

→ Zusammenfassungen

*Helga Theunert/
Bernd Schorb*
**Jugendmedienschutz im
digitalen Fernsehen:
Genügen technische
Angebote?**
Ergebnisse einer
Familienbefragung im
Abonnentenkreis von
DF1 und Premiere.
MP 9/1998, S. 446-453

Mit der Weiterentwicklung der Medientechnik ergeben sich neue Anforderungen für den Jugendschutz, insbesondere im Hinblick auf Pay TV. Während die derzeitigen Pay-TV-Anbieter DF1 und Premiere durch die elektronische Sicherung der d-box den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor untauglichen Fernsehangeboten für ausreichend erachten, bewerten die zuständigen Aufsichtsorgane und Jugendschutzeinrichtungen das angewendete Verfahren skeptisch. Zwar kann mittels eines vierstelligen PIN-Codes ein Kanal ganz oder teilweise gesperrt werden, ob diese Option jedoch genutzt wird, liegt in der Entscheidung der Eltern.

Aufschluß über die Praktikabilität der d-box sowie ihre Relevanz für den Jugendschutz geben die Ergebnisse der im Herbst 1997 von der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten in Auftrag gegebenen Studie. In einem Praxistest erwies sich die d-box in Verständlichkeit und Handhabbarkeit der Sicherung als unausgereift, zumal ältere Kinder das System der Sperre durchschauen könnten. Schließlich zeigte eine qualitative Familienbefragung im Abonnentenkreis von DF1 und Premiere, daß sich die Zuschauer des digitalen Fernsehens wesentlich vom durchschnittlichen Fernsehpublikum unterscheiden. Digitales Pay TV wird offensichtlich vor allem von Familien mit niedriger Bildung genutzt, wobei in der Regel jedes Familienmitglied über ein eigenes Fernsehgerät verfügt und ein hoher Fernsehkonsum an der Tagesordnung steht; zudem sehen Kinder oft alleine fern. Obwohl die Eltern die vorhandene Kindersicherung ausdrücklich loben, wird sie nicht zuletzt aufgrund fehlender technischer Kenntnisse kaum verwendet.

Während höher gebildete Eltern ihre Fernseh-erziehung eher auf Vertrauen samt argumentativer Auseinandersetzung gegenüber den Kindern bauen, herrscht bei weniger gebildeten Eltern oft Gleichgültigkeit vor. Da die Mehrheit der Untersuchungsgruppe Merkmale aufweist, in denen nach medienwissenschaftlichen Erkenntnissen Eltern wie Kinder verstärkt bedenkliche bis problematische Umgangsweisen mit dem Fernsehen haben, können die bisher verwendeten technischen Schutzvorkehrungen nur als Zusatz und nicht als Ersatz für den Jugendmedienschutz angesehen werden.

Uwe Hasebrink
**Jugendmedienschutz
im internationalen
Vergleich**
Untersuchungen zur
Wirksamkeit von
Richtlinien und V-Chip.
MP 9/1998, S. 454-462

Die öffentliche Debatte über Nachmittags-Talkshows in privaten Fernsehprogrammen, die Umsetzung der EU-Fernsehrichtlinie und die Einführung digitalen Fernsehens haben in Deutschland die Diskussion um den Jugendmedienschutz neu entfacht, so daß ein Blick auf Forschungsergebnisse ausländischer Jugendschutzvorkehrungen lohnt. So steht in Frankreich die Kennzeichnungspflicht von Fernsehsendungen anhand eines fünfstufigen Kategoriensystems im Vordergrund

der Überlegungen, um Kinder und Jugendliche vor Gewalt im Fernsehen zu schützen. Hierbei klassifizieren die Programmveranstalter die Sendungen selbst, und ein eingblendetes Symbol kennzeichnet den Gewaltgrad der Sendung. Während die Aufsichtsbehörde CSA eine positive Bilanz dieser Regulierungen zieht, bleiben Zweifel an der tatsächlichen Wirksamkeit.

In Großbritannien wurde das Problem des Jugendmedienschutzes in einem gemeinsamen Bericht der BBC und der Aufsichtsbehörden in Angriff genommen, wobei die eingesetzte Arbeitsgruppe die Empfehlung aussprach, Kindern und Eltern die Auswahl der Fernsehangebote in eigener Verantwortung zu ermöglichen, während ein V(iolence)-Chip oder andere technische Lösungen mit Skepsis betrachtet werden. Dagegen baut man in den USA auf den verbindlich vorgeschriebenen V-Chip, durch den Eltern bestimmte Sendungen anhand einer sechsstufigen Skala, die neben einer Altersangabe auch inhaltliche Hinweise gibt, für ihren Nachwuchs sperren können. Allerdings wird die Mehrheit der US-Haushalte frühestens in zehn bis 15 Jahren mit dem V-Chip ausgerüstet sein. Zudem hat eine Studie gezeigt, daß mehr als die Hälfte der Eltern die Sendungsklassifikationen nicht bei der Programmauswahl nutzte. Ein großangelegter Feldversuch in Kanada ergab, daß die Testteilnehmer den dort erprobten V-Chip wegen technischer Mängel, Hard- und Softwareproblemen nicht selbst kaufen würden. Laut Befragungen von Pay-TV-Abonnenten in Australien wird die dortige Sperrkarte für Pay TV in der Praxis kaum benutzt.

Viele der im internationalen Kontext vorgestellten Studien dienen vor allem der Legitimation von Einzelinteressen. Ernsthaft verstandener Jugendmedienschutz setzt jedoch Aktivitäten auf verschiedenen Ebenen und unter Beteiligung aller Betroffenen voraus, was allerdings ein höheres öffentliches Bewußtsein für den Jugendmedienschutz erfordert.

Im Rahmen des Forschungsprojektes Eurofiction wird seit 1996 in fünf europäischen Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien) kontinuierlich eine quantifizierende Bestandsaufnahme erstausgestrahlter einheimischer fiktionaler Fernsehproduktionen durchgeführt. Neben allgemeinen Sendedaten werden hierbei auch inhaltliche Komponenten, wie Genre-zugehörigkeit und die kulturellen Indikatoren Handlungszeit, -ort, -raum und Hauptpersonen, berücksichtigt.

Deutschland nimmt im europäischen Kontext durch sein umfangreiches Angebot an fiktionalen Erstausstrahlungen eine Sonderstellung ein. Lediglich Großbritannien verfügt über ein annähernd vergleichbares Fictionangebot, hingegen weichen Spanien, Frankreich und Italien nicht nur im Umfang, sondern auch durch die Angebotsstruktur ab.

Gerd Hallenberger
**Fiktionale Fernseh-
produktionen in
Deutschland**

Ergebnisse der Euro-
fiction-Studie 1997.
MP 9/1998, S. 463-471

Betrachtet man das Fictionangebot in Deutschland nach Sendern, so lassen sich 1997 im Vergleich zum Vorjahr folgende Veränderungen feststellen: Während der fiktionale Anteil der öffentlich-rechtlichen Programme sich auf hohem quantitativen Niveau stabilisiert hat, ist ein Zuwachs des Fictionanteils privater Sender nur bei SAT.1 und RTL 2 zu beobachten. Die Mehrzahl der neuen fiktionalen Fernsehproduktionen ist zumeist ausschließlich deutsch. Der internationale Koproduktionsanteil hat bei ARD und ZDF leicht zugenommen, hingegen verzeichnen die Privatsender eine gegenläufige Tendenz. Dabei bieten alle großen deutschen Sender einen vergleichbaren fiktionalen Formalmix, bestehend aus Einzelproduktionen (50%), Reihen (20%) und Serien (10%). Die beiden Formate Miniserie und Anthologie finden sich fast nur im öffentlich-rechtlichen Sendeangebot. 1997 ist ein besonderer Zuwachs von Fernsehfilmen zu verzeichnen, vor allem bei den privaten Anbietern. Das fiktionale Fernsehen wird vom Genre General drama dominiert, Crime/Action folgt mit weitem Abstand, und Comedy bleibt weiterhin eine seltene Variante. Eine detaillierte Genreanalyse bringt zudem die quantitative Bedeutung von Daily soaps und Krimiangeboten zutage. Der ARD-„Tatort“ erzielt dabei die höchsten Nutzungswerte erstausgestrahlter einheimischer Fictionproduktionen. Eines ist den meisten neuen fiktionalen Fernsehproduktionen gemeinsam, sie spielen vor allem in der Gegenwart, im Inland bzw. in Großstädten.

Gerhard Neckermann
Kinobesuch:
Starkes Wachstum trotz
demographisch beding-
ter Rückgänge
 Das Kinopublikum
 1991 bis 1997:
 Ergebnisse des GfK-
 Konsumentenpanels.
 MP 9/1998, S. 472-478

Mit über 143 Millionen Besuchern erzielte das Kinojahr 1997 einen neuen Rekordwert in den 90er Jahren, und nach Angaben der Filmförderungsanstalt (FFA) hält der Kinoboom auch im ersten Halbjahr 1998 mit einem Besucherplus von 12 Prozent zum vergleichbaren Vorjahreszeitraum an. Ausschlaggebend für den Kinoerfolg 1997 ist neben dem Kassenschlager „Titanic“ und einer überdurchschnittlich hohen Anzahl von Filmen mit bis zu drei Millionen Zuschauern vor allem der seit Jahren anhaltende Strukturwandel in der Kinobranche. Nutznießer der Besucherzuwächse sind in erster Linie die neueröffneten Kinos. Jedoch ist erstmalig die Zahl der Schließungen von Filmtheatern (148) größer – auf Gesamtdeutschland bezogen im ersten Halbjahr 1998 – als diejenige der Neu- bzw. Wiedereröffnungen (131), wobei sich der Kinobestand in Ostdeutschland allerdings verbesserte.

Nach den Daten des GfK-Konsumentenpanels, das unter anderem die Publikumszusammensetzung der Top-50-Filme nach FFA-Hitliste erhebt, konnten demographische Veränderungen der Bevölkerungsstruktur deutlich ausgeglichen werden. So ist der Kinoerfolg 1997 insbesondere auf den überdurchschnittlichen Besucherzuwachs der in der Bevölkerung unterrepräsentierten über 30jährigen und der Twens, die traditionell die meisten

Intensiv-Kinogänger stellen, zurückzuführen. Auch die über 60jährigen, die zumeist ihre Enkelkinder begleiten, und Personen aus Haushalten mit hohem Einkommen haben das Filmtheater wieder für sich entdeckt. Zudem wurden neue Besuchergruppen gewonnen, die zumindest ein- bis zweimal im Jahr ins Kino gehen. Hingegen sank der Besucheranteil bei den zehn- bis 15jährigen, den Mehrpersonenhaushalten und den Personen mit geringerem Einkommen. Während in kleineren und mittleren Städten das Filmangebot stärker genutzt wird, stagniert die Besucherzahl in den Großstädten. Beliebtester Kinotag bleibt trotz erhöhter Besucherzahlen an Werktagen der Samstag. Generell gewinnen Spätvorstellungen nach 22.00 Uhr beim Publikum weiter an Bedeutung.

Bei der Vermarktung von Kinofilmen spielt das Alter des Publikums eine wichtige Rolle: Es gibt Filme, die eher jüngere oder hauptsächlich ältere Menschen anziehen – andere wiederum sind in allen Altersgruppen erfolgreich. Mit Hilfe der Daten des GfK-Konsumentenpanels, in dem Personen auch zu ihren Kinobesuchen befragt werden, können verschiedene Altersaffinitäten herausgefunden werden. Demnach standen in den vergangenen Jahren Filme mit großer Breitenwirkung (z.B. „Jurassic Park“) Filmen gegenüber, die nur bei Jugendlichen hohe Besucherzahlen erreichten (z.B. der Horrorfilm „Scream-Schrei“). Andere Filme wiesen sowohl eine gewisse Breitenwirkung als auch eine besondere Beachtung in einzelnen Altersgruppen auf. Kinostreifen, die in der öffentlichen Diskussion standen, erreichten in der Regel zuerst ihre Kernzielgruppe und anschließend in ganz anderen Altersgruppen beachtliche Zuschauerwerte (z.B. „Forrest Gump“).

Detailanalysen zeigen, daß weder das reale Alter der Schauspieler noch das in der Hauptrolle verkörperte Alter eine ausschlaggebende Rolle für den Filmerfolg spielen. Beim ergänzenden Blick auf die Themen der Filmstories stellt sich heraus, daß auf eine bestimmte Altersgruppe gerichtete Geschichten zwar durchaus ihre Zielgruppe finden können, aber nicht selten eine zusätzliche Resonanz außerhalb dieser Zielgruppe (Generationsverschiebung) beobachtet werden kann. Dies ist auf eine Tendenz zur Themengeneralisierung zurückzuführen, das heißt, einige Filme sprechen ein sehr breites Publikum an.

Die Erkenntnisse aus den GfK-Daten legen den Schluß nahe, daß Affinitäten zwischen Film und Lebensalter nur selten vorhersehbar sind, vielmehr ist von nichtlinearen Wirkungsprozessen auszugehen, wobei man die Bedeutung eines Films für den einzelnen Rezipienten berücksichtigen sollte.

Dirk Blothner
Kinofilme und
Lebensalter
 Ergebnisse einer
 Auswertung alters-
 bezogener GfK-Daten.
 MP 9/1998, S. 479-485