

Terror

Mediale Aufmerksamkeit als Motiv



Jetzt neu:

tvdiskurs.de

Jugendschutz

Absurder Streit statt verantwortungsvoller Zukunftsplanung

Es ist vollbracht: Am 1. Oktober 2016 ist der neue Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) in Kraft getreten. Vorher gab es verschiedene Zitterpartien – in Schleswig-Holstein, so hörte man, wurde in letzter Sekunde noch auf ein Gutachten des wissenschaftlichen Dienstes gewartet. Die Idee, ein Paket zu schnüren, in dem verschiedene Aspekte wie der Jugendmedienschutz und die Finanzierung des neuen Jugendangebots von ARD und ZDF namens *funk* verbunden werden sollten, ist vielleicht nicht ganz demokratisch, hat aber auf jeden Fall funktioniert. Gleichzeitig zeigt dies alles, wie schwierig es ist, innerhalb der Länder eine Einigung über die zukünftige Ausrichtung des Jugendschutzes zu erzielen. In der Öffentlichkeit steht das Thema seit einiger Zeit nicht mehr oben auf der Agenda, selbst beim Amoklauf von München im Juli 2016 blieb die Forderung nach schärferem Vorgehen gegen gewalthaltige Computerspiele sehr im Hintergrund. Welche Erklärungen gibt es für dieses zurückgehende Interesse am Jugendschutz? Ist es die Kapitulation gegenüber dem Internet, das praktisch alles, was wir im Kino, auf DVD oder im Fernsehen mit strengen Kriterien messen, mehr oder weniger offen und ungefiltert bereithält? Oder ist bei vielen Eltern der Eindruck entstanden, dass trotz zunehmender Verfügbarkeit nahezu aller Inhalte ihre Kinder immer noch recht friedlich und verträglich sind?

Niemand kennt die wirklichen Gründe für das scheinbar nachlassende Interesse. Doch muss man konstatieren, dass die Performance der Akteure und Aufsichtsbehörden für den juristisch wenig gebildeten Menschen weder nachvollziehbar noch verständlich ist. Ob für die Freigabe von DVDs, die zugunsten von Onlinevideotheken ohnehin ihre besten Zeiten hinter sich haben, ein Bundesgesetz oder ein Staatsvertrag der Länder als Grundlage gelten soll, trifft wahrscheinlich nicht den Kern des Interesses durchschnittlicher deutscher Eltern und Jugendlicher. Wie bereits mehrfach berichtet, scheint diese praktisch völlig unerhebliche Frage aber derzeit die Aktivitäten des Jugendschutzpersonals in hohem Maße zu beanspruchen. Wo liegt der Sinn der komplett unterschiedlichen Regelungsdichte zwischen Mediennutzungsformen – die sich vor allem bei Jugendlichen unverkennbar auf dem absteigenden Ast befinden, aber ohne Freigabe nach dem Jugendschutzgesetz (JuSchG) auch dann für Jugendliche nicht zugänglich sein dürfen, wenn es sich um Kinderfilme handelt – und dem

zunehmend genutzten Onlineangebot, in dem selbst ein offensichtlich nur für Erwachsene freizugebender Film einmal Daumen durch den Anbieter selbst gekennzeichnet werden kann? Diese Frage ist vermutlich zu tiefsinnig, um in das Blickfeld der Behörden zu gelangen.

Jeder, der einmal versucht hat, die aktuellen Jugendschutzgesetze und deren Ausführungsbestimmungen nebst den zwei Aufsichtsbehörden und den vier Selbstkontrollen, die sich aber z. T. mit denselben Inhalten beschäftigen, in einem Seminar vor 20-Jährigen vorzustellen, weiß, welch ungläubiges Staunen einem begegnet – verbunden mit dem offensichtlichen Zweifel, ob man all das wirklich ernst meint. Dabei ist die Akzeptanz einer wertorientierten Einschätzung samt Bewertung des Wirkungsrisikos durchaus vorhanden. Der inhaltliche Diskurs über Medienwirkungen und den Einfluss von Internet und Smartphones auf die Identitätsbildung und Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen stößt auf hohes Interesse. Das hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass viele Jugendliche und junge Erwachsene ihren eigenen Medienkonsum als problematisch empfinden und das Gefühl haben, durch die hohe Medienzeit reale Freizeitaktivitäten zu vernachlässigen. Während Eltern vor einigen Jahren noch mit der Frage, ob die Darstellung von Sexualität oder Gewalt für ihre Kinder abträglich sein könnte, auf Veranstaltungen zu locken waren, so steht heute die ständige Präsenz vor allem des Smartphones bei fast allen Freizeitaktivitäten im Vordergrund der elterlichen Sorge, begleitet von der quälenden Frage: Soll man das hinnehmen oder es durch strenge Regeln einschränken?

Die Institutionen des Jugendschutzes scheinen sich durch kaum mehr nachvollziehbare Querelen und Streitereien über Durchwirkungsregelungen derzeit selbst ins Abseits zu schießen. Daher mein Appell: Wir sollten den Streit um Kleinigkeiten beilegen und uns auf die eigentlichen Fragen konzentrieren, die sich in Zukunft stellen werden. Dazu gehören Fragen wie: Was können wir dazu beitragen, dass die rasante mediale Entwicklung einigermaßen sozialverträglich verläuft? Welche Grenzen sollte es wo geben? Sollten wir uns nicht besser auf die völlig unzulässigen Inhalte konzentrieren und in anderen Bereichen durch Informationen oder Empfehlungen die Eltern unterstützen? Hierauf Antworten zu finden, ist nicht leicht. Aber der Diskurs darüber sollte eigentlich im Zentrum unserer Bemühungen stehen.



Ihr Joachim von Gottberg

EDITORIAL**INTERNATIONAL****Geflüchtete Jugendliche und das Medium Film**

Tagung reflektiert Hilfs- und Integrationsangebote
in der Filmvermittlung

Jens Dehn

Mediale Geschichtsvermittlung

Alexander Grau

Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

PÄDAGOGIK**„Dass ein Algorithmus sich nicht verrechnet,
heißt nicht, dass er immer recht hat!“**

Gespräch mit Katharina Zweig

**Big Data als Herausforderung
für die Medienpädagogik**

Niels Brüggem

TITEL**„So wenig berichten wie möglich!“**

Über den Umgang mit Terroranschlägen und Amokläufen
Gespräch mit Georg Pieper

Von Messerattacken, Schießereien und Axtangriffen

Terror und Amok in den deutschen Nachrichtenmedien
Werner C. Barg

Zwischen den Fronten

Terroristen funktionalisieren den Informationsauftrag
der Medien
Gespräch mit Stephan Weichert

Amokläufer und Terroristen

Die Rolle der Medien
Britta Bannenberg

„Propaganda bedarf der Einordnung“

Gespräch mit Yassin Musharbash

Vom Selbst- zum Massenmord

Terroristische Propaganda und die Verantwortung der Medien
Alexander Ritzmann

Extremistische Propaganda im Netz

Und wie Counter Narrative dem entgegentreten wollen
Lena Frischlich

Von Pirck- und Pappenheimern

Kolumne von Klaus-Dieter Felsmann

PANORAMA

WISSENSCHAFT		LITERATUR*	84
Das Porträt: Jens Eder	60	RECHT	
Alexander Grau		Gerichtsbeschluss	96
		Aufsätze	98
MEDIENLEXIKON		Meldungen und Notizen	99
Sport	64	SERVICE	
Gerd Hallenberger		Ins Netz gegangen	100
		Planet Schule	
DISKURS		Schulfernsehen multimedial: www.planet-schule.de	
Von FKK-Heften bis Rechtsradikalismus im Internet	66	Olaf Selg	
Die langjährige Vorsitzende der BPJM zieht Bilanz		Kurz notiert	102
Gespräch mit Elke Monssen-Engberding		Filmquiz	104
Neue Blickwinkel auf den deutschen Film	72	Impressum, Abbildungsnachweis	
Sonja Hartl			
Jeder spricht für sich allein	76		
Über die unterschätzte Kunstform der Synchronisation			
Tilman P. Gangloff			
Die Stimme der anderen	77		
„Die Romantik ist verschwunden“			
Gespräch mit Benjamin Völz		WEBKLUSIV AUF TVDISKURS.DE	
Die Gesichter hinter den Stimmen	80	Jugendbehörden verweigern die Umsetzung des neuen JMStV	
Tilman P. Gangloff		Die Übernahme von FSF-Bewertungen wird weiterhin blockiert	
„Jugendschutz ist kein Elternschutz!“	82	Joachim von Gottberg	
Gespräch mit Benedikt Hommann		„Nur mal schnell die Welt retten“	
		Die Faszination „Superhelden“ wird 80 Jahre alt	
		Ina Rosenthal	
		Zurück in die Zukunft	
		Ein Physiker hält viele der technischen Wunder aus der	
		<i>Star Trek</i> -Saga für prinzipiell realisierbar	
		Tilman P. Gangloff	

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

Jens Dehn

Geflüchtete Jugendliche und das Medium Film

Tagung reflektiert Hilfs- und Integrationsangebote in der Filmvermittlung

LUCAS ist das älteste Kinderfilmfestival Deutschlands. Bereits seit 1974 findet es im jährlichen Rhythmus statt. In diesem Jahr wurde parallel zum Festival erstmals eine Tagung veranstaltet, die auf die stark gestiegene Zahl geflüchteter Menschen in den vergangenen beiden Jahren eingeht: Wie kann man in der Filmbildung mit Projekten und Integrationsangeboten angemessen reagieren?

Die Tagung „Film, Flucht und Interkultur“ fand parallel zum Kinderfilmfestival LUCAS statt.



© Razor Film



© Razor Film



Das Mädchen Wadja

LUCAS hat sich für seine 39. Auflage komplett neu aufgestellt, inklusive neuem Namen: Aus dem „Internationalen Kinderfilmfestival“ wurde nun das „Internationale Festival für junge Filmfans“, das sich künftig an eine breitere Zielgruppe von 4 bis über 18 Jahren richten will. Auch die weiteren Ambitionen des Frankfurter Festivals sind durchaus ehrgeizig: Jenseits des reinen Filmwettbewerbs in drei Sektionen möchte man eine zentrale Plattform für Filmvermittler und Filmpädagogen werden. Wie um diesem Anspruch Nachdruck zu verleihen, veranstaltete das Deutsche Filminstitut (DIF) als Ausrichter von LUCAS in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) und dem Goethe-Institut erstmals eine Tagung und Zukunftswerkstatt, die vom 21. bis 23. September 2016 parallel zum Festival stattfand.

Monothematisierung bei ARD und ZDF

„Film, Flucht und Interkultur“ – so das Motto der Tagung – legte einen Schwerpunkt auf die Flüchtlingswelle der vergangenen Monate und deren Folgen für die Sichtweise eines jugendlichen Publikums, das mitunter selbst Kriegs- und Fluchterfahrungen hat machen müssen. Die Frage, wie Filmbildung interkulturellen Austausch und gesellschaftliche Teilhabe fördern kann, stand als Leitmotiv über der Veranstaltung, die sich gleichermaßen an Fachleute aus der Filmwirtschaft wie auch an Pädagogen richtete. „Unsere Vorstellungen des Nahen Ostens und des Islams werden geprägt von Nachrichtensendungen“, sagte Irit Neidhardt von mec film, einer Verleih- und Vertriebsfirma für Filme aus Nahost und Nordafrika. Bei ARD und ZDF gebe es aber einen Hang zur Monothematisierung, was Beiträge über die arabische Welt betrifft: Mangelnde Demokratie und Gewalt gegen Frauen sind die vorherrschenden Themen. Diese Schiefelage lässt sich Neidhardt zufolge auch eins zu eins auf das Kino übertragen. „Eine Studie hat jedoch gezeigt: Nicht die Darstellung des Negativen ist ein Problem für unsere Wahrnehmung, sondern die Auslassung des Positiven.“ Neidhardt berief sich auf eine Untersuchung von Kai Hafez und Carola Richter aus dem Jahr 2007.¹ Diese ist zwar bald zehn Jahre alt, doch wie eine

Folgestudie aus dem Jahr 2013 zeigt, hat auch eine weitreichende Strömung wie der Arabische Frühling an diesem Bild bis heute nichts geändert. „Wenn ich aber keinen Vergleich habe, wie kann ich dann objektiv beurteilen?“ In ihrem Vortrag zum Bild der arabischen Welt im deutschen Kino ging die Verleiherin auf die historisch gewachsenen Vorstellungen ein, die durch europäische Koproduktionen wie *Das Mädchen Wadja* (2012) oder *Paradise Now* (2005) genährt werden, welche vorwiegend europäische Sichtweisen und Erwartungen bedienen. Hany Abu-Assad, der Regisseur des Films *Paradise Now*, der von zwei Palästinensern handelt, die sich darauf vorbereiten, als Selbstmordattentäter nach Israel zu gehen, hat als Konsequenz beschlossen, künftig nur noch Filme in Palästina mit palästinensischem Geld zu drehen. In *Das Mädchen Wadja* möchte die 11-jährige Wadja in Saudi-Arabien Fahrrad fahren, was für Mädchen aber verboten ist. „Mittlerweile ist es auch Frauen erlaubt, Fahrrad zu fahren, vor allem in den liberaleren Regionen. Aufgrund der schlechten Straßen und mangelnden Infrastruktur ist es aber verkehrstechnisch schwierig, das wirklich zu tun – auch für Männer. All das kommt bei uns in der Wahrnehmung aber gar nicht an“, erklärte Irit Neidhardt.

Diskussionen in Panels und Circles

Das Programm der Tagung sah eine Mischung aus Vorträgen, Filmscreenings, Panels und einer Zukunftswerkstatt vor. Hier wurde in kleinen Gesprächsrunden, sogenannten Circles, mit konkreten Fragestellungen nach Lösungen für spezifische Herausforderungen gesucht. Die Teilnehmer konnten sich in eines von fünf Themenfeldern eintragen, darunter waren die Aufgaben „Filmbildung in der Schule“, „Unterstützung von Filmschaffenden im Exil“ und „Praktische Filmprojekte mit Geflüchteten“.

Die Foren dagegen waren moderierte Podiumsgespräche, in denen Experten im Rahmen ihrer Fachgebiete diskutierten. Den Anfang machte dabei eine Runde zum Thema „Film als Medium der Begegnung und Bewältigung?“, an der Initiatoren mehrerer Projekte teilnahmen, in denen geflüchtete Jugendliche – teilweise zusammen mit einhei-

Anmerkung:

1

Hafez, K./Richter, C.: *Das Islambild von ARD und ZDF*. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte, 26–27/2007, S. 40–46. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/apuz/30402/das-islambild-von-ard-und-zdf?p=0> (letzter Zugriff: 29.09.2016)



Das Mädchen Wadjda



mischen Gleichaltrigen – Kurzfilme über ihr Ankommen in Deutschland drehen. Projekte dieser Art sind in den zurückliegenden beiden Jahren in relativ großer Zahl entstanden. Institutionen, Filmemacher und -vermittler konzipierten oft recht kurzfristig Hilfs- und Integrationsangebote. Gleichzeitig wächst vonseiten der Kultur- und Bildungspolitik der Anspruch an Institutionen vor Ort, bei der gesellschaftlichen Integration mitzuwirken. Das Medium Film erweist sich dabei oft als eine Art Dosenöffner für die jungen Menschen, da es Menschen unterschiedlichster Herkunft zusammenbringen kann, sowohl bei der Produktion als auch dem Konsumieren.

Im Forum „Filmvermittlung für gerade Angekommene“ stellten Mitarbeiter mehrerer Projekte ihre Arbeit mit geflüchteten Kindern und Jugendlichen direkt in Schulen bzw. im Rahmen von Schulkooperationen vor. Michael Jahn arbeitet bei Vision Kino, einem Netzwerk für Film- und Medienkompetenz mit Sitz in Berlin. Seit zehn Jahren ist er hier verantwortlicher Projektleiter der SchulKinoWochen. Auf der Tagung erzählte er von seinen Erfahrungen: „Im Kino mit neu zugewanderten Kindern und Jugendlichen“. Basis hierfür war ein Pilotprojekt, das Vision Kino an 18 ausgewählten Berliner „Willkommensklassen“ aller Schularten durchgeführt hat. Zehn Filme wurden dort angeboten für Schüler jeder Altersklassen, anhand deren Reaktionen eingeschätzt wurde, welche Filme sich dafür eignen, den Kinobesuch mit neu zugewanderten Schülern als soziales und kulturelles Ereignis einzubinden. Zu den Filmen, die bei den bundesweiten SchulKinoWochen zur Aufführung kommen, werden Unterrichtsmaterialien entwickelt, die die Lehrkräfte unterstützen sollen.

Junge Migranten und Filme über sie

„Wir beschäftigen uns ja nicht erst seit 2015 mit der Flüchtlingsthematik“, erklärte Jahn. „Das ist ein Thema, das uns schon seit langer Zeit begleitet. Es gibt so viele Filme darüber, das war nie ein Problem, die entsprechenden Titel zu finden. Was aber neu ist und uns schon vor eine Herausforderung gestellt hat, ist, wie man mit so einer Situation im Kino umgeht. Wenn geflüchtete Kinder mit im Raum sind.

Darauf mussten wir uns erst einmal einstellen, alleine schon technisch.“ Technisch bedeutet, dass für Kinder, die die deutsche Sprache noch nicht beherrschen, Audiodeskriptionen zu den Filmen veranlasst wurden. Beeindruckt zeigte sich Michael Jahn auf der Tagung davon, welche Vielfalt es an Projekten gibt. Die Veranstaltung hat ihm aber auch ins Bewusstsein gerufen, dass man sich als Institution, die ein Angebot schafft, regelmäßig hinterfragen muss. „Im Falle unseres Projekts würde ich schon sagen, dass es sehr nachhaltig ist. Es kommt gleichermaßen den Schülern und auch den Geflüchteten zugute. Wir schaffen etwas, mit dem Lehrer dauerhaft arbeiten können und für das es auch einen Bedarf gibt. Wir waren ja in den Klassen drin und haben gemerkt, wo es eventuell noch hapert im Unterricht, und da können wir auch unterstützend wirken.“ In rund 800 Kinos kommen die SchulKinoWochen bundesweit zum Einsatz. Vision Kino bietet zudem Fortbildungsangebote für Lehrer an, um sich und die Schüler effektiv auf die Aufführungen vorbereiten zu können. Jährlich bilden sich etwa 1.000 Pädagogen auf diese Art weiter. „Die Lehrer sind für uns die Schnittstelle“, sagte Michael Jahn. „Sie sind das Bindeglied, die vor- und nachbereiten.“ Dementsprechend werden die Lehrer im Anschluss an eine Vorführung auch noch mittels eines Fragebogens ausführlich befragt, um Erfahrungswerte zu sammeln und beispielsweise festzustellen, ob der gezeigte Film für die Altersgruppe angemessen war. Auf der anderen Seite haben sich Jahn und seine Mitarbeiter aber entschlossen, sich in traumatherapeutischen Fragen nicht dazwischen zu stellen, auch wenn es natürlich wichtig ist, ein Bewusstsein für die Problematik zu haben. „Aber wir können keine Traumatherapie machen, dafür kennen wir die Kinder und Jugendlichen ja gar nicht. Die Lehrer vor Ort sind da viel näher an ihren Schülern dran.“ Jahn betonte aber auch, dass die SchulKinoWochen nicht nur Filme im Programm haben, die sich thematisch mit dem Flüchtlingseiland befassen. Und Filme wie *Heidi* oder *Ostwind*, die sich mit jugendlichen Lebenswelten beschäftigen, seien keine, die auf traumatisierte geflüchtete Jugendliche als Trigger, also Auslöser, wirkten.

© Razor Film



© Razor Film



Das Mädchen Wadja

Film- und Fernsehbilder als Trigger

Ganz uneingeschränkt wird ihm Saida Abdi vom Refugee Trauma and Resilience Center (RTRC) am Children's Hospital in Boston in diesem Punkt womöglich nicht zustimmen. Ihr Vortrag war einer der Höhepunkte der Tagung. Abdi sprach über „Reisen der Hoffnung – Bilder der Verzweiflung: die Rolle von Medien beim Aufbau von Resilienz bei Kindern und Jugendlichen mit Fluchterfahrung“. Resilienz bedeutet laut Duden „psychische Widerstandskraft“ bzw. die „Fähigkeit, schwierige Lebenssituationen ohne anhaltende Beeinträchtigung zu überstehen“. Sie ist einer der zentralen Aspekte bei der Aufnahme und Integration geflüchteter Menschen. Abdis Vortrag beruht auf Forschungen mit geflüchteten Jugendlichen aus Somalia in den USA. „Doch ob diese jungen Leute nun aus Somalia kommen, aus Afghanistan oder aus Syrien, macht im Grunde ja keinen Unterschied“, erklärte die stellvertretende Direktorin des Bereichs „Community Relations“ am RTRC. „Die Biografien sind vielfach ähnlich: Als Flüchtling hat man zuerst den Krieg im eigenen Land erlebt. Dann erfolgt die Flucht, oft unter widrigsten Umständen, auf einem kleinen Boot, irgendwelchen Schleppern ausgeliefert. Und wenn man dann endlich ankommt, fehlen manchmal die Papiere, der bürokratische Prozess zieht sich hin. Diese Kette – Krieg, Migration, neues Land – ist ganz oft verbunden mit diversen Traumata, die jederzeit durch gegenwärtige Trigger bedient werden können.“ Solche Trigger für Erinnerungen an grausame Erlebnisse können auch Bilder in den Medien sein.

Abdi wies darauf hin, dass Filmemacher und andere Medienprofis mit ihren Kameras großen Schaden anrichten können. Doch auch die Art des Umgangs mit traumatisierten Jugendlichen hat auf diese einen entscheidenden Einfluss. „Wenn wir mit Geflüchteten arbeiten, können wir ihnen helfen, indem wir ihnen die Hoheit über ihre Geschichte überlassen. Das heißt, über ihre eigene Erzählung bestimmen sie selbst, wie sie wahrgenommen werden.“ Das alternative Modell wäre, dass ihnen unsere Perspektive aufgedrängt und sie in Kategorien gesteckt werden. „Auf diese Weise marginalisieren und traumatisieren wir

diese Menschen von Neuem, während wir ihr Bedürfnis nach Sicherheit und Freiheit ignorieren“, gab Abdi zu bedenken. In ihrer Untersuchung befragte sie die Jugendlichen aus Somalia nach deren Wahrnehmung, welche Rolle die Medien im Erzeugen eines marginalisierenden und diskriminierenden Diskurses spielen. Auf Grundlage dieser Studie konnte Abdi den Einfluss der Medien auf die psychologische Verfassung geflüchteter Jugendlicher belegen. Die Ergebnisse versucht sie in ihre tägliche Arbeit einfließen zu lassen. Das RTRC bietet Trainings für verschiedene Seiten und Institutionen an, die mit Flüchtlingen zu tun haben: Ärzte, Lehrer, Pflegeeltern. Das Ziel ist es, Verständnis für Traumata und deren Funktion aufzubringen und damit den jungen Menschen zu helfen, diese zu überwinden. Das RTRC ist als Zentrum, das Methoden hierfür entwickelt und alle Parteien von der Schule bis zum Psychologen zusammenbringt, einzigartig in den USA und der Welt. Dabei wird sehr häufig auch mit Filmen gearbeitet. „Eine Konferenz wie diese, die verschiedenste Aspekte beleuchtet und Fachleute für einen Austausch versammelt, ist daher immens wichtig“, stellte Abdi die Bedeutung der Frankfurter Tagung heraus.

Jens Dehn arbeitet als freiberuflicher Filmjournalist.



Alexander Grau

Mediale Geschichtsvermittlung



Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Tagung.

Hintere Reihe (v. l. n. r.): Even Mohammed-Assad (Wien), Bogdana Nosova (Ukraine), Sergii Tukaiev (Ukraine), Bettina Paur (Wien), Andreas Enzinger (Wien), Nguyen Thi Viet Nga (Vietnam), Jürgen Grimm (Wien), Volodymyr Rizun (Ukraine), Yuri Havrylets (Ukraine), Marharyta Fabrykant (Weißrussland), Mario Magazin (Wien), Lisa Kudler (Wien)

Vordere Reihe (v. l. n. r.): Zsuzsanna Agora (Ungarn), Hediye Esra Arcan (Türkei), Ferenc Erös, (Ungarn), Virag Rab (Ungarn)

Völkerverständigung kann mitunter schwierig sein. Zumindest dann, wenn man den sicheren Boden der Theorie verlässt und sich ganz praktisch in einen Vortragsraum setzt. Wie etwa am 17. Juni 2016 an der Universität Wien. Dort hatte der Mediensoziologe Prof. Dr. Jürgen Grimm zu einer internationalen Konferenz mit dem Titel „Communicating History in the Transnational Space“ geladen.¹

Reflektiert werden sollte die mediale Geschichtsvermittlung, die Funktion von Medienkommunikaten für das jeweilige historische Bewusstsein und die psychosozialen Effekte solcher Kommunikate für die Herausbildung nationaler Identitäten. Versammelt hatten die Wiener dazu Vortragende aus Israel, Ungarn, der Türkei und Vietnam, aus der Ukraine und Russland.

Andere Länder, andere Kommunikation

Als die ukrainischen Vertreter die Geschichte der medialen Aufarbeitung des sogenannten Holodomor referierten, also der von Stalin inszenierten Hungersnot, der in den Jahren 1932/1933 nach konservativen Schätzungen 4,5 Mio. Menschen zum Opfer vielen, wurde die Stimmung aus der Ecke der russischen Vertreter spürbar eisig. Ein kurzer giftiger Wortwechsel auf Russisch folgte.

Von diesem kleinen Einbruch tagesaktueller Konflikte einmal abgesehen, verlief die Tagung jedoch harmonisch und konstruktiv. Im Mittelpunkt der Vorträge stand dabei nicht die zu erwartende Einsicht, dass mediale Inhalte tatsächlich Geschichtsbilder beeinflussen. Vielmehr wurde den Teilnehmern ein breiter Querschnitt verschiedener historischer Aufarbeitungsformen aus sehr unterschiedlichen Kulturkreisen geboten.

Besonders beeindruckte dabei etwa der Beitrag von Prof. Dr. Hediye Esra Arcan von der Universität Istanbul. Die türkische Kommunikationswissenschaftlerin rekonstruierte den hoch ambivalenten türkischen Blick auf das Judentum, wie er etwa in Schulbüchern vermittelt wird. Einerseits werde das Osmanische Reich des 15. und 16. Jahrhunderts geradezu als „Himmel für Juden“ dargestellt, die faktische Rolle, die etwa jüdische Offiziere beim Aufbau der modernen Türkei und ihrer Armee spielten, werde aber übergangen. Der Holocaust spiele ohnehin kaum eine Rolle. Türkische Studenten seien etwa über den Massenmord an den europäischen Juden komplett uninformiert.

Wie sehr die jeweilige Erinnerungskultur vom offiziell propagierten nationalen Selbstverständnis geprägt ist, wurde auch in dem Vortrag von Marharyta Fabrykant von der Belarusian State University deutlich. Die russische Wissenschaftlerin erläuterte, wie aus der russischen Geschichtsperspektive die Monstrosität des Holocausts durch den Glanz des Sieges im „großen vaterländischen Krieg“ überstrahlt wird, dessen Superiorität, aus Sicht der offiziellen Geschichtspolitik, nicht durch andere historische Ereignisse überlagert werden dürfe.

Eine ganz andere, durchaus exotische Perspektive eröffnete die vietnamesische Kommunikationswissenschaftlerin Ass. Prof. Dr. Nga Nguyen Thi Viet von der Academy of Journalism and Communication in Hanoi. Anhand des Vietnamkrieges – in Vietnam „Amerikanischer Krieg“ genannt – rekapitulierte sie verschiedene Phasen der offiziellen Gedenkpolitik, vom Feiern des glorreichen Sieges bis zu einer nachdenklicheren Erinnerung an die Opfer.

Anmerkung:

1
Videos zur Konferenz sind abrufbar unter:
[http://empcom.univie.ac.at/oeffentlichkeit/
videos/holocaust-reception/](http://empcom.univie.ac.at/oeffentlichkeit/videos/holocaust-reception/)
(letzter Zugriff: 29.09.2016)

Prof. Dr. Jürgen Grimms Forschungsprojekt setzt bei diesen sehr heterogenen historischen Gewalterfahrungen an. Sein Anliegen ist dabei ausdrücklich pädagogisch: Es soll untersucht werden, unter welchen sozialen, kulturellen und nationalen Rahmenbedingungen eine humanitätsförderliche, auf friedlichen Ausgleich zielende Geschichtsvermittlung gelingen kann. Als Kommunikat seiner empirischen Untersuchungen diene dabei der Dokumentarfilm *Nuit et Brouillard* (1955) von Alain Resnais.

Holocaust als Kommunikationskatalysator

Begonnen hat Grimm seine Untersuchungen vor sechs Jahren in Österreich und Deutschland, dann folgte Israel, schließlich bereiste er Ungarn, die Ukraine, Russland und Vietnam. Ziel war dabei nicht, transnationale Universalien der Holocaustrezeption herauszuarbeiten. Im Gegenteil: Im Mittelpunkt der Untersuchungen stand die Frage, wie sich Medienwirkungseffekte verändern, wenn man die nationalen Rahmenbedingungen austauscht.

Zur Erhebung valider Daten stützten sich Grimm und seine Mitarbeiter auf ein mehrstufiges Befragungsmodell, das es gestattet, die kommunikative Leistungsfähigkeit einzelner Medienformate empirisch durch Experimental- und Felduntersuchungen zu evaluieren. Abgefragt wurden dabei je vier vergangenheits- bzw. gegenwartsbezogene Ebenen der Informationsverarbeitung, die bei der Rezeption von Medieninhalten stark beansprucht werden, etwa die Auswahl von Fakten beim Wissenstransfer, die Selektion von Botschaften bis hin zur Aggressionskontrolle oder dem Abbau von Vorurteilen.

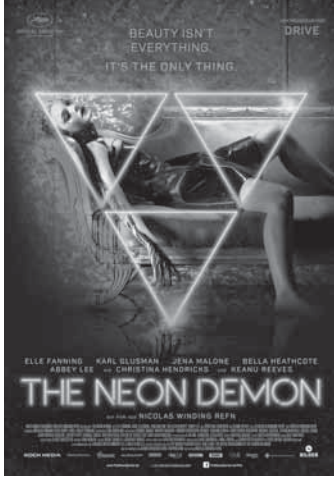
Zusammengefasst zeigen die Ergebnisse, dass dem Holocaust als Kommunikationskatalysator eine einzigartige transnationale Bedeutung zukommt. Wie keine andere historische Tragödie erlaubt er es Menschen, über Verbrechen und erlittenes Leid in der eigenen Geschichte zu reflektieren, ohne dabei Aggressionen zu entwickeln oder in Rachegefühle zu verfallen. Gerade die Singularität des Holocausts ermöglicht eine Rahmung anderer Konflikte, die diese kommunizierbar und problematisierbar macht. Die kulturelle Ikonisierung des Holocausts als Genozid schlechthin und der zunehmende zeitliche Abstand bewirken ein Übriges.

Erzeugen Dokumentationen von anderen Genoziden häufig sogar eine Verengung der jeweiligen nationalen Perspektive und einen Aggressionsaufbau, so haben Bilder vom Holocaust eine kathartische Funktion, die zu einer zumindest kurzfristigen kosmopolitischen Weitung der Sichtweise der Rezipienten beiträgt und humanisierend wirkt. Gerade die Einzigartigkeit des Holocausts erschließt seiner medialen Rezeption ein hohes Sensibilisierungs- und Humanisierungspotenzial.

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



© 24 Bilder Filmagentur



© Warner Bros. Ent.



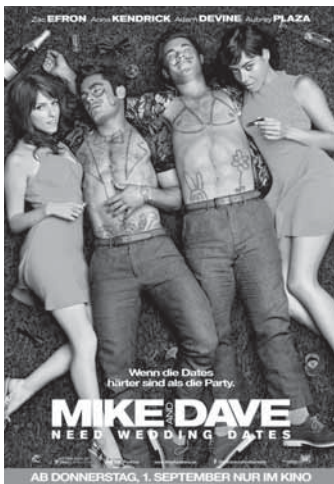
© Sony Pictures Releasing



© Warner Bros. Ent.



© 20th Century Fox



© TOBIS Film



© Studiocanal Filmverleih



© Universum Film



© Studiocanal Filmverleih



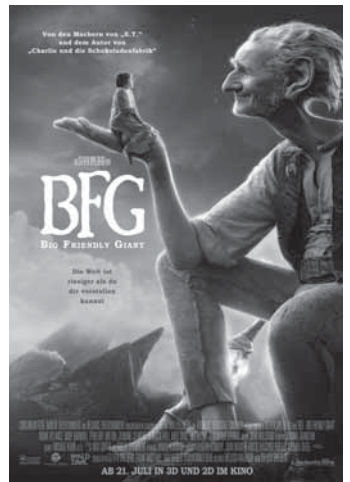
© Universal Pictures



© Paramount Pictures



© Constantin Film Verleih



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. The Neon Demon OT: The Neon Demon	16	16	16	18	12	15	15
2. Suicide Squad OT: Suicide Squad	16	12	12	15	o. A.	11	15
3. Ghostbusters (2016) OT: Ghostbusters (2016)	12	12	12	12A	o. A.	11	11
4. Lights Out OT: Lights Out	16	16	16	15	12	15	15
5. Mike and Dave Need Wedding Dates OT: Mike and Dave Need Wedding Dates	12	12	14	15	o. A.	11	11
6. Bad Moms OT: Bad Moms	12	12	12	15	o. A.	7	7
7. Nerve OT: Nerve	12	12	12	15	o. A.	11	11
8. Captain Fantastic: Einmal Wildnis und zurück OT: Captain Fantastic	12	12	12	15	o. A.	11	11
9. Bastille Day OT: Bastille Day	16	12	14	15	o. A.	—	15
10. Jason Bourne OT: Jason Bourne	16	12	14	12A	o. A.	11	15
11. Star Trek: Beyond OT: Star Trek Beyond	12	12	12	12A	o. A.	11	11
12. BFG: Big Friendly Giant OT: The BFG	0	6	6	P.G.	o. A.	7	7

o. A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied / mit erwachsener Begleitung
 P.G. = Parental Guidance / in Begleitung der Eltern

„Dass ein Algorithmus sich nicht verrechnet, heißt nicht, dass er immer recht hat!“

Unsere Lebenswelten werden zunehmend auf der Grundlage von Algorithmen gestaltet. Algorithmen bestimmen, welche Onlinenachrichten wir erhalten, welche Produktwerbung uns erreicht oder ob wir einen Kredit bekommen – all dies, ohne dass der Nutzer Einblick in die zugrunde liegenden Entscheidungsprozesse hat. Die zunehmende Datafizierung stellt die Informatik, aber auch die Sozialwissenschaften und die Medienpädagogik vor neue Herausforderungen. Über die Chancen und Risiken von Big Data und Big Data Analytics sowie über den möglichen Schulterschluss zwischen Medienpädagogik und Informatik sprach tv *diskurs* mit Dr. Katharina Zweig, Professorin für Sozioinformatik an der TU Kaiserslautern.

Sie haben den Studiengang „Sozioinformatik“ gegründet und beschäftigen sich vor allem mit den Auswirkungen der Informatik auf die Gesellschaft. Was ist Ihr besonderes Forschungsinteresse?

Es scheint, dass ich erst in den letzten Monaten verstanden habe, was mein wirkliches Forschungsinteresse ist. Am Anfang war ich ein Anwender von mathematischen Methoden, um meine Daten zu interpretieren. Als Biochemiker hatten wir wenig mathematische und algorithmische Ausbildung und wir waren darauf angewiesen, dass uns jemand erklärt, wann wir welche Methode zur Interpretation unserer Daten verwenden dürfen. Dann bin ich selber Informatikerin geworden und habe angefangen, Algorithmen zu entwickeln, die eine bestimmte Eigenschaft von Personen oder Organisationen in eine Zahl fassen. In sozialen Netzwerken gibt es etwa den sogenannten Zentralitätsindex, eine Zahl, die jeder Person zugeordnet und als die Macht, die zentrale Stellung interpretiert wird, die diese Person innehat. In den USA gibt es den sogenannten Segregationsindex, der bestimmt, inwieweit Wohnviertel nur von Menschen einer bestimmten Rasse belegt sind. In vielen Fächern werden solche Maßzahlen verwendet, z. T. aber falsch interpretiert. Zu verstehen, wann man welche Zentralitätsindizes benutzen und welche Schlussfolgerungen man daraus ziehen darf, das hat mich die letzten zehn Jahre gekostet.

Sprechen wir über Big Data und Big Data Analytics, die zunehmende Datensammlung und -auswertung. Wie würden Sie Nicht-informatikerinnen und -informatikern erklären, was da passiert?

Wir haben durch digitale Systeme zum ersten Mal die Möglichkeit, Tätigkeiten zu beobachten und dabei Informationen explizit wahrzunehmen. Auch im Tante-Emma-Laden von früher wusste man, was wir gerne einkaufen und wann wir das tun. Daraus konnte man Schlussfolgerungen ziehen und vielleicht mal ein Produkt bestellen, von dem man dachte, dass es gut zum Kunden passt. Heutzutage brauchen wir uns nicht mehr auf Intuition zu verlassen, sondern können sehr viel mehr Informationen sammeln, während Sie am Einkaufen sind – natürlich nur, wenn Sie das im Internet tun oder so freundlich sind, eine Payback-Karte zu benutzen. Ein Teilaspekt von Big Data ist, dass man Daten zunächst ohne einen Zweck sammelt und im Nachhinein versucht festzustellen, ob die Informationen helfen vorherzusagen, welche Produkte Sie kaufen oder für welche Artikel Sie sich interessieren. Man hat in den 1990er-Jahren und Anfang 2000 angenommen, dass alles gut ist, wenn wir unsere Daten schützen – das ist aber nur ein Teil der Geschichte. Selbst Daten, die für sich genommen völlig harmlos sind, bergen eine ganze Menge Potenzial, etwas über uns abzuleiten, wenn sie miteinander verbunden werden.

Welche Informationen lassen sich aus Daten gewinnen, die für sich genommen belanglos sind?

Eine Studie in den USA hat gezeigt, dass man bei manchen Menschen die sexuelle Orientierung aus den Facebook-Daten herauslesen kann, auch wenn diese Person das nicht bekannt gegeben hat. Dies geht über die Freundschaften zu jenen, die mit dieser Information freigiebiger sind. Man kann über unser Einkaufsverhalten herauskriegen, in welcher Zeitzone wir uns befinden und ob wir Impulskäufer sind oder nicht. Man weiß ziemlich schnell, wie viel Geld wir wahrscheinlich zur Verfügung haben, wie alt wir sind, wie viele Kinder wir haben, ob wir schwanger sind oder uns gerade haben scheiden lassen. All diese Informationen lassen sich relativ leicht mit Einkaufs- und Mediennutzungsdaten herausbekommen.

© Sandra Hermannsen



Welche Schlussfolgerungen lassen sich noch aus der Mediennutzung ziehen?

Wenn sich etwa ein Netflix-Kunde Bob der Baumeister und Sex and the City ausleiht, handelt es sich bei der Kunden-ID höchstwahrscheinlich um eine Mutter, die für ihr Kind und sich selbst Filme ausleiht. In den USA gibt es Filme, die sehr christlich sind und die sich eine bestimmte Gruppe von evangelikalen Christen besonders häufig ansieht. Dann gibt es Filme, die eine politische Neigung nahelegen, die eher liberaler Natur sind oder solche, die sich mit dem Outing von Jugendlichen beschäftigen. Wir unterschätzen häufig, dass sich Menschen in ihren Einzelinteressen sehr gleichförmig verhalten. Wenn wir ein Interesse an Star Wars haben, benehmen wir uns wie fast alle Menschen, die Interesse an Star Wars haben. Dann kann man die Einzelinformation mit anderen Daten verknüpfen.

Das kommende Forum der GMK – „Software takes command“ – setzt sich kritisch damit auseinander, dass unsere Lebenswelten zunehmend auf Basis von Algorithmen gestaltet werden. Wie beurteilen Sie die derzeitige Entwicklung? Können Algorithmen Macht über uns erlangen?

Algorithmen werden interessant, wenn sie benutzt werden, um Entscheidungen zu treffen oder um Entscheidungen vorzubereiten. Zukünftig wird man auf jeden Fall mithilfe von Algorithmen Entscheidungen über das Leben anderer treffen. Das ist nicht völlig neu. Die Schufa hat auch einen Algorithmus, um meine Kreditwürdigkeit zu berechnen. Ob diese Berechnung von Menschen durchgeführt wird oder von einem Computer, ist nicht wirklich entscheidend. Es liegt eine große Chance darin, dass Algorithmen objektiver sind als Menschen, aber es besteht auch das Risiko, dass sie schlecht gemacht sind und viele Menschen ungerecht behandelt werden. In den USA gibt es z. B. Algorithmen, die Richtern dabei helfen sollen, das Strafmaß festzusetzen. Diese unterstützenden Entscheidungssysteme errechnen eine Kennzahl für die Rückfallquote eines Individuums. Zu einem Kriminellen, der das dritte Mal einen Handtaschenraub begangen hat, werden alle möglichen Parameter in diesen Algorithmus eingefüttert, der daraufhin „grün“, „gelb“ oder „rot“ signalisiert – je nachdem, für wie rückfallgefährdet er diesen Menschen hält. Ich habe mir die Mathematik dahinter und die Algorithmen, die zu diesen Kennzahlen führen, einmal angesehen – das ist meiner Meinung nach gefährlich schlecht gemacht, wirkt aber nach außen erst einmal sehr objektiv.

Können Sie die Risiken näher erläutern? Auf der medien impuls-Veranstaltung zu künstlicher Intelligenz im Mai 2016 haben Sie gesagt: „Dass Algorithmen sich nie verrechnen, bedeutet nicht, dass sie immer recht haben.“ Was meinen Sie damit?

Wesentlich ist, welche Variablen für die Entscheidung mit einberechnet werden. Wir haben uns in Deutschland entschieden, dass unveränderliche Eigenschaften nicht mit eingerechnet werden und wir etwa nicht nach unserem Geschlecht oder Alter beurteilt werden dürfen. In dem Beispiel aus den USA ist eine Diskriminierung von Bürgern mit afrikanischen Vorfahren zu sehen. Bei Angeklagten aus dieser Bevölkerungsgruppe schlägt der Algorithmus deutlich häufiger vor, dass sie wahrscheinlich rückfällig werden. Das ist interessant, denn natürlich darf man auch in den USA die in den Dokumenten jeweils niedergeschriebene Rasse nicht als Variable in einen Algorithmus einfüttern – bei uns wäre eine solche Einteilung von Personen ja grundsätzlich gar nicht zulässig und wäre auch in keinem Dokument zu finden. Auf jeden Fall gibt es andere Variablen, die so sehr damit korrelieren, wie etwa Schulausbildung, Sozialstatus oder alleinerziehend, dass diese unabänderliche Eigenschaft implizit doch mit einfließt. Das Beispiel zeigt, dass es bei gesellschaftlich wichtigen Entscheidungen eine gewisse Transparenz darüber geben muss, welche Art von Daten verwendet wird.

Sollten wir in diesem Anwendungsbereich als Gesellschaft also besonders vorsichtig sein?

Ja, ich glaube schon. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Menschen Computern entweder völlig misstrauen oder total vertrauen. Es gibt viele Systeme, die uns in unseren Arbeitsentscheidungen unterstützen, wie den Autopiloten oder den Parkassistenten, hier geben wir Verantwortung gerne an die Maschine ab. Bei dem Beispiel der Rückfälligkeit und der US-amerikanischen Richter ist das viel komplexer. Die Maschine errechnet, dass eine Person ein Rückfallrisiko von 70 % hat, und die Leute verlassen sich darauf. Ein Problem ist, dass ein Richter von sich aus gesehen den kleineren Fehler macht, wenn er dem Vorschlag der Maschine folgt und die betreffende Person bei „rot“ ins Gefängnis steckt, statt auf sein vielleicht gegenteiliges Bauchgefühl zu hören. Trotzdem heißt „rote Klasse“, dass die Personen nur zu 70 % wieder rückfällig werden, 30 % von ihnen wären es nicht geworden. Bei Entscheidungen über Menschenleben muss der Einsatz von algorithmischen Entscheidern auf jeden Fall demokratisch legitimiert werden.

Algorithmische Entscheidungsprozesse nachvollziehbar zu machen, ist das zentrale Anliegen der Initiative Algorithm Watch, die Sie mit begründet haben. Was genau ist darunter zu verstehen?

Im Moment gibt es auf der einen Seite zu viel Hysterie und auf der anderen Seite werden teilweise schon Systeme eingesetzt, die hochbedenklich sind. Als Algorithm Watch wollen wir aufklären, die interessierten Personen untereinander vernetzen, Algorithmen untersuchen und den Prozess hin zu einer demokratischen Kontrolle unterstützen. Algorithm Watch fordert nicht, dass Codes offengelegt werden oder dass jeder Einzelne von uns verstehen sollte, warum ein Kreditvergabealgorithmus diese oder jene Entscheidung getroffen hat. Ich muss auch nicht verstehen, wie ein Automotor funktioniert, sondern habe Vertrauen in den TÜV, dass er Produkte ordentlich prüft. Nicht jeder sollte über Algorithmen entscheiden müssen. Aber ich wünsche mir, dass wir uns als Gesellschaft darüber einigen, welche Algorithmen wir für überprüfungswürdig und -notwendig halten und die geeigneten Qualitätsprozesse aufbauen, die sicherstellen, dass Algorithmen sinnvoll entscheiden. China wünscht sich etwa eine Maßzahl, die entscheidet, ob man ein guter Bürger ist. Algorithm Watch ist die Antwort darauf, dass man diese Dinge demokratisch verhandeln und auch unter eine demokratisch legitimierte Kontrollinstanz setzen muss.

Welche konkreten Forderungen an die Politik hätten Sie aus Sicht von Algorithm Watch, damit eine solche Institution effizient arbeiten könnte?

Wir müssten wissen, wo überhaupt Algorithmen eingesetzt werden, um Entscheidungen zu treffen, insbesondere auch im staatlichen Bereich. Wie genau wird die Entscheidung getroffen, ob jemand ein Visum bekommt oder nicht, und welche Art von Daten wird dafür benutzt? Wir müssten diskutieren, welche Algorithmen wir für so gesellschaftlich relevant halten, dass sie einen Einfluss auf Dinge nehmen können, die wir schon lange als gesellschaftliche Ziele festgelegt haben. Und wir müssen uns darüber unterhalten, was es uns wert ist, diese Systeme zu haben. Denn wie gesagt, sie bergen auch die Chance, dass alles objektiver wird. Der Richter hat bisher auch einen irgendwie gearteten Entscheidungsprozess in seinem Kopf, in den können wir aber nicht so gut hineingucken. Bei den Maschinen hätten wir die Chance, die Entscheidung besser nachzuvollziehen.

Bleiben wir bei den Chancen von Systemen, die auf Algorithmen basieren: Welche Anwendungen haben Sie hier im Kopf?

Die schulischen Algorithmen, die dafür sorgen könnten, dass wir alle individuelle Lernerfolge haben, bieten natürlich auch die Riesenchance, wirklich Inklusion zu leben. Ein Kind könnte während der gesamten Schulzeit immer in derselben Klassenstruktur bleiben und dieselben Leute um sich haben, weil wir eben dafür sorgen könnten, dass auf den Bildschirmen vor ihnen jeder Schüler sein individuelles Programm bekommt. Wenn das gut gemacht ist und entsprechend von Lehrkräften begleitet wird, könnte das sehr hilfreich sein. Es wäre aber auch möglich, dass die Maschinen uns helfen, von vornherein homogenere Lerngruppen zu bilden, sodass wir effizienter unterrichten können. Integration ließe sich mithilfe von digitalen Algorithmen natürlich auch verbessern. Wenn ich an die vielen Kinder denke, die zu uns geflohen sind und unsere Sprache nicht sprechen – gäbe es diese Systeme schon, die ihnen während des Unterrichts helfen, etwas in die Muttersprache zu übersetzen, würde das viele Chancen auf Inklusion und Integration bieten.

Welche speziellen Chancen liegen in der derzeitigen Datafizierung, wenn Sie an das Sammeln großer Datenmengen oder an das Internet der Dinge denken?

Ich würde nicht von Datafizierung sprechen, sondern vom Zeitalter des Loggings. Logging bezeichnet den Vorgang, dass digitale Geräte Messungen ablegen. Hinzu kommt, dass man Dinge, die man bisher nicht für messbar gehalten hat, tatsächlich in Zahlen erfassen kann. Uns ist klar, dass man den Herzschlag messen kann oder den Blutdruck, aber zum ersten Mal ist es möglich, dies ständig zu tun und diese Daten auch aufzubewahren. Das ist das eigentlich Neue, die Messung an sich ist nicht neu. Grundsätzlich ist die künstliche Intelligenz sehr gut darin, Muster zu entdecken, wenn wir genügend Datenpunkte haben. Über seltene Krankheiten, die weniger als 1.000 Menschen haben, kann ein Arzt in seinem Leben mit etwa 30.000 verschiedenen Patienten nicht viel lernen. Da brauchen wir Algorithmen der künstlichen Intelligenz, um Muster zu entdecken und die entsprechende Behandlung vorzuschlagen. Bei all diesen Situationen, in denen ein einzelner Mensch selten die Gelegenheit hat, überhaupt Einblick zu gewinnen, sind diese Algorithmen sehr gut und sehr hilfreich.

Algorithmen sind ja abstrakt und auf verschiedene Anwendungen übertragbar. Heißt das, dass Entwickler von Algorithmen für die Ergebnisse, die dieser produziert, in keiner Weise verantwortlich sind?

Im Endeffekt ist eine Teilmenge der Algorithmen so allgemein anwendbar wie ein medizinischer Test, der feststellt, ob die eine oder die andere Behandlung besser ist. Einen solchen Test kann man auch auf zwei Automobilprodukte anwenden oder auf die Frage, ob Japaner länger leben als Deutsche, weil sie sich anders ernähren. Bei diesen allgemeinen Musterfindungsalgorithmen kann ich als Entwickler nicht vorhersagen, wofür sie benutzt werden – da ist die Verantwortung geringer. Bei der Kennzahlentwicklung ist das anders. Wenn wir komplexe Situationen in einer einzigen Zahl abbilden, dann machen wir Fehler, das wissen wir alle. Wenn Schulkinder am Ende des Schuljahres mit einer Note zurückkommen, denken wir auch, dass sie unser Kind nicht wirklich charakterisiert, und so ähnlich ist das mit diesen Maßzahlen auch. Als Algorithmen- und Maßzahlenentwickler müssen wir besser kommunizieren, welche Nebenannahmen unsere Zahl mit einschließt.

Was sollte man Informatikern vermitteln, die komplexe Sachverhalte auf eine Zahl herunterbrechen? Müssten ethische Fragestellungen und Beurteilungskriterien für Algorithmen in der Ausbildung von Informatikern eine größere Rolle spielen?

Genau das fehlt mir in der Ausbildung der Informatiker. Wenn ich meine Studierenden auffordere, ein Programm zu entwickeln, das bewertet, wer in einem sozialen Netzwerk wirklich zentral ist, dann beginnen sie sofort mit der Aufgabe und wir haben am Ende 18 verschiedene Ideen. Keiner von den Studierenden wundert sich, dass wir alle so unterschiedliche Vorstellungen haben, keiner fragt, was die Intention dahinter ist oder was ich unter „Zentralität“ überhaupt verstehe. Dieses Bewusstsein, dass hier eine modellierende Entscheidung getroffen wird, wie man menschliches Verhalten in eine Zahl presst, das ist eine Qualität, die in vielen Curricula fehlt. Dass Algorithmen, die Zahlen entwickeln, aus denen später Entscheidungen über Menschenleben getroffen werden, einer besonderen Modellierungspflicht und -ethik bedürfen, wird zu wenig betont.

Ein sozialer und demokratisch verantwortungsvoller Umgang mit Big Data ist auch für die Medienpädagogik eine zentrale Herausforderung. An welchen Stellen sollten Medienpädagogik und Informatik zukünftig stärker kooperieren? Und welchen Beitrag kann und muss die Informatik aus Ihrer Sicht leisten?

Wir als Informatiker können viel zum Thema „Datenschutz“ beitragen und Schülern beibringen, warum man auf seine Daten aufpassen muss und was mit ihnen passiert. Die Datenlotsen in Rheinland-Pfalz tun das schon. Dieser neue Aspekt der Algorithmen ist jedoch mehr als reiner Datenschutz. Zu Algorithm Literacy würde meiner Meinung nach gehören, in den Grundschulen mit Psychologie anzufangen, damit Kinder verstehen, wie der Mensch tickt und was den Menschen vom Computer unterscheidet. Der Mensch ist kein rein rationales Wesen, wir treffen mitunter Entscheidungen, die nicht gut für uns sind. Es gibt viele Erkenntnisse darüber, wie Süchte oder Massenphänomene funktionieren; und es wäre wichtig, Kindern dies besser verständlich zu machen. Warum z. B. können Computerspiele süchtig machen oder welche Folgen kann übermäßiger, passiver Fernsehkonsum haben? Für mich fängt Medienkompetenz mit „Gnothi seauton“ an: „Erkenne dich selbst!“ Wir als Informatiker sind dann aufgerufen zu erklären, inwiefern ein Computer anders denkt als wir. Und wir müssen natürlich auch klarmachen, dass hinter einem Computer immer ein Mensch steht, der sich überlegt hat, wie der Computer etwas machen soll. Menschen denken in sozialen Kontexten. Wenn mir meine beste Freundin ein Geheimnis anvertraut, ist mir klar, dass ich das nicht herum erzählen kann. Der Computer kann diese sozialen Grenzen ohne Probleme überschreiten. Das ist uns oft nicht so bewusst.

Was braucht es Ihrer Ansicht nach zukünftig an Wissen und Können, damit Menschen weiterhin selbstbestimmt handeln und entscheiden können?

Ich glaube, dass wir in allen Ausbildungsberufen noch nicht genügend vermitteln, was komplexe Systeme sind. Nämlich Systeme, in denen Dinge auf eine so komplizierte Art und Weise interagieren, dass schon eine kleine Störung dazu führt, dass sich im gesamten System etwas ändert. Das haben wir bei der globalen Finanzkrise gesehen und das sehen wir auch im Bereich „Big Data“. Das Wichtigste ist, dass wir über unser Demokratieverständnis nachdenken, darüber, was es bedeutet, eine freie Gesellschaft zu sein. Jeder Bürgerin und jedem Bürger muss klar sein, dass wir dank unseres demokratischen Systems heute in Sicherheit und größtenteils friedlich zusammenleben können. Wir stehen an einem Scheideweg, an dem wir diese Dinge aufgrund der unterschiedlichen Entwicklungen auch verlieren könnten.

Kinder und Jugendliche sind weniger an Datenschutz interessiert, sondern möchten teilhaben und die verschiedenen Anwendungen nutzen.

Was raten Sie ihnen im Umgang mit dem Internet?

Mein dringlichster Rat ist: Nutzt es nicht nur passiv. Selber einen Blog zu schreiben oder einen YouTube-Kanal zu betreiben, ist eine tolle Sache. Außerdem: Überlegt euch, ob ihr einem Link wirklich folgen wollt. Wenn man mit der Maus über den Link fährt, wird im Browser ja angezeigt, wohin dieser führt. Manche Webseitenadresse hört sich schon so merkwürdig an, dass vermutlich Werbung dahintersteckt. Mein dritter Ratschlag ist: Guckt ins Impressum, bevor ihr Meinungen von Webseiten übernehmt. Wenn hinter einer Meldung, dass Handys Gehirnkrebs verursachen, eine Naturheilmittelfirma steht, die Präparate an Krebskranke verkauft, ist Skepsis geboten. Ratsam ist immer, sich zu fragen: Wer zahlt das eigentlich? Wer hat welches Interesse daran, mir diesen Service kostenlos anzubieten? Wikipedia ist kostenlos, weil dahinter eine Stiftung steht und Menschen bereit sind, dafür zu spenden, das scheint also okay zu sein. Aber dieses Handyspiel, warum ist das denn umsonst? Aha, da gibt es In-App-Käufe. Schließlich ist ein Ratschlag: Lasst euch nicht hinreißen! Schreibt im Netz nichts, was ihr einer Person nicht auch ins Gesicht sagen würdet. Ladet keine Fotos von euch und euren Freunden hoch, lasst es einfach!

Im professionellen Bereich laden wir auch Bilder von uns hoch. Haben Sie da keine Bedenken, dass Sie z. B. ein Getränkeautomat bald mit Namen anspricht?

Doch, das ist wieder eine Frage der sozialen Kontexte. Wenn der Getränkeautomat sagt: „Ach, Frau Zweig, schön, dass Sie heute zum dritten Mal hier sind“, empfinde ich das als unangemessen. Wenn ich auf einer Datingwebseite Informationen über mich für einen bestimmten sozialen Kontext freigebe, nämlich weil ich auf der Suche nach einem geeigneten Partner fürs Leben bin, möchte ich mich darauf verlassen, dass diese Daten in einem anderen sozialen Kontext nicht genutzt werden. Deswegen sollte es Regeln für Data Scientists geben, die sozialen Kontexte zu beachten. Diese Regeln müssen wir wenigstens als Etikette, als Berufsethik fest etablieren – und sie den Computern beibringen. Ein Krimineller wird sie immer missachten, aber als Kunden und als Bürger können wir darauf pochen, dass auch prinzipiell öffentlich verfügbare Daten nicht in andere soziale Sphären abwandern. Zu sagen: „Du bist selber schuld, du hast ja dein Bild auf XING hochgeladen“, kann nicht die Lösung sein. Muss sie auch nicht.

Auf welche Entwicklungen müssen wir uns in den nächsten Jahren vorbereiten? Und überwiegen für Sie persönlich die Chancen oder die Risiken?

Ich glaube, dass wir jetzt die Weichen stellen müssen. Ich freue mich auf ganz viele Dinge, fahrerloses Fahren z. B. Wir werden uns darauf vorbereiten dürfen, personalisiert jederzeit Zugang zu Informationen zu haben, die unter Umständen nur uns angezeigt werden, Stichwort „Google Glass“. Wir werden sehr viel über uns selber lernen dürfen, indem wir uns selbst dauernd vermessen. Wenn man als Diabetiker weiß, dass der Blutzuckerspiegel dramatisch sinkt, wenn ein bestimmter Lehrer die Klasse betritt, kann man auf verschiedenste Weise darauf reagieren. Es wird aber auch Nebeneffekte geben. Da der Umbruch so dramatisch und schnell stattfindet, stellt sich mir die Frage: Wie kann man die gesellschaftlichen Prozesse beschleunigen, die dafür sorgen, dass die Nutzung und die Möglichkeiten der neuen Technologie in die gesamtgesellschaftlichen Ziele eingebunden werden? Wir werden eine Weile brauchen, um auszuhandeln, was wir haben wollen, was verboten oder kontrolliert werden muss und was wir einfach nicht richtig finden. Diese ständigen Verhandlungen, die wir als demokratische und freie Gesellschaft führen, sind aber nichts Neues – wir sind damit doch eigentlich wieder in Gewässern, die wir ganz gut kennen.

Das Interview führte Claudia Mikat.

Big Data als Herausforderung für die Medienpädagogik

Die großen Datenmengen, die heutzutage erfasst werden (Big Data), und die entsprechenden Auswertungsverfahren (Big Data Analytics) stellen neue Herausforderungen an medienpädagogische Arbeit. Der Beitrag beleuchtet diese Herausforderungen und stellt beispielhaft praktische Arbeitsansätze vor.

Niels Brüggem

Big Data in der Fernsehwelt

Rückblickend markiert „die Quote“ nur den Anfang der Bedeutung von Daten in der Fernsehwelt. Längst haben sich Zuschauerinnen und Zuschauer im Zuge der Konvergenz vielfältige Wege des Fernsehens erschlossen. Dank der Digitalisierung kann online jede Streaming-Anfrage in der Mediathek oder jede Unterbrechung des Streams gezählt werden. Smart-TV-Geräte senden Nutzungsdaten an die Server der Sender sowie an die der Gerätehersteller. Wer mit modernen Geräten fernsieht, ob online, am Smart-TV oder auf dem Tablet, hinterlässt Daten in großer Zahl. Big Data ist auch beim Fernsehen bereits Realität. Und damit ist das neue Fernsehen ein guter Ansatzpunkt, um Herausforderungen aufzuzeigen, denen sich medienpädagogische Arbeit mit dem Ziel der Förderung von Medienkompetenz, verstanden als „Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft“ (Schorb/Wagner 2013, S. 18), stellen muss. Unterschieden werden können Herausforderungen, die die Datenerhebung von großen Datenbeständen (Big Data) betreffen, und solche, die mit der Auswertung und Verarbeitung solcher Datenbestände (Big Data Analytics) verbunden sind.

„Think before you post“ reicht nicht

Die Datenspuren eines Smart-TV sind nur mit einem ausgeprägten technischen Wissen vermeidbar. Ähnlich ist es beim Surfen im Internet, bei der Nutzung des Smartphones usw.: Die digital vernetzten Geräte, die uns heute in unseren Lebenswelten begleiten, müssen Daten austauschen, um zu funktionieren. Und selbst Fachleute können nur mit einigem Aufwand herausarbeiten, welche Datenströme für die Bereitstellung der Dienste wirklich notwendig sind und welche lediglich zusätzliche Daten generieren bzw. verbreiten.

Vor der Folie informationeller Selbstbestimmung – also der Vorstellung, dass jede und jeder wissen sollte, was andere über einen wissen, und dies auch mitbestimmen sollte – ist diese Situation problematisch. Denn vielen Nutzenden ist nicht bewusst, welche Daten im Zuge der Nutzung ihrer technischen Geräte gesammelt werden (können). Des Weiteren dürfte der Mehrheit nicht klar sein, was aus solchen Daten geschlossen werden kann.

Bereits mit Blick auf die Datenerhebung konturiert sich damit die Herausforderung, Datenschutz anders zu vermitteln, als dies mit Blick auf soziale Netzwerkdienste gängige Praxis ist. Mit Blick auf die digital vernetzten Öffentlichkeiten hatte es durchaus Sinn, mit Botschaften wie „Denk vor einer Veröffentlichung nach“ aufzuwarten. Aber auch die bekannten sozialen Netzwerkdienste protokollieren jeden Klick, jedes Video, das angesehen wurde, schlicht: die komplette Nutzung des Angebots. Die bewusste Veröffentlichung deckt nur einen Teil der Herausforderungen ab, denen sich die Nutzenden und damit auch die Medienpädagogik gegenübersehen.

Mit Blick auf die Datenerhebung im Zusammenhang von Big Data ist vielmehr zu beleuchten, welche Daten einfach en passant im Zuge des Umgangs mit digitalen Geräten generiert werden. Die Frage ist, ob hier wie bei der Forderung nach einer reflektierten Veröffentlichungspraxis von den Einzelnen erwartet werden kann, dass sie individuell Verantwortung übernehmen, um die eigenen Daten bzw. sich zu schützen.

Die Forderung nach einem Selbstschutz der Nutzenden steht durchaus im Raum. Gemeint ist die Vorstellung, dass alle Nutzenden selbst dafür Sorge zu tragen haben, ihre Daten z. B. durch Verschlüsselung zu schützen. Angesichts dieser Forderung nach individueller Selbstverantwortung kapitulieren einige Nutzende überfordert. Entsprechende fatalistische Haltungen wurden bei Jugendlichen wie auch beim Bevölkerungsdurchschnitt bereits identifiziert (vgl. Brüggem/Dirr u. a. 2014; DIVSI 2015). Neben der individuellen Überforderung ist es zudem auch eine unzureichende Verkürzung des Grundgedankens von Datenschutz, wenn dieser allein auf die Nutzenden beschränkt bleibt. Das Prinzip der Datensparsamkeit bezieht sich z. B. ursprünglich auf die Gestaltung von Daten verarbeitenden Systemen – und nicht auf deren Nutzerinnen und Nutzer. Die Anbieter einer Softwarelösung sind nach diesem Prinzip gehalten, möglichst wenige Daten zu erfassen und zu verarbeiten. Ein Prinzip, das im Paradigma von Big Data als überholt dargestellt wird. Vielmehr ist es opportun, möglichst viele Daten zu erfassen. Paradox ist dann allerdings, wenn das Prinzip auf die Nutzenden verlagert wird, die nun datensparsam leben sollten. Ungleich verteilte Gestaltungsmöglichkeiten sind hier offenkundig.

Auswertungen sind in der Regel für die Nutzenden nicht transparent

Noch deutlicher wird diese Ungleichverteilung von Gestaltungsmöglichkeiten im Hinblick auf die Auswertung von Datenbeständen (Big Data Analytics). Aus der Analyse vieler Datensätze können Aussagen über Einzelne gemacht werden. Solche Vergleiche und Mustererkennung können Einzelne mit ihren eigenen Daten nicht anstellen, selbst wenn sie die Algorithmen hätten. Relevant wird dies, wenn vor Augen geführt wird, was mit der Auswertung von Daten verbunden ist. Hier weist Filipovic auf die Aspekte Datenökonomie, Überwachung, Vorhersagestrukturen und Manipulation hin (Filipovic 2014; siehe auch Brüggem 2015). So werden potenziell alle Lebensäußerungen, die digital erfassbar sind, auch unter ökonomischen Gesichtspunkten auswertbar. Sobald Daten für Geschäftsmodelle herangezogen werden, kann verdächtig oder diskriminiert werden, wer diese Daten (seien es Daten der Fernsehnutzung oder Kenndaten des Autofahrstils) nicht zur Verfügung stellen will, denn die Überwachung erlaubt auch an statistische Vorhersagen gekoppelte Bewertungen, differenzierte Tarife etc. Schließlich können solche Auswertungen genutzt werden, um Verhalten zu manipulieren. Ob diese Manipulation

Literatur:

Brüggen, N.:

Gedanken zur Neuausrichtung der Medienkompetenzförderung angesichts Big Data.
In: H. Gapski: Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt. München 2015, S. 51 – 62

Brüggen, N./Dirr, E./Schemmerling, M./Wagner, U.:

Jugendliche und Online-Werbung im Social Web (Hrsg.: Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz). München 2014.
Abrufbar unter:
http://www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projektmaterial/verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI):

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) von Kommunikationsdienstleistern. Internet-repräsentative quantitative Online-Panelbefragung. Hamburg 2015.
Abrufbar unter:
https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2015/10/2015-10-22_DIVSI_AGB-Umfrage_Charts.pdf

Filipovic, A.:

Eine medienethische Perspektive, inwieweit souveränes Handeln in digitalen Umwelten möglich ist (Beitrag zur 10. Interdisziplinären Tagung. Videodokumentation. Veranstaltung vom 28.11.2014, aus der Reihe „Interdisziplinäre Tagung“). München 2014.
Abrufbar unter:
<http://www.id-tagung.de/medien/>

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis:

Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen (Hrsg.: Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz). München 2014.
Abrufbar unter:
http://www.bestellen.bayern.de/shoplink/stmuv_vs_007.htm

zu einem individuell wie auch gesellschaftlich positiven Zweck oder mit niederen Interessen geschieht, ist dabei zunächst offen. In der Gestaltung von digitalen Diensten ist aber davon auszugehen, dass Handlungsmöglichkeiten auf Basis solcher Vorhersagestrukturen beschränkt werden. Zu fragen ist vor diesem Hintergrund nach den Möglichkeiten für selbstbestimmtes und souveränes Handeln, das ja gerade Ziel medienpädagogischer Arbeit ist.

Zugänge für die Förderung von Medienkompetenz in Anbetracht von Big Data

Die bis hierhin beschriebenen Herausforderungen für die Nutzenden und die Medienpädagogik verdeutlichen, dass die Förderung von Medienkompetenz sich angesichts von Big Data nicht auf Tipps und Tricks zum individuellen Schutz der eigenen Daten beschränken kann. Notwendig erscheint vielmehr, die Subjekte und die Technik in ihren gesellschaftlichen Bezügen zu thematisieren. Ganz klassisch geht es dabei um Wissen und Bewerten als Grundlage für Orientierung und gesellschaftliche Handlungsfähigkeit in einer mediatisierten Gesellschaft. Was dies für Zugänge der medienpädagogischen Arbeit bedeutet, wird nachfolgend skizziert.

Erstens geht es darum, Ohnmachtserfahrung als Ausgangspunkt ernst zu nehmen und in der Arbeit produktiv zu wenden.

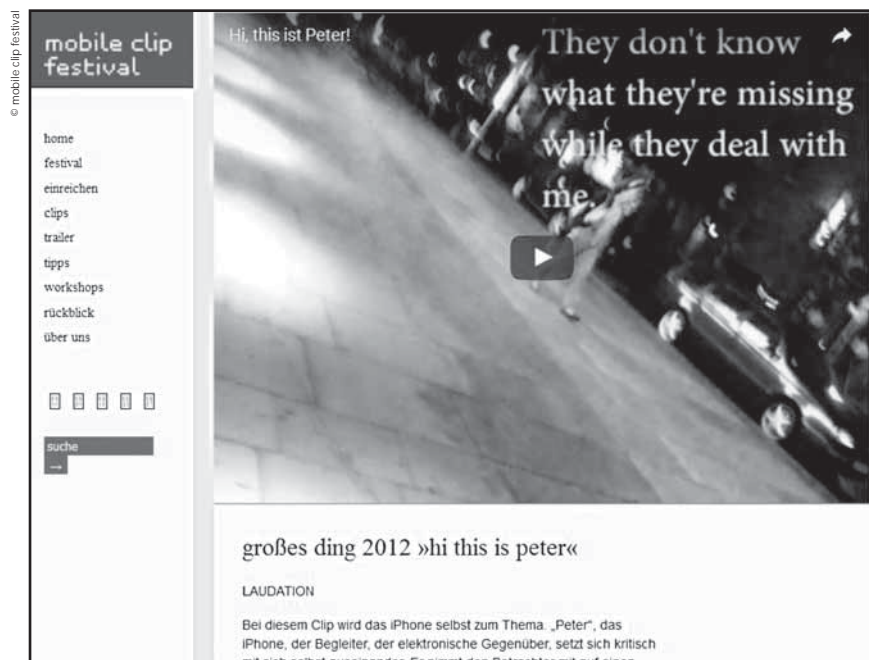
Informationen über Big Data Analytics können ein Ohnmachtsgefühl evozieren. Solche Ohnmachtsgefühle gilt es ernst zu nehmen und nicht abzuwerten. Ernst nehmen meint in der pädagogischen Arbeit, die Offenheit anzulegen, dass auch Ohnmachtsgefühle, Fatalismus oder dystopische Vorstellungen geäußert werden können. Wichtig ist allerdings, diese Gefühle und Befürchtungen produktiv zu wenden – sei es mit Blick auf konkrete Handlungsoptionen oder eine Motivation, sich gesellschaftspolitisch in den Diskurs über Regeln für Big Data Analytics einzubringen.

Zweitens geht es darum, Hintergründe zu verstehen und eigene Vorstellungen zu entwickeln.

Für die konkrete und anschauliche Vermittlung von Hintergründen zu Big Data können verschiedene Methoden herangezogen werden, die bereits vorliegen. So ermöglicht die Methode „Szenario Werbeagentur“ Einblicke, welche Daten bei der Nutzung von sozialen Netzwerkdiensten erfasst und für die Auswahl relevanter Werbezielgruppen herangezogen werden können. Die Methode aus dem Materialpaket *Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen* (JFF 2014) arbeitet mit der Funktion auf der Plattform Facebook, mit der alle Nutzenden Werbeanzeigen schalten können. Hierfür können sie die gewünschte Zielgruppe anhand verschiedener Merkmale auswählen, die teils von den Nutzenden bewusst im Profil angegeben, teils aber auch aus Nutzungsdaten abgeleitet werden.

Stärker auf die sozialen Wirkungen permanenter Überwachung zielt z. B. eine Methode aus dem klicksafe-Materialpaket *Privatsphäre und Big Data* ab. Mit einer einfachen Methode wird mit dem Zusatzarbeitsblatt *Überwachung* erfahrbar, welchen Einfluss Überwachung auf das eigene Handeln und die wahrgenommene Freiheit hat. Die Idee der Methode ist einfach: Eine kleine Gruppe Schülerinnen und Schüler stellt sich in einer Reihe auf und erhält verdeckt Zettel mit unterschiedlichen Überwachungsszenarien (von keiner Überwachung bis hin zu einer technisch gestützten Überwachung). Die restlichen Schülerinnen und Schüler können nun Fragen stellen. Wer die Frage mit „Ja“ beantwortet, kann einen Schritt nach vorne gehen. Die anderen bleiben stehen. So wird auch räumlich sichtbar, dass und ob unterschiedliche Überwachungsszenarien auch das eigene Handeln beeinflussen können.

Für die Auseinandersetzung mit technologisch gestützter Überwachung können auch klassische Ansätze der aktiven Medienarbeit genutzt werden, um ein Setting zu schaffen, in welchem Jugendliche sich damit auseinandersetzen, welche Daten gesammelt werden (können). Für solch einen kreativ-gestalterischen Zugang steht z. B. der beim mobile clip festival 2012 als „Großes Ding“ gekürte Kurzfilm *Hi, this is Peter!* Der Kurzfilm rückt ein Smartphone in den Fokus und verweist darauf, was dieses sieht, während es von den Nutzenden herumgetragen wird. Hier regt zum einen die Produktion eines solchen Films eine Auseinandersetzung mit den Geräten, mit denen wir umgehen, an. Zum anderen kann der Clip auch in pädagogischen Settings genutzt werden, um herauszuarbeiten, was Peter, das Smartphone, wohl über seine Besitzer „weiß“.



Hi, this is Peter!
(Screenshot)
Vorstellung der
Preisträger auf
www.mobileclipfestival.de

Ausgehend von solchen Methoden kann mit Jugendlichen erarbeitet werden, welche Vorstellungen sie haben, was bezüglich der Datenerfassung und der Auswertung großer Datenmengen erlaubt sein sollte. Denn eigene Vorstellungen, Wünsche und Ansprüche zu entwickeln, ist eine Grundlage, um aus einer potenziellen Ohnmachtserfahrung heraustreten zu können.

Drittens geht es darum, bei der Suche nach Lösungen den Fokus über die individuelle Selbstverantwortung auszuweiten.

Im Abgleich zwischen Ist-Zustand und eigenen Vorstellungen kann abgeglichen werden, wo realistische Möglichkeiten bestehen, etwas zu verändern. Dies markiert den Punkt, an dem in der pädagogischen Arbeit der Fokus über die Frage hinaus erweitert werden muss, was die oder der Einzelne selbstverantwortlich für sich machen kann. Angesichts der beschriebenen Herausforderungen wird deutlich, dass Einzelne bezüglich Big Data Analytics wenig Gestaltungsspielraum haben. Denn wenn Bildungsmaßnahmen nur den Aspekt der Selbstverantwortung betonen, isolieren sie die Adressaten in einer gesamtgesellschaftlichen Entwicklung. Die obigen Ausführungen machen vielmehr deutlich, dass es angesichts von Big Data und Big Data Analytics politisch gestalteter Rahmenbedingungen bedarf. Eine zentrale Aufgabe der Medienpädagogik wäre folglich, eine differenzierte Meinungsbildung zu diesem Thema zu unterstützen.

Klicksafe:
Zusatzarbeitsblatt *Überwachung*. Ludwigshafen 2015.
Abrufbar unter:
http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Ethik/Zusatz_AB_%C3%9Cberwachung.pdf

Schorb, B./Wagner, U.:
Medienkompetenz – Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme. Berlin 2013, S. 18–23.
Abrufbar unter:
http://www.medienkompetenzbericht.de/pdf/Medienkompetenzfoerderung_fuer_Kinder_und_Jugendliche.pdf

Niels Brügggen arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung „Forschung“ des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München.





Terror

Mediale Aufmerksamkeit als Motiv

Die Opfer sind meist unschuldige Menschen, die der Terroranschlag völlig unvermittelt und ohne irgendeine persönliche Beziehung zu den Tätern trifft. Nur in seltenen Fällen sind gezielt beispielsweise gleichgeschlechtlich orientierte Menschen betroffen, wenn sie etwa in einem Club zusammen feiern. Dabei trifft der islamistische Terror in der Masse Menschen, die ebenfalls zum Islam gehören, aber die eine andere Ausrichtung des Glaubens vertreten. Was genau das Ziel des Terrors ist, lässt sich positiv kaum definieren. Terror ist destruktiv, er entsteht aus Hass, Selbstüberschätzung, Intoleranz oder der Unfähigkeit, das eigene Leben sinnvoll zu gestalten. Selbstmordattentäter wollen durch die Tat zum Helden werden, der in seiner Einbildung für eine große Sache – nämlich den einzig wahren Gott – zum Märtyrer wird. Er rechtfertigt seine Tat damit, dass er den Ungläubigen die Würde und damit das Recht zu leben abspricht. Wenn sie nicht an den wahren Gott glauben und seinen Moralkodex befolgen, dann ist es auch gerechtfertigt, sie zu töten und die Gesellschaften dieser Ungläubigen in Angst und Schrecken zu versetzen.

Die Opfer von Attentaten dienen den Terroristen nur als Mittel zum Zweck. Die Angst und die Zerstörung der Normalität durch die Botschaft, dass jeder morgen zum Opfer werden kann, ist das eigentliche Ziel derjenigen, die hinter dem Terror stecken. Dafür müssen sie Menschen finden und für ihre Zwecke funktionalisieren, die wahrscheinlich vorher schon suizidale Absichten hatten. Durch den Terror für die angeblich gute Sache erhält der eigene Tod einen Sinn. Der Selbstmordattentäter wird posthum zu einer kriminellen Berühmtheit – je mehr Menschen getötet wurden, umso besser.

Die Reaktionen der Medien und auch der Öffentlichkeit auf solche Taten folgen reflexartig. Grausamkeit und Unmenschlichkeit werden auf „das Schärfste“ verurteilt, Fassungslosigkeit wird deutlich. Politiker

bis hin zum amerikanischen Präsidenten nehmen zu der Tat einer Person Stellung, die vorher niemand wahrgenommen hat. Auch von Amokläufen kennen wir dieses Bedürfnis, zumindest nach dem eigenen Tod berühmt sein zu wollen. Robert Steinhäuser, der 2002 in Erfurt 16 Menschen und anschließend sich selbst tötete, hatte wahrscheinlich ähnlich depressive und suizidale psychische Strukturen wie manch islamistischer Selbstmordattentäter. Eine Radikalisierung beispielsweise durch das Internet greift bei den meisten Menschen nicht. Voraussetzung ist wahrscheinlich, dass es schon vorher suizidale Phantasien und schwere psychische Probleme gab.

Kein Zweifel: Eine möglichst hohe mediale Aufmerksamkeit ist eines der Hauptmotive der Täter – und auch derer, die sie in den Tod schicken. Je grausamer die Tat ist, je mehr Menschen getötet wurden, umso sicherer wird genau dieses Ziel erreicht. Sondersendungen unterbrechen in solchen Tatsituationen das laufende Programm, obwohl es noch keine Informationen gibt, über die berichtet werden könnte. Stattdessen rätseln Moderatoren mit interviewten Journalisten oder selbst ernannten Experten, was eigentlich passiert ist. Die Medien befinden sich in einem Dilemma: Einerseits müssen sie ihre Aufgabe erfüllen und die Rezipienten optimal informieren. Gleichzeitig sind sie aber andererseits Teil des mörderischen Plans der Täter. Wie also sollen sie sich verhalten? Sind selbst auferlegte oder vorgeschriebene Restriktionen etwa im Hinblick auf die Hintergrundberichte über das Täterumfeld oder die Nennung des Namens sinnvoll? Ist es überhaupt durchsetzbar, wenn in sozialen Netzwerken ohnehin darüber berichtet wird? Senden die Medien mit ihrer Art der Berichterstattung nicht auch eine Botschaft an potenziell neue Täter? Könnte man durch eine Veränderung der Botschaft möglicherweise langfristig Taten verhindern? *tv diskurs* hat nachgefragt.

„So wenig berichten wie möglich!“

Über den Umgang mit Terroranschlägen und Amokläufen



Seit es in Europa Anschläge aus dem Umfeld des sogenannten Islamischen Staates (IS) gab, ist hierzulande das Unsicherheitsgefühl vieler Menschen immens gewachsen. Die Angst vor weiteren Anschlägen und das Gefühl permanenter Bedrohung werden auch von den Medien genährt, die in diesen Tagen über jeden noch so vagen Terrorverdacht berichten. Das müssen sie, denn Medien haben einen Informationsauftrag. Gleichzeitig stellt sich allerdings die Frage, ob sie mit der Art und Weise der Berichterstattung den Attentätern – wenn auch ungewollt – in die Hände spielen.

Dr. Georg Pieper ist Psychologe und Experte für Trauma- und Stressbewältigung. Er betreute u. a. Opfer, Angehörige und Einsatzkräfte nach dem ICE-Unglück von Eschede und den Amokläufen in Meißen und Erfurt. *tv diskurs* sprach mit ihm über die Macht der Bilder, einen klugen Umgang mit Katastrophennachrichten und über Möglichkeiten einer veränderten Medienberichterstattung.



© Philip Freutel

Sie schreiben: „Die digitale Revolution hat dem Terror ein machtvolles Angstinstrument beschert – die quasi Live-Dokumentation des Tötens, die Zuschauer genauso traumatisieren kann wie die unmittelbaren Opfer vor Ort.“ Was genau meinen Sie damit?

Anders als früher, als man sich sozusagen aktiv vorbereitete, wenn man Nachrichten schauen wollte, indem man sich innerlich darauf eingestellt hat, werden wir heute im Zeitalter von Smartphones jederzeit damit behelligt. Mittels Push-Nachrichten werden die Menschen quasi dazu aufgerufen, etwas anzuschauen. Dabei sind sie erst einmal in einer passiven Haltung. Das große Problem ist, dass dies immer nur kurze Momente der Angstaktivierung sind. Man liest

meistens nur die Headline, bekommt einen Schrecken eingejagt; Körper und Psyche sind in einen Alarmzustand gebracht, der aber nicht weiterverfolgt wird, sondern man kümmert sich nach kurzer Unterbrechung wieder um das Alltagsgeschäft. Diese kurze, nie abgearbeitete Stimulation führt dazu, dass das Angstlevel der Menschen kontinuierlich steigt und sie innerlich immer mehr mit Unbehagen erfüllt werden. Gleichzeitig setzen sie sich mit dem Thema aber auch nicht in Ruhe auseinander, sodass sie wieder zur Ruhe kommen könnten. Gerade bei Terrornachrichten ist das in meinen Augen extrem gefährlich und sehr wirksam im Sinne der Attentäter: Wenn man davon ausgeht, dass die Erzeugung eines Unsicherheitsgefühls oberstes Ziel der Terroristen ist, dann erreichen sie mithilfe der Medien genau das.

In den letzten Wochen und Monaten konnte man den Eindruck gewinnen, eine Katastrophenmeldung jage die nächste. Täuscht mich mein subjektives Gefühl oder war das wirklich so?

Das ist sicherlich nicht nur ein subjektives Gefühl von Ihnen oder von mir, sondern das bekomme ich von sehr vielen Menschen gespiegelt, von Patienten, Verwandten, Bekannten und Freunden. Wir leben fast in einer Art Zeitenwende, in der sich die schlechten und belastenden Nachrichten unglaublich häufen. Die Weltlage sieht schlimm aus, überall Konflikt- und Krisenherde. Dazu kommt allerdings auch, dass wir über die Medien häufig bei Dingen dabei sind, wo man sich fragen kann, ob das wirklich notwendig und sinnvoll ist. Wenn ich nach Anschalten des Computers als Erstes die Meldung erhalte, dass in Afghanistan bei einem Busunfall 37 Menschen getötet wurden, tut mir das für die Opfer sehr leid, aber ändern kann ich daran nichts. Die Angst wird aber dennoch aktiviert. Viele Menschen haben schon ein banges Gefühl, wenn sie überhaupt Nachrichten oder den PC anschalten, weil sie sich fragen, was als Nächstes passiert sein mag. Unterm Strich werden wir also mit vielen Informationen belangt, die wir früher nie bekommen hätten und die wir im Grunde genommen auch gar nicht brauchen.

Sehen Sie in diesem Kontext soziale Medien eher als Chance oder eher als Risiko?

Ich persönlich sehe viel mehr das Risiko, gleichwohl damit natürlich auch Chancen verbunden sind: So ist es z. B. viel leichter, mit einer größeren Gruppe von Freunden in Kontakt zu bleiben, die man sonst vielleicht aus den Augen verloren hätte, weil sie zu weit weg sind. Insgesamt befürchte ich aber, dass diese Art der Berichterstattung statt positiver Dinge sehr viel mehr Stress und Belastung in unser Leben bringt. Man kann die Entwicklung natürlich nicht zurückdrehen und es soll auch nicht wie Maschinenstürmerei klingen, aber vor meinem beruflichen Hintergrund sehe ich auch das immense Suchtpotenzial dieser neuen Medien.

Wenn Terrorattentate oder andere schlimme Unglücke geschehen, sitzt man manchmal wie paralysiert vor dem Fernseher oder schaut alle paar Minuten auf das Handy, obwohl es meistens überhaupt keine neuen Erkenntnisse gibt. Warum handeln wir so? Vermittelt uns das ein Gefühl von Sicherheit? Wollen wir der Gefahr ins Auge blicken?

Ich denke, dabei handelt es sich ein Stück weit auch um die Faszination des Grauens. Die Auseinandersetzung mit dem Bösen hat es immer gegeben. Warum schauen die Leute Krimis und Horrorfilme? Noch früher waren es die Märchen von bösen Menschen, die andere geschlachtet oder gefressen haben. Die Faszination des Grauens ist sehr tief in uns verankert. Vielleicht geht es auch um Kontrolle. Wir stehen alle sehr unter einem Gefühl des Kontrollverlusts. Es passiert so viel und wir können es nicht beeinflussen. Wenn wir 20 Mal auf das Smartphone schauen, ob etwas passiert ist, entsteht vielleicht im Ansatz die Illusion eines Kontrollgefühls: Ich unternehme etwas, um irgendwie am Ball zu bleiben. Letztlich macht es aber eher besorgter, hilfloser und schürt Ängste. Außerdem darf man keinesfalls die Macht der Bilder unterschätzen – gerade, wenn man Fotos quasi in Liveberichterstattung oder Videoausschnitte sieht und dort mit Bildern konfrontiert wird, die man gar nicht sehen will und die man so leicht auch nicht wieder aus dem Kopf bekommt. Ich vermute, dass z. B. sehr viele Jugendliche Enthauptungsvideos des IS angeschaut haben. Solche Bilder lösen ein innerliches Grauen aus. Gleichzeitig muss man als Jugendlicher cool sein und so tun, als würde einen das gar nicht berühren. In meinen Augen hat das für die Psyche eine verheerende Wirkung.

Viele Eltern stellen sich die Frage, wie ein adäquater Umgang mit Informationen über Attentate und Amokläufe aussehen kann. Was raten Sie?

Man kann sicherlich nicht das tun, was viele Eltern gern tun würden, nämlich ihre Kinder vor derartigen Informationen komplett schützen. Das geht nicht mehr, dafür sind die Medien überall viel zu präsent. Wenn Eltern ihre Kinder davon ganz weghalten, dann werden sie im Kindergarten oder in der Schule damit konfrontiert, weil andere es gesehen haben oder weil die Mitschülerinnen und Mitschüler ihr Smartphone schon mitbringen. Das bedeutet, wir müssen unsere Kinder einerseits schützen, andererseits aber auch ein Stück mit der Realität konfrontieren. Bei kleinen Kindern würde ich allerdings wirklich dazu raten, sie eher nicht vor den Fernseher zu setzen. Im Vorschul-

alter sollte man Kinder möglichst von Kriegsbildern fernhalten. Wenn sie dennoch etwas mitbekommen, weil z. B. gerade ein Anschlag passiert ist, dann muss man beginnen, mit ihnen darüber zu reden: „Ja, es gibt böse Menschen, es gibt Gewalttäter, es gibt Menschen, die nichts Gutes wollen.“ Das hat man immer schon gemacht. Früher hat man Kinder mithilfe von Märchen auf das Böse hingewiesen. Sie dürfen nicht in dem blauäugigen Glauben aufwachsen, dass es so etwas nicht gibt. Aber: Gleichzeitig müssen Eltern immer dafür sorgen, Kindern im Vorschulalter zu versichern, dass sie in ihrem Zuhause sicher sind: „Hier kann dir nichts passieren. Hier, wo wir wohnen, gibt es keine Verbrecher und keine Mörder und keine Diebe.“ Je älter Kinder werden, desto mehr muss man sie an den Gedanken heranführen, dass es die totale Sicherheit nicht gibt, sondern eben auch Menschen, die nicht nur das Gute wollen.

Wie können wir Erwachsenen lernen, mit diesem Gefühl von Unsicherheit und Bedrohung zu leben?

Das Wichtigste ist erst einmal, sich einzugestehen, dass es das ungute Angstgefühl gibt, und sich zu überlegen, woraus es entstanden ist. Wir sollten mit den für uns relevanten Menschen – Familie, Freunde, Arbeitskollegen – reden, sodass wir damit nicht alleine bleiben und es nicht jeder in sich hineinfrißt, denn das führt sehr leicht zu Pauschalurteilen und dazu, dass man z. B. alle südländisch aussehenden Menschen oder alle Flüchtlinge in eine Kiste wirft. So kommt es zu Pegida, AfD-Zuläufen und der Suche nach dem starken Mann, von dem man hofft, dass er alles für einen regelt und alle Bösen aus dem Land wirft. Wir müssen uns unsere eigene Unsicherheit eingestehen und dann erkennen, welche Werte wir in unserer Gesellschaft haben – und letztlich gemeinsam dafür einstehen. Das ist für mich der einzige Weg, diese Unsicherheit in etwas Positives umzuwandeln. Dazu gehört, ganz wichtig, ein kluger Umgang mit den Medien. Man sollte sein Smartphone auch smart nutzen. Das bedeutet, sich möglichst nicht von Push-Nachrichten terrorisieren zu lassen und immer wieder auf sein Handy zu schauen, sondern für sich selbst festzulegen, dass man das ein-, zwei- oder dreimal am Tag macht. Es geht darum, sich in diesen Momenten bewusst mit den Schreckensnachrichten der Welt auseinanderzusetzen. Dies sollte möglichst auch nicht nur in Drei-Minuten-Nachrichten passieren, sondern in Sendungen, die Hintergründe zeigen und Dinge reflektieren.

Haben wir ein unrealistisches Kontroll- und Sicherheitsbedürfnis?

Wir haben alle ein starkes Sicherheitsbedürfnis und möchten, dass wir total behütet und frei von Gefahren und Sorgen leben können. Aber wir müssen erkennen, dass es genau das nicht gibt. Die absolute Sicherheit gibt es nicht und damit kommen viele Menschen nicht gut zurecht. Das sind vor allem Menschen, die psychisch sowieso belastet und eher ängstlich strukturiert sind. Für die ist es ein kaum auszuhaltender Stress, zu wissen, dass jederzeit etwas passieren kann. Aber wir müssen uns eben frei machen von dieser Haltung, dass in unserer Welt immer alles sicher ist. So ist unsere Welt nicht und man muss einen realistischen Zugang zu ihr bekommen. Man kann sich sagen: Ich tue alles dafür, dass ich sicher leben kann, aber es kann trotzdem etwas passieren. In meinem Buch schreibe ich entsprechend auch von grundlegenden Einstellungen der Welt gegenüber. Diejenigen Menschen, die ganz unrealistisch sind, die also sagen: Es geschehen zwar Unglücke auf der Welt, aber niemals bei mir selbst – keine schlimme Krankheit, kein Unfall, kein Überfall –, diese Menschen sind am meisten getroffen, wenn tatsächlich etwas passieren sollte. Diese Menschen kommen am schlechtesten damit klar. Schon von daher sollte man einen realistischeren Bezug entwickeln, ohne hysterisch zu werden. Das ist für manche Menschen sehr schwierig und wird derzeit leider von Populisten ausgenutzt, die einem vorgaukeln: Wenn ihr uns wählt, bekommen wir das alles in den Griff und werden dafür sorgen, dass euer Sicherheitsgefühl wieder voll und ganz da ist.

Im Jugendmedienschutz sprechen wir viel von Medienkompetenz. Sie schreiben in Ihrem Buch von „Krisenkompetenz“. Was verstehen Sie darunter?

Unter Krisenkompetenz verstehe ich, dass man sich mental auf Krisen vorbereitet, ohne sich verrückt zu machen. Dass man sich bewusst macht, dass es eben nicht selbstverständlich ist, dass alles immer glatt läuft und einfach ist, sondern dass Krisen in wirklich jedem Leben vorkommen und dass man sich auch mit diesem Gedanken beschäftigen sollte. Es ist nicht selbstverständlich, dass es mir so gut geht, wie es mir in diesem Moment geht. Das kann sich schlagartig ändern, indem sich etwas Schwieriges oder Schlimmes ereignet. Das führt bei Menschen in der Regel dazu, dass sie achtsamer leben, mehr im Hier und Jetzt, dass sie dankbarer sind für das Gute und Schöne, das sie haben, und mehr genießen können. Daraus entsteht auch die Kraft, Krisen bewältigen zu können. Krisen kommen und Krisen gehen wieder. Ich benutze gern

das Beispiel von einem Fluss, in dem man lernen muss, ein guter Schwimmer zu werden. Ein Fluss fließt manchmal ruhig daher, manchmal hat er Stromschnellen oder einen Wasserfall, darauf muss man sich vorbereiten. Auch der eigene Lebensfluss ändert sich ständig, birgt Gefahren und schwierige Etappen. Das miteinzubeziehen und nicht dem kindlichen Glauben oder Wunsch zu erliegen, dass es die Eltern oder andere Personen alles in die Hände nehmen und regeln, das verstehe ich als Krisenkompetenz.

Beleuchten wir eine andere Seite des Themas: Die Medien berichten bei Terrorattentaten und Amokläufen regelmäßig in großem Umfang auch über die Täter selbst, über persönliche Hintergründe, über die Art, wie sie getötet haben, woher sie sich die Waffen besorgt haben etc. Werden dadurch Nachahmungstäter motiviert?

In meiner beruflichen Tätigkeit habe ich während der letzten 20 Jahre eine ganze Reihe von jungen Menschen getroffen, die extrem verzweifelt waren, sich ungerecht behandelt fühlten, sehr wenig Perspektive und keinen rechten Zugang zum Leben hatten. Viele von denen sind unglaublich fasziniert von solchen Tätern, die der Welt einmal zeigen, wer sie sind, und über die jeder spricht. Respekt ist in dem Zusammenhang ein großer und wichtiger Begriff, weil sie sich in ihrem Leben respektlos behandelt fühlen. Wenn sie sehen, wie viel allein über den Täter geschrieben wird, fühlen sie sich schon stellvertretend belohnt. Es ist für sie ein großer Reiz, auf diese Art bekannt zu werden und einmal etwas richtig Schreckliches zu tun, sodass jeder Mann Angst hat und jede Frau von ihnen spricht. Dieses Belohnungssystem, wie wir aus der Lerntheorie wissen, hat immense Auswirkungen auf das Verhalten. Wir müssen hier sehr vorsichtig sein. Journalisten laufen schnell Gefahr, zu Helfershelfern der Attentäter zu werden. In meinen Augen sind sie das leider oft. Je mehr sie berichten, desto mehr reizen sie damit desperate Menschen.

»Journalisten laufen schnell Gefahr, zu Helfershelfern der Attentäter zu werden. Je mehr sie berichten, desto mehr reizen sie damit desperate Menschen.«

Wie könnte aus Ihrer Sicht eine gute Berichterstattung über eine solche Tat aussehen, die weder Opfer und deren Angehörige ein zweites Mal traumatisiert, noch Nachahmungstäter motiviert – und dabei auch keine Fakten unterschlägt?

Es müsste in meinen Augen eine ganz nüchterne, kurze Beschreibung der Täter sein. Auf keinen Fall dürfen Namen, auch keine Vornamen, genannt, keine Bilder des Täters gezeigt werden. Selbst wenn Informationen über den Täter vorhanden sind: Es sollte so wenig wie möglich darüber geschrieben werden, um Nachahmungseffekte gar nicht erst in Gang zu setzen. Es sollte ganz klar werden, dass der Täter kein Held ist, der jetzt groß herauskommt.

Die ausgesandten Botschaften müssten sich also ändern...

Genau, man müsste wirklich andere Ausdrücke als z. B. „lonesome wolf“ finden, Ausdrücke wie etwa „der Gescheiterte“, womit sich Negatives assoziieren lässt. Bei dem Attentäter von Erfurt könnte man z. B. sagen: „der in der Schule gescheiterte Schüler“ – und dann nichts weiter über ihn schreiben. Letztlich kann das auch schon zu viel sein, es gilt also aus meiner Sicht: so wenig wie möglich. Aber ich bin mir durchaus bewusst, dass das ein Appell ist, der nicht fruchten wird. Es gibt immer einige Medien und Berichtersterter, die gerade davon leben, dass sie Geschichten über Attentäter z. T. sogar erfinden. Die Menschen sind davon fasziniert und kaufen das Produkt.

Geht es in der Medienberichterstattung über Attentate etc. manchmal vielleicht mehr um das Schaffen eines Gemeinschaftsgefühls und um das gemeinsame Verarbeiten?

Ich habe nicht das Gefühl, dass es ein Aufarbeiten ist, sondern letztlich sind es Informationen, die überhaupt nicht informieren. Ich hatte am Abend des Amoklaufs in München die ARD eingeschaltet und mich später darüber geärgert: Es wurde ausschließlich zwischen unterschiedlichen Reportern hin- und hergeschaltet, die alle zum damaligen Zeitpunkt nichts zu sagen hatten, weil sie schlicht über keine Informationen verfügten. Das ist in meinen Augen kein Aufarbeiten, sondern das künstliche Aufrechterhalten von Spannung. Die Berichtersterter als Helfershelfer, das geht weit zurück. Ich denke nur an das Gladbecker Geiseldrama. Ich hatte mit einer der überlebenden Geiseln später zu tun. Sie schilderte sehr eindrücklich, wie bedrohlich sie das empfunden hat, dass die Journalisten vor dem Auto standen und Interviews mit dem Geisel-

nehmer führten. Dass sie das Gefühl hatte: Die sitzen alle in einem Boot! Wir sind die Opfer und keiner hilft uns. Damals wurde sehr viel darüber diskutiert und überlegt, was man gegen diese Art des Journalismus unternehmen kann. Es hat ja auch kritische Diskussionen und immer wieder Hinweise gegeben, aber zu einer wirklich guten Lösung sind wir da noch nicht gekommen.

Sie sprachen eben von den verzweifelten Jugendlichen, die Sie im Laufe Ihrer Berufstätigkeit kennengelernt haben. Hatten Sie das Gefühl, diese Jugendlichen erreichen zu können?

Die Lösung ist im Grunde genommen relativ einfach: Bei diesen verzweifelten jungen Menschen – meistens sind sie männlich – lösen sich in aller Regel diese Hassgedanken in Luft auf, sobald es gelingt, dass sie eine relevante erwachsene Bezugsperson finden, zu der sie Vertrauen haben. Sie brauchen eine Person in ihrem Leben, gegenüber der sie Respekt haben und zu der sie etwas aufblicken können, die sie aber nicht nur maßregelt, sondern wo es ein Vertrauensverhältnis gibt. Der zweite wichtige Punkt ist dann, mit ihnen realistische Chancen zu erarbeiten, wie sie an der Gesellschaft teilnehmen können. Das ist manchmal ein sehr schwieriger Schritt, aber wenn diese beiden Punkte gelingen, dann kann man sie sehr gut erreichen.

Was könnten wir als Gesellschaft tun?

Unbedingt dafür sorgen, dass es gute Beziehungen auch gerade zu diesen schwierigen Jugendlichen gibt, z. B. in den Schulen. Man sollte sie eben nicht ausschließen und aussondern, weil die Leistungen zu schlecht sind oder weil sie sich schlecht verhalten haben, sondern man sollte dranbleiben und sich klar darüber sein: Es hat eine unglaubliche Wichtigkeit und einen großen Wert, dass sie spüren, es gibt jemanden, der sie mag und dem sie nicht egal sind, auch wenn sie sich schlecht verhalten haben oder schlechte Leistungen bringen. Das ist ganz wichtig. Wir müssen auch als Gesellschaft unbedingt viel Anstrengung in der Hinsicht unternehmen, dass es keine Jugendarbeitslosigkeit gibt. Die Jugendlichen müssen sich gebraucht fühlen. Wenn sie das nicht tun, ist die Gefahr der Radikalisierung sehr groß. Denn dann kommen eben die Heilsversprecher, angefangen von rechten Gruppen bis hin zum IS, von denen sie gelockt werden. Die Lockmechanismen lassen sich fast wie Blaupausen eine auf die andere legen.

Das Interview führte Barbara Weinert.

Werner C. Barg

Von Messerattacken, Schießereien und Axtangriffen

Terror und Amok in den deutschen Nachrichtenmedien

Terroranschläge in Europa, ein Amoklauf in München: Im Juli 2016 jagte eine Schreckensnachricht die nächste. Der Beitrag analysiert anhand dieser aktuellen Beispiele, wie in deutschen Nachrichtenmedien spektakuläre Ereignisse dargestellt und hierbei durch Spekulation statt Information Verunsicherung und Ängste geschürt sowie Stereotypisierungen bis hin zu Feindbildern verstärkt werden.

Anmerkungen:

¹
Abrufbar unter:
<https://www.tagesschau.de/newsticker/newsticker-muenchen-101.html>
(letzter Zugriff: 30.09.2016)

Die Verunsicherung

Der islamistische Terror hat Europa erreicht. Im Juli 2016 nun häuften sich die Übergriffe: Nachdem ein Lkw-Fahrer am französischen Nationalfeiertag in eine Menschenmenge auf der Hafepromenade von Nizza gerast war, kam es am 18. Juli zu einem Angriff eines IS-Kämpfers auf Reisende in einem Regionalzug bei Würzburg und wenig später, am 24. Juli, zu einem Bombenanschlag eines IS-Terroristen in der Nähe eines Open-Air-Festivals in Ansbach. Zwischen den beiden Verbrechen in Deutschland, die Polizei und Staatsanwaltschaft der Terrororganisation „Islamischer Staat“ als Drahtzieher zuordnen, kommt es am frühen Abend des 22. Juli 2016 in München zu einem Amoklauf eines 18-jährigen Deutsiraners.

Unter dem durchaus reißerischen Titel *++ Zehn Tote in München, Stadt unter Schock ++*¹ kann man auf der Informationsplattform von tagesschau.de bis heute den Liveblog zu den Ereignissen nachvollziehen. Beim Lesen der Kurzmeldungen von BR und ARD sowie der Twitter-Nachrichten, die die Münchener Polizei herausgegeben hatte, wird das Pingpongspiel von Information, Fehlinformation und Spekulation schnell deutlich, das die Medienberichterstattung über dieses Ereignis (nicht nur in ARD und ZDF) an jenem Abend des 22. Juli 2016 kennzeichnete. Einige Beispiele:

Um 19:18 Uhr meldet der BR-Polizeireporter: „Der Täter, der am frühen Abend im Bereich des Olympia-Einkaufszentrums in München um sich geschossen hat, ist offenbar noch unterwegs.“ Wenig

später, um 19:22 Uhr, heißt es, laut Aussage eines Polizeisprechers, dass „die Lage [...] noch immer komplett unübersichtlich [sei]. Man wisse nicht, ob man es mit einem Täter oder mehreren zu tun habe.“ Dieser Annahme folgt um 19:35 Uhr die Nachricht: „Nach den Schüssen in einem Einkaufszentrum gibt es nun auch in der Münchner Innenstadt einen Großeinsatz der Polizei. Ob ein Zusammenhang mit den Schüssen im Olympia-Einkaufszentrum besteht, ist aber nicht klar.“ Diese „Nachricht“ wird schon um 19:45 Uhr von der Polizei auf Twitter als Falschmeldung entlarvt: „Die Münchner Polizei hat klargestellt, dass es am Stachus in der Innenstadt einen Fehlalarm und keine Schießerei gegeben hat.“² Zugleich hält die Polizei in ihrer Informationspolitik die Mehr-Täter-Theorie weiter aufrecht. Schon 19:37 Uhr twittet sie: „Bitte keine Fotos/Filme von polizeilichen Maßnahmen online stellen. Unterstützt nicht die Täter!“³ Um 20:05 Uhr folgt dann die Meldung der ARD: „Die Polizei berichtet von drei mutmaßlichen Schützen in München.“ Und 20:43 Uhr: „Zeugen zufolge waren die Täter mit Gewehren bewaffnet.“

Im „Wettlauf um die schnellste Information“ (Hanfeld 2016) beginnen die Nachrichtenmedien mit solchen Meldungen bewusst ein Szenario zu suggerieren, das dem beim Terroranschlag in Paris vom 13. November 2015 ähnelt: mehrere Täter, schwer bewaffnet in der Stadt unterwegs, jederzeit bereit, um sich zu schießen.

Diese mediale Konstruktion des Geschehens in München wird aufgebaut und weiter aufrechterhalten, obwohl 20:20 Uhr die Meldung kommt: „Die Landeshauptstadt München hat den ‚Sonderfall‘ wegen einer ‚Amoklage‘ ausgerufen.“ Fünf Minuten später (20:25 Uhr) wird in der nächsten Meldung wiederum die Polizei zitiert: „Die Polizei spricht von einer ‚Amoklage‘, zugleich teilte die Pressestelle der Polizei mit, man habe einen ‚Terrorverdacht‘.“ Später, um 21:49 Uhr, erläutert ein Sprecher, warum die Polizei einen Terrorverdacht formuliert: „Wir gehen insofern von einem Terroranschlag aus, als wir mit unseren Maßnahmen bei dieser Annahme die höchstmögliche Wirkung erzielen und wir lieber zu viel als zu wenig Personal auf der Straße haben. Wenn sich herausstellt, dass es einen anderen Hintergrund hatte, haben wir den Worst Case auch abgedeckt.“

Doch in den sozialen Netzwerken brodeln zu diesem Zeitpunkt schon ungebremst die Gerüchte und in den TV-Nachrichtenmedien überschlagen sich die Experten in den Gesprächen mit den Moderatoren geradezu mit Spekulationen in Richtung islamistischer Terror oder auch Rechtsradikalis-

mus, gerne eingeleitet mit dem Satz: „Wir wollen ja nicht spekulieren, aber ...“ oder: „Es ist zu früh für endgültige Einschätzungen, aber ...“.

So vermeldet um 20:26 Uhr der ARD-Liveblog: „Es sei eigentlich noch zu früh, um schon zu wissen, ob es sich bei der Schießerei in München um einen Terroranschlag handelte, sagt ARD-Terrorismusexperte Michael Stempfle. Die Polizei wolle die Bevölkerung damit wohl warnen. Allerdings sei bei drei Tätern ein Amoklauf unwahrscheinlich.“

Die Formel dieser Wirklichkeitskonstruktion ist einfach: mehrere Täter = Terror wie in Paris. Aber sie erweist sich als falsch. Eine Minute zuvor, um 21:25 Uhr, hat die Polizei auf Twitter bereits mitgeteilt: „Außer der Hanauerstraße können wir nach wie vor andere Tatorte nicht bestätigen.“⁴ Damit kristallisiert sich schon zu diesem Zeitpunkt heraus, dass die Mehr-Täter-Theorie nicht zutrifft und sich in München auch kein Szenario wie beim Terroranschlag in Paris am 13. November 2016 abspielt. Dennoch wird auf allen Kommunikationskanälen krass weiterspekuliert, sodass sich die Polizei wenig später, um 21:39 Uhr, auf Twitter zu folgender Kurznachricht veranlasst sieht:

„Bitte haltet Euch mit Spekulationen & Diskussionen!!! hier momentan zurück. Damit würdet Ihr uns sehr unterstützen.“⁵

Trotz der angesichts einer unübersichtlichen Lageeinschätzung besonnenen Informationspolitik der Polizei zeigt dieses Beispiel, wie stark Journalisten sich mittlerweile in ihrem Versuch, auch bei unklarer Faktenlage jederzeit die Deutungshoheit über das Geschehen erretten zu wollen, „[...] dem CNN-Syndrom [ergeben]: Wenn es nichts Neues gibt, spielen sie Was-wäre-wenn?“ (ebd.).

Das wurde an jenem Abend von München besonders in der ARD deutlich, die ihr Abendprogramm komplett geändert hatte und stattdessen eine mehrstündige Livesondersendung mit dem Moderator Thomas Roth brachte.

Nachdem die Mehr-Täter-Theorie gegen 22:00 Uhr zusammengebrochen ist, konzentrieren sich Roth und Experte Georg Mascolo auf ein im Netz kursierendes Video, auf dem „erst einer der Täter“, dann – später am Abend – „der Täter“ zu sehen sei. Eifrig wird von Moderator und Experte spekuliert, ob die Äußerungen, die der Täter auf dem Amateurvideo zum Besten gibt, auf einen islamistischen, individualpsychologischen oder nicht doch vielleicht auf einen rechtsradikalen Hintergrund hindeuten würden.

Im Bemühen um Deutung und Erklärung noch weitgehend unklarer Sachlagen und Tätermotive versuchen die deutschen Nachrichtenmedien schnell, in letzter Zeit oft zu schnell, dem Zuschau-

2

Abrufbar unter:
<https://twitter.com/BR24/status/756545825828900864>
?ref_src=twsrc%5Etfw
(letzter Zugriff: 30.09.2016)

3

Abrufbar unter:
<https://twitter.com/PolizeiMuenchen/status/756543783425150976>
?ref_src=twsrc%5Etfw
(letzter Zugriff: 30.09.2016)

4

Abrufbar unter:
<https://twitter.com/PolizeiMuenchen/status/756570802359795712>
?ref_src=twsrc%5Etfw
(letzter Zugriff: 30.09.2016)

5

Abrufbar unter:
<https://twitter.com/PolizeiMuenchen/status/756574345665863680>
?ref_src=twsrc%5Etfw
(letzter Zugriff: 30.09.2016)

»Im Bemühen um Deutung und Erklärung noch weitgehend unklarer Sachlagen und Tätermotive versuchen die deutschen Nachrichtenmedien schnell, in letzter Zeit oft zu schnell, dem Zuschauer Sicherheit zu geben.«

er Sicherheit zu geben. Diese Art von spekulativer Berichterstattung über eine sich global immer komplexer gestaltende Realität erreicht beim Publikum aber eher das genaue Gegenteil, nämlich eine zunehmende Verunsicherung über die Sachlagen, zu denen berichtet wird. Und: Diese Strategien forcieren ein gesellschaftliches Klima, das kognitive Komplexität reduziert und Stereotypenbildung begünstigt. Die Ausbildung von Stereotypen, eigentlich „eine natürliche Eigenschaft des menschlichen Denkens, die sich dadurch kennzeichnet, dass sie vereinfacht, kategorisiert und dadurch eine Orientierung in der Welt ermöglicht“ (Kallmeyer 2002, S. 153), kann sich, wie nachfolgend gezeigt, leicht in manifeste Feindbilder wandeln.

Die Semantik

7. Januar 2015: „Zwei schwer bewaffnete Männer haben die Redaktion der französischen Satirezeitschrift ‚Charlie Hebdo‘ überfallen und ein Blutbad angerichtet“ (FAZ 2015).

„Drei schwer bewaffnete Attentäter dringen in die Redaktion des Satiremagazins ‚Charlie Hebdo‘ ein und richten ein Massaker an“ (n-tv 2015).

„Zwei Männer steigen aus. Sie sind bewaffnet mit Kalaschnikows, einer von ihnen hält das Gewehr auf Brusthöhe wie Soldaten eines Sondereinsatzkommandos. Ihr Gesicht wird durch schwarze Sturmhauben verdeckt, am Körper tragen sie kugelsichere Westen“ (Polke-Majewski u. a. 2015).

13. November 2015: „Auf dem Weg zur Konzerthalle hatten die Attentäter bereits auf den Straßen um sich geschossen. Im Osten der Stadt töteten sie Gäste, die in Bars oder wegen des noch warmen Wetters in Straßencafes saßen“ (MDR 2015).

29. Februar 2016: „Messerattacke einer 15-Jährigen offenbar islamistisch motiviert“ (Zeit Online 2016).

14. Juli 2016: „In Nizza hat ein mutmaßlicher Attentäter mit einem Lkw zahlreiche Menschen überfahren, mindestens 84 starben. Frankreichs

Präsident spricht von einem ‚terroristischen Charakter‘ der Tat – und verlängert den Ausnahmezustand im Land“ (Spiegel Online 2016).

19. Juli 2016: Axt-Angriff in Regionalzug (SZ Online 2016).

7. August 2016: „Belgien. IS beansprucht Machetenangriff für sich“ (Zeit Online 2016).

Diese Auswahl von Meldungen zu islamistisch motivierten Terroranschlägen von Gruppen- oder Einzeltätern in diesem und im zurückliegenden Jahr zeigt sehr deutlich die Wiederkehr und Wiederholung bestimmter Begriffe, um das Geschehen semantisch auf den Punkt zu bringen: „schwer bewaffnete Männer“, „Kalaschnikow“, „schwarze Sturmhauben“, „kugelsichere Westen“, „um sich schießend“, „mit einem Lkw zahlreiche Menschen überfahren“, „Axt-Angriff“, „Machetenangriff“, „Schießerei“, „Blutbad“, „Massaker“.

Diese Semantik des Terrors, die auf den Onlineplattformen von Zeitungen und Fernsehsendern z. T. auch durch entsprechendes Bewegtbildmaterial illustriert wird, schafft die Schlüsselwörter, die aufgrund ihrer häufigen Wiederholung vom Leser und Zuschauer mittlerweile mit dem Bild islamistischer Anschläge konnotiert werden. Aus dem Reservoir dieser Begriffe bedienen sich zunehmend auch mediale Ansprache von Sensationslust und Verklärung von Wirklichkeit bis hin zur Verdichtung von Feindbildern.

Das Feindbild

Am 15. August 2016 schreckte focus.de um 08:05 Uhr Handybenutzer mit folgender Kurzmitteilung (SPON) auf: „Zwei Täter auf der Flucht: Schießerei und Axtangriff in der Kölner Innenstadt“ [Focus 2016]. Die Meldung deutet aufgrund ihrer Semantik (Axtangriff, Schießerei) auf einen neuerlichen islamistischen Angriff hin. Auch die Tatsache, dass zwei Täter auf der Flucht seien, unterstreicht die Assoziation auf einen islamistischen Anschlag in Köln. Geht man nun dieser Meldung genauer nach, stellt man allerdings schnell fest, dass es sich um einen Streit zwischen mehreren Männern vor einer Diskothek in der Flandrischen Straße gehandelt hat – ein Streit, wie er am Kölner Diskothekenring in der Innenstadt leider immer wieder einmal vorkommt.

Die „Focus“-Meldung erfüllt damit aber den Sachverhalt einer partiellen Falschmeldung. Sie benutzt klar die Semantik des Terrors, bezieht sich aber auf einen kriminellen Sachverhalt, der nichts mit Terrorismus oder Islamismus zu tun hat. Allein durch die Sprache wird beim Leser aber dieser Zusammenhang suggeriert. Dadurch erfüllt diese

Meldung durchaus den Tatbestand einer Feindbildkonstruktion: Feindbilder kann man – so definiert sie Claudia Felber – „als Erfindung der Sprache begreifen, die nicht unabhängig von ihr, aber durch sie unabhängig von der Wirklichkeit bestehen können“ (Felber 2006, S. 2). Dass hat offenbar auch die „Focus“-Redaktion schnell verstanden. Auf ihrer Webseite fand sich die Meldung zeitnah unter einer mit Fragezeichen versehenen Überschrift: *Attacke in Kölner Innenstadt. Schießerei und Axtangriff? Hintergründe unklar* (Focus Online 2016).

Fazit

Die dargelegten Beispiele zeigen, dass auch die deutschen Nachrichtenmedien – egal, ob öffentlich-rechtlich oder privat – im Kampf um die schnelle „Information“ und Deutungshoheit komplizierter Sachlagen und Tätermotivationen dazu neigen, klare Informationsvermittlung und spekulative Berichterstattung zu vermischen – ein gefährliches Spiel, denn die verwischende Melange aus Fakten und Phantasie schafft beim Massenpublikum Verunsicherung, die massiv Ängste schürt und den Hang zur Stereotypisierung von Personengruppen und Sachverhalten verstärkt. Besonders im Zusammenhang mit den Terror- und Amokfällen in jüngster Zeit werden die Ängste durch die News- und Gerüchteküche im Internet und in den sozialen Netzwerken angefeuert. Hierbei ist der Hang mancher Massenmedien – wie das Beispiel „Focus“ zeigt –, sich spezifischer Feindbildkonstruktionen u. a. aus kommerziellen Gründen zu bedienen, nicht zu übersehen. Durch falsche semantische Bezüge zwischen kriminellen und terroristischen Taten wird die permanente Angreifbarkeit unserer Gesellschaft suggeriert und dadurch beim Massenpublikum das Gefühl von Bedrohtheit und Unsicherheit noch weiter verstärkt.

Literatur:

FAZ:

Anschlag auf die Freiheit. 07.01.2015.
Abrufbar unter:
<http://www.faz.net/aktuell/politik/terroranschlag-auf-charlie-hebdo-in-paris-12-tote-13357436.html> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Felber, C.:

Feindbildkonstruktion in den Medien. Berlin 2006

Focus Online:

Attacke in Kölner Innenstadt. Schießerei und Axtangriff? Hintergründe unklar. 15.08.2016.
Abrufbar unter:
http://www.focus.de/panorama/welt/zwei-taeter-auf-der-flucht-schiesserei-und-axtangriff-in-der-koelner-innenstadt_id_5824529.html (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Hanfeld, M.:

Wir wollen ja nicht spekulieren. In: FAZ, 23.07.2016

Kallmeyer, W.:

Sprachliche Verfahren der sozialen Integration und Ausgrenzung. In: K. Liebhart u. a. (Hrsg.): *Fremdbilder, Feindbilder, Zerrbilder: Zur Wahrnehmung und diskursiven Konstruktion des Fremden*. Klagenfurt/Celovec 2002

MDR:

Was in Paris am 13. November geschah. 23.11.2015.
Abrufbar unter:
<http://www.mdr.de/nachrichten/paris-dreizehnter-november-anschlag100.html> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

n-tv:

Attentäter ermorden zwölf Menschen. 07.01.2015.
Abrufbar unter:
<http://www.n-tv.de/politik/Attentaeter-ermorden-zwoelf-Menschen-article14271296.html> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Polke-Majewski, K./

Faigle, P./Biermann, K./

Meiborg, M./Joeres, A.:

Drei Tage Terror in Paris. In: Zeit Online, 14.01.2015.
Abrufbar unter:
<http://www.zeit.de/feature/attentat-charlie-hebdo-rekonstruktion> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Spiegel Online:

Lastwagen rast in Menschenmenge – mindestens 84 Tote. 15.07.2016.
Abrufbar unter:
<http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/nizza-lastwagen-rast-in-menschenmenge-a-1103093.html> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

SZ Online:

Axtangriff in Regionalzug. Was wir über den Angriff bei Würzburg wissen. 19.07.2016.
Abrufbar unter:
<http://www.sueddeutsche.de/bayern/axt-angriff-in-regionalzug-was-wir-ueber-den-angriff-bei-wuerzburg-wissen-1.3086334> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

ZEIT Online:

Messerattacke einer 15-Jährigen offenbar islamistisch motiviert. 19.03.2016.
Abrufbar unter:
<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-03/terrorismus-is-hannover-messer-attacke-maedchen> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Zeit Online:


Belgien. IS beansprucht Machetenangriff für sich. 07.08.2016.
Abrufbar unter:
<http://www.zeit.de/gesellschaft/2016-08/belgien-machetenangriff-islamischer-staat> (letzter Zugriff: 26.09.2016)

Dr. Werner C. Barg ist Autor, Produzent und Dramaturg für Kino und Fernsehen. Außerdem ist er Regisseur von Kurz- und Dokumentarfilmen sowie Filmjournalist. An der Martin-Luther-Wittenberg (MLU) vertritt er am Department für Medien- und Kommunikationswissenschaft die Professur „Audiovisuelle Medien“.



Zwischen den Fronten

Terroristen funktionalisieren den Informationsauftrag der Medien



Wenn es um Terrorismus geht, sind die Medien Teil des Geschehens. Ohne Massenmedien würde die Gesellschaft von Terrorakten nichts mitbekommen, ohne eine Berichterstattung über solche Taten wären diese kaum effektiv und praktisch sinnlos. Der Terror hat eine höchstmögliche mediale Aufmerksamkeit zum Ziel, er will auf diese Weise Angst schüren und die Menschen so sehr verunsichern, dass ein normales Leben nicht mehr möglich ist – auch wenn die Wahrscheinlichkeit eher gering ist: Gefühlt könnte jeder schon morgen zu den Opfern gehören. Selbstmordattentäter, die vorher niemand wahrgenommen hat, erzeugen posthum Stellungnahmen von Regierungschefs, sogar von dem amerikanischen Präsidenten. Die reflexartigen Verurteilungen empfinden sie selbst als Auszeichnung – das Böse hat seine eigene Logik. Sind sich die Medien ihrer Rolle als „Erfüllungsgehilfe“ bewusst? Und wenn ja: Wie gehen sie damit um? *tv diskurs* sprach darüber mit dem Medienwissenschaftler Dr. Stephan Weichert, der u. a. als Professor für Journalismus und Kommunikationswissenschaft an der Hamburger Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences, und an der Hamburg Media School tätig ist.

Wer in den letzten Monaten die Berichterstattung in den Medien verfolgt hat, konnte das Gefühl bekommen, dass es ständig neue Terroranschläge und Amokläufe gab. Bei jeder Explosion war man erleichtert, wenn es sich nicht um ein Attentat handelte. Erzeugt dieses mediale Bild insgesamt eine gefühlte Wirklichkeit, die viel bedrohlicher scheint, als sie tatsächlich ist?

Dem würde ich zustimmen. Wenn man in die Medien schaut, jagt ein Terror-, Amok- und Anschlagsszenario das nächste. Das hat natürlich damit zu tun, dass der Terrorismus spätestens seit den Ereignissen vom November 2015 in Paris auch in Europa zurück ist und deswegen auch deutlich mehr darüber berichtet wird. Der Journalismus ist insgesamt alarmistischer geworden, selbst wenn es sich nur um Andeutungen auf einen Anschlag oder Amoklauf handelt. Die Herausforderung ist hier, nicht zu viel Panikmache zu betreiben, sondern besonders differenziert und besonnen zu berichten, denn das eigentliche Ziel von Terroristen ist es, eine Gesellschaft dauerhaft in Angst und Schrecken zu versetzen. Wenn das gelingt und Medien ein Angstgefühl transportieren, haben die Angreifer eines ihrer wichtigsten Hauptziele erreicht.

Den Medienmachern ist dieser Punkt wohl bewusst. Verändern sie vor diesem Hintergrund ihre Arbeitsweise, indem sie z. B. weniger über den Täter berichten?

Sie wissen aus Ihrer eigenen Berufserfahrung, dass medienkritische Köpfe wie wir oft als praxisfremd abgekanzelt werden. Diejenigen, die darüber nachdenken, wie man die Berichterstattung ändern sollte, und den Journalisten einen Spiegel vorhalten, hatten schon immer einen schweren Stand. Die Medien selbst reflektieren das in der Regel viel zu wenig. Es gibt z. B. immer weniger Medienjournalisten, die als wichtiges Korrektiv der Branche dienen. Deshalb ist es mir wichtig, dass eine Debatte darüber entsteht, wie sich die Medien ihrer Verantwortung neu bewusst werden müssen.

© Jörg Müller



Die Angst vor neuen Terroranschlägen ist ganz real. So entwickelt sich in der Berichterstattung eine Art Hysterie, die eine allgemeine Unsicherheit und ein Bedrohungsgefühl schafft. Letztlich werden die Medien somit zu einer Art „Erfüllungsgehilfen“ der Täter.

„Erfüllungsgehilfen“ des Terrorismus sind sie schon deshalb, weil sie nicht aus ihrer Berufsrolle können. Sie können schlicht nicht berichten, das ist für einen Journalisten alternativlos. Aber dieser schmale Grat – weder den Terroristen in die Hände zu spielen, noch die Bevölkerung in trügerischer Sicherheit zu wiegen, weil Dinge verschwiegen werden – ist letztlich die hohe Kunst und allemal eine professionelle Herausforderung, vor der Journalisten täglich stehen. Sie müssen entscheiden, ob sie einer Hysterie verfallen, in der eine Mutmaßung auf die andere folgt. Ich glaube nicht, dass es dafür eine einzige Lösung oder ein Patentrezept gibt! Schon deshalb müssen wir uns regelmäßig über eine Berufsethik für die journalistische Krisenberichterstattung Gedanken machen.

Interessant ist auch die Art und Weise, wie berichtet wird. Als der Amoklauf in München stattfand, hat die ARD ihr komplettes Abendprogramm umgestellt und mehrere Stunden Berichte über etwas gezeigt, über das es noch nichts Substanzielles zu berichten gab. Dennoch waren die Einschaltquoten sehr hoch, was zeigt, dass das Interesse vorhanden war.

Das Dilemma besteht darin, dass wir gerade in Livesituationen in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder erlebt haben, dass es nach einer Weile eigentlich nichts Neues mehr zu berichten gab. Doch es geht dabei ja nicht immer um die Weitergabe von Information. Die Sondersendungen wie der ARD-Brennpunkt erfüllen auch die Funktion der gemeinschaftlichen Verarbeitung, der kollektiven Trauer und der gemeinsamen Teilhabe an einer Krise. Diese kontinuierliche Berichterstattung darüber gibt dem Zuschauer das wichtige Gefühl, dass jemand stellvertretend für ihn aufpasst, ob etwas Neues passiert – und ihn dann darüber informiert, auch wenn nichts passiert ist. Ich persönlich finde diesen kathartischen Effekt sehr wichtig für unsere Gesellschaft, weil wir seit dem 11. September 2001 viele solcher Krisen erlebt und gemeinsam durchgestanden haben.

Hat sich die Medienberichterstattung über derartige Krisensituationen seitdem verändert?

Mit dem 11. September begann eine neue Ära der Krisenberichterstattung. Damals fing es gerade an, dass Krisen zu Medienereignissen wurden, weil sie quasi live übertragen wurden. Über Wochen hinweg, in denen kaum noch etwas Neues passierte, wurde später über die Anschläge berichtet – auch das war ein Novum für damalige Verhältnisse. Heute ist die Dauerberichterstattung über Ereignisse ähnlicher Tragweite eher der mediale Normal- als der Ausnahmezustand – nehmen Sie die Beispiele Fukushima 2011 oder das Massaker, das die Attentäter von Paris 2015 angerichtet haben. Bei solchen Krisenereignissen ist es für die Gesellschaft entscheidend, das Erlebte gemeinsam und mithilfe der Medien verarbeiten zu können. Ein Problem, das nicht nur die privaten Fernsehsender betrifft, ist allerdings, dass kaum transparent gemacht wird, wenn man hinter den Kulissen gar nichts weiß, sondern vorgibt, über bestätigte Informationen zu verfügen. Mein Nichtwissen in aller Deutlichkeit zu formulieren und damit Transparenz zu schaffen, wäre aber die oberste Pflicht eines jeden Journalismus. Ein anderer Malus ist, dass Politiker und Medien gut daran tun würden, nicht jedes denkbare Szenario zu veröffentlichen, um Nachahmungseffekte und Trittbrettfahrer zu vermeiden. Spekulationen sind in solchen Situationen brandgefährlich. Man sollte auch vorsichtig sein mit übertriebenen Hoffnungen oder Einschätzungen, in welche Richtung sich Anschläge, Terrorattentate oder Amokläufe entwickeln. Auch im Umgang mit Begrifflichkeiten wäre manchmal mehr Zurückhaltung geboten, wenn etwa „Terrorismus“ als „Krieg“ bezeichnet wird. Denn das ist genau das, was der Islamische Staat (IS) erreichen will: Angst, Chaos, Verschärfung des Sicherheitsdenkens und eine Verunsicherung unserer Gesellschaft.

Am Abend des Münchener Amoklaufs entstand ein Informationsvakuum. So gab es etliche Gerüchte über weitere Attentate in der Innenstadt. Durch die entstandene Hysterie gab es sogar einige Verletzte, was zeigt, dass diese „Pseudonews“ eine große Gefahr darstellen.

Stellen wir uns das umgekehrte Szenario vor: Wie hätten wir reagiert, wenn gar nicht berichtet worden wäre? Wenn die Medien uns den Amoklauf verschwiegen oder erst sehr viel später darüber berichtet hätten? Nachrichtensperre ist hier das Stichwort, das wir aus den 1970er-Jahren von der Rote Armee Fraktion (RAF) kennen. Ich bin der Meinung, dass auch durch Nichtaufklärung Menschen in Gefahr gebracht werden können. Am Ende bleibt es eine Gewissensentscheidung: Möglicherweise verursacht die Berichterstattung eine Massenpanik, bei der Dritte zu Schaden kommen können. Aber Vorrang hatten beim Amoklauf von München natürlich die Menschen, die sich in dieser Nachbarschaft tatsächlich aufgehalten haben. Deren Leben musste und konnte durch die Berichterstattung geschützt werden, weil sie unter Umständen vorgewarnt waren. Hier macht sich übrigens auch bemerkbar, warum professioneller Journalismus so wichtig ist. Es gehört zur Aufgabe von Redaktionen, abzuwägen und darüber zu entscheiden, über was berichtet wird oder welche Informationen man besser noch zurückhält, bevor sie hundertprozentig gesichert sind.

Sie bilden Journalisten aus. Gibt es für derartige Geschehnisse eine Vorbereitung? Ist das etwas, was man lernen kann und macht es Sinn, so etwas in die Ausbildung zu integrieren?

Wie Redaktionen mit solchen Ereignissen umgehen, damit habe ich mich schon vor Jahren in meiner Doktorarbeit über den 11. September beschäftigt. Damals hat man erst einmal mit technischen Neuerungen reagiert, weil z. B. ARD und ZDF feststellen mussten, dass sie über kein funktionierendes Breaking-News-System verfügten. Damals dauerte es nämlich einige Zeit, bis die zuständigen Moderatoren zum Dienst antraten. Das hat sich mittlerweile fast um 180 Grad gewandelt. Es gibt seit vielen Jahren in allen Redaktionen Bereitschaftspläne, sodass man praktisch sofort den Schalter umlegen und auf Sendung gehen kann. Es gibt keinerlei technische Hürden mehr, die Redaktionen haben Dolmetscher und Teroexperten zur Hand und führen ganze Karteikästen von Spezialisten, die man sofort zuschalten kann, wenn irgendetwas passiert – man ist einfach besser auf das Unerwartete eingestellt. Im

Amerikanischen nennt man diese Haltung „expect the unexpected“. Das ist ein CNN-Slogan, den man sich inzwischen auch in Deutschland zu eigen gemacht hat. Nachholbedarf allerdings besteht nach wie vor darüber, was eine angemessene Berichterstattung über Krisensituationen ausmacht. Es gibt zwar ab und an gut gemeinte Feuilleton-Debatten, ich bezweifle aber, dass das überhaupt einen Krisenjournalisten interessiert, geschweige denn, dass das umgesetzt wird. Solche Ethikdiskussionen werden leider vor allem in Ausbildungseinrichtungen oder auf Journalistenkonferenzen wie dem Netzwerk Recherche geführt, aber ich höre es von Redaktionen viel zu selten, dass sie sich in einer akuten Krisensituation erst einmal hinsetzen und die möglichen Risiken der Berichterstattung durchsprechen. Es gibt leider immer noch zu wenig interne Diskussion darüber, wie man den Zuschauer und das Publikum schützen kann und dem Terrorismus nicht in die Hände spielt.

Das ist genau das Interessante. Auf der einen Seite liefern die Medien, wie wir gerade festgestellt haben, so etwas wie eine kollektive Trauerarbeit. Auf der anderen Seite bedienen sie genau das, was die Täter wollen: mediale Aufmerksamkeit. Die Medien machen also durch ihre Berichterstattung aus dem Täter eine kriminelle Berühmtheit, die für die nächste Tat wiederum relevant sein kann.

Ich glaube, wir müssen unbedingt differenzieren zwischen Amokläufen und Terrorattentaten, zwischen Nachahmungstätern und Trittbrettfahrern. Man muss sehr vorsichtig sein, all diese unterschiedlichen Motive der Täter in einen Topf zu werfen. Der Fall des Germanwings-Piloten war ähnlich gelagert, wurde vom Ansatz der Berichterstattung aber anders behandelt. Gerade in die Psyche eines Täters hineinzuschauen, ist die große Herausforderung. Doch letztendlich können wir das im Nachhinein gar nicht, weil sich viele selbst töten oder umkommen. Deshalb bleibt vieles spekulativ. Immer wieder äußern sich Psychologen dazu in den Medien und mutmaßen, warum, wieso und weshalb der Täter so oder so gehandelt hat. Die Ursachenforschung bleibt aber sehr schwierig, weil es ja glücklicherweise immer Einzelfälle sind. Ich glaube dennoch, dass es zur Aufgabe von Medien gehört, dies gründlich

zu erforschen und zu recherchieren, aber sich auch mit den Gemütszuständen solcher Menschen diskursiv auseinanderzusetzen – denn das gehört ja ebenfalls zu den Aufgaben des Journalismus. Es ist für den sogenannten Islamischen Staat doch beispielsweise eklatant, dass die meisten derer, die sich als Attentäter in die Luft gesprengt haben, aus Europa kamen, in den Ausbildungscamps des IS waren und dann wieder zurückgekehrt sind. Oft waren es gar keine Araber. Und das ist doch eine ganz, ganz wichtige Information, vor allem, weil wir ja heute sehr schnell damit sind, Flüchtlinge vorzuverurteilen. Zu differenzieren und eine gewisse Vorsicht walten zu lassen, wenn Flüchtlinge von den Medien in den Fokus gerückt werden, halte ich für sehr geboten. Oft fehlt auch die Perspektive der Flüchtlinge in diesen Fragen. Noch immer lassen sich Redaktionen schwer auf diesen Perspektivwechsel ein.

Natürlich ist ein Amokläufer z. B. nicht mit dem Germanwings-Piloten zu vergleichen. Solchen Tätern gemeinsam ist jedoch, dass sie sich von der Welt schlecht behandelt fühlen und sich dadurch an ihr rächen wollen, dass sie möglichst viele mit in den Tod nehmen. Hierfür steht der Begriff des erweiterten Selbstmords. Wichtig ist auch die Bekanntheit über ihren Tod hinaus. Und das funktioniert über die Medien.

Wir haben drei große Krisenereignisse erwähnt: Amoklauf in München, Absturz des Germanwings-Flugzeugs und IS-Attentate. Ein Täter war Rechtsextremist, der Pilot war nachweislich psychisch schwer krank und IS-Attentäter sind maßgeblich religiös motiviert. Das sind also drei völlig verschiedene Antriebskräfte. Die Bevölkerung stärker darüber aufzuklären, was diese Motive sein könnten, ist deshalb eine Journalistenpflicht. Es ist quasi die zweite Stufe der Berichterstattung, meistens nach den Liveberichten. Aber es ist eben auch oft an der Grenze zur Spekulation. Was die Diskussion über das Verschweigen von Namen etc. angeht, müssen Journalisten von Fall zu Fall entscheiden. Teilweise ist Zurückhaltung richtig und wichtig, in anderen Fällen muss die Herkunft der Täter genannt werden. Die Übergriffe in Köln in der Silvesternacht sind ein Beispiel dafür.

Der Deutsche Presserat hat seine Norm im Pressekodex Anfang des Jahres bestätigt. Nach ihr soll die Herkunft von Straftätern nur dann genannt werden, wenn das für die Tat relevant ist.

Nach den Übergriffen in Köln haben wir mit dem Unterschlagen oder Verschweigen dieser Information genau den gegenteiligen Effekt erlebt. Es war einmal mehr Wasser auf die Mühlen derer, die „Lügenpresse“ skandieren. Schon deshalb finde ich es geboten, mit einer Information an die Öffentlichkeit zu gehen, sobald diese gesichert ist. Ich bin überzeugt, dass das nicht unbedingt Vorurteile schüren muss. Wenn es nur Deutsche oder nur Kölner in der Silvesternacht gewesen wären, dann hätte man es auch benennen müssen. Ich finde es einen Fehler, sich in der Berichterstattung selbst so zu beschneiden.

Nehmen wir an, für die klassischen, seriösen Medien gäbe es eine Strategie, wie man optimal mit Informationen umgehen könnte. Doch dann wäre da noch das Internet, in dem sich alle möglichen Informationen schnell verbreiten, ohne dass dies von Journalisten kontrollierbar wäre. Die klassischen Medien geraten durch Informationen und Berichte in sozialen Netzwerken extrem unter Druck.

Wir erleben derzeit eine Revolution, was die terroristische Ansprache in den sozialen Netzwerken angeht. Es scheint zumindest so, dass diese Plattformen immer wichtiger werden, was Propaganda, Recruiting und die Weitergabe von Informationen angeht. Größtenteils an der breiten Öffentlichkeit vorbei hat sich da eine gigantische Dynamik entwickelt. Terroristen können hier sehr viele potenzielle Anhänger für ihre Sache erreichen. Gleichzeitig, und das ist die positive Nachricht, sind diese Netzwerke inzwischen eine zuverlässige Recherchequelle für Journalisten und dienen als Informationspool für Behörden.

Über die sozialen Medien ist zudem eine viel direktere Ansprache möglich als durch Massenmedien.

Genau, weil sie dort eine Interaktion finden, eine persönliche Ansprache und virtuelles Gemeinschaftsgefühl erzeugen können – und das alles zum Nulltarif mit ein paar Mausklicks. Sie haben als Terrorist bei Facebook erst einmal unbegrenzte Möglichkeiten, jegliche Botschaften zu platzieren, denn die Erfahrung zeigt, dass es eine Weile dauert, bis illegale Inhalte durch die Betreiber erkannt und entfernt werden. Da wird schon per se viel verbreitet, was über die traditionellen Medienkanäle nie gezeigt werden würde, weil Redaktionen da eine zu hohe Verantwortung verspüren und auch ihr Publikum vor grausamen Bildern schützen wollen.

Benötigen wir hier mehr Regulierung oder ist das eher ein Prozess, bei dem wir lernen sollten, damit umzugehen und eine Kultur des Verstehens oder des Bearbeitens zu entwickeln?

Den Staat würde ich hier keinesfalls als Akteur sehen, allenfalls – und das passiert jetzt schon – intensiviert sich weiter die Zusammenarbeit mit den Behörden. Dass man gegenseitig Rücksicht nimmt, sich respektiert und sich auch informiert, ist ein unweigerlicher Prozess, weil man letztlich auf derselben Seite steht, nämlich gegen Terrorismus, und zuweilen auch aufeinander angewiesen ist. Wenn es um exklusive Meldungen geht, kann man bei den Qualitätsmedien erkennen, dass vieles richtig gemacht und häufig erst einmal abgewogen wird. Die Selbstregulierung, der Pressekodex, ist für mich an vielen Stellen in dieser Hinsicht leider

veraltet. Es gibt kaum Empfehlungen zu digitalen Medien, wir haben es jedoch zunehmend mit einem digitalen Phänomen zu tun. Und für die Terrorismusberichterstattung unter digitalen Vorzeichen fehlen hier schlicht ausdrückliche Regeln. Es ist gut, dass jetzt aus den journalistischen Reihen selbst diese Forderung aufkommt, neue Regelwerke zu erschaffen. Aus der Wissenschaft gibt es diese Überlegung nämlich schon sehr lange. Die Praxis hat es geflissentlich ignoriert, dass aus der Wissenschaft dazu seit vielen Jahren sehr konkrete Vorschläge auf dem Tisch liegen. Ein letzter Gedanke noch: Die Verpflichtung der Selbstkontrolle greift bislang recht erfolgreich – und das bezieht sich auch auf die Rolle der Opfer. Die Opfer sind aus meiner Sicht ein Dreh- und Angelpunkt, nicht nur die Täter und Attentäter: potenzielle Opfer, reale Opfer, Angehörige von Opfern – da, wo man als Journalist besonders sensibel zu sein hat, wenn es um Befragungen von Angehörigen geht. Da sind die Boulevardzeitungen immer recht schnell dabei. Aber weil diese Menschen traumatisiert und psychisch labil sind, dürfen Journalisten gerade deren Interessen in einer Krisensituation nicht aus dem Blick verlieren.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

»Die Verpflichtung der Selbstkontrolle greift bislang recht erfolgreich – und das bezieht sich auch auf die Rolle der Opfer.«

Britta Bannenberg

Amokläufer und Terroristen

Die Rolle der Medien

Warum begehen Menschen Amoktaten, wie lassen sich Risikofaktoren identifizieren und die Gewalttaten verhindern? Unterscheiden sich junge und erwachsene Täter? Ursachen und Prävention von Amoktaten zu erforschen, war das Ziel des Verbundprojekts „TARGET“ (Tat- und Fallanalysen hoch-expressiver zielgerichteter Gewalt). In dem kriminologischen Teilprojekt wurden zahlreiche deutsche Fälle analysiert und verglichen. Wesentlich für das Verständnis der Taten ist die Psychopathologie der Einzeltäter. Bis es jedoch zur Tat kommt, durchlaufen die Täter eine längere Entwicklung, bei der zahlreiche Risikofaktoren und Verstärker ihren Entschluss festigen. In diesem Zusammenhang spielt die Mediendarstellung keine geringe Rolle. Interessant sind die gegenseitigen Bezugnahmen von Amoktätern und terroristischen Tätern, wie sich an den aktuellen Entwicklungen in diesem Sommer zeigt.

Amoktäter und Terroristen bezwecken mit ihren Taten maximale Aufmerksamkeit durch die Medien. Bei Terroristen ist zwischen Einzel- und Gruppentätern zu unterscheiden: Terroristische Einzeltäter und Amoktäter haben Gemeinsamkeiten, weil bei ihnen die psychisch auffällige Persönlichkeit dominiert. Mit hoher Suizidbereitschaft zielen sie auf Medienwirkung über den Tod hinaus. Bei der Tat inszenieren sie sich als Einzeltäter. Die terroristischen Gruppentäter versuchen zwar ebenfalls, Angst und Schrecken zu verbreiten, und setzen auf die Signalwirkung ihrer Taten; im Vordergrund steht für sie aber eine gruppenbezogene (Hass-) Botschaft: Die Angehörigen der potenziellen Opfergruppe oder die Gesellschaft als Ganzes sollen sich nicht mehr sicher fühlen. Persönlich kommt es Gruppentätern darauf an, sich der Strafverfolgung zu entziehen.

Junge Amoktäter

Im Juni 2016 wurde das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte, interdisziplinäre Forschungsprojekt „TARGET“ und hier das Teilprojekt Gießen: „Kriminologische Analyse von Amoktaten (jugendliche und erwachsene Täter von Mehrfachtötungen, Amokdrohungen)“ abgeschlossen. Dies ermöglicht den Bericht über aktuelle Forschungsergebnisse zu Amoktätern. Der Abschlussbericht und mehrere Publikationen werden im Jahr 2017 veröffentlicht (siehe bereits Bannenberg/Bauer/Kirste 2014, S. 229 ff.). Amoktäter sind in der Regel Einzeltäter, die durch eine spektakuläre Mehrfachtötung hohe Aufmerksamkeit erzielen wollen. Junge und erwachsene Amoktäter weisen einige Gemeinsamkeiten, aber auch große Unterschiede auf.

Nach über drei Jahren interdisziplinärer empirischer Analyse von nahezu allen Amoktaten junger Täter (bis 24 Jahre) in Deutschland (bis in die frühen 1990er-Jahre zurückreichend), hat sich gezeigt, dass die Kerngruppe junger Täter (21 Täter, darunter zwei Mädchen) spezifische Merkmale aufweist. Analysiert wurden insgesamt 35 Fälle junger Täter, die eine beabsichtigte Mehrfachtötung versucht oder vollendet hatten. 21 Fälle können als Kernfälle angesehen werden, 14 weitere Fälle dienen als Vergleichsgruppe, da sie sich in Täterpersönlichkeit, Motiv und Vorgehensweise unterscheiden.

Unter den analysierten Taten befinden sich u. a. die medial besonders bekannt gewordenen Taten aus Erfurt (26.04.2002), Emsdetten (20.11.2006) und Winnenden/Wendlingen (11.03.2009). Die qualitativen Fallanalysen stützen sich auf Strafakten und Asservate, Selbstzeugnisse der Täter, Interviews mit Tätern, Opfern und dem sozialen Umfeld sowie auf psychiatrisch-psychologische Einschätzungen, auch im Wege der psychologischen Autopsie, soweit die Täter nach der Tat durch Suizid oder provozierten Suizid verstorben sind.

Hassgedanken und Verachtung der Gesellschaft

Die jungen Amoktäter begehen eine geplante Mehrfachtötung, weil sie als sonderbare Einzelgänger psychopathologisch auffällig sind und ein Motivbündel von Wut, Hass und Rachedgedanken entwickeln, das nicht rational begründet ist. Die Persönlichkeit zeigt narzisstische und paranoide Züge, das bedeutet, die jungen (ganz überwiegend männlichen) Täter sind extrem kränkbar, egoistisch, nicht empathisch, aber nicht impulsiv oder aggressiv auffällig. Sie fühlen sich oft gedemütigt und schlecht behandelt (manchmal auch nur nicht genügend beachtet und bewundert), ohne dass die Umwelt dieses nachvollziehen kann. Sie beginnen, im Internet nach Vorbildern und Ventilen für ihre Wut zu suchen. Sie sinnen lange über „Rache“ und eine grandiose Mordtat nach, entwickeln ausgeprägte Gewalt- und Tötungsphantasien und finden insbesondere in der Tat an der Columbine High School (20.04.1999), die im Internet in vielfältiger Form auffindbar ist, nach wie vor eine Möglichkeit der Identifikation. „Columbine“ fasziniert junge Tatgeneigte und die späteren Täter vor allem auch deshalb, weil Originalsequenzen des Tatgeschehens in einem Video sichtbar sind und die Tat enorme Medienwirkung hatte. Botschaften der Täter mit Gewaltrechtfertigungen und einer Verachtung der Gesellschaft sprechen Personen an, die sich selbst für grandios halten und die Gesellschaft ablehnen.

Bereits vorhandene Gewaltphantasien

Für Monate kann die Befassung mit den Tätern und das Ansehen entsprechender Videos befriedigend sein, weil sich Tatgeneigte in ihrer Phantasie selbst als Täter sehen und sich einzelne Aspekte ausmalen und dies genießen. Ein überlebender Täter beschrieb diesen Zustand als eine Phase, in der er zwei Gesichter haben musste: eines für die Schule und die Familie (das unauffällige Gesicht, das keine Andeutungen über die Faszination für Amoktaten und „Columbine“ zeigen durfte) und das zweite Gesicht, das er nur allein vor dem Computer zeigte und bei dem er anfang, sich mit der eigenen Tatplanung zu beschäftigen. Das zeigt, dass es auch jugendtypische Aspekte dieser Taten gibt: Die Inszenierung der Tat und die Selbststilisierung als sich rächendes Opfer, was mit der Realität nichts gemein hat, sind jugendtypische Facetten dieser Taten. Deshalb haben die in der Öffentlichkeit häufig als Ursache missverständlichen Ego-Shooter, Gewaltvideos und hasserfüllten Liedtexte sowie die Waffenaffinität auch eine besondere Bedeutung als Inspiration und Verstärker für die schon vorhandenen Gewaltphantasien und spielen eine Rolle bei der Selbstdarstellung der im realen Leben erfolglosen, überforderten und sich ständig gekränkt fühlenden Täter. Teilweise wird die Medienresonanz bewusst eingeplant. Gemeinsam mit der heterogeneren Gruppe der erwachsenen Amoktäter ist die hohe Bedeutung des Suizids bzw. des Suizidversuchs nach

der Tat auszumachen. Es handelt sich hier nicht um depressive Verzweiflung, sondern um die Inszenierung eigener Grandiosität. Der Täter demonstriert seine Macht und den Hass auf die Gesellschaft und/oder besonders attackierte Gruppen mit einer öffentlichkeitswirksamen Mehrfachtötung, der der Suizid folgt.

Verwenden die Täter Schusswaffen, ist die Opferzahl typischerweise höher. Auch dieser Aspekt findet längst im Internet in zynischen Ranglisten Beachtung (es werden nicht nur Listen geführt, welcher Einzeltäter die meisten Opfer tötete, sondern auch „Versagerlisten“ – wer seine Opfer am häufigsten verfehlte oder „nur“ verletzte). Die jungen Täter griffen in der Regel auf nicht ordnungsgemäß gesicherte Schusswaffen im Haushalt zurück. Alternativ verwendeten sie Hieb- und Stichwaffen sowie Brandsätze. Die Amoktat in München vom 22.07.2016 (am Jahrestag des Attentats von Anders B. Breivik aus dem Jahr 2011) zeigte eine neue Variante, die bereits bei bedrohlichen Nachahmern eine Rolle spielt: Der Täter hatte die Schusswaffe mit Munition im Darknet besorgt.

Juli 2016 und die Folgen

Aktuell findet seit den Taten im Juli eine Vermischung der Phänomene statt, die Tatgeneigte aber nicht irritiert: Am 18.07.2016 attackierte ein 17-jähriger Flüchtling, der sich wohl seit einem Jahr in Deutschland aufhielt, in einem Regionalzug mit einer Axt vier Menschen und verletzte diese sowie nach dem Aussteigen eine Passantin schwer. Als er auch Polizeibeamte angriff, wurde er erschossen. Am 22.07.2016 gegen 18:30 Uhr begannen Meldungen über eine mögliche Terrorat in der Münchener Innenstadt mit mehreren Tätern und mehreren Tatorten. Der U-Bahn-Verkehr wurde eingestellt, die Stadt abgeriegelt und Bilder mit schwer bewaffneten Polizeibeamten liefen im Fernsehen und in sozialen Medien. Letztere dramatisierten das Geschehen in unverantwortlicher Weise. Erst gegen Mitternacht stand fest, dass ein 18-jähriger, psychisch auffälliger Einzeltäter im Münchener Olympiazentrum Menschen erschossen hat. Letztlich waren neun Tote und zahlreiche Verletzte zu beklagen, der Amoktäter hatte sich selbst erschossen. Die unklare Lage und die Möglichkeit einer Terrorattacke ähnlich wie in Paris im November 2015 riefen eine enorme Verunsicherung hervor. Dieser Fall zeigt auch die problematische Gratwanderung zwischen notwendiger Berichterstattung und übertriebener medialer Darstellung auf: Selbstverständlich hat die Bevölkerung ein Interesse daran, zeitnah von einem Terroranschlag in einer Großstadt zu erfahren. Bei der in den ersten Stunden dominierenden Unsicherheit über das Ausmaß der Gefahr sendeten einige Medien jedoch atemlose Endlosschleifen mit möglichst martialischen Bildern ohne Informationsgehalt, und die sozialen Medien gefielen sich in hysterischer Gerüchtebildung. Das alles ist ein Nährboden für Trittbrettfahrer und Nachahmer. Am 24.07.2016 geschah in diesem aufgeheizten Medien-

klima der erste Selbstmordanschlag islamistischer Prägung in Ansbach, bei dem sich ein 24-jähriger Flüchtling vor einem Open-Air-Konzert mit einer Rucksackbombe in die Luft sprengte und 15 Menschen verletzte. In der Folge kam es in ganz Deutschland zu Drohungen mit Amoktaten bzw. Attentaten, aber auch zu erhöhter Aufmerksamkeit für möglicherweise bedrohliche Personen, die Sympathie für die Amoktat und die Anschläge erkennen ließen. Das ist typisch, weil einerseits Trittbrettfahrer motiviert werden, zum Schein Drohungen auszusprechen. Sie genießen die folgende Aufmerksamkeit. Tatgeneigte werden jedoch getriggert und mit ihren schon vorhandenen Tötungsphantasien zur weiteren Planung angeregt. Insbesondere für die Polizei ist die Einschätzung einer realen Bedrohung nicht leicht. Der positive Nebeneffekt der ausufernden Medienberichterstattung ist die Sensibilität für mögliche bedrohliche Personen im sozialen Nahraum oder in Institutionen. Die Forschung zeigt deutlich, dass Früherkennung und Intervention Taten verhindern kann. Interessant ist aber auch, dass erste Interviews mit bedrohlichen Personen zeigen, dass es für sie irrelevant war, ob der Täter in Würzburg oder Ansbach islamistische Parolen rief. Die Medienwirkung sei entscheidend. Die internationale Forschung unterscheidet deshalb sehr zutreffend zwischen (terroristischen und nicht ideologischen) Einzeltätern und Gruppentätern, weil Erstere sich in der Persönlichkeit ähneln und gegenseitig inspirieren (Ellis u. a. 2016; Hamm/Spaaj 2015).

Erwachsene Amoktäter

Von den erwachsenen Tätern wurde eine Auswahl von 40 Tätern (darunter zwei Frauen) analysiert. Erwachsene sind ebenfalls ganz überwiegend männliche Einzelgänger. Hier dominiert die Psychose vor allem in Form der paranoiden Schizophrenie bei etwa einem Drittel der Täter und bei einem weiteren Drittel eine paranoide Persönlichkeitsstörung. Auch die anderen erwachsenen Täter sind psychopathologisch auffällig und zeigen häufig narzisstische und paranoide Züge. Das bedeutet, sie sind sehr kränkbar und fühlen sich schlecht behandelt und nicht beachtet. Es finden sich auch psychopathische Persönlichkeiten ohne Empathie mit sadistischen Anteilen. Die Erwachsenen sind häufiger querulatorisch auffällig und scheitern in Beruf und Partnerschaft. Auch spielt bei ihnen Alkohol- und Drogenmissbrauch als Verstärker (anders als bei jungen Tätern) eine Rolle. Erwachsene orientieren sich nicht konkret an medialen Vorbildern und ahmen auch keine Kleidungsstile und andere jugendtypische Attribute nach, sie hinterlassen seltener Selbstzeugnisse. Allerdings dürften auch sie von Zeitströmungen und Medienberichten über extreme Gewalttaten inspiriert sein. Kern ihrer Motivlage sind Hass und Groll auf bestimmte Gruppen oder die Gesellschaft als Ganzes, weshalb sie ihre Taten auch oft als Racheakte verstehen.

Bei der Prävention ist danach zu unterscheiden, ob die Täter vor der Tat erkennbar sind und welche Handlungs-

möglichkeiten nach der Inhaftierung bzw. der Unterbringung im Maßregelvollzug wirksam sind. Es zeigt sich, dass junge Täter im schulischen Kontext (vor allem bei ihren Mitschülerinnen und Mitschülern) als seltsam oder bedrohlich auffallen und frühe Interventionen häufiger sind als bei Erwachsenen. Auch ist das Droh- und Warnverhalten der jungen Täter ausgeprägter. Bei Erwachsenen werden viele Warnsignale und Andeutungen der Tat häufig nicht ernst genommen oder nur im spärlichen familiären Umfeld registriert. Polizei und Psychiatrie werden in der Regel nicht informiert, auch nicht, wenn die Täter als Sportschützen Zugang zu Schusswaffen haben. Im beruflichen Kontext versucht man, den unangenehmen Mitarbeiter zu kündigen, schaltet aber nicht die Polizei ein.

Die Prognose verurteilter und untergebrachter Täter ist nur dann gut, wenn sich die Persönlichkeitsstörung nicht verfestigt, persönliche Entwicklungsperspektiven ergriffen werden und eine Distanzierung von den Hassgedanken gelingt (insgesamt also eher selten).

Fazit

Medien stehen bei der Berichterstattung über aktuelle Amoktaten und Terrorakte vor der Herausforderung, Fakten zu berichten, die von hohem allgemeinem Interesse sind und deshalb große Aufmerksamkeit auf sich ziehen, und der Gefahr, Nachahmer und Trittbrettfahrer zu animieren. Gut wäre deshalb insbesondere in den ersten Tagen eine zurückhaltende, nüchterne Berichterstattung, die relevante Fakten mitteilt, hysterische Übertreibungen jeder Art jedoch vermeidet. Das bedeutet: Jedwede Spekulation über Motive der Täter ist zu unterlassen, erst recht, wenn dadurch ein Verständnis oder gar eine Billigung für die Aktion des oder der Täter durchschimmert (z. B. Amoktäter war Mobbingopfer, Attentäter war traumatisiert). Gerade Rechtfertigungen der Gewalt, die mit der Realität nichts zu tun haben, laden geneigte Personen zur Identifikation ein. Das Bild eines Täters zu zeigen und seinen Namen zu nennen, mag (bestätigt durch den Presserat) zwar zulässig sein, weil ein solcher Täter zur Person der Zeitgeschichte wird und deshalb sein Persönlichkeitsrecht zurückstehen muss. Die prominente Darstellung von Bild und Namensnennung auf der Titelseite regt Nachahmer aber besonders an. Sie sehen, dass man auch mit einer gesellschaftlich äußerst negativ bewerteten Tat „berühmt“ und bekannt werden kann, was sie ja gerade anstreben. Die Opfer wie Trophäen aufzureihen, dürfte sich von selbst verbieten, zumal Opferangehörige im direkten zeitlichen Zusammenhang mit einer Tat in der Regel keine Zustimmung zum Abdruck eines Bildes erteilen. Bei einer späteren sachlichen Berichterstattung mit Einwilligung mag das anders aussehen.

Literatur:

Bannenberg, B./Bauer, P./Kirste, A.:
Erscheinungsformen und Ursachen von Amoktaten aus kriminologischer, forensisch-psychiatrischer und forensisch-psychologischer Sicht. In: *Forensische Psychiatrie, Psychologie, Kriminologie*, 4/2014, S. 229–236

Ellis, C./Pantucci, R./de Roy van Zuijdewijn, J./Bakker, E./Gomis, B./Palombi, S./Smith, M.:
Lone-Actor Terrorism. Final Report. Royal United Services Institute (RUSI), April 2016.
Abrufbar unter:
www.rusi.org

Hamm, M./Spaaj, R.:
Lone Wolf Terrorism in America: Using Knowledge of Radicalization Pathways to Forge Prevention Strategies. Indiana State University 2015

Dr. Britta Bannenberg ist Professorin für Kriminologie, Jugendstrafrecht und Strafvollzug an der Justus-Liebig-Universität Gießen.



„Propaganda bedarf der Einordnung“

Mit dem Journalisten Yassin Musharbash sprach *tv diskurs* über die Propagandastrategie des Islamischen Staates (IS) und den angemessenen medialen Umgang mit dem Terror. Yassin Musharbash hat Arabistik und Politologie an der Georg-August-Universität Göttingen sowie an der Bir Zait-University bei Ramallah studiert. 2006 erschien sein Buch *Die neue Al-Qaida. Innenansichten eines lernenden Terrornetzwerks*. Seit August 2016 berichtet der Nahostexperte für die Dauer eines Jahres aus der jordanischen Hauptstadt Amman für die „Zeit“. Schwerpunkt ist der IS. Seine Berichte sind auch nachzulesen auf dem Blog *Radikale Ansichten*.¹

Anmerkung:

¹
 Abrufbar unter:
<http://blog.zeit.de/radikale-ansichten/>

Wie würden Sie die Propagandastrategie des IS beschreiben?

Es gibt verschiedene Ebenen. Zum einen setzt der IS auf Quantität in der Hoffnung, dass man dem nicht entgehen kann, wenn man sich für diese Themen interessiert. Die zweite Ebene ist die Qualität. Der IS gibt sich große Mühe, immer wieder hochwertiges Material zu verbreiten. Bis hin zu Filmen in HD-Qualität in Spielfilmlänge, mit perfektem Schnitt, mit einer „post production“, die fast an Hollywood erinnert, mit hochwertigem Sound Engineering. Die dritte Ebene ist der Inhalt. Hier versucht

der IS, sich möglichst eng am vermuteten Publikum zu orientieren. Wenn er Rekruten oder potenzielle Attentäter im Westen anspricht, benutzt er eine andere Bildsprache und setzt auf andere inhaltliche Schwerpunkte, als wenn er z. B. arabische Rekruten erreichen möchte. Bei Letzteren spielt das Religiös-Theologische eine größere Rolle. Im Falle westlicher Rekruten steht das Narrativ des friedlichen Staates, in dem man frei von Islamophobie und Diskriminierung leben kann, im Mittelpunkt.

Sie sagen, der IS setze auf Quantität. Den normalen Bürger erreicht die Propaganda des IS allerdings nicht direkt, sondern nur vermittelt über die Medien oder wenn wieder ein Anschlag passiert ist. Teilen Sie diesen Eindruck?

Das gilt natürlich in derselben Weise auch für alle Eindrücke, die Sie etwa über das russische Staatsfernsehen bekommen. Sie verbringen ja nicht den Tag damit, danach zu suchen und es auszuwerten, so wie ich. Der normale deutsche Bürger ist nicht das Publikum der IS-Propaganda – und damit erreicht sie ihn auch in der Regel nicht. Wenn überhaupt, dann in der Tat vermittelt durch die Medien.

Wo findet man die IS-Propaganda, wenn man danach sucht?

Es gibt verschiedene Kanäle. Zur Strategie des IS gehört, dass er seine Propaganda möglichst breit fächert, nach dem Prinzip „Schrotflinte“. Am verlässlichsten sind bestimmte Social-Media-Apps. Da wechseln zwar stetig die Adressen, aber wenn man einmal drin ist, kann man ganz gut dabei bleiben und wird in Echtzeit informiert über neue Veröffentlichungen. Es gibt auch einige statische Webseiten, allerdings nicht viele. Diese ändern sich oft, weil die Provider sie herunternehmen, sobald sie dahintergekommen sind, dass der IS sie benutzt. Die zweite Welle findet auf Twitter und auf YouTube statt, bis die Inhalte gesperrt werden. Das geht mittlerweile relativ schnell. Auf bestimmten Uploader-Webseiten, auf denen Links kursieren, bleibt das Zeug allerdings zwei, drei Tage liegen, bis beispielsweise ein rumänischer Provider darauf kommt, dass der IS da ein Video geparkt hat zwischen irgendwelchen Pornos. Das dauert eine Weile. Und wenn Sie ältere Sachen suchen, finden Sie die im Internet an jeder Ecke. Schwieriger ist es, das Brandaktuelle immer sofort auf den Tisch zu bekommen. Aber nach einer Weile wird das so viel und häufig vervielfältigt und an so vielen verschiedenen Orten im Internet bereitgehalten, dass Sie dann irgendwann quasi automatisch drauf stoßen, wenn Sie auch nur nach bestimmten Suchbegriffen suchen.

Mit welcher Sprache und mit welcher Symbolik versucht der IS, emotional Menschen zu erreichen?

Arabisch und Englisch sind mittlerweile Standard. Viele arabische Produktionen des IS haben englische Untertitel. Häufig werden sie anschließend auch noch auf Deutsch, Russisch, Französisch oder Spanisch untertitelt. Manchmal gibt es auch Originalproduktionen in diesen Sprachen. Wenn sich drei, vier französische Kämpfer in Raqqa, in Syrien zusammentun, auf einem Marktplatz, und interviewt werden, dann entsteht daraus ein Sieben-Minuten-Video mit einer Drohbotschaft an die französische Regierung oder an die französische Bevölkerung.

© DIE ZEIT, Moritz Küster



Was die Symbolik betrifft: Ich weiß gar nicht, ob Symbolik die richtige Kategorie ist. Der IS denkt ja nicht wie wir, er funktioniert auch nicht wie wir. Er denkt in Narrativen und in Motiven. Im Moment liefert er zwei Erzählungen. Die eine ist die Erzählung vom Staat, den er aufgebaut hat und in dem es wunderschön ist. Alle sind dort sicher und alles ist gerecht. Die Wirtschaft läuft, jeder wird versorgt und jeder Muslim soll dort Bürger werden. Das zweite Narrativ des IS ist das Narrativ vom unausweichlichen, von Gott versprochenen Endsieg der Gotteskrieger. Innerhalb dieses riesigen Films, der erst mit dem Ende der Weltgeschichte endet, erleben wir gerade ein entscheidendes neues Kapitel, nämlich die Gründung des Kalifats.

Ist es für uns, die wir nicht die Zielgruppe sind, überhaupt möglich, die Sprache des IS zu decodieren?

Auf eine Art sind das sehr simple Geschichten. Wenn man einmal ein bisschen angefixt ist, findet man da schon rein. In den Details wird es allerdings schwierig, wenn Sie keine entsprechende Vorbildung haben. Natürlich macht der IS in seiner Propaganda z. B. Anspielungen auf Ereignisse in der islamischen Geschichte oder auf Aussprüche des Propheten Mohammed, die normale Menschen hier im Westen gar nicht verstehen. Die entgehen ihnen komplett. Nicht aber dem arabischen Publikum. Die sind damit aufgewachsen, die wissen sofort, wovon die Rede ist. Der IS versucht schon, jeden zu erreichen. Deswegen diese Ausdifferenzierung bei der Adressierung verschiedenen Publikums. Wenn er mit Rekruten im Westen redet, ist er ein bisschen einfacher gestrickt. Das wird normalerweise in etwas einfacherer ideologischer Sprache adressiert. Wer sich allerdings nach zwei, drei Jahren der Indoktrinierung auf den Weg zum IS macht, hat sich natürlich schon auch ein bisschen eingearbeitet. In manchen Propagandavideos tauchen auch deutsche Dschihadisten auf. Die versuchen natürlich schon, diesen Jargon zu sprechen. Und die beschäftigen sich auch mit genau diesem Zeug die ganze Zeit. Die sind dann quasi schon Teil dieses Kosmos.

Ich würde nicht sagen, dass man die Sprache des IS nicht decodieren kann. Ich mache das seit 15 Jahren. Ich habe Islamwissenschaften studiert, natürlich erkenne ich da ein paar Feinheiten, die ganz unbedarften Menschen, die das zum ersten Mal konsumieren, gar nicht wahrnehmen. Diese ganzen Anspielungen. Nehmen wir bestimmte Begrifflichkeiten. Wenn der IS sagt, wir werden Rom angreifen, dann meint er damit nicht unbedingt Rom in Italien. Sondern dann meint er Al-Rum, das alte arabisches Rom, das ist natürlich Ost-Rom, Byzanz, also Istanbul und nicht Rom in Italien. Das sind Dinge, da muss man ein bisschen Vorwissen haben. Aber das ändert nichts daran, dass Sie begreifen: Der IS hat was vor. Ob das nun Rom in Italien ist oder Istanbul in der Türkei. Auch wenn Sie die Feinheiten nicht erkennen, werden die meisten Leute den übergeordneten Sinn durchaus verstehen, nämlich dass der IS ein Projekt hat, das auf Eroberung aus ist und auf Ausweitung des Herrschaftsgebiets.

Es gibt immer Diskussionen darum, was man in den Medien zeigen soll – sei es bei Terroranschlägen, aber auch, wenn es um die Propaganda des IS geht. Haben Sie den Eindruck, dass die westliche Berichterstattung der Strategie des IS in die Hände spielt?

Ja, schon. Teilweise sicher unbewusst. Ich glaube nicht, dass das jemand absichtlich tut. Wenn, dann passiert das unreflektiert. Dass manche Journalisten in manchen Medien jede Behauptung des IS als Meldung raushauen, ohne die infrage zu stellen, finde ich bedenklich. Das hilft dem IS, nicht den Lesern. Das ist ein anderer Fall als der, der häufiger ist, nämlich dass eine Information oder ein Artikel, den man schreibt, den eigenen Zuschauern sehr wohl hilft, aber auch dem IS. Das ist dann eben eine Abwägungsfrage und da würde ich schon sagen, da sind mir meine Zuschauer und meine Leser wichtiger als der IS. Ist mir doch egal, dass der IS sich freut, wenn er in der Zeitung erwähnt wird. Meine Verpflichtung besteht gegenüber meinen Leserinnen und Lesern – und die bekommen von mir die besten Informationen, die verfügbar sind. Ich würde niemals so weit gehen zu sagen: Terror gibt es nur, weil darüber berichtet wird. Und wenn wir aufhören,

darüber zu berichten, gibt es auch keinen Terror mehr. Also sollten wir die Berichterstattung einstellen. Das halte ich für Quatsch. Das ist ein akademisches Experiment, das funktioniert aber nicht. Die Öffentlichkeit hat in Demokratien das Recht, mitzuentcheiden und mitzureden. Darum muss sie auch ein Gefühl dafür vermittelt bekommen, wie groß die Gefahr eigentlich ist und was von diesem Gegner zu halten ist, mit dem wir es zu tun haben. Wir Journalisten ermöglichen diesen Austausch. Wir müssen vernünftig berichten. Es kann nicht unsere Aufgabe sein, uns selbst zu zensieren.

Gibt es ein Beispiel, wo Sie sagen würden, da haben sich die Medien ungeschickt verhalten?

Das kommt immer wieder vor. Ein Beispiel. Als Anfang Juni in Frankreich ein selbst ernannter IS-Rekrut einen Polizisten und dessen Ehefrau ermordet hat, hat er sich danach in der Wohnung dieser Polizisten selbst gefilmt und das bei Facebook hochgeladen. Der IS hat später daraus ein Video gemacht, in dem fehlten aber zwei Minuten. Und eine große deutsche Nachrichtenwebseite hat dann diese zwei Minuten gezeigt mit der Überschrift: „Das wollte der IS verhindern, dass wir das sehen.“ Das ist natürlich fürchterlich. Darauf zu sehen war der Sohn dieser beiden Polizisten, der nicht ermordet worden ist. Warum soll ich den zeigen? Und seit wann ist es die Aufgabe von Medien, zu verhindern, dass das deutsche Publikum irgendwelche zwei Minuten IS-Propaganda verpasst? Es ist völlig sinnlos zu sagen: Die Information meiner Zuschauer besteht darin, so viel wie möglich ungefilterte IS-Propaganda zu sehen zu bekommen. Propaganda bedarf der Einordnung. Es ist nicht mein Job, das eins zu eins weiterzuleiten in das Wohnzimmer meiner Leserinnen und Leser.

Warum ist aus Ihrer Sicht die Propaganda des IS so erfolgreich und so gefährlich? Und ist sie das überhaupt oder nur bei einer bestimmten Gruppe von Menschen?

Der IS ist technisch gut, aber auch auf der erzählerischen Ebene. Es gelingt ihm, Menschen einzureden, dass sie gebraucht werden, dass es auf sie ankommt, jetzt und hier. Er verspricht Heldenruhm und Nachruhm zugleich, er verspricht eine Utopie. Das funktioniert allerdings nicht unbedingt nur aus sich selbst heraus – sondern am ehesten dann, wenn beim Adressaten ein entsprechendes Vakuum besteht. Weil da jemand ist, der darauf gewartet hat, dass man ihm sagt: Du bist eine Null, aber ich mache dich zum Helden. Du bist unwichtig, aber ich finde dich wichtig!

Das Interview führte Vera Linß.

»Wir müssen vernünftig berichten. Es kann nicht unsere Aufgabe sein, uns selbst zu zensieren.«

Alexander Ritzmann

Vom Selbst- zum Massenmord

Terroristische Propaganda
und die Verantwortung der Medien

Die strategischen Ziele und taktischen Maßnahmen terroristischer Organisationen werden von den Medien häufig falsch vermittelt. Journalisten fungieren außerdem als unfreiwillige Helfershelfer der Propagandaabteilungen von al-Qaida oder des Islamischen Staates. Kinder, Jugendliche und psychisch labile Erwachsene, die besonders anfällig für extreme Einflüsse sind, können durch diese Art der Berichterstattung zur Nachahmung von Attentaten und Amokläufen inspiriert werden.

Um Menschen, insbesondere Kinder und Jugendliche, vor den Einflüssen von Propaganda terroristischer Organisationen besser schützen zu können, sollte man zunächst einmal identifizieren, was die Propaganda erstens so erfolgreich und zweitens so gefährlich macht.

Terrorismus ist die extremste Form der politischen Kommunikation. Dabei dient der Terror eher als Taktik denn als Strategie. Er ist Mittel für einen bestimmten Zweck. Es gibt offensichtlich gravierende Unterschiede zwischen den Kommunikationsstrategien derer, die ihre politischen Forderungen durch möglichst brutale, angst-einflößende Gewalttaten erreichen wollen. Alle vereint jedoch, dass Terror als tödliches Theater nur funktioniert, wenn es Zuschauer gibt und diese irrational reagieren, aus Sicht der Terroristen im optimalen Fall sogar überreagieren. Es geht Terroristen also nicht darum, ihre Gegner einfach nur zu verängstigen. Sie wollen vielmehr Gesellschaft und Regierung in eine ganz bestimmte Richtung manipulieren.

»Terror als tödliches Theater funktioniert nur, wenn es Zuschauer gibt und diese irrational reagieren, aus Sicht der Terroristen im optimalen Fall sogar überreagieren.«

Regierungen sollen nach Terroranschlägen – durch öffentlichen Druck der verängstigten Bevölkerung, die Forderungen der Terroristen zu erfüllen – ihre bisherige Politik ändern. Osama Bin Laden wollte beispielsweise, dass sich die USA aus dem Nahen Osten zurückziehen. Der Anführer der Terrororganisation al-Qaida stand in erster Linie in Konfrontation mit den meisten Regimen in der arabischen Welt, er bezeichnete sie als den „nahen Feind“. Da Bin Laden diese nicht militärisch besiegen konnte, sollten die Anschläge vom 11.09.2001 dazu dienen, die USA, den sogenannten „fernen Feind“, in einen großen Krieg zu ziehen. Durch eine Invasion der USA in ein arabisches Land sollte al-Qaida von Sympathisanten und Unterstützern erheblich mehr Unterstützung bekommen. Mehr Geld, mehr Kämpfer, das war das Ziel dieser Eskalationsstrategie. Die Anschläge am 11.09.2001 waren das taktische Mittel, um den „fernen Feind“ auf das heimische Schlachtfeld zu locken. Die Folgen sind bekannt und allgegenwärtig.

Die Propagandakampagnen von al-Qaida haben in den vergangenen Jahren an Relevanz verloren, was auch am Tod des charismatischen Osama Bin Laden liegen dürfte. Sein Nachfolger, der professoral-langatmige Aiman al-Sawahiri, ist für den Medienkrieg des 21. Jahrhunderts weniger talentiert.

Ganz anders verhält es sich mit der Propagandabilanz des selbst ernannten „Islamischen Staates im Irak und der Levante“ (IS). Diese ehemalige al-Qaida-Repräsentanz im Irak war schon immer etwas Besonderes. Ihre Strategie lag ebenfalls in der Eskalation, jedoch mit einem Fokus auf innerislamische Konflikte und die „nahen Feinde“. Explizit ging es darum, schiitische Muslime zu töten, wo immer möglich. Dies war selbst Bin Laden zu viel, der seine Anhänger im Irak damals öffentlich zur Mäßigung aufrief. Im Jahr 2011 kam dann die völlige Lossagung des IS von al-Qaida. Trennungsgrund waren in erster Linie strategische Differenzen.

Heute dominiert der IS die öffentliche Wahrnehmung, was den islamistischen Terrorismus angeht. Die Konkurrenz, von al-Qaida über die Taliban bis Hisbollah, sowie diverse andere islamistische Akteure, die gezielt Gewalt gegen Zivilisten zur Durchsetzung ihrer politischen bzw. religiösen Ziele einsetzen, sind weit abge schlagen.

Worin liegt das Erfolgsgeheimnis des selbst ernannten Islamischen Staates?

Propaganda, also Manipulation von Information, ist dann erfolgreich, wenn sie nah an der Wahrheit liegt. Die Narrative der IS-Propaganda drehen sich um Gerechtigkeit und Schutz, Rache und Barmherzigkeit, Aufbau und Verteidigung, Paradies und Hölle, militärische Erfolge und Abenteuer. Und um grausame Hinrichtungen, wobei diese den geringsten Teil der Propaganda darstellen, über westliche Medien jedoch die größte Aufmerksamkeit bekommen.

»Propaganda, also Manipulation von Information, ist dann erfolgreich, wenn sie nah an der Wahrheit liegt.«

Viele dieser Narrative sind in Teilen wahr. Dazu gehört beispielsweise, dass sunnitische Muslime im Irak und Syrien von schiitischen und alawitischen Regierungstruppen und Milizen verfolgt und ermordet wurden und werden. Die ersten Sunniten aus dem Westen reisten deshalb vor allem zu deren Rettung und Schutz aus. Dem zweiten Narrativ, der Errichtung des Kalifats, einer romantisierten Utopie, folgte tatsächlich der Versuch eines Staatsaufbaus. Der IS warb um Ingenieure und Bürokraten, Lehrer und Krankenschwestern. Einige folgten diesem Ruf.

Daraufhin erklärte der IS es zur religiösen Pflicht für jeden Muslim, beim Aufbau des Kalifats zu helfen und es zu verteidigen. Dies sei der sichere Weg in den Himmel. Für Menschen, die Angst vor der Hölle haben, ist das ein gewichtiges Argument.

Was in westlichen Medien und von westlichen Politikern als „sinnlose Barbarei“ porträtiert wird – die Hinrichtungen von „Spionen“ und Geiseln sowie Anschläge auf zivile Ziele –, rechtfertigt der IS mit einer „Wie-ihr-uns, so-wir-euch“-Logik. Die klare Aussage lautet: Wenn ihr aufhört, uns zu bombardieren und auszuspionieren, hören wir ebenfalls auf, euch anzugreifen. Die Glaubwürdigkeit dieser Aussage darf jedoch stark bezweifelt werden. Der IS würde sich so oder so Europa zuwenden, nur eben etwas später. In seinen Propagandaschriften wird die (Rück-)Eroberung Spaniens genauso explizit genannt wie die Zerstörung Roms oder Berlins.

Die besondere Wirksamkeit der IS-Propaganda liegt zudem an der technischen Professionalität. Full-HD-Videos in 16:9-Kino-Qualität, mit Referenzen zu populären Onlinespielen und bereits vorhandener jugendlicher Subkultur, soll den „Dschihadi-Cool“ erzeugen. Der gerechte Kampf gegen Establishment und Imperium heute wird demnach von den Anhängern des IS getragen. Dazu gehört es immer auch, die menschliche Seite des Kalifats zu zeigen. Die neue Familie, nach der viele derer suchen, die sich dem IS anschließen, wird zelebriert. Es wird gemeinsam gesungen und gekocht, gebadet und gefeiert. Streng geschlechtergetrennt natürlich.

Wirksame Propaganda liegt nah an der Wahrheit

Diese Mischung aus teilweise oder in Teilen wahren Narrativen, dem real existierenden Kalifat, professioneller Medienarbeit, himmlischen Heilsversprechen und postpubertärem Abenteuerum, macht das Angebot des IS besonders attraktiv.

Die Anhänger des IS lassen sich dementsprechend in drei Gruppen einteilen. Zunächst sind das diejenigen, die sich als Beschützer sehen. Ihnen geht es darum, sunnitische Muslime, insbesondere Frauen und Kinder, zu verteidigen oder zu rächen. Die zweite Gruppe besteht aus den Suchenden, die ein „Upgrade“ zu ihrem bisherigen Leben wollen. Sie streben nach Aufmerksamkeit, Abenteuer und Heldentum und wollen ihre Sexualität mit mehreren Ehefrauen und Sklavinnen ausleben. Die dritte Gruppe besteht aus den Mitläufern, die ihren Freunden folgen.

Frauen, die sich dem IS anschließen, reizt die Utopie, an der Erschaffung einer gerechten islamischen Gesellschaft mitwirken zu können, und das vom IS porträtierte Image eines rechtschaffenen, gottesfürchtigen Ehemannes. Für einige Muslimas, die zu Hause von männlichen Familienmitgliedern unterdrückt werden, stellt es zudem eine Art von Gerechtigkeit dar, dass sich im IS-Land auch die Männer an die strengen Scharia-Regeln halten müssen, zumindest behauptet das die Propaganda.

Wo genau liegt die Verantwortung der Medien?

Was bedeutet das für die Medienberichterstattung? Nach den Anschlägen von Paris, Brüssel, Nizza, Ansbach und Würzburg wird im kleinen Kreis kritisch diskutiert, was Journalisten berichten sollen und müssen. Wo genau liegt ihre Verantwortung, um zu verhindern, dass sie sich unfreiwillig zum Propagandainstrument von Terroristen machen?

Angst im soziopolitischen Kontext entsteht und wächst, wenn Menschen Zusammenhänge nicht verstehen. Diese Angst führt zu Fehl- und Überreaktionen und in Demokratien zur Wahl von Parteien, die Urinstinkte bedienen. Genau das ist es, was Terroristen erreichen wollen. Der IS beispielsweise erklärt explizit, dass er durch seine Aktivitäten die Angst von Nichtmuslimen gegenüber Muslimen in westlichen Gesellschaften schüren will. Muslime sollen sich als Resultat antimuslimischer Ressentiments ausgegrenzt und verfolgt fühlen. Die daraus entstehende Angst vor Diskriminierung und Verfolgung soll sie dem Kalifat in die Arme treiben. Die Burkini-Debatte der letzten Monate zeigt insbesondere in Frankreich dramatisch, wie diese Strategie langsam an Fahrt gewinnt.

Erste Aufgabe der Medien muss deshalb sein, nicht nur zu zeigen, was passiert ist, sondern auch den Kontext zu erklären. Wie oben gezeigt, handelt es sich beim islamistischen Terrorismus, und insbesondere beim IS, um ein komplexes Phänomen. Dies erfordert vertiefte Befassung mit dem Thema und eine gewisse Fachkenntnis. Dieser Hinweis mag wohlfeil klingen, weil viele Redaktionen sich bei der Liveberichterstattung im Wettlauf mit den sozialen Medien sehen.

Im Kodex des Deutschen Presserates zur Berichterstattung über Gewalttaten ist Folgendes zu lesen: „Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid. Die Presse beachtet den Jugendschutz.“ Und weiter heißt es: Die Presse lässt sich „nicht zum Werkzeug von Verbrechern machen.“

Wird dieser Kodex im Kontext der Selbstkontrolle der deutschen Medien ausreichend berücksichtigt?

Klar ist, dass wer nicht den Kontext erklärt und die hinter den Anschlägen stehende Logik zeigt, die Propagandaarbeit der Terroristen macht. Daran gibt es nichts zu rütteln.

»Wer nicht den Kontext erklärt und die hinter den Anschlägen stehende Logik zeigt, macht die Propagandaarbeit der Terroristen.«

Sind Journalisten für die Folgen ihres Handelns verantwortlich?

Im Sinne der Weber'schen Verantwortungsethik, nach der man für die voraussehbaren Folgen seines Handelns verantwortlich ist, eine sicherlich provozierende Erkenntnis. Für Kinder und Jugendliche kann eine unreflektierte Berichterstattung eine direkte Gefahr darstellen. Sie sind besonders anfällig für Narrative und Propaganda, die sich mit existenziellen Fragen wie Leben und Tod, Gerechtigkeit und Abenteuer befassen.

Der sogenannte „Werther-Effekt“ ist in der Psychologie und im kritischen Mediendiskurs beispielsweise weitgehend etabliert. In Referenz zu einer Serie von Selbstmorden junger Männer, die im Nachgang des im Jahr 1774 von Johann Wolfgang von Goethe verfassten Romans *Die Leiden des jungen Werther* stattfanden, werden Selbstmorde in Deutschland meist nur berichtet, wenn dies im öffentlichen Interesse steht. Man befürchtet, insbesondere junge Menschen zur Nachahmung zu animieren.

Vom Selbstmord zum Massenmord?

Der Nachahmungseffekt als Folge unreflektierter Berichterstattung von Selbstmorden gilt als wissenschaftlich belegtes Phänomen. Die Frage, die sich hier stellt, ist, ob durch die gegenwärtige Berichterstattung aus dem Selbstmord als Nachahmungstat der Mord als Nachahmungstat werden kann.

Bei einigen der „islamistischen“ Attentäter der letzten zwölf Monate wurden psychische Krankheiten vermutet oder diagnostiziert. Einige haben laut Medienberichten darüber gesprochen oder auch versucht, sich das Leben zu nehmen. Diese wegen vermeintlich fehlender direkter Verbindungen zu einer Terrororganisation sogenannten „lone wolfs“ bekennen sich immer häufiger in letzter Minute öffentlich zum sogenannten Islamischen Staat und bekommen damit eine weltweite Bühne und Aufmerksamkeit, die sonst nur mediale Superstars erreichen.

Birgt also die allgegenwärtige und oft unreflektierte Berichterstattung über Anschläge und Attentäter die Gefahr, Jugendliche und psychisch labile Erwachsene erst auf die Idee zu bringen, Anschläge zu verüben? Viele Selbstmörder, Amokläufer und Attentäter streben nach Ruhm und Aufmerksamkeit. Wer „Allahu Akbar“ ruft und sich zum Kalifat bekennt, wird durch seine Tat „unsterblich“.

Den Attentätern die Bühne nehmen

In Frankreich haben sich deshalb einige Medien verpflichtet, keine Details über die Attentäter zu berichten. Keine Fotos, keine Lebensgeschichte, kein Ruhm steckt hinter diesem Vorgehen. Die Satirezeitung „Der Postil-

lon“ berichtet darüber mit der Schlagzeile: *Medien zeigen Terroristen und Amokläufer nur noch mit Clownsnase und Hasenzähnen*, um die vermeintliche Absurdität dieses Vorgehens zu unterstreichen. Die meisten Medien argumentieren auch weiterhin mit ihrer Pflicht, die Bevölkerung zu informieren. Aber kommt die mediale Berichterstattung damit ihren Pflichten nach?

Nicht zu berichten, ist jedenfalls keine Lösung, da Interessierte über soziale Medien bereits jetzt einen teils direkten Zugang zur Propaganda haben. Außerdem könnte eine zu stark (selbst-) zensierte Berichterstattung bereits vorhandenen Verschwörungstheorien Vorschub leisten, die behaupten, die Anschläge wären allesamt von westlichen oder israelischen Geheimdiensten durchgeführt worden.

»Nicht zu berichten, ist keine Lösung.«

Offene Gesellschaften leben vom inhaltlichen Streit über die besten Lösungen und von der Suche nach einem tragbaren Kompromiss. Die Medien regulieren sich in Deutschland zwar weitestgehend selbst. Es ist jedoch notwendig, dass die Diskussion über die Berufsethik von Journalisten, die in Ansätzen bereits existiert, intensiviert wird.

Die Frage nach der Verantwortung im Umgang mit Bildern und Botschaften terroristischer Organisationen, insbesondere die kritiklose Übernahme von Vermutungen und Vorverurteilungen (wie zuletzt beim Amoklauf in München geschehen), gehört zwingend mit dazu.

Um die Wirkung terroristischer Propaganda zu reduzieren, muss deutlich qualifizierter über die Hintergründe, Taktiken und Strategien von Terrororganisationen berichtet und diskutiert werden. Rechercheverbände verschiedener Medien, redaktions-, sender- und branchenübergreifende Kooperations- und damit Kompetenzzentren, die es in Teilen bereits gibt, zeigen hier in die richtige Richtung.

Journalisten sollten sich außerdem fragen und müssen sich fragen lassen, ob eine Ausweitung des „Werther“-Prinzips auf sogenannte „lone wolfs“, also eine modifizierte Berichterstattung über die persönlichen Hintergründe von Attentätern, nicht sinnvoll und notwendig ist.

Außerdem müssen Kinder und Jugendliche für den Umgang mit Medien, politischer Gewalt und Propaganda besser vorbereitet werden. Dazu gehören Trainings zur kritischen Medienkompetenz und Diskussionskultur sowie offene Diskussionen in Schulen über kontroverse politische Themen. Das kostet Zeit und Geld und erfordert eine Anpassung der Lehrpläne. Ohne dies werden die Herausforderungen unserer offenen Gesellschaft und Mediendemokratie jedoch kaum zu meistern sein.

Weiterführende Literatur:

Horgan, J.: *The Psychology of Terrorism*. New York 2014

Langman, P.: *Amok im Kopf. Warum Schüler töten*. Weinheim/Basel 2009

Nacos, L. B.: *Revisiting the Contagion Hypothesis: Terrorism, News Coverage, and Copycat Attacks*. In: *Perspectives on Terrorism*, 3/2009/3, S. 3–13

Stack, S.: *Media coverage as a risk factor in suicide*. In: *Epidemiol Community Health*, 57/2003, S. 238–240

Winter, C.: *Documenting the Virtual „Caliphate“*. Quilliam Foundation 2015

Alexander Ritzmann ist Executive Director der European Foundation for Democracy (EFD) in Brüssel und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Brandenburgischen Institut für Gesellschaft und Sicherheit (BIGS) in Potsdam. Er leitet die Arbeitsgruppe „Communication and Narratives“ des Radicalization Awareness Networks (RAN) der Europäischen Kommission.



Lena Frischlich

Extremistische Propaganda im Netz

Und wie Counter Narrative dem entgegenreten wollen

Extremistische Propaganda ist im Netz, z. B. in Form von YouTube-Videos, weitverbreitet. Viele befürchten, dass sie bislang neutrale Zuschauerinnen und Zuschauer beeinflussen könnte. Aber ist das tatsächlich so? Und wie sollen sogenannte Counter Narrative, also Videos oder Kommentare, die sich den „extremistischen Geschichten“ entgegenstellen, eine negative Wirkung von Propaganda verhindern?

Wenn man derzeit online unterwegs ist, hat man manchmal das Gefühl, das Netz wäre zu einem Ort voller Hass geworden. Hass gegenüber „den Anderen“, den Geflüchteten, den Andersgläubigen – oder gegenüber Menschen mit einer selteneren sexuellen Orientierung. In sozialen Netzwerken, auf Kommentarplattformen und in Onlinevideos wird behauptet, dass eine „friedliche Zukunft“ überhaupt nur dann möglich sei, wenn „die anderen“ ihre Kleidung anpassen, ihr Verhalten ändern oder am besten gleich ganz verschwinden würden. Oft steckt hinter solchen Äußerungen mehr oder weniger verdeckte extremistische Propaganda.

Extremistische Propaganda – was ist das eigentlich?

Schon die Definition von Propaganda ist nicht einfach. Laut Jowett und O'Donnell (2012, S. 7) zielt Propaganda darauf ab, „Wahrnehmungen zu gestalten, Kognitionen (und Emotionen) zu manipulieren und Verhalten zu lenken, um eine Reaktion im Sinne des Propagandisten zu erzielen“. Im Gegensatz zu Werbung, die ja auch Verhalten lenken will, verkauft Propa-

ganda dabei eine (angeblich) allgemeingültige Weltanschauung, eine totalitäre Ideologie (Arnold 2003). Beispielsweise wird vorgegeben, die einzig „richtige“ Religion zu vertreten oder das einzig „wahre Gesicht der Geflüchteten“ zu zeigen. Außerdem droht Propaganda im Gegensatz zu Werbung mit Sanktionen, wenn man das „richtige“ Denken/Fühlen/Verhalten nicht zeigt (Merten 2000). Auch die Definition von Extremismus ist nicht einheitlich. Oft gilt als extremistisch, was jenseits der „Mitte“ liegt. Was genau „die Mitte“ ist, ist jedoch gesellschaftlichen Veränderungen unterworfen. Kemmesies (2006, S. 11) beschreibt Extremismus daher als die Bereitschaft, die bestehenden Verhältnisse radikal und notfalls mit Gewalt zu verändern, um politische und/oder religiös motivierte totalitäre Ideologien umzusetzen. Extremistische Propaganda ist demnach der *systematische Versuch, Wahrnehmungen zu gestalten, Gedanken und Gefühle zu manipulieren, um Verhalten dahin gehend zu lenken, dass die Bereitschaft zur radikalen Veränderung gesellschaftlicher Verhältnisse im Sinne einer totalitären Ideologie gefördert wird.*

Im deutschsprachigen Netz stößt man besonders häufig auf rechtsextremistische und islamistisch-extremistische Propaganda, z. B. in Form von YouTube-Videos (Frankenberger u. a. 2015; Glaser 2013). Propaganda gibt es aber auch bei anderen Ideologien. Generell versucht Propaganda, die Moral und den Zusammenhalt der „eigenen“ Leute zu stärken, die Feinde einzuschüchtern und die Herzen der „neutral gestimmten Massen“ zu gewinnen (Rieger u. a. 2013). Die Befürchtungen, dass Propaganda vor allem das letzte Ziel erreichen und ein Massenpublikum „radikalisieren“ könnte, sind groß.

Die Wirkung extremistischer Propaganda

Experimentelle Studien, die eine radikalisierende Wirkung von Propagandavideos belegen würden, gibt es aber nicht. Radikalisierung ist ein komplexes Phänomen, das sehr unterschiedlich verlaufen kann, und vor allem Gruppenprozesse scheinen dabei eine wichtige Rolle zu spielen (McCauley/Moskalenko 2008). Aber wie reagieren die „neutralen Massen“ auf extremistische Propaganda?

Rieger u. a. (2013) untersuchten diese Frage, indem sie jungen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund und mit unterschiedlichen moderaten religiösen und politischen Orientierungen Ausschnitte aus rechtsextremistischen und islamistisch-extremistischen Propagandavideos zeigten. Ihre Studien belegen, dass alle Teilnehmer Propagandavideos vor allem negativ bewerteten. Im Gegensatz zu den Intentionen der Propagandisten bewerteten vor allem diejenigen, um deren „eigene Leute“ es geht, Propaganda besonders negativ. Muslimische Studierende mit Migrationshintergrund bewerteten islamistisch-extremistische Videos noch negativer als rechtsextremistische; nicht muslimische Studierende ohne Migrationshintergrund bewerteten rechtsextremistische Propaganda besonders negativ. Eine spontan „radikalisierende“ Wirkung hatten diese Videos also nicht.

Es gab jedoch Unterschiede darin, wie negativ die Propaganda bewertet wurde. Hollywoodreife Videos wurden besser bewertet als langweilige Vorträge (Baines u. a. 2010; Rieger u. a. 2013). „Verdeckte“ Propaganda, in der die Befürwortung von Gewalt nicht klar erkennbar war, wurde als glaubwürdiger erlebt (Connelly u. a. 2016). Auch reagieren nicht alle Zuschauerinnen und Zuschauer gleich. Jene, die autoritaristischere Einstellungen hatten, bewerteten Propaganda positiver (Frischlich u. a. 2015; Rieger u. a. 2013).

Literatur:

- Arnold, K.: *Propaganda als ideologische Kommunikation.* In: Publizistik, 48/2003, S. 63ff.
- Baines, P. R./ O'Shaughnessy, N. J./ Moloney, K./Richards, B./ Butler, S./Gill, M.: *The dark side of political marketing: Islamist propaganda, Reversal Theory and British Muslims.* In: European Journal of Marketing, 3/2010/44, S. 478–495
- Braddock, K./Horgan, J.: *Towards a guide for constructing and disseminating counter-narratives to reduce support for terrorism.* In: Studies in Conflict & Terrorism, 39/2015, S. 381–404
- Cohrs, J. C./ Stellmacher, J.: *„Nie wieder Faschismus!“ – Zur Psychologie des Autoritarismus.* In: In-Mind Magazin, 1/2014
- Connelly, S./Dunbar, N. E./ Jensen, M. L./Griffith, J./ Taylor, W. D./Johnson, G./ Mumford, M. D.: *Social categorization, moral disengagement, and credibility of ideological group websites.* In: Journal of Media Psychology, 1/2016/28, S. 16–31

Duckitt, J./Sibley, C. G.:
Personality, Ideology, prejudice, and politics: a dual-process motivational model. In: *Journal of Personality*, 6/2010/78, S. 1861 – 1893

**Frankenberger, P./
Glaser, S./Hofmann, I./
Schneider, C.:**
Islamismus im Internet. Propaganda – Verstöße – Gegenstrategien. Mainz 2015

**Frischlich, L./Rieger, D./
Hein, M./Bente, G.:**
Dying the right way? Interest in a perceived persuasiveness of parochial extremist propaganda in-crases after mortality salience. In: *Frontiers in Psychology: Evolutionary Psychology and Neuroscience*, 6/2015, S. 1222

Glaser, S.:
Rechtsextremismus online. Mainz 2013

Hogg, M. A.:
From uncertainty to extremism: Social categorization and identity processes. In: *Current Directions in Psychological Science*, 5/2014/23, S. 338 – 342

**Jowett, G. S./
O'Donnell, V.:**
Propaganda & Persuasion. Los Angeles/London/New Dehli/Singapore/Washington D.C. 2012

Kemmesies, U.:
Zukunftsansagen wagen – Zwischen Verstehen und Erklären. Methodologische und theoretische Notizen zur Prognoseforschung im Phänomenbereich Extremismus/Terrorismus. In: Ders. (Hrsg.): *Terrorismus und Extremismus – der Zukunft auf der Spur.* München 2006

**McCauley, C./
Moskalenko, S.:**
Mechanisms of political radicalization: Pathways toward terrorism. In: *Terrorism and Political Violence*, 3/2008/20, S. 415 – 433

Merten, K.:
Struktur und Funktion von Propaganda. In: *Publizistik*, 2/2000/45, S. 143 – 162

Meyer, H.-H.:
Counter Narrative. In: *Lexikon der Filmbegriffe.* Abrufbar unter: filmlexikon.uni-kiel.de (letzter Zugriff: 10.09.2016)

Autoritaristische Einstellungen beschreiben eine generelle Unterstützung etablierter Konventionen, die Unterordnung unter Autoritäten und die Befürwortung von Bestrafungen all derer, die sich nicht unterordnen wollen (Cohrs/Stellmacher 2014). Wenn die Welt als unsicher und bedrohlich erlebt wird, haben autoritaristische Einstellungen Hochkonjunktur, man flieht sozusagen in die Sicherheit einer klaren autoritären Weltordnung (Duckitt/Sibley 2010). Es ist daher auch nicht verwunderlich, dass Unsicherheit oder existenzielle Ängste dazu führen, dass Extremismus und Propaganda positiver bewertet werden (Hogg 2014; Frischlich u. a. 2015).

Neben der Wirkung auf einzelne Zuschauerinnen und Zuschauer versucht Propaganda, auch den gesellschaftlichen Diskurs und das öffentliche Meinungsklima zu beeinflussen, beispielsweise durch hasserfüllte Kommentare auf Nachrichtenseiten oder die massenhafte Verbreitung extremistischer Ideologien auf Twitter. Tatsächlich informieren sich Mediennutzerinnen und -nutzer auch im Netz darüber, wie die „Mehrheit“ denkt. Sie könnten durch Propaganda zu der verzerrten Annahme kommen, dass Extremisten in der Mehrheit seien, obwohl sie das nicht sind. Diese Wahrnehmung, „wie die Mehrheit denkt“, könnte dann wiederum beeinflussen, inwiefern sich friedliche Menschen im Netz noch äußern wollen (Neubaum/Krämer 2016).

Es ist daher nicht verwunderlich, dass verschiedenste Ansätze diskutiert werden, wie man extremistischer Propaganda im Netz begegnen könnte.

Wie wollen Counter Narrative extremistischer Propaganda begegnen?

Eine dieser Maßnahmen ist die Verbreitung von sogenannten Counter Narrativen, also von Kommentaren, Bildern oder Videos, die dem „extremistischen Narrativ“ im Netz entgegentreten und als „Gegengift“ (Neumann 2013, S. 7) zu Propaganda fungieren sollen. Counter Narrative sollen Mediennutzerinnen und -nutzer argumentativ gegen Extremisten ausrüsten und die dichotome Schwarz-Weiß-Sicht extremistischer Gruppierungen durchbrechen.

Ganz generell muss man sagen, dass die Verwendung des Begriffs „Counter Narrativ“ nicht unumstritten ist (Weilnböck 2014). Eigentlich positioniert ein Counter Narrativ sich gegen die übliche Interpretation eines Sachverhalts (Meyer 2013). In dem Sinne stellen Extremisten das Counter Narrativ zur mehrheitlich demokratischen Weltanschauung dar – und nicht umgekehrt.

Jenseits dieser begrifflichen Debatte gibt es aber bereits einige Empfehlungen, wie man Botschaften gegen Extremismus möglichst effektiv gestalten kann. Diese Empfehlungen setzen bei der Wahl der Zielgruppe, der Wahl der Kommunikatoren (also derjenigen, die eine Gegenbotschaft verbreiten) und beim konkreten Aufbau von Gegenbotschaften an.

Bezüglich der Zielgruppe schlagen Tuck und Silverman (2016) vor, anhand von beispielhaften Biografien zunächst ein Profil derjenigen zu erstellen, die eine Kampagne erreichen soll. Beispielsweise könne man sich gezielt an junge Männer wenden, die rechtsextremistische Lieder hörten und die sowohl bei YouTube als auch bei Facebook in entsprechenden Gruppen aktiv seien. Hierzu stellen sie exemplarisch das *One-to-One*-Programm vor, in dem bei Facebook Nutzerinnen und Nutzer, die als extremismusgefährdet eingeschätzt wurden, von ehemaligen Mitgliedern extremistischer Gruppierungen direkt kontaktiert und (wenn möglich) in einen persönlichen Dialog verwickelt wurden.

Bezüglich der möglichen Kommunikatoren betonen Braddock und Horgan (2015), dass Glaubwürdigkeit eine zentrale Rolle spiele. Tuck und Silverman (2016) ergänzen, dass positive Botschaften aus der Zielgruppe und von positiven Identifikationsfiguren dieser Zielgruppe ebenfalls empfehlenswert seien. Die Kampagne der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) *Begriffswelten Islam* kooperiert z. B. mit bekannten YouTuberinnen und YouTubern, die sich mit verschiedenen Begriffen rund um den Islam auseinandersetzen und so versuchen, extremistischen Interpretationen (unterschiedlicher Ideologien) etwas entgegenzusetzen.

Auch die Rolle von Aussteigern als besonders glaubwürdige Kommunikatoren wird betont (Tuck/Silverman 2016). Auf YouTube finden sich mehrere Kanäle, in denen ehemalige Mitglieder extremistischer Gruppierungen ihre Geschichte erzählen (z. B. MusaAlmani) und z. T. hochgradig künstlerisch (z. B. Abdullah X) versuchen, Extremismus etwas entgegenzusetzen.

Bezüglich der konkreten Botschaft schlagen Braddock und Horgan (2015) vor, dass man sich bei der Konstruktion intensiv mit den Themen innerhalb extremistischer Propaganda auseinandersetzen und diese gezielt aufgreifen sollte. Wichtig sei dabei die Vermeidung einer Verstärkung extremistischer Weltanschauungen, etwa indem man sich auf die Wir-gegen-die-Kriegsrhetorik mancher Propagandisten einlasse. Auch das gezielte Aufdecken falscher Behauptungen in Propaganda und die Vermittlung alternativer Interpretationen sei ein wichtiger Ansatzpunkt.

Ein aktuelles Beispiel für eine solche Kampagne stellt *Search racism. Find truth. Eine Aktion gegen Hass und Vorurteile* dar. Im Rahmen dieser Kampagne werden kurze Videos bei YouTube als Werbung vor Videos mit rechtspopulistischen Reden gegen Geflüchtete eingeblendet. In den Videos setzen sich Geflüchtete mit den im Anschluss geäußerten Beschuldigungen auseinander und stellen ihr eigenes Erleben der totalitären Verallgemeinerung der Propagandisten entgegen. Auch Googles *Redirect-Kampagne* verfolgt einen ähnlichen Ansatz und blendet Videos mit Aussteigern aus der islamistisch-extremistischen Szene als Werbevideos ein, wenn Medienneutzerinnen und -nutzer bei YouTube Suchworte eingeben, die zu islamistisch-extremistischer Propaganda führen.

Tuck und Silverman (2016) nennen zudem die humorvolle Entzauberung extremistischer Mythen als möglichen Ansatzpunkt für Gegenbotschaften. Das Angebot humorvoller Auseinandersetzungen reicht von Facebook-Seiten, in denen Hasskommentare satirisch kommentiert werden (u. a. „Hass hilft“) über die Auseinandersetzung mit Extremismus im Fernsehen (z. B. *ZDF heute-show*) bis hin zu eigenen YouTube-Channels (u. a. „Datteltäter“). Tuck und Silverman (2016) betonen aber, dass Humor auch falsch verstanden werden kann und dazu beitragen könnte, dass einzelne Personen sich noch stärker ausgeschlossen fühlen.

Insgesamt kann man sagen, dass es – auch wenn die experimentelle Überprüfung der Wirkung von Counter Narrativen noch aussteht (ein Projekt hierzu wird gerade abgeschlossen, siehe dazu: <http://medienspsychologie.hf.uni-koeln.de/37936>) – doch mehr als sinnvoll erscheint, auch der friedlichen, demokratischen Mehrheit eine Stimme oder besser noch viele Stimmen im Netz zu geben. Erste Inspirationen, wie so etwas aussehen könnte, gibt es genug.

**Neubaum, G./
Krämer, N. C.:**
Monitoring the opinion of the crowd: Psychological mechanisms underlying public opinion perceptions on social media. In: Media Psychology, August 2016

Neumann, P.:
Radikalisierung, Deradikalisierung und Extremismus. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 29/2013/63, S. 3–10

**Rieger, D./Frischlich, L./
Bente, G.:**
Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos. München 2013

Tuck, H./Silverman, T.:
Counter-narrative handbook. London 2016

Weilnböck, H.:
Do we really need „counter narratives“? And what would that be anyway? – The narrative approach to audio-visual media in deradicalisation and prevention of violent extremism and hate crime. Berlin 2014

Dr. Lena Frischlich ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, wo sie zu verdeckter Propaganda im Internet forscht.



Kolumne von Klaus-Dieter Felsmann

Von Pirck- und Pappenheimern

Nicht weit entfernt von meinem Dorf steht am Ufer eines Sees ein kleines Sommerhaus, das auf mich eine besondere Faszination ausübt. Hier finde ich eine einzigartige Schnittmenge aus Natur, Kultur und Zeitgeschichte. John Heartfield, Pionier der politischen Fotomontage, hatte sich – nach Exil und unsäglicher Formalismusdebatte in der frühen DDR gesundheitlich stark angeschlagen – das Häuschen 1956 nach eigenen Entwürfen bauen lassen. Bis zu seinem Tod 1968 fand er an diesem Ort Inspiration und seelische wie körperliche Erholung. Heute ist das Haus in seiner ursprünglichen Form kongenial restauriert und eingerichtet. Der Einzelbesucher ist eingeladen, hier für sich so etwas wie einen Meditationsraum zu finden. Manchmal bittet aber auch der Trägerverein zu Veranstaltungen. So Ende Juli 2016 mit Blick auf den Buchgestalter und Grafiker Werner Klemke. Mehr als 80 Gäste waren gekommen. Unter ihnen viele Mitglieder der Pirckheimer-Gesellschaft. Offenbar bin ich in den letzten Jahren doch mehr in den Sog neuer medialer Formate geraten als gedacht. Jedenfalls war ich völlig überrascht, dass es diesen Verein der Bücherfreunde in so lebendiger Form noch gibt. Natürlich musste ich gleich das Heft 221 von deren Vierteljahresschrift „Marginalien“ erwerben. Der bibliophile Druck war zeitgemäß in Folie ein-

geschweißt. Ich holte also mein „Opinel“ – ein etwas kräftigeres Taschenmesser – aus der Jackentasche und versuchte, die lästige Hülle zu entfernen. Obwohl ich ziemlich selbstvergessen auf mein Tun konzentriert war, spürte ich plötzlich die Augen aller Umsitzenden auf mich gerichtet. Dann stand auch schon eine Vertreterin der Veranstalter vor mir und bat mich, das Messer schnell wegzustecken. Es war gerade wenige Tage her, dass in Würzburg Fahrgäste in der Regionalbahn mit einer Axt attackiert worden waren. Nun ist kaum anzunehmen, dass ausgerechnet die Pirckheimer durch irgendwelche Boulevardmedien hinsichtlich des Anschlags allzu übermäßig emotionalisiert worden sind. Angst angesichts eines Taschenmessers im Publikum hatten sie trotzdem.

Meine dörflichen Pappenheimer sind da noch etwas robuster. Ein Taschenmesser ist hier ein normales Werkzeug, das der Mann üblicherweise bei sich trägt. Wer es möchte, läuft unbefangen mit der Sense durchs Dorf und wenn der Nachbar zur Jagd geht, dann hat er selbstverständlich seine Flinte dabei. Die potenziell wehrhaften Geräte werden anders eingeordnet, doch auch das ist bei genauerem Hinsehen vielfach durch Angst motiviert.

An jedem ersten Sonntag im Monat sitzen wir in meinem Garten zum Frühschoppen zusammen. Das hatte ursprünglich ganz klein mit einem Bierchen unter Nachbarn angefangen. Inzwischen wird die Runde immer größer. Obwohl unsere Gemeinde recht überschaubar ist, hat auch hier modernes Leben zu zunehmender Vereinzelung geführt. Der Frühschoppen – woanders heißt das vielleicht Kochgruppe oder Tangozirkel, es läuft aber auf das Gleiche hinaus – bietet Gelegenheit zu ganz praktischem Austausch, vor allem zur Möglichkeit, über Sorgen und Nöte, aber auch über Erfolge zu sprechen. Am ersten Augustsonntag war hier ebenfalls der Würzburger Axt-attentäter Thema. Im Unterschied zu den Pirckheimern wurde allerdings eher gefragt, ob die Sensen und Jagdgewehre ausreichen, um eine solche Katastrophe in unserem Dorf abzuwenden. Die Skepsis war letztendlich ziemlich groß. Vielleicht müssen eher die Zäune höher und die Türschlösser stabiler werden? Eines stand aber für alle fest: Bevor irgendwelche staatliche Hilfe käme, wäre das ganze Dorf niedergemetzelt.

Peter – seit Auflösung der hiesigen LPG am Arbeitsmarkt nicht mehr vermittelbar, für die Einheimischen aber eine Art Weltversther, bei dem man gern Rat sucht – warf das Kürzel ABV in die Sonntagsrunde. Es folgte

betretenes Schweigen. Meinte Peter wirklich den Abschnittsbevollmächtigten, der zu DDR-Zeiten die staatliche Ordnung im Ort durchsetzen sollte? Jemand nahm schließlich den Gedanken auf und übersetzte den diskreditierten Begriff mit Dorfpolizisten. Da waren sich alle schnell einig. Ein Ordnungshüter, der alles kennt, den alle ansprechen können und der erkennbar die staatliche Schutzfunktion repräsentiert, den brauchen wir. Doch was haben wir? Es folgten sarkastische Witze über das Internetportal der Brandenburger Polizei. Als im vergangenen Jahr einige Neu-EU-Bürger in bedenklicher Größenordnung den freien Handel über offene Grenzen für sich dahingehend deuteten, dass sie in unserer Region Agrar- und Handwerksbetriebe ungefragt um deren Technik erleichterten, um diese dann via Polen in Litauen oder Rumänien zu Geld zu machen, bildeten sich in grenznahen Dörfern Bürgerwehren. Plötzlich stand das staatliche Gewaltmonopol infrage. Eine Hundertschaft der Bundespolizei sorgte schließlich für Beruhigung. Doch wie lange helfen solche temporären Aktionen? Einseitiges Kosten-Nutzen-Denken hat das öffentliche Agieren inzwischen so anonym gemacht, dass man fragen möchte, ob hier nicht ein systemrelevantes Problem vorliegt.

Eingekauft wird in Supermarktzentren, die Sparkasse verlegt das Filialgeschäft in Finanzzentren, die Post denkt darüber nach, wie sie nach den Ämtern auch die Zusteller ersetzen kann, Landarztstellen sind in der Gesundheitsindustrie ökonomisch unattraktiv und die Kinder werden täglich in Schulzentren kutschiert. Das alles lässt angesichts der damit verbundenen Effizienz das Bruttosozialprodukt steigen und damit die Steuereinnahmen sprudeln. Der Preis ist Einsamkeit und auf Einsamkeit folgt Angst. Noch haben wir im Dorf eine Freiwillige Feuerwehr. Deren Bestand ist aber in Gefahr. Nicht weil der Ort etwa vergreist, sondern weil es in der Region immer weniger Arbeitsplätze gibt, die es möglich machen, in der Feuerwehr zu dienen. Wir haben gerade den Pumpenspezialisten verloren. Das Controlling in dem Kommunikationsunternehmen, wo er angestellt ist, hat die Face-to-Face-Kundenbetreuung als unrentabel und folglich als überflüssig eingestuft. Ein neuer Arbeitsplatz im Unternehmen wurde dem jungen Vater, der hier gerade ein altes Bauernhaus ausgebaut hat, in Nürnberg angeboten. Nun pendelt er an jedem Wochenende hin und her.

Es wird gern darüber nachgedacht, inwiefern Medien durch bestimmte Formen der Berichterstattung oder der Inszenierung individuelles Fehlverhalten provozieren. Bei unse-

rem Frühschoppen hat die Medienpräsentation des Würzburger Attentats überhaupt keine Rolle gespielt. Die Information wurde ausschließlich mit Blick auf die eigene Lebensrealität gebrochen und erst hier fanden sich bedenkliche Assoziationen. Manchmal denke ich: Der stete Fingerzeig auf die Medien angesichts von Problemen verweist auf eine Ersatzspielwiese, wo Spekulationen munter sprudeln können und die zudem hinsichtlich der Problemlösung nicht viel kostet.

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



Panorama 04/2016

Ermittlungsverfahren gegen Böhmermann eingestellt

Am 31. März 2016 hatte der Fernsehmoderator Jan Böhmermann in seiner Sendung *Neo Magazin Royale* ein Gedicht mit derben Beschimpfungen auf den türkischen Präsidenten Erdoğan verlesen. Er habe damit den Unterschied zwischen Satire und Schmähkritik deutlich machen wollen. Letztere ist auch in Deutschland verboten. Erdoğan und eine Reihe von Privatpersonen erstatteten daraufhin Anzeige (siehe auch *tv diskurs*, Ausgabe 67, 3/2016, S. 96 ff.). Die Staatsanwaltschaft Mainz hat das Ermittlungsverfahren gegen Böhmermann nun eingestellt. Strafbare Handlungen seien dem Satiriker nicht mit erforderlicher Sicherheit nachzuweisen, insbesondere auch nicht, dass Böhmermann den Staatschef ernsthaft habe herabwürdigen wollen. „Ferner findet sich in dem Text des sogenannten ‚Schmähgedichts‘ selbst eine geradezu absurde Anhäufung vollkommen übertriebener, abwegig anmutender Zuschreibungen negativ bewerteter Eigenschaften und Verhaltensweisen, denen jeder Bezug zu tatsächlichen Gegebenheiten – offensichtlich beabsichtigt – fehlt. Mit Blick auf die somit bewusst vorgenommenen, in der Tat ‚unsinnig‘ und absurd wirkenden Übertreibungen wird mangels entgegenstehender Erkenntnisquellen nicht zu belegen sein, dass der Beschuldigte einen ernstlichen Angriff auf den personalen oder sozialen Achtungs- und Geltungsanspruch des türkischen Staatspräsidenten billigend in Kauf nahm“, heißt es in einer Pressemeldung der Staatsanwaltschaft Mainz. Zudem haben die Ermittlungen auch keine hinreichenden Anhaltspunkte für strafbare Handlungen anderer an der Entstehung oder Ausstrahlung des Beitrags beteiligter Personen ergeben. Über die von Erdoğan eingereichte Unterlassungsklage gegen Böhmermann wird am 2. November 2016 vor dem Landgericht Hamburg verhandelt.

Papst Franziskus fordert professionelle journalistische Arbeit

Bei einer Audienz vor Mitgliedern des italienischen Journalistenverbandes im Vatikan hat Papst Franziskus eine wahrheitsgetreue Berichterstattung gefordert. Einer Meldung des Evangelischen Pressedienstes (epd) zufolge, habe er die Journalisten dazu aufgefordert, ihren Beruf nicht zu missbrauchen und einzelne Personen oder ganze Nationen „kaputtzuschreiben“. Gerüchte zu streuen, sei auch eine Form von Terrorismus. Deshalb sollten sich Journalisten davor hüten, die Ängste der Menschen, etwa vor Flüchtlingen, zu schüren. Journalismus dürfe nicht zu einer „Waffe der Zerstörung“ werden. Stattdessen sollten Journalisten professionell arbeiten und ihrer Aufgabe nachkommen, Klarheit zu schaffen und der Wahrheit so nah wie möglich zu kommen.

GOLDENER SPATZ mit neuer Geschäftsführerin

Nicola Jones ist die neue Geschäftsführerin der Deutschen Kindermedienstiftung GOLDENER SPATZ und künstlerische Leiterin des gleichnamigen Festivals. Sie übernimmt damit die Nachfolge von Margret Albers. Jones hat Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt „Medienpädagogik“ an der Universität Leipzig studiert. Ihre berufliche Laufbahn begann sie als Consultant im Bereich „Filmförderung“ bei der PwC Deutsche Revision AG. 2004 wechselte sie zur Filmförderungsanstalt (FFA), wo sie zunächst als Förderreferentin im Bereich „Produktionsförderung“ und seit 2007 als Referentin des Vorstandes und Ansprechpartnerin für internationale Filmbeziehungen tätig war.

In der Deutschen Kindermedienstiftung GOLDENER SPATZ arbeiten MDR, ZDF, RTL, die Thüringer Landesmedienanstalt, die Mitteldeutsche Medienförderung sowie die Stadt Gera und die Landeshauptstadt Erfurt zusammen.

Bitkom: Gaming-Trends 2016

Video- und Computerspiele haben sich als Freizeitbeschäftigung über alle Altersgruppen hinweg fest etabliert. Zu diesem Ergebnis kommt eine vom Digitalverband Bitkom in Auftrag gegebene Studie, nach deren Angaben zwei von fünf Bundesbürgern (42 %) ab 14 Jahren regelmäßig spielen. Der überwiegende Anteil der Spieler befindet sich dabei unter den Jüngeren: 71 % der 14- bis 29-Jährigen spielen regelmäßig, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es der Umfrage zufolge 60 %. Unter den 50- bis 64-Jährigen spielt jeder Fünfte (21 %), in der Generation 65plus finden sich 12 % Spielende. Auch das Interesse der Nichtspieler am Gaming sei gewachsen: Während sich vor zwei Jahren 22 % der Befragten vorstellen konnten, in Zukunft Computer- und Videospiele zu spielen, liegt der Anteil 2016 bei 32 %. Bei den 14- bis 29-Jährigen, die bislang nicht gespielt haben, sind es sogar 61 %. Besonders beliebt sind Mobilgeräte als Gamingplattform: 85 % spielen auf dem Smartphone. Die Bedeutung von Tablet-Computern als Spieleplattform nimmt zu: Während 2013 nur etwa jeder Zehnte auf dem Tablet spielte, ist es heute bereits jeder Zweite (52 %). Virtual-Reality-Technologien sind ein wichtiger Trend 2016. Den Studienergebnissen zufolge haben 39 % der Gamer in Deutschland konkretes Interesse am Kauf einer Virtual-Reality-Brille.

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbandes Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.247 Bundesbürger ab 14 Jahren befragt, darunter 617 Gamer.

**WENN
NIEMAND
MEHR ÜBER
DEN KRIEG
IN SYRIEN
BERICHTET,
IST DANN
AUTOMATISCH
FRIEDEN?**



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]

Das Porträt: Jens Eder

Alexander Grau



Prof. Dr. Jens Eder ist Medien- und Kommunikationswissenschaftler an der Universität Mannheim. Vor seiner Berufung im Jahr 2012 lehrte er Filmwissenschaft an der Universität Mainz. Promoviert und habilitiert wurde Eder in Hamburg, wo er von 2002 bis 2008 auch eine Juniorprofessur für Medienwissenschaft innehatte. Zu den Medienwissenschaften

kam der ehemalige Philosophiestudent über die Praxis als Drehbuchlektor. Seine erste Arbeit galt dementsprechend Fragen der Filmdramaturgie. Darauf aufbauend entwickelte er eine umfassende Theorie der Figur und schließlich ein Modell emotionaler Medienrezeption.

In Mannheim hat die Verkehrsplanung der 1960er-Jahre wahre Wunder vollbracht. Wenn man in Jens Eders Büro im 7. Stock eines Hochhauses auf dem Hafengelände steht und zurück Richtung Bahnhof schaut, wundert man sich, dass man überhaupt je angekommen ist, so beeindruckend ist das Wirrwarr aus Hochbrücken, Überführungen, Unterführungen und Schnellstraßen, das einem zu Füßen liegt.

Wir sitzen an Jens Eders Schreibtisch, hinter dem Wissenschaftler eröffnet sich das Panorama Mannheims. Eder ist Pfälzer, stammt also von der gegenüberliegenden Rheinseite, aus Neustadt an der Weinstraße. Studiert hat er allerdings in Stuttgart. Seinen ursprünglichen Plan, Bühnenbildner zu werden, verwarf er kurzfristig und entschied sich für ein Studium der Philosophie und Literaturwissenschaft. Eders Hauptinteresse galt dabei der Philosophie. Da das Angebot in der baden-württembergischen Landeshauptstadt in dieser Hinsicht eher traditionell war, wechselte Eder nach wenigen Semestern nach Hamburg, wo die Analytische Philosophie stärker repräsentiert war.

„Allerdings“, erklärt der Wissenschaftler seinen Wechsel zur Medienwissenschaft, „habe ich mir mein Studium ganz überwiegend selbst finanziert, mit Jobs im Journalismus und im Medienbereich“. Als dann der Drehbuchautor Burkhard Driest Drehbuchassistenten suchte und Eders Bewerbung annahm, begann er, Drehbücher zu entwickeln und sich mit den Gegenständen seiner späteren Forschung zunächst ganz praktisch zu beschäftigen.

Es folgten sechs Jahre beim NDR als freier Drehbuchlektor. Als Eder schließlich das Angebot einer Promotionsstelle bei dem Medienwissenschaftler Knut Hickethier annimmt, ist die Entscheidung zugunsten der Medienwissenschaften endgültig gefallen. „Ich hatte einfach gesehen, wie schrecklich in der deutschen Film- und Fernsehlandschaft gearbeitet wurde, wie man an bestimmten Schemata klebte, die aber nicht durchdrungen wurden. Entweder man bekam Standarddrehbücher nach importierten Modellen, etwa von Syd Field und anderen. Oder die Producer und Redakteure pressten die Bücher gegen deren Geist in eine Form, wie sie in den gängigen Drehbuchratgebern beschrieben wurden.“

Aus seiner Tätigkeit und Erfahrung als Drehbuchlektor sowie der Frage, woher diese Erzählformeln stammen und wie diese funktionieren, entstand Eders erstes Buch: *Dramaturgie des populären Films. Drehbuchpraxis und Filmtheorie*.

Allerdings hat sich seit dem Erscheinen dieses Erstlings 1999 die Medienwelt erheblich verändert und mit ihr die Rezeption von Filmen und die Produktion von Drehbüchern. „In den USA werden täglich bis zu fünf Stunden Bewegtbilder konsumiert. Das war früher erheblich weniger, als die traditionellen Erzählformen in Hollywood entstanden“, erläutert Eder. „Entsprechend sucht das zeitgenössische Publikum nach Abwechslung und neuen Erzählformen, und die finden sie dann in den neuen Serienformaten und in YouTube-Videos“.

»Mich hat interessiert, was Figuren sind, wie wir sie erleben und verstehen, wie und warum wir emotional auf Figuren reagieren, wie Sympathie und Antipathie zustande kommen und wie man Figuren adäquat beschreibt.«

Die Figur

Während seiner Arbeit am Buch war Eder klar geworden, dass dramaturgische Muster immer eine implizite Ideologie in sich tragen. Diese vermittelt etwa, dass man alles schaffen und erreichen kann, wenn man es nur will. „Da wird einem ein gewisser Menschentypus vorgestellt, der klar durchschaubar ist, intensive Emotionen hat, klare Ziele und jede Menge Energie.“

Aufbauend auf dieser Feststellung beschloss Eder, näher zu untersuchen, welche Figurentypen es überhaupt gibt und welche Menschenbilder damit verbunden sind. Zudem war ihm aufgefallen, dass es zu dem Thema „Figur“ erstaunlich wenig Literatur gab. Vor allem mangelte es an einer handfesten und systematischen Theorie der Figur. Eder beschloss, hier Abhilfe zu schaffen.

„Mich hat bei diesem Thema vor allem der Bezug zur Praxis interessiert. Dabei ging es mir um drei Dinge: die Kreation und Produktion, die Interpretation und die Kulturanalyse. Also: Wie werden Figuren entworfen, wie verstanden und was sagt uns das über unsere Gesellschaft?“

Da jedes Thema für sich eine veritable Fragestellung für eine Dissertation abgab, stellte sich Eders Arbeit als recht aufwendig heraus. Als das Buch schließlich fertig war, ein Wälzer von gut 800 Seiten, hatte er neun Jahre daran gearbeitet – und das, obwohl er die historische Dimension des Themas weitgehend ausgeklammert hatte.

„Ich bevorzuge grundsätzlich einen systematischen Zugang, vielleicht weil ich einerseits aus der Praxis und andererseits aus der Philosophie komme. Mich hat interessiert, was Figuren sind, wie wir sie erleben und verstehen, wie und warum wir emotional auf Figuren reagieren, wie Sympathie und Antipathie zustande kommen und wie man Figuren adäquat beschreibt“.

Doch Eder wollte das Thema nicht nur theoretisch durchdringen, sondern auch so, dass sich daraus praktische Hinweise entnehmen ließen. Also untersuchte er zudem Techniken der Figurengestaltung und der Informationsvergabe im Erzählprozess.

„Nehmen Sie etwa *Casablanca*“, illustriert Eder, „da taucht Rick Blaine in den ersten elfeinhalb Minuten des Films überhaupt nicht auf, was sehr ungewöhnlich ist für einen Hollywood-Film. Es gibt aber immer wieder Hinweise auf ihn: Rick's Café, Leute reden über Rick – und erst dann sieht man ihn. Und man sieht ihn so, dass die Kamera von der Hand, die einen Scheck unterschreibt, langsam hochfährt. Hier wird eine Neugier-Strategie extrem ausgereizt.“

»Was im Zentrum meiner Forschung steht, ist vor allem die Frage, wie Menschen sich andere Menschen medial konstruieren.«

Doch sind die Techniken der Figurengestaltung nicht nur dramaturgischen Interessen geschuldet. Insbesondere im anspruchsvollen Kino bilden sie auch immer wieder gesellschaftliche Wandlungen ab. Ein gutes Beispiel dafür sei die Entwicklung ab den späten 1950er- und 1960er-Jahren: „Da finden wir dann zerrissene Figuren, die nicht wissen, was sie wollen, was bei Antonioni ‚die Krankheit der Gefühle‘ heißt“. Hier bilde sich die italienische Nachkriegsgesellschaft ab, die Industrialisierung, der Zerfall von Traditionen, die Verschiebung von Milieus und Werten.

Die Konzeption von Figuren, insbesondere auch bei Mainstreamformaten, sei insofern ein Zusammenspiel aus sozialen, ökonomischen und formalen Entwicklungen. Das Pay-TV in den USA habe z. B. ganz neue, tiefere und komplexere Figurenzeichnungen ermöglicht, weil die Abonnenten der Sender wohlhabender, gebildeter und medienerfahrener seien und ein anderes Programm sehen wollten als die Nutzer des Free-TV.

Allerdings betont Eder, dass ihn solche Prozesse nur am Rande beschäftigen: „Was im Zentrum meiner Forschung steht, ist vor allem die Frage, wie Menschen sich andere Menschen medial konstruieren.“

Solche Verstehensprozesse würden häufig auf das Konzept der Identifikation heruntergebrochen. Doch sei zumeist vollkommen unklar, was damit genau gemeint ist. Zudem müsse man sich nicht mit einer Person identifizieren, um ihr zu folgen: „Vielleicht ist es kalte Faszination, Empathie ohne Identifikation, Sympathie bei vollkommenem Bewusstsein der Fremdheit, der Wunsch, etwas zu lernen – das Spektrum ist unglaublich breit“. Aus diesem Grund spricht Eder auch lieber von „Anteilnahme“, und die kann von Genre zu Genre, von Film zu Film sehr unterschiedliche Formen annehmen.

Emotionen

Hintergrund für die Dramaturgielenkung ebenso wie für eine gelungene Figurenzeichnung sind Emotionen. Insofern war es naheliegend, dass sich der Medienwissenschaftler nach seinen Studien zur Figur der Emotionsdarstellung und Emotionslenkung durch audiovisuelle und andere narrative Medien zuwandte. Im Zentrum seiner Forschung stand und steht dabei das Interesse, verschiedene Affekt- und Emotionstheorien zu integrieren und ein adäquates Beschreibungsmodell zu entwickeln.

„Emotionen“, erklärt der Wissenschaftler, „sind komplexe psychophysische Prozesse, die aus einer Kopplung verschiedener Teilprozesse bestehen: Emotionen haben eine perzeptuelle und kognitive Komponente, damit verbunden sind körperliche Reaktionen, die wiederum zu bestimmten Handlungen oder Verhaltensmustern führen“.

Eder legt seinen Arbeiten eine mehrstufige Appraisal-Theorie der Emotionen zugrunde, die es ihm erlaubt, eine medien-spezifische Emotionstheorie zu bauen, die im Wesentlichen aus drei Bausteinen besteht: aus der Frage, was Emotionen sind und wie man sie beschreibt, der Herausarbeitung der Emotionsauslöser und schließlich aus der Verbindung von beiden Bereichen, also dem affektiven Rezeptionsprozess selbst.

Was Eder daran interessiert, ist vor allem dieser letzte Aspekt, also der emotionale Verarbeitungsprozess im engeren Sinne. Dieser sei wiederum mehrstufig: Zunächst reagiere der Rezipient vorbewusst und unterschwellig auf perzeptuelle Reize wie Farbe, Formen, Muster oder Töne. Daraufhin erfolge die Bildung mentaler Modelle wie etwa von Figurencharakteren. Diese mentalen Modelle würden auf einer dritten Ebene dann als sekundäres Zeichen aufgefasst, also als eine Botschaft, die für irgendetwas stehe, die dann schließlich – viertens – in die eigene Kommunikations- und Rezeptionssituation integriert werde.

Mit diesem mehrstufigen Rezeptionsmodell gelingt es Eder, unterschiedliche affektive Reaktionen auseinanderzuhalten und getrennt zu betrachten. Im Zentrum seiner Forschung stehen dabei vor allem die beiden letzten Ebenen, also das, was Eder die „thematischen“ und die „kommunikativen Emotionen“ nennt.

Thematische Emotionen werden dadurch aktiviert, dass die dargestellte Welt als Zeichen begriffen wird, die eine Botschaft enthält. Kommunikative Emotionen hingegen ergeben sich daraus, dass der Konsument Bezüge zu seiner konkreten Rezeptionssituation herstellt und die Botschaft des Mediums in Relation zu seinem eigenen Weltbild und seinen Moralvorstellungen setzt. Es sind vor allem diese kommunikativen Emotionen, die teils leidenschaftliche und hitzige Debatten auslösen – Eder nennt als Beispiel das bekannte, von WikiLeaks ins Netz gestellte Video *Collateral Murder*, das, wie die Kommentare bei YouTube zeigen, höchst unterschiedliche Reaktionen hervorruft.

Die von Eder unterschiedenen Ebenen emotionaler Verarbeitung markieren zugleich verschiedene Formen biologischer und kultureller Vorprägung. Insbesondere in die letzten beiden Stufen fließt so viel soziales und kulturelles Wissen ein, dass letztlich sehr individuelle Rezeptionsreaktionen feststellbar sind – auch Menschen, die derselben Kultur und dem gleichen Milieu entstammen, zudem sehr ähnliche biografische Hintergründe und Erfahrungen haben, sehen und interpretieren Filme mitunter ganz anders.

Umso mehr gelte das in der ganzen Breite der Gesellschaft. „Jemand, der im Knast sitzt, nimmt einen Krimi anders wahr als ein Polizist“, fasst Eder zusammen. Diese banale Einsicht über die emotionssteuernde Wirkung sozialer Rollen werde in der Forschung häufig übersehen. Dort würde zumeist mit einem abstrakten Modellzuschauer gearbeitet, doch den Modellzuschauer gebe es eben nicht.

„Letztlich geht es um Bewertungen, und diese Bewertungsmuster ziehen sich durch weite Teile der Affektstruktur der meisten Filme. Daher kommt es immer wieder zu einem Auseinanderdriften.“ Entsprechend spannend sei es, zu untersuchen, an welcher Stelle genau und warum affektive Reaktionen bei Zuschauern divergieren bzw. – von Produzentenseite – wo dieses Auseinanderdriften stattfinden könnte oder wie es zu vermeiden ist.

Doch die Strukturierung unserer affektiven Medienrezeption durch soziale Rollen und andere Faktoren ist nur eine Seite der Medaille. Zugleich, hebt Eder hervor, formierten Medien die Regeln emotionaler Reaktionen, indem sie den Rezipienten beibrächten, wie er in entsprechenden Situationen emotional zu reagieren habe. Bestes Beispiel dafür sei die Normierung der romantischen Liebe und der Rituale, die diese zu begleiten und beglaubigen hätten.

Medienkulturen und -diskurse im Medienwandel

Seine bisherigen Arbeiten versteht Eder vor allem als Grundlagenforschung. „In meinen bisherigen Arbeiten ging es darum, wie einzelne Medienangebote – Texte oder Filme – einerseits wirken und andererseits gestaltet werden können. In letzter Zeit geht es mir allerdings vermehrt um die Frage, wie größere Mediendiskurse und medienkulturelle Zusammenhänge wirken, beschrieben werden und vielleicht auch zu gestalten sind.“

Anknüpfend an seine Arbeit über Figuren und unter dem Eindruck, dass derzeit ein Umbruch unseres Menschenbildes zu beobachten ist, hat der Mannheimer Wissenschaftler angefangen, den Wandel unserer Menschenbilder zu untersuchen. „Ich habe den Eindruck, dass der Mensch zunehmend als etwas Gestaltbares und Formbares angesehen wird und dass diese Formbarkeit des Menschen durch Medien propagiert wird.“ Dabei hat Eder neben der Formung des Geistes auch die somatische Gestaltbarkeit des Menschen durch genetische oder technische Eingriffe im Blick.

Ein weiteres Forschungsfeld Eders liegt in der Untersuchung der teils sehr langkettigen Konstruktion von ikonischen Medienpersönlichkeiten, Celebrities, Stars oder Politikern, insbesondere, da sich in solchen öffentlichen Personen politische Ideologien oder andere Weltanschauungen kristallisieren.

Diese ikonischen Persönlichkeitsbilder haben interessanterweise zumeist einen konsensualen Kern, auch wenn der Medienwandel dazu beiträgt, diesen zu pluralisieren oder sogar aufzulösen. Insbesondere angesichts der Verlagerung des Informationsmonopols hin zu den sogenannten sozialen Medien sei es, so Eder, interessant zu beobachten, wie sich visuelle Diskurse entwickeln, die unser Denken, Fühlen und Verhalten prägen.

In dem aktuellen Projekt „Bewegungsbilder 2.0“ untersucht Eder mit seinen Kollegen daher aktivistische Webvideos wie etwa *Kony 2012* – ein Video, das innerhalb von fünf Tagen über 70 Mio. Mal aufgerufen wurde, oder *Under the Dome*, ein chinesischer Umweltfilm, der in drei Tagen 160 Mio. Mal gesehen wurde und die Börse in Hongkong beeinflusste.

„Das ist ein Feld“, hebt Eder hervor, „das kaum erforscht ist und von vielen mit dem Hinweis abgetan wird, das seien kleine Webvideos. Aber die sind mächtig und einflussreich. Vor allem bilden sich hier neue Erzähl- und Darstellungsformen, neue Formen des Mobilisierens und emotionalen Bewegens.“

Zu diesem Zweck kartiert Eder mit seinen Mitarbeitern zurzeit das Feld und versucht zu systematisieren, wer die Akteure sind, was für Anliegen sie haben, mit welcher Ästhetik sie arbeiten und mit welcher affektiven Rhetorik.

»Wir haben es zurzeit mit einer hybriden Medienkultur zu tun, in der Massenmedien und die sozialen Medien des Web 2.0 miteinander verschmelzen und interagieren.«

„Meine früheren Forschungsarbeiten versuchten zu beschreiben, wie man die Wirkungsweise einzelner Medienangebote verstehen und gestalten kann. Bei den neueren Arbeiten hingegen geht es mir darum, Medienkulturen und -diskurse zu verstehen und kritisch einzuschätzen“, fasst Eder zusammen.

Das sei umso spannender, als es auch in den neuen Medien sowohl ein Narrowcasting als auch ein Broadcasting gebe, dass also sowohl sehr zielgruppen- als auch massenorientiert gearbeitet werde. „Wir haben es zurzeit mit einer hybriden Medienkultur zu tun, in der Massenmedien und die sozialen Medien des Web 2.0 miteinander verschmelzen und interagieren.“ Das führe einerseits zu einer extremen Polarisierung, insbesondere etwa bei Facebook. Bei YouTube gebe es hingegen eine starke Tendenz, möglichst viele Zuschauer zu erreichen. Und tatsächlich schafften es Videoproduktionen, Zuschauerzahlen zu generieren, die für traditionelle Verbreitungskanäle unerreichbar seien. Dementsprechend gebe es sowohl Distributions- als auch Gestaltungstechniken, die ein Broadcasting unter den Bedingungen einer zunehmenden Fragmentierung ermöglichten.

In diesem Bereich jedoch sieht Eder auch Versäumnisse der zeitgenössischen Medienwissenschaften. In der Konzentration auf Medien als technische Apparate und systemische Kommunikationseinrichtungen habe man vergessen, dass es Medienakteure und Mediendiskurse gebe, die ebenfalls von Bedeutung seien. „Frei nach McLuhans ‚the medium is the message‘ hat man die Medienwissenschaft auf Medialitätsforschung reduziert. Aber für mich macht es einen Unterschied, ob ich einen Liebesbrief oder eine Todesnachricht bekomme.“ Medieninhalte, hebt Eder hervor, seien nach wie vor interessant. „Aber“, fügt er schmunzelnd hinzu, „das wissen die Leser von *tv diskurs* ohnehin.“

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:
der Kommunikationswissenschaftler
Prof. Dr. Jeffrey Wimmer von der TU Ilmenau

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



Sport

Gerd Hallenberger

Lange Zeit galten Männer bezogen auf ihre Fernsehnutzung als eher informations-, Frauen dagegen als eher unterhaltungsorientiert. Es bedurfte einer engagierten Kommunikationswissenschaftlerin, um dieses Missverständnis aufzuklären. Die simple Ursache: Das für viele Männer wichtigste Unterhaltungsangebot wurde traditionell der Sparte „Information“ zugerechnet, nämlich der Sport. Ginge es beim Sport im Fernsehen tatsächlich primär um eine informationelle Dienstleistung, würde die Übermittlung der Resultate, ergänzt um bewegte Bilder der Ereignishöhepunkte, völlig ausreichen. Tatsächlich gehören aber die Übertragungsrechte von bestimmten Sportereignissen, vor allem von Fußballspielen, aber auch Olympiaden, zu den teuersten Waren auf dem Markt. Dieser Umstand legt die Vermutung nahe, dass es beim Sport auch um die Ermöglichung von Unterhaltungserlebnissen geht – genau genommen von Unterhaltungserlebnissen einer besonderen Qualität.

Diese Qualität ergibt sich aus der Kombination vieler Faktoren, von denen jeder einzelne auch aus anderen Kontexten bekannt ist, nicht aber die Mischung. Von zentraler Bedeutung ist der Faktor Spannung – im Augenblick des sportlichen Geschehens ist das Ergebnis offen. Während sich die Spannung bei einem Serienkrimi darauf reduziert, wie ein Fall gelöst wird, und selbst ein unbekannter Spielfilm zum Zeitpunkt des Anschauens nur den Zuschauer über das Ende rätseln lässt, gibt es bei sportlichen Ereignissen zwar wahrscheinlichere und unwahrscheinlichere Resultate, aber niemand weiß tatsächlich, was geschehen wird – auch nicht die Akteure. Diese Eigenschaft unterscheidet Sport von fiktionalen Angeboten und verbindet ihn mit vielen non-fiktionalen. Egal, ob live ausgestrahlt oder mit Liveanmutung vorproduziert, schon bei Talkshows kann man

nicht wissen, was passieren wird. Noch größer ist die Ergebnisspannung bei Wettbewerbsinszenierungen, vom Quiz über Castingshows bis hin zum *Dschungelcamp*.

Hinzu kommt, dass es beim Sport um besondere Leistungen geht, für die die Akteure lange trainiert haben. Ein wenig Glück gehört zwar auch dazu, aber anders als bei vielen Quiz- und Castingshows kommt man im Sport bloß mit ein wenig Talent, etwas Vorbereitung und Mut selten weit. Im Erfolgsfall können Sportlerinnen und Sportler sogar Stars wie andere Prominente der Unterhaltungskultur werden, mit den gleichen medialen Konsequenzen: Über sie wird in vielen Medien berichtet, sie bekommen ein Image und treten zusammen mit anderen Stars an den üblichen Medienorten und bei den üblichen Mediengelegenheiten auf (Talkshows, Rateshows, Preisverleihungen etc.). Falls nicht gerade Olympische Spiele sind, haben jedoch nur Akteure aus wenigen Sportarten die Chance, Medienstars zu werden. Entweder handelt es sich um Fußballer oder um Local Heroes in einer potenziell massenattraktiven Sportart. Typisch für Local Heroes ist, dass ihr persönlicher Erfolg eine Sportart populär macht, nach ihrem Karriereende das Interesse jedoch wieder stark nachlässt – siehe beispielsweise Tennis in Deutschland nach Boris Becker und Steffi Graf.

Spannung, manchmal schier unglaubliche Leistungen, dargeboten von jungen, attraktiven Menschen – das trägt wesentlich zum Interesse an Sport bei. Hinzu kommt aber noch mehr. Mediensport ermöglicht die Bildung virtueller Gemeinschaften, eines großen „Wir“ der Mitfiebernden, das im Publikum am Veranstaltungsort seinen Ausgangspunkt hat, aber weit darüber hinausgeht. Dieses „Wir“ kann ganz allgemein die Fans einer Sportart,

spezieller die Fans eines bestimmten Sportlers oder einer Mannschaft meinen. Bis hierhin unterscheiden sich die virtuellen Gemeinschaften des Sports im Prinzip nicht von denen der *Tatort*- oder *DSDS*-Fans, aber Sport kann noch mehr. Das Konstrukt „Nation“ ist in Deutschland und vielen anderen Ländern im Alltagsleben jenseits von Nationalfeiertag und gelegentlicher öffentlicher Befragung kaum sinnlich erfahrbar. Im Sport wird jedoch diese größte aller virtuellen Gemeinschaften konkret und anschaulich – in Nationalmannschaft, Medaillenspiegel und im Fahnschwenken. Die Attraktivität des so angebotenen „Wir“ in einer Gesellschaft, die vor allem aus konkurrierenden „Ichs“ besteht, mag auch erklären, warum die Fernsehübertragungen von Fußballwelt- und -europameisterschaften immer Zuschauerzahlen erreichen, die weit über der Zahl der kontinuierlich Fußballinteressierten liegt.

Nicht nur für sein Publikum, auch für Medien, Werbung und Merchandising ist Sport sehr attraktiv: Nichts erreicht höhere Zuschauerzahlen als Sportübertragungen, keine Werbesendeplätze sind begehrter als die während des Super Bowl, des Endspiels beim American Football; und mit Werbung, Sponsoring sowie Merchandisingeinnahmen verdienen Vereine der Fußballbundesliga weitaus mehr Geld als mit dem Verkauf von Eintrittskarten. Der größte Einzelposten in deren Haushalt sind jedoch TV-Gelder, was ebenso für andere Sportarten gilt und sichtbare Konsequenzen hat – bis hin zu Regeländerungen zur Attraktivitätssteigerung, etwa durch die Einführung von Verfolgungsrennen und Massenstarts beim Biathlon oder eine andere Punktezahl beim Volleyball.

So lange es im Sport nur um relativ wenig Geld ging, reichte die Inszenierung als

Informationsangebot aus. Mit wachsender Senderkonkurrenz und steigenden Preisen musste es schon mehr sein, um weitere Zuschauergruppen zu erschließen. Als das ZDF den Sendebetrieb aufnahm, setzte es mit dem späten *Aktuellen Sportstudio* bewusst auf zusätzliche Unterhaltungselemente (z. B. Interviews und Torwandschießen), um sich gegen die früher ausgestrahlte *Sportchau* der ARD und ihren Informationsvorsprung zu behaupten. Mit dem Pay-TV-Sender Premiere kamen opulente Bildgestaltung und extensive Begleitberichterstattung hinzu. Heute ist Fernsehsport zu einem integrierten Unterhaltungsangebot geworden, bei dem es auch um Geschichten und Emotionen geht – um Erfolg und Scheitern, um Beharrlichkeit und Tragik. So gesehen ist die Fußballbundesliga auch nichts anderes als eine Weekly Soap mit 34 Folgen pro Spielzeit.

Dr. habil. Gerd Hallenberger
ist freiberuflicher
Medienwissenschaftler.



Kein Zweifel: Die Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Printmedien, Fernsehen, Kinofilme, Tonträger und Computerspiele, selbst als Trägermedium noch ein relativ junges Produkt, finden im Internet zusammen. Gleichzeitig lösen sich nationale Grenzen auf. Was bedeutet das für den Jugendschutz? Welche Instrumente der Freigabe oder Indizierung plus entsprechender Vertriebsbeschränkung

sind heute noch glaubwürdig? Soll man vor der unendlichen Fülle des Netzes kapitulieren oder wie Don Quichotte weiterhin tapfer gegen einzelne Angebote vorgehen? *tv diskurs* sprach darüber mit Elke Monssen-Engberding, die im Frühjahr 2016 als langjährige Vorsitzende der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) in den Ruhestand ging.

Von FKK-Heften bis Rechtsradikalismus im Internet

Die langjährige Vorsitzende der BPjM zieht Bilanz

Wann haben Sie bei der BPjM angefangen?

Ich habe 1979 als Referentin in der Bundesprüfstelle angefangen und bin dann 1980 stellvertretende Vorsitzende geworden, weil der damalige Vorsitzende über ein Jahr krank war und niemand die Sitzungen leiten konnte.

In den 1970er-Jahren hielt sich die Liebe der Obersten Landesjugendbehörden (OLJB), die damals ausschließlich Anträge stellen konnten, für die Bundesprüfstelle sehr in Grenzen. Hätten Sie gedacht, dass der Jugendschutz noch einmal eine solche Renaissance erlebt?

Damals sah es überhaupt nicht danach aus, und man muss auch dazu sagen, dass sich gerade im sexuell-erotischen Bereich die Grenzen seinerzeit sehr verschoben haben. Die Diskussion darüber, in welchem Alter Kinder und Jugendliche wie detailliert mit sexuellen Themen konfrontiert werden sollten und wann in welcher Weise erste sexuelle Kontakte erlaubt waren, wurde ganz anders geführt als noch wenige Jahre vorher. Und da bei den Indizierungsanträgen sexuelle Darstellungen quantitativ dominierten, ging die Anzahl der Anträge auf 70 oder sogar noch weniger pro Jahr zurück. 1978 entschloss sich der Gesetzgeber, das Antragsrecht auf alle ca. 600 Jugendämter auszuweiten, also nicht mehr auf die Obersten Landesjugendbehörden zu beschränken. Ein Grund dafür war, dass die OLJB kaum noch Indizierungsanträge gestellt haben.

Hinzu kam, dass aus Polen Beschwerden darüber kamen, dass es in Deutschland zunehmend rechtsradikale Schallplatten und Literatur gab. Darin wurden die Naziverbrechen geleugnet oder gar gerechtfertigt.

Ja, das war auch einer der Gründe. Als Herbert Wehner, der als Vorsitzender der SPD-Bundestagsfraktion nach Polen gereist war, dort mit Schallplatten konfrontiert wurde, die neu zusammengeschnittene Reden von Hitler, Goebbels u. a. – unterlegt mit Marschmusik – enthielten, suchte man nach Wegen, die Verbreitung solcher Schallplatten und Schriften einzuschränken oder gar zu verhindern. Da sie aber z. T. nicht offenkundig strafrechtlich zu greifen waren, war die Indizierung eine Möglichkeit, zumindest die Verbreitung an Kinder und Jugendliche zu verhindern. Vor allem um die Indizierung in diesem Bereich zu erhöhen, wurde die Anzahl der Antragsteller erhöht.

Welche Fälle sind Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Auf der einen Seite war es die Indizierung solcher Schallplatten. Dann kam die neue Spruchpraxis zu den Sexheftchen dazu, in denen Frauen diskriminiert wurden. Es gab eine starke Frauenbewegung, deren bekannteste Vertreterin Alice Schwarzer war. Es gab viele Diskussionen, ob Frauen in der Werbung nicht diskriminiert würden, wenn sie z. B. halb angezogen auf Autos deren Kauf schmackhaft machen sollten. Nun haben wir das nicht indiziert, aber die Sexheftchen, in denen Frauen als Ware angeboten wurden und ihre sexuellen Vorlieben priesen, haben wir schon als diskriminierend eingestuft. Ein ganz berühmter Fall war natürlich Die Memoiren der Josefine Mutzenbacher, die indiziert wurden. Das ist bis zum Bundesverfassungsgericht (BVerfG) gegangen und es hat Jahre gedauert, bis 1991 schließlich das BVerfG den Fall abgeschlossen hat. Damals wurden neue Grundsätze aufgestellt, wie zwischen Kunst- und Jugendschutz abzuwägen ist. Es wurde der formale Kunstbegriff geprägt, und das BVerfG hat den Grundsatz aufgestellt, dass Pornografie Kunst sein kann und deswegen in jedem Einzelfall abgewogen werden muss.



© Privat

»Wir haben unendliche Diskussionen darüber geführt, dass das Internet grenzenlos und unkontrollierbar ist. Wenn aber niemand etwas dagegenunternimmt, dann passiert eben auch nichts.«

Eine Entscheidung, die damals viele überrascht hat, war die Ablehnung der Indizierung zum Computerspiel Counterstrike kurz nach dem Amoklauf in Erfurt.

Das war vermutlich die Entscheidung der Bundesprüfstelle, welche die meisten Reaktionen hervorgerufen hat. Wir hatten vorher etwa 5.000 Mails erhalten, in denen wir dazu aufgefordert wurden, nicht zu indizieren. Wir hatten ebenso viele Mails, in denen man uns quasi dazu zwingen wollte, zu indizieren. Wir hatten an dem Tag in der Sitzung des 12er-Gremiums nur diesen einen Fall und konnten so darüber ausführlich diskutieren. Ausschlaggebend für die Entscheidung, es nicht zu indizieren, war tatsächlich der Teamcharakter, der in dem Spiel eine große Rolle spielt. Es geht nicht um das einfache Ballern und Abmetzeln von Menschen oder menschenähnlichen Gegnern, sondern es geht um Teamverabredungen. Es hat natürlich jedermann das Recht, Entscheidungen der Bundesprüfstelle zu kritisieren. Aber das Gremium ist weisungsfrei. Selbst wenn man eine Entscheidung nicht nachvollziehen kann, muss man sie akzeptieren, solange das Verfahren sauber durchgeführt wurde.

Bei welchen Inhalten waren Sie am stärksten der Meinung, dass die Indizierung wichtig ist?

Natürlich bei den Inhalten, bei denen es darum geht, Ausländer zu diskriminieren und die Zeit des Nationalsozialismus wiederauferstehen zu lassen, überhaupt Inhalte, in denen totalitäre Regime befürwortet werden. Natürlich waren wir auch im Bereich der Gewaltbefürwortung aktiv, aber es sind auch neue Themen dazugekommen. Erinnern wir uns z. B. an die sogenannten FKK-Heftchen der 1950er-Jahre, in denen schlicht nackte Menschen dargestellt wurden. Da haben wir später die Indizierung sogar aufgehoben. Dann gab es aber Abwandlungen dieser Hefte, in denen es vorwiegend darum ging, Kinder und Jugendliche in „unnatürlich geschlechtsbetonten Körperposen“ darzustellen, es ging also um Nacktdarstellungen mit der Fokussierung auf die Geschlechtsmerkmale der Kinder. Hier wurden deutlich Pädophile angesprochen, und dadurch hat sich eine neue Sprechpraxis entwickelt. Einige Neuheiten kamen auch mit dem Internet dazu, wie etwa Pro-Anorexie-Seiten oder Seiten, auf denen zum Selbstmord aufgerufen wird. Das sind Themen, die es in den 1970er- und 1980er-Jahren nicht gab.

Das Netz hat sich in kurzer Zeit zum Verbreitungsweg für alle Inhalte entwickelt, die früher als Schrift, als Audio, im Fernsehen oder als DVD verbreitet wurden. Welche Änderungen haben sich dadurch für die Bundesprüfstelle ergeben?

Grundsätzlich ist die Bundesprüfstelle für Inhalte zuständig, unabhängig davon, wo sie verbreitet werden. Die Ausnahme ist das Fernsehen, und das ist durch die Reform des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV), der am 1. Oktober 2016 in Kraft getreten ist, noch einmal festgezurr worden. Für Kinofilme, DVDs und Computerspiele sind wir dann nicht zuständig, wenn sie nach dem Jugendschutzgesetz (JuSchG) von den OLJB gekennzeichnet sind. Im Internet sind wir zuständig, es sei denn, die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) hat vorher entschieden, dass ein Inhalt nicht jugendgefährdend ist.

Angesichts der Menge der Angebote und der Tatsache, dass besonders problematische Angebote häufig nicht aus Deutschland kommen und z. B. in Holland und Dänemark rassistische Angebote nicht verboten sind: Wie sehen Sie die Effektivität der Indizierung von Inhalten im Netz?

Wir haben unendliche Diskussionen darüber geführt, dass das Internet grenzenlos und unkontrollierbar ist. Wenn aber niemand etwas dagegen unternimmt, dann passiert eben auch nichts. Ich denke schon, dass Stellen wichtig sind wie die BPJM, die beispielsweise ein rassistisches Angebot indiziert. Immerhin ist es dann in den Jugendschutzprogrammen durch die Blacklist gesperrt. Es ist jedenfalls wichtig, den Einzelfall zu indizieren. Ich meine, alle Stellen versuchen hier, ihren Teil beizutragen. jugendschutz.net weist die Anbieter, egal ob sie ihren Firmensitz in Deutschland haben oder nicht, auf Verstöße hin. Das erzeugt eine hohe Reichweite und Effektivität. Wenn dann von den Anbietern keine ausreichenden Maßnahmen ergriffen werden, wird das Angebot indiziert. Oft zieht dann selbst der ausländische Anbieter Konsequenzen. Ich halte diesen Weg für sinnvoller als eine komplette Kapitulation vor dem Internet.

Wie lange dauert es durchschnittlich vom Zeitpunkt der Veröffentlichung bis hin zur Indizierung?

Es dauert seine Zeit, weil es eben ein rechtsstaatliches Verfahren ist mit dem Anspruch auf rechtliches Gehör. Egal, ob der Anbieter seinen Firmensitz in Deutschland oder im Ausland hat, er muss darauf hingewiesen werden, dass die Bundesprüfstelle beabsichtigt, sein Internetangebot in die Liste der jugendgefährdenden Medien aufzunehmen. Es gibt da Fristen, die nicht unter einer Woche liegen. Was man sich wirklich überlegen kann, ist, ob man die Bescheide noch förmlich per Post zustellen muss oder ob nicht eine Zustellung per Mail ausreichen würde. Solange man nach dem Verwaltungszustellungsgesetz mit dem Einschreiben-Rückschein zustellt, muss man die Fristen abwarten. Wir haben eine Woche Frist, durch die Postwege ergeben sich im Ausland aber teilweise allein 14 Tage, bis der Rücklauf da ist. Nun weiß niemand – egal, ob das jugendschutz.net ist oder ob wir es sind –, wann ein Inhalt tatsächlich eingestellt wurde. Insofern wissen wir oft nicht genau, wie lange es von der Veröffentlichung bis zur Indizierung dauert.

2003 ist der Kreis der Antragsteller noch einmal erweitert worden. Können Sie jetzt auch aufgrund von Beschwerden von besorgten Bürgern tätig werden?

Nein, die Antragstellung ist lediglich um die KJM erweitert worden, als sogenannter privilegierter Antragsteller, und alle anderen Behörden und Träger der freien Jugendhilfe können Anregungen bei der BPJM abgeben. Der Unterschied: Aufgrund eines Antrags muss die Bundesprüfstelle handeln. Kommt eine Anregung, erfolgt zunächst die sogenannte Gebotenheitsprüfung. Wenn die Bundesprüfstelle das Verfahren als aussichtsreich bei den Gremien einstuft, wird das Verfahren durchgeführt. Der Bürger kann keine Anregung geben, er kann sich aber an eine der antragberechtigten Stellen wenden. Natürlich ist die Zahl der Anträge damals deutlich angestiegen. Insbesondere ist von den Landeskriminalämtern sehr viel aus dem sogenannten rechten Bereich gekommen. Dazu kam noch, dass die Jugendämter zwar antragsberechtigt, aber durch personelle Engpässe dazu kaum noch in der Lage waren. Das war auch einer der Gründe, warum das Antrags- oder Anregungsrecht erheblich erweitert wurde. Früher gab es noch viele Bürger, die in der Videothek um die Ecke jugendgefährdende Inhalte

wahrnahmen und sich dann an ihr Jugendamt wandten mit der Aufforderung, dazu einen Indizierungsantrag zu stellen. Wenn jetzt jemand Indizierungsanträge für Internetangebote anregen will, fühlen sie sich angesichts der allgemeinen Arbeitsüberlastung wenig motiviert, hier tätig zu werden, und hoffen, dass es ein anderer macht.

Welche Internetangebote spielen heute für die BPJM eine Rolle?

Die kommen praktisch aus allen Bereichen: Rassenhass genauso wie Pornografie, vielfach auch Kinderpornografie, Tierpornografie und ähnliche Dinge. Dazu gehören aber auch Selbstmord- und Anorexie-Foren oder Kinder und Jugendliche in ungewöhnlich geschlechtsbetonter Körperhaltung – das hält sich die Waage. Ich hätte mich sehr gefreut, wenn gerade im rechten Bereich noch mehr Anträge gekommen wären und all das, was jugendschutz.net als Verstoß angemahnt hat und was nicht geändert wurde, bei der BPJM gelandet wäre.

Seit dem 1. Oktober 2016 gilt ein neuer Jugendmedienschutz-Staatsvertrag. Ein zentrales Anliegen ist es, Jugendschutzprogramme attraktiver zu machen und die Anerkennungskriterien praktikabler zu gestalten. Sind Jugendschutzprogramme Ihrer Ansicht nach ein praktikabler Weg, Jugendschutz zukünftig nach dem klassischen System auch im Internet zu regeln?

Ich finde es wichtig, dass Jugendschutzprogramme gestärkt werden. Ein Jugendschutzprogramm für alle Dienste und Anwendungen zu schaffen, ist wohl technisch nicht umsetzbar; das wurde mir jedenfalls von Experten gesagt. Es ist umgekehrt auch für die Eltern schwer zumutbar, viele verschiedene Jugendschutzprogramme zu installieren und sich damit auseinanderzusetzen, wie sie funktionieren und ob sie mit den Einschätzungen einverstanden sind.

Bei den Printmedien und der Musik gibt es ja nur die Indizierung und keine Alterseinstufungen. Wenn derselbe Inhalt nun im Netz verbreitet wird, handelt es sich um ein Telemedium und unterliegt den Jugendschutzbestimmungen.

Die gesamte Musik und im Grunde auch die E-Books müssten bei der Verbreitung im Internet nach diesem Gesetz eigentlich auch kategorisiert werden. Wenn die Jugendschutzprogramme funktionieren sollen, beziehen sie sich auf alle Inhalte im Netz. Nach § 5 sind alle Inhalte, die im Internet verbreitet werden, Telemedien – auch die klassischen Trägermedien. Dabei haben wir mit Blick auf den Jugendschutz die tatsächlich relevanten Inhalte aus dem rechten Bereich vor Augen, aber im Grunde ist man jetzt auch verpflichtet, jeden Hip-Hop-Song in irgendeiner Form zu kategorisieren. Ich glaube, das ist den meisten Anbietern gar nicht so bewusst, dass da jetzt etwas Neues in Kraft tritt und dass sich damit vieles ändert. Wir werden das ganz große Problem haben, dass die deutschen Anbieter kategorisieren müssen. Andererseits haben wir die ausländischen Anbieter, die genauso auf die heimischen PCs kommen und natürlich nicht kategorisiert werden, weil es diese Beschränkungen in ihren Ländern nicht gibt. Und wie man das in einem Jugendschutzprogramm vereinen will, ist mir ein Rätsel. Jugendschutzprogramme können natürlich alle nicht gekennzeichneten Inhalte blockieren. Es ist ja sehr unwahrscheinlich, dass ausländische Anbieter ihre Inhalte nach deutschem Recht kennzeichnen. Aber man muss auch bedenken: Es gibt eine Menge nützliche Informationen von ausländischen Anbietern. Und wenn all die nicht mehr durchkommen, wäre das für viele sicher ein großer Verlust. Die Frage ist, wie die Eltern reagieren, wenn offensichtlich harmlose Inhalte für ihre Kinder nicht mehr abrufbar sind.

Eines der wesentlichen Reformanliegen des JMStV ist die gegenseitige Anerkennung von Prüfergebnissen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK). Die Obersten Landesjugendbehörden sehen das nicht als verbindlich, weil sie der Meinung sind, dass dies nur im Jugendschutzgesetz (Bundesgesetz) geregelt werden kann, nach dem sie bezüglich der Altersfreigaben tätig werden.

Rechtlich ist das in der Tat kompliziert. Man muss erst einmal sagen, dass die FSK und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) anders arbeiten als die FSF und die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM). Für die Trägermedien gilt: Alles, was kein Kennzeichen hat, darf Kindern und Jugendlichen nicht zugänglich gemacht werden. Erst wenn sie gekennzeichnet sind, dürfen sie an Kinder und Jugendliche der entsprechenden Altersgruppe verbreitet werden. Das ist ein ganz anderer Ansatzpunkt, denn da bedeutet das Zugänglichmachen für Jugendliche einen begünstigenden Verwaltungsakt, denn sonst ist alles ab 18 Jahren frei. Im Internet ist das aber anders. Da darf der Anbieter zugänglich machen. Er begeht nur eine Ordnungswidrigkeit, wenn er nicht kategorisiert bzw. wenn er Zeitgrenzen missachtet. Deshalb ist das alles sehr schwierig. Hinzu kommt, dass es den Grundsatz gibt: Haben die Obersten Landesjugendbehörden bis 18 Jahre gekennzeichnet, bedeutet das gleichsam, dass die BPjM nicht mehr indizieren darf. Das ist der sogenannte Indizierungsschutz.

Wenn die OLJB der Meinung sind, es könnte indiziert werden, müssen sie es der Prüfstelle erst vorlegen, bevor sie kennzeichnen. Ansonsten müssen Sie das Kennzeichen verweigern.

Ja, das ist die sogenannte Zweifelsfallregelung. Das Gesetz schreibt vor, dass die OLJB dann nicht kennzeichnen dürfen, wenn sie die Voraussetzungen für die Listenaufnahme als gegeben ansehen. Wenn sie daran Zweifel haben, können sie das ausnahmsweise – weil die BPjM normalerweise im Vorhinein nicht tätig werden darf – vorlegen. Aber nur, wenn der Antragsteller damit einverstanden ist. Das ist allerdings etwas, was nicht gesetzlich

vorgeschrieben ist, sondern was die FSK in ihren Grundsätzen festgelegt hat. Allerdings: Von der FSK wurde gar kein Zweifelsfall weitergeleitet, von der USK gab es dagegen im Jahr etwa zwei Fälle. Die OLJB begründen das damit, dass im Zweifelsfall nicht gekennzeichnet wird oder die Firma schneidet. Ob Letzteres so ist, kann ich natürlich nicht beurteilen.

Jetzt wollen die Obersten Landesjugendbehörden nach dem neuen JMStV die Freigaben der FSF nur bis zu 12 Jahren übernehmen, weil sie bei 16er- oder 18er-Fällen Angst haben, dass die Bundesprüfstelle bei möglicher Indizierungsrelevanz umgangen wird.

Man muss hier mit der KJM reden, weil die KJM ja ein sogenannter privilegierter Antragsteller ist. Das heißt: Wenn die KJM eine Bewertung von FSF, FSK-online oder USK-online bestätigt, müsste sie ja gleichsam im Hinterkopf prüfen, ob das möglicherweise jugendgefährdend ist – und dann dürfen sie das nicht bestätigen, außer, wenn es ausschließlich um die Fernsehausstrahlung geht. Also müssten die Selbstkontrollen mit der KJM reden und überlegen, wie man das regeln kann. Ich kenne ja die FSF-Gutachten, die ohne Frage gut sind, es geht hier aber im Wesentlichen um die Entwicklungsbeeinträchtigung – das sieht der § 5 JMStV auch so vor – und es geht auch um die Feststellung, dass Fernsehsendungen nicht unzulässig sind. Jetzt müsste aber die FSF noch zusätzlich die mögliche Jugendgefährdung mit in den Fokus nehmen und gleichsam Ausführungen in ihren Gutachten dazu machen, denn das spielt bei der Übernahme für die Trägermedien eine große Rolle.

Das bedeutet, im Grunde könnte man sich hier schon auf ein Verfahren einigen. Im Wesentlichen geht es um die 18er-Fälle, die relevant sind.

Richtig, die 16er-Filme spielen da eine eher zu vernachlässigende Rolle. Die FSF hat eine große Erfahrung und es prüfen dort viele, die auch bei FSK oder BPjM tätig sind; deshalb sind die 16er-Fälle zu vernachlässigen. Bei den 18er-Fällen würde ich das schon anders sehen. Möglicherweise wäre es hilfreich, hier Prüfer aus der BPjM hinzuzuziehen.

Eine Frage zum Abschluss: Was glauben Sie, wie wird der Jugendschutz in zehn Jahren aussehen? Es gibt Überlegungen, dass die BPjM für die Entwicklung allgemeiner Richtlinien zuständig werden soll. Was halten Sie von dieser Idee?

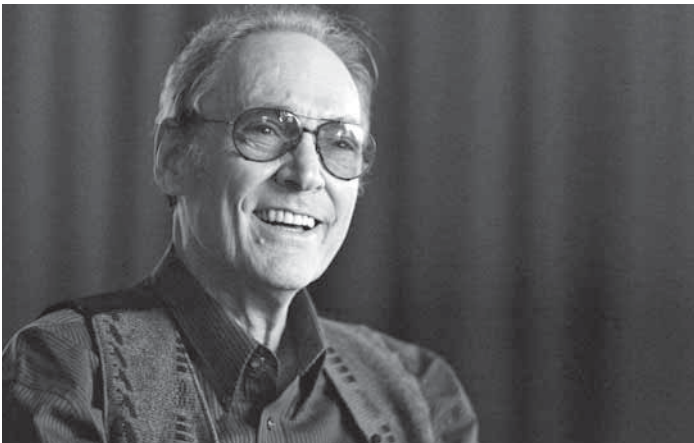
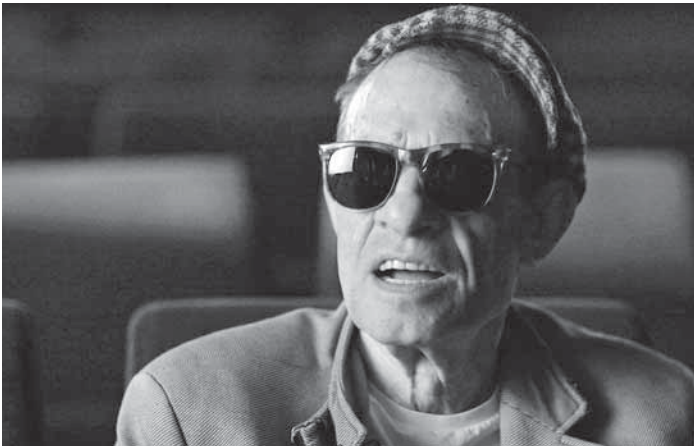
Dass die Bundesprüfstelle letztendlich zusätzliche Aufgaben übernehmen soll, kann ich nur begrüßen. Sie wird es als Kriteriengeber immer geben. Das halte ich auch für sehr wichtig. Ob die Einzelfälle in Zukunft so bleiben, das glaube ich eher nicht. Aber um Kriterien und Normen zu diskutieren und zu entwickeln, die an die Medien anzulegen sind, ist die Bundesprüfstelle sicherlich sehr wichtig. Natürlich wäre es sehr gut, wenn sie in dieser Richtung in Zukunft auch stärker die Öffentlichkeit wie die Anbieter informieren und aufklären würde.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Sonja Hartl

Zwei Dokumentarfilme und die Retrospektive beim diesjährigen Filmfestival in Locarno verändern die Sichtweise auf die Geschichte des deutschen Kinos, indem sie auf die dominierende Rolle des Oberhausener Manifests in der Bewertung und Wahrnehmung des deutschen Films seit den 1950er-Jahren aufmerksam machen und zudem an fast vergessene (Genre-) Filmperlen erinnern.

Neue Blickwinkel auf den deutschen Film



Verfluchte Liebe deutscher Film:
Klaus Lemke, Roger Fritz, Roland Klick und Wolfgang Bueld (v. l. n. r.)

Der deutsche Film wird neu entdeckt. Mit den Dokumentarfilmen *Verfluchte Liebe deutscher Film* und *Zeigen was man liebt* sowie der Retrospektive *Geliebt und verdrängt. Das Kino der jungen Bundesrepublik Deutschland* beim Filmfestival von Locarno gibt es in diesem Jahr drei Bestrebungen, den Blick auf die deutsche Filmgeschichte zu verändern. Oder wie es Dominik Graf, mit Johannes F. Sievert Regisseur von *Verfluchte Liebe deutscher Film* im Interview mit *tv diskurs* formuliert: „Es geht darum, den Verschütteten in unserer Filmgeschichte Gerechtigkeit widerfahren zu lassen, denen, die mit ihren Filmen vom bürokratischen Film-Establishment in jeder Generation zügig verdrängt wurden. Man muss da sehr vieles retten, sonst geht das Beste, was wir hatten und haben, in der nächsten Digitalisierungswelle unter.“

Oberhausen und die Folgen

In allen drei Projekten spielt das Oberhausener Manifest eine zentrale Rolle, das anlässlich der 8. Westdeutschen Kurzfilmtage am 28. Februar 1962 in Oberhausen in einer Pressekonferenz unter dem Titel *Papas Kino ist tot* von 26 Filmemachern abgegeben wurde. Darin wurde ein neuer deutscher Film angekündigt, der nicht unterhalten, sondern Denkanstöße geben, sich mit politischen, gesellschaftskritischen und zeitgeschichtlichen Themen auseinandersetzen sollte. In der Folge veränderten sich im Jungen Deutschen Film die Filme, die gedreht wurden, aber auch die Finanzierung und Rezeption: Im Jahr 1965 wurde das Kuratorium junger deutscher Film gegründet, das mit Geldern des Bundes Filme fördern sollte, sodass sich die Finanzierung vom Produzenten hin zum Förderungsmodell bewegte. Außerdem wurde „Unterhaltungskino“ zu einem abwertenden Begriff.

Das Oberhausener Manifest beeinflusst die retrospektive Betrachtung früherer Werke – und damit die deutsche Filmgeschichte. Die Filme vor 1962 wurden fortan schlicht unter Schlagworten wie „Papas Kino“, bestehend aus nicht beachtenswerten Heimatfilmen und komödiantischen Lustspielen, subsumiert. Diesem Bild wirkt die Retrospektive in Locarno entgegen, die auf eine Tournee gehen wird. Kurator Olaf Möller verweist in der Einleitung des Begleitbuches zur Retrospektive auf die Kontinuitäten im deutschen Kino nicht nur aus der NS-Zeit, sondern auch in die 1960er- und 1970er-Jahre hinein, die ebenso wie die vielfältigen Ansätze des Kinos der Nachkriegszeit übersehen werden. Zum einen gab es nicht nur Heimatfilme, sondern mit Peter Lorres *Der Verlorene* einen Film noir, der sich in der Tradition des epischen Theaters – welches ja auch im Neuen Deutschen Film eine Rolle spielt – jeglichem Pathos verweigert und Realismus sucht, um deutlich zu machen, dass über die Schuld nicht geschwiegen werden darf, und mit *Der Fall Rabanser* einen Großstadtkrimi, in dem der Kommissar früher ein Krimineller war, der durch die Nachkriegswir-

ren im Polizeidienst landete. Zum anderen finden sich auch in den Unterhaltungsgenres interessante Themen und Konflikte, sobald man über die Feststellung eines Konservatismus hinausgeht. Beispielsweise ist *Grün ist die Heide* einer der ersten Filme, der von einem Heimatvertriebenen erzählt.

Deshalb sollte bei der Betrachtung der Filmgeschichte der Einfluss des Oberhausener Manifests mit bedacht werden. „Es ist vollkommen legitim, verkrustete Strukturen anzuprangern, jede Generation hat das Recht auf ihren Auftritt, erst recht in einer solchen Geschichte wie unserer“, meint Graf. „Aber keine junge Generation hat das Recht auf Ignoranz und schlechten Filmgeschmack. Die Oberhausener haben ein Kino lautstark mit Verachtung weggepusht, das in faszinierender Weise Glanz und Schönheit verpflichtet war, das dabei trotz seiner Sehnsucht zum ‚Heiteren‘ (Kurt Hoffmann) auch sehr tief werden konnte. Käutners grandiose Andersch-Verfilmung *Die Rote* wurde von der nachfolgenden Autorenfilmer-Riege bei der Berlinale lautstark abserviert, ein historischer Fehler, der alles Gute, was Oberhausen wollte und bewirkte, bis heute mit einer Aura von Schande umgibt.“

Ohne Förderung, mit Lebenslust

Der Einfluss des Oberhausener Manifests auf die Rezeption von Film in Deutschland zeigt sich zudem bei den Werken, die parallel zu denen der Oberhausener entstanden sind, Filme von Filmemachern wie Klaus Lemke, Rudolf Thome, May Spils, Roland Klick und Roger Fritz. „In der Literatur gab es das Diktum von Brinkmann, dass man auf den Alltag blicken und das Alltägliche zum Thema seines Schreibens machen solle. Und das haben diese Filmemacher gemacht“, sagt Frank Göhre, mit Borwin Richter und Torsten Stegmann Regisseur von *Zeigen was man liebt*, im Interview.

Zeigen was man liebt stellt die Münchener Gruppe in den Mittelpunkt, die sich selbst nicht als Gruppierung verstanden hat. Unter diesem Begriff werden Regisseurinnen und Regisseure gefasst, die in den 1960er-Jahren in München mit wenig Geld und viel Experimentierfreude Filme gedreht haben. Sie wollten – wie die Oberhausener – das Kino verändern, aber mit anderen Mitteln. „Sie wollten nicht die Liebe überhöhen oder stark verinnerlichte Aussagen in wuchtige Geschichten packen, sondern das Leben widerspiegeln. Klar ist das bei den Münchenern dann oftmals reduziert auf schöne Frauen, schnelle Autos, große Reisen“, fasst Göhre zusammen. Spaß und einfache Geschichte verbinden Filme wie *Negresco* und *48 Stunden bis Acapulco* von Klaus Lemke, *Zur Sache, Schätzchen* und *Nicht fummeln, Liebling* von May Spils oder auch *Detektive, Rote Sonne* und *Supergirl* von Rudolf Thome, dem gerade der Dokumentarfilm *Rudolf Thome – Überall Blumen* eine filmische Ehre erweist.



© Internationale Münchner Filmwochen



© Internationale Münchner Filmwochen



© Internationale Münchner Filmwochen

Zeigen was man liebt

Auch bei der Finanzierung gingen die Filmemacherinnen und Filmemacher andere Wege. „Thome und Lemke haben sich auf traditionelle Produzenten verlassen“, sagt Göhre. „Klar, sie wollten auch, dass ‚Papas Kino‘ stirbt, aber anders als die Oberhausener haben sie gesagt: ‚Wir gehen mit den traditionellen Produzenten.‘“ Noch heute wird die Filmförderung, die von den Oberhausenern mit ausgebaut wurde, kritisch gesehen, Klaus Lemke fordert beispielsweise ihre Abschaffung. „Ich weiß nur, dass das Warten, um die notwendigen Gelder über die Förderungsmöglichkeit zusammenzukriegen, oft langwierig und entnervend ist, das geht oft über fünf oder sechs Jahre. Damit sind auch ständige Veränderungen am Drehbuch verbunden, um Geld zu sparen, und an der Herangehensweise in der Produktion. Und da denke ich, mit risikofreudigen Produzenten wäre manches einfacher. Aber es ist ja – hier in Hamburg zumindest – keine kulturelle, sondern eine Wirtschaftsförderung. Und es ist keine Filmförderung, sondern eine Film- und Fernsehförderung“, sagt Göhre.

Die Sache mit der Liebe zum deutschen Film

Die Filme der Münchener Gruppe sind auch Bestandteil von *Verfluchte Liebe deutscher Film*, in dem ausdrücklich auf Filme geblickt wird, die in der kanonisierten deutschen Filmgeschichte oftmals außen vor bleiben, weil sie nicht auf DVD gibt, sie nicht im Fernsehen laufen und somit drohen, in Vergessenheit zu geraten – und weil sie auf das Genre verweisen. Es sind Filme, in denen Körperlichkeit eine Rolle spielt, die sich von der Bühnensprache entfernen, die den Mut zur Schnelligkeit haben. Darunter Roland Klicks *Supermarkt* und *Deadlock*, Rolf Olsens *Blutiger Freitag* oder Roger Fritz' *Mädchen mit Gewalt*.

Dabei erinnern die Dokumentarfilme zu den Filmen der 1960er- und 1970er-Jahre daran, wie deutsches Kino auch sein kann. Deshalb ist mehr als ein Zufall, dass sie alle Liebe im Titel tragen. „*Zeigen was man liebt* ist ein sehr guter Titel“, findet Graf. „Er erinnert daran, dass es im Kino eigentlich vor allem um das Kino selbst geht, um Schönheit, Spannung, Bewegung. Die Genres, Thriller, auch Komödie und Melodram, haben ganz andere Chancen, den Film in seinen besten Eigenschaften zu feiern – wenn man sie lässt –, als es der gutbürgerliche deutsche Problemfilm kann. Im offiziellen deutschen Filmgewese nach Oberhausen geht es selten um Liebe und Leidenschaft zum Kino, es geht eher um das, was man ‚wichtig‘ findet, um humanitäre Themen, schwere Menschenschicksale, körperliche oder geistige Krankheiten, gesellschaftliche Missstände und lauter solchen Blödsinn. Das kann man nicht lieben.“ „Die Liebe ist da, weil alle Leute, auch die, die ihre Kritik daran haben, auch Liebe zum Filmemachen haben. Es gibt unterschiedliche Arten, Sachen zu lieben. Bei den einen ist es die Liebe zum

Schauspielern und Genres, bei anderen die Liebe zum Bewegten. Die Liebe zum Filmemachen in den unterschiedlichen Formen ist bei allen das Verbindende“, erklärt Göhre. „Und ich glaube, das Wort ‚Liebe‘ kommt auch deshalb in den Titeln vor, weil man eigentlich als Deutscher, der sich für Film und fürs Selber-Filmemachen interessiert, überrascht irgendwann feststellt, dass es eben doch einiges zu lieben gibt an unserer Filmgeschichte. Und dass das Liebenswerte begraben liegt unter dem Kanon-Müll des ewig Gleichen, von Weimarer Stummfilm bis internationalem Festival-Vorzeige-Quark“, ergänzt Graf. „Da die wahren Juwelen so gut versteckt sind und man sie lange suchen muss, liebt man sie, wenn man sie dann entdeckt, vielleicht umso mehr.“

Wohin geht das Genre?

Grafs Film konzentriert sich vornehmlich auf die 1970er-Jahre, aber ein zweiter Teil ist in Arbeit: „Es wird weitergehen mit den 80ern und ein paar sehr erfolgreichen Genreregisseuren, die vor allem aus dem Fernsehen hervorgingen“, sagt Graf, „und wir werden über einen weit gefassten Begriff von ‚Heimat‘ im deutschen Kino noch mal auf das Fantasy- oder Phantomfilm-Genre kommen und dies durch alle Zeiten hindurch erzählen.“

So wird mit diesem Film noch einmal der Blick auf den oftmals missachteten Genrefilm gelenkt, der trotz Ausnahmen wie kürzlich *Der Nachtmahr* kaum im deutschen Kino stattfindet. Der Kriminalfilm beispielsweise ist nahezu ganz ins Fernsehen abgewandert. „Es gab ja anfangs Filme wie *Schwarzer Freitag*, die gezeigt wurden, aber unter ‚Billig-Genre‘ eingeordnet wurden. Vielleicht liegt es daran, dass wir keine Tradition hatten wie in Frankreich“, meint Göhre. „Ich kenne auch die Argumente der Produzenten, die sagen: Das läuft im Kino nicht. Bei uns mit *Abwärts* hat es funktioniert, mit Grafs *Die Katze* auch noch. Aber nun sagen sich wohl die Produzenten, dass sie das Kinopublikum mit Kriminalfilmen nicht finden.“ Doch es gibt Gründe für die fehlende Kriminalfilm-Tradition in Deutschland. „Das Krimigenre wurde zügig nicht gemocht in der Zeit des Jungen Deutschen Films“, sagt Graf. „Thriller machen, das galt als biederes Handwerk, es war nicht seriös genug – wenn es nicht weithin sichtbar künstlerisch genial daherkam wie der unvermeidliche *M* von Lang als ewiges Vorzeigebeispiel der deutschen Filmgeschichte“, betont Graf. „Aber Genre an sich ist dem modernen Filmfunktionär zu wenig. Er will seine Galapremiere mit einem Galathema, präsentiert auf einem hochwertigen Kultur-Dachgarten in Berlin. Es geht gar nicht um Film, es geht um verkaufbare Inhalte, Themen und um Präsentations-Gedöns und Festivalteilnahmen drumherum“.

Deshalb bleibt es fraglich, ob es tatsächlich zu einer Neubelebung des Genrekinos kommen wird. „Ich würde gerne daran glauben, aber ich glaube nicht daran“, sagt

Göhre. „Ich denke, dass sich möglicherweise innovativere Geschichten im Genre eher im Fernsehen aufhalten, auch wenn das eine Hoffnung ist, die eventuell schwindet.“ Ähnlich sieht es auch Dominik Graf: „Eine Filmkultur, die ja zumindest in Teilen von sich behauptet, industriell zu agieren, kann eigentlich die Thriller- und Action- und Fantasygenres, die weltweit reüssieren, nicht auf Dauer negieren. Die deutsche Filmwirtschaft wird die Genres aber wohl weiterhin nicht unterstützen, weil sich dort eine Antihaltung etabliert hat. Eine Revitalisierung kann deshalb nur in extrem billigen Genres geschehen, mit Crowdfunding, und eben dort, wo gnadenlose Selbstausbeutung aller Kreativen herrscht.“ Deshalb kann man nur hoffen, dass mit Projekten wie den Dokumentarfilmen und der Retrospektive eine Veränderung in der Wahrnehmung der Filmgeschichte gelingt, die auch bessere Produktions- und Rezeptionsbedingungen in der Zukunft hervorbringt.

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



Die Synchronisation ausländischer Kinofilme oder TV-Serien ist vermutlich die einzige Kunstform, die für jeden Zuschauer offenkundig ist und die dennoch ein Dasein im Verborgenen fristet: weil sie meist nur dann wahrgenommen wird, wenn z. B. ein Hollywood-Star plötzlich eine „falsche“ Stimme hat.

Das Projekt „Faces Behind the Voices“ hat den Synchronschauspielern, deren Arbeitsbedingungen sich in den letzten 15 Jahren deutlich verändert haben, nun ein Denkmal gesetzt.

Jeder spricht für sich allein

Über die unterschätzte Kunstform der Synchronisation

Tilman P. Gangloff

Erster Schritt bei der Synchronisation etwa eines Kinofilms ist die Rohübersetzung. Hier wird noch nicht auf Lippensynchronität geachtet; es handelt sich um eine reine Übertragung des Originaldrehbuches, die allerdings auch mit Recherche verbunden sein kann, weil für Anspielungen oder Ähnliches deutsche Entsprechungen gesucht werden müssen. In einer guten Rohübersetzung gibt es dann eine Anmerkung, was gemeint ist und wie man in der deutschen Version verfahren könnte. Anschließend wird ein lippensynchrones deutsches Dialogbuch erstellt. Es folgt die Besetzung mit Stimmen, die dem Original gleichen oder dem Typ entsprechen; oberste Priorität haben naturgemäß die „Stammsprecher“. Bei Zeichentrickfilmen werden auch gern Comedystars als Sprecher engagiert, weil man mit deren Namen zusätzliche Werbung für einen Film machen kann.

Bevor die Sprecher im Tonstudio mit ihrer Arbeit beginnen, wird das Dialogbuch in kurze Abschnitte (Takes) unterteilt, um die Arbeit zu erleichtern. Diese sieben bis zehn Sekunden langen Textpassagen werden jeweils einzeln synchronisiert. Die Synchronschauspieler müssen nicht nur die Dialogzeilen auswendig können, sondern auch auf die Anweisungen von

Regisseur und Schnittmeister achten, damit der Text so lippensynchron wie möglich gesprochen wird: das spart später viel Zeit in der Bearbeitung. Professionelle Sprecher schaffen in drei Stunden ca. 90 Takes. Im Durchschnitt hat ein Aufnahmetag rund 250 Takes. Ein kompletter Film variiert je nach Genre zwischen 900 bis 3.000 Takes. Die Regie ist dafür verantwortlich, dass das Dialogbuch lebendig umgesetzt wird. Eine Synchronisation ist dann misslungen, wenn Handwerk und Besetzung zwar in Ordnung sind, die Nuancen aber nicht so herausgearbeitet wurden, dass aus der Arbeit ein lebendiges Gesamtkunstwerk wird. Dann hat man als Zuschauer das Gefühl: „Der Film war nicht schlecht, aber irgendwas hat nicht gestimmt.“

Während sich früher bei Gesprächssituationen tatsächlich zwei oder drei Sprecher um ein Mikrofon gruppiert haben, spricht heute jeder für sich allein. Steht in einer Dialogszene eine der Figuren einige Meter von der Kamera weg, muss dieser Abstand auch akustisch zum Ausdruck kommen. Wenn sich eine Figur von der Kamera entfernt, wird ein entsprechender Surround-Effekt hergestellt. Ohnehin müssen sich in den Stimmen sämtliche Bewegungen der Schauspieler widerspiegeln, wie es Katrin

Fröhlich im Rahmen des Projekts „Faces Behind the Voices“ erklärt: ganz gleich, ob jemand kopfüber von der Decke baumele, „in High Heels mit zwei schweren Koffern durch den Schnee stapft oder von Vampiren verfolgt durch den Wald rast.“ In dem Film *Die Wutprobe* stopft Hauptdarstellerin Heather Graham Unmengen von Donuts in sich hinein, während sie Adam Sandler beschimpft. Fröhlich unterzog sich dem gleichen zweifelhaften Vergnügen.

Im nächsten Schritt werden die Sprachaufnahmen mit dem Rest der Tonspur kombiniert. Was im Studio nicht perfekt gepasst hat, weil ein guter Ausdruck wichtiger ist als absolute Lippensynchronität, wird nun synchron geschnitten. Am Ende erstellt der Mischtonmeister eine Fassung, die dem Original mindestens ebenbürtig sein soll. Da die Erwartungen an die Synchronisation in Deutschland besonders hoch sind, werden auch die Geräusche überprüft und beispielsweise eine Szene im Park mit Vogelgezitscher oder Blätterrauschen aufgefüllt. Unterm Strich besteht die Kunst darin, dass der ganze Aufwand nicht wahrgenommen wird.

Synchronschauspieler Benjamin Völz (56) ist dank seiner Vertonung von Hollywood-Stars wie Keanu Reeves (*Speed*, *Matrix*), David Duchovny (*Akte X*, *Californication*), James Spader (*Boston Legal*, *The Blacklist*), Charlie Sheen (*Wall Street*, *Two and a Half Men*) und Matthew McConaughey (*True Detective*, *Interstellar*) seit rund 30 Jahren eine der bekanntesten Stimmen Deutschlands; er hat Hunderte von

Filmen und Serienfolgen synchronisiert. Völz ist zudem regelmäßig Sprecher in Dokumentationen des ZDF (*Terra X*) oder von *Spiegel TV*. Sein Vater ist der Schauspieler Wolfgang Völz, dessen Stimme in Deutschland jedes Kind kennt: Er spricht Käpt'n Blaubär. *tv diskurs* sprach mit Benjamin Völz über ein Handwerk, das eigentlich ein Mundwerk ist.

© Nicola Ruesenberger

Benjamin Völz bei der Synchronisation von *Two and a Half Men*

Die Stimme der anderen

„Die Romantik ist verschwunden“

Synchronsprecher ziehen es offenbar vor, im Hintergrund zu bleiben. Aber warum ergreift man einen öffentlichen Beruf, wenn man gar nicht in Erscheinung treten will?

Ich denke, viele Kollegen haben ähnlich wie ich als Schauspieler gearbeitet und irgendwann festgestellt, dass sie im Synchrongewerbe ein interessantes Betätigungsfeld gefunden haben. Mir gefällt es z. B. sehr, die Entwicklung der Schauspieler, die ich schon lange spreche, mitvollziehen zu können, auch wenn ich natürlich keinerlei Einfluss auf ihre Arbeit habe; wenn ein Hollywood-Star nur noch in mäßigen Filmen mitwirkt, muss ich die eben auch synchronisieren.

Bei welchen Schauspielern gab es die größten Veränderungen?

Ich bin seit den 80ern die deutsche Stimme von James Spader, der damals mit Sex, Lügen und Video einen seiner besten Filme gedreht hat. Vor gut zehn Jahren hat er dann die Hauptrolle in der Anwaltsserie Boston Legal gespielt. Als ich ihn nach einer Pause in der Serie The Blacklist gesprochen habe, war ich sehr überrascht: ein völlig anderer Typ, der sich komplett gewandelt hat. Das macht meine Arbeit natürlich viel interessanter, als wenn jemand immer die gleichen Rollen spielt. So ging es mir lange Zeit mit Matthew McConaughey. Der hat bis vor einigen Jahren eine romantische Komödie nach der anderen gedreht, immer nach dem gleichen Muster, sich mittlerweile aber zu einem großartigen Schauspieler gemausert; die Serie True Detective war mit das Anspruchsvollste, was ich je gesprochen habe.

Welches Talent ist am ehesten nötig, um Ihrem Hand- oder auch Mundwerk nachzugehen?

Eine Schauspielausbildung und eine gute Sprechstimme sind die wichtigsten Voraussetzungen. Man sollte aber auch eine rasche Auffassungsgabe haben und einen gewissen Enthusiasmus für Filme mitbringen.

Wie läuft eine Synchronisation im Alltag ab? Als Laie stellt man sich das wie eine Theaterprobe vor: Das gesamte Ensemble trifft sich, und dann geht man gemeinsam den Text durch.

Das wäre schön, kommt aber so gut wie nie vor. In der Realität steht man allein im Studio, schaut sich die Szene im Original an und spricht dann den Text, den man unmittelbar zuvor gelesen hat. Bei Zwei-Personen-Stücken ist es natürlich ideal, wenn der Partner auch anwesend ist und man einen Film oder mehrere Serienfolgen zu zweit synchronisieren kann, wie ich das z. B. bei der Serie Two and a Half Men erlebt habe, aber so etwas ist die Ausnahme. Die deutschen Sprecher sind jedoch so routiniert und professionell, dass man das dem Produkt nie anhört.

Warum trifft man sich nicht im Studio?

Weil die Abläufe so weit wie möglich rationalisiert worden sind. Mittlerweile ist auch der Termindruck sehr groß geworden. Früher ist mitunter ein Jahr vergangen, bevor eine amerikanische Serie bei uns ins Fernsehen kam, heute starten Kinofilme und TV-Produktionen annähernd zeitgleich mit den US-Ausstrahlungen auch in Deutschland.

Was hat sich sonst noch verändert?

Die Romantik ist verschwunden. Ich erinnere mich noch gut an die Arbeit an Ran, ein Spätwerk des japanischen Regisseurs Akira Kurosawa Mitte der 80er: Da war das gesamte Ensemble im Synchronstudio, das war tatsächlich wie bei einer Theaterprobe, es war genug Zeit, um auch mal was zu überdenken und auszuprobieren. Das ist lange vorbei.

Dann ist die Synchronqualität heute schlechter?

Das würde ich nicht sagen. Dem künstlerischen Aspekt wird oft nur noch bei aufwendigen Produktionen Bedeutung beigemessen, aber dafür sind die technischen Möglichkeiten dank der Digitalisierung heute generell ganz andere, das gleicht sich wieder aus; man kann viel punktgenauer arbeiten. Heute erwarten die Kunden, also die Filmverleiher, vor allem technische Perfektion. Als ich damals angefangen habe, wurde noch mit der Schere an Magnettonbändern rumgeschnippelt.

Benjamin Völz bei der Synchronisation von *Two and a Half Men*

Ein großes Thema für die Verleiher ist auch die Verhinderung von Raubkopien. Wie erleben Sie das?

In der Hinsicht hat sich ebenfalls eine Menge geändert. Das lässt sich am besten anhand der Matrix-Trilogie erläutern. Bei der Synchronisation des ersten Teils, das war 1999, habe ich vorher eine DVD bekommen, um mir den Film anschauen zu können. Das wäre heute undenkbar. Bei den Teilen zwei und drei erfolgte die Synchronisation nach dem Adventskalender-Prinzip: Der Bildschirm war komplett schwarz, bloß bei den Dialogen öffnete sich irgendwo ein kleines Fenster, sodass die Lippen von Keanu Reeves zu sehen waren. Das führte teilweise zu absurden Momenten. Wenn man einen Schauspieler nur stöhnen hört, kann das ja alle möglichen Ursachen haben, etwa einen Schlag in den Magen; oder Sex. Die meisten Produktionen sind heutzutage durch ein „Wasserzeichen“ geprägt, quer über dem Bild steht der Name des jeweiligen Hollywood-Studios, also etwa Disney, Warner oder Fox.

Vor einigen Jahren haben die Synchronsprecher in einer öffentlichen Aktion auf ihre schlechte Bezahlung hingewiesen. Hat sich die Lage mittlerweile gebessert?

Die etablierten Sprecher, die regelmäßig bekannte Hollywood-Stars synchronisieren, haben ihren Marktwert erkannt und lassen sich entsprechend bezahlen. Das ist aber immer noch deutlich weniger, als irgendwelche TV-Stars bekommen, die mit Synchronisation ansonsten überhaupt nichts zu tun haben. Damit meine ich aber ausdrücklich nicht Hape Kerkeling oder Otto Waalkes, die ihre Sache bei Kung Fu Panda oder Ice Age großartig machen. Die ganze Branche ist unterbezahlt, und das gilt nicht nur für die Sprecher, sondern auch für die Synchronstudios und ihre Mitarbeiter. Deutsche Synchronisationen bewegen sich in der Regel auf sehr hohem Qualitätsniveau. Der Marktwert ist gewaltig, aber das Selbstbewusstsein ist leider nicht annähernd so hoch.

Das Interview führte Tilmann P. Gangloff.

Tilman P. Gangloff

Die Gesichter hinter den Stimmen

Im Rahmen seines Projekts „Faces Behind the Voices“ (Die Gesichter hinter den Stimmen) hat Marco Justus Schöler 30 bekannte Synchronsprecher fotografiert. Für die Ausstellung dieser Bilder, die noch bis zum nächsten Jahr in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf ausgewählten Bahnhöfen zu sehen sein werden, haben die Frauen und Männer kurze Sprechproben abgegeben, die oft aus Filmzitatzen bestehen. Besonders verblüffend ist z. B. die akustische Begegnung mit Dietmar Wunder, der sowohl James-Bond-Darsteller Daniel Craig wie auch den Komiker Adam Sandler spricht und mittendrin von einem zum anderen umschaltet. Witzig ist auch die Vorstellung, dass bei einem Familientreffen im Hause Schmidt-Foß Leonardo DiCaprio (Gerrit), der Esel aus *Shrek* (sein Bruder Dennis), Keira Knightley (dessen Frau Dascha) sowie Bruce Willis (Manfred Lehmann, Vater von Dascha) am selben Tisch sitzen. Für ein Aha-

Erlebnis sorgt Claudia Urbschat-Mingues, die ihre seit einer Stimmband-Insuffizienz leicht heisere Stimme nicht nur Angelina Jolie leiht, sondern Tag für Tag Millionen ARD-Zuschauer mit dem Satz „Hier ist das Erste Deutsche Fernsehen mit der *Tagesschau*“ begrüßt. Viele Sprecher erklären, warum sie diesen Beruf ergriffen haben: weil sie es vorziehen, in der Anonymität zu arbeiten. Deshalb war es auch gar nicht so leicht für Schöler, die Synchronschauspieler zur Mitarbeit zu bewegen: Das Publikum, sagt David Nathan (Johnny Depp), soll kein anderes Gesicht mit einer Stimme assoziieren als das des Schauspielers, den man gerade auf der Leinwand sieht. Die meisten hätten allerdings nichts dagegen, wenn sie zumindest im Abspann genannt würden.

Trotz ihrer z. T. markanten Stimmen werden die Sprecher nur selten in der Öffentlichkeit erkannt; das Auge ist im Alltag stärker als das Ohr. Oft klingen sie privat allerdings auch ganz

anders. Benjamin Völz z. B. muss gewissermaßen in den Keanu-Reeves-Modus umschalten, und auch Tobias Meister ist nicht anzuhören, dass er die Stimme von Brad Pitt ist. Männer wie Lehmann, der auch Gérard Depardieu spricht, oder Ronald Nitschke (Tommy Lee Jones) sind akustisch allerdings derart markant, dass man sofort die Gesichter der Stars vor Augen hat. Mit Ausnahme von Joachim Tennstedt, der eine gewisse Ähnlichkeit mit Jeff Bridges hat, scheinen physiognomische Parallelen kein Kriterium bei der Auswahl der Sprecher zu sein. Das gilt natürlich auch im Umkehrschluss, was Santiago Ziesmer vermutlich begrüßen wird; er spricht u. a. SpongeBob. Schöler hat ein Buch zur Ausstellung herausgegeben, das ausschließlich aus den großformatigen Fotografien besteht. Dem Band liegt der Code für eine App bei, mit der man das multimediale Projekt auch daheim erleben kann.

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



Weitere Informationen zum Projekt abrufbar unter:
<http://www.facesbehindthevoices.de>

Literatur:
M. J. Schöler: *Faces Behind the Voices*. Lüdenscheid 2016. Ca. 80 Seiten, 35,00 Euro

Stars und ihre Stimmen:

Nicolas Cage, Vin Diesel – Martin Keßler

Daniel Craig, Adam Sandler – Dietmar Wunder

Johnny Depp, Christian Bale – David Nathan

Robert De Niro, Harvey Keitel – Christian Brückner

Tom Hanks, Bill Murray – Arne Elsholtz (verstorben)

Tommy Lee Jones – Ronald Nitschke

Leonardo DiCaprio – Gerrit Schmidt-Foß

Jeff Bridges – Joachim Tennstedt

Angelina Jolie – Claudia Urbschat-Mingues

Brad Pitt, Kiefer Sutherland – Tobias Meister

Will Smith – Jan Odle

Cameron Diaz, Gwyneth Paltrow – Katrin Fröhlich

Bruce Willis, Gérard Depardieu – Manfred Lehmann

SpongeBob Schwammkopf – Santiago Ziesmer

Julia Roberts – Daniela Hoffmann

Woody Allen – Wolfgang Draeger

Robert Redford – Rolf Schult (verstorben)

Jack Nicholson – Joachim Kerzel

Werbeclips für Erotikversandhäuser, die im Tagesprogramm privater Fernsehsender ausgestrahlt wurden, waren für viele besorgte Eltern Grund, sich bei den Sendern zu beschweren. Die Sendergruppe ProSiebenSat.1 hat darauf reagiert und die Richtlinie *Kinderaffine Umfeldler* ins Leben gerufen. Benedikt Hommann ist Juniorredakteur in der Abteilung „Jugendschutz“ der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH. *tv diskurs* sprach mit ihm über die neue Richtlinie.

„Jugendschutz ist kein Elternschutz!“



Zahlreiche Zuschauer haben sich in den vergangenen Monaten nicht nur bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), sondern auch bei den Sendern über die Ausstrahlung von vermeintlich anzüglichen Werbespots, beispielsweise für Erotikversandhäuser wie *amorelie.de* beschwert. Wie gehen Sie mit diesen Beschwerden um?

Die Jugendschutzbeauftragten der einzelnen Sender sind rechtlich dazu verpflichtet, auf Zuschauerbeschwerden zu reagieren und möglicher Kritik an unserem Programm nachzugehen. Das gehört zur täglichen Arbeit. Dennoch waren wir sehr über das hohe Beschwerdeaufkommen überrascht, das uns zur „Dildo-Werbung“ erreicht hat – um im Ton der Beschwerdeführer zu bleiben.

Was sind das genau für Vorwürfe?

Hauptsächlich beschweren sich Eltern, die zusammen mit ihren Kindern in der Werbepause eines Spielfilms oder einer Show einen Werbeclip zu einem Erotikversandhaus wie *amorelie.de* gesehen haben. Wirklich problematische Inhalte sind da aus jugendschützerischer Sicht nicht zu erkennen. So sieht der Zuschauer eine junge, selbstbewusste Frau, die fröhlich durch ihr Schlafzimmer tänzelt und glücklich in ihr Bett fällt. Am Ende des Spots erscheinen dann Gegenstände, die erst auf den zweiten Blick als luststeigernde Geräte zu identifizieren sind. Werbung, die sich ausschließlich an Erwachsene richtet.

Trotzdem haben Eltern ein Problem damit?

Was wir von den Eltern am häufigsten hören, ist: „Warum und wie soll ich meinem Kind erklären, was ein Dildo ist?“ „Wieso werden wir mit so etwas überhaupt im Tages- oder Hauptabendprogramm konfrontiert?“ Das sind nachvollziehbare Fragen, aber sie sind natürlich aus Sicht der Eltern gestellt, nicht der Kinder. Ein Kind, das so etwas sieht, hat heutzutage zwar die Möglichkeit, via Smartphone oder Tablet gezielt nach derartigen Inhalten zu suchen. Ob es davon angesprochen oder gar sozialetisch desorientiert wird, ist allerdings eine ganz andere Sache. Der Sexualpädagoge Dr. Frank Herrath hat in der vorherigen Ausgabe der *tv diskurs* den Sachverhalt gut umrissen: Das Betrachten eines kurzen Clips führt nicht automatisch zu einer Gefährdung der psychosexuellen Entwicklung bei Kindern. Eine negative Wirkungsvermutung findet vor allem im Kopf der Erwachsenen statt.

Kann ich als Zuschauer, der sich beschwert, überhaupt etwas erreichen?

Wir nehmen Beschwerden zu unseren Programmen immer ernst. Gerade auch in diesem Fall. Die Kollegen der Abteilung „Jugendschutz“ haben sich bereits vor Ausstrahlung darauf geeinigt, derartige Werbespots der FSF vorzulegen. Letztlich haben wir für alle Spots eine Freigabe für das Tagesprogramm erhalten und sind damit rechtlich abgesichert.

In der Kommunikation mit den Zuschauern verweisen wir auf diese Entscheidungen. Nur: Die Diskussion wird nicht selten emotional geführt. Vor allem die Eltern berufen sich auf ihre eigene Sicht der Dinge. Sie wollen solche Clips weder für sich noch für ihren Nachwuchs. Aus diesem Grund haben wir uns als Sendergruppe dazu entschieden, die Richtlinie Kinderaffine Umfelders ins Leben zu rufen.

Was versteckt sich hinter dieser Richtlinie?

Das Ziel ist es, bestimmte Programme, die gezielt jüngere Zuschauer ansprechen, als „kinderaffin“ zu kennzeichnen. In diesen Sendungen sollen Werbespots wie der von amorelie.de u. Ä. nicht mehr erscheinen. Damit wollen wir den Eltern entgegenkommen und so das Beschwerdeaufkommen reduzieren.

Aber müssten Sie dann nicht eher von „elternaffinen Umfeldern“ sprechen, schließlich kommt doch die Kritik von den Erwachsenen?

Das ist richtig, aber Jugendschutz ist kein Erwachsenen- oder Elternschutz! Es ist nicht unsere Aufgabe, Erziehungsfragen zu übernehmen. Das liegt in der Verantwortung der Eltern. Andererseits wird beispielsweise ein Sender wie SAT.1 als Familiensender wahrgenommen. Wenn Familien das Programm einschalten, wollen sie eine entsprechende Unterhaltung. Das steht ihnen auch zu.

Woher wissen Sie, was Kinder besonders anspricht?

Die Gruppe der 3- bis 12-Jährigen ist sehr unterschiedlich, was das individuelle Mediennutzungsverhalten angeht. Zusammenfassend kann man sagen, dass all diejenigen Programme, in denen Kinder als handelnde Protagonisten, ebenso Tiere oder Animationscharaktere im Mittelpunkt stehen, von jüngeren Zuschauern gezielt angesteuert werden. Das gilt auch für Sendungen, die das kindliche Lebensumfeld mit Schule, Familie und Freunden besonders abbilden.

In der Praxis ist die Einschätzung, ob ein Programm kinderaffin ist, natürlich nicht immer ganz einfach. Nehmen Sie z. B. Die Simpsons. Die Serie richtet sich zuallererst an Erwachsene, nur sie verstehen die vielen

Anspielungen und Seitenhiebe auf Gesellschaft, Zeitgeschehen und Medien. Trotzdem wissen wir aus Untersuchungen des Bereichs „Audience Research“, dass auch unter 12-Jährige die Serie gern schauen. Sie erfreuen sich am Slapstickhumor, an den Streichen von Bart Simpson oder den skurrilen Nebenfiguren. Bei Jungen ist Bart nicht ohne Grund eine der beliebtesten Medienfiguren.

Was wäre dann beispielsweise eine Sendung, die nicht kinderaffin ist?

Jüngere Kinder interessieren sich z. B. für Liebesgeschichten nicht wirklich. Das ist ein Thema, das erst mit dem Jugendalter deutlich an Relevanz gewinnt – bei Mädchen früher als bei Jungen. Es ist also davon auszugehen, dass Romanzen in der Primetime von jüngeren Zuschauern kaum bewusst angesteuert werden.

Ein weiteres interessantes Beispiel sind die sogenannten Young-Adult-Filme wie die Tribute von Panem-Reihe. Hier agieren Jugendliche oder junge Erwachsene in entsprechend erwachseneren Sujets. Das Liebesthema ist prominent vertreten. Man kann natürlich nicht ganz ausschließen, dass jüngere Zuschauer mal in so ein Programm hineinzappen. Auf die Mehrheit trifft das aber sicherlich nicht zu. Ein spannender Grenzfall sind die Harry Potter-Filme, in denen die Protagonisten, gemeinsam mit dem Publikum, über die Jahre hinweg erwachsener geworden sind und auch die Liebe gesucht und gefunden haben. Da das Thema „Freundschaft“ in Verbindung mit Magie und Fantasy sehr vorherrschend ist, kann man durchaus über ein kinderaffines Umfeld diskutieren.

Wie werden die Überlegungen in die Praxis umgesetzt?

Die Bewertung, ob eine Sendung kinderaffin ist oder nicht, nehmen die Jugendschutzbeauftragten der Sender vor. Kinderaffine Umfelders können Inhalte betreffen, die zwischen 06:00 und 22:00 Uhr einstarten, also in der Zeit, in der Kinder üblicherweise fernsehen. Zum einen werden diese Programme, z. B. Superkids in SAT.1 oder die Anime-Schiene auf ProSieben MAXX, bei uns in der Datenbank entsprechend gekennzeichnet. Zum anderen prüfen die Kollegen unseres Vermarkters Seven One Media bei der Planung von Werbespots, ob ein Clip eher zu einem erhöhten Beschwerdeaufkommen führen könnte. Im genannten Sinne problematische Werbung wird dann nicht mehr in den kinderaffinen Umfelders eingebucht.

Das Interview führte Barbara Weinert.

Literatur

- Dominik Rudolph: **84**
YouTube und Fernsehen: Konkurrenz oder Ergänzung? Eine mehrstufige, vergleichende Analyse aus Nutzersicht unter besonderer Berücksichtigung der Digital Natives
 Lothar Mikos
- Tanja Deuerling: **86**
Innovationsmanagement für neues Fernsehen. Entwicklung von Bewegtbildformaten in Abhängigkeit vom Innovationsgrad
 Susanne Eichner
- Kurzbesprechungen 1** **87**
 Tilmann P. Gangloff, Uwe Breitenborn
- Ingrid Brodnig: **88**
Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können
 Vera Linß
- Harald Gapski (Hrsg.): **89**
Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt
 Susanne Bergmann
- Jens Seiffert-Brockmann: **90**
Vertrauen in der Mediengesellschaft. Eine theoretische und empirische Analyse
 Lothar Mikos
- Klaus Beck/Till Büser/Christiane Schubert: **91**
Mediengenerationen. Biografische und kollektiv-biografische Muster des Medienhandelns
 Daniel Hajok
- Hanno Berger/Frédéric Döhl/Thomas Morsch (Hrsg.): **92**
Prekäre Genres. Zur Ästhetik peripherer, apokrypher und liminaler Gattungen
 Lothar Mikos
- Kurzbesprechungen 2** **93**
 Susanne Bergmann, Clemens Schwender, Tilmann P. Gangloff
- Bernd Zywiets: **94**
Terrorismus im Spielfilm. Eine filmwissenschaftliche Untersuchung über Konflikte, Genres und Figuren
 Marcus Stiglegger
- YouTube und Fernsehen**
- Die Diskussionen um das Ende des Fernsehens, wie wir es kennen, verstummen langsam, da sich zeigt, dass das klassische lineare Fernsehen weiterhin viel genutzt wird. Einzig YouTube wird noch als Konkurrenz für das Fernsehen gesehen, vor allem, weil es das Medium der Jüngeren, der Digital Natives zu sein scheint. Diese Lage ist der Ausgangspunkt für die Studie von Dominik Rudolph, die 2014 an der Universität Münster als Dissertation eingereicht wurde. Der Autor gibt sich dabei nicht mit einfachen Antworten zufrieden, sondern entwickelt ein komplexes Modell zur Analyse des Verhältnisses von neuen zu alten Medien, das er dann anschließend empirisch umsetzt. Aber von vorn. Ausgangspunkt der Überlegungen von Rudolph sind zunächst die technischen Entwicklungen, die das Fernsehen und die Entstehung von Videoportalen beeinflusst haben. Die Entwicklung des Fernsehens ist von drei Phasen gekennzeichnet, von der klassischen Ära (1950 bis 1980), der Multi-Kanal-Ära (1980 bis 2006) und der Konvergenz-Ära (ab 2006). In dieser Phaseneinteilung kommen aktuelle Tendenzen der Dekonvergenz allerdings nicht vor. Kennzeichnend für Videoportale ist, dass sie verschiedene Formen von Inhalten vereinen. Der Autor unterscheidet zwischen professionellem Content, der von professionellen Medienakteuren bereitgestellt wird. Ferner gibt es „user collected content“. Dabei handelt es sich um „massenmediales Material, [das] nicht vom Urheber veröffentlicht, sondern von Nutzern unbearbeitet bereitgestellt“ wird (S. 72). Die dritte Form sind Remixe oder Mash-Ups und die vierte schließlich ist „user generated content“. Zu letzter Kategorie zählen Videoblogs, von Nutzern erstellte Musikvideos und Tutorials. Aufgrund der technischen Möglichkeit der Interaktion stellt der Autor im Hinblick auf Videoportale fest, dass sie sich „durch einen sehr einfachen und fließenden Wechsel von der Rezipienten- zur Kommunikatorrolle“ auszeichnen (S. 75). Allerdings überwiegen die rein konsumierenden Nutzungsweisen, denn nur wenige Nutzer laden selbst Inhalte hoch. All diese Elemente der Angebote und Nutzung werden im Analysemodell des Autors berücksichtigt. Natürlich ist das Modell auch theoretisch zu fundieren. Daher setzt sich Rudolph mit verschiedenen kommunikationswissenschaftlichen und ökonomischen Modellen auseinander, die sich mit dem Verhältnis von neuen und alten Medien befassen. Ausgehend von einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Rieplschen Gesetz, werden weitere Theorien wie das Rationalitätsprinzip, die Diffusionstheorie, der Uses-and-Gratifications-Ansatz, das Konzept transmedialer Nutzungsstile, die Theorie der Nische und das Lebenszyklusmodell von Medien behandelt und daraufhin überprüft, ob sie sich auf die Untersuchung für das Verhältnis von Fernsehen und YouTube anwenden lassen. Das Rieplische Gesetz besagt, dass neue Medien alte Medien niemals ganz verdrängen. In seiner Allgemeinheit ist das jedoch umstritten. Inzwischen geht man eher davon aus, dass neue Medien die alten ersetzen können, sie ergänzen oder aber neue und alte Medien auch zusammenwachsen können (Konvergenz). Schließlich gibt es auch die Möglichkeit, dass sich neue Medien nicht durchsetzen – der

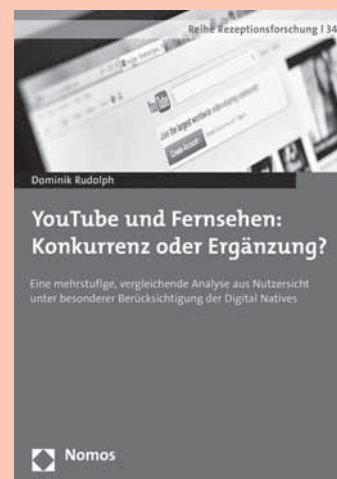
Bildschirmtext kann hier als Beispiel gelten. Aus der Diskussion der verschiedenen Ansätze schließt Rudolph zusammenfassend: „Das neue Medienangebot kann sich nur dann dauerhaft im Markt gegen etablierte Medien durchsetzen, wenn es aus Sicht des Nutzers folgende Eigenschaften aufweist:

- eine positive Kosten-Nutzen-Bilanz,
- die Fähigkeit, spezifische Bedürfnisse des Nutzers signifikant zu befriedigen,
- relative Vorteile zu etablierten (Medien-) Nutzungsoptionen durch niedrigere Kosten und/oder höhere erhaltene Gratifikationen in einer oder mehreren Gratifikationsdimensionen oder
- neue Gratifikationen, die bislang noch keines der etablierten Medien anbietet“ (S. 151).

Außerdem müssen viele Nutzer positive Erfahrungen mit dem neuen Medium sammeln. Nur dann setzt sich ein neues Medium durch. Anschließend wendet der Autor diese Erkenntnisse auf die Beziehung von Fernsehen und Videoportalen an und kommt zu dem Schluss: „Daher können auf Videoportalen neuartige Genres und Angebotsformen entstehen [...], die im Fernsehen nicht angeboten werden, da sie zu weit vom Median der Zuschauerpräferenzen abweichen“ (S. 197). Im nächsten Schritt führt der Autor eine Befragung von Nutzern durch, um zu sehen, ob sich Unterschiede zwischen Fernsehen und YouTube auch in der Nutzung widerspiegeln. In einer Onlinebefragung mit 2.036 Personen, von denen 60,9 % weiblich waren, fragte Rudolph nutzerspezifische Kate-

gorien, die medienspezifische Nutzung, Gratifikationen, Gratifikationsmöglichkeiten, Nutzungskosten, die Affinität zu den jeweiligen Medienangeboten sowie den tatsächlichen Mediennutzungsstil ab (vgl. S. 203). Es zeigt sich, dass das Fernsehen noch erheblich häufiger genutzt wird als YouTube, „der Abstand ist aber weit geringer als erwartet“ (S. 231). Auch die Bindung an das Fernsehen ist höher, allerdings nicht bei den Digital Natives: „Wie vermutet, ist die TV-Bindung dieser Gruppe niedriger und die YouTube-Bindung höher als bei den Gesamtbefragten“ (S. 239). Insgesamt stellt der Autor „eine hohe Ähnlichkeit der Themenkompetenzprofile von Fernsehen und YouTube“ fest, „sodass in den meisten inhaltlichen Dimensionen ein Konkurrenzpotenzial zwischen beiden Medienangeboten besteht“ (S. 245). Einen deutlichen Unterschied gibt es allerdings bei der Auswahl der Inhalte bzw. der Medien. Während sich die Nutzer vorher über das Fernsehprogramm informieren, tun 61,4 % der YouTube-Nutzer das nicht. Sie lassen sich gewissermaßen auf YouTube treiben (vgl. S. 253). Während neben dem Fernsehen noch andere Tätigkeiten ausgeübt werden, ist die Aufmerksamkeit der Nutzer bei YouTube deutlich höher als beim Fernsehen (vgl. S. 255). „Während für die Fernsehnutzung feste Zeitfenster im Tagesverlauf reserviert werden, wird YouTube eher zu zufälligen Uhrzeiten genutzt“ (S. 255). Es gibt also deutliche Unterschiede im Nutzungsstil der beiden Medien. Allerdings befriedigt das Fernsehen mehr Bedürfnisse der Nutzer: „Es kann konstatiert werden, dass das Fernsehen mit Ausnahme des Themas ‚Musik‘ bei der Befriedigung des Themeninteresses in allen Be-

reichen überlegen ist“ (S. 270). Die Nutzer schätzen an YouTube die Zeitunabhängigkeit sowie die Möglichkeit der mobilen Nutzung. Außerdem schätzen sie die Möglichkeit, selbst Inhalte hochzuladen, auch wenn das die wenigsten tun. Zusammenfassend stellt der Autor fest, dass sich das Verhältnis von Fernsehen und YouTube „daher am ehesten als *Nutzungsstilkomplementarität* beschreiben“ lässt. „Eine Verdrängungskonkurrenz ist unwahrscheinlich“ (S. 297, H. i. O.). YouTube wird also das Fernsehen nicht ersetzen, sondern ergänzen – und es wird in anderer Weise genutzt. Mit der Studie von Rudolph liegt erstmals eine empirische Betrachtung des Verhältnisses von Fernsehen und YouTube vor. Zwar hat der Autor ein komplexes Modell zur Analyse entwickelt, einige Aspekte bleiben jedoch unbeachtet, z. B. die Tatsache, dass YouTube mit seiner Kanalstruktur das Fernsehen kopiert, oder die Rolle der sogenannten Multi-Channel-Netzwerke, die YouTube-Stars betreuen und vermarkten, sich aber immer mehr zu Agenturen für Branded Entertainment entwickeln. Die Tiefenstruktur der Angebote von Fernsehen und YouTube bleibt daher außen vor. Ein bedeutender Vorteil der Studie ist jedoch der hohe Stellenwert, den Rudolph den Nutzern und deren Nutzungsstilen beimisst. Denn letztlich entscheiden die Nutzer, wie, wann und wo sie welches der beiden Medien nutzen. Immerhin braucht das Fernsehen erst einmal keine Angst vor YouTube zu haben, denn auch bei den Digital Natives liegt es in der Nutzung vorn, auch wenn für diese Gruppe YouTube ein wichtiges Medium ist.



Dominik Rudolph:

YouTube und Fernsehen: Konkurrenz oder Ergänzung? Eine mehrstufige, vergleichende Analyse aus Nutzersicht unter besonderer Berücksichtigung der Digital Natives. Baden-Baden 2014: Nomos. 381 Seiten, 69,00 Euro



Tanja Deuerling:
Innovationsmanagement für neues Fernsehen. Entwicklung von Bewegtbildformaten in Abhängigkeit vom Innovationsgrad.
 Wiesbaden 2016: Springer VS.
 247 Seiten, 39,99 Euro

Immer wieder neu

Fernsehen lebt von Neuem. Mehr noch: Nur durch Innovation ist das Überleben von (Fernseh-) Unternehmen dauerhaft gesichert. Wie dieses Neue jedoch entsteht, ist die Blackbox der Kreativwirtschaft, unkontrollierbar und genial. Innovation steht unter dem Ruf, nicht planbar zu sein. Sie wird im Arbeitsalltag der Medienbranche zwar stets erwartet, ist aber nicht strategisch implementiert. Dass dies nicht notwendigerweise so sein muss, zeigt Tanja Deuerling auf, indem sie ein Modell erarbeitet, das jene Prozesse der Fernsehbranche erfasst, welche für Innovationen verantwortlich sind. Doch die Autorin will nicht nur beschreiben! Mit ihrem Modell erstellt sie auch konkrete Vorschläge, wie sich Prozesse der Kreativität und Innovation im konkreten Branchenumfeld strukturieren lassen. Hierfür rekurriert die Autorin auf die Innovationsforschung, auf Kreativitätstheorien sowie die wirtschaftswissenschaftliche Organisationslehre und entwickelt das „Grad-Phasen-Modell“, welches Innovationsprozesse in Abhängigkeit ihres Innovationsgrades erfasst und entsprechende Handlungsempfehlungen gibt. Um es an dieser Stelle vorwegzunehmen: Deuerlings Modell ist auch deswegen überzeugend, weil die Autorin ihre Analyse mit konkreten Innenerfahrungen verbinden kann: Als ehemalige SAT.1-Chefredakteurin hat sie umfassende Kenntnisse der branchenimmanenten Prozesse. Dabei verfällt die Autorin an keiner Stelle in „Nästkstchenplaudereien“, sondern argumentiert transparent und analytisch. Im Zentrum ihres Ansatzes steht die Frage, wie viel Freiheit Kreativität braucht und

wie viel Struktur sie verträgt – also wie sich aus Sicht von Medienunternehmen die Entstehung von neuem Fernsehen steuern lässt (S. 18). Dabei ist die wohl wichtigste Erkenntnis, dass Innovation kein absolutes, sondern ein graduelles Konzept ist. Zwischen „völlig identisch“ und „völlig neu“ gibt es also diverse Abstufungen, welche die Autorin auf Grundlage bestehender Innovationsforschung in drei Stufen einteilt: in *inkrementelle Innovation* (geringfügige Änderungen, wie es von den „Me-too“-Produkten bekannt ist), *radikale Innovation* (völlig neue Produkte wie „About Kate“) und in die dazwischen liegende *echte Innovation*, also ein neuartiges Produkt, das bereits an bestehende Produkte anknüpft. Als Beispiel führt die Autorin hier *The Voice of Germany* an, eine Formatinnovation, die an bereits bestehende Gesangs-Castingformate anknüpft. Doch wie und unter welchen Bedingungen entstehen diese Formatinnovationen und lassen sich die beteiligten Prozesse steuern? Die aktuellen Ansätze der Kreativitätsforschung zeigen, dass Kreativität kein Zufallsprodukt ist, sondern dass „das Hervorbringen neuer Ideen auf tief verankertem (Fach-) Wissen [basiert]“ (S. 83). Kreativität ist intrinsisch motiviert, was gleichzeitig bedeutet, dass Kontrolle, Wettbewerb und Unsicherheit eher störend sind. Aufbauend auf der theoretischen Diskussion, leitet die Autorin konkrete Handlungsempfehlungen in ihrem „Grad-Phasen-Modell“ ab. Es geht ihr hier um ein Zusammenspiel von Kreativität im konkreten Arbeitsprozess, der über Impuls, Idee, Konzept, Papierpilot, Pilot und Serienproduktion bis zur Evaluierung implementiert ist (S. 184). Der

Grad der Kreativität sollte am Anfang der Prozessphase besonders hoch sein (mit entsprechend niedriger Steuerungsintensität), während sich gegen Ende der Prozessphase das Verhältnis umkehrt. Die zentrale Botschaft ist für Deuerling, dass die konkrete Strukturierung von Kreativität und Steuerung nicht universell ist, sondern von dem jeweiligen Innovationsgrad des Formats abhängt. So muss am Anfang des Prozesses die Frage stehen, ob es sich um eine inkrementelle, echte oder radikale Innovation handelt bzw. welche der Formen erwünscht ist. Entsprechend unterschiedlich setzen Steuerungsprozesse ein und lässt sich Innovation planen. Wenn Deuerling also von Innovation als „Chefsache“ spricht, meint sie damit mitnichten, dass kreative Prozesse stets von oben kontrolliert werden sollten. Vielmehr geht es darum, als Unternehmen Innovation als klares und differenziertes Ziel zu sehen und durch ein entsprechendes Verständnis von Innovationsprozessen die jeweiligen passenden Maßnahmen in Organisationsabläufe zu implementieren. Innovation und Kreativität zu entmystifizieren, bedeutet dabei nicht, dass Innovation am Fließband hergestellt werden kann. Aber es bedeutet, dass kreative Prozesse nicht wie von Zauberhand in einer Blackbox entstehen, sondern durch konkrete Faktoren unterstützt werden können. Das Buch ist für Medienwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ebenso bereichernd wie für Medien-schaffende.

Dr. Susanne Eichner

Als Einstiegslektüre empfehlenswert

Claudia Wegener geht in ihrem Buch Fragen nach, mit denen sich über kurz oder lang alle Eltern beschäftigen, die sich mit dem Medienverhalten ihrer Kinder auseinandersetzen: Warum sind Kinder und Jugendliche so fasziniert von den Medien, welchen Nutzen ziehen sie aus ihnen, welche Gefahren bergen sie? Aus diesen Vorgaben leitet sich der Inhalt der einzelnen Kapitel ab: Welche kognitiven Fähigkeiten brauchen die jungen Mediennutzer, wie finden sie sich in der Fülle der Angebote zurecht, welche Rolle spielt das soziale Umfeld, welchen Einfluss können Eltern und Pädagogen nehmen? Konkrete Tipps darf man allerdings nicht erwarten. Eine zeitliche Begrenzung etwa bei der Nutzung von Computerspielen hält Wegener zwar für „sinnvoll“, aber eine Zahl nennt sie nicht. Auch sonst bleibt das Buch, das sich ausdrücklich nicht an ein wissenschaftliches Publikum richtet und deshalb auf Quellenangaben und Fußnoten verzichtet, oft im Vagen. Wirklichen Erkenntnisgewinn hat es daher nur Lesern zu bieten, für die das Thema tatsächlich Neuland ist. Etwas anderes als eine Einführung hatte die Autorin aber offenkundig auch nicht im Sinn. Deshalb werden viele Aspekte auch nur oberflächlich abgehandelt. Bestes Beispiel ist die Frage nach der Wirkung von Gewaltdarstellungen; es ist praktisch unmöglich, ein derart komplexes Thema auf einer Handvoll Seiten zu behandeln. Als Einstiegslektüre ist das Buch dennoch empfehlenswert.

Tilman P. Gangloff

Zeitgeschichte im Fernsehen

Historische Dokumentationen sind, so der Autor, zu einem eigenen Genre innerhalb der TV-Formate geworden. Dokumentarischer Journalismus erfordert ebenso wie die Geschichtswissenschaft die Fähigkeit, historische Sachverhalte plausibel, quellenkritisch und detailgetreu zu rekonstruieren. Fernsehproduktionen sollten darüber hinaus oft eine gewisse Unterhaltbarkeit aufweisen, die sich an dramaturgischen Modellen fiktionaler Stoffe orientiert. Lorenzen versteht sein Buch als einen Leitfaden („Werkstattbericht“), als eine praxisnahe Format- und Berufsbeschreibung, die aktuelle Standards und Arbeitstechniken analysiert und darlegt. In acht Kapiteln spannt er dabei einen Bogen von fernsehhistorischen Betrachtungen hin zu handfesten gestalterischen und dramaturgischen Aspekten. Das beispielreiche, gut strukturierte Buch richtet sich an Medienschaffende, Historiker und Geschichtsinteressierte und beinhaltet neben theoretischen Reflexionen vor allem konkrete praktische Tipps für dokumentarische TV-Produktionen. Wie integriert man angemessen Zeitzeugen, Archivmaterial oder Reenactments? Worauf ist bei Interviews und Originalschauplätzen zu achten? Welche didaktischen und narrativen Konzepte bieten sich an? In vielerlei Hinsicht ist dieses Buch ein kompetenter Ratgeber. Anregend und vor allem produktionsorientiert.

Dr. Uwe Breitenborn

Neue Gewänder

Weil sich Werbung in neue Gewänder hüllt und in den letzten Jahren zusätzliche Verbreitungswege gefunden hat, befasst sich der *Programmbereich 2015* der Landesmedienanstalten mit einem Thema, das aus Sicht der Aufsichtsgremien ein uraltes ist. Aber die Fragen sind neu: Welche Auswirkungen haben die neuen Werbeformen auf die Medieninhalte und für die Produzenten, welche Rolle spielt YouTube als Werbeträger, welche Botschaften erreichen ihre Zielgruppen, und was bedeutet das alles für die Regulierungsbehörden? Auch wenn nicht alle Fragen erschöpfend beantwortet werden, so ist zumindest der Perspektivwechsel interessant, denn für einige Aspekte haben sich die Herausgeber Hilfe von außen geholt. Schauspieler Kai Wiesinger z. B. hält den Umgang mit Product-Placement im Fernsehen für „veralteten Zuschauerschutz“ und freut sich über die Freiheiten im Netz, die er mit seiner Serie *Der Lack ist ab* nutzen konnte. Informativ sind auch die Ausführungen des Schweden Spartacus J. Olsson; der Entwickler von Onlineformaten lässt sich über die Zukunft des Fernsehens aus. Der launigste Aufsatz aber stammt von Brema-Direktorin Cornelia Holsten, die in ihrer Einführung sehr subjektiv den Wandel der Werbung im Verlauf der letzten 30 Jahre beschreibt. Die Meinungsbeiträge werden ergänzt durch Ergebnisse aus der Programmforschung. Eine weitere Studie befasst sich mit dem Wandel der Nachrichtennutzung im Internetzeitalter.

Tilman P. Gangloff



Claudia Wegener:
Aufwachsen mit Medien.
Wiesbaden 2016: Springer VS.
116 Seiten, 9,99 Euro



Jan N. Lorenzen:
Zeitgeschichte im Fernsehen. Theorie und Praxis historischer Dokumentationen. Wiesbaden 2015: Springer VS. 141 Seiten, 14,99 Euro



die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.):
Programmbereich 2015. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs. Leipzig 2016: Vistas. 280 Seiten, 15,00 Euro



Ingrid Brodnig:
Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können. Wien 2016:
 Brandstätter. 232 Seiten, 17,90 Euro

Hass im Netz

„Schlampe“ und „Trampel“: Mehr als sechs Mio. Mal fielen diese Worte gegen Frauen 2014 im Laufe nur eines Monats beim Kurznachrichtendienst Twitter. Als „Bahnhofsklatscher“ wurden Menschen beschimpft, die Flüchtlinge willkommen hießen. Auch Pöbeleien wie „Läufige Winkweiber“ und „Moslems-Willkommensruferinnen“ fielen – nachzulesen auf den Kommentarspalten von „Spiegel Online“. Der Hass im Netz eskaliert, und seit Jahren wird darüber diskutiert, was zu tun ist, um ihn zu stoppen. Ingrid Brodnig zeigt in ihrem Buch, wie genau das gelingen kann. Warum Menschen im Internet jeden Anstand verlieren, hat die Redakteurin des österreichischen Nachrichtenmagazins „Profil“ schon vor zwei Jahren in *Der unsichtbare Mensch* erklärt. Vor allem die Unsichtbarkeit führe dazu, dass Menschen im Netz Dinge schreiben, die sie sonst eher für sich behielten. Weil das physische Gegenüber fehle – Augenkontakt, Mimik und Gestik –, käme es zu einer „toxischen Enthemmung“, zu einer Vergiftung der Diskussionskultur, so Ingrid Brodnig. In *Hass im Netz* analysiert Ingrid Brodnig nun, wie die Störer vorgehen. Und das macht sie so gut, dass man schnell versteht, warum Aggressionen online so einflussreich sind. Eine Kombination aus menschlichen und technischen Faktoren sei die Ursache, dass „Rüpel“ im Netz so viel Aufmerksamkeit erhielten. Sogenannte anonyme „Trolle“ etwa führten Diskussionen gezielt in andere Richtungen, stellten immer wieder naive und dumme Fragen oder fingierten Bedrohungen – einfach aus Schadenfreude oder sadistischen Motiven. Wie im Fall des

24-jährigen Reece E., der auf einer Facebook-Kondolenzseite amerikanische Teenager mit der Ankündigung schockierte, 200 Schüler töten zu wollen. Ein zweiter typischer User sei der „Glaubenskrieger“, der aggressiv Konfrontationen herbeischreibe und extreme Behauptungen aufstelle, weil er sich bedroht fühle – sei es vom Islam, von Frauen oder von Impfungen gegen Krankheiten. Zu differenzierten Diskussionen sind „Glaubenskrieger“ nicht bereit. Nüchtern und klar, mit vielen Beispielen und aktuellen Studien belegt Ingrid Brodnig aber auch, warum das Netz nicht so vergiftet bleiben muss. Zwar ließen sich Menschen nicht ohne Weiteres und mitunter auch gar nicht davon abhalten, andere online zu beleidigen. Aber die technische Infrastruktur des Internets begünstige jene, die besonders viel Ärger machten. Etwa deshalb, weil viele Foren chronologisch gereiht seien. Eine Technik der Störer besteht darin, sich immer und immer wieder mit denselben Inhalten zu äußern. Wer andere auf diese Weise niedertextet, wird dadurch sichtbarer als jemand, der seltener etwas kommentiert. Hinzu kommt: Viele Äußerungen sind zugespitzt und polarisierend. Das spielt Störern in die Hände, denn wer stark emotionalisiert, wird bei Facebook schneller „gelikt“ und deshalb vom Algorithmus öfter eingeblendet. Technische Mindeststandards im digitalen Austausch sind deshalb ein Ansatzpunkt, um dem Hass im Netz entgegenzuwirken, schreibt die Journalistin. Ein nachahmenswertes Beispiel, das sie anführt, ist *Civil* – eine Software, die in Diskussionsforen eingesetzt werden kann. Das Programm soll Menschen dazu bewegen, sich in Debatten res-

pektvoll zu verhalten. Bevor ein Nutzer eine eigene Bemerkung online stellen darf, muss er zunächst drei andere Leserkommentare auf ihre Ansprechhaltung hin bewerten und im Anschluss den eigenen Text noch einmal überprüfen. Erst nach dieser Beurteilung, die nicht lange dauern muss und nur weniger Klicks bedarf, wird der Kommentar freigegeben. Aber auch große soziale Netzwerke wie Facebook sieht Ingrid Brodnig in der Verantwortung. Mit seinem Algorithmus hätte Facebook Einfluss darauf, welche Inhalte User eingeblendet bekommen und welche nicht. Das Unternehmen soll den Nutzern mehr Mitsprache beim Filterungsprozess ermöglichen, fordert die Autorin. Denn gefragt sind auch, dazu mahnt Ingrid Brodnig immer wieder, Selbstreflexion und Zivilcourage bei jedem Einzelnen. Auf keinen Fall dürfe man sich einschüchtern lassen. Das sogenannte „Silencing“, die „erzwungene Stille“, sei genau das Ziel der Störer, die so lange rumpöbelten, bis sich andere nicht mehr zu Wort melden. Nützliche Hinweise, wie man sich am besten zur Wehr setzt, nehmen einen weiteren Teil des lesenswerten Buches ein. Brodnig listet Webseiten auf wie hatr.org oder „Perlen aus Freital“, die Transparenz in die Lügengeschichten aus dem Netz bringen, liefert Grundregeln für den Umgangston in Foren und gibt rechtliche Tipps. Und überzeugt dadurch mit ihrer Botschaft: Gegen Hass im Netz ist niemand machtlos.

Vera Linß

Big Data – Big Challenge

Harald Gapski hat die Fachartikel des Buches so zusammengestellt, dass Einordnungen, Bestandsaufnahmen und herausziehende gesellschaftspolitische und pädagogische Herausforderungen durch Big Data ein auf-rüttelndes Gesamtbild ergeben. Dabei geht es vorrangig um die reflexive Ebene.

Da der Ausdruck „Big Data“ für riesige Mengen an zunächst unstrukturiert gesammelten Daten „mehr Pathosformel als wissenschaftlicher Begriff“ (S. 36) ist, werden mehrere Annäherungen angeboten. Zur Charakterisierung nennt Gapski die fünf „V“-Begriffe“ Volume, Velocity, Variety, Value und Veracity (S. 10). Die vielfältigen Auswertungsmöglichkeiten der Datenbestände mithilfe von Algorithmen, „Big Data Analytics“, sind politisch und juristisch noch weitgehend ungeregelt.

In dem Artikel *Warum sich Medienpädagogik mit Big Data Analytics befassen sollte* verortet Isabel Zorn die neue Aufgabe in der Geschichte der Medienpädagogik, die damit wieder nahe an die politische Bildung rückt. Zorn begründet den aktuellen Handlungsbedarf und weist darauf hin, dass das Thema aufgrund der enormen Tragweite zudem interdisziplinär angegangen werden muss. Sandra Aßmann und Valentin Dander beschreiben in ihrem Beitrag *Medienpädagogik und (Big) Data* Daten ebenso als Lernmittel wie als Lerninhalt mit dem Ziel der Entwicklung von „Datenkompetenz“. „Grundsätzlich gilt: Daten (von lat. ‚datum‘ für ‚Gegebenes‘) sind gerade nicht gegeben, sondern werden hergestellt – und damit auch die Wirklichkeit, die sie scheinbar objektiv wiedergeben“ (S. 34). Die Autoren

betonen den Gewinn durch (Big) Data Analytics für die Forschung.

Auf „den Mehrwert von Big Data-Technologien“ (S. 89) setzt auch Christopher Koska und beschreibt die „Idee einer digitalen Bildungsidentität“ (S. 81) als Basistechnologie für lebenslanges Lernen.

Konkrete Projekte in der aktiven Medienarbeit zu Big Data sind noch rar und werden am Rande in den Beiträgen von Niels Brüggem (jff München) und von Gerda Sieben (jfc Köln) thematisiert. Sieben bietet auch Arbeitshilfen für die Jugendarbeit zum Download an.

Brüggem [vgl. auch in dieser Ausgabe, S. 18 ff., Anm. d. Red.] setzt bei den veränderten Bedingungen für individuelles, souveränes Handeln an. Die Ratschläge, die im Rahmen der aktiven Medienarbeit für den Umgang mit dem Web 2.0 und Social Media erteilt wurden, greifen bei Big Data nicht mehr. Zwar hätten die Jugendlichen durchaus Interesse an „Anti-Tracking-Tools, Ad-Blockern oder anderen Möglichkeiten, sich den Auswertungssystemen nicht ausliefern zu müssen“ (S. 58). Doch eine wirkliche Kontrolle über die eigenen Datenspuren und das daraus erstellte Digitale Double ist heute nicht mehr möglich.

Unter der Überschrift *Lifelogging und die neue Taxonomie des Sozialen* geht es bei Stefan Selke um die „Lust an der Selbstverdatung“ (S. 97), aus der die Gefahr einer „rationalen Diskriminierung“ (S. 101) erwachsen kann, beispielsweise, wenn diese Daten von Versicherungen genutzt werden. Selke schreibt: „Der Preis für das Leben als (potenziell) störanfälliger und zugleich nach Rabatten suchender Mensch besteht darin, die Vorstellung darüber, was (noch) ‚normal‘ ist, an Software

zu delegieren und gleichzeitig die sozialen Folgen zu verdrängen. Lifelogging [Lebensprotokollierung, Anm. d. Red.] schafft damit ein horizontales Kontrollregime, das auf der Abweichung von ‚Sollwerten‘ basiert und Abweichungen von der Norm sanktioniert“ (S. 101).

Petra Grimm und Birgit Kimmel weisen auf die Gefahr der Selbstzensur als Reaktion auf die ungebremste Datensammlung und deren undurchsichtige Verwertungen hin. „Sich nur stromlinienförmig zu verhalten und zu äußern bzw. die eigene Meinung zu verschweigen oder gar den Kontakt zu Menschen unterbinden, die sich politisch kritisch äußern, hätte fatale Folgen für eine auf Meinungsfreiheit und Autonomie begründete Demokratie“ (S. 118). Die Autorinnen weisen darauf hin, dass sich das Internet als vermeintliches Instrument der Freiheit, der Teilhabe und der Transparenz in sein Gegenteil verkehren und zum Instrument der Manipulation und Überwachung werden kann (S. 113). Es wird deutlich, dass Big Data bereits auf vielfältige Weise Einfluss auf unser Zusammenleben und auf die Gesellschaft nimmt. Dem ist nicht mehr allein durch individuelles Handeln und auch nicht allein auf dem Feld der Medienbildung zu begegnen. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die Rahmenbedingungen für den Nutzen der neuen Technologie auszuhandeln, risikoarme Technologien zu fördern und Big Data Codices auf den Weg zu bringen. Das Buch bietet viel Diskussionsstoff, Einsichten und Handlungsvorschläge zum Thema „Big Data“, die für jeden politisch denkenden Menschen hilfreich und für (Medien-)Pädagogen unerlässlich sind.

digitale gesellschaft | NRW

Harald Gapski (Hrsg.)

Big Data und Medienbildung

zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt

Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW

kopaed

3

Harald Gapski (Hrsg.):

Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt.

Düsseldorf/München 2015: kopaed.

139 Seiten, 14,80 Euro

Auch abrufbar unter:

www.grimme-institut.de/schriftenreihe/themen/big-data-medienbildung



Jens Seiffert-Brockmann:
Vertrauen in der Mediengesellschaft.
 Eine theoretische und empirische Analyse.
 Wiesbaden 2015: Springer VS.
 434 Seiten, 59,99 Euro

Vertrauen in der Medien- gesellschaft

Wer erinnert sich nicht an den Schmiergeldskandal bei Siemens, den Rücktritt von Christian Wulff als Bundespräsident, die Finanzkrise und die Pleite der Bank Lehman Brothers oder den VW-Abgasskandal. Der Autor untersucht in seiner Dissertation, was diese Ereignisse mit öffentlichem Vertrauen zu tun haben, denn die Medien und der Journalismus spielen dabei eine nicht unwesentliche Rolle. In seiner umfangreichen Studie setzt sich Jens Seiffert-Brockmann zunächst mit den theoretischen Grundlagen des öffentlichen Vertrauens auseinander und diskutiert Vertrauen interdisziplinär. Dabei unterscheidet er zwischen Vertrauen auf der persönlichen Ebene, das eines gewissen Maßes an Reziprozität bedarf, und öffentlichem Vertrauen, wo diese Reziprozität nur eingeschränkt vorhanden ist. Wenn Person A Person B vertraut, vertraut auch Person B Person A, da sich das Vertrauen auf gemeinsame Erfahrungen stützt. Diese fehlen aber bei öffentlichem Vertrauen. Person A kann deshalb zwar Unternehmen B oder Partei B vertrauen, doch ist nicht zwingend erforderlich, dass Unternehmen B oder Partei B auch Person A vertraut, auch wenn sich Unternehmen B wünscht, dass Person A sein Produkt kauft, und Partei B, dass Person A sie wählt. Aus diesem Grund spricht der Autor hier nicht von Vertrauen, sondern von der Vertrauenszuschreibung: „Öffentliches Vertrauen ist ferner ein Zuschreibungsprozess, dessen Ergebnis öffentliches Vertrauen als Potenzial für zukünftige Entscheidungen darstellt“ (S. 135). Journalisten und PR-Mitarbeiter sind die Vermittler in diesem Prozess.

Im Folgenden entwickelt der Autor die Theorie öffentlichen Vertrauens weiter. Dabei nimmt er grundlegend an, „dass auch öffentliches Vertrauen als sozialer Mechanismus nicht losgelöst von Vertrauen im zwischenmenschlichen Sozialverkehr verstanden werden kann. Dem entgegengesetzt ist aber zweitens, dass es sich bei massenmedial vermitteltem Vertrauen nicht um zwischenmenschliches Vertrauen handeln kann, d. h., dass öffentliches Vertrauen von Vertrauen zu distinguieren ist“ (S. 235). Denn ein wesentlicher Unterschied ist, dass massenmedial vorgenommene Zuschreibungen nur Vertrauen unterstellen – und zwar da, wo möglicherweise gar kein Vertrauen vorhanden ist. Öffentliches Vertrauen kann daher nicht so intensiv sein, wie es persönliches, zwischenmenschliches Vertrauen ist. Seiffert-Brockmann unterscheidet daher zwischen öffentlichem Vertrauen im engen und im weiteren Sinn: „Im engeren Sinn ist öffentliches Vertrauen dann die handlungsleitende Wirkung der öffentlich beobachtbaren Vertrauenszuschreibungen. [...] Im weiteren Sinn ist öffentliches Vertrauen dagegen lediglich die Beobachtung der Vertrauenswürdigkeit von Vertrauensobjekten, die nicht handlungsleitend wirken muss und wirkt“ (S. 237). Im empirischen Teil untersucht der Autor die Berichterstattung über die 30 DAX-Unternehmen und setzt sich speziell mit der Finanzkrise auseinander, um die Mechanismen öffentlichen Vertrauens offenzulegen. Dass öffentliches Vertrauen schneller verloren gehen kann, als es aufgebaut wird, mag nicht überraschen. Sehr interessant ist hingegen das Ergebnis, dass es bei der positiven Vertrauenszuschreibung an Unternehmen

um Fachkompetenz geht, während es bei Krisen um ethisches Verhalten geht, da „es im Kern negativer Vertrauenszuschreibungen meistens eben nicht darum geht, ob die Unternehmen ihren Job machen, sondern wie sie ihn machen“ (S. 371, H. i. O.). Ein einzelner Fall von Vertrauensbruch führt in der Regel noch nicht zu einer Vertrauenskrise, sondern eher der Fakt, dass das Fehlverhalten System hat. Zusammenfassend stellt der Autor fest, dass der Prozess des öffentlichen Vertrauens ein Prozess der Zuschreibung von Vertrauenswürdigkeit ist, der in den Massenmedien geleistet wird (vgl. S. 391). Der Aufwand, den Medien bzw. die Journalisten als „Vertrauensvermittler“ betreiben, um öffentliches Vertrauen zu erzeugen, ist ungleich höher als bei Vertrauen im zwischenmenschlichen Bereich. Die uschreibung von Vertrauenswürdigkeit gelingt umso besser, wenn sie sich auf Sachverhalte bezieht, „die an den *persönlichen Erlebensbereich* des Vertrauenssubjekts anschlussfähig“ sind (S. 397, H. i. O.). Das liegt daran, „dass Vertrauen in letzter Konsequenz immer ein Akt des personalen Entscheidens ist“ (S. 28). In einer Gesellschaft, in der Krisen weit verbreitet sind, bietet die Studie von Seiffert-Brockmann Erklärungsmuster an, die die Mechanismen des öffentlichen Vertrauens offenlegen. Das Buch ist bei allem wissenschaftlichen Anspruch ausgesprochen lesbar, mit vielen Beispielen angereichert und flott geschrieben. Mehr kann man nicht erwarten.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Mediengenerationen

Ich war gespannt auf dieses Buch, operiere ich doch selbst gern mit dem Konzept der Mediengenerationen, um die beobachtbaren, oft grundsätzlich verschiedenen Medienumgangsweisen von Jung und Alt in ein anschauliches, aber eben auch sehr enges Korsett zu zwingen. Umso erfreulicher ist es, dass mit dem Buch nun ausführlich die Ergebnisse eines von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Projekts vorgelegt werden, die das Feld nicht nur theoretisch erschließen, sondern die (kollektiv-)biografischen Muster des Medienhandelns auch mit einer empirischen Studie dingfest zu machen versuchen. Unter dem Strich geht es dem Forscherteam von der Freien Universität Berlin darum, „mehr Licht in den ‚Mythos Mediengeneration‘ zu bringen, zumindest aber zu prüfen, ob sich ein kommunikationswissenschaftlich tragfähiger und sozialwissenschaftlich begründeter Mediengenerationenbegriff entwickeln lässt, der tatsächlich zum Verstehen einer erst noch nachzuweisenden Unterschiedlichkeit von Medienhandeln beitragen kann“ (S. 8). Wer vorn anfängt und nach der sehr gelungenen Einführung den ersten Teil des Buches, also die immerhin fast 60 Seiten theoretische Auseinandersetzung, aufmerksam liest, kann dann auch an der Entwicklung eines tragfähigen und fundierten Mediengenerationenbegriffs teilhaben. Mit den hier referierten theoretischen und konzeptionellen Bausteinen, deren Quellen die 20 Seiten Literaturverzeichnis füllen, erhält der interessierte Leser einen erstaunlich kurzweiligen und vergleichsweise leicht verdaulichen Einblick in die verschiedenen Perspektiven,

die sich vor allem mit den Bezügen zu Mannheims Wissenssoziologie und Bourdieus Kultursoziologie zu einem Konstrukt verdichten, das Mediengenerationen zentral auf der Ebene des Generationenzusammenhangs verortet. Im Fokus steht hier ein „medialer Generationsstil“ bzw. „generationaler medialer Habitus“, der auf Individualebene – das gleich auch die Prämisse für die Erforschung – über „kollektiv geteilte Mediennutzungsmuster, Medienstile, Medienrepertoires und Medienbewertungen“ (S. 65) erkennbar wird.

So viel zur theoretischen Grundlegung, die „der Komplexität des individuellen und gegebenenfalls generationalen Medienhandelns Rechnung“ tragen will und sich gegen die „feuilletonistische oder alarmistische Reduktion einer Generation auf ein monomediales Bestimmungsmerkmal, etwa als Fernseh- oder Internetgeneration“ (S. 57), stellt. Doch lassen sich mit diesem Impetus tatsächlich kollektivbiografische Muster des Medienhandelns der Menschen identifizieren, die dann auch noch dem zuvor hergeleiteten Mediengenerationenbegriff gerecht werden? Das im zweiten Teil des Buches vorgestellte Forschungsdesign der durchgeführten Studie stimmt hier jedenfalls recht zuversichtlich. Die eigene theoretische Konzeption fest im Blick, wählen die Forscher die 48- bis 58-Jährigen als exemplarische Untersuchungsgruppe und eine modulare Methodentriangulation als Zugang: Im ersten Schritt wenden sie sich ausführlich den individuellen Medienbiografien zu (Modul A: 48 teilstandardisierte Fragebögen und Einzelinterviews), um hieraus kollektive Muster erschließen zu können. In einem zweiten Schritt (Modul B: vier

Mehrgenerationen-Interviews) fokussieren sie auf den Familienkontext der Generationen, im dritten Schritt (Modul C: vier Altersgruppendifkussionen) auf den Generationenzusammenhang.

Von den Ergebnissen – das sei gleich vorweggenommen – waren die Autoren selbst „zunächst enttäuscht“ (S. 10). Denn letztlich offenbart die von der ausgewählten Untersuchungsgruppe repräsentierte Generationenlagerung mehr Differenzen als Gemeinsamkeiten. Was nicht aufgefunden werden konnte: „Ein homogener Generationenzusammenhang, der anhand von Positionen im medialen Feld, Dispositionen des medialen Habitus oder Mustern medialen Handelns seinen Ausdruck findet“ (S. 156). Es ist vielleicht etwas müßig, hier nun noch zu fragen, ob es angesichts unserer zunehmend pluralisierten, individualisierten und multimedial vernetzten Welt nicht vielleicht von vornherein angezeigt gewesen wäre, eben auch nach einem Generationenzusammenhang zu suchen, der nicht von Homogenität, sondern von einer Heterogenität der Mediennutzungsmuster, Medienstile, Medienrepertoires und Medienbewertungen lebt – und eben diesen dann, die solide Datenbasis ausschöpfend, differenziert zu beschreiben. Immerhin – und das ist die gute Nachricht – räumt das Buch theoretisch und empirisch fundiert mit einem Mythos auf, der auch nach Ansicht der Autoren „in die Irre führt und vielleicht dazu beiträgt, stereotype Wahrnehmungen und soziale Ausgrenzung zu befördern“ (S. 156).

Dr. Daniel Hajok

Klaus Beck, Till Büser,
Christiane Schubert

Mediengenerationen

Biografische und kollektivbiografische
Muster des Medienhandelns



Klaus Beck/Till Büser/Christiane Schubert:
Mediengenerationen. Biografische und kollektivbiografische Muster des Medienhandelns. Konstanz/München 2016: UVK. 202 Seiten, 34,00 Euro



Hanno Berger/Frédéric Döhl/
Thomas Morsch (Hrsg.):
*Prekäre Genres. Zur Ästhetik peripherer,
apokrypher und liminaler Gattungen.*
Bielefeld 2015: Transcript.
306 Seiten, 34,99 Euro

Prekäre Genres

In den 14 Beiträgen des Bandes setzen sich Film- und Literaturwissenschaftler mit den sogenannten prekären Genres auseinander. Den Beiträgen liegt ein prozessuales Verständnis von Gattungen bzw. Genres zugrunde. Genres sind nicht festgeschrieben, sondern sie entwickeln sich weiter. Das können sie aber nur, indem einzelne Werke die Genre Grenzen ausweiten. In ihrer Einleitung stellen die Herausgeber fest: „Jedes Werk ist in diesem Sinne ‚generisch‘, insofern es immer Markierungen trägt – tragen muss –, die dem Werk einen ‚Ort‘ in einem Feld oder einer Genealogie zuweisen und es in einem stilistischen, thematischen oder affektiven Kontext verorten“ (S. 10, H.i.O.). Denn ohne eine derartige Zuordnung bleiben Filme, Fernsehsendungen und Romane „unlesbar“ (ebd.). Diese Auffassung korrespondiert mit einem Genrebegriff, der Genre als eine Interaktion zwischen Filmen und Fernsehsendungen und den Erwartungen des Publikums versteht. Denn jedes Genre generiert Erwartungen beim Publikum, die ein Film oder eine Fernsehsendung dann erfüllen oder aber auch enttäuschen kann. Das Prekäre der Genres liegt nach Ansicht der Herausgeber darin – indem sie der Methode der Dekonstruktion des französischen Philosophen Jacques Derrida folgen –, dass „die Möglichkeitsbedingung des Gattungsgesetzes zugleich dessen Unmöglichkeit impliziert“ (S. 9). Zugleich ergibt sich „die Prekarität der Gattung aus dem spannungsreichen Verhältnis zwischen individuellem Werk und Gattung“ (ebd.). Die folgenden Beiträge behandeln verschiedene Themen, die im Spannungsfeld von Einzel-

beitrag und dem Kontext des gesamten Buches liegen – einige seien hier hervorgehoben. Daniel M. Feige geht in seinem Beitrag der Frage der Prekarität oder Nichtprekarität aus der Sicht der Hegel'schen Logik nach. Seine Überlegungen führen zu der Feststellung: „Die Veränderungen *innerhalb* eines Genres sind immer Veränderungen des Genres und Neubeziehungen seiner Grenzen – und das Aufwerfen der Frage, ob es dieses überhaupt gibt“ (S. 27, H.i.O.). Damit hat er noch einmal in anderen Worten und unter Verwendung der Hegel'schen Logik festgestellt, dass Genres dynamisch sind. Sehr anregend zu lesen ist der Beitrag von Hans J. Wulff über die Hybridität der Gattungen, die er am Beispiel des Schlagerfilms und des Filmschwanks herausarbeitet und die Mischung beider Genres als Schlagerfilmschwank bezeichnet. Die Nähe zwischen Schwank und Schlagerfilm basiert auf deren Grundmustern: „Rein stofflich basieren Schwank und Schlagerfilm nicht nur auf Konflikten zwischen Figuren, von denen die eine der anderen (zumindest dem gesellschaftlichen Stand nach) überlegen ist, sondern auf realitätsgebundenen, oft derb ausgeführten Situationen, in denen auch Tabuthemen wie Sexualität und Körperfunktionen berührt werden“ (S. 219). Wulff setzt sich mit den Schlüssen, dem Happy End, den Erzählmotiven der Identität, den Figurenkonflikten, der sprachlichen Komik und dem Exzess in diesen Genres auseinander. Zusammenfassend stellt er fest: „Das Aussetzen der Ordnungssysteme bürgerlichen Lebens wird ausgeglichen durch den imaginären Gewinn an Vitalität, an Körperlust, durch das Eintauchen in einen Strom der Geschehnisse, über den immer

das qua Gattung ausgesprochene Versprechen des Glücks hängt“ (S. 232). Trotz aller Derbheit und aller Zoten geht es in diesen Filmen um Emanzipationsbestrebungen, um die Phantasie der Freiheit – zumindest in der Fiktion. Michael Lück dagegen versucht in seinem Beitrag, das philosophische Konzept des Skeptizismus auf den Film *Hexen bis auf Blut gequält* (D 1970, Michael Armstrong und Adrian Hoven) anzuwenden. Er begreift den Film als skeptische Suche nach Gewissheit. Die Gewalt und die Folter im Film werden in diesem Sinne interpretiert: „Oder die Folter, sie erscheint nicht nur als hemdsärmeliges Handwerk, sondern wird als ein im Schuss und Gegenschuss der Fragen und Einsprüche geführter Dialog zu Tisch ‚verständlich‘, als die geistige Zermürbung, in die die Meditation als Selbstbefragung und Infragestellung des anderen, als Ringen um zweifelsfreie Kriterien führen kann“ (S. 37). Mit dieser Argumentation ließen sich viele Folterszenen in Filmen als skeptisches Ringen um Gewissheit sehen, ohne jegliche ethische Maßstäbe. Das kann es nicht nur für den Jugendschutz nicht sein. Insgesamt sind die sehr philosophischen Beiträge sicher von Belang für die akademische Community der Film- und Literaturwissenschaftler. Darüber hinaus haben sie – mit ganz wenigen Ausnahmen – keinerlei gesellschaftliche Relevanz.

Prof. Dr. Lothar Mikos

„... will dich never losen“

Das Buch basiert auf Voigts Promotion über *Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media*. Zunächst beschreibt er die Entwicklung der Kommunikation in sozialen Netzwerken seit 2003. Zahlreiche, oft sprachlich bizarre Chats junger Mädchen im Alter von 12 bis 16 Jahren belegen hier, dass sie ihre realen Freundschaften für das Publikum der Schulklasse im Netz als Liebesbeziehung überhöhen und exklusiv gestalten. Hinzu kommen Selfies im Spektrum von süß bis sexy, die einander begeistert bestätigt werden, denn „nichts wäre peinlicher als ein Selfie, das minutenlang keiner kommentiert“ (S. 83).

Solche Freundschaftsbeziehungen mit symbiotischen Zügen und die permanente Interaktion interpretiert Voigt sehr frei und feuilletonistisch vor einem wertkonservativen Hintergrund. Medienpädagogische Diskurse werden dabei pauschal abwertend gestreift. Eine Primärbindung an gleichaltrige Freundinnen, Sexting und exzessiver Handygebrauch sind für Voigt in erster Linie Belege für eine fehlende Geborgenheit in der Familie. Für problematische Tendenzen macht er vor allem die staatliche Ganztagsbetreuung von klein auf, die Sexualisierung der Gesellschaft in Folge der Studentenbewegung von 1968 und den „aggressiven Feminismus“ (S. 131) verantwortlich. Voigt lenkt den Blick aber auch darauf, dass der Sozialstruktur in einer Schulklasse, die auf der virtuellen Bühne mitkonstruiert wird, mehr pädagogische Aufmerksamkeit gebührt.

Susanne Bergmann

Kommunikation

Endlich ein Buch über die Psychologie der Kommunikation, das nicht Medien ins Zentrum stellt. Manchmal vergessen wir, dass es vielfältige Formen des Austauschs von Meinungen, Standpunkten und Interessen gibt, ohne dass Medien dazwischenstehen. Die Autorinnen weisen darauf hin, dass wir immer noch sprechen, fragen, zeigen oder zuhören. Sie nehmen auch nonverbale Signale in ihre Darstellungen auf. Eigentlich sollte man das Buch lesen, bevor man sich mit Medien befasst, denn die Themen verweisen auf die Grundlagen jeglicher Kommunikation. Erläutert werden das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver wie auch das von Schulz von Thun, die Maximen von Grice und die Regeln gelingender Kommunikation nach Rogers. Der Name Watzlawick darf nicht fehlen – und er fehlt auch nicht.

Das in zweiter Auflage erschienene Lehrbuch ist gezielt didaktisch aufgebaut. Es gibt einleitende Fragen, die helfen, sich über sein Vorverständnis klar zu werden und um es eventuell nach der Lektüre des jeweiligen Kapitels zu korrigieren. Zielgruppen sind Studierende, aber auch Lehrer von weiterführenden Schulen, die anerkannte Theorien und Modelle für ihre Schülerinnen und Schüler aufbereiten. Dazu gibt es nicht nur Literaturlisten am Ende jedes Kapitels, sondern auch Lesetipps, um die behandelten Themen zu vertiefen. Erst im letzten Kapitel findet schließlich medienvermittelte Kommunikation Eingang ins Buch. Doch dieses kann man beim Lesen getrost weglassen.

Prof. Dr. Clemens Schwender

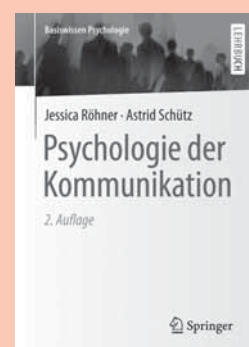
Ästhetik des Drastischen

Kaum zu glauben, dass es nach 100 Jahren Horrorfilm tatsächlich noch Erkenntnislücken gibt. Nicht minder ungewöhnlich ist jedoch die Tatsache, dass sich ein Geisteswissenschaftler mit einer Spielart des Genres befasst, das nicht nur der Forschung suspekt ist: Benjamin Moldenhauer hat festgestellt, dass es in der einschlägigen Fachliteratur keine filmästhetische Theorie des Horrorfilms zur Gewalt der Bilder gibt. Sämtliche Analysen unterstellten seiner Ansicht nach, dass sich die eigentliche Botschaft hinter der Oberfläche verberge. Moldenhauer ist Freunden des Genres, deren Interesse über den reinen Filmkonsum hinausgeht, dank seiner Beiträge in Aufsatzsammlungen gut bekannt, daher dürfte ihnen auch seine These geläufig sein. Das ändert nichts daran, dass das auf seiner Dissertation basierende Buch über das Subgenre des drastischen Backwood-Films eine der interessantesten deutschen Auseinandersetzungen mit Horrorfilm seit Langem ist. Ungemein kenntnisreich und frei von jedem Dünkel gegenüber sogenannten Folter pornos wie *The Texas Chainsaw Massacre* bietet Moldenhauer neben einem Abriss der Genregeschichte nicht zuletzt eine profunde Abrechnung mit dem Freudianismus, dessen These von der unterdrückten gesellschaftlichen Sexualität die Analyse des Genres traditionell prägt. Anhand einer Vielzahl von Beispielen belegt er die sinnstiftende Dimension der zeitgemäßen Vermittlung von Gewaltphantasien.

Tilman P. Gangloff



Martin Voigt: *Mädchen im Netz. Süß, sexy, immer online.* Berlin/Heidelberg 2016: Springer Spektrum. 228 Seiten, 14,99 Euro



Jessica Röhner/Astrid Schütz: *Psychologie der Kommunikation.* Wiesbaden 2016²: Springer. 128 Seiten, 14,99 Euro



Benjamin Moldenhauer: *Ästhetik des Drastischen. Welterfahrung und Gewalt im Horrorfilm.* Berlin 2016: Bertz + Fischer. 358 Seiten, 25,00 Euro



Bernd Zywiets:
Terrorismus im Spielfilm. Eine filmwissenschaftliche Untersuchung über Konflikte, Genres und Figuren.
 Wiesbaden 2016: Springer VS.
 590 Seiten, 69,99 Euro

Terrorismus im Spielfilm

Das Phänomen des Terrorismus erscheint heute so allgegenwärtig, wie es schwer zu definieren ist. Gerade im aktuellen Syrienkrieg muss man erleben, wie gewalttätige Gruppierungen immer wieder neu evaluiert und jeweils als Freund oder Feind definiert werden. Sofern es sich dabei nicht um anerkannte Armee-Einheiten handelt, wird deren gewalttätiges Wirken als Terrorismus eingestuft – eine extreme Form der Gewalt, da sie unberechenbar ist und sich an keinerlei Konvention gebunden fühlt. Terrorakte treffen oft zivile Bevölkerungsgruppen und sollen Angst verbreiten. Diese Unsicherheit ist es zugleich, die den Terrorismus so fruchtbar für den internationalen Spielfilm erscheinen lässt. Ein umfassender Band zum Terrorismus im Spielfilm war demnach lange ein Desiderat – und in gewisser Weise füllt der Mainzer Filmwissenschaftler Bernd Zywiets diese Lücke mit der Buchfassung seiner in Tübingen entstandenen Dissertation. Bernd Zywiets untersucht auf nahezu 600 Seiten dem Untertitel gemäß „Konflikte, Genres und Figuren“ in der Darstellung des Terrorismus im Spielfilm. Und wie es sich bei einem so umfassenden Thema anbietet, hat er seine Darstellung nach Ländern, Konflikten und Schlüsselbegriffen gegliedert. Zunächst definiert er seinen Forschungsbereich und seine Arbeitsbegriffe. Im ersten Abschnitt umreißt er auch Figurentypen, die sich im Terrorismuskino etabliert haben. Im zweiten Kapitel folgen Ausführungen zur dramaturgischen Dimension, zu Rhetorik, Werte- und Genrefragen. Der zweite große Abschnitt des Buches (der Hauptteil) widmet sich dann vier

konkreten historischen und nationalen Konflikten sowie deren filmischer Reflexion: dem Nordirlandkonflikt und der IRA 1914 bis 2012; der RAF und dem Linksterrorismus im deutschen Spielfilm 1967 bis 2012; palästinensischem und islamistischem Terrorismus in Hollywood 1966 bis 2013; und schließlich dem Terrorismus im populären indischen Hindi-Kino 1971 bis 2014.

Wer einen so weiten Forschungsbereich wählt (über 400 Filme mussten dazu ausgewertet werden), muss sich dennoch mit Zeitgeschichte und Filmgeschichte gleichermaßen auskennen, denn nur so lässt sich die filmische Adaption realer Phänomene angemessen einschätzen. Hier muss man Zywiets' solide Kenntnis des Materials anerkennen. Seine oft behutsam wertende und einordnende Darstellung einer Unmenge von Einzelbeispielen richtet den Blick bei Weitem nicht nur auf etablierte Klassiker, sondern wertet gerade auch generische Actionthriller (im Hollywood-Kapitel) aus und thematisiert das asiatische Kino am Beispiel Indiens. Einige interessante Varianten bleiben da leider auf der Strecke: Japans filmischer Umgang mit dem Linksterrorismus zwischen 1968 und 1980 etwa, wie man ihn im Kino von Kōji Wakamatsu beobachten kann. Doch selbst ein so umfassendes Projekt wie dieses muss notwendig Grenzen haben.

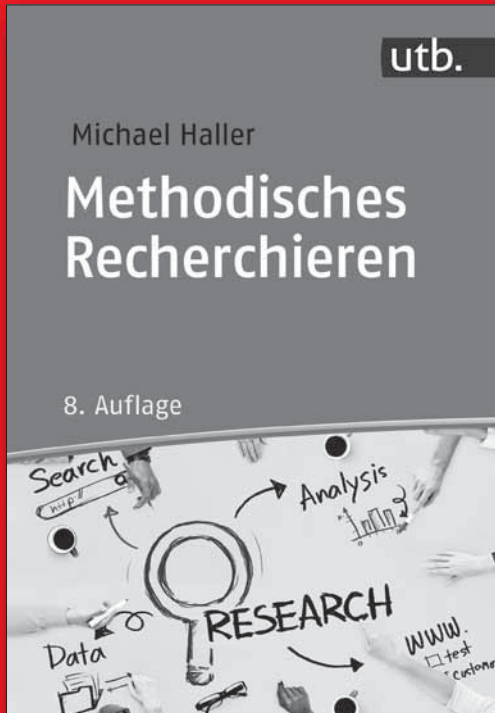
Zugleich ist Zywiets im Hauptteil auf lange beschreibende Passagen und die Auseinandersetzung mit der vorliegenden Literatur angewiesen, was – und hier liegt die Schwäche des Buches – einen eigenen theoretischen oder analytischen Ansatz hinter dem empirischen zurückstellt. Bei all der Materialdichte

bleibt die Oberthematik der eigentliche rote Faden. Konkrete Überlegungen zu einer genretheoretischen Kontextualisierung oder vergleichbare metatheoretische Ansätze bleiben hier konventionell – dabei ist die Ausspannung der Terrorismus-Kinos zwischen Soziodrama, Kriegsfilm und Politthriller durchaus fruchtbar und wird hier auf immerhin über 90 Seiten angegangen. Interessant ist dann das vergleichsweise kurze Schlusskapitel, in dem – ausgehend von der These, das Format des Spielfilms sei wenig geeignet, die Komplexität der thematisierten Konflikte ausreichend zu vermitteln, da er vor allem auf Emotionalisierung und Polarisierung baue – die zuvor ausführlich dargestellten Elemente noch einmal systematisiert werden.

Der umfangreiche Band enthält einige wenige Schwarz-Weiß-Illustrationen und einen eindrucksvollen tabellarischen Anhang, in dem chronologisch Konflikte und Verfilmungen aufgeführt sind. Ein Filmtitelverzeichnis fehlt ebenso wenig wie ein umfangreiches Literaturverzeichnis. Was dem Buch an theoretisch-analytischer Stringenz fehlen mag, das wird mühelos durch die schiere Materialfülle wettgemacht, die das Werk zu einem brauchbaren Handbuch zum Thema erhebt. Eine gelungene Basis für zukünftige Fragestellungen zu einem Thema, das uns noch einige Jahre begleiten dürfte.

Prof. Dr. Marcus Stiglegger

INFORMATIONEN STATT DATENMÜLL



Michael Haller
Methodisches Recherchieren
8., komplett überarbeitete Auflage
11.2016, 250 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-8252-4655-6

Recherchieren war noch nie so wichtig – und so kompliziert – wie im Zeitalter des Internets. Alles Wissen dieser Welt scheint verfügbar. Doch was ist tatsächlich neu, was zuverlässig? Der Schlüssel heißt »methodisches Recherchieren« und findet sich in diesem für Studierende komplett überarbeiteten Klassiker der Journalistenausbildung: die grundlegenden Methoden und Theorien des Recherchierens, unabhängig von Kanal oder Medium und zeitlos gültig.

»Haller's »Recherchieren« kann eine allgemeine Gültigkeit für alle Sparten und andere Medien außerhalb des Printbereichs beanspruchen.«
Multimedia

»Der Klassiker aus der »Reihe Praktischer Journalismus.«
Medien Spiegel

»Das ungeheuer detaillierte und kenntnisreich geschriebene Buch macht mit den unterschiedlichen Recherchemethoden und -hilfen vertraut, zeigt detailliert Wege zum rechten Umgang mit Quellen und Informanten auf (etwa bei der telefonischen Befragung) und gibt Hinweise, wie man (per Konfrontation) verschlossene Quellen anzapft.« Sächsische Akademie der Werbung

Michael Haller, Prof. Dr. phil. leitet die Medienforschung an der Hamburg Media School und ist Beirat in mehreren Einrichtungen der Journalistenweiterbildung. Bis zu seiner Emeritierung hatte er den Journalistik-Lehrstuhl an der Universität Leipzig inne. Zuvor war er Journalist und arbeitete u. a. viele Jahre beim SPIEGEL, anschließend als Ressortleiter bei der ZEIT.

Gerichtsbeschluss

WhatsApp auf dem Handy – bitte zum Wohle der Kinder deinstallieren!!

Die Eltern zweier Töchter, 10- und 15-jährig, müssen sich vor dem Amtsgericht Herford verantworten. Der Vorwurf – Gefährdung des Kindeswohls durch die unbeaufsichtigte Nutzung der internet-basierten Messenger-App WhatsApp.

Zum Sachverhalt:

Die beiden Mädchen wachsen nach der Trennung der Eltern bei ihrem Vater auf. Die ältere Tochter S. fiel spätestens seit dem Alter von 3 Jahren durch eine Entwicklungsstörung mit besonderen Auffälligkeiten in der Sprachentwicklung und in der Motorik auf. Dieses bedingte diverse ärztliche Untersuchungen und auch Klinikaufenthalte. Nach wie vor bedarf S. therapeutischer Hilfe. Der Vater besuchte im Zuge dieser Behandlungen mal mit einer oder beiden Töchtern einen alten Schulfreund. Dieser fing im Juni 2015 an, der älteren Tochter sogenannte Sexting-Nachrichten via WhatsApp zu schicken. Die Tochter vertraute sich zunächst ihrer Mutter an, die ihr daraufhin riet, den Kontakt zu blockieren. Bereits im Herbst suchte der Schulfreund jedoch erneut den WhatsApp-Kontakt. Wiederrum riet die Mutter, die Nummer zu sperren. Dies hätte ihr der Vater jedoch untersagt, entgegnete die Tochter. Ein die Situation aufklärendes Gespräch hat die Mutter mit dem Vater nicht geführt. Zu dieser Zeit hätte sich S. auch in der Schule zurückgezogen, bemerkte ihre Lehrerin im Rahmen der Ermittlungen. Erst im April 2016 vertraute sich S. dem neuen Lebensgefährten der Mutter an, der daraufhin die Lehrerin kontaktierte. Diese bezog die Kindesmutter mit ein; schließlich wurden Polizei und Jugendamt benachrichtigt. Der Vater gibt in der Verhandlung vollständig glaubhaft an, dass er von dieser prekären Situation nicht gewusst und auch nichts bemerkt habe. Er hätte zwar mit der Zeit schon mal mitbekommen, dass S. mit seinem Freund irgendwelche Nachrichten ausgetauscht hätte. Auf konkrete Nachfrage hätte S. aber beschwichtigt und stets nur geantwortet, dass sich nur über lapidare Dinge ausgetauscht werde.

Der Beschluss:

Das Gericht entschied, dass beide Töchter durch die Vorfälle in ihrem seelischen Wohl beeinträchtigt worden seien. Insbesondere die durch die direkten Chatkontakte betroffene S. Aber auch ihre kleine Schwester T., welche von ihrer großen Schwester laufend über die Vorfälle informiert wurde und die Chatinhalte auch lesen konnte, sei dadurch involviert und in ihrem seelischen Befinden beeinträchtigt worden. Zu berücksichtigen sei auch die lange Dauer der Beeinträchtigung von über zwölf Monaten.

Beide Eltern beteuern, dass sie ihre Kinder künftig davor bewahren wollen, erneut schutzlos sexuellen Ansprachen oder in der möglichen Folge noch denkbar Schlimmerem ausgeliefert zu sein. So wurde durch den Kindsvater ausdrücklich erklärt, dass mit dem Schulfreund keinerlei Kontakt zu den Kindern mehr erfolgen soll. So das Bestreben für die „reale“ Welt. Das Gericht ist aber im Rahmen der Erörterung zu der Überzeugung gelangt, dass die Eltern in medienpädagogischer, vor allem in technischer Hinsicht große Wissensdefizite offenbaren. Außer der realen Kontaktsperre hätten beide keine weiteren Maßnahmen im Blick gehabt, ihre Kinder vor digitalen Gefährdungen zu schützen. Das Gericht ordnet daher zahlreiche Auflagen an, mit denen entsprechenden Risiken künftig begegnet werden kann.

WhatsApp – Technik der Zwangsvernetzung

Um die Ursachen der wiederholt möglichen Kontaktaufnahme durch den Schulfreund zu klären, analysiert das Amtsgericht zunächst anschaulich, mit welchen technischen Raffinessen die Messenger-App WhatsApp ausgestattet ist. WhatsApp verfüge über die Technik der sogenannten Zwangsvernetzung, die folgendermaßen funktioniert: „Unmittelbar nach Bestätigen der AGB und nach der Erstinstallation der Anwendung greift ‚WhatsApp‘ auf das gesamte digital gespeicherte Telefonbuch auf dem Gerät des Nutzers zu und kopiert unverzüglich alle hinterlegten Telefonnummern von dem Telefon des Nutzers auf seine eigenen ‚WhatsApp‘-Server (= Speicherorte) in Kalifornien. Weiter führt ‚WhatsApp‘ einen Abgleich (per technischer ‚Synchronisierung‘) der von dem neuen Nutzer preisgegebenen Telefonnummern/Kontakte mit allen übrigen für ‚WhatsApp‘ auf deren Server schon bekannten Telefonnummern/Kontakten durch, welche zuvor bereits von anderen Nutzern bei deren ‚WhatsApp‘-Erst-Installation und seither regelmäßig freiwillig an ‚WhatsApp‘ ausgeliefert wurden. ‚WhatsApp‘ nimmt sodann eine automatische Verknüpfung von übereinstimmenden Kontakten vor und hinterlegt diese vollautomatisch bei sämtlichen Nutzern, die die betreffenden Telefondaten in ihrem digitalen Smartphone- oder Tablet-Telefonbuch aufweisen.“

Diese automatisierte Vernetzung könne nicht einzeln unterbunden werden, auch der Ausschluss einzelner Nummern sei technisch nicht möglich, führte das Gericht weiter aus. Es verbleibe für den Nutzer vor der gänzlichen Deinstallation lediglich die Möglichkeit, unliebsame Kontakte zu sperren. Dies bewirke in technischer Hinsicht, dass der hinter der blockierten Nummer stehende Kontakt zwar weiterhin Nachrichten an den Nutzer schreiben könne, diese jedoch nicht mehr auf seinem Smartphone angezeigt würden. Eine solche Sperre könne aber von hartnäckigen Kontaktpersonen mit nur mäßigem Aufwand umgangen werden. Auch hierfür sei die bereits beschriebene Zwangsvernetzung ursächlich: „Der gesperrte Nutzer

nimmt schlicht ein neues Handy zur Hand, in welches eine andere SIM-Karte mit einer entsprechend anderen zugeordneten Mobilfunk-Nummer eingelegt ist, oder aber er legt einfach eine solche andere SIM-Karte in dasselbe Gerät ein, und installiert bzw. aktiviert hier-nach neu die Anwendung ‚WhatsApp‘, während zugleich die Mobil-Nummer des ersten Nutzers im Telefonbuch seines Geräts hinterlegt d. h. gespeichert ist. So ‚findet‘ die App ‚WhatsApp‘ auf dem Gerät des zweiten Nutzers nach der (Neu-) Installation ebenfalls den ersten Nutzer über die diesem zugeordnete Mobiltelefon-Nummer, solange dieser erste Nutzer nur auch weiterhin die App ‚WhatsApp‘ auf seinem eigenen Gerät installiert hat.“

Auf den Fall übertragen bedeute dies, dass für den Schulfreund allein mit Kenntnis der Telefonnummer verbunden mit der Tatsache, dass die Töchter WhatsApp weiterhin installiert haben, immer wieder die Möglichkeit besteht, die Mädchen trotz Sperrung zu kontaktieren. Damit erscheint für das Gericht als erforderliche und angemessene Maßnahme, dem Vater die Auflage zu erteilen, WhatsApp von den Geräten seiner Töchter zu deinstallieren.

Mit Erfüllung der Auflage zur Deinstallation genüge der Vater darüber hinaus auch der Bedingung, die die App selbst bzgl. ihrer ordnungsgemäßen Nutzung zur Voraussetzung mache: In den AGB werde ausdrücklich vorgesehen, dass Personen, die jünger als 16 Jahre sind, den WhatsApp-Service in keiner Weise nutzen sollten. Nach Recherche des Gerichts findet jedoch eine entsprechende Kontrolle nicht statt.

Es ist der Auffassung, dass diese Altersgrenze einzuhalten sei, da die Nutzung des Dienstes für Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren grundsätzlich eine Gefahr für ihre Privatsphäre und ihre Entwicklung bedeute. So stelle die umfängliche Preisgabe der Daten in die USA eine Entscheidung dar, die von Kindern unter 16 Jahren nicht überblickt werden könne. Die Zwangsvernetzung und die damit herausgegebenen Informationen (wie beispielsweise das Profilbild) beeinträchtigten die Privatsphäre jüngerer Kinder zudem massiv. Etwas anderes könne nur gelten, wenn die Kinder vor einer entsprechenden Nutzung einen verantwortungsvollen Umgang mit den Funktionen und den Risiken der Anwendungen aufgezeigt bekämen und eine besondere geistige Reife im Hinblick auf die Nutzung dieses umfassend vernetzten Kommunikationsnetzes aufwiesen.

Beides träfe in dem vorliegenden Fall nicht zu. Daher erteilt das Gericht dem Vater, parallel zur Deinstallation, die Auflage, anhaltend sicherzustellen, dass die Töchter auch keine anderen Messenger-Apps mit Zwangsvernetzungstechnik auf ihren Handys installieren. Zusätzlich wird er verpflichtet, alle drei Monate die Geräte samt Apps in Augenschein zu nehmen. Kurzmaschiger, nämlich einmal im Monat, soll er des Weiteren mit den Kindern Gespräche über die tatsächliche Nutzung ihrer Handys führen, um somit frühzeitig Gefahren und Problemen wie Cybermobbing, Abofallen oder jugendgefähr-

denden Inhalten vorzubeugen. Die Töchter würden durch diese Maßnahmen auch nicht vollständig in die „analoge Isolation“ verbannt, da ihnen die Möglichkeit verbleibe, Messenger-Dienste ohne Zwangsvernetzungstechnik zu nutzen. Hier böten sich nach eigener Recherche des Gerichts insbesondere folgende an: Hoccer, Threema und Wire. All diesen Diensten sei gemein, dass sie eine Nutzung entweder gänzlich ohne persönliche Daten oder aber nur mit einer (auch anonym gestalteten) Internetadresse ermöglichen. Diese Apps böten zudem hohe Rechtsstandards nach deutschem oder schweizerischem Recht. Auch bei diesen Diensten sei jedoch unbedingt darauf zu achten, dass der Aufforderung zur freiwilligen Angabe der Telefonnummer widersprochen werde, ansonsten werde auch hier ein Einfallstor für unliebsame Kontaktaufnahmen geschaffen. Das Gericht bietet den Eltern zum Ende der Verhandlung an, sich zum Zwecke der Stärkung ihrer Medienkompetenz an das Gericht zu wenden: Es würde über eine Liste mit für Eltern empfehlenswerten weitergehenden Informationen, Internetadressen sowie Büchern zu den Themen „Onlinenutzung durch Kinder und Jugendliche“, „digitale Medienerziehung“ sowie „Kinderschutz im Internet“ verfügen.

Die den Eltern in diesem Fall auferlegten Auflagen besäßen All-gemeingültigkeit, postuliert das Gericht: So sei es die Aufgabe besonnener und vernünftiger Eltern, die den Kindern netzfähige Handys überliefern, laufend sicherzustellen, dass sich die Kinder mit den möglichen Risiken und Gefahren auskennen und auf diese jeweils adäquat reagieren können.

AG Bad Hersfeld, Beschluss vom 22.07.2016 – AZ.: F 361/16 EASO

Erläuterungen:

Gerichtliche Maßnahmen bei Gefährdung des Kindeswohls – § 1666 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB):

„ § 1666 (1) Wird das körperliche, geistige oder seelische Wohl des Kindes oder sein Vermögen gefährdet und sind die Eltern nicht gewillt oder nicht in der Lage, die Gefahr abzuwenden, so hat das Familiengericht die Maßnahmen zu treffen, die zur Abwendung der Gefahr erforderlich sind.“

Aufsätze

Gaming und Recht – eine spielerische Annäherung zweier verschiedener Welten

So unterschiedlich die Stereotypen des Juristen und des Gamers auch sein mögen, ein Ineinanderwachsen der beiden Welten sei durch die Entwicklung der Computerspielebranche zu einer immensen wirtschaftlichen Größe unumstößlich. Daher zeigen die Autoren Schwiering und Zurel aktuelle urheber-, datenschutz- und jugendschutzrechtliche Aspekte auf. Der erste Themenschwerpunkt umfasst den Verkauf von gebrauchten digitalen Gütern (wie Software oder E-Books), Benutzerkonten und Produktschlüsseln. Eine der wesentlichen Fragestellungen sei in diesem Zusammenhang, ob der urheberrechtliche Erschöpfungsgrundsatz greife, der die Verkehrsfähigkeit von Waren sicherstellen soll (siehe Erläuterung). Die Autoren analysieren zudem Rechtsfragen, die im Zusammenhang mit sogenannten Let's Plays auftauchen (siehe Erläuterung). Aus jugendschutzrechtlicher Sicht sei Folgendes zu erörtern: Let's Plays unterfielen als Telemedien den Regelungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV), der insbesondere Verbreitungsverbote und -beschränkungen für jugendgefährdende Inhalte festlege (§§ 4, 5 JMStV Unzulässige und entwicklungsbeeinträchtigende Angebote). Hinzuweisen sei hier darauf, dass viele Anbieter von Videoplattformen, auf denen die Let's Plays hochgeladen würden, keine hinreichend sicheren Voraussetzungen für eine geschlossene Benutzergruppe bereitstellten, unzulässige Inhalte also für jedermann zugänglich seien. Die Autoren stellten des Weiteren klar, dass Let's Plays als Telemedien grundsätzlich keiner Alterskennzeichnungspflicht unterlägen. Etwas anderes könne sich jedoch aufgrund der Vermutungswirkung des § 5 Abs. 2 JMStV ergeben. „Danach wird bei Angeboten die Eignung zur Beeinträchtigung der Entwicklung im Sinne von Abs. 1 vermutet, wenn sie nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind. Dies gilt entsprechend für Angebote, die mit dem bewerteten Angebot im Wesentlichen inhaltsgleich sind.“ In der Rechtsliteratur sei jedoch umstritten, ob bei Let's Plays das Kriterium der wesentlichen Inhaltsgleichheit erfüllt sei. Die Autoren pflichten der Auffassung bei, die diese Gleichheit verneint. So fehle der interaktive Charakter des Spiels, und der meist enthaltene Audiokommentar müsse zu einer eigenständigen Bewertung führen.

Insgesamt, konstatieren die Autoren, böte die derzeitige Rechtslage bereits zahlreiche Anhaltspunkte zur Problemlösung, eine relative Rechtssicherheit bzgl. der aufgeworfenen urheber- und vertragsrechtlichen Fragen sei hingegen noch nicht vorhanden.

Erläuterung:

Erschöpfungsgrundsatz: Dieser Grundsatz betrifft die weitere Verbreitung von Werkstücken nach erstmaligem In-Verkehr-Bringen, d. h.: Sind mit Zustimmung des Urhebers Werke in den Verkehr gebracht worden, kann er hinterher nicht mehr bestimmen, welchen weiteren Weg die Werke nehmen (<http://anwal-t-im-netz.de/urheberrecht/erschoepfung.html>).

Let's Play: Bezeichnet das Vorführen und Kommentieren des Spielens eines Computerspiels. Meist wird dies ähnlich einem Screencast aufgenommen und auf Videoportalen hochgeladen.

Aufsatz: *Gaming & Recht – Zwei Bereiche wachsen zusammen! – Aktuelle Entwicklungen der Rechtslage und Diskussion*

Autoren: Sebastian Schwiering, RA und Partner bei Abedin & Schwiering; Burak Zurel, Student der Rechtswissenschaft an der Universität Köln

Quelle: MultiMedia und Recht (MMR), 2016, S. 440f.

Konkurrierende Alterskennzeichnungsverfahren im Rahmen der JMStV-Novelle

Der Autor Schwiddessen beleuchtet in seinem Beitrag insbesondere das im Rahmen der Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) angedachte „Durchwirkungsverfahren“ – mit diesem sollen Altersbewertungen von anerkannten JMStV-Selbstkontrollenrichtungen für die Auswertung auf DVD und Blu-Ray übernommen werden. Eingerichtet worden sei dieses Verfahren, um der bisherigen Ungleichbehandlung von Altersfreigaben nach dem Jugendschutzgesetz (JuSchG) und dem JMStV entgegenzutreten. Parallel dazu habe die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) ein vereinfachtes Prüfverfahren für TV-Produkte im Rahmen des JuSchG entwickelt. Für Medienunternehmen seien die neuen Verfahren vor allem unter den Gesichtspunkten der Kosten- und Zeitersparnis interessant. Schwiddessen weist hinsichtlich des Durchwirkungsverfahrens auf zahlreiche Fragestellungen hin, die insbesondere den Umfang und die Ausgestaltung der jeweiligen Übernahmeentscheidung – durch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die Obersten Landesjugendbehörden – betreffen. Klärungsbedürftig sei auch, welche Rechtsqualität die Bestätigungsentscheidung besitze. Der Autor favorisiert hier die Konstruktion, dass die zuständige Landesmedienanstalt gegenüber dem Antragsteller die Bestätigung der Altersfreigabe in Form eines Verwaltungsaktes erlässt, dabei aber an die Bestätigungsentscheidung der KJM gebunden ist. Weiterhin analysiert er die Fragestellung, ob die im Rahmen des Durchwirkungsverfahrens erlassenen Altersfreigaben Indizierungsschutz bieten. Schwiddessen beleuchtet anschließend die Frage, inwieweit einzelne Vorschriften des Durchwirkungsverfahrens verfassungswidrig seien. Die Verfassungswidrigkeit einzelner Passagen sei evident. Eine Nichtigkeitserklärung bereits erteilter Altersfreigaben durch das Bundesverfassungsgericht habe jedoch keine Auswirkung, hinzuweisen sei in diesem Zusammenhang auf die sogenannte Fortbestandsgarantie. Schließlich stellt Schwiddessen anschaulich die Vor- und Nachteile beider Verfahren gegenüber.

Aufsatz: *Konkurrierende Alterskennzeichnungsverfahren für TV-Produkte und Online-Angebote – Kosten- und Zeitersparnisse für die Wirtschaft?*

Autor: Sebastian Schwiddessen, RA im Bereich IT- und Medienrecht bei Baker & McKenzie, München

Quelle: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), 2016, S. 716f.

Meldungen und Notizen

Ultimate Fighting Championship (UFC) – wer geht k.o.?

Der Rechtsstreit, ob sogenannte Mixed-Martial-Arts-Formate (siehe Erläuterung) im deutschen Fernsehen verbreitet werden dürfen, geht in die nächste Runde. Zur Vorgeschichte: Im März 2010 hatte der Fernsehausschuss der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Genehmigung der Ausstrahlung von drei verschiedenen MMA-Formaten beim Sender SPORT1 (ehemals Deutsches Sportfernsehen) aufgehoben. Als Begründung der Aufhebungsentscheidung führte die BLM an: „Es sei festzustellen, dass die Ultimate Fighting-Sendungen ein hohes Gewaltpotenzial aufweisen, das explizit und detailliert in Szene gesetzt wird. Dass es ein festes Regelwerk für Mixed Martial Arts-Kämpfe gibt, wurde nie bestritten. Durch die mediale Aufbereitung des Gezeigten findet aber eine Gewaltbefürwortung statt. Das rudimentäre und dem Zuschauer nicht näher erläuterte Regelwerk vermittelt die Botschaft, dass auch Schläge legal sind, die den Gegner erheblich verletzen können. Dadurch ist eine verrohende und zur Gewalttätigkeit anreizende Wirkung, vor allem auf Jugendliche und junge Erwachsene, nicht auszuschließen.“

Gegen diese Entscheidung hatte die Zuffa, der Lizenzgeber für die Ausstrahlung dieser Kämpfe, vor dem Bayerischen Verwaltungsgericht München geklagt und gewonnen. So entschied das Verwaltungsgericht im Oktober 2014, die damalige Verpflichtung des Senders, besagte Formate gegen genehmigungsfähige zu ersetzen, sei aufzuheben: „[...] Außerdem sei kein Verstoß gegen das Sittlichkeitsgefühl bzw. keine jugendgefährdende Wirkung festzustellen. Das Vorbringen des Unternehmens Zuffa, wonach es sich bei Mixed Martial Arts um Sport handele, sei nachvollziehbar“. Damit will sich die BLM nicht zufriedengeben. So forderte der Medienrat den Präsidenten der BLM auf, „alle rechtlichen Möglichkeiten auszuschöpfen, um eine Aufhebung des verwaltungsgerichtlichen Urteils zu erreichen“. Diesem Ansinnen fühlte sich der Präsident verpflichtet und beantragte beim Bayerischen Verwaltungshof Zulassung der Berufung. Diesem Antrag wurde nun, im Juli 2016, stattgegeben und die BLM hat ihre Berufungsbegründung eingereicht. Es bleibt spannend, wie der „Kampf“ weiter ausgefochten wird. Auf Nachfrage des Kampfsport- und Athletikmagazins „GNP1“ habe die BLM auch UFC-Übertragungen auf Onlineportalen überprüft. Hier seien jedoch bislang keine Verstöße gegen jugendschutzrechtliche Bestimmungen festgestellt worden, da die Anbieter hinreichende Jugendschutzmaßnahmen ergriffen hätten.

Erläuterung:

Ultimate Fighting Championship (UFC): Ist eine US-amerikanische Mixed-Martial-Arts-Organisation. Sie ist der weltweit größte MMA-Veranstalter und Marktführer. Das Unternehmen gehört Zuffa LLC, einem US-amerikanischen Sportvertrieb mit Hauptsitz in Las Vegas, Nevada (https://de.wikipedia.org/wiki/Ultimate_Fighting_Championship). Mixed Martial Arts (dt.: Gemischte Kampfkünste, kurz MMA): Ist eine relativ moderne Art des Vollkontaktwettkampfes. Populär geworden ist MMA durch die Vergleichskämpfe im UFC der frühen 1990er-Jahre, bei dem Techniken aus verschiedenen Kampfsportarten angewendet werden (https://de.wikipedia.org/wiki/Mixed_Martial_Arts).

Quellen:

<https://www.gnp1.de/mma/ufc-news/news/blm-geht-gegen-verbotsaufhebung-in-berufung-hat-ufc-online-angebote-geprueft/> (letzter Zugriff: 23.09.2016)
<https://blmplus.de/ultimate-fighting-warum-es-zum-ausstrahlungsverbot-kam/> (letzter Zugriff: 23.09.2016)
<http://www.lto.de/recht/nachrichten/n/vg-muenchen-urteil-17-k-10-1438-ultimate-fighting-verbot-rechtswidrig/> (letzter Zugriff: 23.09.2016)

Schneller schlichten – Deutschland bekommt ein Medienschiedsgericht

Am 1. September 2016 hat das erste Deutsche Medienschiedsgericht (DMS) in Leipzig seinen Geschäftsbetrieb aufgenommen. Die Medienbranche befindet sich durch das Internet in einer „Revolution des Umbruchs“. So sei der Bedarf in der Branche groß, auch abseits von meist langjährigen Gerichtsverfahren über strittige Punkte zu verhandeln, erklärt der Initiator Dr. Fritz Jaeckel (Chef der Sächsischen Staatskanzlei) die Gründung des Instituts. Ab Januar 2017 würden die ersten Fälle vor dem DMS verhandelt, die Verfahren sollen maximal acht Monate dauern. Die Streitfälle betreffen z. B. Fragen zu Urheberrechten und Lizenzen. Im Zuge der Verschmelzung der Medien sei oftmals nicht hinreichend transparent, wer eigentlich Rechteinhaber sei, so Jaeckel. Angedacht seien die Verfahren grundsätzlich für Streitigkeiten zwischen Unternehmen, es sei jedoch nicht ausgeschlossen, dass auch einzelne Personen das Schiedsgericht anrufen können. Je nach Verhandlung würden drei, fünf oder sieben Richter auf der Richterbank Platz nehmen – insgesamt habe man bislang 21 Richterinnen und Richter für das DMS gewinnen können. Die ehrenamtlich Tätigen seien namhafte Universitätsangehörige sowie Persönlichkeiten aus der Wirtschaft und der anwaltlichen Praxis. Finanziert werde die Arbeit des Schiedsgerichts über die Kostenbeiträge der Streitparteien, die Richterinnen und Richter erhielten für ihre ehrenamtliche Tätigkeit eine Aufwandsentschädigung.

Quellen:

<http://www.flurfunk-dresden.de/2016/09/01/deutsches-medienschiedsgericht-nimmt-geschaeftsbetrieb-auf/> (letzter Zugriff: 23.09.2016)
<http://www.deutsches-medienschiedsgericht.de/dms/> (letzter Zugriff: 23.09.2016)
 epd medien aktuell, Nr. 169 a (vom 01.09.2016) (letzter Zugriff: 23.09.2016)

Ins Netz gegangen

Planet Schule

Schulfernsehen multimedial: www.planet-schule.de

Planet Schule, das klingt ein wenig nach Außerirdischen, nach Leben in einer anderen Welt, wie auf einem anderen Stern. So ganz zu leugnen ist dieser Eindruck im normalen Schulbetrieb auch nicht. Und wer diesen in sanften Blautönen gehaltenen Internetplaneten besucht, wird merken, dass tatsächlich einiges anders ist, aber im positiven Sinn. Planet Schule ist in einem jahrzehntelangen Prozess entstanden: In den 1970er-Jahren als Schulfernsehen an den Start gegangen, hat sich das Bildungsformat der beiden Fernsehprogramm-Anbieter SWR und WDR zu einer multimedialen Plattform entwickelt. Es gibt fast keine Medienform, die nicht berücksichtigt wird: Fernseh-, Internet-, Print-, CD- und DVD-Angebote werden zur Verfügung gestellt.

Basis ist der Onlineauftritt, der alle zur Verfügung stehenden Elemente bündelt und den Zugang zu ihnen strukturiert. Die Startseite von Planet Schule stellt gezielt die aktuellsten Inhalte und die hierzu jeweils verfügbaren Materialien ins Zentrum, im September/Oktober 2016 sind dies beispielsweise:

Der „Tag der Deutschen Einheit“ bündelt eine Reihe von Filmen zum „Leben im geteilten Berlin“ und mit O-Tönen von bedeutenden Autoren (Christa Wolf, Anna Seghers, Heiner Müller). Hinzu kommen ein Wissenspool z. B. zum „Alltag in der DDR“ und mit einem „Schwerpunkt Demokratie“ sowie der Bereich „Multimedia“ mit der „Chronologie des Mauerbaus“ und dem pfiffigen Spiel „Der Kanzlersimulator“ („Jetzt kannst Du es ausprobieren – virtuell und ohne Risiken und Nebenwirkungen... Mit dem ‚Kanzlersimulator‘ übernimmst Du für eine Legislaturperiode, also für vier Jahre, die Regierungsgeschäfte.“). Demokratische Prozesse werden erfahrbar gemacht, und zwar unterhaltsam und ernsthaft zugleich. Dies ist nur eine Auswahl aus weiteren Beiträgen und teilweise spielerisch-interaktiven Elementen, die möglichst ein (emotionales) Involviertsein in die Thematik – und kein isoliertes, abstraktes Faktenlernen – erreichen möchten. Ähnlich verhält es sich beim Thema „Menschen auf der Flucht nach Europa“: Der sehr eindringliche, 30-minütige Dokumentarfilm

Meine Flucht/My Escape wird bzw. wurde im Fernsehen gezeigt und ist über die Sendetermine hinaus online abrufbar. Verlinkt sind weitere Filme zur Flüchtlingsthematik, ein „Wissenspool“ zu *Seeking Refuge/Zuflucht gesucht* und ein „Schwerpunkt Migration“, der u. a. auf Angebote wie „Deutsch lernen“ oder zu „Leben in Deutschland“ verweist. Wie auch zum „Tag der Deutschen Einheit“ wird der Anschluss an die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler gesucht. Dies geschieht manchmal realistisch-dokumentarisch und ausführlich (*Meine Flucht/My Escape*), manchmal kunstvoll (*Zuflucht gesucht*, fünf animierte Filme von je ca. fünf Minuten), manchmal eher faktenorientiert („Staat klar“ über das politische System der Bundesrepublik) und manchmal eher spielerisch („2 durch Deutschland“). Es sind aber nicht nur gesellschaftspolitische Themen, die bei Planet Schule behandelt werden. Das Menü erlaubt es, sich unter dem Punkt „Fächer“ einen schnellen Überblick zu verschaffen. Von Arbeitslehre über Biologie (z. B. „40 Wochen – Von der

Keimzelle zum Kind“), Chemie (z. B. „Plastik – Fluch oder Segen?“), Physik (z. B. „Achtung! Experiment“) bis WZG (Welt – Zeit und Gesellschaft) werden insgesamt 48 Fächer bzw. fächerähnliche Rubriken zur Auswahl aufgelistet.

Der Zugang zu den Inhalten bzw. Themen ist auch über die Menüpunkte „Filme online“, „Wissenspool“, „Multimedia“ und „Schwerpunkte“ möglich. Diese Bezeichnungen signalisieren zugleich, dass der Akzent in dem jeweiligen Bereich auf einer bestimmten medialen Aufbereitung (Film, Multimedia) oder einer besonderen thematischen Tiefe bzw. Vielfalt liegt (Wissenspool, Schwerpunkte). So kann eine Auswahl nicht nur thematisch, sondern auch über die Art des gewünschten (medialen) Zugangs oder die Intensität der Beschäftigung vorgenommen werden.

Einen – auch farblich abgegrenzten – eigenen Bereich bildet die „Grundschule“. Vor sand(kasten)farbenem Hintergrund nimmt „der kleine Philosoph Knietsche“ die Seitenbesucher in Empfang. Die Rubriken sind ähnlich untergliedert wie auf der schon an-

gesprochenen Fächerebene (z. B. Sprachen, Mensch und Natur, Technik und Experimente, Gesellschaft, Wirtschaft, Kunst und Musik, Religion und Ethik). Als altersgruppengerechte Ergänzung gibt es z. B. eine Reihe von Bastelanleitungen, denn: „Denken und Spaß gehören zusammen! Hier laden Knietsche und seine Freunde zum Spielen, Malen und Basteln ein.“ Eine übergeordnete Bedeutung im gesamten Onlineauftritt hat „Medienbildung“ bzw. „Medienkompetenz“: „Nur durch eigene Erfahrungen im Umgang mit den Medien, dem Wissen, wie Medien gemacht werden, welchen Nutzen sie haben und wie sie auch verführen und manipulieren, können Kinder ‚kompetent‘ werden. [...] Die Angebote von Planet Schule wollen lebensweltliche Erfahrungen jenseits des Computers nicht ersetzen, sondern unterstützen. Sie verstehen sich als Starthilfe für eine lebenslange, lernende, neugierige Auseinandersetzung mit der Welt – der virtuellen ebenso, wie der realen.“ Besondere Bedeutung hat in diesem Kontext natürlich die Schulung des Umgangs mit dem Internet.

Ein weiterer Schwerpunkt von Planet Schule ist in diesem Zusammenhang das Fortbildungsangebot für Lehrkräfte, das hilft, einen mediengestützten Unterricht in die Praxis umzusetzen. Der Kontakt der Referenten von SWR und WDR mit den schulischen Einrichtungen garantiert zugleich einen dauernden Rückfluss an Informationen über Bedarf und Praxistauglichkeit der Materialien von Planet Schule.

Zielgruppe von Planet Schule sind zunächst natürlich die Schülerinnen und Schüler aller Schultypen und Altersgruppen sowie Lehrkräfte im Sendegebiet von SWR und WDR – letztendlich aber alle, die sich von einer besonderen Art der Aufbereitung bzw. Präsentation der Themen angesprochen fühlen. Medienvielfalt, die Nutzbarkeit auf fast allen Endgeräten sowie wöchentliche Aktualisierungen und Neuveröffentlichungen machen Planet Schule zu einem zeitgemäßen, beispielgebenden Allroundangebot im (Schul-) Bildungsbereich.

Dr. Olaf Selg

Kurz notiert 04/2016

In eigener Sache:

tv diskurs mit neuem Onlineangebot

In ihrem 20. Jahr erweitert die Medienfachzeitschrift *tv diskurs* ihre Präsenz im Internet. Bisher war der Onlineauftritt der Zeitschrift in der Webseite der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) integriert. Von nun an bietet tvdiskurs.de neben den Downloads der Printversionen auch exklusive Onlinebeiträge.

In der Rubrik „Webklusiv“ erscheinen Artikel, Interviews oder Berichte, die nur für die Onlineversion verfasst werden. „Als die erste Ausgabe der *tv diskurs* erschien, befanden wir uns noch in der gemütlichen Zeit analoger Medien. Bei der Geschwindigkeit, mit der sich heute Inhalte und Techniken verändern, wirkt ein Heft, das alle drei Monate erscheint, nahezu antiquiert“, so Chefredakteur Joachim von Gottberg. „Mit dem neuen Onlineangebot bieten wir viel mehr Service: Ausgewählte Beiträge stehen auch als Audiodatei zur Verfügung, manche Interviews können sogar im Original angehört werden. Das Wichtigste aber: Bei Bedarf können wir schnell auf aktuelle Ereignisse reagieren und müssen nicht bis zur nächsten Ausgabe warten“, so Joachim von Gottberg weiter. Außerdem ermögliche die Verknüpfung mit Social-Media-Kanälen eine größere und schnellere Verbreitung der Inhalte und erleichtere die direkte Rückmeldung der Leserschaft.

Wer *tv diskurs* bisher als Lektüre im Zug oder im Flugzeug dabei hatte, muss darauf auch in Zukunft nicht verzichten. Die Printausgabe wird weiterhin wie gewohnt viermal im Jahr erscheinen.

Weitere Informationen:
www.tvdiskurs.de

medien impuls zu Virtual Reality am 24. November 2016

Das Phänomen „Virtual Reality“ (VR) ist nicht ganz neu und wird bereits seit längerem in Computerspielen eingesetzt und immer weiter verfeinert. Die Einsatzmöglichkeiten sind schier unbegrenzt. So kann VR z. B. in der psychotherapeutischen Konfrontationstherapie angewendet werden, indem man angstbesetzte Situationen simuliert. Oder wir können uns fast real durch fremde Städte, Bauwerke oder Messen bewegen. Auch in Dokumentationen kann uns eine fremde Welt fast so nahegebracht werden, als würden wir uns selbst in ihr bewegen.

medien impuls gibt einen Überblick über den gegenwärtigen Stand der Technik sowie über die Inhalte, die heute oder in naher Zukunft produziert werden oder zu erwarten sind. Wird VR eines Tages zum Anwendungsstandard oder bleibt sie auf bestimmte Bereiche beschränkt? Und wie wird die Verstärkung der Realitätssuggestion unsere Verstehensfähigkeit verändern? Können wir uns von dieser perfekten Illusion noch distanzieren und sie als audiovisuelle Vorführung von unserer Wirklichkeit unterscheiden? Diese und weitere Fragen stehen im Zentrum der Veranstaltung.

Weitere Informationen:
www.fsf.de

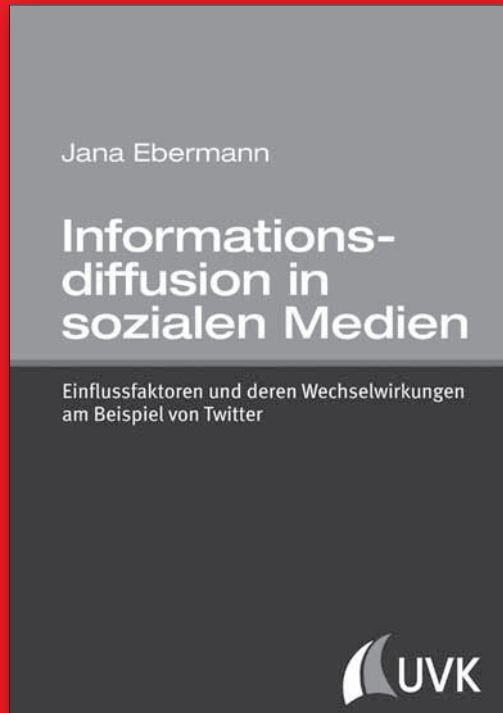
Medienprojekt Wuppertal gewinnt Young Europe Award 2016

Das Land Nordrhein-Westfalen und die Landesarbeitsgemeinschaft Kulturpädagogische Dienste/Jugendkunstschulen NRW e. V. (LKD) zeichnen herausragende und modellbildende Kulturprojekte von und mit Kindern und Jugendlichen aus, die inhaltlich oder durch grenzüberschreitende Zusammenarbeit europäische Themen ästhetisch erfassbar machen. Die Fachjury wählte aus insgesamt 241 Bewerbungen aller Kunstsparten die sechs Preisträger 2016 aus. Das Medienprojekt Wuppertal erhielt für das Projekt „Hin und weg – Eine Filmreihe über Flucht und ihre Folgen“ einen der zwei mit je 2.500,00 Euro dotierten 1. Preise zur Investition in die kulturpädagogische Praxis.

Dieses Filmprojekt läuft auch zukünftig weiter. Die nächste Filmaufführung mit acht weiteren Filmen zum Thema „Flucht und Folgen“ findet am 22. November 2016 in Wuppertal statt.

Weitere Informationen:
www.medienprojekt-wuppertal.de

DIFFUSION DURCH SOZIALE MEDIEN



Jana Ebermann
Informationsdiffusion in sozialen Medien
Einflussfaktoren und deren Wechselwirkungen
am Beispiel von Twitter
11.2016, 382 Seiten, 180 s/w Abb., Hardcover
ISBN 978-3-86764-658-1

Wie verbreiten sich Informationen in sozialen Medien? Die bestehenden Theorien und empirischen Arbeiten zu diesem Thema liefern diverse Erklärungen für die Weiterleitungsmechanismen, fokussieren allerdings häufig lediglich die strukturellen Merkmale der Netzwerke und vernachlässigen inhaltliche Aspekte sowie die Wechselwirkungen zwischen den identifizierten Einflussfaktoren. Beide Problematiken greift die vorliegende Arbeit auf und belegt anhand eines Experiments, welches das Kommunikationsportal Twitter simulierte, die Relevanz einer differenzierten Betrachtungsweise aller Faktoren und Wechselwirkungen zueinander unter Einbezug des Inhalts in Form des Nachrichtenwerts.

Jana Ebermann ist Soziologin und wurde mit der vorliegenden Arbeit aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft an der Universität St. Gallen promoviert.

Filmquiz

Aus welchem Film stammt dieses Zitat?

„Es reibt sich die Haut mit der Lotion ein.“

- A *Pulp Fiction* (1994)
- B *Das Schweigen der Lämmer* (1991)
- C *Einer flog über das Kuckucksnest* (1975)
- D *Alles steht Kopf* (2015)
- E *Er ist wieder da* (2015)

Seite 4 ff.	Abbildungsnachweis: Geflüchtete Jugendliche und das Medium Film Tagungsfoto: DIF/Sabine Imhof <i>Das Mädchen Wadjda</i> : Razor Film/Koch Media GmbH
Seite 8	Mediale Geschichtsvermittlung Tagungsfoto: Eduard Beitinger
Seite 10	Filmfreigaben im Vergleich <i>The Neon Demon</i> : 24 Bilder Filmagentur <i>Suicide Squad</i> : © 2016 Warner Bros. Ent. <i>Ghostbusters (2016)</i> : © 2016 Sony Pictures Releasing GmbH <i>Lights Out</i> : © 2016 Warner Bros. Ent. <i>Mike and Dave Need Wedding Dates</i> : © 2016 20th Century Fox <i>Bad Moms</i> : TOBIS Film GmbH <i>Nerve</i> : Studiocanal Filmverleih <i>Captain Fantastic: Einmal Wildnis und zurück</i> : Universum Film GmbH <i>Bastille Day</i> : Studiocanal Filmverleih <i>Jason Bourne</i> : Universal Pictures International Germany GmbH <i>Star Trek: Beyond</i> : Paramount Pictures Germany GmbH <i>BFG: Big Friendly Giant</i> : © 2016 Constantin Film Verleih GmbH
Seite 13	„Dass ein Algorithmus sich nicht verrechnet heißt nicht, dass er immer recht hat!“ Prof. Dr. Katharina Zweig; Sandra Hermannsen
Seite 21	Big Data als Herausforderung für die Medienpädagogik <i>Hi, this is Peter!</i> : mobile clip festival
Seite 22	Titel Polizist in Brüssel, 2016: picture alliance/dpa
Seite 25	„So wenig berichten wie möglich!“ Dr. Georg Pieper; Philip Treutel
Seite 35	Zwischen den Fronten Prof. Dr. Stephan Weichert; Jörg Müller
Seite 45	„Propaganda bedarf der Einordnung“ Yassin Musharbash; DIE ZEIT. Moritz Küstner
Seite 60	Das Porträt: Jens Eder Prof. Dr. Jens Eder; Privat
Seite 67	Von FKK-Heften bis Rechtsradikalismus im Internet Elke Monssen-Engberding; Privat
Seite 72 ff.	Neue Blickwinkel auf den deutschen Film <i>Verfluchte Liebe deutscher Film</i> : Augustin Film KG <i>Zeigen was man liebt</i> : Internationale Münchner Filmwochen GmbH
Seite 77 ff.	Die Stimme der anderen Benjamin Völz; Nicola Ruebenberg
Seite 82	„Jugendschutz ist kein Elternschutz!“ Benedikt Hommann; Nancy Weinhold



Ausgewählte Beiträge finden Sie auch in unserem Podcast:
fsf.de/publikationen/podcasts

Impressum:

tv diskurs

Verantwortung in audiovisuellen Medien wird herausgegeben von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)
Am Karlsbad 11
10785 Berlin
Tel.: 0 30 / 23 08 36-0
Fax: 0 30 / 23 08 36-70
E-Mail: tvdiskurs@fsf.de
www.fsf.de

Bezugspreis:

Einzelheft: 24,00 Euro
(inkl. MwSt. und Versandkosten innerhalb Deutschlands)
ISSN 1433-9439
ISBN 978-3-86764-762-5
Zu beziehen über die
UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstraße 24
78462 Konstanz
Tel.: 0 75 31 / 90 53 0
Fax: 0 75 31 / 90 53 98
E-Mail: willkommen@uvk.de
www.uvk.de

Bei Änderung Ihrer Bezugsadresse senden Sie bitte eine E-Mail an tvdiskurs@fsf.de.

Chefredaktion:

Prof. Joachim von Gottberg
(V.i. S. d. P.)

Redaktion:

Karin Dirks
Camilla Graubner
Prof. Dr. Lothar Mikos (Literatur)
Simone Neteler
Anke Soergel (Recht)
Barbara Weinert

Unter Mitarbeit von:

Christian Kitter

Gestaltung:

Alexandra Zöllner, Berlin

Druck:

BVD Druck + Verlag AG
Schaan, Liechtenstein
www.bvd.li

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

Autoren dieser Ausgabe:

Prof. Dr. Britta Bannenberg
Hon.-Prof. Dr. Werner C. Barg
Susanne Bergmann
Dr. Uwe Breitenborn
Niels Brüggem
Jens Dehn
Dr. Susanne Eichner
Klaus-Dieter Felsmann
Dr. Lena Frischlich
Tilmann P. Gangloff
Dr. Alexander Grau
Dr. Daniel Hajok
Dr. habil. Gerd Hallenberger
Sonja Hartl
Vera Linß
Prof. Dr. Lothar Mikos
Alexander Ritzmann
Prof. Dr. Clemens Schwender
Dr. Olaf Selg
Prof. Dr. Marcus Stiglegger

Wir danken Elke Monssen-Engberding,
Prof. Dr. Katharina Zweig, Benedikt Hommann,
Yassin Musharbash, Dr. Georg Pieper,
Benjamin Völz und Prof. Dr. Stephan Weichert
für ihre Gesprächsbereitschaft.

