

26

12. Dezember 2006

medien heft

Im Spiegelgarten der Jugend

Editorial

Jugendliche sind auf der Suche nach ihrem Selbst. Und diese Entwicklungsaufgabe ist in der Multioptionengesellschaft nicht unbedingt einfach, denn das Spektrum an möglichen Selbstentwürfen ist unüberblickbar geworden. Keine Frage nutzen Jugendliche alle Ressourcen, die sich ihnen zur Selbstfindung darbieten, nicht zuletzt die Medien. Da schillert ein Jugendkult in allen Facetten und bietet eine Vielzahl von Identifikationsflächen an. Entwürfe können adaptiert, verändert und wieder verworfen werden. Gleichzeitig wird das Bild der Jugend – vielfach gebrochen und verzerrt – einer gesellschaftlichen Betrachtung unterzogen. Was also sehen Jugendliche im Spiegelgarten der Medien und was werfen sie zurück? Der Anspruch, wie die Jugend zu sein habe, wird von Generation zu Generation weiter gereicht. Das Urteil fällt selten positiv aus und steht mit dem jugendlichen Selbstbild im Kontrast. In einer von Medien durchdrungenen Gesellschaft wird auch diese Verhandlung von Jugend zunehmend in und über die Medien geführt. Welche Medien wollen wir für die Jugend und welche Jugend wollen wir in den Medien sehen? Idealisierungen konkurrieren mit Negativfolien und erheben Anspruch auf Geltung. Nicht immer sind Selbstentwürfe glücklich gewählt und Elternhaus, Schule oder Peergroups halten den Spiegel vor. Schliesslich müssen Entwürfe nicht nur vor sich selbst, sondern auch vor den anderen bestehen. Erst in einem fragilen Balanceakt zwischen Abgrenzung und Integration kann der Selbstentwurf gelingen. Sozialisation und Selbstfindung sind massgeblich soziale Prozesse, die Jugendliche nicht alleine schaffen. Die Interaktion mit den Medien reicht da nicht aus. Im Gegenteil brauchen Jugendliche darin Begleitung. Riskieren wir also hin und wieder einen Blick in das Kaleidoskop der Jugend.

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

medien heft

Inhalt:

Wissen.net

Neue Medien unterlaufen alte Schulmodelle

Anita Gertiser

Seite 7

Neue Medien – neue Kompetenzen

Jugendliche brauchen den Durchblick

Daniele Lenzo

Seite 12

"Ich bin im Fernsehen, also bin ich"

Identitätskonstruktion im Music-Star-Format

Charles Martig

Seite 16

Scharf beobachtete Flips

Die Jungs mit den Skateboards und der Kamera

Urs Meier

Seite 20

Happy Slapping

Oder ist nur wirklich, was dokumentiert ist?

Hans Durrer

Seite 22

Jugendschutz bei Computer- und Videospiele

Zur Selbstkontrolle Pan European Game Information PEGI

Branchenverband SIEA

Seite 28

Das Spiel mit der Gewalt

Reiz und Reaktion einer hitzigen Debatte

Interview mit Guido Haus

Seite 33

medien heft

Anfangs des 20. Jahrhunderts war der Film ein neues Medium, und mit ihm ging die Besorgnis einher, dass er einen schädlichen Einfluss auf die Jugend haben könnte. Die Besorgnis wich jedoch bald einer moderateren Haltung und es stellte sich die Frage, wie das neue Medium für die Schule genutzt werden kann. Der Schul- und Lehrfilm war geboren. Plötzlich schätzte man das Potenzial des Films, Abläufe und abstrakte Zusammenhänge sinnlich vor Augen zu führen. Interessanterweise ging mit der Entwicklung des Schulfilms auch eine Disziplinierung des Mediums einher, wie die Filmwissenschaftlerin Anita Gertiser in ihrem Beitrag aufzeigt: Die eigentliche Stärke des Films, Erfahrungen über Bildfolgen zu ermöglichen, wurde durch die Fragmentierung in Sequenzen gebrochen. Es bedurfte noch immer der Autorität des Lehrers, um Zusammenhänge herzustellen und Beobachtungen zu erläutern. Der Film konnte die Lehrperson als wissensvermittelnde Instanz nicht konkurrenzieren. Anders verhält es sich mit den neuen Medien des 21. Jahrhunderts: Insbesondere das Internet mit seinen Suchmaschinen gibt einen ungeordneten Zugriff auf Informationen frei. Mit der Integration der neuen digitalen Medien in die Schule werden somit auch alte Schulmodelle unterlaufen. Statt Wissensvorgabe steht nun die erfolgreiche Wissenssuche und -auswertung im Vordergrund. Wie gut es den Schulen gelingt, auf diese mediale Herausforderung zu reagieren, bleibt abzuwarten.

Neue Medien verlangen nach neuen Kompetenzen, und diese müssen erworben werden. Eigentümlicherweise zeigen sich Jugendliche in der Aneignung neuer Technologien vielfach gewandter als Erwachsene, denn sie nutzen ihre jugendliche Neugier für eine spielerische Auseinandersetzung. Nicht selten können Eltern vom Wissen ihrer Kinder profitieren und müssen sich Lehrer von ihren Schülern einiges vormachen lassen. Doch es wäre vorschnell zu glauben, dass Kinder und Jugendliche auf ihren Streifzügen durch das Medienangebot keiner Begleitung bedürften. Die Kommunikation mit Bezugspersonen bleibt zentral. Und die positiven Potenziale der neuen Medien können nur dann optimal genutzt werden, wenn auch ein Bewusstsein für die Gefahren vorhanden ist. Daniele Lenzo, Leiter eines Jugendsekretariats und Dozent für Medienkompetenz, weist auf die möglichen Ressourcen und Gefahren der neuen Medien hin und gibt praxisnahe Ratschläge für den Medienalltag.

Medien spiegeln Jugendkulturen in all ihren Facetten. Dadurch erfährt die Jugend als gesellschaftlicher Status und als Entwicklungsphase eine Stabilisierung. Medien bieten den Jugendlichen viele Identifikationsmöglichkeiten, die in einer aktiven Auseinandersetzung helfen können, eine eigene Identität auszubilden: Entwürfe werden aufgegriffen, adaptiert, verändert und wieder verworfen. Gleichzeitig bieten Medien auch eine Plattform, um Selbstentwürfe zu erproben. Vielfach treten die Jugendlichen dabei selbst an die Stelle ihrer Idole. Charakteristisch dafür ist die Talentshow "Music Star". Musikalische und tänzerische Begabung, die jugendliche Suche nach Bestätigung und das Urteil einer unbarmherzigen Jury sind die Ingredienzen eines Erfolgsformats. Charles Martig riskiert einen Blick hinter die Kulissen und berichtet vom Star-Feeling einer Mediengeneration.

Längst stehen Jugendliche nicht nur vor, sondern auch hinter der Kamera und halten die Höhen und Tiefen ihrer Sozialisationsbemühungen fest. So ist die Videokamera zu einem integralen Bestandteil der Skater-Szene geworden. Die Akrobatik auf den Rollbrettern wird nicht nur stundenlang geübt, sondern via Kamera festgehalten und dem kritischen Urteil der Clique ausgesetzt. Nebst dem gemeinsamen Training wird somit auch die anschließende Begutachtung auf dem Sofa zu einem gemeinschaftsbildenden Faktor. Antrieb ist das Bemühen um Zusammengehörigkeit und natürlich die Hoffnung auf den perfekten, für alle Ewigkeit festgehaltenen Flip.

medien heft

Nicht jede Medienaktivität von Jugendlichen ist kreativ. Eine besonders destruktive Form, die erstmals vor zwei Jahren auftauchte, ist "Happy Slapping": Opfer werden wahllos oder auch gezielt ausgesucht, tätlich angegriffen, dabei mit dem Handy-Video gefilmt und über die Verbreitung dieser Aufzeichnung noch zusätzlich gedemütigt. Besonders brutale Fälle haben die Öffentlichkeit wiederholt in Atem gehalten. Wie verbreitet "Happy Slapping" tatsächlich ist, kann niemand genau sagen. Möglicherweise ist der Medien-Hype darüber grösser als das Phänomen selbst. Möglicherweise sind auch viele Szenen nur gestellt, um in der Clique zu bluffen. Das eigentlich Interessante an "Happy Slapping" ist, dass die Videofunktion des Handys die Gewalt nicht nur aufzeichnet, sondern zum auslösenden Moment dafür geworden ist. So wie jedes Medium das Verhalten von Menschen verändert, ist anzunehmen, dass auch "Happy Slapping" erst durch die Präsenz eines videofähigen Handys provoziert wird. Hans Durrer zeichnet in seinem Beitrag nach, wie die Aggressionen vor und hinter der Kamera zusammenhängen.

Ob und inwiefern Medien die Vorlage für gewalttätiges Verhalten sind, ist eine umstrittene Frage. Sicher ist, dass mit Regelmässigkeit gewalthaltige Medien für Jugendkriminalität verantwortlich gemacht werden. Nach actionreichen Fernsehfilmen und Horrorvideos stehen nun Video- und Computerspiele im Fokus der Kritik. Auslöser war wiederholt der Amoklauf eines Schülers, der bis an die Zähne bewaffnet in ein Schulhaus eindrang und sich mit einem Blutbad für erlittene Demütigungen und Frustrationen rächte. Über Nachahmungseffekte von Computer- und Videospielen weiss man bisher wenig; und auch die Wirkung einer attraktiven Medienberichterstattung über Amokläufer auf mögliche Nachahmer ist noch wenig erforscht. Als gesichert gilt, dass ein intaktes Elternhaus die beste Prävention bildet. Dort aber, wo das unmittelbare soziale Umfeld versagt, kommt die Verantwortung der Unterhaltungsindustrie zum Tragen. Roger Frei, Präsident des Schweizer Spielbranchen-Verbandes SIEA, stellt die paneuropäische Selbstkontrolle PEGI vor und zeigt, welche Vorkehrungen die Hersteller von Video- und Computerspielen für den Jugendschutz treffen.

Nach dem Amoklauf eines 18-jährigen Schülers in Emsdetten letzten November ist in Deutschland erneut der Ruf nach einem Verbot von so genannten "Killerspielen" laut geworden. Ein Interview mit Guido Haus, Inhaber der Firma Haus Network, greift die aktuelle Debatte auf und diskutiert den Reiz und die Problematik von gewalthaltigen Spielen. Deutlich werden auch die Möglichkeiten und Grenzen der Selbstkontrolle und die Notwendigkeit einer unabhängigen Prüfstelle. Denn Verantwortung lässt sich nicht delegieren, sondern muss auf allen Ebenen wahrgenommen werden, nicht zuletzt vom Konsumenten selbst.

Judith Arnold

Wissen.net

Neue Medien unterlaufen alte Schulmodelle

Anita Gertiser

Mathe übers Handy, die Vorlesung auf dem iPod – in der Schule steht ein Medienwechsel an, der nicht nur die traditionelle Form der Stoffvermittlung, sondern das Lehren und Lernen selbst verändern wird.

Die Änderungen im Unterricht, die sich momentan abzeichnen, sind vielleicht fundamentaler, als wir sie – noch verankert in einem traditionellen Lehr- und Lernverständnis – wahrnehmen. Dabei kommt dem filmischen Bild, das heute in der audiovisuellen Kommunikation allgegenwärtig ist, eine Leitfunktion zu. Ob Fernsehen, Video, DVD, Internet oder CD-ROM: Filme sind zu einem alltäglichen Begleiter geworden – auch in der Schule. Und hier bahnt sich ein Medienwechsel an: Die Vorlesung auf dem iPod, die Photosynthese übers Handy. Wissen zum Runterladen wird zu einem verfügbaren Gut wie der Song von Eminem für den MP3 Player. Auch hierzulande haben Unis angefangen, nach amerikanischem Vorbild Vorlesungen als Podcast anzubieten, schreibt Corina Bosshard (2006) in "Bildung zum Mitnehmen". Und seit das Internet in der Schule Einzug gehalten hat, holen sich Schülerinnen und Schüler bereits auf Primarstufe die Informationen aus dem Internet, auf speziell eingerichteten Datenbanken wie beispielsweise educa.ch. Es wird ein Begriff "gegoogelt" und schon erscheinen Hunderte, ja Tausende von Links zum Thema. Dank der textimmanenten Verknüpfungen steigen die Möglichkeiten inflationär. Damit ändert sich nicht nur der Modus, wie Bildung dargeboten wird, sondern auch die Möglichkeiten, sich dieses Wissen selber anzueignen.

Mit der veränderten Vermittlungssituation zeichnet sich zugleich ein Ideologiewechsel ab: Es ist nicht mehr vorgefabriziertes, kanonisiertes, genau abgemessenes, portionenweise verabreichtes Wissen, das vermittelt wird. Stattdessen wird von den Lernenden selbstständiges und reflektierendes Handeln erwartet. Dieser Zuwachs an Selbstständigkeit löst Bedenken aus – ähnlich wie vor rund 80 Jahren, als mit der Einführung des Films in die Schule revolutionäre Umwälzungen bevorstanden. Damals wurde befürchtet, dass der Kinematograph den Lehrer als Wissensinstanz verdränge. Doch das ist nicht geschehen. Im Gegenteil, die Gefahr, das bestehende Lehrverhältnis aufzuweichen, konnte abgewendet werden, indem das Medium der traditionellen Vermittlungspraxis angepasst und in die Unterrichtsform eingefügt wurde. Ein Exkurs in die frühe Lehrfilmgeschichte zeigt, wie das Medium domestiziert wurde, um sowohl Inhalt wie Rezeption zu kontrollieren und damit die Ordnung aufrecht zu erhalten. In der Auseinandersetzung mit dem Film als Lehrmittel offenbart sich das fundamentale Lehrverständnis, das gerade durch die neuesten Entwicklungen unterlaufen wird.

Konfektionierung des Massenkommunikationsmittels

Nachdem im Laufe der 1910er Jahre die kategorische Ablehnung dem Kino und "den Films" gegenüber einer moderateren Haltung gewichen war, beschäftigten sich immer mehr Pädagogen damit, wie man den Film in der Schule nutzen könnte. Als einer der ersten befürwortete der deutsche Theologe und Kinoreformer Adolf Sellmann den Einsatz geeigneter Filme in der Schule. Mit "geeignet" meinte er dokumentarische Bilder, Reiseberichte wie beispielsweise die Südpolexpedition Scott sowie Tier- und lehrreiche

Industriefilme. In seinem 1914 erschienen Buch "Kind und Schule" führte er eine Vielzahl von Anwendungsbeispielen auf, welche die enorme Wirkungskraft des Films demonstrieren sollte. Im dunklen Raum vermöge das bewegte Lichtbild die Kinder in Bann zu ziehen. Er hob hervor, dass der Film die Phantasie beflügeln und die Sprachkompetenz verbessern würde, weil er sinnlich vor Augen führe, was im abstrakten Unterricht schwer verständlich und blass bleibe (ebd. S. 12ff.). Die Suggestionskraft sei derart, schwärmte Sellmann, dass die Kinder unmittelbar am filmischen Geschehen teilhätten. "Es gibt keinen besseren Lehrer!", lautete folglich sein Urteil (ebd. S. 17). Ein weiterer Pionier der Filmgeschichte, kein geringerer als Thomas A. Edison, erkannte schon etwa acht Jahre früher das enorme Potential des Films als Bildungsmittel. Er war überzeugt, dass es bald Schulen geben werde, in denen allein mit Filmen unterrichtet und das Buch somit obsolet werden würde (vgl. Slide 1992: 1ff.). Deshalb produzierte er selber Schulfilme, die er von Schülerinnen und Schülern auf didaktische Tauglichkeit testen liess.

Den Lehrfilmpädagogen war diese euphorische Haltung suspekt. Selbst Sellmann beschwichtigte, indem er klar festhielt, dass der Film auf keinen Fall die Lehrperson konkurrenzieren dürfe. Daher durften die Schulfilme, wie ich die für den Unterricht konzipierten Filme nenne, ihre Inhalte nicht selbsterklärend darbieten. Der Schulfilm hatte sich grundsätzlich vom Kinofilm und dem damit verbundenen Sehvergnügen zu unterscheiden, denn in der Schule wurde der Stoff im Unterricht *erarbeitet*. Es waren zwei Schweizer Pädagogen, die den Film dieser strikten Lehrauffassung entsprechend zum Lehrmittel konfektionierten und damit internationales Renommee erlangten: Gottlieb Imhof war Lehrer an der Sekundarschule in Basel, Leiter der Lehrfilmstelle Basel-Stadt sowie der Europäischen Lehrfilmkammer; Ernst Rüst war Professor am Photographischen Institut der ETH Zürich und Leiter der Schweizerischen Arbeitsstelle für Unterrichtskinetographie (SAFU). Im Laufe der 1920er Jahre gestalteten sie rund 200 dokumentarische Filme der Filmgrossindustrie wie Pathé oder Gaumont um oder produzierten selber Schulfilme nach den von ihnen aufgestellten pädagogisch-didaktischen Grundsätzen (vgl. Rüst 1934).

Die Schulfilme hatten sich strukturell der traditionellen Lehrpraxis anzupassen. Das heisst, sie waren so konzipiert, dass sie abgestimmt auf den Schulstoff in der Klasse während des Unterrichts vorgeführt wurden. Statt der vielen ausgefallenen Besonderheiten, zum Beispiel der Vogelwelt am Victoriasee, durften nur relevante Sachverhalte eines Vogellebens (wie etwa Nestbau und Brutpflege) gezeigt werden. Die Zwischentitel waren auf wenige, gliedernde Stichworte reduziert, damit sie nicht ablenken würden. Die wohl einschneidendste Massnahme aber war die Aufbrechung der Sukzession. Eruiert der Zuschauer eines Spielfilms aus dem Ablauf der Bildfolgen eine sich sukzessiv entwickelnde Handlung, wird beim Schulfilm eine Verbindung über die einzelne Bildfolge hinaus vermieden. Jede Einstellung steht für sich alleine (vgl. Gertiser 2006). Damit wird genau das, was Sellmann als das Wesentliche des Films herausstellte, die Suggestionskraft, zurückgebunden. Die Reduktion der filmischen Form, so könnte man medientheoretisch argumentieren, stellt auch einen Versuch dar, die Illusionsmacht des Bildmediums zu bannen und die semantischen Überschüsse des Filmbildes zu disziplinieren.

Derart gefügte Bildfolgen, die wenig semantische Verknüpfungen mit den nachfolgenden Einstellungen erlauben, bedingen eine Vermittlungsinstanz von aussen – die Lehrperson. Die festgehaltene Biberlektion von 1926 macht deutlich, welche Rolle dem Lehrer während einer Filmlektion zukommt. Vorgeführt wurde eine von Imhof zurechtge-

schnittene, unbeschriftete 35mm Kopie, gegliedert in fünf Partien, mit rund 90 Meter Länge von Pathé Consortium (vgl. Imhof 1926). Der eigentliche Film dauerte wenige Minuten, während die gesamte Durcharbeitung etwa drei Stunden in Anspruch nahm. Vor der ersten Visionierung hatte sich die Klasse schon eingehend mit Biber und Säugetieren im Allgemeinen beschäftigt. Beim ersten Abrollen wurde der Streifen nach jeder Partie gestoppt und das Wahrgenommene erfragt, wobei der Lehrer falsche und ungenaue Äusserungen richtig stellte, weitere Sachverhalte erläuterte und ergänzte. Bei der zweiten Durchsicht wurden die gewonnenen Kenntnisse rekapituliert, Beobachtungen verifiziert sowie Schlüsse gezogen. Schliesslich wurde die Kopie ein drittes Mal ohne Unterbrechung abgerollt und dann die Schlussergebnisse ins Heft eingetragen (ebd.). Die Biberlektion zeigt, wie die Lehrperson mit ihren Interventionen, Fragen und Kommentaren die Aufmerksamkeit der Schülerinnen und Schüler lenkte und dadurch deren Rezeption kontrollierte.

Mit diesem Umbau ist dem Bildungsmedium die Form gegeben, die ihm bis heute inhärent ist. Durch die Konfektionierung blieb die Lehrperson die vermittelnde Wissensinstanz, während die Filmbilder zur Illustration des gesprochenen Wortes dienten. Mit dem Ton wurde diese traditionelle Vermittlungspraxis in den Film verlegt. "Voice of God" nennt Bill Nichols (1995: 7) die Kommentirstimme, die fortan autoritär die Wahrnehmung bestimmt. Während im stummen Schulfilm die Lehrperson die Inhalte individuell interpretieren konnte, manifestiert sich im *audiovisuellen* Schulfilm die kanonisierte Lehrmeinung. Dank der Monolog-Situation der "Voice of God" verläuft der Wissensfluss analog zum Unterricht: von der Vermittlungsinstanz zum "unwissenden" Adressaten. Neu war allerdings, dass das Verfahren im "Schultonfilm" mit tontechnischen Mitteln standardisiert wurde.

Kritik und die Frage nach der Kompetenz

Die französische Filmwissenschaftlerin Geneviève Jacquinet kritisierte in ihrer Untersuchung von Schulfernsehbeiträgen der 1970er Jahre diese fest gefügte Relation zwischen Text (Kommentar) und Bild, wobei das Bild immer nur belegen könne, was das Wort vorgäbe. Dabei sei das Bild per se polysemisch (vgl. Jacquinet 1977: 102ff.). Dies widerspreche dem filmischen Lektüreprozess. Sie fragte weiter, inwiefern das solcherart gestaltete Lehrmedium die Lernprozesse überhaupt noch unterstütze. Während die filmpädagogische Seite ausschliesslich inhaltsfixiert argumentiert, formuliert Jacquinet die Aufgabe des didaktischen Mittels dahin um, dass es eben nicht nur um den Transfer gehe, sondern vielmehr um die Arbeit, die vom Betrachter selbst geleistet werden müsse. Jacquinots Auffassung wird übrigens von Claudia Mikat bestätigt, die Schulfernsehbeiträge untersuchte und zu ähnlichen Schlüssen gelangte. Das zentrale Problem eruiert Mikat darin, "dass wesentliche Informationen auf dem akustischen Kanal vermittelt werden und durch visuelle Entsprechungen nur ungenügend ergänzt werden" (Mikat 1992: 144). Beide Wissenschaftlerinnen kritisieren, dass die Bildungsmedien genau das Lernpotential nicht ausschöpften, das dem Film aufgrund seiner medialen Konstruiertheit immanent sei. Im Gegenteil, dies werde sogar unterbunden, um maximale Kontrolle über Inhalte und Rezeption zu erreichen.

Was bedeuten diese Kenntnisse für die sich aktuell abzeichnende Entwicklung? Im Zeitalter des intermedial vernetzten Informationsangebots kann eine solche Kontrolle nicht länger aufrechterhalten werden. Aufgrund der veränderten Lehr- und Lernsituation muss dem Aneignungsprozess erste Priorität zugemessen werden. Die Beschaffung

medien heft

von Informationen ist kinderleicht und die Handhabung der Technik spielerisch geübt. Aber können die Schülerinnen und Schüler wirklich die nötige reflektierende Distanz den Informationen gegenüber einnehmen? Oder sind sie nicht vielmehr den audiovisuellen Ereignissen "ausgeliefert"? Audiovisuelle Medien, allen voran der Film, sind viel komplexer gebaut als Texte. Aber das Wissen darüber ist kläglich, meint Andreas Pfister (2006), weil man sich auf eine im Alltag erworbene Medienkompetenz verlässt. Mit der Annahme: "Auch eine Katze kann fernsehen", wie er es spitz formuliert, demonstriere die Schule ihre Geringschätzung dem Medium gegenüber, das zuerst mit Freizeit und Kommerz assoziiert werde (ebd.). Dies, obwohl der Film das Leitmedium des 20. Jahrhunderts war – und in der zunehmend visuellen Kultur der Mediengesellschaft bleiben wird –, hat die Schule bis heute Filmbildung vom Stundenplan ausgeklammert.

Seit rund 80 Jahren werden Bildmedien im Unterricht eingesetzt, doch das Wissen über Sprache, Funktion und Wirkung des Films und audiovisueller Medien ist gering. Dabei ist Filmlesen wie das Lesen der Schrift eine Kulturtechnik, die wir uns – im Gegensatz zum Textlesen – autodidaktisch beibringen. Die Filmwissenschaft lehrt Kulturtechnik und Wissen, wie filmische Bilder zu lesen und zu verstehen sind, wie Bedeutung generiert wird. Die Erarbeitung der wichtigsten filmanalytischen Werkzeuge und Methoden befähigen sowohl Schülerinnen und Schüler wie Lehrpersonen, mit audiovisuell produzierten Inhalten kritisch umzugehen. Die exponentiell sich ausbreitende Datenmenge verunmöglicht es, ein ähnliches Kontrollsystem aufzubauen, wie es die Lehrfilmpädagogen in und um den Schulfilm etablieren konnten. Hier nun muss der Ideologiewechsel stattfinden, eine Verschiebung von Wissensverwaltung hin zu Medienkompetenz.

Anita Gertiser ist Filmwissenschaftlerin an der Universität Zürich, Mitarbeiterin des NF-Projektes "Zur Geschichte des dokumentarischen Films in der Schweiz 1896–1964" mit Themenschwerpunkt Schul- und Lehrfilm und arbeitet zurzeit über Aufklärungsfilme vor 1935.

Links:

Seminar für Filmwissenschaft – Filmbildung: Kurse für Lehrpersonen:
<http://www.film.unizh.ch/filmbildung>

Projekt Filmbildung:
<http://www.filmedu.ch>

Literatur:

Gertiser, Anita (2006): Domestizierung des bewegten Bildes. Vom dokumentarischen Film zum Lehrmedium. In: montage/av, Heft 2/2006.

Imhof, Gottlieb (1926): Aus unserer Arbeit: Der Biber (Eine Filmlektion im Klassenunterricht der Volksschule). In: Bildwart, Jg. 4, Heft Nr. 9, S. 555–559.

Jacquinet, Geneviève (1977): Image et pédagogie: analyse sémiologique du film à intention didactique. Paris.

Mikat, Claudia (1992): Dramaturgie und Dramatik: Die Vorgaben für pädagogische Filme und Fernsehsendungen. Weinheim.

Nichols, Bill (1995): Documentary and the Coming of Sound: Transformation in Film as Reality (Part Two). In: Documentary Box, Heft Nr. 6, S. 1–8:
<http://www.yidff.jp/docbox/6/box6-1-e.html>

Nichols, Bill (2001): Introduction to Documentary. Bloomington, Indianapolis.

Pfister, Andreas (2006): Film – das vergessene Medium. Ein Plädoyer für die Filmbildung an Schulen. In: NZZ Online, 26.09.2006: <http://www.nzz.ch/2006/09/26/se/articleEHLFF.print.html>

Rüst, Ernst (1934): Die Herstellung von Unterrichtsfilmen. In: Internationale Lehrfilmschau, Jg. 5, Heft Nr. 6, S. 465–474.

Sellmann, Adolf (1914): Kind und Schule. M.-Gladbach: Volksverein-Verlag.

Slide, Anthony (1992): Before Video: A History of the Non-Theatrical Film. Westport et al.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_GertiserAnita.html

Neue Medien – neue Kompetenzen

Jugendliche brauchen den Durchblick

Daniele Lenzo

Die einen mögen die neuen Medien, andere wiederum lehnen sie ab. Häufig unklar ist, was die Ressourcen der neuen Medien sind und wo die Gefahren liegen. Eine Bestandsaufnahme zur Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen.

Als neue Medien im weiteren Sinne werden heute meistens Medien bezeichnet, die auf Daten in digitaler Form zugreifen, also z.B. E-Mail, World Wide Web, DVD, CD-ROM, MP3, usw. Im engeren Sinne sind Dienste gemeint, die über das Internet möglich sind. Als Kennzeichen der neuen Medien lassen sich die rechnergestützte Handhabung, das digitale Vorliegen der Daten sowie die Interaktivität beim Umgang mit diesen Daten festhalten.

Der Begriff ist allerdings nicht so neu, wie es auf den ersten Blick erscheint, sondern taucht immer wieder im Wandel der Zeit auf, sei es für neue Medien oder auch nur neue Medientechniken. Anfänglich wurde damit das Radio bezeichnet, später das Fernsehen, und mit dem Aufkommen von Videotext und BTX wurden auch diese als neue Medien bezeichnet. Seit Mitte der 90er Jahre steht der Begriff für die digitalen Medien bzw. für die verschiedenen Formen der Internet-Kommunikation.

Erst die Digitalisierung von Informationen wie Text, Ton, Bild und Bewegtbild sowie die schnelle Weiterentwicklung der Kompressionsverfahren ermöglichten die Bewältigung der enorm grossen Datenmengen, wodurch der Übergang von der Dienstleistungsgesellschaft in die Informationsgesellschaft eingeleitet wurde. Manchmal wird auch der Begriff Multimedia durch den Begriff der neuen Medien ersetzt, da durch die Digitalisierung die Integration von allen möglichen Kommunikationswegen wie Sprache und Text, Video und Audio, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Computertechnik geschehen kann; und dieses Zusammenwachsen ist bezeichnend für die Angebote der neuen Informations- und Medienwelt.

Medienumwelt und -nutzung der Jugendlichen

Medien spielen im Alltag der Jugendlichen eine immer dominantere Rolle. Dabei zeigt sich, dass die Medienumwelten, in denen die Jugendlichen leben, immer komplexer werden. Verschiedene Print- und audiovisuelle Medien gehören im privaten Bereich mittlerweile zur selbstverständlichen Alltagsausstattung und haben auch grosse Bedeutung für ihre Identitätsbildung. Die Allgegenwart der Medien und die Mediatisierung der Gesellschaft haben also nicht vor den Türen der Kinder- und Jugendzimmer haltgemacht.

Viele Jugendliche besitzen eine medienparkähnliche Ausstattung und nutzen Medien im Rahmen eines reichhaltigen Spektrums. Wie in allen Bevölkerungsgruppen erfreut sich immer noch das Fernsehen einer besonderen Beliebtheit und Bedeutung. Dabei sind vor allem zwei Entwicklungen zu beobachten: Einerseits die Veränderung des Fernsehens zum "Nebenbei-Medium", andererseits die immer grössere Beliebtheit von kommerziellen Sendern, insbesondere von Musiksendern wie MTV und VIVA.

medien heft

Während Tageszeitungen, Zeitschriften und Illustrierte über eine hohe Reichweite unter den Jugendlichen verfügen, ist doch die Bedeutung auf Grund des für sie verwendeten Zeitbudgets niedrig. Wesentlich wichtiger sind auditive Medien aller Art, z.B. Radio oder CD. Musik spielt eine zentrale Rolle, vor allem das Radio wird hauptsächlich zum Musikhören genutzt. Die Nutzung auditiver Medien übertrifft auch die Fernsehnutzung.

Eine wichtige Entwicklung, welche immer mehr die Kinder, Jugendlichen, Familien und Schulstuben erobert, ist ferner die steigende Bedeutung der Computermedien wie PC und Spielkonsolen. Der Computer wird im ausserschulischen Bereich hauptsächlich zum Spielen verwendet. Dank neuer Technologien ist es heute bereits möglich, die Computerkonsolen als Multimediacentrum zum Internet-Surfen, online Gamen, Musik Downloaden, Chatten oder als Tauschbörse zu benutzen. Im Bereich der Bildung werden vor allem Kenntnisse im Umgang mit dem Computer im Hinblick auf eine Berufsausbildung gefördert. Dank Lernsoftware können heute ganze Lektionen, aber auch Cockpit-Tests oder Prüfungen am Computer erledigt werden.

Wichtig für die Jugendlichen ist zudem die Verwendung des MP3 Players. Dieses Medium, das neu auch mit der Möglichkeit ausgestattet ist, Filme anzuschauen oder Fotos auszutauschen, scheint besonders geeignet, die Individualität zu fördern; vermag man mit seiner Hilfe doch prinzipiell jeden Ort zum individuellen, ich-bezogenen Medienort zu verwandeln. Weitere häufig genutzte Medienorte sind das Kino und die Diskothek. Im Gegensatz zu vielen Erwachsenen haben Jugendliche meist keine Berührungängste mit neuen Techniken und Medien.

Rasant in die Hosentaschen und Hände der Jugendlichen ist das Handy gekommen. Die Möglichkeiten, sich mit Peers via Telefon, MMS oder SMS zu unterhalten, scheinen – obwohl relativ teuer – unter Jugendlichen gesellschaftsfähig geworden zu sein.

Jugendliche leben in pluralen Medienwelten, sind also nicht auf Fernsehen allein fixiert. Jugendliche nutzen diese vielen Medien oft auch gleichzeitig; gesucht werden Reizintensität, Nervenkitzel, Glücks- und Genussmomente, entstehend aus dem schrillen Wechsel des "Switchens". Ein solches Rezeptionsverhalten erscheint freilich als das blanke Gegenprogramm zum traditionellen Wert des geduldigen Abwarten-Könnens und der gelassenen Lebensplanung. Die Lebensstadien haben sich eben verändert. Es wird im "Jetzt" gelebt, und man richtet sich danach aus.

Jugend ist zunehmend auch Werbejugend. Die Werbung ist ein wesentlicher Teil der jugendlichen Medienumwelt – nicht zuletzt wird die Jugend von der Wirtschaft auch mit Werbung überflutet, stellt sie doch eine interessante und immer kaufkräftigere Zielgruppe dar. Werbung ist auch nicht unbeliebt. Man kann davon ausgehen, dass Jugendliche in der Regel äusserst "werbekompetent" und also durchaus in der Lage sind, individuell und souverän mit der Fülle der Angebote umzugehen und eine aktive Auseinandersetzung zu führen.

Freilich interessiert Jugendliche an der Werbung nicht so sehr das beworbene Produkt. Eine grosse Wirkung auf die Identitätsbildung Jugendlicher hat vielmehr der mit dem Produkt verknüpfte Lebensstil. Dies ist ja auch ein Ziel der Wirtschaft: nämlich das Produkt mit einem bestimmten Lebensgefühl "aufzuladen".

Ressourcen der neuen Medien

In der heutigen Zeit sind neue Medien wie Computer oder Internet in Lehre, Beruf oder auch im privaten Bereich nicht mehr wegzudenken. Neue technische Wunderwerke in Schreinerwerkstätten, in Elektrobetrieben, auf Baustellen, im Verkauf, im Gesundheitswesen usw. verlangen nach Kenntnissen im Umgang mit Computern oder anderen Medien. Durch den erlernten Umgang mit den neuen Medien in Freizeit, Elternhaus und Schule steigen die Chancen, eine Lehrstelle zu bekommen. Ich gehe sogar so weit zu behaupten, dass Jugendliche, welche sich viel mit dem Computer beschäftigen und die neuen Technologien z.B. über altersgerechte Spiele ausprobieren, eine grössere Chance auf eine Lehrstelle haben.

Ich sehe viele positive Seiten der neuen Medien:

- ein früher Umgang mit neuen Medien fördert den Einstieg ins Berufsleben;
- neue Medien bereichern den Schulunterricht oder das Familienleben;
- Kommunikation durch neue Medien wie E-Mail, SMS oder Handy wird vereinfacht;
- Merkfähigkeit, Koordinationsfähigkeit und Feinmotorik werden gestärkt;
- Kurse können zu Hause via Internet absolviert werden;
- Begabtenförderung ist durch spezielle Lernprogramme besser möglich.

Gefahren der neuen Medien

Natürlich bergen neue Medien auch Gefahren. Diese Gefahren entstehen meiner Ansicht nach, wenn keine klaren Grenzen gesetzt werden. Diese Grenzen können von Eltern, Bildungsinstitutionen oder auch von Jugendarbeitern vermittelt und durchgesetzt werden. Kinder und Jugendliche brauchen – nicht nur in diesem Bereich – klare Grenzen. Grenzen sind die beste Prävention. Ein weiterer Punkt, den es zu beachten gilt, ist das soziale Umfeld. Jugendliche, welche gut in ein Umfeld eingebettet sind, wo das Gespräch gesucht wird, wo jemand zu Hause ist, werden auch im Umgang mit den neuen Medien kaum dekompensieren.

Mögliche negative Seiten der neuen Medien treten dann hervor, wenn diese Grenzen nicht gesetzt wurden oder mit Kindern und Jugendlichen zu wenig kommuniziert wird. Folgende Risiken sind zu nennen:

- ein gewisses Suchtpotential bei unkontrolliertem Umgang mit neuen Medien;
- Gefahren bei Nichtbeachtung der Altersangaben auf Video- oder Computer-Games;
- Gefahr der Vereinsamung;
- Gefahr eines gewissen Realitätsverlustes.

Einige Ratschläge

Kinder sind neugierig und experimentierfreudig. Eltern, Lehrer und andere Bezugspersonen sollten das Kind auf seinem Eroberungszug durch die Medien begleiten, indem sie Anteil nehmen und Interesse zeigen.

Wichtig ist, dass das Kind Gelesenes, Gesehenes und Gehörtes inhaltlich sinnvoll erfassen kann und den Aussagegehalt sowie die (Un-)Wichtigkeit beurteilen und filtern lernt. Dabei ist es gleichgültig, mit welchem Medium geübt wird. Die erlernten Fertigkeiten lassen sich auf die anderen Medien übertragen.

Die Regeln zur Nutzung liegen in der Verantwortung der Erziehungspersonen. Sie sollten sie gemeinsam mit dem Kind festlegen. Der Massstab ist vom Entwicklungsstand und vom Alter abhängig. Erziehungspersonen sollten mit dem Kind die Benutzungsdauer eines Mediums festlegen. Zudem ist ein Ausgleich zur Mediennutzung zu vereinbaren, der vom Kind eine aktive Beschäftigung mit etwas Greifbarem (wie z.B. Playmobil, Lego, Puppen, Basteln) und das Spiel mit anderen Kindern fordert.

Erziehungspersonen sollten gemeinsam mit dem Kind eine Auswahl von Medien treffen, ohne einem schnelllebigen Konsumzwang zu erliegen. Dazu gehört auch, dass sie sich eventuell beim Kind unbeliebt machen, wenn sie nicht allen Wünschen nachgeben.

Medien sollten von Eltern nicht als Erziehungsmittel eingesetzt werden, weder zur Belohnung noch zur Strafe, sondern in den Alltag einbezogen werden. Eltern sollten auch bedenken, dass sie durch ihre alltäglichen Gepflogenheiten im Umgang mit den Medien ihrem Kind vorleben, welchen Stellenwert und welche Bedeutung zum Beispiel das Fernsehen, Bücherlesen, Internet-Surfen und Telefonieren einnehmen und wie viel Zeit diese Medien beanspruchen.

Eltern sollten einen sinnvollen, von der ganzen Familie einsehbaren Computerarbeitsplatz einrichten. So können sie jederzeit die Computerszenen überblicken, und auch die Kinder und Jugendlichen können bei den Eltern jederzeit vorbeischaun. So wird klar, dass der Computer etwas Sinnvolles ist, wo es nichts zu verbergen gilt.

Computer-Games haben Altersangaben oder Inhaltsangaben auf dem Umschlag. Diese sollten beachtet und mit den Kindern oder Jugendlichen diskutiert werden.

Eltern sollten eine Balance finden zwischen gewähren lassen und Grenzen setzen.

Unkenntnis im Umgang mit den neuen Medien ist ein grosser Nachteil, welcher sich auf die Kinder und Jugendlichen auswirken kann. Erziehungspersonen sollten sich daher über Neuigkeiten auf dem Markt informieren.

Medien werden zu den verschiedensten Zeiten an den verschiedensten Orten genutzt, um unterschiedliche Bedürfnisse zu befriedigen: Mit dem PSP (Portabler Game Player) werden Wartezeiten überbrückt, mit Musik Stimmungen ausgelebt, mit dem Internet Hausaufgaben bewältigt. Welchen Medien sich Kinder und Jugendliche zuwenden und wie viel Zeit sie für bestimmte Medien aufwenden, ist nicht immer und nicht bei allen gleich. Beeinflusst wird die Mediennutzung vor allem vom Alter und Geschlecht, vom sozialen und intellektuellen Anregungsmilieu, von den Interessen der Heranwachsenden und ihrer persönlichen Situation. Diese Faktoren bestimmen, was und wann Jugendliche an Medien nutzen. Es ist wichtig, dass Jugendliche Zugang zu neuen Medien haben, um so auch eine reelle Chance im Berufsalltag zu haben. Neue Medien werden rasant und fast täglich erneuert. Eltern, Lehrer und andere Bezugspersonen sollten daher auf dem Laufenden bleiben.

Neue Medien sind an der Tagesordnung und für die Sozialisation von grosser und immer wichtigerer Bedeutung. Bei sinnvoller Nutzung und einem gesunden sozialen Umfeld sind neue Medien eine Bereicherung und eine Chance im Leben.

Daniele Lenzo ist Leiter des Jugendsekretariats in Gossau und freischaffender Dozent im Bereich Medienkompetenz.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_LenzoDaniele.html

"Ich bin im Fernsehen, also bin ich"

Identitätskonstruktion im Music-Star-Format

Charles Martig

Es gibt in der zunehmenden Auflösung und Entgrenzung von Jugend neue Akteure und Instanzen, die zur Stabilisierung der Identitätsfindung bei Jugendlichen beitragen. Das Format der Casting Show – im Schweizer Fernsehen als "Music Star" bezeichnet – trägt wesentlich zur Rekonstruktion bei. Wichtige Funktionen übernimmt die Bewertung durch eine prominente Jury. Die eigentlichen Stars des Formats werden damit zu einer normativen Instanz und zum ambivalenten Ratgeber im Authentizitätsdiskurs.

Detlef D! Soost, der Promi-Import aus deutschen Landen, und die Gesangstrainerin Artemis Gounaki sind gemeinsam mit drei weiteren Jurymitgliedern intensiv am Arbeiten für die dritte Staffel von "Music Star", die am 7. Januar 2007 im Schweizer Fernsehen startet. Tausende von Jugendlichen haben sich für die Castings eingeschrieben und haben ihre Bildrechte vollumfänglich der Fernsehstation übertragen. Dies in der Hoffnung einmal ganz gross auf der Bühne zu stehen und für die Finalsendungen von "Music Star" ausgewählt zu werden.

Möchtegern-Stars im Casting-Fieber

Ein Augenschein vor Ort im Studio 2 des Leutschenbach zeigt: Das Casting-Fieber ist lebendig wie eh und je. Im Lounge-Bereich des Publikumseinganges machen sich die jungen Kandidatinnen und Kandidaten bereit, fiebern zusammen mit Freunden und Angehörigen dem 5-Minuten-Auftritt entgegen. Dann ab in die Garderobe und auf die kleine Bühne. Plötzlich stehen sie im Rampenlicht, umringt von fünf Jurymitgliedern, einer vierköpfigen Live-Band, einer dreiköpfigen Produktionsleitung und 30 Journalisten, drei Fernsehkameras und einer Scheinwerferbatterie hoch im Studiohimmel. Da wird jedem sofort klar: Das ist kein Spaziergang, sondern harte Arbeit. Bei den Kandidaten flattern die Nerven. Können sie dem Druck der Produktionssituation standhalten? Fabienne überzeugt mit ihrer erdigen Soul-Stimme und strahlt die Jury an. Zwei Songs werden kurz angespielt, dann geht es über zum Performance-Test. D! legt eine CD ein. Das einstudierte Bewegungsprogramm muss die Jury in 60 Sekunden überzeugen. Fabienne hat sich gut aus der Affäre gezogen. Sie wird kurz verabschiedet. Schon folgt die nächste Sängerin, die sich für einen Rosa Pullover mit Mütze entschieden hat. Sie spielt ihren Trumpf, die Stimme aus, kann jedoch mit ihrer Körpersprache zu wenig emotionalisieren. Da bleibt im Kamerateam nichts übrig und vor allem wird das in der Wohnstube nicht ankommen. Marcel ist ein guter Tänzer und Performer, aber die Stimme überzeugt nicht. Das war's wohl, er wird die Final-Teilnahme voraussichtlich nicht schaffen. Doch bereits hier sind die eigentlichen Music-Stars nicht die jungen Leute. Für die Journalisten stehen drei Monitore zur Verfügung, die den Auswahlprozess medial spiegeln. Es handelt sich um eine Einstellung auf den Kandidaten, eine Einstellung auf die gesamte Jury; ein Monitor zeigt die Gesichter der Jury in Nahaufnahmen: Die kritischen Blicke von D!, das Lächeln von Artemis, die Routine in der Gestik der Juroren. Das Verhältnis zwei zu eins in der medialen Repräsentation ist durchaus bezeichnend. Die Jury steht im Mittelpunkt, sie bewertet, sie ist die normative Instanz.

Der Eindruck einer grossen Maschinerie ist nicht von der Hand zu weisen. Draussen in der Lounge hat sich Kandidat 25004 – heute die Nummer 43 – für den Song "Just the two of us" entschieden. Er ist ganz in sich gekehrt und wiederholt die Textzeilen. Junge Radiojournalistinnen jagen den Kandidaten mit den Nummernschildern hinterher und ergattern Original-Töne. Es sind immer die gleichen Standardfragen: "Wer bist du und von wo kommst du? – Warum machst du mit? – Wie läuft es beim Vorsingen. Warst du nervös? – Kannst du uns eine Kostprobe geben?" Immer wieder ertönen kurze Verszeilen von berühmten Songs. Der Geräuschpegel senkt sich und die bewundernden Blicke der Wartenden richten sich auf die Möchtegern-Stars. Dann eine kurze Pause und ein ermunterndes Klatschen. Für einen kurzen Moment war es da: Das Star-Feeling. Und weiter geht's mit der Serienproduktion: Aus Sicht der Jugendlichen vielleicht ein Highlight – aus Sicht der Produzenten Routine bis zum Abwinken.

Identitätsbildung durch Casting-Prozesse

Der Weg von der Anmeldung über das Casting bis in die Finalsendungen ist für Jugendliche eine Option zur Identitätsfindung. Der mediale Produktionsprozess bildet dabei eine Instanz der zeitlich begrenzten Sozialisierung. Faktisch öffnet sich für die Teilnehmer ein individualisierender Optionsraum (vgl. Lange/Schorb 2006). Gehen wir mit Keupp (2005) davon aus, dass heutige Jugend gefordert ist, aus den vielseitigen Angeboten unterschiedlicher Sozialisationsinstanzen ein eigenes Patchwork von Identitäten auszubilden, so haben die Medien darin eine wichtige Funktion. Insbesondere auch bezüglich der konvergenzbezogenen Mediennutzung zeigt sich, dass Jugendliche Medien als Materiallieferant für die eigene Identität verwenden (vgl. Wagner/Teunert 2006).

Beim Format der Casting-Shows wird den Jugendlichen nicht nur Material geliefert, sondern auch der Weg für eine spezifische Beteiligung vorgegeben. Das Format ist insofern direktiv, als auf das Ziel einer Finalsendung hingearbeitet wird. Eine strenge Vorgabe bildet das Auswahlfilter. Orientiert an den Vorbildern der populären Musikindustrie werden gängige Medieninszenierungen vor der Kamera rekonstruiert. In Annäherung an diese Vorbilder auf der Bühne stellen sich Jugendliche unter das Verdikt der normativen Instanz "Jury". Sie setzen sich damit einer "medialen Kalibrierung" aus, die Gesangstalent, performing skills, Emotionalisierung und Ausstrahlung vor der Kamera, Durchsetzungswillen und eine Fähigkeit zur Selbstkritik testet. Hier geht es primär um die Aneignung von medial wirksamen Kompetenzen und um die Entwicklung von Konzepten bezüglich der eigenen Körperbilder. Nicht zu unterschätzen ist dabei auch die Funktion der parasozialen Interaktion. Durch die Teilnahme am Casting messen sich die Kandidaten direkt mit den Superstar Vorbildern. Als Medienakteure gehen sie Beziehungen ein im Sinne der Empathie und der Identifikation (vgl. Süß 2004; auch Mikos/Hoffmann/Winter 2006).

Höchst ambivalent ist in diesem Kontext der Authentizitätsdiskurs. Einerseits wird von den Kandidaten verlangt, dass sie sich an die normativen Vorgaben des Musikbusiness und der TV-Show anpassen. Gleichzeitig sollen sie jedoch ganz sich selbst sein, eine eigene Identität durch den Casting-Prozess ausbilden. Die Jurymitglieder beziehen ihre Wertungen sehr häufig auf dieses Kriterium des "Du-selbst-Seins". Damit wird die Frage: "Wer bist du vor der Kamera?" zu einem zentralen Entscheidungskriterium. Dass sich dabei in einer äusserst künstlich rekonstruierten Bühnensituation vor einem Millionenpublikum der wahre Kern der Jugend herausbilden soll, ist ein massloser Anspruch und ein populär-televisiver Mythos sondergleichen. Empirisch lässt sich die Dif-

ferenz zwischen dem Anspruch, einen Superstar zu kreieren, und dem Resultat wohl am besten mit der Auswirkung auf Karrierechancen belegen: Die Finalisten verschwinden sehr schnell wieder aus der öffentlichen Aufmerksamkeit. Wer nachhaltig an dieser Form der öffentlichen Identitätsbildung der Jugend profitiert sind die TV-Sender und die Jurymitglieder. Dieter Bohlen, Arabella Kiesbauer, Detlef Soost sind die Prominenten, die dem Format im deutschsprachigen Raum ihren Stempel aufdrücken. Chris von Rohr ist zum nationalen Sprüche-Klopfer aufgestiegen und mischt beim neuen TV-Sender 3+ die Superstar-Sendung auf. Insofern ist der Beitrag des Senderformats zur Profilierung der Juroren um einige Faktoren grösser als bei den Kandidaten. Sie schaffen es kaum, die Teilnahme in einen lukrativen Karriereschub zu verwandeln.

Kalkül der konvergenten Mediennutzung

Geschickt nutzen TV-Anbieter die Konvergenz mit den neuen Medien, um sich auf diesem Markt zu positionieren. Das Voting des Publikums per SMS war nur ein erster Schritt aus der Steinzeit des Formats. Die Internetangebote haben sich bereits massiv erweitert: Music-Star bietet derzeit Videoclips von allen Kandidaten, die in der Endrunde des Castings beteiligt sind, mit einer Übersichtskarte über die Schweiz und einer Suchfunktion nach Namen. In diesem "Star Navigator" können hier die User selbstverständlich bereits ein Rating zu den 30-Sekunden-Clips abgeben, das erste Aufschlüsse zur Popularität der Kandidaten gibt. Neu werden die User auch in die Songauswahl für die Finalsendungen mit einbezogen. Doch ist die Interaktivität immer stark gesteuert. Eine Beteiligung an diesen Ratings ist nur durch ein persönliches Login möglich. Hier wird also bereits strukturierte Gemeinschaftsbildung betrieben. Die Fangruppen können sich frühzeitig ausbilden. Negativ lässt sich festhalten: Die Interaktivität ist gefragt, aber nur im Rahmen von vorgegeben Verfahren. Auch dies ist ein Anzeichen, dass das TV-Format als identitätsbildende Instanz funktioniert, hier nun im Sinne der Community, einer virtuellen Form der Peer-Group. Sie ist zeitlich begrenzt auf eine bestimmte Staffel, aber räumlich entgrenzt auf die gesamte Sprachregion. Insofern ist die gezielte Verknüpfung von alten Medien – wie hier exemplarisch das Fernsehen – mit neuen Medien eine treibende Kraft für die Restabilisierung in der Entgrenzung der Jugend.

Charles Martig ist Geschäftsführer des Katholischen Mediendienstes, Filmpublizist und Mitherausgeber des Medienhefts.

medien heft

Links:

Music Star (SF)
<http://www.musicstar.sf.tv>

Deutschland sucht den Superstar (RTL)
<http://www.rtl.de/musik/superstar3.php>

Starmania (ORF)
<http://starmania.orf.at>

Superstar (3+)
<http://www.3plus.tv/sendungen/superstar>

Literatur:

Keupp, Heiner (2005): Die Reflexive Modernisierung von Identitätskonstruktionen: Wie heute Identität geschaffen wird. In: Benno Hafenegger (Hrsg.): Subjektdiagnosen, Subjekt, Modernisierung, Bildung. Schwalbach am Taunus, S. 60–91.

Lange, Andreas/ Schorb, Bernd (2006): Zwischen Entgrenzung und Restabilisierung. Medien als Generatoren von Jugend. In: merz, medien+erziehung, Heft 4/2006, S. 8–14.

Mikos, Lothar/ Hoffmann, Dagmar/ Winter, Rainer (Hrsg.) (2006): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim, München.

Süss, Daniel (2004): Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen – Konstanten – Wandel. Wiesbaden.

Wagner, Ulrike/ Teunert, Helga (Hrsg.) (2006): Medienaneignung in der konvergenten Medienwelt. München.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_MartigCharles.html

Scharf beobachtete Flips

Die Jungs mit den Skateboards und der Kamera

Urs Meier

Die Videokamera spielt eine besondere Rolle in der Szene der Skater. Sie scheint keineswegs nur Hilfsmittel zum Training zu sein, sondern mehr noch Stütze für die jugendliche Suche nach Identität und sozialer Zugehörigkeit.

Stundenlang trainieren sie mit ihren Rollbrettern atemberaubende Kunststücke. Anlauf, gebückte Sprunghaltung, rauf auf den Betonsockel, das Brett wirbelt durch die Luft, wird mit den Füßen während des Flugs gestoppt, und dann... Ja, dann missglückt die Landung auf dem fahrenden oder über eine Kante schlitternden Brett fast immer. Nach Hunderten von Versuchen gelingt er irgendwann, der Frontside Flip, FS-Tailside, Nosebluntslide, Backside Disaster oder Frontside Half Cab Kickflip. Das Skaten ist nicht nur eine hoch entwickelte Sportart, es ist wohl vor allem ein Lifestyle, eine Subkultur. Skater sind disziplinierte Leute. Ihre Ausdauer ist bewundernswert. Der Sport, den sie mit endloser Hingabe betreiben, kommt mir, dem ahnungslosen Aussenstehenden, als schiere Schinderei vor. Dauernd stürzen sie auf den harten Beton, die Bretter schlagen ihnen schmerzhaft an die Schienbeine. Dies alles scheint einen richtigen Skater nicht zu stören. Auch von unfreundlichem Wetter lassen sie sich nicht abhalten. Anlauf, gebückte Sprunghaltung, rauf auf den Betonsockel und so weiter, ganze Tage lang.

Erst seit vielleicht ein, zwei Jahren fällt mir ein weiteres Requisite in dieser Szene auf: die Videokamera. Die Versuche mit den Skateboard-Tricks werden gefilmt. Meist bleibt die Kamera wenige Handbreit über dem Boden, um die Flüge möglichst effektiv einzufangen. Dieser Zusatz potenziert die Schwierigkeiten. Nicht nur muss der Trick gelingen, er soll auch noch ideal in den Kasten kommen. Die beiden unsicheren Komponenten zur Deckung zu bringen, nähert sich im Schwierigkeits- bzw. Unwahrscheinlichkeitsgrad dem Erzielen eines Lotto-Sechсers.

Weshalb nehmen die Skater diese Erschwerung in Kauf? Es ist ja nicht so, dass ihre akrobatischen Tricks einfach zu lernen wären und deshalb zu wenig Differenzierung und Profilierung in der Gruppe ermöglichen würden, im Gegenteil: Die Tricks sind offensichtlich derart schwierig, dass nur eine schmale Elite sie beherrscht. Es kann also kaum der Wunsch nach Distinktion innerhalb der Szene sein, der nach der Einführung neuer Schwierigkeitsstufen gerufen hätte. Das filmische Festhalten des eigenen Tuns scheint vielmehr eine Art Bestätigung zu liefern: Das bin ich, das habe ich gemacht, so bin ich geflogen, gestürzt, gelandet. Und vielleicht ein Weiteres: Dies ist mein beinahe geglückter Nosebluntslide innerhalb der Reihe all der beinahe geglückten Nosebluntslides meiner Gruppe. Das Video ist der Beweis meiner Zugehörigkeit, meines Akzeptiertseins und sozialen Werts.

Nach dem Skaten wird die Gruppe vermutlich gemeinsam im privaten Rahmen die Aufzeichnungen anschauen. Das Medium Video fasst das auf dem Platz Geschehene in einen seriellen Ablauf, in ein visuelles Ritual. Die mediale Repräsentation zeigt, wie alle dasselbe tun und nach dem gleichen streben, und sie festigt so die soziale Bindung der Gruppe. Aus der Masse der Versuche wird ab und zu einer herausragen und jemanden zum Helden machen. Die Sequenz wird zur Trophäe und kann ins Internet gestellt werden.

medien heft

So betrachtet ist die Kamera für die Jugendszene der Skater kein nebensächliches Zusatzelement, sondern ein eminent wichtiger Teil des ganzen Settings: Sie verstärkt die für diese Subkultur wesentlichen Elemente wie Ausdauer, Hingabe, Selbstdisziplin und Gruppenzusammenhalt. Ausserdem führt sie ein Element der Reflexivität, der Selbstbeobachtung in die Szene ein. Und schliesslich verkörpert sie durch die mit der Aufzeichnung verbundene Hoffnung auf den ganz grossen, perfekten Take ein utopisches Moment: Man strebt nach dem Vollkommenen und dem Ruhm, der sich ja nur dann verbreiten kann, wenn er objektiv festgehalten ist.

Urs Meier ist Geschäftsführer der Reformierten Medien und Mitherausgeber des Medienhefts.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_MeierUrs.html

Happy Slapping

Oder ist nur wirklich, was dokumentiert ist?

Hans Durrer

Happy Slapping ist eine neue Form der Gewalt, die mit dem Medium Handy direkt verbunden ist. Gewalt wird nicht nur ausgeübt, sondern mittels Handy-Video und -Fotografie auch dokumentiert. Genau genommen wird die Gewalt zu diesem Zweck erst ausgeübt. Damit ist das Medium nicht mehr nur Grundlage für die Dokumentation, sondern auch Ausgangsbasis und fester Bestandteil der Aggressivität.

Von "Happy Slapping" berichteten die Print-Medien erstmals im Januar 2005 (vgl. Shaw 2005). Es bezeichnet einen Vorgang, bei dem jemand zusammengeschlagen wird, was die Täter mit einem Video-Handy aufzeichnen und dann über Handy oder Internet weiter verbreiten. Seinen Anfang nahm dieses Phänomen offenbar im Jahre 2004 in England, mittlerweile sind auch Fälle aus Deutschland und der Schweiz (zuletzt im November in Zürich) bekannt geworden; auch in Argentinien wurde im November erstmals über einen Fall in Mendoza berichtet, wo allerdings – und falsch – von "bullying" die Rede war (vgl. Piquer 2006). Am 13. Juni 2006 berichtete "Spiegel online":

"Die jugendlichen Täter verkörpern schon äusserlich meist den Stereotyp eines Ghetto-Jugendlichen. Ihre Uniform: Blusonjacken von Markenherstellern, die ihr Kreuz breiter erscheinen lassen, taillierte Jeans im Karottenschnitt, teure Sportschuhe und neuerdings schneeweisse Leder-Espandrillos. Ihre Sprache: Ein Slang aus Deutsch-arabisch-türkisch. Deutsche sind dabei eher die Mitläufer.

Ausgestattet mit ihren Handy-Kameras ziehen sie durch die Strassen auf der Suche nach immer neuen Motiven: Ein Angetrunkener, dem man mit einem schweren Tritt ins Gesicht die Nase zertrümmert, ein Strassenkampf, bei dem sechs Jugendliche einen am Boden Liegenden in sämtliche Körperteile treten, ein Mädchen das vor laufender Kamera geschlagen und verbal erniedrigt wird, Pornographie und Tierquälereien – es gibt keine Grenzen in der Darstellung menschlichen und tierischen Leidens. All das haben Berliner Jugendliche ihren Betreuern – Sozialarbeitern oder Leitern von Jugendzentren – gezeigt."

Die Fragen, die sich hier aus einer Medienperspektive stellen, sind u.a. diese:

- Handelt es sich bei "Happy-Slapping" wirklich um ein weit verbreitetes Phänomen oder ist es nicht eher ein Medien-Hype?
- Gibt es diese Art von Gewalt nur, weil es Internet und Video-Handys gibt?

Inszenierung oder Dokumentation?

Der Medien- und Kulturforscher Graham Barnfield von der University of East London glaubt nicht, dass es sich bei "Happy Slapping" um mehr als Einzelfälle handelt: "Tracking down footage on the web yields less than one might expect: the relatively low number of hits translates into even fewer videos. Online, at least, happy slaps are swamped by morgue scenes and homemade porn." (Barnfield 2005) "Happy Slapping" ist im Übrigen

gen ein vollkommen unsinniger und irreführender Ausdruck, der besser nicht verwendet, sondern durch "Brutal Slapping" ersetzt werden sollte, da ja die Art des "Slapping" und nicht die vermeintliche Gemütsverfassung des Täters (von Täterinnen hat man in diesem Zusammenhang bislang noch nicht gehört) bezeichnet werden sollte.

Nun mag die Präsenz solcher Gewalt-Videos im Internet zwar relativ gering sein, doch wie steht es mit den Aufnahmen, die gar nie online publiziert, sondern von Handy zu Handy weiterverbreitet werden? Um diese Frage beantworten zu können, bräuchte es, so Barnfield (2005), "a system of intercepting and quantifying video clips" – und ob das machbar und wünschbar wäre, ist fraglich. Zudem: die Häufigkeit, mit der solche Gewalt-Videos in Umlauf gebracht werden, sagt noch nicht allzu viel aus, denn schliesslich gibt es Gewalt-Videos und Gewalt-Videos. Nicht wenige der Videos, die unter "Happy Slapping" laufen (und in der Tat zeigen, wie jemand vor der Kamera zusammengeschlagen wird), sind gestellt. es wird also nicht immer jemand ganz zufällig ausgewählt und angegriffen, sondern die Gewaltinszenierung geschieht manchmal auch mit Zustimmung der Beteiligten.

Die Macht des Mediums

"Ich denke nicht, dass durch 'Happy Slapping' neue Gewalt entsteht, sondern dass bestehende sichtbar gemacht wird", meint Barnfield (zitiert in Durrer 2005a). Nun beschreibt das zwar treffend, wie einige (ethisch gesinnte) Medienmenschen sich selber sehen mögen – als neutrale Berichterstatter dessen, was sie als reine Übermittler von Ereignissen vorgefunden haben. Doch mit der Wirklichkeit hat das wenig zu tun, denn ein Medienmensch (ganz speziell mit einer Kamera) verändert das Geschehen immer – nur schon deshalb, weil Menschen, sobald sie wissen, dass sie beobachtet werden, sich nun einmal anders verhalten, als wenn sie sich unbeobachtet fühlen; und das ganz besonders dann, wenn sie wissen, dass der Moment, an dem sie gerade teilhaben, dokumentiert und also gleichsam "für die Ewigkeit" festgehalten werden soll. In einer solchen Situation setzt man sich in Szene und bemüht sich, so vorteilhaft wie möglich rüber zu kommen – oder man versteckt sich.

Das Geschehen, das eine Kamera aufzeichnet, wird weit häufiger inszeniert, als gemeinhin angenommen; das gilt auch für dokumentarische Filme, denen wir in aller Regel zuschreiben, dass sie uns "die Wirklichkeit", also die Welt, wie sie Regisseur und Kamera vorgefunden haben, zeigen. Nur eben: die Regel ist, dass solche Filme, wie jeder andere Film auch, als Idee im Kopf eines Produzenten oder einer Redaktorin ihren Anfang nehmen, und es also nicht darum geht (wie der Begriff 'dokumentarisch' suggeriert), darzustellen, was sich zufällig der Kamera präsentiert, sondern darum, die vorgefertigten Bilder im Kopf des Regisseurs zu illustrieren (vgl. Lee 2003). Insofern besteht zwischen dem, was jemand mit einem Video-Handy oder mit einer Foto-Kamera aufzeichnet, kein Unterschied: Man versucht abzubilden, was man sich im Kopf vorstellt, das abgebildet werden soll.

Was jedoch beim brutalen "Slapping" anders und ganz wesentlich ist, ist dies: Hier will man beim Aufzeichnen der Gewalt nicht einfach den Anschein erwecken, es handle sich um gespielte Gewalt, hier will man wirkliche, echte Gewalt abbilden. Das erinnert an die "Snuff"-Filme, von denen man in den 80er Jahren zu hören bekommen hat, bei denen Menschen vor laufender Kamera umgebracht werden (obwohl man meist liest, dass bis jetzt noch niemand einen solchen Film gesehen hat, scheint es doch einen solchen Fall

zu geben: den eines 30-jährigen Russen, der kinderpornographische Videos über das Internet vertrieb, in denen Kinder vor laufender Kamera zu Tode gefoltert wurden; vgl. Burke et al. 2000). Es erinnert aber auch an die Videos, die islamische Fundamentalisten ins Internet gestellt haben, bei denen man angeblich zusehen konnte, wie jemand "live" ermordet wurde.

Auf der Suche nach dem ultimativen Kick

Wieso gibt es dieses brutale "Slapping"? Liegt es daran, wie der Basler Professor Anton Hügli, Leiter des Forschungsprojektes "Jugend und Gewalt im Zusammenhang mit sozialökologischen Strukturen", sagt, dass neben dem Kick, den die Droge Aufmerksamkeit bietet, die heutige Jugend, die nicht zuletzt aufgrund der Allgegenwart der Medien schon alles gesehen zu haben glaubt, ständig neue "thrills" sucht? (vgl. Durrer 2005a). Möglich, doch weshalb kommt dann dieses brutale "Slapping" (bistlang) so relativ selten vor? Auch andere "thrills" wie das "Bungy Jumping" und andere risikoreiche Handlungen scheinen keinem Massentrend zu entsprechen. Liegt es vielleicht daran, dass jeder Bildbetrachtung auch ein gewisser Voyeurismus innewohnt, und dass wir vor diesem zurückschrecken, weil ihm etwas Anstössiges anhaftet?

"Einen gerade eintretenden Tod festhalten und für alle Zeiten Bewahren – das können nur Kameras. Und Bilder aus dem Feld, die den Augenblick des Todes (oder den Moment unmittelbar davor) zeigen, gehören zu den berühmtesten und besonders häufig reproduzierten Kriegsphotos. Es besteht kein Zweifel an der Authentizität dessen, was sich auf dem Bild ereignet, das Eddie Adams im Februar 1968 aufgenommen hat: der Chef der südvietnamesischen Polizei, Brigadegeneral Nguyen Ngoc Loan, erschiesst auf einer Strasse in Saigon einen der Zugehörigkeit zum Vietcong verdächtigen Mann. Und doch ist dieses Foto gestellt – von General Loan selbst. Er führte den Gefangenen, dem die Hände hinter dem Rücken gefesselt waren, auf die Strasse, wo sich einige Journalisten versammelt hatten; er hätte ihn dort nicht kurzerhand exekutiert, wenn die Journalisten nicht anwesend gewesen wären und zugeschaut hätten. Loan stand neben seinem Gefangenen, so dass sein eigenes Profil und das Gesicht des Gefangenen für die Kameras hinter ihm sichtbar waren, während er aus kürzester Entfernung schoss. Adams' Bild zeigt den Augenblick, in dem die Kugel soeben abgefeuert worden ist; der tote Mann mit dem verzerrten Gesicht hat noch nicht zu fallen begonnen. Was indessen den Betrachter, wie diese spezielle Betrachterin angeht – nun, auch nach all den Jahren, seit dieses Bild gemacht wurde, kann man die Gesichter darauf lange ansehen und vermag doch das Rätselhafte – und Anstössige – solcher Komplizenschaft beim Zuschauen nicht zu ergründen." (Sontag 2005: 71f.)

Genau wie dieses Foto gibt es auch die brutalen "Slapping"-Videos nur, weil es Zuschauer für das gibt, was sich vor der Kamera abspielt: einmal diejenigen, welche die Aufnahmen machen, dann aber auch diejenigen, die das Aufgenommene später anschauen.

Das Leiden anderer betrachten

Als die Bilder von misshandelten irakischen Gefangenen im Gefängnis von Abu Ghraib in den Medien publik gemacht wurden, haben sich nicht wenige gefragt, ob denn den Menschen, die solche Bilder "schiessen", eigentlich jedes Schamgefühl abhanden ge-

medien heft

kommen sei? So notierte Susan Sonntag, dass man sich beim Anblick dieser Bilder frage, wie jemand grinsen könne angesichts des Leidens und der Erniedrigung anderer Menschen. "Erschreckend sei zudem, 'dass die Täter keinerlei Unrechtsbewusstsein hatten angesichts dessen, was die Bilder zeigen [...], ja dass sie dabei Spass hatten, denn die Bilder sollten ja in Umlauf gebracht und von vielen gesehen werden'." Die Tatsache, dass gemäss Zeugenaussagen einige militärische und zivile Geheimdienstleute offenbar ihre Namensschilder abgenommen hatten und auf Fragen von Militärpolizisten nach ihren Namen mit 'I'm Special Agent John Doe' oder 'I'm Special Agent in Charge James Bond' Auskunft gaben, weist allerdings auf ein durchaus intaktes Unrechtsbewusstsein hin – doch dass man bewusst Unrecht tun und daran Spass haben kann, macht das Verhalten eher noch schlimmer (vgl. Durrer 2005b).

Allenthalben kann man heutzutage hören, wir seien mit Bildern übersättigt und würden durch das ständige visuelle Bombardement abstumpfen. So hielt zum Beispiel Susan Sonntag bereits 1977 fest: "Bilder lähmen, Bilder betäuben. Ein Ereignis, das wir durch Fotografien kennen, erlangt für uns zweifellos mehr Realität, als wenn wir diese Bilder nie gesehen hätten. [...] Aber je öfter man mit solchen Bildern konfrontiert wird, desto weniger real erscheint das betreffende Ereignis." (vgl. die Ausgabe 2006: 26)

So einleuchtend dieses Argument sein mag, beizustimmen ist ihm nicht. Sicher, viele haben sich an die Bilder von Hungersnöten und Krieg gewöhnt und finden nichts dabei, wenn sie solche Fernsehbilder, womöglich während des Abendessens, an sich vorbeiziehen lassen. Und trotzdem gibt es immer wieder Bilder, die uns erreichen, die uns aufwühlen, die in uns Abscheu, Widerstand und die Empfindung, das dürfe so nicht sein, auslösen. Das wissen auch die Militärs, und das wissen auch die Medien, weshalb wir denn auch viele Bilder überhaupt nie zu sehen bekommen. "A dead child's face is too strong an image for the international press", notierte Asne Seierstad (2004: 215) in ihrem Tagebuch aus Bagdad, "A Hundred and One Days" über ein Foto, das weder die norwegische Zeitung "Aftenposten" noch die "New York Review of Books", denen sie das Bild angeboten hatte, zu veröffentlichen bereit gewesen sind. Vorenthalten werden sie uns meist mit dem Hinweis auf den "guten Geschmack", wie Susan Sonntag (2005: 81) in "Das Leiden anderer betrachten" schreibt. Darin revidiert sie u.a. auch ihre frühere These, wonach der Mensch abstumpfe, wenn er unablässig mit Bildern konfrontiert werde, die zeigen, was Menschen einander antun; denn die Gewöhnung an Bilder ist keine automatische, weil für solche Bilder andere Regeln gelten als für das wirkliche Leben: "Darstellungen der Kreuzigung werden für Gläubige, wenn sie wirklich gläubig sind, nicht banal. In noch stärkerem Masse gilt dies für manche Bühnendarstellungen." (Sonntag 2005: 96) Und es gilt auch für das Betrachten von Bildern, die uns lieb und teuer sind und uns vielleicht unser ganzes Leben begleitet haben. Mit anderen Worten: Bilder oft gesehen zu haben, ruft nicht notwendigerweise nach neuen Bildern.

Die Tatsache, dass wir heutzutage trotz aller Zensur (die Selbstzensur der Massenmedien kann dabei nicht hoch genug veranschlagt werden) immer mehr Bilder zu sehen kriegen, hat nicht nur damit zu tun, dass uns Texte zu entziffern anstrengender erscheinen mag, als "Föteli aluege", es hat auch damit zu tun, dass in den Industriegesellschaften Kameras zu einer Selbstverständlichkeit geworden sind und heute nicht wenige ständig mit Bildaufnahmegeräten unterwegs sind. Es versteht sich: Wer solch ein Aufnahmegerät hat, der benutzt es auch. Man erinnert sich: Die ersten Bilder von den Attentaten auf die Passagiere der Londoner U-Bahn vom Juli 2005 stammten von Kamera-Handys.

Die Wirklichkeit des Bildes

"Seeing is believing", heisst es und meint: Ich glaube es erst, wenn ich es mit eigenen Augen gesehen habe. Angesichts der Tatsache, dass wir wissen, wie leicht man Bilder manipulieren kann, ist das einigermassen erstaunlich: Wir zweifeln erst dann an der Authentizität eines Bildes, wenn uns jemand beweist, dass die Aufnahme nicht authentisch ist. Glaubt man jedoch nur, was man mit eigenen Augen sieht, kriegt der Bildbeweis, einen enormen und vielfach übertriebenen Stellenwert (vgl. Durrer 2006: 89).

"Schau mal diese Bilder an! Alles, was du da siehst, ist echt", stellt man sich vor, wie die Person, die gerade mit dem Kamera-Handy das Zusammenschlagen einer jungen Frau aufgenommen hat, prahlen wird. Lebt man in einer wesentlich von Medien mitgeprägten Welt, dann hat man sich daran gewöhnt, dass etwas erst "real" ist (also medialen Wirklichkeitswert aufweist), wenn es von den Medien aufgenommen und unter die Leute gebracht worden ist. Anders gesagt: "real" (genauer: "medien-real") ist, was technisch verbreitet werden kann; in den Worten von Susan Sonntag: "Leben heisst fotografiert werden und Aufzeichnungen vom eigenen Leben zu besitzen" (zitiert in Durrer 2005a). Oder eben zu filmen oder gefilmt werden.

Das Entscheidende bei diesen brutalen Gewalt-Videos – also das, was diese Videos von anderen Gewaltinszenierungen unterscheidet – ist das Bilddokument; einerseits, weil ihm "Beweiskraft" eignet, und andererseits, weil man nicht mehr nur vor der Glotze hockt und sich Sendungen wie "Big Brother" oder "Jackass" ansieht, bei denen das Öffentlichmachen persönlicher Demütigungen zum Standard-Repertoire gehört, sondern solche "Sendungen" gleich selber macht.

Um auf die beiden Ausgangsfragen zurückzukommen:

- Es scheint in der Tat, dass "Brutal Slapping" wesentlich "Media-Hype", ist, denn bislang sieht es so aus, dass es sich um Einzelfälle handelt. Und es wird vermutlich auch dabei bleiben, weil die Instinkte der überwiegenden Mehrheit (trotz der Fernseh-Vorbilder) intakt sind.
- Es ist anzunehmen, dass es ohne Internet und Handys diese Gewalt nicht geben würde. Denn das Zusammenschlagen um des Zusammenschlagens Willen ist nicht zu vergleichen mit dem Zusammenschlagen, bei dem entscheidend ist, dass man sich nachher mit "Beweisen" vor Leuten brüsten kann, die gar nicht dabei gewesen sind.

Susan Sonntag (2006: 20) hat darauf hingewiesen, dass dem Fotografieren etwas Aggressives anhaftet und süchtig machen kann: "Wie Schusswaffen und Autos sind auch Kameras Wunsch-Maschinen, deren Benutzung süchtig macht", und gab ihrer Hoffnung Ausdruck, dass die Menschen vielleicht eines Tages lernen "ihre Aggressionen häufiger mit der Kamera und seltener mit dem Gewehr abzureagieren". "Brutal-Slapping", so scheint es, verbindet die Aggressivität hinter der Kamera mit derjenigen vor der Kamera. Nur gut, dass das dabei hergestellte Bildmaterial auch Beweise für die Strafverfolger liefert.

Hans Durrer ist Publizist und schreibt vorwiegend über Fotografie und Medien.

Literatur:

Balci, Güner/ Reimann, Anna (2006): Verprügelt, vergewaltigt und gefilmt. Gewaltvideos auf dem Handy. In: Spiegel online, 13.06.2006:
<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,418236,00.html>

Barnfield, Graham (2005): Happy Slaps: fact and fiction. In: spiked-online, 28.04.2005.

Burke, Jason/ Gentleman, Amelia/ Willan, Philip (2000): British link to 'snuff' videos. In: The Observer, 01.10.2000.

Durrer, Hans (2005a): Wie Video-Handys Gewalt provozieren. In: Tagesanzeiger, 28.09.2005.

Durrer, Hans (2005b): Die Macht der Fotografie. In: www.morgenwelt.de, Februar 08.02.2005.

Durrer, Hans (2006): Ways of Perception: On Visual and Intercultural Communication. Bangkok: White Lotus Press.

Lee, Jeffrey (2003): Dog Days. New York.

Piquer, Paola (2006): Subieron a internet videos de violencia en un colegio local. In: UNO, 17.11.2006.

Seierstad, Asne (2004): A Hundred and One Days. London.

Shaw, Michael (2005): Bullies film fights by phone. In: The Times Educational Supplement, 21.01.2005.

Sontag, Susan (2005): Das Leiden anderer betrachten. Frankfurt am Main.

Sontag, Susan (2006): Über Fotografie. Frankfurt am Main.

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_DurrerHans.html

Jugendschutz bei Computer- und Videospielen

Zur Selbstkontrolle Pan European Game Information PEGI

Branchenverband SIEA

Kaum ist die Kunde von Jugendgewalt, geraten Computer- und Videospiele unter Beschuss. Über die Wirkung von interaktiven Spielen gibt es aber noch kaum gesicherte Erkenntnisse. Zwar sind Nachahmungseffekte nicht ausgeschlossen, monokausale Begründungszusammenhänge greifen aber zu kurz: Nicht jeder Nutzer von gewalthaltigen Spielen fällt durch Gewalthandlungen auf. Aber wer zur Gewalt neigt spielt mitunter auch gewalthaltige Games. Hinzu kommen viele weitere Faktoren, nicht zuletzt das soziale Umfeld und die eigenen Gewalterfahrungen. Jugendliche, die in einem intakten Umfeld aufwachsen, sind kaum gefährdet. Dort aber, wo die Familie ihre Erziehungsaufgabe nicht wahrnimmt und die Schule damit überfordert ist, kommt die Verantwortung der Spielindustrie zum Tragen. Der folgende Gastbeitrag von Roger Frei stellt die Selbstkontrolle des Branchenverbandes SIEA vor.

Am 1. Juli 2003 haben sich die führenden Anbieter der Schweizerischen Interactive Entertainment Branche in einem Verband organisiert. In der "Swiss Interactive Entertainment Association", kurz SIEA, sind sowohl die Plattformhalter Sony Computer Entertainment (PlayStation), Microsoft (Xbox) und Nintendo vertreten, als auch die offiziellen Schweizer Niederlassungen der Softwarefirmen Electronic Arts (ABC Software), Ubisoft (Ubisoft Schweiz), Atari (Gamecity) und Koch Media (Koch Media AG).

Eine wesentliche Zielsetzung der Swiss Interactive Entertainment Association SIEA ist der aktive Jugendschutz im Bezug auf die Altersfreigabe und Zugänglichkeit von interaktiver Unterhaltungssoftware. Gemeinsam mit dem Handel hat die SIEA dazu landesweit ein Bewertungssystem für Computer- und Videospiele eingeführt und für den Handel über einen "Code of Conduct" verbindlich erklärt. Für die Alterseinstufung der Spiele wird das Pan European Game Information System PEGI angewendet, ein standardisiertes Bewertungssystem, das in mehr als 16 europäischen Ländern mit nachweislichem Erfolg im Einsatz ist. Es gibt Käufern die Gewissheit, dass der Inhalt eines bestimmten Spiels für eine spezifische Altersgruppe geeignet ist. Der "Code of Conduct" wurde entworfen, um die Durchsetzung dieser Alterseinstufungen im Handel zu gewährleisten. Die Unterzeichner dieses Verhaltenskodex' – neben den SIEA-Mitgliedern fast alle bedeutenden Hersteller, Detailhändler, Importeure und Distributoren (siehe Tabelle unten) – verpflichten sich ohne Einschränkungen, die definierten Standards zur freiwilligen Selbstkontrolle beim Verkauf von interaktiver Unterhaltungssoftware zu erfüllen. Es ist die erklärte Absicht der SIEA, dass alle Verkaufsstellen, an denen Computer- und Videospiele erhältlich sind, sich nach dem Kodex richten.

Die PEGI-Symbole auf einen Blick

Das PEGI-System (Pan European Game Information) sieht Angaben auf den Spielverpackungen vor und besteht aus zwei Teilen. Jedes Spiel wird mit einer Altersempfehlung (vgl. Abbildung 1) gekennzeichnet und gegebenenfalls mit Beschreibungen ungeeigneter Inhalte ergänzt:

Abbildung 1



Innerhalb des PEGI-Systems gibt es sechs verschiedene Inhaltsbeschreibungen (vgl. Abbildung 2):

Abbildung 2



Gewalt: Das Spiel enthält Darstellungen von Gewalt.



Schlechte Sprache: Das Spiel enthält Fluchwörter.



Diskriminierung: Das Spiel enthält Darstellungen von Diskriminierung oder fördert Diskriminierung.



Drogen: Das Spiel erwähnt oder stellt Drogen dar.



Angst: Das Spiel kann bei jungen Kindern Angst auslösen.

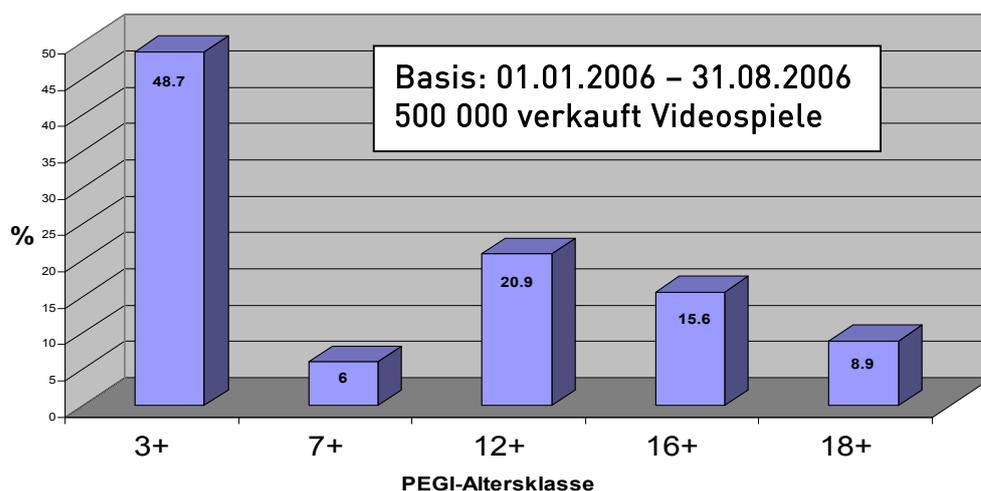


Sex: Das Spiel enthält Darstellungen von Nacktheit und/oder sexuellem Verhalten.

Mehr Infos dazu finden Sie auf der Homepage: www.pegi.info oder www.siea.ch.

Die Grafik zeigt die anteilmässige Verteilung in Prozent pro PEGI-Altersabstufung. Die gewaltfreien Spiele, welche mit 3+, 7+ oder 12+ eingestuft wurden, machen einen Anteil von fast 80 Prozent aus.

Abbildung 3



"PEGI-Rating hilft Eltern bei der Auswahl der richtigen Spiele"

Viele Eltern und Erziehungsberechtigte sind durch die Diskussion um Gewalt in Computerspielen verunsichert. Sie kennen sich selber mit den Spielen zu wenig aus und wissen nicht, welches Spiel für ihr Kind geeignet oder ungeeignet ist. Das von der Spielindustrie selbst entwickelte PEGI-Rating schafft hier Abhilfe. Roger Frei, Präsident des Branchenverbandes SIEA, gibt Auskunft.

Herr Frei, wie entsteht die Alters- und Inhaltsklassifizierung und wie wird sichergestellt, dass das PEGI-System eingehalten wird?

Roger Frei: Der Bewertungsvorgang basiert auf einem Selbstbewertungsbogen. Nach dem Testen eines Spiels benutzt der Programmierer ein Intranet, um verschiedene Fragen zu beantworten. Anhand dieser Antworten wird dem Spiel automatisch eine Bewertung zugeteilt. Für jede Themenkategorie wird ein Alter festgelegt, welches auf den Antworten des Selbstbewertungsbogens basiert. Anschliessend werden die vom Hersteller vorgeschlagenen Altersempfehlungen vom unabhängigen niederländischen Institut NICAM für die Klassifizierung audiovisueller Medien kontrolliert. Sind die Produkte bestätigt worden, wird ihnen eine Lizenz für die Benutzung des speziellen Logos zugeteilt. Über die Einhaltung des PEGI-Systems wacht in der Schweiz ein Ausschuss, bestehend aus je einem Vertreter des Handels, der Hersteller und der Stiftung für Konsumentenschutz sowie einem Psychologen (Allan Guggenbühl) und einem Journalisten (Marc Bodmer) über die Einhaltung der Vereinbarung.

Vor einiger Zeit hat sich die SIEA der internationalen Organisation PEGI angeschlossen und das PEGI-Bewertungssystem in der Schweiz umgesetzt. Auf welche Erfahrungen blicken Sie als Verbandspräsident der SIEA bei dieser Umsetzung zurück?

Roger Frei: Wir haben grundsätzlich sehr gute Erfahrungen mit dem PEGI-Bewertungssystem gemacht. Stichprobenartige Umfragen haben ergeben, dass sich Eltern, seit die Computer- und Videospiele mit den PEGI-Symbolen gekennzeichnet sind, sicherer fühlen und angeben, dass sie nun ihrem Kind beruhigt das eine oder andere Spiel kaufen können, weil sie wissen, welche Spiele für ihre Kinder geeignet sind oder eben nicht! Allerdings müssen wir an der Bekanntmachung von PEGI aktiv weiterarbeiten, denn es gibt nach wie vor Eltern, die noch nie etwas von PEGI gehört haben.

Der Handel hat gegenüber der SIEA einen Verhaltenskodex (Code of Conduct) unterzeichnet und sich dabei verbindlich verpflichtet, Alterskontrollen vorzunehmen und Spiele nicht an Käufer abzugeben, die jünger sind als die Altersempfehlung auf dem betreffenden Titel. Wie bewerten Sie diesen Verhaltenskodex und welche Motivation haben Händler und Hersteller, sich an die Abmachungen des PEGI-Alterseinstufungssystems zu halten?

Roger Frei: Der Verhaltenskodex, der übrigens nicht nur Alterskontrollen vorschreibt, sondern Hersteller und Händler auch dazu verpflichtet, nur Spiele zu verkaufen, die durch das PEGI-Rating gekennzeichnet sind, ist ein voller Erfolg. Seit dem 1. Oktober 2006 wird der Kodex umgesetzt: Nebst zahlreichen kleineren Unternehmen haben alle bedeutenden Händler und Hersteller die Vereinbarung unterschrieben. Mit dem PEGI-Altersempfehlungssystem nehmen sie ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr.

Böse Zungen könnten behaupten, PEGI sei eine bessere Alibiübung, um Kritikern etwas den Wind aus den Segeln zu nehmen. Was entgegen Sie diesen Äusserungen?

Roger Frei: Die SIEA ist überzeugt, dass mit den PEGI-Massnahmen der Schutz der jugendlichen Konsumenten gewährleistet und den Verbesserungsvorschlägen und Kritiken von Presse und Elternverbänden Rechnung getragen wird. Der Kontrollausschuss bietet Gewähr, dass das System konsequent umgesetzt wird. Ebenfalls hat die SIEA Kontrollkäufe angeordnet, um die Umsetzung und Einhaltung in den Läden zu beobachten.

Roger Frei ist Präsident der Swiss Interactive Entertainment Association (SIEA) und schweizerischer Vertreter der europäischen PEGI-Kommission.

Das Interview wurde von der SIEA zur Verfügung gestellt. Rückfragen sind zu richten an Frau Nicole Koller: kontakt@siea.ch.

Folgende Fachhändlern sind PEGI-Partner:

Manor AG	Sony Center Elsener	Alcom Electronics AG
Migros	Orell Füssli	Stauffacher AG
Citydisc	Müllers MovieZone	Eschenmoser AG
Media Markt	BB COM	G-Games GmbH
Ex Libris	Haus der Geschenke	Level 99
Dipl. Ing. Fust AG	Universe of Entertainment	Playtower OKC AG
Franz Carl Weber	Thali AG	Gametime AG
Interdiscount	GameStop GmbH	Conrad Electronics AG
Softridge AG	Codemasters GmbH	Virtual Dreams SA
Gameshop	Game Spirit	Virtual Games 2000
Etabl. Darty SA	L.O.G. – Log on Games	Game Effect
Mix Images SA	FNAC Suisse SA	Coin-Op
CeDe-Shop AG	Gamesline.ch	1 A DVD Shop
World of Games		

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_FreiRoger.html

Das Spiel mit der Gewalt

Reiz und Reaktion einer hitzigen Debatte

Interview mit Guido Haus

MEDIENHEFT: Guido Haus, Sie sind seit rund 20 Jahren mit E-Games beschäftigt, haben mit Haus Network (HN) eine eigene Firma in der interaktiven Unterhaltungsindustrie und testen Computerspiele für Zeitungen und Fachmagazine. Durch wie viele Spiele haben Sie sich bereits "geballert"?

Haus: Zuerst möchte ich erwähnen, dass man im Fachjargon von Computer- und Videospielen (E-Games) spricht. Also Spiele für PC und Macintosh oder Spiele für die Konsolen von Sony, Nintendo und Microsoft. Tatsächlich habe ich schon Ballerspiele getestet. Seit Kindesbeinen interessiere ich mich für interaktive Unterhaltung. Meine Passion für E-Games konnte ich 1994 erstmals beruflich nutzen. Damals schrieb ich als freier Journalist für die Fachzeitschrift PCtip. Heute hinterfrage ich die Industrie und ihre Produkte kritischer als früher.

MEDIENHEFT: Gibt es gute Gewaltspiele? Oder anders gefragt: Was ist der Reiz an Gewaltspielen?

Haus: Das Genre "Gewaltspiele" gibt es eigentlich nicht. Dieser Begriff wird von der Öffentlichkeit für diverse Arten von E-Games verwendet. Unzählige Spiele definieren sich durch Gewalt. Interessanterweise sind diese Erzeugnisse besonders beliebt. Wenn Sie beispielsweise die nationalen Game-Charts mitverfolgen und längerfristig analysieren, wissen Sie, was ich meine. In der Top 10 tummelt sich eine Menge Spiele mit gewaltverherrlichenden Inhalten. Gewalt ist ein Bestandteil diverser Genres: Vom Strategie- über das Abenteuer- bis hin zum Ballerspiel reicht die Palette. Der Reiz besteht darin, dass der Spieler unter anderem historische oder fiktive Schlachten als Befehlshaber oder einfacher Soldat hautnah miterlebt. Durch die interaktive Gestaltung ist es möglich, Konflikte direkt zu beeinflussen. Man sitzt also nicht tatenlos vor dem Bildschirm, sondern schlüpft selbst in eine Rolle und bestimmt ein Stück weit die Handlung. Das ist übrigens der hauptsächliche Reiz des Mediums E-Games. Abhängig von der Rolle, die der Spieler einnimmt, gibt es natürlich "bessere" oder "schlechtere" Vertreter von gewalttätigen Spielen. Als Anführer einer Spezialeinheit böse Buben jagen, dabei Bomben entschärfen und Geiseln befreien, klingt in meinen Ohren besser, als in der Rolle eines Kriminellen Leute zu töten, Drogen zu verkaufen oder Einbrüche zu verüben.

MEDIENHEFT: Als Spieltester haben Sie Ihr Hobby zum Beruf gemacht. Haben Games Suchtpotenzial? Gibt es Unterschiede zwischen Games, die alleine gespielt werden, und Rollenspielen wie "World of Warcraft"?

Haus: Computer- und Videospiele können süchtig machen. Keine Frage. Wenn ich auf meine Laufbahn zurückblicke, war ich früher ebenfalls im Bann der E-Games. Gerade Kinder und Jugendliche können sich in den immer aufwändiger inszenierten virtuellen Welten verlieren, aber auch Erwachsene sind davon betroffen. Single-Player-Spiele sind vielleicht weniger problematisch als Multiplayer-Spiele, können aber genauso abhängig machen. Zweifelsohne bergen Spiele, an denen mehrere Leute gleichzeitig über einen längeren Zeitraum teilnehmen, ein höheres Suchtrisiko. So genannte Massively-Multiplayer-Online-Role-Playing-Games (MMORPG) wie "World of Warcraft" (WoW) fes-

seln Menschen rund um den Globus an den Bildschirm. MMORPGs sind als Kommunikationsplattform konzipiert. Teile des Spielablaufs ermutigen den Zocker zu monatelangen Auseinandersetzungen mit einer interaktiven Fantasiewelt. Dies hat insbesondere im asiatischen Raum schon zu Todesopfern geführt. So zum Beispiel soll ein Koreaner nach einer 50-stündigen Marathon-Session in WoW an Erschöpfung gestorben sein. Natürlich kann man jetzt sagen, er hätte zwischendurch Pausen einlegen können. Im Endeffekt liegt die Verantwortung aber nicht nur beim Konsumenten, sondern auch beim Produzenten, der mehr Aufwand in die Suchtprävention investieren und die Spiele so gestalten muss, dass der User nicht permanent beschäftigt ist.

MEDIENHEFT: Wie steht es mit Multiplayer-Spielen wie "Counter-Strike". Fördern sie den Teamgeist oder schaffen sie eine Kultivierung der Gewalt?

Haus: Im PC-Spiel "Counter-Strike" (CS) kämpfen Anti-Terror-Einheiten gegen Terroristen. Der Multiplayer-Modus ist das zentrale Element. Natürlich verlangt dieser realistisch inszenierte Taktik-Shooter Teamarbeit. Auf beiden Seiten müssen sich die Spieler miteinander absprechen, um den Feind auszutricksen. Die Lösung des Problems erfolgt auch über die Eliminierung des Gegners. Der Waffenkatalog von CS orientiert sich an der Realität. Kritiker behaupten, dass hier das Töten einstudiert werden kann. Gleichzeitig ist CS aber eine wichtige Triebfeder für den E-Sport. PC-Zocker formieren sich weltweit zu Clans (Teams), spielen in Ligen und nehmen an grossen Turnieren via Internet oder im LAN teil. Die internationalen Veranstalter (CPL, ESWC & Co.) und Sponsoren (Intel, AMD & Co.) setzen sich aus namhaften Firmen zusammen. Je nach Organisation ist der Pott mit Preisgeldern in Millionenhöhe gefüllt. Fairerweise sei erwähnt, dass auch Fussball- und Rennspiele als Grundlage für E-Sport dienen.

MEDIENHEFT: Passionierte Spieler behaupten häufig, die Faszination an Gewaltspielen sei rein sportlicher Art. Es gehe um die Erreichung einer hohen Punktzahl und um das Steigern des Spiel-Levels. Wozu braucht es dann eigentlich die Gewalt?

Haus: Je nach Spiel können durchaus sportliche Elemente im Vordergrund stehen. Weshalb dies auch bei klassischen Ballerspielen immer wieder betont wird, begreife ich nicht. Ich selbst habe schon in einem Battlefield-Clan gespielt (die Battlefield-Serie basiert auf einem Kriegsspiel) und kenne die Gepflogenheiten. Im Endeffekt ging es um Sieg oder Niederlage: Gewinnen konnte aber nur jene Partei, welche das Schlachtfeld dominierte. Um dies zu erreichen, musste der Gegner eliminiert werden. Selbstverständlich geht es auch um Teamwork, um die einzelnen Herausforderungen zu absolvieren. Trotzdem spielt die Gewalt, in diesem Fall das Bekämpfen der Kontrahenten, eine tragende Rolle. Realitätsgetreue Grafik und Physik intensivieren den Gewaltaspekt: Getroffene Feinde stürzen realistisch die Treppe hinunter, Fahrzeuge fliegen in die Luft, Artillerieangriffe legen alles in Schutt und Asche. Mit Sport im klassischen Sinne hat das wenig zu tun.

MEDIENHEFT: Oft ist von Spielern zu hören, dass sie mit Games ihre Aggressionen abreagieren könnten. Was sind Ihre Erfahrungen?

Haus: Wer behauptet, dass er mit E-Games Gewalt abbaut, irrt sich. In Wirklichkeit verlagert man seine Probleme nur in den virtuellen Raum. Gewaltverherrlichende Computer- und Videospiele geben aggressiven Menschen ein Werkzeug für das Ausleben ihrer Fantasien.

medien heft

MEDIENHEFT: Es gibt Spiele, die kaum die Folgen von Gewalt zeigen, sondern diese als technisches Manöver erscheinen lassen. Einige Militärsimulationen gehören dazu. Was ist aus Ihrer Sicht bedenklicher: Die Ästhetisierung von Gewalt oder Gewaltorgien?

Haus: Beide Formen empfinde ich als fragwürdig. Auch wenn ich persönlich die Faszination an Action-Spielen noch nicht ganz verloren habe, bin ich klar der Meinung, dass solche Spiele nicht in Kinderhände gehören. Auch Erwachsene sollten klar über dem Gezeigten stehen, ansonsten empfehle ich generell, solche Produkte zu meiden.

MEDIENHEFT: Einige Computerspiele sind Derivate von Kriegssimulationen, die ursprünglich dazu entwickelt wurden, die Faszination für Kriegstechnologien zu fördern, Kriegsszenarien zu trainieren, die Hemmschwelle für Kampfhandlungen zu senken und die Armee für potenzielle Rekruten attraktiv zu machen. Dazu gehören "America's Army: Operations", "Soldiers" oder "Marine Expeditionary Unit". Mehrere Spiele sind in Kooperation mit der Militär- und Unterhaltungsindustrie entstanden wie "Soldier of Fortune". Und "Gun Club", das bereits ab zwölf Jahren freigegeben ist, wurde von der "National Rifle Association" produziert. Wie stehen Sie zu dieser "Allianz" zwischen Kriegs-, Waffen- und Spielindustrie?

Haus: In der Tat gibt es Vertreter aus der Spielindustrie, die mit Kriegsveteranen, dem Militär oder Polizisten zusammenarbeiten. Authentizität heisst das Stichwort. In Hollywood ist es nicht anders. Selbst Buchautoren oder Musikproduzenten haben sich schon inspirieren lassen. Es kommt immer darauf an, was in diesen Menschen vorgeht und was am Schluss dabei herauskommt. Problematisch sind sicherlich die Marketingaktivitäten der US-Armee, welche versucht, über Computer- und Videospiele Jugendliche zu rekrutieren.

MEDIENHEFT: Auch die Verbindung von "Sex and Crime" scheint attraktiv: Das Game "Grand Theft Auto: San Andreas" wurde vom "Sex Workers Outreach Project" (SWOP) in den USA kritisiert, weil darin Prostituierte Opfer von Gewalt würden. Und vor zwei Jahren hat ein Lausanner Informatiker ein Game online gebracht, in dem man als Zuhälter mit Prostituierten handeln, sie schlagen oder wahlweise auch töten kann. Der Entwickler sieht darin einen Kampf für die Meinungsfreiheit. Wie stehen Sie dazu?

Haus: Beide von Ihnen genannten Spiele betrachte ich als problematisch. Natürlich soll jeder das Recht haben, seine Meinung zu sagen, muss dann aber die Konsequenzen für seine Handlungen tragen.

MEDIENHEFT: Die Konsequenzen tragen eben die anderen. Im Spiel "Grand Theft Auto" kann man angeblich Passanten auf der Strasse mit Motorsägen abschlachten und mit Schaufeln erschlagen. Und in "Backyard Wrestling" kann man den Gegner mit einer Nagelpistole in den Kopf schießen oder in kochendes Frittierfett drücken. Stellen Sie in der Games-Branche den Trend fest, dass Spiele immer gewalthaltiger werden?

Haus: Ja. Egal ob Filme, Spiele, Bücher oder Musik – überall grassieren Gewalt- und Sex-Exzesse. Computer- und Videospiele können – wie auch andere Medien – ein Spiegelbild unserer Gesellschaft sein. Es gibt natürlich auch Spiele, die sich in eine andere Richtung entwickeln. So bringen gewisse Hersteller weitaus erbaulichere Produkte auf den Markt. Ein Beispiel ist die Videospielefirma Nintendo.

MEDIENHEFT: Einige Spiele haben grosse Ähnlichkeit mit Horrorfilmen. Man könnte die Position vertreten, dass alle erdenkliche Brutalität schon im Horror-Genre zur Blüte gelangt ist. Demnach würde sich eine Diskussion über die Wirkung von Gewalt in Spielen erübrigen. Was ist aus Ihrer Sicht gleich, was ist anders bei den interaktiven Spielen? Welche Rolle spielt z.B. die Perspektive beim Ego-Shooter?

Haus: Eigentlich sollte man sagen, dass E-Games eine Verschmelzung von Buch, Film und Musik sind. Neu hinzugekommen ist das interaktive Element. Durchschnittlich benötigt man zwischen zehn und 20 Stunden, um ein typisches Game durchzuspielen. Der Rezipient beschäftigt sich also wesentlich länger mit einem Spiel als mit einem Film. Während ein Horrorfilm zwei Stunden lang schockiert, kann ein vergleichbares Horrorspiel den Nutzer über einen viel längeren Zeitraum in Atem halten. Obwohl die Grafik des Spiels (noch) nicht an das reale Filmbild heranreicht, erlebt der Spieler das Ganze nicht nur als Beobachter, sondern beteiligt sich selbst an der Handlung. Während man im Kino beispielsweise den Auftritt eines Zombies aus der Distanz wahrnimmt, taucht der Spieler viel tiefer in die Materie ein und muss die Untoten eigenhändig mit Maus, Tastatur oder Joypad beseitigen. Im Klartext: die User von E-Games beschäftigen sich je nach Fall tagelang mit dem Töten von Feinden. Es gibt Studien, die von der Spielindustrie in Auftrag gegeben wurden, welche besagen, dass Games im Prinzip unproblematisch seien. Ich behaupte, dass – auch wenn die meisten Computer- oder Videospiele nicht zum Amokläufer mutieren – eine schleichende Abstumpfung passiert. Das betrifft aber nicht nur E-Games, sondern auch Filme, Bücher oder Musik.

MEDIENHEFT: Das ist das Stichwort: Nach dem Amoklauf eines 18-Jährigen in seiner ehemaligen Schule in Emsdetten im November ist in Deutschland erneut der Ruf nach einer verstärkten Kontrolle von Spielen laut geworden. Wie schon 2002, nach dem Amoklauf in Erfurt, war das Game "Counter-Strike" im Gespräch; nach dem Amoklauf von Littleton (USA) 1999 war von "Doom" die Rede; und im Sommer letzten Jahres klagte in Grossbritannien eine Mutter, deren Sohn ermordet worden war, dass der Täter unter dem schädlichen Einfluss von "Manhunt" gestanden habe. Kennen Sie diese Games, und was sind Ihre Empfehlungen?

Haus: Ich kenne alle die von Ihnen erwähnten Spiele. Während "Counter-Strike" ein taktisches Kriegsspiel ist, handelt es sich bei "Doom" um ein sehr simples Ballerspiel im Comic-Look. "Manhunt" ist eines der brutalsten Spiele überhaupt. Hier geht es darum, dass der Spieler seine Gegner möglichst spektakulär und auf alle erdenkliche Art und Weise tötet. Ich kann keines dieser Spiele weiterempfehlen.

MEDIENHEFT: Bereits 2002 wurden nach dem Amoklauf eines 19-jährigen Schülers an einer Schule in Erfurt die Bestimmungen im deutschen Jugendschutz verstärkt. Jetzt fordern Politiker in Deutschland erneut ein Verbot, und zwar nicht nur für die Verbreitung, sondern auch für die Herstellung von so genannten "Killerspielen". Was halten Sie von diesen Reaktionen? Gibt es Spiele, die man in eine höhere Alterskategorie einstufen oder ganz vom Markt nehmen sollte?

Haus: Der Begriff "Killerspiele" ist schwammig definiert, damit kann man in der Praxis kaum etwas anfangen. Deutschland hat im Zusammenhang mit E-Games bereits ein leistungsfähiges Jugendschutzgesetz. Obwohl früher die Spielbranche gegen die USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) gekämpft hat, ist sie heute heilfroh über die USK – angesichts der restriktiven Forderungen aus der Politik, ist das nicht erstaunlich, ist doch die USK in den Augen der Spielindustrie das kleinere Übel. Die USK arbeitet mit

der Spielindustrie zusammen und nimmt Alterseinstufungen vor. Seit April 2003 sind die von der USK herausgegebenen Altersempfehlungen gesetzlich verankert. Je nach Fall verweigert die USK eine Alterskennzeichnung. Danach bleibt es dem Hersteller überlassen, ob er sein Produkt in Deutschland veröffentlichen will oder nicht. Versucht er sein Spiel trotzdem zu veröffentlichen, kann die BPJM (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien) einschreiten und das Produkt indizieren. Ab diesem Zeitpunkt darf das Produkt weder beworben noch öffentlich angeboten werden. Nur wer über 18 Jahre alt ist, darf das Spiel – unter dem Ladentisch – dann noch kaufen.

MEDIENHEFT: Wie ist die Lage in der Schweiz: Braucht es gesetzliche Bestimmungen oder nimmt die Spielindustrie mit ihrer Selbstregulierung genügend Verantwortung wahr?

Haus: Es scheint mir wichtig, dass Hersteller, Händler und Konsumenten ihre Verantwortung wahrnehmen. Dennoch ist die Selbstregulierung des Marktes langfristig keine Lösung. Unsere Gesellschaft muss sich die Frage gefallen lassen, ob wir den Umsatz über alles stellen wollen. Ich plädiere für eine Co-Regulierung durch den Staat, welche den Handel verpflichtet, die Alterseinstufungen einzuhalten. Der Branchenverband SIEA (Swiss Interactive Entertainment Association) hat sich von der USK distanziert und für PEGI (Pan European Game Information) entschieden. In Zukunft muss wohl eine ähnliche Lösung wie in Deutschland anvisiert und eine Prüfstelle wie die USK eingeführt werden. Dafür wäre ich auch bereit, mich zu engagieren.

MEDIENHEFT: Was ist der Unterschied zwischen der USK und PEGI. Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile dieser Selbstkontroll-Systeme?

Haus: Die Entscheide der USK sind im Gesetz verankert. PEGI ist ein System, das von der Spielindustrie für Europa geschaffen wurde und von den holländischen Medienkontrolleuren NICAM überwacht wird. Der Schweizer Branchenverband SIEA akzeptiert die Entscheidungen von PEGI. Im Gegensatz zur USK hat PEGI eindeutige Schwachpunkte. Die Spielhersteller füllen Fragebogen aus und bewerten ihre Produkte aufgrund der Antworten selbst. Die gemachten Angaben werden abhängig von der anvisierten Alterskategorie stichprobenartig von der NICAM überprüft. Vergleicht man die Alterseinstufungen von PEGI mit denen der USK, sind teilweise riesige Unterschiede erkennbar. Tendenziell fallen die von PEGI gemachten Alterseinstufungen zu tief aus. Ausserdem haben die von PEGI gemachten Einstufungen keinerlei gesetzliche Grundlage. Zwar verpflichtete die SIEA diverse Schweizer Händler zur Unterzeichnung des so genannten "Code of Conduct", der theoretisch Konventionalstrafen vorsieht. In der Praxis ist diese Massnahme jedoch eine Alibiübung. Anders bei der USK: Wer Computer- und Videospiele an Konsumenten verkauft, die nicht das auf der Verpackung deklarierte Alter haben, muss laut Jugendschutzgesetz mit einer Busse von bis zu 50'000 Euro rechnen.

MEDIENHEFT: Hat das PEGI-System tatsächlich Einfluss auf den Kaufentscheid von Kindern und Jugendlichen oder auf die elterliche Kontrolle?

Haus: Es ist durchaus möglich, dass PEGI einen Einfluss auf den Kaufentscheid der Eltern hat. Kinder und Jugendliche werden sich die Alterseinstufungen eher weniger zu Herzen nehmen – die kindliche Neugier überwiegt. Wie bereits erwähnt ist PEGI nicht unbedingt objektiv. Interessanterweise finden heutzutage Konsumenten in der Schweiz Spiele, die mit USK- und PEGI-Labels gekennzeichnet sind. So kann es sein, dass die USK keine Jugendfreigabe (ab 18 Jahren) erteilt und PEGI dasselbe Produkt ab zwölf Jahren einstuft.

MEDIENHEFT: Wie steht es mit Games, die online gespielt oder teilweise auch illegal vertrieben werden? Kann man die Zugänglichkeit von fragwürdigen Spielen im Internet überhaupt regulieren oder ist das eine Illusion?

Haus: Wer heikle Produkte übers Internet anbietet, muss sicherstellen, dass er keine Minderjährigen damit tangiert. Wenn das nicht möglich ist, dürfte ein Online-Vertrieb nicht stattfinden. Solange das Internet ein beinahe rechtsfreier Raum ist – ein Ding der Unmöglichkeit. Internetprovider, Content-Anbieter und Konsumenten ziehen am gleichen Strick. Wir leben alle auf dem gleichen Planeten und sollten uns mehr Gedanken machen, welche Produkte wir überhaupt wollen.

MEDIENHEFT: Angeblich werden Online-Spiele auch gehackt und mit zusätzlichen Gewalt- oder Sex-Szenen versehen. Was sagt die Branche dazu?

Haus: Die Branche distanziert sich in erster Linie von solchen Modifikationen (Mods). Es gibt Hersteller, die Software für Mods gleichzeitig mit ihren Spielen ausliefern, damit kreative User eigene Levels auf Basis der Game-Engine bauen können. Interessanterweise war "Counter-Strike" ursprünglich ein Mod.

MEDIENHEFT: Sie selbst testen die neuesten Spiele die auf den Markt kommen und geben in Online- oder Printmedien Empfehlungen ab. Was ist Ihre Philosophie?

Haus: Immer öfter stelle ich fragwürdige Produkte überhaupt nicht mehr vor. Auch eine kritische Hinterfragung von gewaltverherrlichenden Inhalten steht für mich zur Debatte. Meine Mitarbeiterin, Caroline Prochaska, versucht ebenfalls, wie sie selbst sagt, auf das Vorstellen problematischer Spiele zu verzichten.

MEDIENHEFT: Wo wir schon dabei sind: Welche E-Games können Sie denn empfehlen?

Haus: Es gibt eigentlich für sämtliche Systeme interessante Produkte. Für die PlayStation 2 kann ich "Guitar Hero 2" oder "Buzz! Junior Jungle Party" empfehlen. PC-User dürften mit "Runaway 2 The Dream of the Turtle" oder "Flight Simulator X" gut aufgehoben sein. Auf der Xbox 360 gibt's unter anderem "Viva Piñata" und "FIFA 07". Handheldfans können zu "Yoshi's Island 2" (NDS), "Brain Training" (NDS), "Moto GP" (PSP) oder "Loco Roco" (PSP) greifen. Besitzer von Nintendos brandneuer Spielkonsole Wii wählen "Rayman Raving Rabbids" oder "The Legend of Zelda The Twilight Princess".

MEDIENHEFT: Besten Dank für Ihre Ausführungen.

Guido Haus ist Inhaber der Firma Haus Network. Das schweizerische Unternehmen ist spezialisiert auf redaktionelle Inhalte im Bereich E-Games für Medien aller Art.

Das Interview fand statt am 29. November 2006.
Die Fragen stellte Judith Arnold, Redaktorin Medienheft.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d26_HausGuido.html