

Mike Große-Loheide: Macht Fernsehen schlau und sozialkompetent?

Einstelldatum: 12.08.09

Da haben es vor allem, die jugendlichen Zuschauer schwer. Gucken sie zuviel, werden sie schlechter in der Schule, wollen sie gute Sendungen sehen, müssen sie klug auswählen. Aus der Glücksforschung wissen wir, dass auch das beste Menü bei Wiederholung an Attraktivität verliert, also immer nur Maus und Kika gucken, wird auch langweilig. Was also tun?

Mein Sohn, der hinsichtlich Vielnutzer von Medien zur gefährdeten Gruppe junger Männer gehört, hat in seiner Clique für Problemstellungen dieser Art, eine interessante Beruhigung gefunden, die da lautet: „Komplett überbewertet!“. Anders gesagt, bedeute das: Macht Euch, Ihr Erwachsenen, nicht um Dinge sorgen, deren Gefahrenpotential gering ist, von denen ihr nichts versteht und die unter Jugendlichen einfach dazu gehören. Muss Fernsehen überhaupt schlau und sozialkompetent machen?

Quote anstelle von Medienkritik

Über die Rolle der Medien und insbesondere des Fernsehens zu diskutieren, wäre eine reizvolle Aufgabe, gerade auch unter der genannten Fragestellung. Das soll hier nur kurz anklingen. Fernsehmacher verweisen in der Regel auf den Unterhaltungscharakter, den Informationsauftrag und ein professionelles Anliegen hinsichtlich der Machart. Belegt wird der jeweilige Erfolg mit der Zuschauerquote. Das eingeschaltete Fernsehgerät ist die Währung für die Qualität von Sendungen. Diese Tatsache erklärt vielleicht auch das im Allgemeinen vernehmbare Unbehagen vieler Zuschauer über das Programmangebot. Weiter erklärt sie den Versuch, sich durch Zappen ein interessanteres Programm mehrerer Sender zusammen zu stellen. Eine qualifizierte und professionelle Fernsehkritik, die, analog zur Stiftung Warentest, von einer Stiftung Medientest ausgeübt werden könnte, wie sie Prof. Jarren 2002 einmal ins Gespräch brachte, existiert nicht. (So kann es passieren, dass z.B. die interne Auswertung der Tagesthemen herausfindet, dass der Beitrag, der um 22:30 Uhr lief, besonders herausragte, denn die Quote schwoll an. Allerdings wurde nicht nachgeforscht, ob zu der Zeit eine

Werbeunterbrechung oder das Ende einer Sendung auf einem anderen Kanal erfolgt war.)

Neben der Quote bestimmt der vermutete Informationswert die Programmauswahl. Wenn z.B. ein Busunfall passiert ist, wird in den folgenden Wochen Medien- und Programm übergreifend berichtet, in Gesprächsrunden diskutiert, werden Zeugen aufgetrieben oder Passanten in Fußgängerzonen befragt und der Deutschlandtrend in Bewegung gesetzt. Oder während der Olympischen Spiele befragte Frau Miosga in den Tagesthemen Herrn Reich-Ranicki nach seiner Einschätzung zu den Spielen. Seine Antwort war sinngemäß, dass er es mangels Wissen nicht beantworten könne. Eine viel zu selten gemachte Äußerung. Apropos Wissen: Wie viele Zuschauer wissen, dass die Fernsehköche von Herrn Kerner, dreimal am Tag hintereinander kochen, „Wer wird Millionär?“ aufgezeichnet ist und die „Super-Nanny“ von Sozialarbeitern nicht Ernst genommen wird?

Medienverwahrlosung

Herr Pfeifer vom KFN beklagt in seinen Vorträgen die „Medienverwahrlosung“ von Jugendlichen, die unbeaufsichtigt vor den Glotzen versacken. Er bzw. das KFN belegt ihre Verdummung mit der Löschungsthese, die besagt, dass das zuvor erworbene Wissen in der Schule, nicht gefestigt wird, weil die Jugendlichen statt Hausaufgaben zu machen, in die Glotze schauen. Er beklagt dies vor allem für MigrantInnen, die wie wir wissen unter Jugendlichen fast die Hälfte ausmachen. Er sagt nichts darüber, dass in den meisten Herkunftsländern keine Hausaufgaben bekannt sind. Er zieht gegen gewalthaltige Inhalte zu Felde und verschweigt, dass klischeehaltige Sendungen Vorurteile bedienen, die null Interesse bei den genannten Jugendlichen hervorrufen. Und schließlich: die Quote wird gar nicht hinsichtlich Migrationshintergründen erhoben, d.h. die Programmacher ignorieren eine gesellschaftliche Entwicklung, die selbst die Politiker inzwischen nicht mehr übersehen können. „Medienverwahrlosung“ ließe sich also durch aus mit Blick auf die Programme und ihre Funktion anders interpretieren. Wie könnten Kinder und Jugendlichen der Verwahrlosung vor dem Fernseher sitzend entgehen? Oder können sie nur dick, dumm oder gewalttätig werden wie es z.B. der Hirnforscher Spitzer anmerkt?

Das bei „Hart aber fair“ abgelegte und empfohlene Bekenntnis des Kinderpsychiaters Bergmann, er sähe mit seinen Kindern Sendungen gemeinsam an, um mit ihnen dann zu diskutieren, ist für ihn sicherlich geeignet, für bestimmte Kulturen aber nicht nur undenkbar, sondern auch schlicht nicht ratsam. Ob da Kindesmissbrauch vorliegen könnte, wie in der Sendung der „Journalist“ Henrik M. Broder zynisch anmerkte, verweist auf die Qualität der hier öffentlich-rechtlichen Diskussionen über die Faszination von Sendungen wie DSDS.

Sender wie z.B. MTV legen Wert darauf, dass sich ihr Programm an die jugendliche Zielgruppe richtet und ausdrücklich nicht an die Eltern. Deren Zustimmung ist nicht erwünscht. D.h. Provokationen zielen auch auf die Altersgruppe der Erziehenden, Forschenden und Meinungsmacher. Kein Wunder, dass der Ruf von Sendungen wie „Pimp my ride“, „Jackass“ etc. schlecht ist. Möglicherweise ist aber allein das ein Erfolg bei Jugendlichen. Protest eint häufig diejenigen einer Generation, die sich später gar nicht mehr viel zu sagen haben. Aber er ist ein Steinchen in der Identitätsbildung.

Kommen wir also zu den Jugendlichen. Die Fragestellung zielt ja in erster Linie auf sie ab. Was macht sie also schlau und sozialkompetent, insbesondere vor dem Hintergrund einer Medien- bzw. hier Fernsehgesellschaft. Antwort: Alles was sie befähigt, das Angebotene zu beurteilen oder um ein Willy-Brandt-Wort etwas umzuwandeln: Alles, was sie nicht für dumm verkauft. Was müsste also geschehen, um diesen Anspruch zu erfüllen? Denn er ist bei weitem nicht erfüllt.

Orientierung in Medienwelten

Im Fernsehprogramm fanden sich schon immer Ratgebersendungen. Hinzu gekommen sind Wissenssendungen wie „Wissen macht Ah“, „Gallileo“ etc., Reality-Formate vom „Notruf“ über „Big Brother“ bis Gerichtsshows, Doku Soaps aus dem Zoo und fiktionale (Serien)-Angebote, in denen Themen platziert werden, und die als „Entertainment Education“ (EE) bezeichnet werden können.

Insbesondere Gesundheits- und Lebensstilfragen werden hier aufgegriffen. Sie, EE-Angebote, sollen genutzt werden, um über die Einschaltquote Einfluss zu nehmen auf die Haltungen der Zuschauer. Diese Sendungen gehen davon aus,

dass der Rezipient auch beim Fernsehen lernen kann. Hier wird Lernen als ein aktiver Vorgang betrachtet, der Bedeutung konstruiert. Je nach Relevanz des Themas und der Anschlussmöglichkeit an die eigenen Lebenswelten tritt ein Interaktionsprozess zwischen den Inszenierungen im Fernsehen und dem Zuschauer in Kraft. Die Figuren oder Charaktere repräsentieren positive oder negative Modelle und bieten transitionale Rollen an, die sich verändern und Identifikationsmöglichkeiten parat halten. Probleme z.B. mit Alkohol sollen so thematisiert, Auswege aufgezeigt und Mut gemacht werden, sie im entsprechenden Fall zu beschreiten. Formate dieser Art bieten Orientierung und werden wie eine Studie am Hans-Bredow-Institut zeigte als informativ von den jugendlichen Rezipienten eingeschätzt.

Daneben gibt es Sendeformate, die mit Tabubrüchen spielen. Dazu zählen „Big Brother“, wo je nach Lesart Voyeurismus, Intimität und Schamgefühle bedient oder verletzt werden oder „Jackass“, in denen Grenzen überschritten werden und dem Zuschauer im Wortsinne deutlich gemacht wird, dass das Lachen im Halse stecken bleiben kann. Hier stehen sicherlich Provokation und Härte gegen sich selbst als Unterhaltung, auch als Schadenfreude und der Abgrenzung gegenüber anderen im Vordergrund. Über ihre sozialpädagogischen Folgen ließe sich angeregt spekulieren. Was es mit den Zuschauenden macht und welche Ideen sie damit verbinden, wäre aber auch eine spannende medienpädagogische Frage, der man in Projekten nachgehen sollte. Gegenwärtig muss sich der Interessierte mit Youtube-Beiträgen begnügen, in denen z.B. ironische Beiträge zu „Pimp my ride“ von Laien zu finden sind.

Modelllernen realisiert sich erst in der Reflexion und Kommunikation mit anderen. Überwiegend finden diese Prozesse zwischen Peers statt, die sich über das Gesehene austauschen. Auf diese Weise bilden sich Szenen und Gemeinschaften, die real oder auch virtuell z.B. in Internetforen vorkommen. Warum greifen Bildungsinstitutionen vor allem Schulen solche Themen nicht auf? Sie könnten den Jugendlichen ein Forum bieten, das sie kritikfähiger macht, auf die Kulturtechnik Medienkompetenz im weitesten Sinne vorbereitet, auf Kreativität setzt und Spaß macht. Wie schön, wenn Schüler gern in die Schule kommen und sie Disziplin aus sich selbst heraus entwickeln, weil sie lernen, dass man zum Drehbeginn pünktlich sein muss. Wie lange kann und will sich die Gesellschaft den Verzicht darauf noch leisten?

Hinzu kommt eine weitere Überlegung, die insbesondere Personen betrifft, die exzessiv Medien nutzen. Gegenwärtig wird die Debatte um „Mediensucht“ am Beispiel der Computerspiele geführt. Zwar hat es immer schon kritische Stimmen gegeben, die Fernsehsucht beklagten, aber bald verhallten. In dieser Diskussion ist neu, dass es in Beratungsstellen Anfragen gibt und Probleme geschildert werden, die über den Mediengebrauch hinaus, soziale und körperliche Folgen für die Person selbst und die nähere Umgebung haben. Sicherlich hat es auch zu tun damit, dass die Spiele von der Interaktion mit und in den Welten leben. Die Belohnungen werden unmittelbarer spürbar für den Nutzer und daher ist die Bindung höher und das Rauscherleben intensiver. Für das Fernsehen gilt diese Art der Intensität nicht. Hier gibt es höchstens die Beziehungsidee, die dem Rezipienten die Illusion vorgaukelt, er oder sie würde den Star wirklich kennen oder jede/r könne ein Superstar werden. Die daraus folgenden Probleme werden aber geringer eingeschätzt, insbesondere auch von Eltern und Erziehenden, die diese Welten auch aus eigener Erfahrung kennen, die Auswirkungen besser beurteilen und daher auch Regeln aufstellen können als dies bei den neuen Onlinespielen der Fall ist.

Die meisten Sendungen werden von einer kritischen Öffentlichkeit begleitet, die die Boulevardisierung und Skandalisierung beklagt, die negativen Folgen von oberflächlichen Schönheitsidealen und „Utopischen Körper“ (David B. Morris, „Krankheit und Kultur“) betont und die Kommerzialisierung sozialer Themen kritisiert. In der öffentlichen Erziehung werden diese Medienwelten eher als störend empfunden und weitgehend ignoriert. Sie sind unter Umständen Gegenstand von Jugendmedienschutzdebatten mit der Folge, dass Sendungen wie Jackass erst nach 23 Uhr ausgestrahlt werden dürfen. Was könnte und sollte darüber hinaus geschehen?

Bilder haben Macht

Zunächst einmal müsste in allen gesellschaftlichen und meinungsbildenden Bereichen klar werden, dass der „Iconic Turn“ alle Lebensbereiche durchdrungen hat. Normen und Werte, Handlungsräume, Partizipationsmöglichkeiten, Kreativitätsprojekte, Bildung und Nachwuchsförderung, Schönheitsideale und Wellnessformate sind medial und bildlich vermittelt. Sie durchdringen den Alltag und in ihnen wachsen Menschen

auf. Ohne bildgebende Verfahren würde z.B. die Hirnforschung überhaupt nicht zur Kenntnis genommen. Das einige der populären Vertreter vorm Bildschirm warnen ist daher kaum nachvollziehbar. Es sei denn, auch sie sind ein Opfer der fehlenden Medienbildung.

Wir wissen, dass das was man sieht, nicht das ist, was es ist. Den Reiz des Subtextes besser der Montage in einem Film hat Billy Wilder einmal so formuliert: Der Zuschauer weiß mehr als der Akteur, der Regisseur mehr als der Zuschauer. Es geht also um Spannung, Bedeutung und Inszenierung. Insbesondere Jugendliche mögen Abwechslung, lernen gern Neues, sind kreativ und wollen wissen, wie etwas geht, besser funktioniert. Sie sind voll mit Bildern, aus der Erinnerung, ihren Träumen, ihren Erlebnissen und den medialen Aufbereitungen ihrer Themen. Sie werden schlau und sozialkompetent, wenn sie selbst etwas zu den Programmströmen beitragen können. Fatih Akin, Hamburger Regisseur, hat es einmal so formuliert: Den Bildermüll in seinem Kopf aufzuräumen, habe ihn besonders motiviert, Filmregisseur zu werden.

In Medienprojekten handelt es sich vor allem um ästhetische Kategorien, die angewendet werden und die den Jugendlichen, ihren Vorstellungen und Gefühlen Ausdruck verleihen. Ein Handwerk, das erlernbar ist und hinter die Kulissen schauen lässt, das Unbehagen in Begriffen fasst. Um Fernsehen schlau und sozialkompetent beurteilen zu können, braucht es Medienkompetenz. Und insbesondere gilt dies für diejenigen, um die sich Herr Pfeiffer u.a. Sorgen machen. Es reicht nicht aus, Glotzen zu können und zu wissen, wo der „Aus“-knopf ist. Sondern es geht darum, das Gesehene einordnen zu können, die Programmströme zu unterscheiden, der Faszination auch mal auszuweichen, den Film der eigenen Geschichte drehen zu dürfen und auch mal auf die gesamten Fernsehangebote verzichten zu können. Denn: Das meiste ist sowieso „Komplett überbewertet!“.