

MICHAEL GALATIK

FILM UND TV ANDERS

Reflexion vom Erleben – Erlebnis der Reflexion

Essay mit Literaturverzeichnis

Den Spaß an Film und TV zu verderben um sie neu zu genießen. Ästhetik und Dramaturgie der audiovisuellen Medien, Medienpädagogik und aktuelle Konsequenzen

Meinen Hörern
in Wien und Klausenburg, Siebenbürgen
Hallgatóimnak Bécsben és Kolozsvárott, Erdélyben
For my students at Vienna and Cluj, Transsylvania
2005 – 2006

© Michael Galatik, 22.09.2006. Wien.

Dieser Text ist urheberrechtlich geschützt. Es darf ohne Angabe des Autors weder ganz noch teilweise zitiert, in elektronische Systeme eingespeichert, verbreitet und ohne Erlaubnis des Autors verwertet werden.

Inhaltsverzeichnis

0.	Entweder – Oder, einerseits und beiderseits als pro und kontra Film und TV	S. 3.
1.	Erfahrungen aus der Lehre, tröstlich	S. 5.
2.	Ergebnisse aus der Forschung, spannend bis anregend	S. 7.
2.1.	Medienkompetenz, ein Begriff jedoch steil	S. 7.
2.2.	Vielfalt oder der verschobene Fokus, Film- und Fernsehanalyse	S. 10.
2.3.	Übersicht oder die Stellung	S. 14.
3.	Konsequenzen	S. 15.
3.1.	Sich der Wirkung aussetzen – man wird was erleben	S. 15.
3.2.	Medienkompetent, für Konsum oder Produktion?	S. 15.
3.3.	Analysemethoden und Sichtweisen: Schwerpunkt mit Vielfalt versus grenzenlos eindimensional	S. 16.
3.4.	Wertschöpfung statt Erschöpfung	S. 17.
3.5.	Fazit. Lieber intern und disziplinar voraus als von außen und innen abhängig auf- und abgehängt	S. 18.
4.	Literatur	S. 19.

Ich danke alle KollegInnen für ihre anregende und weiterführende Fragen, denn die Abhandlung entstand aus den einschlägigen Seminaren der letzten Jahre an der Univ. Wien und aus Vorlesungen, Seminare und Workshops zum Thema in den Studienjahren 2003–2006 an der Univ. Babeş-Bolyai Klausenburg / Babeş-Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár / Cluj, Siebenbürgen / Erdély / Transsylvanien, Rumänien. Dank an der Österreichischen Forschungsgemeinschaft für die Unterstützung der Lehr- und Forschungsaufenthalte vor Ort. Nicht zuletzt danke ich gerne der Tutorin des Seminars in Wien, Fr. Koll. Mag. Schiemer, vieles wurde erst durch ihre umsichtige Mitarbeit und Mitdenken möglich.

0. Entweder – Oder, einerseits und beiderseits als pro und kontra Film und TV

Einerseits wirken Filme, TV-Sendungen oft sehr human, sollen auch. Als Beispiele Intentionen von zwei Drehbuchautor und Regisseur, sie wollen: „... aus einem tiefen Bedürfnis, eine Antwort zu geben, ...“, „...jenes Gutes zu tun, die nur das Schlechte kennen; niemanden in Verzweiflung zu lassen; für alle jederzeit eine Hoffnung und die Möglichkeit eines besseren Lebens aufleuchten zu lassen, in allen, auch in den Verdorbenen, einen Kern von Güte und Liebe aufzudecken...“, „... auf ein weinendes Antlitz ein Lächeln zaubern.“ „Wenn es mir gelingt, die Abenteuer des Lebens ihrer Täuschungen zu entkleiden, dann habe ich den Eindruck, niemanden verraten, sondern vielmehr Gutes getan zu haben... (Fellini 1974, 87f).“ Ganz zu schweigen über die Verliebten im Kino, ihre feuchte Hände, sie gehen ja gerne und oft hin. Oder auch: „Wie außerordentlich, nicht wahr, dass ein Mensch ein Mensch ist! Das sagen sich vielleicht Kamera und Tonband... (Bresson 1975, 69).“ Leute „... die Augen haben, um nicht zu sehen, und Ohren um nicht zu hören, mit der tragischen Wirklichkeit zu konfrontieren.“ „Man muss der Gewohnheit, die uns am Sehen hindert, die Luft abschneiden... (Bresson 1978, 80f).“

Die zwei Regisseure scheinen medienkompetent zu sein, handwerklich wie menschlich. Film und TV, AV-Medien helfen den Zuschauern die Welt, einander, sich selbst und das Leben neu zu sehen und zu erleben, sich zu unterhalten, sich menschlich weiterzuentwickeln, solche Erlebnisse, Erfahrungen zu machen und zu Erkenntnissen zu kommen, auch über sich selber, ermöglicht speziell durch Film und TV. Filme und TV bereichern eben das Leben. Woher, warum und wie sollen die Konsumenten auch reflektiert wissen können, wie und wann es so ist? Sollen und wollen sie es überhaupt? Medienpädagogik pur.

Die Medienschaffenden, Produzenten, Autoren, Regisseure haben die Möglichkeit sich durch ihre Arbeit gesellschaftlich geachtet zu verwirklichen, auszudrücken. Eben Augen, Ohren, Fühlen und Denken der Zuschauer zu öffnen. Wenn. Auch ohne das Publikum zu vereinnahmen und zu entmündigen. Hoffentlich. Das Leben und die Welt werden bereichert. Woher können es die Zuschauer genauso wie die Medienschaffenden wissen, ob, wie und wann es so ist? Medienpädagogik oder Pädagogik pur, für und von Medienschaffenden, für und von den Zuschauern.

Andrerseits. Ein kleines Mädchen, ca. 4 Jahre alt, spielt mit Puppen das Leben, stellt eine Szene. Der Vater borgt die Figuren aus, fotografiert sie, stellt sie auf den Bildschirm von seinem Laptop und präsentiert stolz die Szene der Tochter: „Hast Du die da rein gemacht, Papa?“ „Ja.“ „Hol die da wieder heraus (Meyer 2002, 168).“

Sie scheint, die Tochter, auf ihrer Art medienkompetent zu sein. Und pädagogisch ist sie auch. Wem können wir sagen: „Hol die da wieder heraus“? Oder hol uns selber da heraus?¹ Möchten wir es überhaupt, auch wollen können - und wenn ja wie und was haben wir denn davon? Wer kann das überhaupt, wenn nicht wir selber? Und wie können wir es, wenn? Medienpädagogik pur. Weitergedacht: ist Quoten- und Zuschauerjagd der TV-Anstalten und Produktionsindustrie Dienst an der Kommunikation, betriebswirtschaftliche Leistung, Anmache, oder längst bereits fast sittenwidrige, halbkriminelle Einmischung nicht nur in die Privatsphäre? Die Menschen, das Leben, die Welt, das Sein haben endlich einen, den Sinn bekommen und gefunden: Zuschauer, Stoff und Material zu sein für Fernsehprogramme und fürs Kino? „Zeitalter der Saalkandidaten, ... Die Macher und die Angemachten, ... Die Enteignung von Wirklichkeit und Wahrnehmung, ... Narziss schlägt Goldmund, ... Videoten und Zerstreungspatienten, ... Kultur der Cooltour, ... Bloß nicht zuviel Identität, ... Simulation des nichtgelebten Lebens, ... Gefühlsfrost als Frustschutzmittel (Guggenberger 1988, 5f).“ Keine Angst es geht schon längst weiter mit Talk- und Realityshows, sie sind schon da, nach ihnen wird neueres, noch professioneller schrägeres auf neuen Ebenen noch perfekter auf Wünsche des Publikums abgestimmt kommen. Für wen und für was? Auf der Strecke bleiben, bleiben und bleiben werden Realitätssinn, Selbständigkeit des Gefühlslebens, der Entwicklung und Bildung von emotionaler Intelligenz und Identität, Entwicklung und Bildung des je eigenen Konfliktlösungspotenzial von Generationen, Eigenständigkeit von interkulturellen Dialogen. Das ist Brutalität, steil, schräg, elegant, kaum nachweisbar, wirtschaftlich, politisch ertragsreich und vergnüglich. Zugesprochenes und entäußertes Hochheitsmonopol auf Interpretation und Konstruktion der Wirklichkeit, Enteignung der Sehnsucht nach Information, nach Identität, nach Teilhabe am Leben, nach Achtung und Aufmerksamkeit, weil es dem TV und der Kinowirklichkeit eh, klug justiert aber immer neu nur etwas nach- und vorhinkt. Eben da die AV-Medien es selbst vorgeben, benützen und dabei

¹ Zur Weiterführung der Fragestellung ausgehend vom derselben Zitat als Dialog mit der Philosophie s. mein Artikel auf ungarisch: "Die Verdächtigung der Philosophie als Chance ihrer Legitimation. Einige aktuelle Fragen der audiovisuellen Kommunikation und die Philosophie." Zusammenfassung: Die Philosophie weist pragmatische und grundlegende Interferenzen mit einigen solchen aktuellen Themen der Theorie der audiovisuellen Medien auf, die der Reflexion bedürfen. Ausgehend vom Begriff der Medienkompetenz ist die Hermeneutik methodisch bedeutsam. Grundlegende Reflexion ist notwendig bei den Fragekreisen: der konstruktive Dialog der empirischen und deutenden Auffassung und Methode, die Beschaffenheit von Kreativität, die narrativen Paradigmen, die Beziehung von Gefühlen und Identitätsbildung als Generieren von Wissen, die konstruktive Rolle der Deutung audiovisueller Medien durch den Rezipienten, die Bedeutung der zweiten Naivität und die Notwendigkeit von philosophischer Ethik. Die Philosophie ist bei diesen Fragen - transdisziplinär auf- (Fortsetz.)

es je neu generieren. Irgendwie kommt es bekannt vor (Lenin 1929; Günther 1934; Traub 1933, Bramstedt 1965). Das Publikum will es ja so - will es so? Wehe, wenn es mal voraus ist, das Publikum - ist ja vielleicht bereits voraus? Gelegentlich sicher. Kein Problem, es liefert ja dadurch selbst Stoff für neue TV-Sendungen und Filme. Siehe oben. Pädagogik durch Medien, pur? Lieber Medienpädagogik pur. Siehe ebenfalls oben: „Hol die da wieder heraus.“ Wer holt aber uns da wieder heraus?

Die beide Sichtweisen, andererseits von Tochter und von den Kritikern und einerseits von den Regisseuren, gesetzt der Fall, dass sie überhaupt verschieden sind, können als Einheit gelten, als gegenseitiger Bezug der Akteure und Rezipienten aufeinander, lust- und genussvoll. Oder als lustvoll abhängige Täter und genussvoll freiwillige Opfer? Muss nicht sein. Ernsthaftigkeit, Tiefe und Zärtlichkeit von Humor sind keine Gegensätze. Zuerst soll aus universitären Erfahrungen der Lehre berichtet werden. Als zweiter Schritt werde ich Fragebereiche für die Weiterentwicklung, für die Forschung versuchsweise skizzieren. Drittens sollen vorläufige Konsequenzen gezogen werden.

1. Erfahrungen aus der Lehre, tröstlich

Rahmen ist Bildungswissenschaft, Medienpädagogik, Thema sind die AV-Medien, ihre Ästhetik und Dramaturgie, Strategien der AV-Kommunikation (Galatik 2005). Es scheinen in der Lehre und der Forschung im Laufe der Jahre einige Aspekte auch interkulturell konstant durch.²

1/3 - 1/2 der TeilnehmerInnen setzen bereits durch ihre Schwerpunkte oder mehrfache Studienrichtungen interdisziplinär an. Das bereichert maßgeblich die Diskussionen. Dass sie selbst als Konsumenten mehr als reichlich von Kindheit an Kino- und TV-Erfahrungen haben, wirkt zunächst nicht maßgeblich. Durch das Seminar sollen auch laut ihren eigenen Erwartungen reflektierte Kategorien neu begriffen werden um zu wissen, wie die AV-Medien, TV und Kino wirken, produziert werden wie auch von den Rezipienten für sich selbstbestimmt eigenständig optimal handzuhaben und zu verstehen seien. Das geht ohne Reflexion der eigenen Erfahrung als Konsument von TV und Film nicht. In Gruppenarbeit und Bericht vor Plenum werden anhand der Referate der TeilnehmerInnen zu Themenkreisen des Stoffes werden die eigene, verschiedene Sichtweisen und Gefühle zu den gezeigten Filmen und Videos artikuliert und reflektiert. Mit Hilfe der Fachbegriffe wird bewusst gemacht, wie die Erlebnisse, Sichtweisen und Interpretationen erzeugt wurden, wie und warum sie individuell verschieden sind und auch sein sollen. Didaktisch wird dabei von der Seite der Autoren

gefasst - ein wichtiger Dialogpartner. Erscheint in Kürze Hrsg. Veress Károly, Klausenburg, Siebenbürgen, Rumänien.

ausgegangen. Davon was, wie und warum es so gemacht wurde. Und nicht davon, was ein Film oder TV-Sendung an, für und in sich als solche und überhaupt für alle, übereinstimmend eindeutig verbalisierbar bedeuten sollte, wenn es überhaupt möglich ist, außer, dass es ein Erlebnis samt individuelle Reaktionen und Interpretation generiert, primär einfach anbietet oder auch aufdrängt. Weiterreflektiert: primär Erlebnis anzubieten ist noch nicht Primärerlebnis anzubieten. So werden auch oft Mechanismen der von Ideologien genutzten Propaganda- und Manipulationspotentiale begriffen. Schrittweise stellt sich der Effekt ein: Sicht- und Erlebnisweise der TeilnehmerInnen verändern sich. Blütenstaub vom unbewussteren Genuss, die Fähigkeit sich in die Wirkung wohligh einzulassen, einzutauchen gehen verloren, bewussterer Genuss nimmt zu. Scheinbar rein kognitives Ablehnen oder Befürworten eines Filmes lässt nach den Gefühlen der Person, die das tut fragen und setzt es letztendlich voraus. Weil Film und TV emotionell direkter wirken als etwa gedruckte Wörter.

Damit parallel wird durch Reflexion und Anwendung der Fachbegriffe aus Ästhetik und Dramaturgie von Film und TV auch bewusst, dass die Produkte wie auch ihre einkalkulierte Rezeption bestimmte immanente Regel befolgen, dass sie entsprechend diesen Regeln nicht zufällig so wirken wie sie wirken und auch auf andere Art von Wirkungen angelegt werden können. Wie auch, dass neue Gattungen möglich sind. Und dass die Macher bei all dem ihren eigenen immanenten Menschen-, Weltbild und Berufsethik folgen. Es wird also das Subjekt gefragt, das eben das Filmerlebnis oft mit dem Film selbst oder mit der Wirkung des Filmes gleichgesetzt. Und so eben bewusst nicht nur respektive die immanent mitgelieferte Bedeutung sondern auch seine eigene Interpretation bewusst mit Hilfe der Fachbegriffe mitreflektieren kann. Und durchschaut, dass ein Film oder TV-Sendung nicht zufällig so gemacht wurde, wie es gemacht wurde, sondern verschiedene bis extreme Deutungsvarianten in verschiedenen Zusammenhängen oft absichtlich erzeugt.

Es geht darum, was ein Film oder eine TV-Sendung zunächst für die einzelne TeilnehmerInnen, also für die einzelnen Zuschauer allgemein als Erlebnis gilt und je individuell verschieden wirkt und verschiedenes bedeutet. Darauf gebaut wird mit den angeeigneten Fachbegriffen und ihrem kritischen Vergleich erarbeitet, wie diese Wirkungen gerade durch inkludierte Interpretationen der Rezipienten ästhetisch und dramaturgisch erzeugt werden. Diese Koppelung vom Erleben und von fachlich fundierter Reflexion anhand der Referate und Statements wird von Mehrzahl der StudentInnen als anstrengend und auch als sehr fruchtbar goutiert. Wie aus der so erworbenen Kompetenz der TeilnehmerInnen an die Konsumenten weitergebare Medienkompetenz wie auch zum Teil der Medienschaffenden wird, wann, wo und welche Art von – wohl pädagogische – Intervention

² Das zeigen auch meine Erfahrung mit der Lehre an der Universität Babeş-Bolyai in Klausenburg, 2003-2004, 2005-2006, Siebenbürgen. Es wurden dabei Themen dieser Abhandlung aus anderen Blickwinkeln, unter anderen Aspekten und Fragestellungen jedoch mit den gleichen Schwerpunkten aufgearbeitet.

angesagt und zugelassen, wie, wann und wo Befähigung zu Eigenverantwortung der Rezipienten ausgebildet, übertragen und auch eingefordert werden soll und kann, ist das Feld der Anwendung der Erkenntnisse, die aus den erworbenen auch prozessualen Erfahrungen und damit verwobenen Wissen entstand. Dazu stellten sich konkret genug für die Weiterentwicklung auch über Rahmen des Seminars hinaus zwei Bereiche von Fragen mit weiterführend ungelösten Aspekten heraus: Medienkompetenz und Methoden der Film- und Fernsehanalyse für Medienpädagogik.

2. Ergebnisse aus der Forschung, spannend bis anregend, denn Fragestellungen sind auch Stellungen

2.1. Medienkompetenz, ein Begriff jedoch steil

Für Ziele und praktische Bedeutung der Medienpädagogik der AV-Medien erwies sich der Begriff relevant und wird auch vielfältig angewandt. Es entstehen auch Schwierigkeiten, denn er sei für die Pragmatik zu breit, allgemein oder zu verflüchtigt und eng gefasst. Der Diskurs ist nicht abgeschlossen, scheint jedoch in der Praxis genauso wie bei Grundsatzüberlegungen nicht interdisziplinär weiterzugehen. Ein cursorischer Überblick zeigt grundsätzliche wie auch anwendungsorientierte Ansätze. Je nach Anwendungsbereich wird der Begriff teils verschieden akzentuiert und genützt (Schell 1999), inklusive als Schlagwort in Feiertagsansprachen von Wirtschaft und Politik (Schorb 1999, 390), auch wenn dies nicht mehr der Fall sei. Grundlegend gälte, dass Kommunikationsbeziehungen, wohl auch mediale, auch dazu dienen können Unterwerfung aufzuheben, denn pädagogisches Handeln, Handeln das Bildung ermögliche, eben darauf abziele (Baacke 1973, 254). Anfängliche Einteilung in die Bereiche Kritik, Kunde, Nutzung und Gestaltung (Baacke 1997, 96ff) scheint eher eine Frage der Generation zu beantworten, die sie stellte – heute ist die Landschaft bereits umstrukturiert. (Siehe etwa Internetnutzung beim Videos.) Methodologisch lassen sich die Antworten normativ, technologisch oder handlungsorientiert ansehen, letztere um autonome Geste des Individuums zu ermöglichen (Schorb 1995, 51ff). Medienkompetenz bedeutet demnach aktive Teilnahme in den Prozessen der medialen Öffentlichkeit durch Orientierungs- und Strukturwissen, kritische Reflexion, Fähigkeit und Fertigkeit des Handelns und sozial kreative Interaktionen (Schorb 1997, 234ff). Vielfalt der Verwendung des Begriffes (Kübler 1999, 26ff) und des Diskurses zeigen einerseits, dass er wichtig und notwendig ist, dass es zumindest brannte, teils brennt und andererseits es auf dem Gebiet nach wie vor auch grundsätzlicherer Überlegungen bedarf. Medienkompetenz ist so die Fähigkeit: „...die Medien und Techniken, die die gesellschaftlichen Kommunikation unterstützen, steuern und tragen erstens zu begreifen, zweitens sinnvoll damit umzugehen und drittens selbstbestimmt zu nutzen“, Ziel, medienpädagogisch, ist „...die Fähigkeit, Medien und medial basierte Kommunikation zu begreifen und ebenso selbstbestimmt wie verantwortlich zu nutzen und sich dienstbar zu machen (Theunert 1999, 53ff).“ Es rühre Grundfragen der Demokratie an, denn das Menschenbild dabei solle das aktive Subjekt sein (Theunert 1999, 53ff). Breit, offen und grundlegend sei Medienkompetenz die „... komplexe Fähigkeit, die der Omnipotenz und der Potenz

der heutigen und zukünftigen Medienwelt angemessen sein muss (Schorb 1999, 391).“ Es stellt sich die Frage: welche Kommunikation ist nicht medial oder absolut persönlich und direkt, ohne zumindest Kanäle der Vermittlung durch die Sinne und sinnlicher Wahrnehmung? Kriterium der Authentizität der Mitteilung und Kommunikation kann uns mehr oder weniger auch medial auf welcher Art immer weiterhelfen und soll mitbedacht werden. Nun mal Richtung Medien: „Die Medien selbst als Lernorte brächten wohl als erstes Hilfestellungen, ihre Bedeutung zu erkennen und weiter darauf verantwortungsbewusstes Handeln aufzubauen (Schorb 1999, 411).“ Muss man es zweimal lesen? Man muss. Ob die Medien von sich aus zugäben und zuließen etwas zu brauchen neben oder außer Informationen, Stoffe, Marketing, Programmentwicklung, Kreativen, Umsatz und Rezipienten?

Auf dem Feld Medienpädagogik braucht man einen vor allem grundsätzlich reflektierten, praktikabel konkreten, operationalen Begriff von Medienkompetenz, offen genug um weiterzukommen und Bedeutung der Sache zu erkennen, wie auch miteinander konstruktive Diskurse führen zu können – um auch interkulturell Kooperationen auf dem Sektor AV-Medien zu ermöglichen. Etwa in den Kulturen der ehemals kommunistischen Staaten Mittel-, Ost- und Südosteuropas sind Bewusstsein der Rezipienten und damit auch aktive wie passive Art der Nutzung der Medien – folglich auch Schwerpunkte der Medienpädagogik – historisch jünger bedingt anders als in Westeuropa. Angesichts der Orientierung der Bevölkerung dieser Länder in der EU stellt sich verstärkt die Frage nach individueller Medienkompetenz vor Ort (Lange 2005). Hypothetisch bietet sich an die im Diskurs grundsätzlich durchdachte Aspekte des Begriffes auch für die Pragmatik einfachheitshalber in zwei miteinander korrespondierenden, sich gegenseitig weder ausschließenden, noch absolut getrennten Bereiche von Rollen und Interessen zusammenzufassen.

Ein Bereich der Medienkompetenz wäre einerseits für die Rolle als Rezipient von Medien, mit den erwähnten Aspekten. Das Grundsätzliche ist dazu als Zielsetzung auch pragmatisch und konkret geklärt (ecml. 2005). Verstärkt betont werden sollen dabei die Verarbeitung durch die AV-Medien gemachten Erlebnissen, das Erlebnis der Rezeption als solche sowie Hilfestellungen beim Bewusstmachen und Klären der Motivation der je eigenen Bedürfnissen, die zu Mediennutzung führen. Die wohl die Medien und die Auftraggeber für ihre je eigene Zwecke und Aufgaben nützen, befriedigen und je neu wecken.

Anderer Bereich wäre für die Rolle als aktiv auch Strukturen produzierendes Subjekt, – das oft selbst als Medium fungiert – das ebenso Medien nützt um sich an die Öffentlichkeit zu wenden, mit oder ohne ausführlichere einschlägige Fachausbildungen oder Hilfestellungen dazu. Von Kursen bis Universitäten bestehen die Möglichkeiten auch das Kunsthandwerk von Film und TV anzueignen. Weniger wird dabei auf menschliche, reflexive wie auch ideologische Hintergründe geachtet. Sie zu reflektieren ist notwendig, damit das kreativ schaffende Subjekt nicht unbewusst selbst Werkzeug von Ideologien wird. Diese Seite wurde im Blickfeld der Medienpädagogik anderen Disziplinen überlassen, sie stellt dabei ohne allzu engen Austausch ergänzende, reflexive Notstands-

hilfe, wenn es möglich sei und gefragt wird. Werden die Medienschaffende alleingelassen, warum auch immer (Schorb 1999, 411)? Vielleicht auf eigenen Wunsch mit dem Motto: „Wir machen es eh selber, lieber gar nichts von dem als das.“ Eine Vermutung als Frage. Besteht eine Konkurrenz mit Felder der Pädagogik um Kompetenz? Gelten die Medien, selbsternannt, als Erzieher der Nation, wenn nicht als neue Wiege von Kultur - von welcher denn – und Säugammen, Tagesheimstätten, Nachtasyle von verwaisten Identitäten der Rezipienten in virtuell realen Konstrukten? Und das inmitten von Bilderwelten, Repräsentationen, sozialer Wirklichkeit, Mythen, Subjektkonstitution, real-fiktionalen und fiktional-realen Erzählungen und alltagsästhetischen Inszenierungen (Bachmair 1996, 100-162, 238-308; Castells 2002). Immerhin besser für die Rezipienten als Nichts oder gleichgeschaltete Propaganda, besser auch für die Medienschaffende als Stars, Fußballstreifer und anonyme Tagelöhner der gesellschaftlichen Kommunikation? Sind die Rezipienten für nichts verantwortlich, nicht einmal für sich selber, wer und wie befähigt sie dazu, welche Medientheorien berücksichtigen dabei ohne Abstriche und klar ihre Identitätsfrage (Kübler 2004)? Medienpädagogen, besonders die Pädagogen seien natürlich dabei die Schuldigen oder einfach unerwünscht, weil sie freie Nutzung der Macht der Medien angeblich schmälern würden? Das ist zum Teil auch Chance. Geburtshelfer und Begleiter, Ezessgeber und Unterhalter hat jeder nötig und ist auch ein schöner Beruf. (Als Berufsfeld für Pädagogen schien die Beteiligung auch als aktiver Mitarbeiter bei Medien auf s. Studienplan Pädagogik 2002, Universität Wien). Positive Beispiele sind etwa, wie Medienkompetenz schon in der Schule durch aktiv produzierende Arbeit bei Praxisprojekten auch auf Sektor Video erworben werden kann. Was dabei gelegentlich los ist, stellt mal volkstümliche Musiksendungen oder Schlagerparaden bis zum Krimis leicht blass hin (Lutz 1999, 176ff; Bozenhardt 1999, 166; medi@culture-Praxis; Medienprojekte 2005). Nicht geklärt zu sein scheint für die Forschung und Ausbildung, wer diese Sparte, in welchen Rahmen und Fach betreut, welche auch pädagogische Qualifikationen dazu nötig sind. Die Antworten lassen durch Nachbarschaft und Verwandtschaft der Anforderungen zumindest zum Teil interdisziplinäre Ansätze als Wunsch und Möglichkeit vermuten.

Film und Fernsehen sind als Medien ontologisch gesehen keine Eigengrößen mit absoluten Eigengesetzlichkeiten sondern jeweils von Menschen je anders gemacht wie auch verschieden genützt. Sie zeichnen sich phänomenologisch durch ihren Beziehungscharakter aus, sind grundsätzlich durchgehend einfach so wie sie immer schon waren, derzeit sind, und sich in Stil ändern: simpel gesagt grundlegend ist das es "flimmert" und "tönt", flott oder episch langsam jedoch geschieht, für den passiven und aktiven Gebrauch von Intentionen und Entscheidungen abhängig formbar, ziemlich praxisnah tagesaktuell wie perspektivisch handhabbar – wenn man, frau es darf, zynisch gesagt. Und auch analysierbar begriffen werden kann.

Die Forschung ist m. E., wenn es um Medienkompetenz als Kriterium für leitende Interessen der Medienpädagogik geht, gesamt gesehen an einer interdisziplinären Schnittstelle angelangt, es tref-

fen und kreuzen sich Fragestellungen wie auch Antworten der Erziehungs-, Bildungs-, Kultur-, und Kommunikationswissenschaften, Politologie, Philosophie, Ethik, Psychologie und wie einige Autoren aufzeigen auch Theologie (Funiok 1996, 2001; Hunold 2001; Jansen 2003). Das geschieht nicht zuletzt in Zusammenhang von Ökonomie und Ethik der Medien, da die AV-Medien ein kapitalintensiver Industriezweig mit Markt verkörpern, der sich auch mit direkten Lenkungsmechanismen gesegnete gesellschaftliche Interaktion begreifen lässt. Das ist im Rahmen von Medienpädagogik und –kompetenz wenig reflektiert und integriert. (Gröschel 2005). Anders gesagt geht es auch um Kunst und Kommerz. Die Rezipienten genauso wie auch die Medienproduzenten haben Rechte und auch ethische Pflichten, z.B. umfassen bewusster die Medien zu benutzen und zu nutzen. Die dabei als Maß geltende, als Bedingung der Möglichkeiten grundlegende Werte kann Medienpädagogik formal und wissenschaftstheoretisch nicht sich selber geben und von sich aus generieren. Die einzelne Disziplinen zeigen im Vergleich mit den je anderen jeweils neu und konstruktiv, herz-, denk- und wahrnehmungserfrischend ihre hermeneutisch blinde Flecken. (Irgendwie hängt da alles mit allem immer mehr zusammen: die Globalisierung durch Film und TV hat sich eben so stattgefunden. Erkenntnistheoretische Super-Gau auf dem Gebiet von Forschung ist kein Einzelfall, sollte auch nicht bleiben. Oft geschieht es zunächst mal still vor sich hin, nachträglich merkt man es, wenn man sich traut.) Nur, wer bringt, wo und wie diese Bereiche der blinden Flecken in der Reflexion und der Bildung zuerst und zumindest universitär zusammen, wenn schon nicht sogar miteinander ins Gespräch? Wer, welche Institution, Disziplin hat und sollte die Macht, die Möglichkeit und die Freiheit haben, sie nützen sollen dürfen, wenn wollen können, diese Fragen interdisziplinär andeuten, ansagen, unterbringen, vorgeben und fragen, wofür es eben geschehen soll? Und es eben auch zu tun (Hunold 2001). Reihenfolge der angesprochenen Faktoren und Schritte ist frei variierbar, noch oder bereits wieder. Lasst uns doch hoffen, grundsätzlich und interdisziplinär zu sein sowie es auch zu tun (Schiefers, Bischoff 2002; Groeben 2002).

2.2. Vielfalt oder der verschobene Fokus, Film- und Fernsehanalyse

Für was sollen wir die AV-Medien analysieren - für und im Prozess der Kommunikation? Kommunikation soll verstanden werden zunächst als Zeitgespräch der Gesellschaft, der Subjekte und gesellschaftlicher Gruppen als Selbstvollzug in Dialog (Wagner 1971). Film, Kino und TV sollen als Programmveranstaltung und -angebot analysiert werden um die Wirkungsmechanismen zu begreifen, um den gewonnenen Durchblick nützen und weitergeben, kompetent bei Entscheidungsprozessen vom aktiven wie passiven Gebrauch mitreden zu können, wenn nicht dürfen müssen zu wollen. Aus Verantwortung, auch für sich selber. Sei es als Akademiker, Entscheidungsträger, als StudentIn, als Multiplikator, oder als Fußvolk, sprich Rezipient für sich selbst entscheidungsfähig, zusätzlich bewusst mit der Macht ausgestattet Quote zu bilden und zu bringen. Quote ist notwendig, – fragt sich wessen Quote und für was – und so oder so immerhin bedeutsamer als man glaubt.

Es gibt nicht die Analyse sondern die Arten der Analysen mit ihren je spezifischen Blickwinkeln und Interessen. So lassen sich verschiedene Modelle der Massenkommunikation anwenden (Faulstich 1978, 19ff; Kuchenbuch 1978; Becker 1983). Der Gegensatz zwischen an dialektischer Hermeneutik und an Empirie orientierten Methoden, zwischen Geistes- und exakten Erfahrungswissenschaften, zwischen Deutung und pure Empirie blieb aufrecht, ist aber in dem Bereich lösbar. Es bringt uns weiter, wenn sie komplementär begriffen werden und uns wie auch anderen die Freude und Lust an Kino und TV von Ideologen nicht nehmen und verderben lassen (Becker 1983, 50). Zuschauerzahlen beweisen es: das Publikum lässt es sich eh nicht verderben, Programmindustrie, Produktion und Vertrieb lassen sich die Sache eh nicht aus der Hand nehmen. Sollten sie es? Geht es ohne Lenkungs- und Kontrollmechanismen? Sind sie oft gar nicht so heimlich Verbündete durch, entlang und neben akademischen Reflexionen? Die Methoden und Sichtweisen können einander befruchten, beweist der Linguist Eco zunächst und auch akademisch: erst die Interpretation durch den Rezipienten vollendet das Kunstwerk, das Kommunikat, noch steiler gesagt es wird erst dadurch Kommunikat. Praktisch beweist er es als Autor durch Millionauflagen. Der Rezipient selbst sei Bestandteil vom Werk, wenn er als solcher und überhaupt, nicht nur beabsichtigt sondern auch aktiv konzipiert als Co-Autor zugelassen oder eben auch miteinbezogen wird (Eco 1962). Das gilt auch fürs Kino und TV, auch wenn sie nicht immer im engeren Sinn Kunstwerke sind.

Lange Zeit dominierten die eng an Linguistik und Semiologie orientierte Modelle bei den Analysen. Sie können quantitativ wie qualitativ in ihren Rahmen exakt protokollierbare Ergebnisse zeigen und Stütze bieten. Weniger bei der Deutung. Methodologisch zeigen sie bei Hermeneutik der Deutung und Erklärung der Wirkungen blinde Flecken. Wie schön jedoch für wen und naturgemäß auch umgekehrt, wie schlecht für wen? Als Lösung reicht eine Antwort ohne Klärung der Motivationen nicht, sonst gilt: der Film oder die Sendung ist gut, weil es gefallen hat oder auch umgekehrt. Zurück zu Anfang: wer holt uns da heraus und verdirbt dabei unsere passive und aktive Lust an Kino und TV doch nicht? Genres und Stile ändern sich, es entstehen neue Gattungen, ihre generelle Wirkung aufs Publikum ist multi- und interkulturell, transnational, oft kulturenunabhängig, nicht jedoch ihre konkrete meistens unbewusste Interpretation. Diese Phänomene lassen sich meines Erachtens besser verstehen und Folgen des Verstehens besser anwenden, wenn grundlegende und deutende Aspekte des Narrativen und des Ästhetischen berücksichtigt werden. Als Medienkompetenz: um eben die an der Herstellung handwerklich nicht versierten „Rezipienten“ mündiger werden zu lassen, und auch als nicht technisch sondern anders kompetenter Entscheidungsträger bei Planungsfragen konstruktiv eben mitreden wie auch intervenieren zu können. Die Analysemethoden und Schulen sind in den letzten Jahren in Bewegung geraten und lassen sich von der Entwicklung nicht mehr so leicht überholen. Es bleibt jedoch: sind nur kurzfristige Zuschauerzahlen relevant oder nicht? Und wenn ja warum, wenn nicht ebenfalls warum, jedoch respektive von wo aus und wozu?

In der Forschung wird zunehmend interdisziplinär auch in Form von Ausleihen von Methoden gedacht und gearbeitet. Sie bietet zunächst mal aus Philologie, Literaturwissenschaften, Soziologie und Psychologie systematisch geordnet Ansätze zur Sicht der AV-Medien (Merkert 1994). Ein grundsätzlich reflektierter Überblick konkreter Art der Stil-, Ästhetik-, und Inhaltsanalysen als Zusammenschau interdisziplinärer Blicke lässt für das Bewusstmachen der Wirkungen und Entstehen von Bedeutungen didaktisch weiterführendes fassen (Ehrenspeck 2003). Es geschieht soziologisch und dramaturgisch mit der Frage nach der Wirklichkeit und Aneignung der Wirklichkeit (Hickethier 1993; Keppler 1994, 50ff, 68ff, 84ff, 101ff; Wippersberger 1998; Pohn 2001; Wagner 2004). Thematisiert werden dabei auch politische Bedeutung der Frage (Lange 2005) wie auch die Enteignung der Wirklichkeit bis zu ihrem Verschwinden (Hentig 2001). Bei TV-Nachrichten – wohl Teil von umfassenderen Kommunikationsstrategien – betrifft es das demokratische Selbstverständnis der Gesellschaft, es sei als Inszenierungsrahmen und Konstruktion von Bedeutung (Hickethier 1997), natürlich samt Unterhaltungswert. Aufgezeigt werden auch die nicht einmal so sehr semi- sondern direkt religiöse Ansprüche des Mediums, bewusst greifbar durch Ästhetik, noch mehr durch Dramaturgie (Keppler 1995; Hiddemann 1996, 2000). Durch visuell und narrativ vermittelte Erlebnisse mit Interesse an Identifikation und Projektion der Zuschauer geschieht Übernahme und Steuerung von unbewussten Konflikten, von Selbstfindung und Zugehörigkeitsgefühl der Rezipienten (König 1995; Hickethier 2000). Das ereignet sich wohl auch durch berechtigt aktive Erwartungshaltung der Rezipienten. Konstitutive Rolle von Dramaturgie und Narration bei der Wirkung betonen und zeigen auf mehrere Forscher (Göttlich 1995; Müller - Dohm 1995; Hickethier 2001).

Das Visuelle, Ästhetische und Nonverbale wird zunehmend allgemein betont und bewusster bemerkt (Ehrenspeck 2003a). Wie auch elementare Rolle vom Ästhetischen für Wirkung und Bedeutung mehr geachtet wird (Hickethier 1996; Mikos 2002, 2003). Definitiv feststellbar: die eher deskriptiv angelegte Forschung auf dem Gebiet wendet zunehmend Kategorien der Ästhetik und Dramaturgie an und stellt sie im Mittelpunkt. Wie auch das altneue Phänomen, dass Film und TV zunächst von den Rezipienten mitkonstruiertes Erlebnis ist, dass es sich auch in der Wirkung und Erinnerung ebenfalls oft und bleibend als Erlebnis und nicht als selbstverantwortet reflektiertes Wissen und Erkenntnis zeigt. In der Produktionspraxis von Film und TV war das ja von Anfang an bewusst (Vale 1982; Field 1982). Deshalb kann ja der Produzent zu den Kreativen sagen: „Aus meinem Geld werden Sie keine Kunst machen.“ Parallel dazu der Kinogängerspruch: „Für meine 5 € kann ich doch noch erwarten, dass an meine niedrigste Instinkte appelliert wird.“ Im Diskurs zeigt sich weiter auch die Schwierigkeit der Forscher und Lehrer die verschiedene Arten der Analysen in der Theorie und Praxis gleichzeitig komplementär anzuwenden. Das wird gerne den bewussteren Rezipienten oder den Medienpädagogen an der Front überlassen. Nicht nebenbei: woher nehmen anhaltend die Kreativen, die Studios und die Programmveranstalter die Varianten altneuer Programme und Ideen? Aus der selben Quelle grundsätzlichen Wissens um Kommunikationsbedürfnissen der Menschen. Eben. In der Forschung scheinen an Betracht ständig neuen Programmfor-

men samt ihrer rasanten, kulturübergreifenden Verbreitung und Nachahmung gerade die perspektivisch grundsätzliche Überlegungen zu fehlen.

Eine Grundsatzfrage ist das in der Fachliteratur Medienpädagogik selten reflektierte Problem, dass es eigentlich – und leider oft nur – meistens darum geht, eine Phase nach der Produktion und Distribution nachhinein zu beschreiben wie es gemacht wurde, wie und was es bewirkte oder derzeit bewirkt. Es werden daraus Empfehlungen, Handlungsweisen und Orientierungen abgeleitet, Lehren für Vermittlung von Medienkompetenz der Rezipienten und der Verbraucher gezogen. Die Kreativ-Industrie ist inzwischen wiederum bereits eine Phase voraus. Medienpädagogisch wird oft z. B. die Chance wahrgenommen die postproduktional neuerliche „Mitproduktion“ der Rezipienten durch unbewusste wie bewusste Deutung des Produktes genau an dem Punkt mitzubeeinflussen. Besonders die AV-Medien sind meistens dabei zumindest wiederum eine Phase voraus und produzieren genau das und so, was noch nicht beschrieben, wie es weder allgemein bekannt noch durchleuchtet wurde. Kreativ, schnell, vereinnahmend voraus, entsprechend den immanenten Gesetzen des Marktes. Es wäre zu klären was die Medienpädagogik wie auch die Pädagogik daran hindert, neben de- und postscriptivem Anliegen interdisziplinär mit Verbündeten perspektivisch an der programmproduzierenden AV-Medienlandschaft teilzunehmen, mitzumischen, ohne aufmischen zu können, oder aufmischen zu wollen, mitzubestimmen. Oder noch besser gegenseitig schlichteinfachhundergreifend initiativ werden dürfen wollen zu trauen. Aktive Bildung als sich auch mitbilden zu lassen, gegenseitig z.B. vom Publikum, grundsätzlich und konkret. Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten lässt sich, wenn schon durch Gesetz und wenn schon für Kritiker oft nicht zufrieden stellend füllen und erfüllen, dann zumindest nicht abstreiten. Positiv bedeutet es folglich dies nicht nur einzumahnen, sondern bei der Erfüllung auch mitzugestalten. Kurz: es ist geboten und auch möglich Arten von Analysen auch präskriptiv perspektivisch für neue Programmformen und für Mitwirken bei der Herstellung zu verwenden.

Diskurs von Medienkompetenz und Arten der Analysemethoden zeigen: das Phänomen Film und TV lässt sich durch nur einen Blickwinkel nicht begreifen, dafür zeigen sie sich zu komplex und sind sie zu komplex. Sie sind zu fassen und zu steuern durch Anwendung, Zusammenschau und Bündeln verschiedener Arten von Sichtweisen und Interessen. Mit einem leitenden Anliegen, was Rahmen des Faches wie selbst das Fach Medienpädagogik auch angeben. Es zeigt wieder mal auch auf, was alles für die Gesellschaft und für das Individuum produktiv wie kontraproduktiv selbstverantwortet Bedeutendes durch die AV-Medien nicht als Selbstzweck wohl aber als Instrument geschehen kann. Es genügt nur an Rolle von TV bei politischen Wahlen zu denken. Um nicht über block-busters, d.h. Kassenknüllers in den Kinos bis über Filme bei Alternativfestivals zu reden. Wer z.B. den Film „Vom Winde verweht“ oder „La Strada“ ohne Tränen in Knopfloch anschauen kann, hat zu oft „Schlagerfestivals“ in der TV angeschaut. Auch umgekehrt gilt es. Geflügelter Spruch „Haben Sie Kant gelesen? Nein, ich warte bis er verfilmt wird.“ Lösung ist wohl weder unmöglich noch ist es ausgeschlossen, wenn Kinderuni, Kindertage mit Vorlesungen und Seminaren

an der Uni möglich sind. Auch und nicht zuletzt wirken die AV-Medien kulturimmanent und kulturübergreifend. Macht der Medien ist bekannt, sie wirken durch Universalien, Macht der Zuschauer ist aber auch größer als sie es manchmal selbst wissen und auch wissen wollen und können dürfen. Sollen sie es aber wissen? Eine Fragestellung besser pur für die Medienpädagogik. Denn wem nützt es, wenn sie um ihre Macht nicht wissen, es auch nicht können dürfen, sondern sich und ihre Macht nur fremdbestimmt benützen lassen, oft sogar bewusst freiwillig, für sich selber wohlthuend gemeint und empfunden? Ist es eine Schande und Schade, wenn das nicht so bleibt? Soll wiederum nur Fremdverantwortung, Fremdbestimmung, wieder nur Macht der Macher gelten? Die Frage ist: wie können Zuschauer so um ihre Macht über diese Medien wissen, dass dabei weder ihre Sehnsucht nach und Genuss von Konsumieren noch selbstbestimmte aktive Entscheidung und bewusste Reflexion auf der Strecke bleiben?

Die Frage lautet fachlich konkreter und klarer gestellt: wie entstehen bei der auch nachträglich deskriptiven und auch interdisziplinären Komplexität angesichts der aktiven wie passiven Nutzung von AV-Medien folgende Fähigkeiten. Sie können umrissen werden als selbstverantwortete Bildung von emotioneller Intelligenz, Fähigkeit sich umfassender zu informieren, selbstbestimmte Entscheidungen über Unterhaltung wie auch über Entwickeln von individuellen Konfliktlösungspotentiale via AV-Medien. Was sind die Bedingungen der Möglichkeit dazu, wer oder wer alle sind und wie dafür mitverantwortlich? Wie lassen sich die Antworten erarbeiten? Bei verständlichen Rechten der Zuschauer auf Informationen, auf Verstehenshilfe der Informationen durch die Medien, auf Verstehenshilfe und Interpretation der Welt, auf Unterhaltung, auf Teilnahme an der Welt via TV und Film? Die Aspekte Medienkompetenz grundsätzlich und in Richtung Pragmatik weiterzudenken, Analysen mehr präskriptiv anzulegen erfordern transdisziplinäres Engagement. Wie es auch immer angegangen werden soll: auch beim interkulturellen, interdisziplinären Lernen, Lehren und Forschen geht es um eine Grundsatzfrage in Neuauflage, um Auftrag, kurz um neu reflektierten Bildungsbegriff auf dem Gebiet.

2.3. Übersicht oder die Stellung

Zusammenfassend – nach Kap. 0, Entweder – Oder als einerseits und beiderseits, pro und kontra Film und TV; nach Positionen von Kapitel 1, Erfahrungen aus der Lehre und Kap. 2, Ergebnisse aus der Forschung, Fragestellungen durch Medienkompetenz und durch die Analysemethoden – drängt sich auf, was auf diesem Gebiet weiterführt ohne das Wagnis von Bildung zu vermeiden, auf die Gefahr hin sich die Freude und den Spaß an Film und TV gründlich zu verderben? Ich denke es führt zu der Frage nach den erkenntnis- und pragmatikleitenden Interessen der selbst erarbeiteten und reflektierten Kernkompetenzen der Disziplinen, zuletzt wie zuerst auch nach den je aktuellen dialoginternen und fächerübergreifenden Kernkompetenzen und Interessen, auch im Gespräch der Kulturen und in Zusammenarbeit der Disziplinen. Universitär realisiert es sich es zwischen Lehrenden und Studierenden, in der Praxis bei den Fragen nach Dialog der Kernkompetenzen der Berufs-

felder, interkulturell bei Fragen der Eigenart wie des Eigenwertes der Regionen und der Kulturen. Die Fragen stellen sich m. E. nicht am gemeinsamen Horizont der Forschung, Lehre und Pragmatik sondern mitten drin. Und wir sind allenfalls mitten drin so und oder so. Hier bereits durch die Begriffe „Medienkompetenz“, „Analysemethoden“ der AV-Medien, „Hermeneutik“ und wohl auch der „Massenkommunikation“. Auch durch die Frage der notwendig regulierend wie auch befreiend pädagogischen Intervention in verschiedenen Zusammenhängen und auf verschiedenen Ebenen. Wir sind Mitten drin auch im eigenen privaten Alltag, wo sich die Fragen sehr alltäglich stellen: gehen wir ins Kino, wenn ja in welche, in welchen Film oder gehen wir anderswohin oder bleiben wir zu Hause und lassen das Fernsehen laufen, also bewusst oder unbewusst die Quote steigen und wenn ja bei welcher Sendung, ob wir genau das kaufen wegen der TV-Werbung oder eben doch was anderes usw. Fachlich reichen die Fragen bis hin zur Gesetzgebung, durch Mitarbeit oder Beratung bei Programmplanung und Begleitung. In einem auch in der Forschung, Lehre, Praxis und im Lernen multikulturellen Europa zeigt sich ja das Wofür, Wozu und Wie samt Hüten und Bewahren, Weiterentwickeln, Weitergabe und Ermöglichen von Werten und Identität existentiell grundlegend. Eben auch in der Bildungswissenschaft und Pädagogik der und durch die AV-Medien stelle es kein Luxus sondern eine kulturell existentielle Frage, eine Grundsatzfrage dar. Die methodologisch auch bei Grundsatzfragen anfragt.

3. Konsequenzen

3.1. Sich der Wirkung aussetzen – man wird was erleben

Erfahrungen aus der Lehre zeigen: es ist unerlässlich auf diesem Feld, dass die StudentInnen, die Lehrende, die Forscher ihre je eigene subjektive Einstellungen und Erfahrungen mit Wirkungen von Filmen und TV-Sendungen auf sich selbst bewusst machen und sie reflektieren – samt anderen möglichen Publikumsreaktionen. AV-Medien bieten zunächst mal primär Erlebnis an oder drängen es auch auf, sie wirken durch das Erleben lassen, eben durch das Erlebnis. Es gilt dabei als Bildung eher, wo und was man fühlen anstatt denken lässt. Wenn fachliche Reflexion überwiegend zwar kognitiv nützliche immerhin aber Distanz herstellt, entzieht man sich der Sache und langfristig auch dem Begreifen der Wirkungsmechanismen. Diese Medien sind samt ihren Inhalte als Instrumente von Menschen gemacht und werden von Menschen verwendet, von Menschen mit vielfältigen Intentionen und Bedürfnissen, wobei sie selber manchmal als unfreiwillige Instrumente die Verhältnisse und Rollen wiederum klar durchschauen. Herz- und hirnfrischend reflektiert zeigt sich das, wenn auch für die Vermittlung recht pragmatisch aufgefasst im Rahmen der Philosophie allgemein über Kommunikation in Transsylvanien (Veress 2001; Bogya 2005) oder im Rahmen der Kommunikationswissenschaften in der USA über Massenkommunikation nachgedacht wird (Baran 2006).

Aus Erlebnis durch Erfahrung, Reflexion und Wissen können und dürfen wohl auch kritische, wie auch selbstkritische, auch neue, befreiende und lustvolle Erkenntnisse entstehen. Das weiterzugeben um es zu ermöglichen, um mit diesen Medien und Prozessen bewusster, mündiger und lustvoller umgehen zu können, erfordert immer wieder Arbeit an sich selber in der Rolle des Rezipienten genauso wie auch des Multiplikators, sei es als Pädagoge oder Mithersteller von AV-Medien. So entsteht die Möglichkeit Film und TV auf neuen Ebenen bewusster zu nutzen, zu genießen, aktiv wie passiv verantwortungsvoller, freier und kreativer zu gebrauchen.

3.2. Medienkompetent, für Konsum oder Produktion?

Für beide Bereiche, für die Lehre wie auch für die Forschung scheint der Begriff Medienkompetenz Schlüsselqualifikation anzuzeigen. Er erscheint weder einheitlich noch konkret und gleichzeitig offen genug zu sein für konstruktive Anwendung im breiteren auch interkulturellen Diskurs. Nutzungs- und Verarbeitungskompetenz als Ziele stehen disziplinbedingt im Vordergrund. Nutzung im Sinne von Rezeption wie Produktion: wofür werden eigentlich diese Medien beiderseits je situations- und kontextbedingt aktiv genutzt? Menschliche und massenkommunikative Motive wie Kompetenzen für die aktiv Produzierenden werden dabei reflexiv eher unterbelichtet, die technisch-handwerkliche Seiten stark forciert. Was jedoch der Begriff umreißt zeigt in verschiedenen auch im engeren Sinne nicht pädagogischen, benachbarten Felder Relevanz: Ethik, Medienwirtschaft, gesellschaftliche Verantwortung und Selbstausdruck der Autoren. Es wird in der universitären Ausbildung zunächst mal im Gespräch zwischen Medienpädagogik und Kommunikationswissenschaften, respektive AV-Medien und Ethik akut, samt ökonomischen, soziologisch erfassbaren und juristischen Rahmenbedingungen dieser Medien. Rollen und Aufgaben von Medienpädagogik böten sich demnach dabei an: Bildung der Rezipienten und Multiplikatoren für Gebrauch dieser Medien, Vermittler zwischen Sichtweisen, Nutzungsverhalten der Rezipient und Produzierenden, Mitwirkung bei Aus- und Fortbildung von aktiven Medienarbeiter, -dienstleister und von Verantwortlichen für Produktion, Beratung bei Entscheidungsprozessen.

Im Diskurs um den Begriff werden meines Erachtens, wenn es sich notwendig erweist, vermehrt interdisziplinäres Engagement und gemeinsame auch interkulturelle Grundsatzüberlegungen notwendig: an diesem Punkt treffen und zeigen sich kulturspezifisch unterschiedliche Praktiken der AV-Medien, grundlegend verschiedene einander befruchtende Interessen und Ansprüche von Disziplinen miteinander.

3.3. Analysemethoden und Sichtweisen: Schwerpunkt mit Vielfalt versus grenzenlos eindimensional

Fokus und Sinn der Analyse von AV-Medien scheinen in diesen Zusammenhängen zunehmend nicht das, was sie jeweils in sich kategorisch sind und wie sie je in Detail beschaffen seien. Vielmehr bietet sich als Schwerpunkt an: wozu, warum und wie diese Medien gemacht wurden, Programme, Filme, Videos je neu produziert werden und vor allem, was und wie sie aktiv wie passiv

gehandhabt werden, je auslösen wollen können wie auch faktisch individuell wie massenkommunikativ auslösen und bewirken. Bei den verschiedenen Ansätzen, Methoden und Aspekten der Analyse treffen sich verschiedene Disziplinen mit ihren je eigenen Anliegen, Frage- und Zielvorstellungen. Meines Erachtens kommt man dabei in der Lehre wie auch in der Forschung verstärkt interdisziplinär mehr weiter. Es geht bei der Analyse dieser Medien wie auch beim Medienkompetenz auch um kulturübergreifende Phänomene von indirekten Dialogen, Monologen und Einflüssen, die z. B. durch Ästhetik und Dramaturgie leichter greifbar sind als durch Inhaltsanalysen und Semiotik. Grundsätzlich ist die außerhalb der Forschung oft ungern offen reflektierte Lage zu betonen, dass methodologisch bedingt überwiegend um nachträglich deskriptive Analysen der Produkte handelt, hermeneutisch immer eine Phase hinterher. Wirklichkeit der Hersteller von AV-Programmen wie auch Realität der Medien sind schon längere Zeit der Wirklichkeit der Rezeption und der Rezipienten je nach Bedarf eine oder mehrere Phasen voraus. Dieses Verhältnis umzukehren scheint didaktisch sehr geboten. Versteckt geschah es ja bereits durch Quotenjagd der Programmanbieter. Der dritte Weltkrieg brach längst aus, es tobt an den Fronten der Quotenjagd um die absolute wie auch zielgruppenspezifische Zuschauerzahlen, Schlachtfeld ist die Wahrnehmung der Zuschauer. Was wäre medienpädagogisch zu tun, dass nicht Generationen von Rezipienten die Verlierer werden, welche Prioritäten des Handelns und Intervenierens sollen gelten? Ich weiß keine Antwort. Perspektivische, strategisch prescriptive Methoden der Analyse auch für Entwickeln von regionalen wie interkulturellen Programmangeboten auf AV-Sektor sind Mangelware bis gar nicht vorhanden. In der Lehre und Praxis wären nach Möglichkeit praxisbegleitende Forschungsergebnisse auf diesem Gebiet notwendig. Zusammengefasst bieten sich als Schwerpunkt der Analysen höchst aktuell und verantwortet an: wie und wozu werden diese Medien von den Produzierenden, von der Politik und Wirtschaft, wie und wozu werden sie von den Rezipienten genützt.

3.4. Wertschöpfung statt Erschöpfung

Erforschen und Reflektieren der Ansichten von Experten zur gegenseitigen Wertschöpfungskette von Rezipienten, Nutzer und Produzenten der AV-Medien, mit klarem Blick auf human resources der Betroffenen erscheinen zumindest aus Sicht der Medienpädagogik grundsätzlich notwendig. Für interkulturelle Bereiche wird von ungarischen Forscher in Siebenbürgen seitens der Philosophie u. a. auf Gadamer basiert grundlegend Entstehen von Bedeutung und nachhaltiger Sinn durch Kommunikation reflektiert (Veress 2001, Bogya 2005). Es scheint dem Diskurs der Disziplinen auf diesem Gebiet ein Bildungsbegriff zu fehlen, der für multikulturelle Teilnehmer einen zunächst mal hypothetischen Konsens bieten könnte ohne die je eigene Definitionen aufzuheben. Veröffentlichte Forschungsergebnisse zu diesen Fragen auf dem Gebiet Medienpädagogik respektive AV-Medien sind rar bis kaum vorhanden. Dafür bemühen sich vereinzelt StudentInnen unter anderem mit Studium von Wirtschafts- und Theaterwissenschaften oder Kunsterziehung – auch – mit Schwerpunkt Medienpädagogik und umgekehrt solche also ihre Fachgebiete miteinander zu koppeln. Sich um

solche Arten der Fragestellungen nach Möglichkeit genauer auf förderungswürdige und förderbare Antworten hin anzuschauen bietet sich von selbst an. So etwa die Frage wie und welche Art von Bildung findet durch diese Medien statt und wenn ja, sollte und kann auch stattfinden.

Die durch Reflexion und Erfahrung erworbene, weitergebbare und vermittelbare Kompetenzen bewirken das Durchschauen und Entzaubern der ästhetischen und dramaturgische Faktoren dieser Medien, verderben gründlich den Genuss an ihnen, es geht, wenn auch geleitet und bewusst eine Art Blütenstaub doch verloren. Es kann und soll sich dabei auch ein Gespür für das menschlich-medial Authentische bei den Rezipienten neu entwickeln. Ein Gewinn für sie und ich denke für alle Beteiligten. Als Ziel bietet sich ja verantwortbar an mit den eigenen Bedürfnissen, Nutzungs- und Wahrnehmungsmuster angesichts dieser Medien bewusster und selbstverantwortet umgehen zu können. Hand in Hand damit erscheinen auch die den Rezipienten eigene wie auch Bereiche der Verantwortung der Autoren und Produzenten dieser Medien klarer. Das zeigen Ergebnisse der Informations- und Rezeptionsästhetiken grundlegend auf. Beide Seiten, Rezipienten und Produzenten generieren gemeinsam dabei Bedeutungen und Werte, auch im Sinne von Tauschwerten, die sie auch einfordern und holen können. Auch wenn es um das Bedürfnis von Bevormunden, Belogen- und Betrogen-Werden geht. Bedingung der Möglichkeit mit all dem verantwortungsvoll umzugehen liegt nicht mehr nur im Bereich von Medienpädagogik.

3.5. Fazit. Lieber intern und disziplinar voraus als von außen und innen abhängig auf- und abgehängt

Denn gesamt gesehen ergab sich ein Feld von herz-, denk- und himerfrischenden Fragen. Sie erleichtern und legen nahe, auch auf Universitätsboden beim Fach Medienpädagogik transdisziplinär und interkulturell, perspektivisch und strategisch prescriptiv zu denken und zu handeln. Auch aus Interesse um einen neueren Bildungsbegriff und -praxis als Auftrag. Zum Wohl, nicht zuletzt auch von uns selber.

4. Literatur

Internetquellen sofern nichts anderes angegeben mit Stand: 22.09.2006.

- Baacke, D. (1973): Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. - München.
- Baacke, D. (1997): Medienpädagogik. - Tübingen.
- Baacke, D. (1998): Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz. - Tübingen.
- Bachmair, B. (1996): Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder. - Opladen.
- Barsch, A. u. a. (2002): Medienpädagogik. Eine Einführung. - Stuttgart.
- Baran, J. S. (2006): Introduction to Mass Communication. Media Literacy and Culture. - New York.
- Becker, W., Schöll, N. (1983) Methoden und Praxis der Filmanalyse. Untersuchungen zum Spielfilm und seinen Interpretationen. - Opladen.
- Bogya I. (2005): A kommunikáció értelemtartalma. In: Erdélyi Múzeum 2005. 1-2. 36.
- Bozenhardt, I. (1999): Forderung von Medienkompetenz im Handlungsfeld Jugendarbeit. In: Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Hg. v. Schell F. u. a. - München, 176-179.
- Bramstedt, E. (1965): Goebbels and National Socialist Propaganda. - London.
- Bresson, R. (1975): Notes sur le cinématographe. Dt.: (1980) Noten zum Kinematographen. Übers. Spingler, A. - München, 69.
- Bresson, R. (1978): Brief über meine Filme. In: Robert Bresson. Hg. v. Jansen, P. u. a. - München, 79-84.
- Castells, M. (2002): Die Macht der Identität. Das Informationszeitalter. - Opladen.
- ECML. European Centre for Media Literacy. <http://ecml.pc.unicatt.it/german/description/description.htm> .
Guidelines for media literacy
http://ecml.pc.unicatt.it/download/results/Guidelines%20for%20Media%20Literacy_v1.0_de.pdf .
Statement of Educational Philosophy
http://ecml.pc.unicatt.it/download/results/Statement%20of%20Educational%20Philosophy_v1.0_de.pdf
- Eco, U. (1962): Opera aperta. - Mailand. Dt.: (1977) Das offene Kunstwerk. Übers. Memmert, G. - Fr. a. M.
- Ehrenspeck, Y. u. a., Hg. (2003): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. - Opladen.
- Ehrenspeck, Y., Schäffer, B. (2003a): Filme und Fotos als Dokumente erziehungswissenschaftlicher Forschung. In: Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Hg. v. Ehrenspeck, I. u. a. - Opladen, 9-15.
- Faulstich, W. (1978): Einführung in die Filmanalyse. - Tübingen.
- Fellini, F. (1957): Brief an einen Jesuitenpater. In: Federico Fellini. Aufsätze und Notizen. Hg. v. Keel, A. u. a. - Zürich, 87-89.
- Field, S. (1982): Screenplay. The Foundation of Screenwriting. - New York.
- Funiok, R. (ed) (1996): Grundfragen der Kommunikationsethik. - Konstanz.
- Funiok, R. (2001): Und am Ende die Moral? Verantwortliche Programmplanung und autonome Mediennutzung sind mehr als schöne Ziele. http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/funiok_moral/funiok_moral.pdf .
- Galatik, M. (2005): Ästhetik und Dramaturgie für Didaktik der audiovisuellen Medien. I. u. II. Seminar. Exposé. Institut für Erziehungswissenschaft der Universität Wien.
<http://homepage.univie.ac.at/michael.galatik/expose.html> .
- Göttlich, U. (1995): Der Alltag als Drama - die Dramatisierung des Alltags. In: Kulturinszenierungen. Hg. v. Müller - Dohm, St. u. a. - Frankfurt a. M., 89-113.
- Groeben, N., Hg. (2002): Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. - Weinheim.
- Gröschner, A. (2005): Pragmatische Medienkompetenz und Medienethik. Pädagogische Anknüpfungen an John Dewey im digitalen Zeitalter. - Jena.
- Guggenberger, B. (1988): Sein oder Design. Zur Dialektik der Abklärung. - Berlin.
- Günther, W. (1934): Der Film als politisches Führungsmittel. - Berlin.
- Hentig v., H. (2001): Der technischen Zivilisation gewachsen Bleiben. Nachdenken über die neue Medien und das gar nicht mehr allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit. - Bonn.
- Hickethier, K. (1993): Simulation oder Programmfluß - Theorieaspekte des Programmfernsehens.
http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_simulation/hickethier_simulation.html .

- Hickethier, K. (1996): Zur Analyse des Visuellen, des Auditiven und des Narrativen. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_filmanalyse/hickethier_filmanalyse.html .
- Hickethier, K. (1997): Das Erzählen der Welt in den Fernsehnachrichten. Überlegungen zu einer Narrationstheorie der Nachricht. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_fernsehnachrichten/hickethier_fernsehnachrichten.html .
- Hickethier, K. (2000): Trashfernsehen und gesellschaftliche Modernisierung. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_trash/hickethier_trash.html .
- Hickethier, K. (2001): Spaltprozesse. Die Dramaturgie des Fernsehfilmes als Verkaufsgespräch. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hickethier_spaltprozesse/hickethier_spaltprozesse.html .
- Hiddemann, F. (2000): Big Brother is God. Einige religiöse Hintergründe der Daily Life Soap. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hiddemann_bigbrother/hiddemann_bigbrother.html .
- Hiddemann, F. (2000): Talk als säkulare Beichte. Jürgen Domian mit "Eins Live Talk Radio" in WDR3. http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/hiddemann_talk/hiddemann_talk.html .
- Hunold, G., Hg. (2001): Medien - Wahrnehmung - Ethik. Eine annotierte Bibliographie. - Tübingen.
- Jansen, G. (2003): Mensch und Medien. Entwurf einer Ethik der Medienrezeption. - Fr. a. M.
- Kepler, A. (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. - Frankfurt a. M.
- Kepler, A. (1995): Die Kommunion des Dabeiseins. Formen des Sakralen in der Fernsehunterhaltung. In: Rundfunk und Fernsehen 43, 301-311
- König, H.-D. (1995): Basic Instinct(s) und Geschlechterkampf. In: Kulturinszenierungen. Hg. v. Müller - Dohm, St. u. a. - Frankfurt a. M., 142-164.
- Kuchenbuch, Th. (1978): Filmanalyse. Theorien, Modelle, Kritik. - Köln.
- Kübler, H.-D., (1999): Medienkompetenz - Dimension eines Schlagwortes. In: Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Hg. v. Schell F. u. a. - München, 26-32.
- Kübler, H.-D. (2004): Mediale Universalität. Medientheorien zwischen phänomenologischer Entgrenzung und gegenständlicher Identität. In: Medien und Erziehung, 44.Jg., H. 5/00, 279-289.
- Lange, B.-P. (2005): Medienkompetenz im Zeitalter globaler Kommunikation. Wie läßt sich die europäische Informationsgesellschaft politisch gestalten? (Policy Paper 11 der Stiftung Entwicklung und Frieden. http://www.labi-berlin.nubb.dfn.de/lern_mat_1/proj_med/literatur/artikel/langemedienk.htm .
- Lenin, W. I. (1929): Über Agitation und Propaganda. - o.O.
- Lutz, Kl. (1999): Förderung von Medienkompetenz durch aktive Medienarbeit und Veröffentlichung der Produktion. In: Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Hg. v. Schell F. u. a. - München, 176-179.
- medi@culture-Praxis. In: European Mediaculture Online. Emco. <http://www.european-mediaculture.org> .
- Medienprojekte, Video. In: EuropeanMediaCulture-ProjektPlattform. Emac. <http://www.emac-projekte.de/emac> .
- Merten, K. u. a. (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. - Opladen.
- Meyer, T. (2002): Interfaces, Medien, Bildung. Paradigmen einer pädagogischen Medientheorie. - Bielefeld.
- Mikos, L. (2002): Ästhetische Erfahrung und visuelle Kompetenz: Zur Erweiterung der diskursiven Medienkompetenz um präsentative Elemente. Medienpädagogik. <http://www.medienpaed.com/00-1/mikosl.pdf> .
- Mikos, L. (2003): Zur Rolle ästhetischer Strukturen in der Filmanalyse. In: Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Hg. v. Ehrenspeck, Y. u. a. - Opladen, 135-150
- Müller - Dohm, St. u. a., Hg. (1995): Kulturinszenierungen. - Frankfurt a. M.
- Pohn, E. (2001): Eine Frage der Perspektive. Dokumentarfilm im Spannungsfeld zwischen subjektiver und objektiver Realitätsvermittlung. Dipl.arb. - Salzburg.
- Schell, F., Stolzenburg, E., Theunert, H., Hg. (1999): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. - München.
- Schiefers, A., Bischoff, S. (2002): Medienkompetenz. Eine Aufgabe nimmt Gestalt an. - München.
- Schorb, B. (1995): Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik im Spiegel von Geschichte, Forschung und Praxis.- Opladen.

- Schorb, B. (1997): Medienkompetenz. In: Grundbegriffe Medienpädagogik. Wörterbuch für Studium und Praxis. Hg. v. Hüther J. u. a. - München, 234-240.
- Schorb, B. (1999): Die Lernorte und die erwerbbaeren Fähigkeiten mit Medien kompetent umzugehen. In: Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Hg. v. Schell, F. u. a. - München, 390-413.
- Schell, F. u. a., Hg. (1999): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. - München.
- Studienplan Pädagogik 2002. Universität Wien. IV.2. Berufsbereiche.
<http://univie.ac.at/Erziehungswissenschaft/STUDIENPLAN%20Mitteilungsblatt%2004.pdf> (28.07.2004.).
- Theunert, H. (1999): Medienkompetenz: eine pädagogisch und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In:
Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Hg. v. Schell, F. u. a. - München, 53-57.
- Traub, H. (1933): Der Film als politisches Machtmittel. - Berlin.
- Vale, E. (1982): The Technique of Screen & Television Writing. - New York.
- Veress, K. (2001): A dialógusról - kommunikációelméleti megközelítésben. In: Dialógus és retorika. Erdélyi Tudományos Füzetek. 233. 29-37.
- Wagner, H. (1971): Einführung und Kommentar zur Pastoralinstruktion „Communio et Progressio“ über die Instrumente der sozialen Kommunikation. - Trier.
- Wagner, W.-R. (2004): Medien als Werkzeug der Weltaneignung. Ein pädagogisches Programm. - München.
- Wippersberger, J. (1998): Was dokumentiert der Dokumentarfilm? Über die Wirklichkeit und ihre Konstruktion im Dokumentarfilm. Dipl.arb. - Wien.