

„Entertainment Education“ – Der niederländische Ansatz

Das „Centrum Media & Gezondheid“ in Gouda ist das führende Entertainment-Education-Institut der Niederlande und spezialisiert auf die strategische Anwendung crossmedialer Formate mit dem Zweck, sozialen Wandel herbeizuführen. Es entwickelt Medienprojekte auf der Basis von Forschung, Strategie und Praxis, um speziell im Hinblick auf Gesundheit und Lebensqualität zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen. Besonderer Wert wird auf die Überführung der entwickelten Theorien in die Praxis und auf die Evaluation der entsprechenden Prozesse gelegt, da auf diese Weise permanent neue theoretische Annahmen entstehen und überprüft werden können.

Für Martine Bouman begann die Beschäftigung mit Entertainment-Education Ende der 80er-Jahre, als sie für die „Niederländische Herzstiftung“ tätig war und es im Rahmen ihrer Arbeit zur Zusammenarbeit mit Endemol, der größten niederländischen TV-Produktionsfirma, kam. Das erste Aufeinandertreffen mit Produzenten/-innen und Drehbuchautoren/-innen war für beide Seiten gewöhnungsbedürftig, denn die jeweiligen professio-



Dr. Martine Bouman ist Gründerin und Direktorin des „Centrum Media & Gezondheid“ in Gouda und „Associate Professor“ an der Fakultät für Verhaltenswissenschaften der Universität Twente.

nellen Hintergründe waren höchst unterschiedlich: Auf der einen Seite die ausgebildete Wissenschaftlerin, die es gewohnt war, rational und logisch an Projekte heranzugehen, auf der anderen Seite kreative TV-Macher/-innen, für die Intuition, Spontaneität und Emotionalität ganz wesentliche Faktoren ihrer Arbeit waren.

„Dies war“, so Martine Bouman, „meine erste Einführung in die Subtilitäten bzw. die Art und Weise, in der man die Balance finden muss zwischen dem Modus der linken Gehirnhälfte, die mehr für Kognition, für Linearität, für Daten und Fakten zuständig ist, und dem der rechten Gehirnhälfte, die den Bereich der Intuition und Kreativität abdeckt. [...] Meiner Überzeugung nach muss man als jemand, der sich mit Entertainment-Education beschäftigt, in der Lage sein, zwischen diesen beiden Modi sehr einfach hin- und herzuschalten.“ Ideal ist also, wenn bei entsprechenden Projekten eine Person dabei ist, „die sich in dem betreffenden Schnittfeld bewegt und deswegen beide Welten versteht, denn das kann die Zusammenarbeit ausgesprochen erleichtern“.

Bis auf einige wenige Arbeiten von Everett Rogers und Arvind Singhal gab es zur damaligen Zeit so gut wie keine Veröffentlichungen zu Entertainment-Education, und die darin angeführten Beispiele entstammten sämtlich dem nicht-westlichen Kulturkreis. Für Martine Bouman war bald klar, dass es unmöglich war, die zugrunde liegenden Konzepte einfach in das westliche Umfeld zu übertragen, ohne sie umzugestalten. Die Frage war: „Wie geht unsere mediengesättigte Kultur mit derlei Themen um? Was können wir überhaupt im Fernsehen zeigen, das etwas mit unserer Kultur zu tun hat, mit den hiesigen Werten und der Art und Weise, wie die Menschen hier leben?“ Denn im Gegensatz zur „kollektiven Gesellschaft“ im nicht-westlichen Umfeld, in der auch Fernsehprogramme gemeinsam konsumiert wurden, findet man im westlichen Umfeld häufig einen stark individualisierten Medienkonsum vor, „was eine andere Form von Austausch nach sich zieht“.

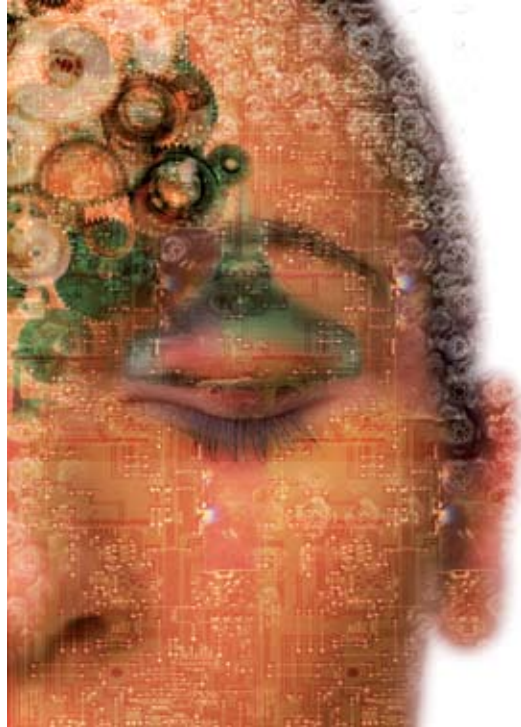
In den folgenden Jahren beschäftigte sich Martine Bouman intensiv mit Entertainment-Education und arbeitete an der Umsetzung mehrerer niederländischer Fernseh- und Internetprojekte mit,

die sich vornehmlich an Jugendliche und junge Erwachsene richteten und im Bereich der Gesundheitsvorsorge bzw. -prävention angesiedelt waren.

Darunter befand sich beispielsweise „Costa“, eine sehr erfolgreiche Fernsehserie über eine Gruppe junger Leute. Diese Serie entstand als Spin Off eines ebenfalls sehr erfolgreichen Kinofilms mit demselben Titel. Martine Bouman und die niederländische STD-Stiftung hatten festgestellt, dass in diesem Film zwar die sexuellen Beziehungen der Protagonisten eine große Rolle spielten, dass das Thema „Safer Sex“ aber nicht thematisiert wurde. Als dann die Drehbücher für die Serie „Costa“ verfasst wurden, beriet Martine Bouman die beteiligten Autoren/-innen. Dabei entstanden Storylines, in denen unter anderem thematisiert wurde, dass der Gebrauch von Kondomen kein Tabu darstellt und es vollkommen normal ist, sich darüber auszutauschen – was gleichzeitig einen Role-Modeling-Effekt hatte, da gemäß dem Modell der „liking heuristic“ sehr attraktive und bekannte Schauspielerinnen und Schauspieler besetzt wurden. Im Verlauf der Entwicklung weiterer Storylines zeigte sich überdies, dass die „Safer Sex“-Thematik nicht nur ein Nebenbei-Produkt war, sondern zu einem wesentlichen Punkt wurde, der die gesamte Geschichte anreicherte und spannender machte.

Als Teil des niederländischen Multimedia-Projekts „Prima Donna“ entstand die TV-Serie „Buskruit“, deren Ausgangspunkt die Frage war, wie man Mädchen und junge Frauen zu einem technischen Studium ermuntern kann. Hierbei kooperierte Martine Bouman mit diversen Stakeholdern, wobei besonders wichtig war, dass ein Programm von jungen Leuten, in diesem Fall Studierenden der Film-Akademie, für junge Leute gemacht wurde. Das Ergebnis zeigte, „dass es absolut nicht langweilig ist, in einem technischen Umfeld oder Beruf zu arbeiten, dass man dafür sozialkompatibel und teamfähig sein muss und dass man Dinge erarbeiten kann, deren Entwicklung der Gesellschaft nützt“.

Eine reine Internet-Produktion war im Jahr 2008 die fiktionale Entertainment-Education-Serie „Sound“. Die neun „Webisodes“ waren Teil einer crossmedialen Gesundheits-Kampagne zur Vermeidung von lärminduzierten Gehörschäden – ein Problem, das jährlich in den Niederlanden ca. 20.000 Jugendliche, die regelmäßig Diskotheken



und Konzerte besuchen, betrifft. Um Jugendliche zu erreichen, die sich laut Martine Bouman „nicht spontan für dieses Thema interessierten und auch nicht damit auseinandersetzen wollten“, wurde ein Format mit bekannten Schauspielern/-innen kreiert. Zwei Wochen vor dem eigentlichen Start der Serie wurde ein Trailer von „Sound“ auf YouTube platziert. Dies löste einen Hype aus, der sich auch in Blogs und social communities niederschlagen sollte. Auch bei dieser Serie ging es darum, positives Verhalten zu zeigen, ohne es direkt anzusprechen – man sieht einfach, dass coole junge Leute beim „Clubbing“ in Diskotheken oder Konzerten Ohrstöpsel tragen und dass das ganz normal ist. (Unter www.sound-soap.nl ist diese Serie im Internet zu finden.)

Aufgrund der Erfahrungen mit diesen und weiteren Produktionen sowie staatlich geförderten Forschungsvorhaben wie dem Projekt „Gesundheit auf dem Bildschirm“ analysiert und beschreibt Martine Bouman, welche Merkmale für eine erfolgreiche Entertainment-Education-Zusammenarbeit unabdingbar sind: „Es ist extrem wichtig, dass wir wirklich in unsere Partner investieren. Investieren heißt hier, eine gemeinsame Grundlage zu schaffen, eine Art gemeinsame Chemie. [...] Was wir brauchen ist ein gemeinsamer Referenzrahmen.“

Mit Referenzrahmen ist hier etwa eine Sprachregelung gemeint, die eventuell unterschiedliche Konnotationen berücksichtigt. So ist beispielsweise der Begriff „Education“ bzw. „Erziehung“ für Drehbuchautoren/-innen abschreckend, wenn er ohne umfassende Erläuterung des Entertainment-Education-Konzepts im Zusammenhang mit fiktionalem Erzählen verwendet wird. Autoren/-innen verstehen sich als „Geschichtenerzähler“, nicht als „Erzieher“. Hingegen ist beispielsweise die Idee, gesellschaftlich relevante Themen in die Entwicklung fiktionaler Fernsehstoffe einfließen zu lassen und damit ggf. auch Aufklärungsarbeit zu leisten, unproblematisch, da sie im Selbstverständnis der meisten Autoren/-innen bereits fest verankert ist. Sie sind offen für eine Zusammenarbeit auf der Basis von Entertainment-Education, solange sie dadurch nicht in ihrer kreativen Freiheit eingeschränkt werden.

Martine Bouman stellte im Rahmen von „Gesundheit auf dem Bildschirm“ fest, dass Drehbuchautorinnen und -autoren in ihren Büchern zum Teil bereits theoretische Ansätze verwirklicht, wie sie auch in der Gesundheitskommunikation formuliert werden, ohne sich der zugrunde liegenden Theorien bewusst zu sein. Sie für die Idee der Entertainment-Education zu gewinnen war nicht schwierig, da man ihnen anhand von Beispielen ihrer eigenen Arbeit zeigen konnte, dass sie gleichsam bereits Entertainment-Education betrieben. Die Herangehensweise bzw. die Vorstellungen davon, wie bestimmte Themen zu verarbeiten seien, erwiesen sich dennoch als unterschiedlich. Als Wissenschaftlerin neigte Martine Bouman zunächst eher zu der Haltung: „Nicht übertreiben! Nicht überspitzen!“, erkannte dann aber bald: „Aus der Perspektive von Autoren und Autorinnen ist es schlicht langweilig, irgendwelche Informationen über Gesundheitsvorsorge oder Ähnliches zu vermitteln. Solche Informationen müssen dramatisiert werden.“

Ebenso wichtig wie die Arbeit mit Filmschaffenden an konkreten Projekten ist für Bouman das „capacity building“, also einer größeren Öffentlichkeit „Informationen und Erkenntnisse zugänglich zu machen, sie zu verbreiten und so eine

gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen“. Dies geschieht etwa durch Events wie den jährlichen „Day of the Soap“, bei dem sich Fachleute und Gäste aus den Niederlanden wie auch aus dem Ausland zum Erfahrungsaustausch über neue Wege des „Storytelling“ zusammenfinden. Darüber hinaus entwickelt das CMG „Entertainment-Education-Lehrmodule und Maßnahmen für diverse Universitäten, Hochschulen und Postgraduierte, um junge Professionals sowohl aus der Wissenschafts-Community wie auch aus der Filmbranche im Hinblick auf eine spätere Zusammenarbeit zu trainieren“. Hierbei wird sowohl in die Lehrpläne der Medien- und Kommunikationsstudiengänge wie auch in die Drehbuchausbildung investiert, um zukünftig in den Schlüsselbereichen, die im Zusammenhang mit Entertainment-Education wichtig sind, auf professionell ausgebildete Fachleute zurückgreifen zu können.

„Es ist wichtig, in ‚capacity building‘ zu investieren, also Informationen und Erkenntnisse zugänglich zu machen und zu verbreiten und eine gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen.“

Alle beschriebenen Interventionen, Prozesse und die daraus resultierenden Effekte werden evaluiert und einer formativen Forschung unterzogen mit dem Ziel,

neue Theorien und Interventionsstrategien zu entwickeln. Für Martine Bouman ist es dabei essenziell, „dass man innovativ und kreativ sein, dass man auch an seine Grenzen gehen können muss. Man muss etwas wagen und kann nicht darauf warten, dass andere mit einer Idee daherkommen, sondern man kann durchaus seine eigenen Entertainment-Education-Formate kreieren. Gerade heutzutage erschließt sich mit den Neuen Medien und neuen Technologien eine eigene Welt. Normalerweise muss man auf die Zustimmung eines Senders warten oder auf den richtigen Programmplatz, aber heute kann man sein eigenes fiktionales Format im Internet kreieren und realisieren. Der Zugang zu diesem Medium ist frei und offen. Wir leben in einer Gesellschaft mit zahlreichen Möglichkeiten. Ich glaube, dass das für den Bereich Entertainment-Education eine große Herausforderung ist.“