

Editorial

Medienmacht global

Plädoyer für politische Medienbildung

Eine starke These geht um in der Medienwissenschaft. THOMAS MEYER spricht von einer „kopernikanischen Wende“ im Verhältnis von Medien und Politik. Galt bisher, dass Journalisten und Medienmacher die politische Szene gleichsam umkreisten, um sie der Öffentlichkeit mit dem Instrumentarium der Massenmedien durchschaubar und verständlich zu machen, so scheinen in der „Mediendemokratie“ die Verhältnisse umgekehrt: Politikstrategen und PR-Profis beobachten die Medienszene und ihre Mechanismen, um danach Politik zu gestalten. „Die Regeln der medialen Politikdarstellung – unterhaltsam, dramatisierend, personalisiert und mit Drang zum Bild, allesamt der Darstellungskunst des Theaters verpflichtet – greifen in zunehmendem Maße und mit beträchtlichen Folgen auf das politische Geschehen selbst über“ (MEYER in *Aus Politik und Zeitgeschichte* vom 12./19. 4. 2002).

Informationen zum Bond-Film

James Bond 007 – Der Morgen stirbt nie (Originaltitel: *Tomorrow Never Dies*). Großbritannien 1997. Regie: Roger Spottiswoode. Produktion: Michael G. Wilson & Barbara Broccoli. Darsteller: Pierce Brosnan (James Bond), Jonathan Pryce (Carver), Michelle Yeoh (Wai Lin). Länge: 122 Min. Budget: ca. 100 Mio. \$. Deutsche Erstaufführung: 18.12.1997. Goldene Leinwand 1998. Weltweites Einspielergebnis: 343 Mio. \$. Internet: www.jamesbond.de, www.jamesbond.com; Lit.: H.-O. Hügel / J. v. Moltke (Hrsg.): James Bond. Spieler und Spion. Begleit- und Lesebuch zur Ausstellung „James Bond – Die Welt des 007“. Hildesheim 1998

Im 18. Bond-Abenteuer verbündet sich der Agent mit der Lizenz zum Töten mit Wai Lin vom chinesischen Geheimdienst um eine kriegerische Auseinandersetzung zwischen China und England zu verhinder-

Die Folgen für die politische Bildung und die Medienpädagogik sind offensichtlich. Beide müssen aufs engste kooperieren. Politische Bildung ohne Medienkompetenz ist blind gegenüber dem, was in der politischen Szene eigentlich geschieht, sie ist unfähig, den medialen Schein zu durchschauen. Und Medienpädagogik ohne den Anspruch, politische Bildung zu sein, verzichtet auf eine ihrer bedeutsamsten Leistungen, die sie für eine aufgeklärte, demokratische Gesellschaft erbringen könnte.

Die Beiträge im ersten Teil des Heftes sind im Rahmen einer Tagung der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) entstanden. Wie bereits die *medien praktisch* TEXTE-Hefte 1, 2 und 3 gehen sie auf eine Fragestellung der GMK-Fachgruppe „Philosophisch-pädagogische Grundfragen“ zurück. Über „Medienmacht global. Wo steht die kritische Medien- und Kommunikationswissenschaft?“ wurde am 21./22. Februar 2002 in Münster diskutiert. Als Einstimmung in das komplexe Themenbündel „Medien und Politik“ diente der Bond-Film mit dem etwas verwirrenden Titel *Tomorrow Never Dies / James Bond 007 – Der Morgen stirbt nie* (siehe dazu unten).

In einem zweiten Teil fügen drei Beiträge weitere Aspekte hinzu, die die These von der „Kolonisierung der Politik durch die Medien“ (a.a.O.) anschaulich belegen.

Johannes Gawert

dern. Als Drahtzieher hinter den Kulissen erweist sich der größtenwahnsinnige Medienmogul Elliot Carver, der den chinesischen Fernsehmarkt erobern, die Quoten seiner Sendungen und die Auflagen seiner Print-Medien erhöhen will. Nach etlichen Abenteuern in Afghanistan, Hamburg und Thailand kommt es zu einem feurigen Showdown. Auge in Auge mit einer Atomrakete, irgendwo im südschinesischen Meer.

Selten wie zuvor bietet dieser Bond-Film Product Placement: PIERCE BROSNAN ist als Werbeträger für Handys (Nokia), Wodka (Smirnoff), Autovermietungen (Avis), Uhren (Omega) und vor allem für den neuen BMW 750iL sowie das Luxus-Motorrad BMW R 1200 C zu sehen. Der Originaltitel des Films lautete übrigens „Tomorrow Never Lies“, durch einen Tippfehler in einer frühen Skriptfassung wurde aber aus „Lies“ „Dies“ – und dieser „Fehler“ wurde beibehalten.

117

Impressum

Herausgeber:
Gemeinschaftswerk
der Evangelischen Publizistik
gGmbH (GEP),
Geschäftsführer: Jörg Bollmann

Redaktion:
Johannes Gawert (verantwortlich),
Thomas Hammerschmidt,
Anke Merzbach (Sekretariat),
unter Mitarbeit von
Dr. Barbara Eschenauer

Redaktionsbeirat:
Prof. Dr. Stefan Aufenanger,
Roland Kohm, Prof. Dr. Hans
Dieter Kübler, Prof. Dr. Lothar
Mikos, Prof. Dr. Klaus Neumann-
Braun, Richard Stang, Dr. Rein-
hard Velt, Klaus Heiner Weber,
Dr. Wolfgang Wunden

Erscheinungsweise:
Jährlich, als Sonderheft im
Rahmen des Abonnements von
medien praktisch

Bezugspreis:
Einzelheft *medien praktisch*
TEXTE 7,15 €. Jahresabonnement
medien praktisch, inkl.
medien praktisch TEXTE, 26 €.
Studenten erhalten 25% Preis-
nachlass (Immatrikulations-
bescheinigung erforderlich). Alle
Preise jeweils inkl. MwSt., Abon-
nement inkl. Versandkosten.

**Adresse von Herausgeber,
Redaktion und Verlag:**
Gemeinschaftswerk der
Evangelischen Publizistik,
Emil-von-Behring-Str. 3,
60439 Frankfurt/M.

Postanschrift:
Postfach 50 05 50,
60394 Frankfurt/M.,
Tel.: 069/5 80 98-152,
Telefax: 069/5 80 98 271,
E-Mail: medienpraktisch@gep.de
www.medienpraktisch.de

© 2002 für alle Beiträge bei
Gemeinschaftswerk der
Evangelischen Publizistik gGmbH
ISSN: 0171-3957

Jugendschutz & Medienmacht

James Bond medienpädagogisch betrachtet

Ben Bachmair

Medienpädagogen, auch die älteren, wuchsen mit Filmserien wie die von James Bond auf oder gingen damit durchs Jugendlalter. Deren Schlüsselbilder sind vermutlich in den kollektiven Bilderschatz unserer Kultur eingegangen. Es ließe sich kulturhistorisch die Frage stellen, welche allgemeinen Themen denn in einer Serie wie James Bond erscheinen und ob bzw. wie diese Themen auf die für James Bond typischen Repräsentationsweise in die zivilisatorische Dynamik von Subjektivität, Kultur und Gesellschaft eingingen. Ich will die Frage etwas weniger abstrakt formulieren. Ist das Männerbild von James Bond, also das Verhältnis zu Kampfritualen, zu Frauen, zu Technik oder zu Liebe, zu Tod usw., Teil der Mediensozialisation?

Mediensozialisation zielt auf das Verhältnis der Menschen zu ihrer inneren Bilder- und Themen-Welt sowie zu ihrer sozialen, kulturellen und dinglichen Umwelt, die auch über vorrangige und typische Medienangebote vermittelt ist. Dabei geht es um das Verhältnis der Kinder, Jugendlichen und Erwachsenen als Subjekte zu sich selber und zu ihrer Umwelt. KLAUS HURRELMANN betont mit seinem Kernsatz eines Sozialisationsmodells die Rolle der Menschen als Subjekte, die als Instanz die innere und die äußere Realität produktiv verarbeiten.¹ Sind die Bilder und Themen, für die James Bond u.a. mit *Der Morgen stirbt nie* steht, in einer von den Subjekten zu ertragenden, gesuchten oder zu verarbeitenden Spannung von innerer und äußerer Wirklichkeit wichtig?

In einem ersten Teil der Argumentation will ich nahe an der Videoverision bzw. an TV-Fassung von *Der Morgen stirbt nie* bleiben und versuchen, in der Perspektive von Kindern nach relevanten Zusammenhängen Ausschau zu halten. In einem zweiten Teil geht es unabhängig von James Bond um das Thema „Medienmacht“ und „Globalisierung“, da der in *Der Morgen stirbt nie* geführte Diskurs zu Macht, Globalisierung und Moral doch genretypisch plakativ

bleibt und eine pädagogische Untersuchung doch anders ansetzen sollte.

1. Teil. Anmerkungen eines Medienpädagogen zu James Bond

Auch beim dritten Mal Sehen empfand ich die Gewaltdarstellungen und das Männerbild des James Bond als dominierend, auch in der von Pro 7 am 17.3.02 ab 20.15 Uhr gesendeten Fernsehfassung. Die Gewalttat von Erfurt, bei der sicherlich auch unsere kollektive Bilderwelt der Massenkommunikation eine Funktion hatte, lässt den vertrauten argumentativen Bezugsrahmen zur ritualisierten Form der Gewaltdarstellungen brüchig werden. Nun entspricht das Handlungsmuster der Amok-Tat von Erfurt, soweit ich das als Zeitungsleser einschätzen kann, nicht dem von James Bond, sondern eher den subjektiv aufgebauten sog. Ego-Shooter-Kampfabläufen auf CD-ROM. Die Frage nach medialen Mustern und Themen des Alltags, nach medialer Fiktionalität und der Wirklichkeit der Alltagswelt im Kontext von Gewaltdarstellungen lässt sich dennoch nicht wegschieben, aber auch nicht mit Ursache-Wirkungsmodellen bearbeiten. Die Medienpädagogik darf und sollte in diesen Diskurs als vorrangige Perspektive die Kinder und Jugendlichen als verletzte Subjekte einbringen. Auch in dieser Perspektive der Verletzlichkeit hat unsere Gesellschaft den Jugendschutz entwickelt.

1.1. Jugendmedienschutz

Der Jugendmedienschutz ist wohl das wesentliche öffentliche und medienpädagogisch praktische Instrument, das im Kern aus der Zugangskontrolle zu Medieninhalten je nach Alter der Zuschauer und über die Sendezeit besteht.

Zugangskontrolle nach Alter und über die Sendezeit. Die Videokassette von *Der Morgen stirbt nie* hat eine Altersfreigabe ab 16



Filmplakat von *Tomorrow Never Dies* (*Der Morgen stirbt nie*)

¹ KLAUS HURRELMANN (1998): *Einführung in die Sozialisations-theorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persön-lichkeit.* 6. Aufl., Weinheim: Beltz, S.62: „Sozialisat-ion als produktive Verarbeitung der inneren und der äußeren Reali-tät“.

Prof. Dr. Ben Bachmair, geb. 1943, ist Hochschullehrer für Erzie-hungswissenschaft und Medienpä-dagogik an der Universtät Kassel

Jahren. Auf Pro 7 lief eine für die Altersgruppe der 12- bis 16-Jährigen bearbeitete Fassung, denn in der Zeit von 20.00 - 22.00 Uhr sind bei einer Sendung die „Voraussetzungen“ „jüngerer Jugendliche (12 bis 16 Jahre) für die Wahrnehmung und Verarbeitung von Fernseheinhalten“ zu berücksichtigen.² Pro 7 hat deshalb die Videoversion geschnitten. Ein Beispiel: Am Ende einer dramatischen Jagd im Verlagsgebäude und am Ende eines riskanten Zweikampfs stößt James Bond einen seiner Verfolger von einem Gerüst. Dieser stürzt in eine Druckmaschine, die ihn zermalmt. Als sich in der Videoversion das Zeitungspapier blutig färbt, meint James Bond lapidar, heute würde doch alles gedruckt. Dies blutige Ende der Kampfsequenz unterstreicht realistisch die Auswirkung auf das Opfer. Bei der Fernsehfassung fehlt das blutig realistische Ende von Verfolgungsjagd und Männerkampf, bei dem mal der eine mal der andere überlegen, mal unterlegen ist. Es fehlt auch der zynische Kommentar von James Bond

Im Vordergrund von FSK und FSF steht die Zugangskontrolle, der die Hoffnung zugrunde liegt, Kinder vor überfordernden Gewaltdarstellungen oder vor Gewaltverherrlichung zu schützen. Dieser Schutzgedanke führt dazu, den Film zu schneiden. Der rote Fleck auf der Zeitung in der Druckerpresse verschwindet, ebenso der zynische Kommentar. Die Verfolgungsjagd bleibt jedoch, weil, so ist zu vermuten, die Fiktionalität der Kampffaktionen für 12- bis 16-Jährige mit Filmerfahrungen durchschaubar sei. Die Kampfdarstellungen sind so ritualisiert, dass filmerfahrene Kinder sie nicht mit ihrer Alltagswirklichkeit vermischen, weder im Sinne von Tätern, noch von Opfern. Die Interpunktionsfunktion des roten Flecks am Ende einer ritualisierten Männer-Kampfszene bleibt Kindern bzw. Jugendlichen unter 16 Jahren mit Sicherheit verschlossen. Blut als Indikator für die Folgen einer wirklichen Gewaltaktion, als realistischer Ausweis für den Sieger aber auch als Indikator für einen zermanschten Menschen liegt für Kinder dagegen nahe und entfällt deswegen in der Fernsehfassung.

Die Zeichenfunktion des roten Flecks, die das genretypische Kampfritual sowohl abschließt als auch in seiner Eigenschaft als inszenierter Sequenz unterstreicht, öffnet zugleich den Interpretationshorizont zu den Darstellungsweisen der Boulevard-Zeitung vom Typ *Sun*. Sie entfällt bei der 20-

Uhr-Fassung. Dieser semiotische Witz über reißerische Themen der *Sun* und deren Darstellungsweise macht aus der menschenverachtenden Aussage James Bonds, die beim ersten Hören vorrangig ist, einen Kommentar über die Boulevardisierung von Zeitung und greift dazu auf das Genre des schwarzen Humors zurück. Für Kinder bekäme der rote Blutfleck dagegen vor allem die Funktion, den Wirklichkeitscharakter der Gewalthandlung gegenüber dem Kampfritual zu betonen. Zudem ist es nicht abwegig zu vermuten, Kinder griffen sogar diesen semiotischen Anker des Realitätsbezuges auf und entwickelten in der eigenen Phantasie die dem Original aus Genregründen selbstverständlich fehlende Szene der Zerstörung eines Menschen in der Druckerpresse. Deswegen hat der Jugendschutz Vorrang; der Schnitt ist nicht nur berechtigt, sondern geboten.

Kindeswohl. Jugendmedienschutz steht in einer wichtigen pädagogischen Tradition, nach der Kinder sich in einem Schonraum im Sinne ihrer kindlichen Gesetzmäßigkeit entwickeln dürfen und sollen. JEAN-JACQUES ROUSSEAU hat dazu das Bild des „Wachslässens“ und des Pädagogen als Gärtner formuliert. Es ist eine wichtige pädagogische Idee, denn sie stellt ein Kind als Subjekt ins Zentrum aller Erziehungsbemühungen und verpflichtet Erziehung, die Verdinglichung von Kindern abzuwehren und die Funktionalisierung von Erziehung aufzudecken. Praktisch wird diese pädagogische Aufgabe mit dem Begriff des Kindeswohls, dem z.B. Kinobetreiber oder Fernsehsender ihre Verwertungsinteressen nachordnen müssen. Über diesen argumentativen Weg führte der Gedanke des Schonraums und der kindlichen Selbstentfaltung zum Jugendschutz. „Kinder- und Jugendschutz“ ist in der öffentlichen Vorstellung das vorrangige Mittel der Medienpädagogik.

In einer Befragung des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest von 1997³ halten 28% der Befragten Kinder- und Jugendschutz für das wichtigste gesellschaftliche Thema, noch vor Arbeitslosigkeit, Erhaltung der Umwelt, Sicherung der Renten, Kriminalität und Gesundheitsvorsorge (ebd., S. 3). Auch wenn dies Ergebnis stark mit der Erwartungshaltung in der Befragungssituation zusammenhängen dürfte, zeigt es doch die Relevanz dieser Vorstellung zur Beziehung von Kindern und Jugendlichen zu Medien und den damit zu-

² JOACHIM VON GOTTBERG (1995): *Jugendschutz in den Medien*. Herausgegeben von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF). Berlin: FSF, S. 53.

³ MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST / PETER BÄHRENS / SABINE FEIERABEND / THOMAS SCHMID (1998): *Ergebnisbericht: Jugend- und Jugendmedienschutz*. Baden-Baden/Ludwigshafen. Juli 1998.

sammenhängenden praktischen Konsequenzen im Sinne der Medienpädagogik. Dabei unterscheiden sich die kinderlosen Befragten von denen mit Kindern. Kinderlose Befragte stuften das Thema Arbeitslosigkeit und Umwelt höher ein als den Jugendschutz, jedoch wichtiger als Renten, Kriminalität und Gesundheitsvorsorge (ebd., S. 4). Bemerkenswert ist, dass von den 734 Befragten nur 6% die gesetzlichen Regelungen des Jugendmedienschutzes kennen (ebd., S. 5).

Jugendschutz und medienpädagogische Vorstellungen in Familie und Kindergarten.

Der pädagogisch notwendige und bedeutsame Gedanke des Jugendschutzes mit dem Ziel, die Eigengesetzlichkeit der kindlichen Entwicklung zu garantieren, verbindet sich auch mit einer Art von bewahrpädagogisch gewendeter Kulturkritik, die in Gefahr ist, das berechnete Schutz- und Entwicklungsinteresse der Kinder zu funktionalisieren. Daraus ergibt sich eine schwierig Gemengelage: Pädagogischer Schonraum für die eigengesetzliche kindliche Entwicklung / die Aufgabe von Pädagogen, die Indienstnahme von Kindern aufzudecken und sich ihr entgegenzustellen / die Funktionalisierung des Gedankens des Schonraums und Kinderschutzes zur Legitimation eigener Kultur- und Wertvorstellungen.

Es ist eine Gemengelage, die Medienerziehung in Kindergarten und Grundschule, aber auch in Familien prägt. Zugangskontrolle ist, wie das BETTINA HURRELMANN⁴ in ihrer Untersuchung *Familienmitglied Fernsehen* bestätigt hat, doch die wesentliche medienpädagogische Maßnahme von Familien. HURRELMANN u.a. (ebd., S. 72ff.) fragten in einer breit angelegten empirischen Studie nach der Problemwahrnehmung von Eltern in Sachen Fernsehen. Im Vordergrund der Erziehungsaktivitäten der Eltern steht dabei, den Zugang der Kinder zum Fernsehen zu regulieren. Dabei sind zwei Gesichtspunkte maßgeblich. Zum einen wollen Eltern, dass ihre Kinder nicht zu spät fernsehen. Werktags sollen Kinder eher nicht nach 19 Uhr oder 20 Uhr fernsehen, keinesfalls nach 21 Uhr. Am Sonntag abend möchten Eltern ihre Kinder lieber schon viel früher ohne Fernsehen in der Familie haben. Der zweite Gesichtspunkt für die Beschränkung des Fernsehens richtet sich auf die Programminhalte. In *Sachen Programminhalte vertrauen Mütter* mehr den öffentlich-rechtlichen Sendern,

weniger den Privaten. Väter haben diese Präferenzen dagegen eher nicht. Die Einschätzung, welche Sender für Kinder besser geeignet sind, hängt dabei deutlich von der sozialökonomischen Schicht ab, der die Familie zugehört. Eltern der Unterschicht haben wenig dagegen, dass ihre Kinder private Sender anschalten, Eltern der Mittel- und Oberschicht bevorzugen für ihre Kinder die öffentlich-rechtlichen Programme (ebd., S. 59). In der Mittel- und Oberschicht mit einem traditionellen Kindheitskonzept, das Basis für Genre- und Format-Vorlieben der öffentlich-rechtliche Sender abgibt, führt das jedoch zu einer Diskrepanz zwischen „Handlungsroutinen und pädagogischen Einstellungen“ (ebd., S. 62), da die Kinder eine größere Nähe zu den Genres und Formaten der privaten Sender entwickelt haben. Diese Diskrepanz ergibt sich auch aus der Vorstellung von Eltern, welche positive Funktion Fernsehen für ihre Kinder haben kann.

Wenn sich Eltern überhaupt positiv auf Fernsehen einlassen, dann auf Fernsehen in einer Bildungsfunktion für Kinder: Wissen erweitern, nützlich für die Schule, kritisches Denken und Phantasie der Kinder anregen (ebd., S. 77). Eltern mit Kindern im Grundschulalter vergeben nahezu nie die Note „sehr gut“ bezüglich der Eignung des Fernsehens für ihre Kinder, die Note „gut“ vergeben nur 6% der Mütter und 4% der Väter. Es überwiegen die Bewertungen „befriedigend“ (27% Mütter, 31% Väter) und „ausreichend“ (34% Mütter, 29% Väter). Zu dieser Bewertung trägt sicher auch die Annahme von Eltern bei, Fernsehen konfrontiere Kinder oft oder auch sehr oft mit Gewalt (29% Mütter, 26% Väter). Nur etwa ein Fünftel der Eltern sind der Meinung, Fernseh-Gewalt sei kein relevantes Problem (ebd., S. 83). Ein untergeordnetes Problem, so die Untersuchung (ebd.), ist für Eltern die Konfrontation ihrer Kinder mit Sexualität im Fernsehen. Vergleicht man die Beurteilung der Eltern mit Fernsehen als Problemfaktor in der Erziehung, was insbesondere am Thema Gewalt festzumachen ist, mit dem gesamten Feld der Erziehung und Fernsehnutzung in einer Familie, dann sehen Eltern negative Folgen eher für Jungen, wenn die Kinder Action-Filme und private Kanäle bevorzugen, wenn sie zugleich häufig fernsehen, die Kinder zugleich abends lange fernsehen dürfen, und die Eltern inkonsequent mit ihren Erziehungsregeln umgehen.



WOLFGANG

⁴ BETTINA HURRELMANN / MICHAEL HAMMER / KLAUS STELBERG (1996): *Familienmitglied Fernsehen*. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 20. Opladen: Leske + Budrich.

Die Mehrzahl der Erzieherinnen in Kindergärten sehen in den modernen technischen Medien einen mächtigen und einflussreichen Gegner ihrer Erziehungsbemühungen, von dem in erster Linie schädliche Einflüsse auf die Kinder ausgehen, so die Untersuchung von ULRIKE SIX u.a.⁵ Diese Bewertung basiert jedoch nicht auf einem Wissen, wie viel und was die Kinder sehen, welche Motive denn die Kinder leiten, wenn sie fernsehen. Gleichzeitig sehen sich die Erzieherinnen selbst als kompetente Fernsehnutzerinnen, die eher weniger und aufgrund akzeptabler Motive fernsehen. Sie meinen jedoch die Eltern seien ihren Kindern ein schlechtes Vorbild. Dieser Bewertungskomplex hat deutlich die Form eines Vorurteils, weil Fakten ausgeschlossen bleiben und die Urteilenden selber auf der positiven Seite stehen.

Wo bleibt der Gedanke des Alltagslebens als Bildungsaufgabe und Bildungschance?

Reicht der Gedanke des Schonraums, auch ohne Fehleinschätzung der Fakten, ohne ideologische Belastung? Ist diese Idee ein Garant, damit Kinder nicht zu Objekten des Konsums und des Medienmarktes werden? Dazu eine Gedankenlinie, die bei den Kindern und ihren Konsumwünschen ansetzt. Wer den Lebensalltag mit Kindern teilt, kann mit einer Zahl von Beispielen aufwarten, in denen Kinder den Schonraum ganz und gar nicht wollen, wo er sie einengt, ja, sie um Erfahrungen bringt. Schonraum, Erfahrungsraum, Gestaltungsraum werden nicht allein schon wegen der guten Absicht Erwachsener deckungsgleich. Um die Eigenständigkeit und Selbstständigkeit herauszustellen, zu erproben oder zu behaupten, wollen Kinder neben der Zuwendung der Erwachsenen, neben eigener Zeit und eigenem Raum, all die Konsumartikel, die alle anderen auch haben. Sie wollen Grenzen mittels Mediengenres testen, wollen sich auch abgrenzen und vieles mehr. Sie wollen die Angebote, die im Trend sind, wozu James Bond nicht gehört, jedoch zurzeit *Dragonball Z*, das z.B. am 11. April 2002 nach 19 Uhr ca. 733.000 Kinder als Zuschauer hat, davon ca. 552.000 Jungen und 181.000 Mädchen. Auch *Alarm für Cobra 11 – Die Autobahnpolizei* hat am selben Tag ca. 494.000 Kinder als Zuschauer (Marktanteil: ca. 33%, etwa gleich viele Jungen und Mädchen). Aber auch *Die Sendung mit der Maus* kam mit einem Marktanteil von fast 31% und einem Kinderpublikum von ca. 450.000 (etwa

gleich viele Jungen und Mädchen) gut an.

Auch Fernsehen ist Teil einer Bildungsdynamik, die im Spannungsfeld von Konsum und Lebensgestaltung liegt. Im 20. Jahrhundert wurde das Alltagsleben der Menschen, wie das ALFRED SCHÜTZ vor 60 Jahren formulierte, zur vorrangigen Wirklichkeit. In dieser Alltagswelt realisiert sich unser Leben, indem wir Alltag als Lebenswelt gestaltend uns zu eigen machen. Bis vor nicht allzu langer Zeit dominierten Arbeit und Armut die Alltagswelt und verstellte der Mehrzahl der Menschen den Weg, die eigenen Lebenswelt zu gestalten. Heute sind mehr und auch lustvollerer Formen als die der Arbeit wichtig, um sich die Welt anzueignen und als Lebenswelt zu gestalten.

Was heißt Gestalten, wenn die individuelle Aneignung massenhaft verfügbarer, standardisierter Produkte, und das ist Konsum, eine der vorrangigen Handlungsformen ist? Was heißt Gestaltung mit der Spiele-Software zur TV-Serie, mit den Merchandising-Produkten? Warum sollte dies nicht mit dem interessierten Zuschauen und Zuhören der Erwachsenen beginnen, die entdecken, wie Kinder die Konsumprodukte in ihre Spiele einbauen, wie sie sie nutzen, um ihre Wünsche und Themen anzuzeigen? Entsteht nicht so eine empathische Form der Interaktion zwischen den Generationen, wobei sich die Elterngeneration schon ihrer Ausdrucks- und Gestaltungsformen versichert hat und deshalb der Kindergeneration den Freiraum lassen kann, sich auch Konsumobjekte dienstbar zu machen? Erwachsenen, insbesondere Pädagogen bleibt die Aufgabe, auf der Metaebene bewusst darüber zu wachen, ob und wie medialer Konsum Kinder zu Objekten macht, ohne dabei die Perspektive des interessierten und engagierten Gesprächspartners aufzugeben. Hier ist auch die Auseinandersetzung um Grenzen angesagt. Sie findet statt als Auseinandersetzung um die Grenzen eines kindlichen Freiraums und Schonraumes, eines Raumes, der nicht nur Schutz bietet vor medialen Übergriffen, sondern auch vor den selbstsicheren Machtansprüchen der Grenzssetzer und Grenzschtützer.

1.2. Anmerkungen zur Frage des Wirklichkeitsbezugs

Erziehung findet statt im Kräftefeld von Wirklichkeitsbezug, empathischem Verständnis für die Eigenart und prinzipielle Eigenständigkeit eines Kindes sowie der Pflege der Persönlichkeit eines Kindes als

⁵ ULRIKE SIX / CHRISTOPH FREY / ROLAND GIMMLER (1998): *Medienerziehung im Kindergarten. Theoretische Grundlagen und empirische Befunde. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen*, Bd. 28. Opladen: Leske + Budrich, S. 439

dessen strukturierenden Handlungskern. In diesem Kräftefeld haben Grenzen auch die des Jugendmedienschutzes z.B. als Wirklichkeitsmarkierung eine wichtige Funktion, die dann dem Kindeswohl dienen, wenn sie zugleich empathisch eingebunden sind und eine pflegliche Persönlichkeitsentwicklung im Auge haben. Die Wirklichkeit der Medien, die ja auf deren dramaturgischer und inhaltlicher Fiktionalität basieren, *intervenieren in das erzieherische Kräftefeld von Wirklichkeit, Empathie und Persönlichkeitsentwicklung.* Dazu gehören als ein Problempunkt orientierende Muster wie Welt- und Menschenbilder.

Fiktion und gesellschaftliche Wirklichkeit.

Ältere Kinder entwickeln Erfahrungen zum Wirklichkeitsbezug von Genres. So können sie mit der Wunschwelt der Werbung und der Begrenztheit ihres Taschengeldes umgehen, auch wenn sie erst recht spät Werbung in ihrem Charakter als Zwecktext durchschauen. Erfahrungen mit Gewaltinszenierungen der Cartoons bieten auch die Hilfestellung, um die unendlich lange Filmpassage, in der James Bond mit seiner chinesischen Partnerin auf dem Motorrad die wild schießenden Verfolger narren, als inszeniert zu erahnen oder einzuordnen. Für Subjekt-konstitution gibt es, wie NORBERT ELIAS⁶ entwickelt hat, gesellschaftliche Prägungen, die mit unserem Typ von Massenkommunikation und Individualisierung in Bewegung geraten sein dürften. Die Figur des James Bond mit seinem narzisstischen Kampferfektionismus scheint ebenso wie die seines Größenwahnsinnigen und machtbesessenen Gegenspielers doch eher altmodisch zu sein. Was ist, wenn die narzisstische Phantasie sich nicht mehr im sozialen Spiel des Alltagslebens entfalten kann, wenn sie sich nicht mehr an der Wirklichkeit der sozialen Umwelt realistisch einpegelt, sondern im Gegensatz zur narzisstisch genüsslichen Show auf der Bühne des Alltagslebens in die nach außen abgeschottete Innenwelt zurückzieht und dort die fehlende Sinnlichkeit des sozialen Zusammenpralls mit umso heftigeren, jedoch internalisierter und individualisierten Medieninszenierungen ersetzt?

James Bond ist ob seiner Thematik, die Welt zu retten, und ob seines in den Bild-Text wie in die Dialoge eingebauten Witzes, ob seiner Satire männlichen Narzissmus ganz und gar ungeeignet, um in den Sog narzisstischer Wahnwelten und schizophrener Realitätsabspaltung zu gelangen, die

möglicherweise mit einer Amoktat und deren innerer Bildung zusammenhängt. Wie steht es dagegen mit der radikal entgegen gesetzten Dramaturgie der Kampfsinszenierung auf CD-ROM, wenn der Ego-Shooter Gewehr, Phallus und Kamera zum subjektiven Blick verschmelzen lässt?

Die Trias von Wirklichkeitsbezug, Ich-Stärke und sozialer Empathie wird damit auch zur ästhetisch kulturellen Aufgabe und auch in dieser ästhetisch kulturellen Perspektive zur Aufgabe der Medienpädagogik. So gesehen ist das über viele Jahre entwickelte Repertoire an didaktischen Methoden und pädagogischen Zielen nur dann noch hinreichend, wenn es sich auf eine neue Dynamik (scheinbar) egozentrischer Subjektivität und deren Ästhetik einpegelt. Ein wichtiges Muster der Aneignung der Welt scheint die von GERHARD SCHULZE formulierte Erlebnisrationalität zu werden: Nur das, was ich in meinen Erlebnishorizont hineinnehme, ist wirklich, weil ich es erlebt habe. Dabei bleibt die Rationalität der Welt, der die Menschen in Distanz gegenüberstehen, um sie sich sachlich angemessen anzuzeigen, auf der Strecke. Traditionelle Hilfsmittel, um zwischen Fiktion und Realität zu unterscheiden, werden obsolet, weil meine individuelle Form der Aneignung und des Handelns eine vor- oder nachgeordnete Inszenierung in kompliziert verschlungenen Inszenierungen ist. *Big Brother* ist dazu eine recht anschauliche Erläuterung. Ist es denn wesentlich, ob Amateure Schauspieler spielen oder Schauspieler Amateure, wenn mein Blick, die Perspektive meiner Aneignung die prägende Logik ist? Wie rührend altmodisch ist da der egozentrische Narzissmus des James Bond und seiner Antagonisten, die die Welt beherrschen wollen, wenn der kulturelle Boden dieser Logik zu beben beginnt. Kritiker, die solche grundsätzlichen Argumente kultureller Veränderungen für akademische Überspanntheit halten, mögen sich den radikalen Wandel der gotischen Bildwelt zur der Renaissance in Italien, am besten in Florenz, ansehen.

Zurück zu den Aufgaben der Medienpädagogik. Eine ihre Schwierigkeit liegt in einer merkwürdigen Ungleichzeitigkeit: Da bewegt sich das didaktische Repertoire der Medienpädagogik langsam in den Aufmerksamkeitshorizont unserer Gesellschaft, gleichzeitig muss sich Medienpädagogik angesichts neuer Erlebnisweisen und einer sich ändernden Verfassung von Subjektivität⁷ neu bedenken und entwickeln.



Motorradsequenz aus *Der Morgen stirbt nie*

⁶ NORBERT ELIAS (1979): *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen.* 2 Bde. 6. Aufl., Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

⁷ BEN BACHMAIR (1996): *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder.* Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 238ff. (5. Teil: *Subjekt-konstitution*). Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen.

2. Teil. Versuch eines Pädagogen, das Thema Medienmacht und Globalisierung zu umkreisen

Das bisher Gesagte bat wenig mit dem Leitthema Macht und Globalisierung zu tun. Ich will deshalb versuchen, die pädagogische Version der Frage nach den politischen und kulturellen Veränderungen zu formulieren, die der Film *Der Morgen stirbt nie* aufwirft. Es ist die nach der Herrschaft, die sich von der militärischen Machtausübung zur medialen verschiebt. Zwar löst sich der Film nicht von seinem Muster der physischen in Militärmechanismen eingekleideten Machtausübung. So beginnt der Film mit Waffenhandel und miniaturisierten Kriegsszenen, die James Bond die Bühne für den perfekten Kampfauftritt liefert. Er endet mit einem Actioneinsatz, der an Stelle eines Polizeieinsatzes den großen Krieg verhindert. Dazwischen zeigt die Story, wie Medienmacht zur politisch entscheidenden Größe wird. MANUEL CASTELLS⁸ verweist auf dies Thema, indem er von der „informationellen Entwicklungsweise“ (ebd., S. 17) spricht, in der informationelle Netze dominant und prägend werden. Die pädagogische Seite der „informationellen Entwicklungsweise“ zeigt sich in der Mensch-Medienbeziehung, die sich mit Veränderungen bei den Medien und bei den Erlebnisweisen einstellt. Die medialen Veränderungen ergeben sich zum einen aus den systemischen Verknüpfung diverser Medien mit vielen Handlungsbereichen, für die im Film Machtausübung und Herrschaftsabwehr stehen. Das sind zum anderen kulturelle, politische Veränderungen, für die das Etikett „Globalisierung“ gängig ist.

Bei James Bond gibt es noch das präzise definierte Einzelmedium vom Typ *Sun* oder *Bild*. Für unsere kulturelle Situation verlieren solche Einzelmedien ihre Prägekraft. Statt von Medien empfiehlt sich an diesem Punkt der Argumentation von medialen Alltagsobjektivationen zu sprechen, die Produzenten oder Rezipienten zu Arrangements zusammenstellen, sozusagen zu Medien- und Ereignisarrangements mit Event-Charakter. Fernsehsendungen, Spielsoftware oder Konsumartikel wie Tauschkarten oder Jeans beginnen funktional zusammenzugehen. Diese sich heute in den kulturellen Vordergrund drängenden „medialen Repräsentationsformen“ korrelieren zudem mit Handlungs- und Erlebnisweisen, zu deren Verständnis GERHARD SCHULZE den hilfreichen Begriff der „Erlebnisrationalität“ geprägt hat.

2.1. Mediale Alltagsobjektivationen in den Repräsentationsformen aktueller Medien- und Ereignisarrangements

Will man Medien in ihren verschiedenen Erscheinungsformen bezogen auf Kommunikation, Alltag und Kultur diskutieren und bewertend einordnen, braucht es ein theoretisches Verbindungsmittel. Dazu eignet sich der Gedanke der kulturellen Objektivationen, die, formal gesehen, Sedimente von Handlungen sind. Programmangebote im Fernsehen oder im Internet sind ebenso wie deren technologisches Instrumentarium Sedimente komplexer individueller und institutioneller Handlungen, die nur mit Hilfe eine Fülle vorausgehender und aktueller medialer Repräsentationen möglich werden. Repräsentationen sind beispielsweise all das, was auf dem Bildschirm von Fernsehen oder Internet sichtbar wird.

„Möglich werden“ schließt als Aktivität nicht nur das Herstellen, sondern auch die aneignende Verwendung der Repräsentationen, die vom Denkansatz her immer symbolischer Natur ist, ein. In diesem Modell des Herstellens und des Aneignens, PETER BERGER und THOMAS LUCKMANN⁹ haben dieses Modell Bezug nehmend auf ALFRED SCHÜTZ¹⁰ in seinen Facetten dargestellt, sind Repräsentationen Objektivationen, die sich zwar in ihren Erscheinungsformen gewaltig unterscheiden, in ihrer grundlegenden Funktion im Kontext des Handelns und der Alltagswelt jedoch entsprechen. Ob Bild oder anfassbarer Gegenstand, sie sind individuelle oder institutionelle Handlungsergebnisse, in denen sich neben den Intentionen noch vieles andere verdichtet, was diejenigen, die sich diese Objektivationen aneignen, vielleicht aufgreifen oder auch nicht. Im Aneignungsprozess verändern sich die Objektivationen immer.

Dieser formale definitonische Exkurs ist notwendig, will man sich die aktuellen Veränderungen in Sachen Medien klar machen. Weder *Big Brother* noch *Pokémon* oder Fußballübertragungen beispielsweise sind noch traditionelles Fernsehen. So lässt sich Repräsentation keinesfalls mehr als Abbildung eines eigenständigen Ereignisses verstehen. In den 90er Jahren kam deshalb die erklärende Metapher der Inszenierung auf.¹¹ Fußball als Inszenierung, deren Rechte in den Händen von Fernsehunternehmern liegen. *Big Brother* als Inszenierung, zu der sich Amateure casten lassen, um als private Menschen öffentlich zu werden. Damit solch eine Inszenierung auch sinnlich genug wird,

⁸ MANUEL CASTELLS (2001): *Das Informationszeitalter I. Die Netzwerkgesellschaft*. Opladen: Leske + Budrich.

⁹ PETER BERGER / THOMAS LUCKMANN (1970): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt a.M.: S. Fischer.

¹⁰ ALFRED SCHÜTZ (1974): *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp (englische Originalausgabe 1932).

¹¹ STEFAN MÜLLER-DOOHM / KLAUS NEUMANN-BRAUN (Hrsg.) (1995): *Kulturinszenierungen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

braucht es viele Kameras und zeitgenaue Bilder liefernde Webcams. Ohne wöchentlichen Event, zu dem Tausende bingehen, um sich selber auch von der Faktizität der Inszenierung zu überzeugen, auch um realistisch mitzuspielen, löst kaum eine Fernsehsendung ihren Aktualitätsanspruch mehr ein. Zudem liefert Mechatensing die notwendigen Utensilien einer erfolgreichen Inszenierung. Wer will da noch funktional unterscheiden zwischen T-Shirt, Website, Magazinen, Fernsehsendungen, Fanclubs oder Orten, wo sich das Publikum mit anderen Akteuren trifft? Die auf der Oberfläche deutlich erkennbaren Änderungen in Sachen Medien weisen u.a. auf das Ende des Einzelmediums, das in mehr oder weniger komplexen Arrangements eine spezielle Aufgabe erhält. Medien wie Fernsehen werden zu symbolischen Ressourcen neben vielen anderen. Dabei bekommen die Formen der Repräsentation, z.B. sich mit Fans an einem Ort zu treffen, die opulent erzählte Hollywood-Geschichte auf dem Bildschirm oder Kaufartikel zu tauschen, eine neue und erst in seinen Konsequenzen zu erahnende kulturelle Bedeutung. Was aktuell hierbei beunruhigt, ist die Erosion der vertrauten Beziehungen medialer Repräsentation. So verliert das angestammte Verhältnis von Zeichen, Bezeichnetem und Bezeichnenden seine alltägliche Vertrauenswürdigkeit und soziale Zuverlässigkeit. Die Geschichten bei *Pokémon* haben wenig mit denen von Cartoons zu tun, weil sie doch eine Computer- und Sammelaktion bebildern.

Die neunjährige Lara beschreibt eines der Schemata, in das die Fernsehbilder gehören und die für Nichteingeweihte unverständlich sind:

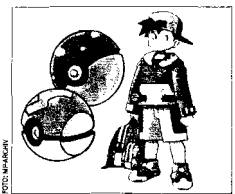
„Wir haben die immer dabei und dann, wenn die durchs tiefe Gras laufen, und dann, dann kommt plötzlich 'nen Pokémon und dann müssen wir uns mit diesem blöden Pokémon messen und wenn's dann noch so wenig Power ist, dann kann man's einfangen. Aber wir haben schon Meisterbälle gekriegt, so können wir's uns gleich einfangen und dann muss nämlich keine Power abgezogen, Energie abgezogen werden. Weil das ist so, es gibt Pokébälle (siehe Abb.), die kriegt man ganz am Anfang. Da braucht's ganz wenig Energie.“

Lehrer erwarten jedoch eine typische Cartoon-Geschichte, zu deren Bewertung sie auf unsere kulturelle Tradition zu Erzählung und Cartoons zurückgreifen können. Kinder sind sich dagegen sicher, dass

und wie die nachmittägliche Fernsehserie die Bilder zu ihren Spiel- und Tauschaktionen liefert. Solange diese Aktionen „mega in“ sind, schalteten dann auch bis zur Hälfte aller Kinder, die fernsehen, das ergänzende Fernsehangebot ein.

Big Brother präsentiert Alltagswirklichkeit junger Leute und löst gleichzeitig Heiligkeitsschwellen auf. Unklar ist das Verhältnis von sozialer und medialer Inszenierung, was jedoch einen Teil der Inszenierung ausmacht. Ambivalenz öffnet Inszenierungen in hohem Maß für eine mitfühlende und mitdenkende Aneignung. Neben der Ambivalenz bedienen sich Medien- und Ereignisarrangements anfassbarer, also durch den eigenen Körper der Teilnehmenden in bestimmten sozialen Situationen, um ihre medial „transportierten“ Geschichten, Bilder usw. mit unmittelbar erfahrbare Eindeutigkeit des subjektiven Erlebens zu verbinden. Von den Arrangements her gesehen sind körperlich Konkretes und medial Symbolisches nur noch unterschiedliche Repräsentationsmodi, deren Zeichenhaftigkeit noch keinen klaren Bezugsrahmen hat, zumindest nicht den einer kodifizierbaren und somit verlässlich eindeutigen Zuordnung.¹² An dieser Stelle der Medienentwicklung hilft auch nicht wesentlich weiter, von einem Medien- und Ereignisarrangement von einem komplexen Text zu sprechen, weil sich im Moment z.B. Repräsentationsmodi nicht so einfach identifizieren und in ihrer Rolle erklären lassen. Es ist also unbestimmt, ob und wie der Körper eines Publikumsmitglieds zu lesen ist, ob ein Mensch im Publikum einer Show denn überhaupt ein Element im Sinne eines Morphems ist oder etwas, was sich nur in Kategorien einer Inszenierung, also als Publikum, oder mit den Kategorien eines Rezeptionsprozesses, also als Leser, einordnen lässt.

Im gleichen Maße wie manchmal die Gegenüberstellung von Autor, Medium und Publikum zwar hilfreich ist, doch zunehmend unwichtig wird, weil die Nutzer auch Akteure und Regisseure, vielleicht aber auch nur Repräsentationsmodi für Bedeutsamkeit, Alltagsrelevanz oder ähnliches sind, entstehen neue Erlebnis- und Umgangsweisen mit medialen Angeboten. Selbstverständlich bleibt die werkadäquate Aneignung möglich, jedoch nur als eines der Handlungs- und Aneignungsmuster, das sowohl in Struktur und Dynamik eines spezifischen Medien- und Ereignisarrangements, als auch in generelle und aktuell vorrangige



Für Nichteingeweihte: Das sind Pokébälle (vgl. Text links)

¹² Vgl. dazu GUNTHER KRESS / THEO VAN LEEUWEN (1990): *Reading Images*. Geelong: Deakin University Press, S. 159ff.



Wer wird Millionär? Trainingsspiel im Internet

Muster passen muss. Zur Zeit ist Spielen genauso gefragt wie Lernen oder sich öffentlich vor einem Massenpublikum präsentieren. Das macht u.a. den Reiz von *Wer wird Millionär?* aus. *Pokémon* ist Lernarrangement, Interaktionsspiel und fiktionaler Ordnungsraum, in dem sich eine Welt in der subjektiven Erlebnisperspektive als eigene auflutet. Weil Kinder bei/in/mit *Pokémon* als Experten agieren können, lernen sie auch präzise das dafür notwendige Vokabular von 150 Termini und erörtern es miteinander.

Erlebnisrationalität und Bedeutungskonstitution. Das vorrangige Handlungs- und Aneignungsmuster hat GERHARD SCHULZE¹³, wie gesagt, als Erlebnisrationalität beschrieben. Menschen eignen sich Welt in ihrer jeweiligen Sinnerspektive des subjektiven Erlebens an. Es ist im doppelten Sinne postmodern, einmal, weil sich die Subjekt-Objektbeziehung nicht mehr in der vertrauten und dominierenden Sachlogik der Objekte bewegt. Zum anderen, weil der kulturelle Rahmen für Subjekt-Objektbeziehungen verschwimmt, indem unterschiedliche Varianten in unterschiedlichen Alltagskontexten unterschiedlich gültig bis unwichtig oder störend werden. Gleichzeitig legt die aktuelle kulturelle Dynamik (Stichwort: Individualisierung) die Subjekt-Objektbeziehung in den Aktionsbereich der Subjekte. Wie die Menschen mit Medien- und Ereignisangeboten umgehen, ist mehr als der bisher verwandte Rezeptionsbegriff beschreibt. Die Mensch-Medienbeziehung wandelt sich auch in dem Maße, indem sich das Verhältnis von Autor und Rezipient neu mischt. Ein Gefüge von Elementen und deren Gewichtung, also zu einem Event zu gehen oder nicht, das Spiel zur Sendung auch zu spielen, im Fanclub oder im Chatroom des Internets zum Experten einer Sendung zu werden, all das ist ein Schaffensprozess, der den Charakter der Bedeutungskonstitution hat.

In der kulturellen Gemengelage sich ändernder Erlebnisweisen, Aneignungsmuster und Repräsentationsformen wachsen Kinder auf, deren Entwicklung in ihrer Beziehung zu sich und zu ihrer sozialen, dinglichen, kulturellen Umwelt geschieht, eine Beziehung, die über die kulturell vorrangige oder typische symbolische Objektivationen vermittelt ist. Dabei spielen die Handlungs- und Aneignungsmuster, in die Medien als symbolische Objektivationen eingebettet sind, eine bestimmende Rolle. Schulisches Lernen beispielsweise kann in dieses Set-

ting nun passen oder auch nicht. Gleiches gilt auch für andere wichtige Handlungs- und Aneignungsformen, beispielsweise sich auf andere Menschen verstehend einzulassen. Diese für eine kulturelle Veränderungssituation typische Ambivalenz und Unklarheit zwingt jedoch nicht zur Schlussfolgerung, eine Auseinandersetzung auch um Medien und Programmangebote als wichtiger Teil der Alltagswelt von Kindern lohne sich nicht. Sie gelingt jedoch nur, wenn die Suche nach einem Ersatz für lieb gewordene Maßstäbe in Gang kommt. Dazu braucht es sowohl die allgemeine Auseinandersetzung um Medien-Kultur als auch deren Konkretisierung für die Generation der Kinder.

2.2. Von der Analyse zum pädagogischen Bezugsrahmen

Wie gelangt man von der distanzierteren Analyse der Medienkultur zu einer pädagogischen Bewertung. Der Bond-Film legt auch dem Pädagogen nahe, sich über Macht und Herrschaft, eines der offensichtlichen Themen des Films, Gedanken zu machen. Wie verbinden sich Macht und Herrschaft mit den neuen medialen Repräsentationsformen? In die Dimension von Macht und Herrschaft gehört zu einem die Frage nach der Legitimation. In einem anderen und zwar parteiischen Zugriff auf das Thema der Macht geht es um die Menschen als gefährdete Subjekte. Das ist ein praktisch moralischer Zugang, der heute sehr wohl eine zentrale kulturelle Frage ist. Es schließt sich die medienkulturelle Frage an, die der Film meiner Wahrnehmung nach nicht stellt. Es geht um unsere Interpretationsweisen und Diskurse, die mit den neuen medialen Repräsentationsformen verknüpft sind. In der Blickrichtung auf die Menschen als gefährdete Subjekte und die medial vorgegebenen Interpretationsweisen und Diskurse kommt man kaum umhin nach den Bildungsaufgaben Ausschau zu halten, die sich Medienpädagogik stellen. Dazu die Metapher, den Eigensinn sowohl der Kinder wie der Sachverhalte und Ereignisse in einer fließenden Welt der Zeichen zum Ausgangspunkt zu nehmen, um die pädagogische Aufgabe der Bildung zeitgerecht zu bedenken.

Interpretationsweisen und Diskurse

Die aktuelle Umgestaltung der Massenkommunikation läuft auch auf eine neue Mensch-Medienbeziehung hinaus, bei der sich Medien in komplexe Arrangements mischen und in denen sie die Funktion von

¹³ GERHARD SCHULZE (1992): *Die Erlebnisgesellschaft*. Kultursoziologie der Gegenwart. 2. Aufl., Frankfurt a.M.: Campus, S. 34ff.

Providern symbolischer Angebote bekommen. Wichtig für die Aneignung solcher komplexen Arrangements ist in Zeiten kultureller Unklarheiten, in denen kulturelle Erfahrungs- und Bewertungskontexte fehlen, welche Interpretations-Folie die Produktion und welche Diskurs-Flächen (-zeiten) die Sender anbieten. Nicht mehr was angeboten wird, ist die vorrangige kulturelle und pädagogische Frage, sondern das Wie. McLUHANS „Das Medium ist die Botschaft“ trifft diesen Umstand recht gut. Die einordnende Interpretation neuer Programmangebote sollte nicht in der Dynamik der Individualisierung als kulturelles Risiko ausschließlich an die Mediennutzer delegiert werden. In den Programmangeboten stecken Potenziale einer Reflexivität, in denen die Eigenart des Angebots fragwürdig, vielleicht auch durchschaubar und diskutierbar wird. Beispiel ist hierzu bei *Big Brother* die Unklarheit, welche Zeichenfunktion die Akteure im Container haben, z.B. als gecastete Typen. Was ist Zeichen, was ist Thema? Falls das Programm in den Interessenhorizont von Kindern kommt, zum Beispiel, weil sie per Telefon Leute aus dem Container/Programm wählen können, suchen sie sich in ihrer Umgebung Situationen, in denen sie ihre Interpretation entwickeln. Je mehr Medien- und Ereignisarrangement zudem meist auch nur recht kurzfristig erscheinen, um so schwieriger ist es, einen kulturellen Bezugs- und Bewertungsrahmen zu entdecken, um so aufwändiger ist es, zum eigenen Interpretationsrahmen zu gelangen.

Bei *Big Brother* gab es heftige Diskurse in verschiedenen kulturellen Feldern – u.a. in der Politik, in der Presse, in der Wissenschaft –, was denn da zu sehen sei. Aber schon bei *Big Diet* reduziert sich der Diskurs auf den Typ der Moderatorin und auf die Ein- bzw. Ausschaltaktivität des Publikums. Die Frage bleibt jedoch weiterhin offen, welche Themen mit dieser Art von Repräsentation „abgehandelt“ werden. Offen ist, ob und welche Zeichenfunktion die verwendeten Repräsentationsmodi bekommen. Hier kommt auch und gerade den Programmbietern die Aufgabe zu, in von ihnen zu verantworteten Programmangeboten Reflexionsmöglichkeiten einzubinden, z.B. mit Hilfe der zur Sendung gehörigen Website.¹⁴ Selbstverständlich haben auch Bildungseinrichtungen wie die Schule die kulturelle Aufgabe, mit den Kindern zusammen die „Lesbarkeit“ der Programmangebote zu entdecken.¹⁵

Herrschaft und Legitimation. Die theoretisch rührend hilflose und praktisch folgenlose Frage nach der Herrschaftsausübung im Zusammenhang mit einem neuen Genre wie *Big Brother* oder der Ruf nach dem Jugendschutz, als Talkshows mit der Funktionalisierung von Alltagsakteuren aus dem Ruder liefen, sind Indiz, wie wenig die politische Frage in Sachen Massenkommunikation trotz demokratischer Grundordnung auf der öffentlichen Agenda steht. Gäbe es nicht Wirtschaftsstaatsanwälte, reduzierte sich öffentliche Kontrolle und Legitimation der Akteure im Mediengeschäft auf die Aufsichtsräte der GmbHs, denen jede demokratische Legitimation fehlt.

Neben den offensichtlichen Machtzusammenhängen im Mediengeschäft gibt es weniger leicht zu durchschauende Macht-konstellationen, die der Legitimation bedürfen. Auf die Texte und ihrer Rezeption inhärenten Formen von Macht und Herrschaft haben schon vor geraumer Zeit PIERRE BOURDIEU und STUART HALL hingewiesen. So steht für BOURDIEU¹⁶ „die Art der Beziehung, die jedes einzelne Individuum mit der gesamten Sphäre der kulturellen Produkte verbindet“, „in engstem Konnex mit seiner Stellung in diesem Felde“ (ebd., S. 107). Konkret geht es um die „feinen Unterschiede“¹⁷, die mit der Verwendung kultureller Produkte vom Buch bis zum Hobby einhergehen. Die Felder und ihre Produkte unterliegen recht unterschiedlichen Legitimitätsansprüchen, die für die modernen, dennoch etablierten Medien wie den Film anders laufen als für Alltagsutensilien wie Wohnungseinrichtung oder Kleidung. Mit der Mischung einzelner Medien und Programme in Medien- und Ereignisarrangements bleibt die gesellschaftliche wie individuelle Auseinandersetzung um Legitimität bzw. um entsprechende Ansprüche unvermeidlich. GERHARD SCHULZE hat gezeigt, wie Menschen sich in und mit alltagsästhetisch konstituierten Milieus und Handlungsschemata grundlegend in der Welt verankern, einer alltagsästhetisch verfassten Welt, die wählbar ist, die in Konkurrenz zu anderen steht und deren Legitimität mit den alltagsästhetischen Repräsentationsformen verbunden ist. Dabei bekommt die von STUART HALL formulierte Dynamik des Herstellens und Rezipierens von Medien, er beschreibt sie als „Encoding“ und „Decoding“,¹⁸ ihr politisches Gewicht. In der Auseinandersetzung über Deutungsmacht, Autonomieerfahrungen,

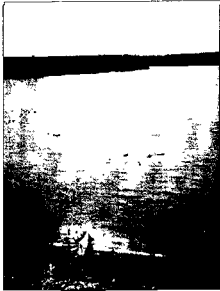
¹⁴ Ein Versuch, zu „WW-Wrestling ein Begleitprogramm in der Verantwortung des Fernsehsenders in die Sendung mit dem Ziel zu integrieren. Kindern die Darstellungsweisen und Themen von WWW-Wrestling durchschaubar zu machen, ist in der Auseinandersetzung um die jugendschutzrelevante Sendezeit gescheitert. BEN BACHMAIR / GUNTHER KRESS (1996): *Begleitprogramm für eine Höllen-Inszenierung*. In: dies. (Hrsg.): *Höllens-Inszenierung Wrestling*. Beiträge zur pädagogischen Genre-Forschung. Opladen: Leske + Budrich, S.197-218.

¹⁵ Im Kontext der britischen Cultural Studies ist dazu eine Fülle von anschaulichen Anregungen entstanden, z.B. JOHN FISKE (1992): *Reading the Popular*. London: Routledge.

¹⁶ PIERRE BOURDIEU (1991): *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. 4. Aufl., Frankfurt a.M.: Suhrkamp (französische Originalausgabe 1970).

¹⁷ PIERRE BOURDIEU (1989): *Die feinen Unterschiede*. 3. Aufl., Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

¹⁸ STUART HALL (1980): *Encoding/Decoding*. In: STUART HALL / D. HOBSON / A. LOWE / PAUL WILLIS (Hrsg.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, S. 128-138.



„Manu“ aus der ersten Staffel von *Big Brother* im Jugendmagazin jetzt (siehe Text)

Widerstandspotenziale oder Unterwerfungsprozeduren bei der Aneignung von Themen oder Darstellungsweisen definieren sich Macht- und Herrschaftsverhältnisse in ihrer kulturellen Erscheinungsform.¹⁹

An diesem Punkt läuft im Bildungsbereich eine Art verdeckter Kampf um die Legitimität von Aneignungsformen. Es ist ein Kampf, den beispielsweise ganze Lehrerkollegien mit dem expliziten Verbot von *Pokémon* aufnahmen. Ihnen stand, von den Fernsehnutzungsdaten her geschätzt, über Monate die Hälfte ihrer Schüler im Alter von ca. acht bis 14 Jahren gegenüber. Wenn beispielsweise Lehrer Eltern in die Schule zitieren, um Medienthemen von Kindern zu besprechen, dann prallen nicht selten divergente Wertvorstellungen nicht nur traditioneller Sozialschichten aufeinander, sondern auch die unterschiedliche Bewertung spezieller medialer Repräsentationsformen alltagsästhetisch organisierter Milieus.

Verletzlichkeit der Menschen und empathische Parteilnahme für die Unerfahrenen.

Die Idee der Humanität mit ihren Formen der Fürsorge, Anteilnahme und Solidarität ist in einer sich kulturell und hierbei wiederum sich medial definierenden Gesellschaft mit zwar standardisierten dennoch unklaren Repräsentationsformen neu zu deuten. Die Basis dafür ist eine Alltagshermeneutik, bei der die Menschen in der Spannung von Ichstärke, Alltagsgestaltung und Wirklichkeitsbezug sowohl auf Empathie vertrauen, als auch Empathie aufgrund ihrer entwickelten Interpretationsweise einbringen können.²⁰

ANTHONY GIDDENS²¹ verbindet mit der von ihm vorgetragenen Idee der Verletzlichkeit (vulnerability) eine lange kulturhistorische Tradition der Anteilnahme mit der aktuellen Aufgabe eines jeden Einzelnen, sich seiner Identität zu versichern. Dies ist eine kulturelle Aufgabe, die sich in der Spannung von sozialer Sicherheit einer objektiv vorfindlichen Welt (ontological security; ebd., S. 37), der eigenen Lebensentwicklung, der sich selber „erzählen“ eigenen Geschichte („narrative“; ebd., S. 54) sowie der alltäglichen Bedrohungen, Absonderlichkeiten und Zwängen (sequestration of the experiences of day-to-day social life; ebd., S. 168) einer von den Menschen individuell zu gestaltenden Lebenswelt bewegt.

Ein anschauliches Beispiel, die Verletzlichkeit von Menschen im Kontext eines Diskurses zu einem neuen Genre zu zeigen,

liefern die Fotos des Jugendmagazins *jetzt* der *Süddeutschen Zeitung* vom Herbst 2000 (Nr. 48), die „Manu“ aus der ersten Staffel von *Big Brother* zeigen. Das Publikum, sowohl das der Events um den Container der *Big-Brother-Show* als auch das des Internets, hatte sie zum Aggressionsobjekt gemacht, sicherlich nicht zuletzt, weil sie als die blonde Nordische in einer der Begleitenden mit ihrem farbigen Freund zu sehen war. Ein halbes Jahr danach erschien diese „Schlampe Manu“ ganz und gar nicht mehr zur Schau gestellt. Jetzt war sie völlig anders arrangiert, und zwar auf Fotos als integrierter Teil einer Herbstlandschaft (siehe Abb.). Im Gegensatz zur detailgenauen Präsentation von *Big Brother* geht es diesen Fotos um eine beschützende Darstellung, die Wesenszüge einer jungen Frau zeigen will, die jedoch nicht die Kamera präsentiert, die sich vielmehr Leser im Kontext einer Gold gefärbten Herbstlandschaft sentimental erschließen. Solch eine Kommentierung der Menschen von *Big Brother* hatte jedoch Seltenheitswert.

In der Spannung einer zuverlässigen, weil vorfindlichen Welt mit den bedrohlichen Ansprüchen, die eigene Lebenswelt im Entwurf der eigenen Lebensgeschichte zu gestalten, entstehen die vielfältigen Medien- und Ereignisarrangements als objektive kulturelle Basis und als subjektive „Lebensweltbausteine“. In dieser Komplexität kann die eigene Lebensgeschichte gelingen oder auch nicht. Die Aufmerksamkeit müsste sich auf die in diesem Spannungsfeld Unerfahrenen und Verletzlichen richten und dabei deren Ausdrucks- bzw. Repräsentationsformen reflektierend aufgreifen. In der eigenen Bildungsgeschichte von Lehrerinnen und Lehrern sowie in der institutionellen Sicherheit überlieferter Repräsentationsformen der Schule muss dies beileibe nicht zu einer unterstützenden Beziehung der Lehrer zu den Schülern in didaktischen Situationen und in der Institution Schule kommen. Eine schützende Beziehung der Produzenten, Provider und Programmverantwortlichen für ihr Publikum, das zunehmend in den von ihnen inszenierten Arrangements handelt, geht selten über den gesetzlich vorgeschriebenen Jugendschutz hinaus.

¹⁹ Vgl. ANDREAS DORNER (1999): *Medienkultur und politische Öffentlichkeit*; Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: RAINER WINTER / ANDREAS HEPF (Hrsg.): *Kultur - Medien - Macht*. Cultural Studies und Medienanalyse. 2. Aufl., Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

²⁰ BEN BACHMAIR (1996): *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 268 ff.

²¹ ANTHONY GIDDENS (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge/Oxford: Polity Press/Blackwell Publishers.