssliche Verharren auf einem leidverzerrten Gesicht oder auf den aus einem aufgeschlitzten Bauch herausquellenden Gedärmen“ (vgl. Beschlussempfehlung und Bericht des Ausschusses für Jugend, Familie und Gesundheit vom 30.11.1984). Die Schilderung erfolge hier gerade nicht exzessiv und detailgenau, ein sadistisches Vergnügen könne wegen der Kürze und detailarmer Darstellungen der Gewalthandlungen und insbesondere deren Folgen verneint werden: Kameras verharren nicht auf schmerzverzerrten Gesichtern – im Gegenteil: Die Gesichter der Opfer seien ebenso wenig zu sehen wie Verletzungsfolgen, etwa abgetrennte Gliedmaßen, gespaltene Schädel, austretende Hirnmasse. Die Kammer konstatiert, dass das kurz dargestellte spritzende Blut keine andere Annahme rechtfertigt. Sie widerspricht des Weiteren der Ansicht der Bundesprüfstelle, dass allein die hohe Anzahl der Opfer, die zudem entpersonalisiert oder ausschließlich negativ gezeichnet wären, die Tendenz erkennen ließe, die Darstellung der

Gewalt erfolge, um Personen oder Gruppen als menschenunwert erscheinen zu lassen.

Stand des Verfahrens: Das Urteil ist rechtskräftig.

VG Köln, Urteil vom 28.11.2014 - Az. 19 K 5130/13

Erläuterung:

Listenteil B: Das Jugendschutzgesetz (JuSchG) verpflichtet die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPfJM), die Liste der jugendgefährdenden Medien zu führen. Die BPfJM führt in Teil B alle Trägermedien auf, die sowohl jugendgefährdend sind, als auch einen möglicherweise strafrechtlich relevanten Inhalt haben. Stellt ein Gericht in einer rechtskräftigen Entscheidung fest, dass das Medium nicht strafrechtlich relevant ist, wird es in Liste A umgetragen. Stellt ein Gericht in einer rechtskräftigen Entscheidung fest, dass ein Medieninhalt strafrechtlich relevant ist, wird das Medium zusätzlich in der von der BPfJM geführten Übersicht aller bundesweit beschlagnahmten Medien aufgeführt.

Aufsätze und Notizen

Die Sieben-Tage-Regel – ein untaugliches Mittel

Konstantin Klein widmet sich dem Umgang mit der Kopierbarkeit digitaler Videos. Zunächst stellt er dar, wie sich die Reproduktionstechnik im Laufe der Zeit gewandelt hat. Im Zeitalter der VHS-Video-kassetten hätten Rechteinhaber noch eine weitgehende Kontrolle über die Verbreitung ihrer Werke besessen. Mit dem Einzug digitaler Medien und der damit verbundenen Chance für verlustfreie Duplikate in beliebiger Stückzahl sei ein Kontrollverlust eingetreten. Jeder könne mit einfachen Mitteln aus dem Elektronikmarkt qualitativ hochwertige Kopien erstellen und diese über das Internet publizieren.

Für den Kampf gegen die Verbreitung von fremdem geistigem Eigentum sieht Klein hier gegenwärtig nur untaugliche Mittel. Vor allem die technische Verhinderung sei bislang immer wieder gescheitert: Allzu leicht ließen sich digitale Kopiersperren umgehen. Parallel dazu nennt er die „Sieben-Tage-Regel“. Mit ihr sei es öffentlich-rechtlichen Programmanbietern erlaubt, linear ausgestrahlte TV-Inhalte zwar nachträglich zur Verfügung zu stellen, aber eben nur für eine Woche. Der Autor erörtert die Untauglichkeit dieser Regelung aus der Perspektive unterschiedlicher Akteure im Mediengeschäft. Filmemacher (vertreten durch die AG Dokumentarfilm) stellten ein nachlassendes Interesse bei Produzenten und ausstrahlenden Anstalten fest, DVDs zu produzieren, da die Nutzer ihr stärkstes Interesse an ausgestrahlten Sendungen sieben Tage lang gratis befriedigen könnten. Programmveranstalter hingegen sähen die Attraktivität ihrer Mediatheken durch die Befristung gemindert. Auch aus Sicht der Konsumenten sei die Regelung unverständlich, da sie glaubten, über den Rundfunkbeitrag bereits für ihren Medienkonsum gezahlt zu haben. Aufgrund dieses wenig zufriedenstellenden Status quo fordert Klein ein völlig neues Urheberrecht, das auf den neuen Grundlagen von Produktion und Verbreitung aufbaue und das durch Transparenz und Klarheit die berechtigten Ansprüche von Industrie und Verbrauchern gleichermaßen berücksichtige. Das seit Jahren praktizierte Fortschreiben bisheriger Paragraphen ist nach Kleins Auffassung „gescheitert“.

Artikel: Die Sieben-Tage-Regel – ein untaugliches Mittel
Autor: Konstantin Klein, Redaktionsleiter der Videoredaktion in der Deutsche-Welle-Hauptabteilung Zentrale Bereiche.
Quelle: <http://irights.info/artikel/die-7-tage-regel-ein-untaugliches-mittel/25164> (letzter Zugriff: 25.06.2015)

Nur nächtliche „Sendezeiten“ für heikle E-Books?

Onlinebuchhändler und Verlage sind irritiert durch Meldungen, E-Books mit jugendgefährdendem Inhalt dürften nur noch nachts heruntergeladen werden. Anlass: Ein Leser beschwerte sich bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) darüber, dass er das als pornografisch empfundene Buch *Schlauchgelüste* ohne Einschränkung in einem E-Book-Shop entdeckte. Diese Autobiografie, laut Untertitel *Liebesbrief an eine verlorene Männlichkeit*, handelt von den Folgen einer Geschlechtsumwandlung. Zwei Jahre lang hatte davon kaum jemand Notiz genommen. Nach der Beschwerde nahm die BLM Kontakt zu dem Händler auf, der das umstrittene Werk, um keinen teuren Prozess zu riskieren, sogleich aus seinem Sortiment entfernte. Gleichzeitig wollte er freilich wissen, wie er künftig mit Vergleichbarem (etwa *Fifty Shades of Grey*) umgehen solle – und löste damit eine Welle missverständlicher Berichterstattung aus.

Im Unterschied zu gedruckten Büchern sind E-Books „Telemedien“, die unter die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags fallen. „Pornografische, indizierte oder schwer jugendgefährdende Inhalte dürfen der Öffentlichkeit generell nicht frei im Netz zugänglich gemacht werden, sondern nur in geschlossenen Benutzergruppen“, erläutert Rechtsanwältin Susanne Barwick vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels. „Anders sieht es bei E-Books mit ‚entwicklungsbeeinträchtigenden‘ Inhalten aus. Für sie gelten weniger scharfe Regeln“, etwa der Einsatz technischer Verbreitungsbeschränkungen oder eines Jugendschutzprogramms. Auch Zeitgrenzen (zugänglich nachts bis 6.00 Uhr früh) seien in Anlehnung an den Umgang mit Filmen zwar denkbar, aber für den Buchhandel „nicht praktikabel“.

Da nicht jeder Onlineshop jeden Titel selbst prüfen kann, um den Anforderungen des Jugendschutzes zu genügen, sollen Verlage ab November 2015 bei ihrer obligatorischen Anmeldung zum „Verzeichnis Lieferbarer Bücher“ (VLB) in einem Pflichtfeld angeben, ob deren Inhalt jugendgefährdend ist. Spätestens ab 2017 sollen potenziell jugendgefährdende E-Book-Veröffentlichungen nur noch in speziellen Rubriken oder geschlossenen Nutzergruppen angeboten werden.

Quellen:

http://www.boersenblatt.net/artikel-jugendschutz_bei_e-books_972349.html „Zeitliche Grenzen sind keine praktikable Lösung“ (letzter Zugriff: 25.06.2015)
<http://irights.info/artikel/was-ist-dran-an-der-sendezeit-beschaerung-fuer-e-books/25828>
 „Was ist dran an der ‚Sendezeitbeschränkung‘ für E-Books?“ (letzter Zugriff: 25.06.2015)

Unterhaltungsfilme für Volljährige im Kontext des Jugendschutzgesetzes

Sebastian Schwiddessen verschafft einen Überblick über die seit 2003 geltenden Vorschriften des Jugendschutzgesetzes (JuSchG). Damals entstand die grundlegende Reform von JuSchG und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag unter dem Eindruck des Amoklaufs an einem Erfurter Gymnasium mit 17 Toten, der 2002 die Öffentlichkeit schockiert und den Diskurs über gewaltverherrlichende Medien verschärft hatte. Seitdem gilt ein neues Stufenverhältnis beim Prüfungsmaßstab der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) im Hinblick auf die höchste Alterskennzeichnung „Keine Jugendfreigabe“ (ab 18). Außerdem führte die Etablierung neuer Straftatbestände in § 27 JuSchG dazu, dass sowohl die FSK als auch die Juristenkommission der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V. (SPIO/JK) ihre Kennzeichnungspraktiken stark anpassen mussten.

Der Autor weist auf Vorteile hin, die eine entsprechende FSK-18-Kennzeichnung mit sich bringt: Für den kommerziellen Vertrieb eröffne sich damit ein erheblich größerer Markt, da es viele der größeren Händler ablehnten, nicht gekennzeichnete Filme in ihr Sortiment aufzunehmen. Gekennzeichnete Filme dürften überdies nicht mehr durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indiziert werden; so sei das Risiko von Fehlinvestitionen gebannt, da der öffentliche Verkauf bereits angeschaffter Bildträger nach ihrer Indizierung nicht mehr zulässig sei.

Was aber, wenn die FSK eine Kennzeichnung verweigert? Schwiddessen klärt über die Folgen und das weitere Prozedere auf: Der Vertreiber könne den Film in einer gekürzten Fassung erneut vorlegen und bei entsprechender Kennzeichnung auf den Markt bringen. Nachteil dabei sei allerdings, dass sich eingefleischte Fans vorab in Internetforen über die Kürzungen eines Films informieren könnten; Ärger bei Konsumenten bis hin zu Zensurvorfürfen würden laut. Die Alternative, eine ungekennzeichnete Version in den Handel zu bringen, berge die Gefahr der nachträglichen Indizierung. Als dritte Lösung nennt Schwiddessen die Einholung eines Gutachtens der SPIO-Juristenkommission. Der Vertreiber erwirke mit dieser Kennzeichnung zwar keinen Indizierungsschutz, aber eine Rechtssicherheit dahin gehend, dass der Film als strafrechtlich unbedenklich anzusehen sei.

Mit einer Indizierung sind, so der Autor, gravierende wirtschaftliche Nachteile verbunden: Solche Filme dürften beispielsweise öffentlich weder verkauft noch ausgestellt werden. Zudem sei der lukrative Versandhandel eingeschränkt. Auswirkungen ergäben sich zusätzlich für den ökonomisch bedeutenden Video-on-Demand-Markt und das Rundfunkgeschäft, da die Verbreitung auch dort unzulässig sei (vgl. § 4 JMStV). Zur Risikominimierung habe sich die Strategie der Doppelpublikation etabliert, um die Vorteile beider Kennzeichnungen zu vereinen: die Veröffentlichung der ungekürzten

Version mit SPIO-Freigabe und die einer gekürzten Fassung mit FSK-Label.

Die neuen Regelungen hätten sich in der Praxis weitgehend bewährt, resümiert der Autor. Insbesondere die Indizierungssperre ver helfe den Vertreibern zu mehr Rechts- und damit auch Planungssicherheit.

Aufsatz: Unterhaltungsfilme für Volljährige im Kontext des Jugendschutzgesetzes – Ein Überblick

Autor: Sebastian Schwiddessen

Quelle: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), 3/2015, S. 226 ff.

Vorlagefähigkeit von TV-Sendungen

Klaus Beucher und Nima Mafi-Gudarzi

In einem Urteil vom 7. Mai 2015 (Az. 8 A 256/14) entschied der Hessische Verwaltungsgerichtshof erstmals die Frage, wann Sendungen als vor ihrer Ausstrahlung vorlagefähig bzw. nicht vorlagefähig im Sinne des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) zu bewerten sind. Zugleich ist dies eine Grundsatzentscheidung zum Verhältnis der staatlichen Aufsicht zu Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle in Jugendschutzfragen.

Systematik des Aufsichtsregimes des JMStV

Das Aufsichtsregime des JMStV setzt bekanntlich das Prinzip der regulierten Selbstregulierung im Jugendmedienschutz um: Wenn die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) einen Verstoß gegen Bestimmungen des JMStV moniert, der Veranstalter aber nachweist, dass er vor Ausstrahlung der Sendung diese der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) vorgelegt hat, so kann die KJM nur dann Maßnahmen gegen den Veranstalter ergreifen, wenn die Entscheidung der FSF „die rechtlichen Grenzen des Beurteilungsspielraums überschreitet“ (§ 20 Abs. 3 Satz 1 JMStV).

Dieses Prinzip ist offensichtlich nur bei solchen Sendungen umsetzbar, die der FSF rechtzeitig vor Ausstrahlung vorgelegt werden können. Bei anderen, nicht vorlagefähigen Sendungen gilt ebenfalls das Primat der Kontrolle durch die FSF. Die KJM darf Maßnahmen gegen den Veranstalter erst dann ergreifen, wenn sich die FSF mit der Sendung befasst hat. Kommt diese dann zur Auffassung, dass die Ausstrahlung nicht zu beanstanden ist, gilt wiederum: Nur wenn die FSF bei ihrer Bewertung den Beurteilungsspielraum nicht einhält, darf die KJM tätig werden (§ 20 Abs. 3 Satz 2 JMStV). Bislang noch nicht entschieden war die Frage, wann eine Sendung nicht vorlagefähig ist. Der JMStV definiert den Begriff nicht; die Gesetzgebungsmaterialien zum JMStV geben einen Hinweis, sind aber auch nicht gänzlich eindeutig.

Der Fall

In dem vom HessVGH entschiedenen Fall ging es um die Ausstrahlung einer Folge der Tageszusammenfassung von *Big Brother* bei RTL II im Jahre 2009. Die KJM hatte einige Szenen der Folge als entwicklungsbeeinträchtigend eingestuft und über die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) eine Beanstandung ausgesprochen. Hiergegen wehrte sich RTL II u. a. deswe-

gen, weil die KJM nicht vor der Beanstandung die FSF mit der Sache befasst hatte. RTL II seinerseits hatte die Sendung nach Ausstrahlung der FSF vorgelegt, die die Ausstrahlung der Sendung zu dem von RTL II gewählten Sendetermin nicht beanstandete. Der Einwand von RTL II fußte darauf, dass die Tageszusammenfassungen von *Big Brother* nicht vorlagefähig sind, weil sie jeweils erst kurz vor Ausstrahlung fertig produziert werden, um möglichst zeitnah und aktuell von den Geschehnissen des Vortages berichten zu können. Der Zeitraum zwischen Fertigstellung und Ausstrahlung war daher nicht ausreichend, um die Sendung vor Ausstrahlung bei der FSF zur Prüfung vorzulegen.

Die KJM monierte die Ausstrahlung, ohne zuvor die FSF mit der Sache befasst zu haben. Dabei hatte sowohl die Prüfgruppe als auch der Prüfausschuss der KJM in der Sache keinen Verstoß gegen jugendschutzrechtliche Bestimmungen erkannt. Dennoch kam die KJM zu der Entscheidung, dass ein Verstoß vorlag.

Die Entscheidungen der Gerichte

Das Verwaltungsgericht Kassel stützte in seinem Urteil vom 31. Oktober 2013 (Az. 1 K 391/12.KS) die Auffassung der KJM. Nicht vorlagefähig sei eine Sendung nur dann, wenn es – wie bei Liveübertragungen – objektiv nicht möglich sei, eine Entscheidung der FSF vor Ausstrahlung einzuholen. Vorliegend aber habe RTL II das Format und die Produktionsbedingungen so steuern können, dass eine Vorlage bei der FSF vor Ausstrahlung möglich gewesen wäre: „Vielmehr ist es Sache des Anbieters, hier also der Klägerin, dafür Sorge zu tragen, dass die Sendung, bei der es sich der Sache nach um einen Bericht über Ereignisse des Vortages handelt, so rechtzeitig produziert wird, dass eine Vorlage an die FSF möglich ist.“ Als nicht vorlagefähig sah das VG lediglich „Nachrichtensendungen, Liveübertragungen aus aktuellem Anlass und ähnliche Sendeformate“ und solche Sendungen an, die „allein wegen der Produktionsbedingungen nicht vor der Ausstrahlung vorgelegt werden können.“ Vorlagefähig seien dagegen Sendungen, „in denen zwischen dem abgebildeten Geschehen und der tatsächlichen Ausstrahlung ein gewisser Zeitraum vergeht und die vor der Ausstrahlung redaktionell bearbeitet werden.“

Interessant ist die Begründung des VG: Es sieht in der Vorabkontrolle durch die FSF einen eng auszulegenden „Sonderfall“ und bewertet diese gesetzgeberische Regelung als eine „Privilegierung“ des Sendeunternehmens. Diese sei nur angebracht, wenn die betreffende

Sendung tatsächlich aufgrund ihres Inhalts und der Aktualität sofort ausgestrahlt werden muss, weil sie ansonsten ihren Sinn verliert. Kurz: Wenn der Inhalt einer Sendung die sofortige Ausstrahlung nicht gebietet, muss der Sender die Ausstrahlung entweder entsprechend verschieben, oder er verliert die Möglichkeit – das „Privileg“ –, die Sendung primär von der FSF prüfen zu lassen.

Dieser Begründung tritt der HessVGH entgegen. Seine Auslegung des Begriffs der nicht vorlagefähigen Sendung setzt bei der verfassungsrechtlich als Bestandteil der Rundfunkfreiheit geschützten Programmfreiheit des Rundfunkveranstalters an. Hiervon seien „auch die Entscheidungen über das Format bzw. Konzept der Sendung, über die Produktionsabläufe sowie über den Zeitpunkt der Ausstrahlung“ erfasst. Für die Frage, ob ein Format durch eine Aktualität des Geschehens geprägt sei, kommt es nach Auffassung des Senats auf die Entscheidung des Rundfunkveranstalters an, die von der staatlichen Aufsicht prinzipiell zu akzeptieren sei. Anders als die KJM und das VG Kassel dies annahm, ist der Aufsicht verwehrt, das Konzept des Veranstalters in inhaltlicher Hinsicht zu überprüfen und eigene Maßstäbe dafür anzulegen, wann eine Sendung ausgestrahlt werden soll bzw. ob eine Verschiebung der Ausstrahlung für den Veranstalter zumutbar ist. Damit kommt der HessVGH zu folgender Definition einer nicht vorlagefähigen Sendung:

„[E]in Angebot eines Rundfunkveranstalters [...], das nach diesem Konzept durch einen Aktualitätsbezug gekennzeichnet ist, der eine Vorlage an eine Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle zur Überprüfung mit dem für sie erforderlichen zeitlichen Vorlauf vor Ausstrahlung nicht zulässt.“

Bei dem Format *Big Brother* sei die Tagesaktualität unmittelbarer Bestandteil des Konzepts der Veranstalter.

Ohne sich festzulegen, sieht das Gericht eine mögliche Grenze allenfalls in solchen Fällen, bei denen der Veranstalter mit dem von ihm verfolgten Aktualitätsbezug bezweckt, die jugendmedienschutzrechtliche Vorabkontrolle zu umgehen.

Bewertung

Das Urteil des HessVGH stärkt insgesamt die Programmfreiheit des Rundfunkveranstalters ebenso wie die Stellung der FSF und der übrigen Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle nach dem JMStV. Es ordnet außerdem das Konzept der regulierten Selbstregulierung zutreffend in einen verfassungsrechtlichen Kontext ein.

Zunächst jedoch bringt das Urteil Rechtssicherheit bei der Frage, welche Sendungen als vorlagefähig und welche als nicht vorlagefähig zu gelten haben. Das Gericht stellt klar, dass eine Sendung dann nicht vorlagefähig ist, wenn sie nach der Entscheidung des Veranstalters einen Aktualitätsbezug aufweist. Insofern bestimmt sich der Aktualitätsbezug und damit die Nichtvorlagefähigkeit nicht allein nach objektiven Maßstäben, entscheidend ist vielmehr die verfassungsrechtlich geschützte Programmdecision des Senders. Die Auffassung der KJM und des VG Kassel, wonach der Aktualitätsbezug sich aus objektiven Kriterien ergeben muss, würde zwangsläufig dazu führen, dass im Zusammenhang mit der Frage der (Nicht-) Vorlagefähigkeit einer Sendung die staatliche Aufsicht darüber entscheiden müsste, ob eine Sendung hinreichend Aktualitätsbezug hat, um in die eine oder die andere Kategorie zu fallen. [...]

Auf einer grundsätzlicheren Ebene zeichnet der HessVGH ein klares Bild von dem Verhältnis von staatlicher Aufsicht und Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle. Nach der Entscheidung des Gesetzgebers des JMStV sind – so der Senat – nicht die Landesmedienanstalten und die KJM in Jugendschutzfragen primär zuständig. Ihre Zuständigkeit sei „prinzipiell der Überprüfung durch Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle nachgelagert.“ Damit wird auch gleichzeitig eine Absage an die Bewertung erteilt, wonach die Eröffnung des Weges zu der Kontrolle durch die FSF ein „Privileg“ sei, das nur ausnahmsweise zum Tragen kommen dürfe.

Der Senat nimmt dabei ausdrücklich Bezug auf das Konzept der regulierten Selbstregulierung, das in § 20 Abs. 3 JMStV umgesetzt sei. Er ordnet dieses Konzept in den verfassungsrechtlichen Kontext ein: Der Staat habe seine verfassungsrechtliche Aufgabe zum Jugendschutz auf die Selbstkontrollenrichtungen übertragen, ohne die Letztverantwortung, die durch die KJM nach wie vor wahrgenommen wird, aufzugeben. Damit habe der Gesetzgeber das „Spannungsverhältnis“ zwischen der Verpflichtung zur Gewährung eines möglichst effektiven Jugendschutzes und dem sich aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG ergebenden „Postulat einer möglichst staatsfernen und damit zugleich anbieterschonenden Gestaltung von Aufsichtsmechanismen“ ausgeglichen mit dem Resultat einer verringerten Kontrollichte der KJM. Verfassungsrechtliche Zweifel an dieser Aufgabenverteilung hat der HessVGH offensichtlich nicht.

Die Entscheidung des HessVGH wird wohl nicht das letzte Wort zur Frage der Nichtvorlagefähigkeit sein. Die LPR Hessen wird den vom Senat wegen der grundsätzlichen Bedeutung der Frage zugelassenen Weg der Revision zum Bundesverwaltungsgericht einschlagen.



Klaus Beucher ist Partner, Nima Mafi-Gudarzi Associate bei Freshfields Bruckhaus Deringer LL.P. Sie vertreten RTL II in dem Rechtsstreit.

Rezension



Thomas Rakebrand:
 „Gehört das dann der Welt
 oder YouTube?“ *Junge
 Erwachsene und ihr Ver-
 ständnis vom Urheberrecht
 im Web 2.0.* München 2014:
 kopaed. 130 Seiten,
 14,80 Euro

Wem gehört das Internet?

Der Autor der vorliegenden sozialwissenschaftlichen Studie zum Urheberrecht im Internet rückt einmal nicht die Sichtweise von Gesetzgebung und Industrie, sondern die der jungen erwachsenen Nutzer in den Fokus. Sein Erkenntnisinteresse formuliert er mit der Frage: „Welches Verständnis haben junge Erwachsene vom Urheberrecht und seinen Bestimmungen mit User-Generated Content (UGC)?“ (S. 15). Diese Hauptforschungsfrage untergliedert Thomas Rakebrand in die Unterpunkte: Was wissen junge Erwachsene über das Urheberrecht, über welche Informationskanäle gelangen sie an ihr Wissen, inwiefern setzen sich die jungen Erwachsenen bei ihrer Medienaneignung mit dem Urheberrecht auseinander und welche Bedeutung hat entsprechendes Medienhandeln für die Bildung ihrer Identität?

Zunächst widmet sich der Autor dem Untersuchungsgegenstand und verschafft seinen Leserinnen und Lesern von der Entstehungsgeschichte des Urheberrechts bis hin zur gegenwärtigen Gesetzeslage einen guten Überblick. Begrifflichkeiten wie Werk, Urheber, User-Generated Content (UGC) werden definiert, Verwertungs-, Nutzungs- und Urheberpersönlichkeitsrechte aufgelistet und urheberrechtsrelevante Vorgänge wie das Aufzeichnen und die Veröffentlichung von Medieninhalten im Internet benannt. Im Kapitel *Theoretische Ansätze, Begriffe und Prämissen* geht Rakebrand auf die Moralentwicklung und Identitätsbildungsprozesse bei jungen Erwachsenen ein und erläutert schließlich die medienbezogenen Ansätze der Mediensozialisation, -kompetenz und Medienaneignung.

Rakebrand legt dar, dass der gegenwärtige Forschungsstand zum urheberrechtsrelevanten Medienhandeln generell sowohl innerhalb einzelner wissenschaftlicher Disziplinen als auch zwischen diesen Lücken aufweist. Zudem stammen entsprechende Analysen überwiegend aus dem Bereich der Rechtswissenschaften und basieren nicht auf empirischen Untersuchungen. Empirische Erhebungen seien oftmals von Interessenverbänden der Industrie oder durch sonstige wirtschafts- bzw. marktorientierte Auftragsforschung initiiert; der Internetnutzer werde dabei oftmals „bloß“ als potenzieller „Urheberrechtsverletzer“ in den Blick genommen.

Mit seiner empirischen Studie, die ausschließlich qualitative Methoden zur Erhebung verwendet und einen subjektorientierten Ansatz verfolgt, kann Rakebrand diesem defizitären Forschungsstand begegnen. Für seine

Untersuchung rekrutierte er potenzielle Teilnehmer mittels Fragebogen. Elf geeignete Teilnehmer im Alter von 20–25 Jahren wurden anschließend für zwei Gruppendiskussionen ausgewählt. Die Unterteilung in die jeweilige Gruppe erfolgte anhand der beruflichen Ausrichtung der Teilnehmer: angehende/nicht angehende Medienberufler. An die Gruppendiskussionen schlossen sich sechs leitfadengestützte Interviews an.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass die Befragten keine hinreichenden Kenntnisse zu urheberrechtlichen Bestimmungen haben. Dies schließt sie in ihren Augen von der Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs und damit vom Aushandeln entsprechender Reformbestrebungen aus. Die Befragten fordern daher in erster Linie eine Reduktion der Komplexität des Regelwerks bzw. eine Transparenz des Gesetzes. Rakebrand plädiert für eine entsprechende Wissensvermittlung. Ein interessantes Ergebnis ist außerdem, dass den jungen Erwachsenen die Anerkennung der Urheberschaft (Namensnennung bei Veröffentlichung eigener Werke im Netz) wichtiger ist als die finanzielle Verwertung ihrer Werke.

Empfehlenswert ist die Publikation zum einen für diejenigen, die die urheberrechtlichen Bestimmungen durch die Brille eines Medienwissenschaftlers betrachten wollen und sich dabei intensiv mit den einzelnen Theorien (zur Mediensozialisation, -kompetenz und Medienaneignung) auseinandersetzen möchten. Zum anderen ist die Sichtweise der jungen Prosumer (Produzent + Konsument) interessant. Dabei darf man sich allerdings nicht von dem fachspezifisch eingefärbten Sprachduktus abschrecken lassen.

Aufgrund der wenigen Befragten sowie der fehlenden Rekrutierung von Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit „formal niedriger Bildung“ und ohne medien-spezifischen Background (selbst dem „nicht angehenden Medienberufler“ war mehrheitlich das Thema „Urheberrecht 2.0“ vertraut) ist für die aufgestellten Thesen und Ergebnisse keine Allgemeingültigkeit anzunehmen. Selbstkritisch sieht der Autor daher auch noch weiter gehenden Forschungsbedarf.

Anke Soergel

Anmerkung:

Thomas Rakebrand ist diesjähriger medius-Preisträger (fsf.de/veranstaltungen/medius/medius-2015/). Das hier besprochene Buch ist aus seiner prämierten Masterarbeit hervorgegangen. Die Besprechung seiner Publikation wurde bereits vor der Jury-Entscheidung verfasst und erfolgte unabhängig von der Preisvergabe.

WENN NIEMAND MEHR DIE ABHÖRPRAKTIKEN DER NSA AUFDECKT, SIND UNSERE DATEN DANN WIEDER PRIVAT?



REPORTER OHNE GRENZEN E.V. - WWW.REPORTER-OHNE-GRENZEN.DE
SPENDENKONTO IBAN: DE26 1009 0000 5667 7770 80 - BIC: BEVODE33

**REPORTER
OHNE GRENZEN**
FÜR INFORMATIONSFREIHEIT

[20 JAHRE]

Ins Netz gegangen

Instant-Verlag

Facebooks Danaergeschenk an die Verlage

Mit Instant Articles will Facebook Nachrichtenartikel auf Mobilgeräten schneller laden, und die Verlage sind mit Begeisterung dabei. Doch wer profitiert davon wirklich – und was ist am mobilen Web kaputt?

Ein hübsches neues Feature hat Facebook da für seine Mobil-App entwickelt: Neuerdings können iPhone-Besitzer komplette Artikel innerhalb der App lesen, statt diese per Link zu öffnen und mit WebView abzurufen. Dank automatisch abgespielter Videos, stufenlos zoombarer Landkarten und per Neigungssensor navigierbarer Fotos sehen diese Instant Articles (<http://instant-articles.fb.com/>) ziemlich gut aus.

Deutschsprachige Leser können die Instant Articles bereits bei den Facebook-Streams von Spiegel-online und Bild.de ausprobieren. Die beiden Medienhäuser dürften sich geschmeichelt fühlen, sind sie doch die weltweit einzigen nicht englischsprachigen Launch-Partner Facebooks in einem bislang sehr exklusiven Club, dem sonst etwa die „New York Times“, die BBC und der „Guardian“ angehören.

Die Verlage dürfen in der Facebook-App ihre eigene Gestaltung verwenden, ihre eigene Werbung verkaufen und den Erlös

komplett behalten; sogar eine Bezahl-schranke, wie sie Bild.de aufgebaut hat, soll möglich sein.

Offensichtlich also ein guter Handel für die Verlage – so gut, dass der Springer-Verlag kurzzeitig vergaß, dass er gerade mit aller Macht eine vergleichbare Symbiose mit Google aufkündigen will, indem er seinen gesamten Einfluss für das Leistungsschutzrecht in die Waagschale wirft. Nur dass es dort um winzige Textschnipsel in der Suchmaschine statt um ganze Artikel geht.

Facebook als Filter

Doch Instant Articles ist kein harmloses Feature, sondern sowohl Symptom als auch Symbol für verschiedene Entwicklungen, die unsere Medienwelt allmählich transformieren: weg von den alten Medienhäusern, hin zu globalen Plattformen, weg vom offenen Web, hin zu kommerziellen Dienstleistern – und das unter den Bannern von mobilem Internet und Social Web. Immer mehr wird das offene Web zwischen den großen Plattformen und den Mobilgeräte-Apps zerrieben. Daran haben die Verlage selbst erheblich mitgewirkt.

Aus Sicht der Verlage ergibt Instant Articles Sinn, denn sie gehen dorthin, wo die Leute sind: in die enorm beliebte Facebook-App. Das bedeutet, sie trauen ihren eigenen Webseiten und Apps nicht mehr zu, alle potenziellen Leser zu erreichen. Wir haben uns daran gewöhnt, dass Verlage im digitalen Zeitalter keine riesigen Druckmaschinen und labyrinthische Archivkeller mehr haben müssen. Aber wenn sie auf die Rolle eines Facebook-Zulieferers schrumpfen, braucht man sie dann überhaupt noch? Dabei verlieren sie an Autonomie gegenüber Facebook, das sich mit seinen rätselhaften Entscheidungen, wer was im Newsfeed zu sehen bekommt, und gelegentlichen Zensurmaßnahmen zwischen Verlag und Leser stellt.

Apropos Vielfalt der Meinungen: Derzeit ist noch nicht bekannt, ob Kleinverlage oder Blogger, die zur Vielstimmigkeit des Webs beitragen, jemals Instant Articles für ihre Veröffentlichungen einsetzen dürfen. Doch falls ja: Wie viel Aufwand wird sie dieser zusätzliche Kanal kosten? Oder sollten sie besser gleich darauf verzichten, eigene Webangebote zu betreiben, und komplett

auf Facebook setzen? Schon heute existieren für sehr viele Internetnutzer nur die Nachrichten, die sie in der Timeline ihrer bevorzugten Social Media finden.

Das langsame Web

Gegenüber den Verlegern wirbt Facebook für Instant Articles nicht etwa mit der ansprechenden Aufbereitung, sondern vor allem mit einem Argument: Geschwindigkeit. „Mit Instant Articles laden Ihre Artikel schneller im Newsfeed und sorgen für ein besseres Leseerlebnis“, so Facebook. Bis zu zehnmal schneller als das „standardmäßige mobile Web“ sollen die Instant Articles geladen werden.

Möglich ist das durch den technischen Vorsprung, den eine native App vor dem mobilen Web hat. Facebook selbst stieg erst vor zweieinhalb Jahren von einer HTML5-basierenden auf eine schnellere, native App um.

Trotzdem: Webbrowser werden seit 20 Jahren darauf optimiert, Texte, Bilder und Videos aus dem Netz zu laden und sie darzustellen. Wie sollte eine App da signifi-

kante Geschwindigkeitsvorteile erzielen? Haben nicht auch Großverlage Millionen in ihre Webseiten investiert? Oder haben die Facebook-Techniker die Internetleitungen verhext?

Das Web ist „zu langsam“, heißt es – aber in erster Linie, weil vollgestopfte Seiten enorme Mengen größtenteils unnötiger oder unerwünschter Inhalte herunterladen. Der Machbarkeitswahn in der Webentwicklung kennt kaum noch Grenzen: Dieses coole Feature aus einer iPhone-App – kann man das nicht auch in unsere Webseite einbauen? Und bitte noch Parallax-Scrolling, Wischgesten, responsives Layout, großformatige Videos sowie alle Like- und Share-Buttons, die es gibt.

Ergebnis: Die durchschnittliche Webseite wiegt heute satte zwei Megabyte, führt genug Skriptcode aus, um damit ein kleines Buch zu füllen, knallt den Bildschirm mit über 50 Grafiken voll und saugt Inhalte von 17 verschiedenen Domains (Quelle: <http://archive.org>). Durchschnitt heißt: Es kann auch gerne mehr sein – gerade News-Seiten dürften eher darüber liegen. Wenn es länger als ein Zwinkern dauert, bis all das läuft, soll-

te das niemanden wundern – erstaunlich ist eher, dass selbst unsere Hosentaschenrechner das meist klaglos bewältigen. Hauptschuldig an diesen Exzessen ist Werbung. Sie ruiniert das Bedienerlebnis, verlangsamt die Seiten und motiviert die Anbieter dazu, die Leser auf möglichst viele interne Links klicken zu lassen, statt sie zufriedenzustellen. Facebooks Geschwindigkeitsversprechen wird sich jedenfalls nur halten lassen, wenn die Verleger sich bei den Instant Articles zurücknehmen.

So erweist sich Instant Articles als Folge der problematischen Priorisierung bei nachrichtenlastigen Webauftritten. Statt: „Das ist der Inhalt, der dich interessiert“, kommunizieren viele News-Seiten: „Schau hier, klick da, oh, hier zappelt auch noch was.“ Als Konsequenz legen sie in Zusammenarbeit mit Facebook den Grundstein für ihre Bedeutungslosigkeit.

Übrigens: Wer aktuelle Inhalte ohne Firlefanz lesen möchte, ohne sich diese von Facebook vorsortieren zu lassen, kann dafür eine bessere Technik nutzen. Sie heißt RSS, ist anbieterunabhängig, frei verfügbar – und 15 Jahre alt.

Qualität plötzlich gefragt

re:publica 2015 vom 5. bis 7. Mai 2015 in Berlin

Auf der re:publica 2015 zeigte sich Erstaunliches: Die großen Plattformen wie Facebook und YouTube buhlten um die Gunst der Medienprofis, die ihnen lange weitgehend egal waren. Sender und Verlage vermissen mitunter aber eine Gegenleistung für ihre Inhalte.

Was lange nicht möglich schien, hier hat sich gezeigt, dass es doch geht: Auf der re:publica haben IT-Riesen Verlage und Sender umgarnt, denen sie vermeintlich überlegen sind. Von Yahoo! über Google bis Facebook – sie alle haben um Medienmacher und deren Inhalte geworben. Die re:publica samt angeschlossener Media Convention wurde beiläufig zu einem Laufsteg für die, die nach Inhalten lechzen. Im Publikum saßen wiederum die, die Inhalte liefern. Die Stimmung: von Konfrontation bis zu Kooperation.

Eine Diskussionsrunde brachte die neue Atmosphäre schon in ihrem Titel auf den Punkt: „Die Videooffensive – Plattformen und ihre Videostrategien“. Diese Veranstaltung – besucht von Hunderten Teilnehmern – glich tatsächlich einem Schaulaufen. Zunächst die schiere Masse: 300 Stunden neues Videomaterial laden Nutzer pro Minute auf YouTube hoch. Ben McOwen Wilson, für Medien-Partnerschaften des Portals in Europa zuständig, berichtete stolz: Praktisch zeitgleich zu seinem Vortrag sei ein Meilen-

stein erreicht und „innerhalb von zehn Jahren so viel Material auf unsere Plattform eingestellt worden, wie die Film- und Fernsehbranche in Europa in ihrer gesamten Geschichte produziert hat“.

Facebook wiederum war da erst seit knapp zwei Jahren auf dem Videomarkt präsent, die Abrufzahlen allerdings trotzdem beachtlich. Martin Ott, bei Facebook zuständig für die Aktivitäten in Nord- und Osteuropa, hatte sie dabei: Nutzer hätten zuletzt bereits vier Mrd. Videos pro Tag abgespielt, wobei viele davon automatisch starteten, sobald sie in dem Nachrichtenstrom der Nutzer erschienen. Das bewegte Bild ist damit auch auf diesem sozialen Netzwerk längst ein Massenmarkt und Facebook ein äußerst ernst zu nehmender Konkurrent des lange unangefochtenen Marktführers YouTube.

Strategiewechsel der IT-Riesen

Viele Videos, vor allem verwackelte und pixelige Amateuraufnahmen, bekommen diese Plattformen von ihren Nutzern frei Haus. Bislang hat ihnen das gereicht, doch in Berlin war ihr Strategiewechsel zu spüren: Die Vertreter der großen Plattformen mischten sich unter die Medienmacher, suchten die Nähe zu den Videoprofis. Die wiederum sind auf der re:publica schon seit 2014 mindestens ebenso präsent wie IT-Profis, also

die Nerds. Seitdem hält die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) ihre Media Convention zeitgleich auf demselben Gelände ab, in diesem Jahr sogar mit einem gemeinsamen Ticket. Der Übergang von Programm und Publikum war fließend, das tat beiden Kongressen gut.

Nach der Masse interessieren sich die Plattformen nun für die Klasse, nach dem Ringen um Amateurvideos folgt nun also das Geringel um professionelle Inhalte. Hier kommen die traditionellen Medienhäuser ins Spiel, die für YouTube, Facebook und Co. lange kaum eine Rolle spielten und nur von dem abgeschlagenen Anbieter Yahoo! beworben wurden. Der setzt auf seinen Seiten und in seinen Apps seit jeher auf redaktionelle Inhalte und bezahlt auch mit üblichen Lizenzgebühren dafür – anders als Facebook und YouTube.

Verlage sind für die Videodistributoren interessant, da sie im Netz neuerdings auch auf schnelle und günstige Videos setzen und damit selbst Inhalte produzieren. Die Zeit, in der sie bloß fertig konfektioniertes Material übernommen haben, um es ihren Texten beizustellen, ist vorbei – Smartphones für Reporter machen es möglich. Auf der re:publica war dann auch immer wieder von neuen Videooffensiven von Portalen wie Zeit-online und Süddeutsche.de zu hören.



Die Eröffnung der Media Convention

Die Sender wiederum haben schon immer das bewegte Bild zu bieten, setzen jedoch speziell für die mobile Gesellschaft – die Generation „On“ – neue Angebote auf. Das war auch auf der re:publica zu erleben: Das ZDF stellte sein neues Nachrichtenmagazin *heute+* vor, das kurz darauf, im Mai, die etablierte Sendung *heute nacht* ersetzte. *heute+* forciert die virale Verbreitung der Beiträge in sozialen Netzwerken. Die Macher hoffen, dass Zuschauer einzelne Filme im Netz mit ihren Freunden teilen.

Eine neue Win-win-Situation?

Verlage und Sender haben Inhalte, die Plattformen Nutzer und damit Reichweite. Inhalte hier, Reichweite dort – Kooperationen klingen nach Win-win-Situationen. Die Vertreter der Plattformen boten sich dafür auch offensiv an. Doch wer sich zwischen diesen Runden mit Teilnehmern aus den Medienhäusern unterhielt, stieß auf Vorbehalte. Besonders skeptisch zeigte sich auch nach den Diskussionen mit den Netz-Giganten Stefan Plöching, der den Digitalabteiler der „Süddeutschen Zeitung“ leitet und Mitglied der „SZ“-Chefredaktion ist. Plöching skizzierte ein großes Dilemma: Ja, die Reichweite, die Facebook bietet, sei nicht zu schlagen mit immerhin 1,4 Mrd. Nutzern weltweit, gut 25 Mio. allein aus Deutsch-

land. Allerdings: Das Geschäftsmodell gehe derzeit zulasten der Medienproduzenten, vor allem eben, wenn es um Videos gehe. „Wir sehen den Sinn nicht, teuer produzierte Inhalte einfach so auf Facebook zu stellen, ohne dass wir irgendeinen Erlösstrom zurückbekommen“, mahnte Plöching. Die Videos, die seine Redaktion auf Facebook und damit technisch auch komplett auf die Server des sozialen Netzwerks stelle, seien deshalb „allenfalls große Ausnahmefälle“. Wenig zurückhaltend müssen hier freilich die öffentlich-rechtlichen Sender sein. Ein *heute+* muss sich nicht refinanzieren. Elmar Theveßen, der stellvertretende Chefredakteur des ZDF und Leiter der Hauptredaktion „Aktuelles“, sucht vielmehr die „maximale Aufmerksamkeit“ für seine Inhalte, wie er sagte. Sein Problem sei ein völlig anderes: Reichweite ja, aber auf Kosten des Datenschutzes?

Hunger nach Videos – und nach Daten

Facebook sei immerhin „grenzwertig“, weil es „hungrig“ nach den Daten seiner Nutzer sei und diese auch noch auf Servern fernab des hiesigen Rechtsraumes speichere. „Wir diskutieren deshalb in unserer Redaktion teils sehr heftig, ob wir Facebook helfen sollten“, sagte Theveßen. „Aber am Ende wollen wir natürlich auch, dass möglichst

viele Menschen unsere Inhalte sehen. Und viele Nutzer sind eben auf Facebook.“ Das ZDF stelle daher viele Filme gezielt bei Facebook ein und suche dort zusätzliches Publikum.

Mit seiner Nutzerstärke argumentierte dann auch Facebook-Manager Ott. Er stellte auch auf Nachfrage kein Geschäftsmodell für Videoinhalte in Aussicht, obwohl der Mitbewerber YouTube seit Jahren diejenigen, die Inhalte einstellen, an den Werbeeinnahmen beteiligt. Stattdessen verwies Ott darauf, dass Facebook „den Produzenten viele Nutzer“ bringe, und sagte: „Es ist nun mal unser Modell, dass sie [die Produzenten, Anm. d. Red.] ihre Inhalte dann auch auf ihren Seiten monetarisieren.“

So sehr die Plattformen also um die Inhalte der Medienprofis buhlen und allein schon mit ihrer Präsenz auf Veranstaltungen wie der re:publica umgarnen, so klar ist am Ende dann doch das Machtverhältnis: Wer die Nutzer hat, kann die Regeln diktieren. Aber die Zeiten ändern sich. Die IT-Riesen und die Medienmacher bewegen sich aufeinander zu.

Daniel Bouhs (daniel-bouhs.de)

Mehr Tempo, weniger Theorie

**medien impuls zur Zukunft von Jugendschutz und Medienbildung
am 7. Mai 2015 in Berlin**

Medien bieten alles. Alles außer Übersichtlichkeit und Zuverlässigkeit. Die Qual der Wahl wird getrieben von der allgegenwärtigen Sorge, Wichtiges zu verpassen. Dabei wächst die Zahl der Apps, der Auspielkanäle und sozialen Netze rasant – eine Sisyphusaufgabe für Selbstkontrolle, Aufsicht, Medienpädagogik. Hat die Realität den Jugendschutz „überholt?“, so der Titel des jüngsten *medien impuls* von der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF). Klare Antwort: Nein. Noch nicht. Er muss nur auf die Beschleunigungsspur wechseln.

Ein „im Moment sehr gestresstes Stadium“ bei der Mediennutzung konstatiert Wolfgang Macht, Geschäftsführer der Hamburger Netzpiloten. Er erwartet vorerst auch nicht, dass der Stress nachlässt. Im Gegenteil: Die „absolute Fülle“ der Angebote nehme ständig zu. Macht, schon seit fast 20 Jahren als kundiger „Fremdenführer im Webdschungel“ unterwegs, präsentierte den 100 Teilnehmern in der Berliner Bertelsmann-Repräsentanz visuell in Form von immer dichter gefüllten „Medienwolken“, wie die Zahl der Mediendienste seither und absehbar für die nächsten Jahre zunimmt.

Vor allem im amerikanischen Silicon Valley beobachtet der Netzpilot ein „aggressives Wachstum“ stets neuer Ideen zur Interaktion. Auf WhatsApp folgten YouNow, Meerkat, Periscope – sie alle zum ungefilterten Streaming von Livevideos aus Kinderzimmer, Küche, Diele, Schule. Geschützte Räume werden öffentlich. Und, so Macht: „Keiner der Anbieter geht von sich aus zu einer Regelungsinstitution oder Freiwilligen Selbstkontrolle, um sich mit seinem Geschäftsmodell bremsen zu lassen.“

Medien beschleunigen unsere Wahrnehmung der Realität. Insbesondere junge Leute sind ständig online. Während Minderjährige spielerisch unverkrampft mit neuen Möglichkeiten umgehen, wittern Medienpädagogen grundsätzlich zunächst einmal Unheil, zumal sie Schülern schon rein technisch beim Handling oft weit unterlegen sind.

Alle Beteiligten sollten jedoch gemeinsam „die Medien nicht als Bedrohung, als Spiel mit dem Feuer sehen, sondern als Teil ihrer Lebenswirklichkeit“, sagte Sebastian Gutknecht, Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz in Nordrhein-Westfalen. Zwar komme man aus dem Schutzauftrag nicht heraus, betonte Andreas Büsch, Professor für Medienpädagogik und

Kommunikationswissenschaft der Katholischen Hochschule Mainz, jedoch betrachtet er es als „Querschnittsaufgabe aller Bildungsbereiche, Kinder und Jugendliche stark zu machen, um sich nicht auszuliefern.“

„Medienbildung ist keine Impfung“

FSF-Geschäftsführer Professor Joachim von Gottberg warnt freilich vor dem weitverbreiteten Irrtum, „Medienbildung als eine Art Impfung“ misszuverstehen, die junge Menschen dauerhaft gegen Schädigungen aller Art immunisiere. „Man kann Jugendliche im klassischen Sinn nicht mehr vor bestimmten Inhalten schützen“, erkennt Claudia Mikat, Leiterin der FSF-Programmprüfung und Hauptamtliche Vorsitzende in den Prüfausschüssen. Man könne und müsse sie jedoch befähigen, „selbstbestimmt Entscheidungen zu treffen“.

Weniger Theorie und mehr Mut, einfach aktiv etwas zu tun, fordert die Onlineredakteurin Franziska von Kempis: „Wir müssen schneller die Metaebene verlassen“. In der Berliner Non-Profit-Online-Initiative MESH Collective realisiert von Kempis YouTube- und Social-Media-Formate. Sie vermisst für



Andreas Büsch, Sebastian Gutknecht, Wolfgang Macht und Otto Vollmers (v. l. n. r.)



Podiumsdiskussion mit Fabian Nolte (dailyknoedel), Franziska von Kempis (MESH Collective), Otto Vollmers (FSM), Lars Gräßer (Grimme-Institut), Miriam Janke (Moderation) (v. l. n. r.)

die praktische Arbeit vor allem „eine Toolbox“, um die in Onlinemedien zunehmend verschwimmenden Grenzen zwischen Meinung und Tatsachen klar zu definieren. Welche Konzepte der Medienbildung funktionieren, muss sich nach ihrer Auffassung in den Bildungsprozessen selbst erweisen. Prognostizieren könne man das nicht: „Wir müssen einfach machen, ausprobieren.“

Sexismus in der Volkshochschule

Hingegen hat sich als Mittel der Medienpädagogik in den Augen des Grimme-Instituts-Projektleiters Lars Gräßer die Ausschreibung von Wettbewerben „überlebt“. Während Bevormundung durch bildungsaffine Milieus nicht funktioniert, ist für ihn „YouTube die moderne Volkshochschule. Da findet ‚peer education‘ statt, da bringen sich Jugendliche tatsächlich gegenseitig etwas bei“.

Ein inzwischen prominentes Beispiel liefert der 18-jährige preisgekrönte YouTuber Fabian Nolte („Dailyknoedel – Echte Unterhaltung ohne Zusatzstoffe“), ein klassischer Autodidakt. Medienbildung sieht er eher als Ballast, stattdessen pflegt er das Try-and-Error-Prinzip: „Wir haben ganz viele Methoden probiert und herausgefunden, wie es *nicht* funktioniert.“

Und das mit großem Erfolg. Mit zwölf Jahren fing er bei YouTube an, inzwischen hat er, neben seinen regelmäßigen Netzauftritten, als Fachautor bei Radio Bremen den Sprung ins öffentlich-rechtliche Rundfunksystem geschafft. Online nerven Nolte sich ausbreitende Phänomene wie Fankult, Verkaufsveranstaltungen und Sexismus, unter dem speziell junge Frauen zu leiden haben.

Die erforderliche Sensibilisierung für inadäquate Grenzüberschreitungen sieht der Kölner Sebastian Gutknecht weniger als Aufgabe der Medienbildung, sondern als Ziel einer umfassenden Persönlichkeitsbildung. Bisher denke man in diesem Punkt vielfach zu eingeschränkt.

Positive Aufbruchsstimmung

Auch FSM-Geschäftsführer Otto Vollmers machte sich dafür stark, die überkommenen Grenzen infrage zu stellen: „Ist das, womit wir uns beschäftigen, wirklich relevant in der Lebenswirklichkeit von Kindern und Jugendlichen?“ Zwischen restriktivem Jugendschutz und Medienbildung müsse klar unterschieden werden. Vollmers kritisierte die weitverbreitete Neigung, alles Neue zuerst einmal grundsätzlich abzulehnen. Er regte an, reflexhafte Abneigungen schneller zu überwinden: „Das dauert oft so lange, dass

es dann zu spät für sinnvolle Regelungen ist.“ Um die Kluft zwischen Theorie und Praxis zu verringern, müsse das vorhandene System auf die Geschwindigkeit der Medienentwicklung angepasst werden, um nicht stets hinterherzuhinken.

Denn Kinder und Jugendliche brauchen Unterstützung, damit sie sich in der digitalen Flut souverän orientieren können. Einige Stunden lebhafter Fachdiskussion, moderiert von Miriam Janke, verwandelten drohende Resignation in positive Aufbruchsstimmung. Man müsse Onlineplattformen zunehmend „als Ermöglichsraum“ für junge Menschen und frische Ideen begreifen, so eine Stimme aus dem Publikum, die spontan Beifall erntete.

„Der Schritt nach vorne ist gelungen“, zog Otto Vollmers als Fazit: Statt immer wieder nur gebetsmühlenhaft die Entwicklung von „Medienkompetenz“ und Verbote zu fordern, müsse das System Jugendschutz beschleunigt werden. Schnelle, effizientere Ergebnisse sind das Ziel. So setzte dieser *medien impuls* zur Navigation in die Zukunft Fundamente für neue Leuchttürme.

Uwe Spoerl

Weitere Informationen zur Veranstaltung mit Links zum Blog und zur Videodokumentation finden Sie unter: fsf.de/veranstaltungen/veranstaltungsarchiv/2015-medienbildung/

Die hohe Kunst des Abschaltens

Sommerforum Medienkompetenz am 19. Juni 2015 in Berlin



Christine Watty, Jan Glasenapp, Susanne Eggert, Andre Wilkens, Friedrich Krotz (v. l. n. r.)

Medien machen abhängig. Und das schon mindestens seit 1676, als das Lesen dank der soeben erfundenen Tagespresse boomte. Damals prangerte in Thüringen der fromme Jurist Ahasverus Fritsch als Erster die Gefahren der „Zeitungs-Sucht“ an. Er setzte auf Kirchenlieder gegen die Flut gedruckter Seiten, 339 Jahre später sind neue Rezepte gefragt. Das 4. Sommerforum Medienkompetenz der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) diskutierte den selbstbestimmten Umgang mit der stets verfügbaren Überdosis von Information, Unterhaltung und Onlinekommunikation. Nur nach Essen, Trinken und Schlafen lechzen Menschen mehr. Gleich auf Rang 4 der Gelüste-Liste rangiert die Mediennutzung – weit vor „klassischen Süchten“ wie Tabak

oder Alkohol, von Sex ganz zu schweigen. Mit diesen Studienergebnissen des Psychologen Wilhelm Hofmann unterstrich Anka Heinze, Stellvertretende Direktorin der mabb, die Relevanz des diesjährigen Leitgedankens: *Aus dem Gleichgewicht – Wenn Mediennutzung stresst*. Hauptziel ist für FSF-Geschäftsführer Professor Joachim von Gottberg „ein souveräner Umgang mit dem Medienangebot“. Dazu gehöre, „dass die Nutzer es auch einfach mal leid sind und ausschalten“. Denn zur Qual der Wahl aus einem unüberschaubaren Medienangebot kommt zunehmend die bohrende Sorge, etwas zu verpassen. „Wir sind immer online. Unterwegs sehen wir überall Bildschirme. Es gibt kein bewusstes Einschalten mehr“, sagte Dr. Friedrich Krotz, Professor für Kommuni-

kations- und Medienwissenschaft der Uni Bremen. Zwar sei die Entwicklung „unheimlich dicht“, doch warnte er vor allem die Älteren, reflexartig alles Neue abzulehnen: „Neue Medien irritieren zunächst einmal. Das war immer so.“ Nach der Erfindung des Fernsprechers sei z. B. allen Ernstes die Frage diskutiert worden: Darf man Frauen überhaupt telefonieren lassen? Heute trennt eine Kluft weniger die Geschlechter, sondern vielmehr höher und niedriger Gebildete, Besserverdienende und Arme. *Die da oben* sind zu rund 90 % privat online, *die da unten* nur zu 50 %. Diese „digitale Spaltung“ nannte Ayaan Hussein von der Stiftung für Zukunftsfragen als auffallendes Analyseergebnis ihres aktuellen *Freizeitmonitors*. Danach bleiben die mit Abstand beliebtesten Freizeitbeschäfti-



Andre Wilkens



Ayaan Hussein



Jan Glasenapp



Elisabeth Königstein

gungen Fernsehen (97 %), Radio hören (90 %) und Telefonieren (87 %). Den höchsten Zuwachs in den letzten zehn Jahren erlebte das Internet (plus 38 %, Rang 5), den größten Verlust die Zeitungslektüre (minus 12 %, noch knapp auf Rang 4). Zwar äußerten die Befragten das Bedürfnis nach mehr sozialen Kontakten, so Hussein, „doch tatsächlich nimmt die Mediennutzung zu“. Warum Wunsch und Wirklichkeit derart auseinanderklaffen, wurde freilich bislang noch nicht erforscht. 89 % fühlten sich vom Medienangebot überfordert, bei 80 % fördere die Sinnüberreizung Aggressivität.

In der Ecke lockt Pong

Entspannung bleibt hingegen oft auf der Strecke. Dabei schalten vier von fünf Fernsehzuschauern nach eigenem Bekunden und jüngsten Erhebungen der Uni Würzburg ausdrücklich ein, *um sich zu erholen*. Elisabeth Königstein, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Medienpsychologie dieser Hochschule, stellt gleichwohl eine „erholungsirrelevante Selektion“ fest. Egal, ob mit Gruselserien wie *Walking Dead* oder hedonistischem Wohlfühl-Content: Zu extensives Abtauchen erzeuge ein schlechtes Gewissen, weil der Rezipient Wichtigeres aufgeschoben habe (Prokrastination). „Schlimmstenfalls bekommt man beim Anschauen einer Netflix-Serie zwei bis fünf Tage nichts anderes geschafft“, bestätigte Moderatorin Christine Watty (Deutschlandradio Kultur). Immerhin, so Königstein, hebe es die Stimmung, wenn es den Menschen auf dem Bildschirm erkennbar schlechter

gehe als denen auf dem Sofa: „Der soziale Vergleich nach unten hebt die Stimmung, das ist leider so.“

Waren solche trüben Zeiten nicht längst überwunden? Wer weiß, vielleicht wird die Zukunft sogar ziemlich retro. Der Politikwissenschaftler Andre Wilkens, Autor des Sachbuches *Analog ist das neue Bio. Eine Navigationshilfe durch unsere digitale Welt*, sieht dafür deutliche Anzeichen. In seinem Berliner Kiez läuft schon einiges gegen den Mainstream. Eine neue (!) Videothek habe sich schnell zum angesagten Treffpunkt für Cineasten entwickelt, die hier Filmtipps unter vier Augen austauschen und ihre persönlichen Vorlieben nicht von Streamingdiensten gespeichert wissen wollen. „Der Laden läuft!“, freut sich Wilkens. Mindestens ebenso freut er sich über das digital-antiquarisch schwarz-weiße Pong-Videospiel in einer Ecke des Ladens – „heutzutage fast eine Meditationsübung“. Zu Hause hat Wilkens für seine vierköpfige Familie nach zehn Jahren TV-Abstinenz wieder einen Fernsehapparat angeschafft. Schaute bisher jeder in sein eigenes Display, genießt man nun wieder gemeinsame Abende vor dem Bildschirm.

Pfiffige Hightech-Pfeffermühle

Das glatte Gegenteil, mediales Fasten, erlebte der Psychotherapeut Dr. Jan Glasenapp. Er berichtete über seinen Selbstversuch, bei dem er bewusst ein ganzes Jahr lang auf sämtliche Nachrichten verzichtete. Das gezielte Wegschauen sei angesichts allgegenwärtiger öffentlicher „News-Berieselung“ gar nicht so leicht gewesen. Damit ha-

be er als früherer News-Junkie erfolgreich „einen Teufelskreis unterbrochen“, trotzdem das Wichtigste in Gesprächen erfahren und überraschend viel Zeit gewonnen. Wilkens stimmte zu: „Ein halbes Jahr kein Facebook, und du kannst in dieser Zeit ein komplettes Buch schreiben.“

Doch Kinder und Jugendliche sind einfach zu neugierig, um ihnen Verzicht zu verordnen. „Zensur eignet sich nicht“, sagte Dr. Susanne Eggert vom Münchener JFF-Institut für Medienpädagogik. Hauptaufgabe bleibe, Kompetenzen zu vermitteln, um Strukturen zu durchschauen. Daneben bräuchten sie „einen gewissen Schutz“ und sollten lernen, „Medien zu bestimmten Zwecken zu nutzen – nicht nur, weil sie da sind“. Wie wohltuend gezieltes Abschalten gerade für Familien sein kann, beweist der „Dolmio Pepper Hacker“: Ein einziger Dreh dieser (fiktiven) Hightech-Pfeffermühle, schon legt der Koch sämtliche Geräte im heimischen Netz still. Auf den Frust folgen gesellige Runden am Esstisch – und auf die Vorführung des coolen australischen Videospots große zustimmende Heiterkeit beim Sommerforum. Anka Heinze: „Der neue Luxus ist Offline.“

Uwe Spoerl

Weitere Informationen:

fsf.de/veranstaltungen/veranstaltungsarchiv/2015-sommerforum/

Der „Pepper Hacker“ ist abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=HUGv5MDF0cQ

Kurz notiert 03/2015

Neue Onlinekompetenzplattform: digitale-spielewelten.de

Das Institut „Spielraum“ der Fachhochschule Köln hat in Kooperation mit der Stiftung „Digitale Spielkultur“ eine medienpädagogische Informations- und Vernetzungsplattform rund um das Thema „digitale Spiele“ initiiert. Die Seite digitale-spielewelten.de bietet (Praxis-)Informationen und richtet sich dabei hauptsächlich an Pädagoginnen und Pädagogen, Eltern und Interessierte. Es finden sich dort zahlreiche medienpädagogische Ideen, die einen kreativen, aber auch kritischen Umgang mit digitalen Spielen fördern sollen. Die Plattform wird durch das Land Nordrhein-Westfalen sowie durch den Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) gefördert.

Weitere Informationen unter:
www.digitale-spielewelten.de

Facebook und WhatsApp als Beziehungskiller?: Befragungsteilnehmer gesucht

Onlinedienste wie WhatsApp oder Facebook bieten der Absenderin oder dem Absender von Nachrichten die Möglichkeit, nachzuvollziehen, ob eine Message von der Empfängerin oder dem Empfänger gelesen wurde oder ob das Gegenüber gerade online ist. Wenn die Partnerin oder der Partner nicht sofort auf eine Nachricht reagiert, lässt dies mitunter viel Spielraum für Spekulationen. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Professur für Sozial- und Organisationspsychologie an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU) gehen nun der Frage nach, unter welchen Umständen diese Informationen Stress für eine Beziehung verursachen können und welche Rolle der eigentliche Nachrichtinhalt dabei überhaupt noch spielt. Dafür werden Frauen und Männer gesucht, die an einer Onlinebefragung teilnehmen. Das Ausfüllen des Fragebogens dauert nach Angaben des Forschungsteams etwa 15–20 Minuten. Die Angaben werden anonym getätigt und dienen rein wissenschaftlichen Zwecken. Interessierte erhalten nach Abschluss der Studie Rückmeldung zu den Ergebnissen.

Weitere Informationen und zum Fragebogen unter:
www1.ku.de/ppf/psycho3/partnerschaft2

Medienkonferenz in Hamburg: scoopcamp

Welche Innovationen brauchen die Medien? Welche Ideen für die Zukunft des Journalismus lassen sich bereits jetzt im Berufsalltag verwirklichen? Antworten auf diese und weitere Fragen will das in Hamburg stattfindende scoopcamp geben. Bereits zum 7. Mal findet die Medienkonferenz am 1. Oktober 2015 statt. Im Theater Kehrwie-der in der Hamburger Speicherstadt werden Trends und aktuelle Themen an der Schnittstelle zwischen Redaktion, Programmierung und Produktentwicklung vorgestellt. Das scoopcamp versteht sich als eine Konferenz für Medienmachende. In diesem Jahr soll außerdem seine Rolle als Barcamp der Branche gestärkt werden. Die Tagung wird von nextMedia.Hamburg, der Standortinitiative der Medien- und Digitalwirtschaft sowie der Nachrichtenagentur dpa veranstaltet.

Weitere Informationen unter:
www.scoopcamp.de

Zwischen Qualität und Quote



Petja Posor

Der Fall Hoeneß als Skandal in den Medien

Anschlusskommunikation,
Authentisierung und Systemstabilisierung
2015, 142 Seiten, € 29,00
17 s/w Abb., fester Einband
ISBN 978-3-86764-594-2

Petja Posor untersucht Skandale auf die jeweils wesensimmanenten medialen Darstellungsstrategien und arbeitet in einem zweiten Schritt die Bedeutung von Skandalen für das System der Massenmedien heraus. Als Hauptgegenstand der Analyse dient ihm dabei die im April 2013 beginnende Causa Hoeneß. Ausgehend von der Systemtheorie Niklas Luhmanns wird die entsprechende Berichterstattung in »Spiegel Online« sowie mehreren öffentlich-rechtlichen Polit-Talks analysiert. Dabei zeigt sich, dass die Darstellungs- und Narrativierungsmodi – allen Differenzen zum Trotz – sich zu übergreifenden Skandalisierungslogiken verdichten lassen, die eine stete Fortsetzung der Kommunikation ermöglichen. Der Skandal wird somit zum Systemstabilisator.



Julia Serong

Medienqualität und Publikum

Zur Entwicklung einer
integrativen Qualitätsforschung
2015, 334 Seiten, € 49,00
3 s/w Abb., fester Einband
ISBN 978-3-86764-616-1

Julia Serong unternimmt zunächst eine öffentlichkeitstheoretische Analyse des Qualitätsdiskurses und seiner verschiedenen Foren und weist auf das Problem hin, dass das Publikum nur unzureichend in diesen Diskurs eingebunden ist. Sie entwickelt dann eine öffentlichkeitstheoretische Perspektive, in welcher die Problematik des Publikums im Qualitätsdiskurs und in der Qualitätsforschung auf das grundlegende Integrationsproblem der funktional ausdifferenzierten und individualisierten Gesellschaft zurückgeführt wird. Ein integrativer Gemeinwohlbegriff, der den vermeintlichen Widerspruch von Eigennutz und Gemeinwohl überwindet, gibt neue Impulse für die Entwicklung eines integrativen Publikumskonzeptes.

Filmquiz

Aus welchem Film stammt dieses Zitat?

**Dann sag mir, Junge
aus der Zukunft, wer ist
im Jahre 1985 Präsident
der Vereinigten Staaten?**

Ronald Reagan!

**Ronald Reagan, der Schauspieler?
Und wer ist Vizepräsident? Jerry Lewis?**

- A *Forrest Gump*
- B *Bill & Teds verrückte Reise durch die Zeit*
- C *Terminator*
- D *Matrix*
- E *Zurück in die Zukunft*
- F *Star Trek IV: Zurück in die Gegenwart*

Die Auflösung unseres Rätsels und ein paar Hintergrundinformationen zum Film finden Sie ab 10. August 2015 unter: blog.fsf.de/category/filmquiz