

Medien-Ethik
Hochschule der Medien Stuttgart

Essay

Zur Praxis und zur Bedeutung von Programmgrenzen für private Fernsehprogramme

Verfasser: Benjamin Zaiser
E-Mail: bz003@hdm-stuttgart.de
Studiengang: Computer Science and Media
Semester: 3
Datum: 20. Mai 2009

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
2	Die Argumente der LMA	2
2.1	Die Problematik	2
2.2	Beweggrund der TV-Veranstalter	3
2.3	Verletzung der Menschenwürde	4
2.4	Aufforderung der privaten TV-Sender	5
3	Fazit	5

1 Einleitung

Das Programmangebot privater Fernsehsender beinhaltet heutzutage eine Vielzahl nicht-fiktionaler provokanter und anstößiger Formate¹, in denen Medienlaien eine Hauptrolle spielen. Diese Sendungen könnten aufgrund ihrer genannten Eigenschaften Auswirkungen auf die Normen und Werte des Publikums, sowie der Gesellschaft haben.

Aufgrund dieser Sendungen, in denen die Toleranzgrenze der Zuschauer überschritten werden, hat die Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten (LMA) ein Beratungspapier veröffentlicht mit dem Titel „Zur Praxis und zur Bedeutung von Programmgrenzen für private Fernsehprogramme“ (Lan09).

Das Beratungspapier ist in zehn Statements unterteilt. Zu Beginn des Papiers wird die Problematik erläutert und die rechtliche Lage geklärt. Der Gesetzgeber schränkt den Handlungsspielraum der LMA stark ein, die wiederum die Programmaufsicht über die privaten TV-Sender haben. Fehlentwicklungen werden somit vom Markt mithilfe von Programmbeschwerden korrigiert. Aufgrund der oben genannten Formate sehen die LMA die Rundfunkfreiheit zwar noch intakt, jedoch werden Zuschauer in ihren Gefühlen und Vorstellungen verletzt. Zunächst kritisieren die LMA das Vorgehen der TV-Sender zur Gewinnmaximierung, indem medienunerfahrene Menschen zum Zwecke der Unterhaltung ausgenutzt oder in Situationen gebracht werden, die die Menschenwürde verletzen könnten. Abschließend fordern die LMA die TV-Veranstalter auf, ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen und empfehlen, den ökonomischen Erfolg nicht an der Toleranzgrenze der Zuschauer zu maximieren.

2 Die Argumente der LMA

In den folgenden Abschnitten werden nun die aufgeführten Argumente der LMA analysiert und es wird entsprechend Stellung genommen.

2.1 Die Problematik

Das Publikum fühlt sich aufgrund der oben genannten Sendungen in ihren Gefühlen und Vorstellungen verletzt. Dadurch entsteht eine „Grauzone des Verdrusses“ und aufgrund der Verletzung gesamtgesellschaftlicher Werte empfindet ein Teil des Publikums das Fernsehen als „Wertevernichter“. Die Sendungen weichen dabei vom gewöhnlichen / normalen ab und versuchen über das anstößige, provokante, sensationelle eine große Aufmerksamkeit hervorzurufen.

Meiner Meinung nach steht es jedem Menschen grundsätzlich frei, die angebotenen Sendungen der TV-Veranstalter zu konsumieren oder einfach abzuschalten. Man darf jedoch die Anziehungskraft des Fernsehens nicht unterschätzen. Das eigentlich uninteressierte Publikum könnte unter Umständen dazu gezwungen werden bestimmte Sendungen zu konsumieren.

¹Wie zum Beispiel: „Deutschland sucht den Superstar“ (RTL, Casting-Show), „Germany's next top model“ (Pro7, Casting-Show), „Das Model und der Freak“ (Pro7, Lifestyle-TV), „Frauentausch - Das Aschenputtel-Experiment“ (RTL2, Doku-Soap).

Aufgrund der vielfältigen Weiterverwertung der Inhalte wird man täglich damit konfrontiert. Zum einen entsteht dadurch ein gewisser Gruppenzwang, zum anderen werden dadurch auch latente Interessen geweckt, die dazu führen, die Sendungen zu konsumieren. Z.B. berichtet die BILD-Zeitung über aktuelle Geschehnisse in der aktuellen „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) Staffel oder es nimmt ein ehemaliger Teilnehmer bei DSDS im Dschungelcamp teil.

Aufgrund dieses Zwanges muss sehr stark auf die Qualität der Inhalte geachtet werden. Besonders Teenager und Jugendliche, die beim Medienkonsum womöglich noch nicht zwischen Gutem und Schlechtem unterscheiden können und die auch den jeweiligen Einfluss auf sie selbst vielleicht noch nicht richtig einschätzen können, stehen in der Gefahr, von den oben genannten Sendungen beeinflusst zu werden. Eine aktuelle Studie der Bravo (BRA09) ergab, dass nur noch 56% der Mädchen mit ihrem Aussehen zufrieden sind. Ob und in wie fern dieses Ergebnis von Sendungen wie z.B. „Germany's next top model“ beeinflusst wird, muss noch untersucht werden. Meiner Meinung nach ist hier aber eine Korrelation zu vermuten, da die stetige Präsentation von perfekten Körpern (wie z.B. in der genannten Sendung oder auch in der Werbung) mit Sicherheit einen Einfluss auf die Konsumenten ausübt und diese sich dadurch nicht mehr in ihrem eigenen Körper wohlfühlen.

Der Einsatz von anstößigen oder provokanten Sendungen ist nicht neu und gab es auch schon früher. 1970 hat die ARD eine Sendung mit dem Titel „Das Millionenspiel“ (Wik09) ausgestrahlt. Darin musste ein Kandidat eine Woche lang vor einem Auftragskiller flüchten. Die Bevölkerung war aufgerufen ihm dabei zu helfen oder ihn auffliegen zu lassen. Die Szenen der Sendung waren so realistisch dargestellt, dass sogar einzelne Personen beim Sender anriefen, um sich als Kandidat anzumelden.

Fernsehsendungen haben somit einen sehr großen Einfluss auf die Gesellschaft. Die Grenze zwischen Fiktion und Realität wird bei bestimmten Formaten schleierhaft oder verschwindet beim Publikum sogar ganz. Wenn nun die Zuschauer das Handeln der Akteure als real empfinden, dieses als neue „Norm“ betrachten und somit ihr eigenes Handeln entsprechend adaptieren, könnte das Fernsehen durchaus als „Wertevernichter“ betrachtet werden. Es ist somit äußerst wichtig, dass sich die TV-Veranstalter ihrer Macht bewusst sind, diese aber nicht missbrauchen und die Konsequenzen ihres Handelns abschätzen.

2.2 Beweggrund der TV-Veranstalter

Die Motivation der privaten TV-Veranstalter für die Produktion von „grenzwertigen“ Programmen, ist die Gewinnmaximierung durch Quotenoptimierung. Dabei treten andere Ziele zurück (wie z.B. sorgfältiger Umgang mit Gefühlen; bewahren gesellschaftlicher Werte; etc.). Durch einen verschärften Wettbewerb und einer schwierigen Marktlage sind die Veranstalter gezwungen, neue Formate zu entwickeln und im Markt zu testen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei bewegen sich die Sender jedoch an der Grenze der Rundfunkfreiheit und versuchen diese bestmöglich auszureizen.

Grundsätzlich versucht jedes Unternehmen ökonomisch zu handeln und den Gewinn zu maximieren. Private TV-Veranstalter spielen jedoch eine besondere Rolle in der Gesellschaft und sie sind gezwungen (oder müssen dazu gezwungen werden), die moralischen Konsequenzen

zen und Auswirkungen ihres Handelns zu untersuchen und unter Umständen entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Das Fernsehen hat aufgrund seiner präsenten audiovisuellen Kommunikation einen sehr großen Einfluss auf sehr viele Menschen. Vor allem zur Zeit des Nationalsozialismus wurden die Medien (zu dieser Zeit vor allem Radio, Veranstaltungen, Volkslieder, etc.) gezielt zu Propaganda-Zwecken eingesetzt. Aufgrund der Möglichkeit Informationen zurechtzuschneiden und nur lückenhaft zu übermitteln, sowie der Omnipräsenz dieser Medien, wurde die Urteilsbildung und Meinung des Publikums stark beeinflusst. Aber nicht nur die Meinung wird beeinflusst. Am aktuellen Beispiel des Amoklaufs von Winnenden kann erkannt werden, dass die intensive Aufarbeitung des Vorfalls durch alle Medien viele Jugendliche dazu veranlasst, Nachahmungstaten zu begehen. Das Fernsehen ist auch heutzutage noch das beliebteste Medium unter Jugendlichen (AS09). Somit müssen sich die TV-Veranstalter ihrer Macht bewusst sein und dürfen diese auf keinen Fall missbrauchen - selbst wenn auch die gesetzlichen Grenzen der Rundfunkfreiheit eingehalten werden.

Ein Beispiel: in der Sendung „Frauentausch - Das Aschenputtel-Experiment (RTL2, Doku-Soap)“ tauschen zwei Mütter ihre Familien. Dabei achtet der Sender stets darauf, dass die sozialen Unterschiede möglichst hoch sind, so dass es in jeder Sendung zum Eklat kommt und die sozial schwächere Familie meist den Tränen nahe ist, bzw. stets in ein schlechtes Licht gerückt wird. Besonders akut wird dies jedoch in Folge 198: Frauentausch zwischen Hamburg (West-Deutschland) und Zerbst (Ost-Deutschland). RTL2 hat diese Sendung so inszeniert, dass jegliches Klischee bestätigt wird: Zerbst wird als eine vergammelte Stadt dargestellt und die Menschen im Osten als faul und gefräßig (Koc09) (MB09). Nach vielen Protesten der Einwohner wird die Sendung nun von den LMA einer Prüfung unterzogen. Grundsätzlich sollte ein TV-Sender niemanden medial hinrichten dürfen.

2.3 Verletzung der Menschenwürde

Sobald eine Person an einer Sendung teilnimmt muss sie zustimmen, dass die Teilnahme freiwillig ist und das aufgenommene Filmmaterial auch vom TV-Sender verwendet werden darf. Hierbei darf dem Teilnehmer laut LMA nicht die Entscheidung überlassen werden, wann er sich in seiner Würde verletzt fühlt. Die Menschenwürde enthält einen „interpersonalen Kern“. Dieser entscheidet mit, wie viel ein Mensch von seinem Leben veröffentlichen darf. Wäre dies nicht der Fall, so kann die Menschenwürde nicht als Ausgangspunkt für die Verfassung verwendet werden. Dadurch ist, laut LMA, das Zeigen eines sterbenden Menschen ein Verstoß gegen die Unantastbarkeit der menschlichen Würde.

Wir leben in einer demokratischen Gesellschaft. Die Meinung des Individuums ist wichtig und wird respektiert. Wenn nun jemand etwas tun möchte und dabei gegen kein geltendes Gesetz verstößt und sich den Konsequenzen und Auswirkungen seiner Tat bewusst ist, so sollte er meiner Meinung nach von niemandem an der Ausführung gehindert werden. Jeder sollte selbst die Entscheidung treffen können, ob er z.B. zu DSDS geht, obwohl er nicht singen kann und sich dort womöglich blamiert, oder ob er seine Todesqualen im Fernsehen präsentiert. Jedoch muss er sich im Voraus darüber im Klaren sein, welche Konsequenzen sein handeln haben könnte. Ist dies nicht der Fall, so sollte er von den Veranstaltern darüber

aufgeklärt werden. Jedem Menschen ist es meiner Meinung nach selbst zu überlassen, was er mit seinem Humankapital macht und wie er daraus Profit schlägt. Wenn z.B. Explosiv (RTL, Magazin) einen extrem untalentierten Ex-DSDS-Kandidaten bei dem Versuch filmt, wie er auf fast menschenunwürdige Weise auf dem Filmfest in Cannes versucht Aufmerksamkeit von einem Prominenten zu erhaschen, so sollte er daran nicht gehindert werden. Jeder Zuschauer hat die Möglichkeit einfach umzuschalten, so dass erst gar kein „Verdruss“ entsteht.

2.4 Aufforderung der privaten TV-Sender

Die betreffenden TV-Veranstalter sollen die Grenzen der Rundfunkfreiheit beachten und respektieren. Laut den LMA ist es möglich, die Quoten zu maximieren, dabei jedoch die Rundfunkfreiheit (rechtlich und moralisch) einzuhalten. Nur so führt das TV-Programm nicht „zum Verdruss“ des Publikums und die Würde jedes Teilnehmers wird bewahrt. Durch das Respektieren der Grenzen, die die Rundfunkfreiheit setzt werden auch kleine „Grenzüberschreitungen“ vermieden. Denn diese kleinen Verletzungen führen zu einer Verschiebung der Grenzen. Durch den Respekt vor der Rundfunkfreiheit, sowie Rücksichtnahme auf die moralischen Konsequenzen werden die TV-Veranstalter ihrer großen Verantwortung als Leitmedium gegenüber der Gesellschaft gerecht.

Dem stimme ich voll zu. Die TV-Sender müssen sich der Auswirkungen und der Tragweite ihrer Entscheidungen bewusst sein und dürfen ihre Macht nicht dazu missbrauchen, Personen oder Personen-Gruppen medial hinzurichten.

3 Fazit

Die LMA kritisieren in dem Beratungspapier die TV-Veranstalter, ihre Gewinne zu maximieren, indem sie ihre Quoten auf eine fragwürdige Art und Weise maximieren. Nämlich durch ungewöhnliche, anstößige und provokante Sendungen in denen Medien-Laien zu Hauptdarsteller werden und in menschenunwürdige Situationen geraten können, da sie keine Erfahrung im Umgang mit der Kamera und auch nicht über die nötigen Sprachkompetenzen verfügen. Die LMA setzen sich dafür ein, dass die Würde einzelner Personen nicht zur Unterhaltung der Masse geopfert wird und sich die TV-Veranstalter ihrer Verantwortung als Leitmedium gegenüber der Gesellschaft bewusst werden müssen und in ihre Strategien mit einbeziehen sollten.

Ich stimme dem Beratungspapier teilweise zu. Die TV-Veranstalter spielen anders als gewöhnliche Firmen in der Wirtschaft eine besondere Rolle in der Gesellschaft. Sie dürfen ihre Macht nicht für ihre eigenen Zwecke (nämlich zur Gewinnmaximierung) ausnutzen, ohne dabei auf die möglichen Konsequenzen zu achten. Die Sender dürfen niemanden medial hinrichten, da einzelne Personen oder gar ganze Kommunen aufgrund eines Zwischenfalls in einer Sendung über mehrere Jahre oder gar lebenslang geschädigt werden. Wie z.B. der Ort Zerbst (Frauentausch, RTL2) oder Rufmord an Annemarie Eifeld (DSDS, RTL) (MW09). Jedoch darf das Fernsehen der freien Entfaltung eines Menschen nicht im Wege stehen: wenn jemand unbedingt z.B. zu DSDS möchte, dann soll er das auch tun können - sofern er sich den Kon-

sequenzen bewusst ist. Das Beste jedoch wäre wahrscheinlich, wenn es DSDS erst gar nicht gäbe und damit möchte ich mit einem Zitat von Marcel Reich-Ranicki schließen (ZDF09):

[...] man kann reine Unterhaltungsprogramme liefern, die doch ein gewisses Niveau haben - man muss nicht diesen Schwachsinn liefern [...]

Literatur

- [AS09] Axel Springer, Heinrich Bauer Verlag AG: *Beliebtheit von Medien unter Jugendlichen*. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1880/umfrage/beliebtheit-von-medien-unter-jugendlichen/>, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [BRA09] BRAVO: *Dr. Sommer Studie 2009*. <http://www.presseportal.de/meldung/1403570/>, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [Koc09] Koch, Olaf: *Land-Ei trifft Stadt-Tussi: Zerbster demonstrieren nach TV-Sendung*. http://www.volksstimme.de/vsm/nachrichten/sachsen_anhalt/sachsen_anhalt/?em_cnt=1303471, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [Lan09] Landesmedienanstalten: *Zur Praxis und zur Bedeutung von Programmgrenzen für private Fernsehprogramme*, 2009.
- [MB09] Michael Bock, Olaf Koch: *Frauentausch von RTL II im Visier der Medienwächter*. http://www.volksstimme.de/vsm/nachrichten/sachsen_anhalt/sachsen_anhalt/?em_cnt=1307225, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [MW09] MZ-Web: *Bohlen beschimpft Annemarie als Schlampe*. <http://www.mz-web.de/servlet/ContentServer?pagename=ksta/page&atype=ksArtikel&aid=1240127841504>, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [Wik09] Wikipedia: *Das Millionenspiel*. http://de.wikipedia.org/wiki/Das_Millionenspiel, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].
- [ZDF09] ZDF: *Gespräch Marcel Reich-Ranicki und Thomas Gottschalk*. <http://www.youtube.com/watch?v=zDQSmE9tkcI&feature=related>, 2009. [Online; Stand 18. Mai 2009].