

Karin Knop: Neues Fernsehen?! – Neues Fernsehverhalten!? Aktuelle Wandlungsprozesse des Fernsehens

Beitrag aus Heft »2015/04: smart fernsehen«

Der Diskurs um die aktuellen Entwicklungen des Fernsehens ist heterogen und bipolar. Einige läuten das ‚Ende des (linearen) Fernsehens‘ ein – wie jüngst etwa Netflix-Chef Reed Hastings (vgl. Spiegel Online 2015). Andere Akteure (u. a. Groebel 2014) rufen das ‚neue Fernsehen‘ aus und ein dritter Diskursstrang ist dadurch gekennzeichnet, dass hierin eine moderate Transferleistung alter Fernsehphänomene auf neue digitale Umgebungen behauptet wird. Herbert Schwaab (2012) plädiert dafür, die genuinen Leistungen des linearen, traditionellen Fernsehens und Phänomene wie beispielsweise das Flow-Erleben und Zappen systematisch den neuen Rezeptionsmodi des Onlinefernsehens analysierend gegenüberzustellen und geht von fundamentalen Unterschieden aus. Er konstatiert einen „Exzess der Anpassung an eigene Wünsche [...]“. Der neue Betrachter will alles zu jeder Zeit“ (Schwaab 2012, S. 117). Karin van Es und Eggo Müller (2012) attestieren dem Fernsehen eine hohe Fähigkeit, sich an die neuen technologischen und kulturellen Bedingungen anzupassen. Bleicher (2012) hingegen geht von Übertragungsbemühungen alter Phänomene auf neue Formen der Bewegtbildkommunikation aus und stellt fest: „Der Begriff Fernsehen wird also auf etwas übertragen, das überhaupt kein Fernsehen im traditionellen Sinn ist“ (S. 110). Erweitert man den Fokus auf die vordigitale Fernsehära, so ist festzustellen, dass das Fernsehen bereits in den 1980er-Jahren auf die Flexibilisierung der Zeitstrukturen und den Trend zur Individualisierung reagiert hat. „Eine nor motiv (öffentlich-rechtliches Fernsehen) bzw. ökonomisch (privates Fernsehen) gewünschte Maximierung der Zuschauerzahlen wurde über drei Strategien erreicht“ (Jandura 2014, S. 182).

Zunächst durch die Erweiterung der Programmvietalt durch zusätzliche Fernsehkanäle, in einem zweiten Schritt über die Erweiterung des Programmangebots auf 24 Stunden Sendevolumen pro Tag und drittens und neueren Datums durch die Anpassung der Programmstrukturen an die flexibleren zeitlichen Tagesabläufe, durch das zeitversetzte Fernsehen. Im digitalen Zeitalter gestaltet sich nun der Wandel des Fernsehens dynamischer denn je und es kommt zu folgenreichen Ausdifferenzierungen und Konvergenzen. Es ist ein Wandel, der die „technischen, kulturellen, medialen und institutionellen Voraussetzungen dessen, was als Fernsehen bezeichnet wird, grundlegend umzuwälzen scheint“ (Köhler/Keilbach 2012, S. 5). Zeitversetztes Fernsehen aus dem linearen Programm sowie zeit- und ortsunabhängiger Abruf von vornherein non-linearen audiovisuellen Angeboten kennzeichnen die neuere Fernsehlandschaft (vgl. Groebel 2014). Die Nutzungswege sind vielfältiger und die Endgeräte kleiner und mobiler geworden (vgl. Stark 2006), das Programmangebot ist ausdifferenzierter denn je. Vielfältige Labels wie TV 2.0, MeTV und Social TV kursieren.

Fragen danach, ob das traditionelle Fernsehen und seine Großereignisse wie die Fußball-Weltmeisterschaft noch die gleichen, gemeinschaftsstiftenden Qualitäten hat wie das ‚alte‘ Fernsehen oder ob es nur noch das narzistische MeTV gibt, prägen die Auseinandersetzung innerhalb der Scientific Community. Frei nach dem Motto „My time is prime time“ (de Buhr/Tweraser 2010, S. 81) findet die zeitunabhängige, individualisierte Nutzung statt. Sind es nunmehr gänzlich neue Gemeinschaftsformen, die sich durch das Zusammenfinden von Gruppen mit ähnlichen Profilen und Vorlieben in sozialen Online-Netzwerken konstituieren und damit eine (enge) Bindung zu beliebten Formaten und Angeboten aufbauen? Kann durch die Integration der Kommunikationspotenziale sozialer Medien die verlorene Sozialität des Fernsehens zurückgewonnen werden? Wie haben sich Partizipationsformen verändert?

Welche spezifische Qualität hat das „viewsing“ (Harries 2002, S. 172), worunter Formen der Interaktion und Partizipation verstanden werden, die durch die Konvergenz von Fernsehen und digitalen Medien entstehen? Handelt es sich dabei tatsächlich um neue Partizipationsformen oder doch letztlich in Form des Social TV um einen senderseitigen Versuch, die Fernsehzuschauernden auf die linearen Zeitstrukturen zu binden? Sind es bedeutsame Veränderungen, wenn man statt zu bügeln während des linearen Fernsehens nunmehr bei der Rezeption non-linearen Online-TVs parallel eine Amazon- Bestellung vornimmt und Phänomene des Multi-Screenings zur Aufmerksamkeitssplittung beitragen, während es vormals Parallelgespräche oder parallele Alltagshandlungen waren, die die ungeteilte Aufmerksamkeit vom Fernseh Bildschirm abgezogen haben? Werden neue Formen der Medienkompetenz gebraucht? Benötigen Rezipierende andere Formen der Selbstregulationsfähigkeit in Zeiten, in denen die Nutzung des gerade favorisierten TV-Angebots in Form des Binge Watching theoretisch möglich ist? Benötigen wir neue Konzepte der Medienkunde, innerhalb derer legale und illegale Streamingformen thematisiert werden und ein Bewusstsein für geistiges Eigentum und die Herstellung kultureller Güter ausgebildet wird? Braucht es spezifischere Decodierungsfähigkeiten, wenn durch Genrehybridisierung der dokumentarische Charakter und Realitäts- bzw. Inszenierungsgrad von Fernsehinhalten wie Scripted Reality nicht mehr zweifelsfrei bestimmt werden kann? Fragen, auf die es auf Basis des derzeitigen Forschungsstands noch keine verbindlichen und eindeutigen Antworten geben kann. Ob es nun um Novitäten, partielle Innovationen oder Adaptionen bekannter Phänomene des linearen Fernsehens handelt, fraglos ist jedenfalls, dass sich für die Rezeptionsforschung und den Bereich der Medienkompetenzentwicklung und -förderung gänzlich veränderte Herausforderungen durch den Wandel des Fernsehens ergeben, denen es zu begegnen gilt.

Die vorliegende Ausgabe von merz bietet die Möglichkeit zur Reflexion darüber, welche Implikationen sich für die medienpädagogische Begleitung der Fernsehnutzung von Kindern und Jugendlichen ergeben. Jo Groebel befasst sich mit den aktuellen Entwicklungen des Fernsehens und gibt Prognosen zu künftigen Veränderungen ab. Das in digitale Umgebungen eingebundene Fernsehen befindet sich in einer flexiblen Wechselbeziehung zwischen traditionellen Inhalten und neuen Anwendungen sowie Kommunikationsplattformen. Wie auch beim linearen Fernsehen werden die Präferenzen der Nutzenden von physiologischen, emotionalen, kognitiven und sozialen Prozessen gesteuert. Der Autor geht der Frage nach, wie sich die Ausdifferenzierungen auf Inhaltsseite und Zugangswegen auf das spezifische und ebenfalls stark differierende Seh- respektive Nutzungsverhalten auswirkt und stellt – basierend auf einer Befragung von 1.000 Zuschauernden – eine neue Fernsehtypologie auf. Die Medienwissenschaftler Sven Stollfuß und Felix Kirschbacher nehmen im Diskurs um aktuelle Fernsehentwicklungen eine historisierende Perspektive ein und fokussieren sich auf die jüngsten Entwicklungen der (TV-)Serie. Ausgehend von einer Betrachtung der US-amerikanischen Senderlandschaft seit den 1980er-Jahren zeichnen sie die Umstrukturierungsprozesse nach, die folgenreich für die Novitäten im Bereich der fiktionalen Fernsehserien waren und schließlich in einem Serienmarkt münden konnten, bei dem es genuin für die Online-Ausstrahlung produzierte Serien gibt. Welche textuellen und ästhetischen Strukturveränderungen damit einhergehen und welche novellierten Nutzungsweisen – beispielsweise das Flexible Binge Watching – resultieren, wird von den Autoren herausgearbeitet. Einer dominanten und inhaltlich folgenreichen Novität des klassischen respektive linearen Fernsehens widmet sich die Genderforscherin Margreth Lünenborg, indem sie das seit den 1990er-Jahren aufkommende Hybridgenre RealityTV als kostengünstiges, international gehandeltes Fernsehangebot beschreibt, das einen dominanten Beitrag zur sich stetig ausdifferenzierenden und kommerzialisierten Sendelandschaft darstellt.

Die Autorin liefert Gründe für die Attraktivität dieses problematischen Genres gerade für ein junges Publikum und stellt das Potenzial der Sendungen innerhalb der Aushandlungsprozesse von Verhaltensweisen und eigenen Handlungsoptionen und der beständigen Neuverhandlung gesellschaftlicher Normen und Werte heraus. Die Perspektive des Jugendmedienschutzes bringt Claudia Mikat, Vorsitzende des Prüfausschusses der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), ein. Im Gespräch mit Swenja Wütscher hebt sie auf die Notwendigkeit der Kooperation zwischen FSF und Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia (FSM) ab und hebt hervor, dass die Prüfung von Fernsehangeboten nicht mehr auf den Bereich des linearen Fernsehens beschränkt bleiben kann. Sie macht sehr deutlich, dass die Arbeit der FSF ausschließlich auf die Analyse und Bewertung von Inhalten beschränkt ist. Die Berücksichtigung von Wandlungstendenzen innerhalb der Zuschauerschaft – wie Phänomene des Binge Watching im Bereich fiktionaler Serien oder die je unterschiedlich stark ausgeprägte Kompetenz des Publikums bei der Einschätzung des Inszenierungsgrades beispielsweise von Scripted Reality-Formaten – bleiben aus Perspektive der FSF beinahe ausgeklammert.

Die Medienwissenschaftlerin Claudia Wegener wendet sich den Formen und Modi des Second-Screenings – der gleichzeitigen Nutzung unterschiedlicher Bildschirmmedien – zu und entwirft eine Systematik der unterschiedlichen Formen bis hin zum Multi-Screening. Sie empfiehlt Programmanbietern – als Ausweg aus dem Aufmerksamkeitsdilemma – den Second-Screen als Bestandteil des Sendekonzeptes zu verstehen und konzeptionell einzubinden, damit sich Nutzende auch weiterhin mit dem Programm auseinandersetzen und mit Inhalten interagieren, die das Fernsehprogramm ergänzen. Basierend auf der Auswertung von Gruppendiskussionen mit 43 Rezipierenden im Alter von 15 bis 25 Jahren werden empirische Befunde zum Phänomen des Second- und Multi-Screening generiert. Erkenntnisse zu neuen Fernhezugangswegen und Veränderungen durch die Nutzung nonlinearen Fernsehens werden auch im Gespräch von Karin Knop mit FLIMMO-Redakteurin Nadine Kloos deutlich. Aus medienpädagogischer Perspektive nimmt sie eine Einschätzung zu den mit der Digitalisierung des Fernsehens einhergehenden Potenzialen und Herausforderungen für Eltern und Kinder vor. So bieten zeitversetzte Nutzungsmöglichkeiten eine erhöhte Flexibilisierung und Unabhängigkeit von Ausstrahlungszeiten, während gleichzeitig die altersspezifische Eignung von digitalen Bewegtbild-Angeboten zunehmend schwerer einzuschätzen ist und der Schutz vor ungeeigneten Inhalten höheres Engagement und zum Teil technische Kompetenzen seitens der Eltern erfordert. Außerdem skizziert sie auf Basis der langjährigen Programmbeobachtungen des FLIMMO die relevantesten Fernsehentwicklungen der letzten Jahre.

Literatur:

Bleicher, Joan (2012). Der Begriff Fernsehen wird auf etwas übertragen, das überhaupt kein Fernsehen ist. Joan Bleicher über altes und ‚neues‘ fernsehen. In: Montage AV, 21 (1), S. 109–114.

Buhr, Thomas de/Tweraer, Stefan (2010). My Time is Prime Time. In: Beißwenger, Achim (Hrsg.), YouTube und seine Kinder. Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren. Baden-Baden: Nomos, S. 69–92.

Harries, Dan (2002). Watching the Internet. In: Harries, Dan (Hrsg.), The New Media Book. London: British Film Institute, S. 171–182.

Jandura, Olaf (2014). Der Erfolg zeitversetzter Fernsehnutzung im Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung. In: Wimmer, Jeffrey/Hartmann, Maren (Hrsg.), Medienkommunikation in Bewegung. Wiesbaden: Springer VS, S. 173–188.

Köhler, Kristina/Keilbach, Judith (2012). Editorial. In: Montage AV, 21 (1), S. 1–9.

Schwaab, Herbert (2012). Ich weiß ja nicht, was ich suche. Betrachtungen zu Flow, Segmentierung, liveness und Subjektivität des Fernsehens im Internet. In: Montage AV, 21 (1), S. 115–132.

Spiegel Online (2015) Streamingdienst: Netflix-Chef hält klassisches Fernsehen für Auslaufmodell. www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/netflix-chef-hastings-prophezeit-ende-des-fernsehens-a-1033037.html [Zugriff: 05.07.2015].

Stark, Birgit (2006). Fernsehen in digitalen Medioumgebungen. Eine empirische Analyse des Zuschauerhaltens. München: Fischer. van Es, Karin/Müller, Eggo (2012). THE VOICE: Über das ‚Soziale‘ des sozialen Fernsehens. In: Montage AV, 21 (1), S. 63–84.