

Michael Gurt/Dagmar Hoffmann/Karin Knop: Editorial: Bewegte Bilder in Bewegung. Potenziale und Herausforderungen neuer Formen der Bewegtbildangebote und -nutzung

„Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen.“ Das Bonmot von Gert K. Müntefering, einem der Urgesteine des (bundes-)deutschen Kinderfernsehens und Erfinder der Sendung mit der Maus, ist mittlerweile 53 Jahre alt. Wenn man dieser Prämisse heute folgt, fällt es gar nicht so leicht, die Frage zu beantworten, was Kinderfernsehen ist. Denn was Kinder „fernsehen“, ist alles andere als klar: TikTok, Instagram, YouTube, Twitch, Smart-TV, Mediatheken, VoD-Dienste, Live-Streams; die Kanäle für und die Zugänge zu Bewegtbildinhalten sind ebenso vielfältig wie die Methoden, belastbare empirische Daten über die Gesamtheit der Bewegtbildnutzung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu generieren.

War das klassische lineare Fernsehen über Jahrzehnte das Hauptmedium, wenn es um die Ansprache großer Publika ging, verändert sich nunmehr die Nutzung von Bewegtbildinhalten rasant. Insbesondere die Nachfrage nach Fernsehcontent im Netz nimmt zu und vor allem jüngere Zuschauer*innen verlagern ihren Fernsehkonsum auf neue Plattformen. Unter der Bezeichnung Bewegtbild im Netz oder Streamingangebote sind alle audiovisuellen Angebotsformen subsumiert, die im Internet zur Verfügung stehen, seien es allgemein Videos, ganze Fernsehsendungen oder Ausschnitte daraus sowie sonstige bewegte Bilder. Zunächst erlebte die Nutzung von Mediatheken der Fernsehsender einen deutlichen Anstieg, die zeitversetztes Fernsehen ermöglichten. Nach YouTube waren die Sendermediatheken die meistgenutzten Bewegtbildangebote. In den letzten zehn Jahren hat sich der Markt der Streamingangebote jedoch nochmals fundamental verändert. Die großen Player im Bereich der Bewegtbildangebote von Serien, Filmen über Dokumentationen etc. sind nunmehr YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ und viele weitere. Der Streamingmarkt wächst stetig und differenziert sich aktuell weiter aus.

Heute stellen sich die Nutzer*innen ihr Programm selbst zusammen. Streamingplattformen ermöglichen die gewünschte zeit- und ortsunabhängige und in der ‚Dosierung‘ selbstgewählte Form der Nutzung von Bewegtbildangeboten. Neue und zum Teil exzessive Nutzungsweisen wie das sogenannte Binge-Watching etablierten sich. Diese Nutzung wird kontrovers diskutiert, da es sich (je nach Ausgangslage und individueller Disposition der Nutzer*innen) auch um ein suchtartiges Sehverhalten handeln kann, das über ein temporäres unterhaltsames, vergnügliches Eintauchen in einen Narrationskosmos hinausgeht. Durch die Ausschöpfung von Algorithmen werden Konsument*innen direkt adressiert und wird eine individualisierte Angebotslenkung möglich.

Streaming ist demnach ein Thema, das für Kinder, Jugendliche und Erwachsene von hoher Bedeutung ist, denn alle Nutzer*innen sind in veränderten und algorithmisierten und sich dynamisch wandelnden Angebotsmärkten herausgefordert, kompetent im Bewegtbildfluss zu navigieren. Freiheit und selbstbestimmte Nutzung setzen ein hohes Maß an Eigenverantwortung und reflektierter, bewusster Nutzungsweisen voraus, um positive Rezeptionserfahrungen zu machen.

Insbesondere Kinder und Jugendliche sehen heute gänzlich anders fern, was Eltern vor neue Herausforderungen stellt, da sie sich nicht mehr auf die Klassifikation ‚Kinderfernsehen‘ der Sender verlassen können, sondern den von ihren Kindern gewählten Content einschätzen lernen müssen. Vor diesem Hintergrund widmet sich die vorliegende Ausgabe multiperspektivisch, das heißt medienhistorisch, -ökonomisch, angebots- bzw. inhaltsseitig als auch rezeptionsseitig dem Thema Streaming. Bereitgestellt und aufgearbeitet werden einige Basisinformationen über den Wandel im

Bewegtbildangebot. Weiterhin werden die Herausforderungen für die medienpädagogische Praxis mit Bezug auf die veränderten Nutzungsweisen der Streamingangebote kritisch beleuchtet.

Der Medien- und Fernsehwissenschaftler Christian Richter befasst sich in seinem Beitrag zunächst mit den Mechanismen und der Wirkmacht der logarithmischen Interfaces von Netflix und ähnlichen VoD-Anbietern. Seine zentrale These lautet, dass die Benutzeroberfläche solcher Dienste so gestaltet ist und darauf abzielt, eine maximale Verweildauer der Nutzer*innen zu gewährleisten. Dazu beschreibt er fünf Methoden, mithilfe derer dieses Ziel erreicht werden soll: Räumliche Visualisierung, Ästhetik des Überangebots, nahtlose Fortsetzung, Mehr-vom-Gleichen-Logik und algorithmische Aggregation. Richter stellt in seinem Beitrag heraus, wie VoD-Dienste wie Netflix eine Nähe zum Fernsehen aufweisen und Strukturen, Ästhetiken und Mechanismen reproduziert werden, die bereits aus dem Fernsehen bekannt sind. Für ihn sind Streamingdienste exemplarische Anschauungsobjekte, deren Mechanismen und Funktionsweisen in der medienpädagogischen Arbeit hinterfragt werden sollten. Sie lassen sich nämlich auf andere Umgebungen übertragen, so dass sich für die Nutzer*innen ähnliche Herausforderungen aufgrund der algorithmischen Aggregation von individualisierten Oberflächen und Auswahlangeboten ergeben, die man auch von der Anwendung von Suchmaschinen oder von sozialen Netzwerken her kennt.

Birgit Guth, Leiterin der Forschungsabteilung Insights & Analytic Kids bei RTL Data, erörtert dann datenbasiert den Wandel der Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe der Kinder. Demzufolge nimmt die Nutzung des linearen Kinderfernsehens in den letzten Jahren kontinuierlich ab. Die zunehmende Konkurrenz durch VoD-Anbieter, aber auch Social-Media-Anwendungen, die Bewegtbildinhalte aller Art Kindern und Jugendlichen anbieten, machen nicht nur die medienpädagogische Begleitung komplizierter, sondern auch die Erfassung des Nutzungsverhaltens, insbesondere die Reichweitenmessung, die die Mediatheken der TV-Sender bislang unberücksichtigt ließ. Neben der Entwicklung des Kinderfernsehmarktes werden die Motive und Bedürfnisse, die der Bewegtbildnutzung von Kindern zugrunde liegen, beleuchtet. Hier zeigt sich, dass die Veränderungen der Struktur von Angeboten und Medienlandschaft wenig an den grundlegenden Bedürfnissen junger Zielgruppen ändert: dem Bedürfnis nach Unterhaltung, aber auch Orientierung in lebensweltlich relevanten Kontexten.

Der Elternratgeber FLIMMO informiert seit 1997 Eltern über TV-Inhalte und altersgerechte Filmangebote für Kinder und Preteens im Alter zwischen 3 und 13 Jahren. Der Projektleiter Michael Gurt und die mitverantwortliche Redakteurin Nadine Kloos berichten im Gespräch, wie der Elternratgeber nunmehr auch das Programm von Mediatheken und Streaming-Plattformen aufgreift und dezidierte Empfehlungen dazu gibt. Erklärt wird, wie aus pädagogischer Sicht auf die zunehmende Nutzung von Streamingdiensten zu reagieren ist und welcher Aufklärungsbedarf besteht. Deutlich wird, dass Streamingangebote, vor allem YouTube, selbstverständlicher Bestandteil des Medienalltags von Kindern sind und diese oftmals eigenständig darauf zugreifen können, was aus jugendschutzrechtlicher Perspektive problematisch ist. Weiterhin gehen die Medienpädagog*innen auf die verschiedenen Umgangsweisen mit Streaming in den Familien ein, die teilweise an der Nutzungszeit festgemacht wird, zuweilen aber situativ und anlassbezogen ausgehandelt wird. Eltern sind oftmals überfordert, sich mit den jeweiligen Nutzungsbedingungen der Streaminganbieter sowie den Sicherheitseinstellungen auseinanderzusetzen.

Der Medien- und Filmwissenschaftler Florian Kraus befasst sich mit der Entwicklung öffentlich-rechtlicher Formate hin zum Streaming – wie zum Beispiel in Form des Online-Content-Netzwerks funk. Diese Entwicklung wird am Beispiel der Webserie ECHT nachvollzogen, indem Strategien bei der Entwicklung von Ästhetik und Produktion in den Blick genommen

werden. Grundlage liefern drei Expert*innen Interviews. Zielgruppe der Serie ECHT ist die eng begrenzte Altersgruppe der Preteens. Die Erzählweise ist horizontal, also über mehrere Folgen hinweg durchzogen von Perspektivwechseln. Wesentliche inhaltliche Strategie stellen der Fokus auf Diversität und den Einbezug relevanter Communities in der Serie dar, sowie das Ziel größtmöglicher Authentizität in der Darstellung der Lebenswelt jugendlicher Protagonist*innen. In der Produktion wurde vor allem auf intensive Recherche samt Einzelinterviews mit Preteens und ein glaubwürdiges Setting Wert gelegt. Auch beim Testscreening ging die Produktion neue Wege, indem den Kinderdarsteller*innen einzelnen Szenen oder Folgen vorab gezeigt wurden und deren Reaktionen in die Stoffentwicklung weiterer Folgen eingeflossen sind. Ein weiterer wichtiger Feedback-Kanal waren die Kommentare zur YouTube-Ausstrahlung der Serie. YouTube stellt insgesamt einen wichtigen Distributionskanal für das funk-Netzwerk dar, wobei ECHT auch linear im KiKA ausgestrahlt wird. Die Koppelung von Streaming auf YouTube und in Social-Media-Kontexten mit den Angeboten des öffentlich-rechtlichen Kinderfernsehens wird vom Autor vor allem in Bezug auf die Zielgruppe der Preteens als tragfähiges Konzept skizziert.

Die Kommunikations- und Medienwissenschaftlerin Karin Knop widmet sich dem Rezeptionsmodus Binge-Watching, was die exzessive Nutzung von (seriellen) Bewegtbildangeboten innerhalb einer Zeiteinheit im Sinne eines Serienmarathon meint. Auf Basis des Forschungsstandes zu Motiven, Rezeptionsmodalitäten und Wirkungen dieser veränderten Nutzungsmöglichkeiten durch Streamingangebote verdeutlicht sie das Spannungsverhältnis aus autonomer, selbstbestimmter zeitversetzter Nutzung von Bewegtbildangeboten zwischen genussvoll vertieftem exzessivem Rezeptionsvergnügen und dem Risiko der unregulierten problematischen bis suchartigen Nutzung mit (subjektiv empfundenen) potentiell negativen Nachwirkungen. Die Autorin zeigt auf, unter welchen Voraussetzungen Zuschauer*innen diesen neuen Rezeptionsmodus für sich individuell und sozial zuträglich funktional und lustvoll ausgestalten und worin die derzeitigen großen Herausforderungen für heranwachsende aber auch erwachsene Bewegtbildnutzer*innen bestehen. Achtsamkeit und Selbstregulationsfähigkeit werden in ihrer Bedeutung für die reflektierte und bewusste Nutzung herausgestellt und ein Differenzierungsvorschlag entlang von relevanten Dimensionen für das medienpädagogische Reflexionsgespräch gemacht.

Schließlich reflektieren Lars Gräser, Grimme Institut, und Markus Gerstmann, Medienpädagoge beim ServiceBureau Jugendinformation in Bremen, den Wandel des Zugangs zu Bewegtbildinhalten, allerdings fokussiert auf die Zielgruppe der Jugendlichen. Sie gehen der Frage nach, was und wie Jugendliche streamen und welche Zugänge zu VoD-Anbietern sie nutzen. Grundlage ist unter anderem eine Befragung von 47 jungen Menschen des ServiceBureau Jugendinformation, die unter Gästen der Bremer Jugendzentren durchgeführt wurde. Ausgehend von der These, dass Streamingangebote Aufmerksamkeit erzeugen (müssen), analysieren sie die interaktive Komponente von aktuellen populären Serien, Games oder Musikproduktionen einerseits und der Kommentierung und Verbreitung über Social-Media andererseits. Hier sehen die Autoren Parallelen zwischen aktuellen Diensten wie Twitch oder YouTube und älteren Vorläufern wie MySpace. Weiterhin stellen die Autoren das Potenzial heraus, das sich aus der pädagogischen Auseinandersetzung mit den Vorlieben und Praktiken jugendlicher Streaming-Nutzung ergibt, etwa im Hinblick auf die Bearbeitung identitätsbezogener Entwicklungsaufgaben und die Reflexion gesellschaftspolitischer Fragen. Anknüpfend an diese Überlegungen werden medienpraktische Methoden beschrieben, die dieses Potenzial im schulischen Kontext nutzbar machen sollen.

Nicht zuletzt möchten wir mit diesem Titelthema Akteur*innen in verschiedenen (medienpädagogischen) Handlungsfeldern grundlegende Informationen und Reflexionsimpulse zu aktuellen Entwicklungen im Streamingbereich

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

geben, damit diese für sich selbst oder im medienpädagogischen Kontext nutzbar gemacht werden können. Denn das eigene Medienhandeln bewusst(er) erleben, beschreiben, reflektieren und problematisieren zu können und andere hierbei zu unterstützen, kann zu Gelingensbedingungen kompetenter Streamingnutzung beizutragen und eine Auseinandersetzung anregen, wie autonome, selbstbestimmte Rezeption unter den Voraussetzungen aktueller Angebotsstrukturen gelingen kann.

Überblickswerke

Chalaby, J. (2023). Television in the Streaming Era. The Global Shift. Cambridge University Press.

Jenner, M. (2021). Binge-Watching and Contemporary Television Research. Edinburgh University Press.

Schütte, O. (2019). Die Netflix-Revolution: Wie Streaming unser Leben verändert. Midas.