

Hans Dieter Erlinger (Hrsg.)

Kinder und der Medienmarkt der 90er Jahre

*Aktuelle Trends, Strategien
und Perspektiven*

Westdeutscher Verlag

Alle Rechte vorbehalten

© 1997 Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation.



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Druckerei Hubert & Co., Göttingen

Gedruckt auf säurefreiem Papier

Printed in Germany

Inhalt

Hans Dieter Erlinger

Einleitung7

Markt

Karin Böll

Vernetzte Vermarktungsstrategie anhand eines Beispiels aus der Praxis 13

Stegmund Grewenig

Kinder-Medien-Bildschirm-Markt29

Gerd Hecker

Chancen und Perspektiven des europäischen Zeichentrickfilms.....35

Peter Heimes

Spartenkanäle und ihre Positionierung im Markt „Wie entwickelt sich der elektronische Kiosk?“41

Birgit Hollstein

Mit Clubkonzepten Kinder fesseln.....49

Thomas Kirchenkamp

Lern- und Unterhaltungssoftware für Kinder - eine Markt Betrachtung..... 65

Horst Stipp

Gesellschaftliche Veränderungen und die Rolle der Kinder als Konsumenten..... 73

Dirk Ulf Stötzel

Kinderfernsehen: Aktuelle Trends und politische Regulierungen.
Kinder, Programm und Werbung 85

Kinder - Medien - Kinderkultur

Ben Bachmair

Virtuelle Texte, Bedeutungskonstitution und mediale Vorgaben 101

Hans Dieter Erlinger

Kinder und Bilderwelt 117

Kerstin Eßer

S-Trickmuster: Zeichentrick-Produktionen für das Kinderfernsehen 125

Astrid Greve

Christliche Symbole und das Symbolverständnis von Kindern 139

Silke Köser

Die Darstellung der kindlichen Lebenswelt in der Werbung:
Bunt, pffiffig, cool!? 163

Christoph Frey und Ulrike Six

Kriterien zur Bewertung des „Kinder-Fernsehens“ 177

Paul-Ludwig Völzing

Über Fantasie und Kinderfernsehen 197

Kinder - Bildschirm - Interaktion

Michaela Gille

Edutainment-Software: Ein neuer Weg des Lernens.
Über Lern- und Lehrprogramme 207

Klaus Jürgen Holoch

Schöne neue Welt? Edutainment und Lernsoftware
erobern die Kinderzimmer 217

Uwe Mattusch

Online-Medien und ihre Bedeutung für die kindliche Lebenswelt 219

Die Autoren 231

Virtuelle Texte, Bedeutungskonstitution und mediale Vorgaben

Ben Bachmair

Ein zehnjähriger Junge wird nach seinem Lieblingsfilm gefragt und erzählt Eddie Murphys Komödie vom *Ehrenwerten Gentleman*. Er verdichtet die Geschichte vom ehrlichen kleinen Ganoven, benennt wichtige Filmepisoden, bleibt dabei nah an der Filmvorlage, gibt dem Film jedoch seinen eigenen Schwerpunkt, indem er das Thema von *Krankheit und bedrohlicher Entwürdigung eines Kindes in den Mittelpunkt seiner Geschichte* stellt. Das Bild des bedrohten Kindes scheint für ihn seine augenblickliche emotionale Befindlichkeit zu repräsentieren. So mußte er umziehen und sich in einer völlig anderen und schwierigen sozialen Umgebung neu orientieren. Begleitet man ihn in sein Zimmer, so finden sich dort Poster von Popstars, etliche Videos, ein Fernsehprogramm liegt herum. Selbstverständlich gibt es auch einen Gameboy von Nintendo, zu dem er gern eine der aktuellen Spieldisketten hätte. Seine Kleidung ist auf den Typ „Rocker“ ausgerichtet.

Es bedarf keiner grundlegenden theoretischen Anstrengungen, die verschiedensten Medienbezüge und deren inneren Zusammenhang zu entdecken: Medien, vom Werbeclip für Kleidung bis zum Lieblingsfilm, sind wesentlicher Teil einer Lebenswelt, die sich ein Kind integrierend gestaltet. Diese integrierende Gestaltung, so simpel sie jedoch erscheinen mag, ist nun eine kulturhistorisch spezifische Mensch-Medien-Beziehung, bei der die Menschen in Prozessen der Bedeutungskonstitution das symbolische Angebot verschiedener Symbolquellen zu ihrem individuell relevanten Text verbinden. Diese Texte sind im wesentlichen virtueller Natur, die ihr objektives, damit sozusagen lesbares Korrelat in symbolischen Darstellungen wie Gesprächen, Filmzitatzen oder Zimmereinrichtungen bekommen. Den inneren Zusammenhang dieser subjektiven symbolischen Darstellungen stiften die Menschen im Sinne eines Musters stilistischer Gemeinsamkeit, die sich aus alltagsästhetisch relevanten Materialien speist. Diese Materialien reichen von medial objektivierten Texten wie Filme, Videos, Computerspiele oder Bücher bis zum Rocker-Outfit und der Kinderzimmereinrichtung. Sie fungieren zunehmend als Symbolquellen und als stilistisch integrativer Bezugsrahmen. Wenn nun der Junge also den *Ehrenwerten Gentleman* präzise zusammenfaßt, dann teilt er etwas von sich mit. Zugleich ordnet er sein Filmerlebnis in sein stilistisches Lebensmuster ein.

Diese funktionale Verschiebung läßt sich mit dem theoretischen Begriffspaar von Mimesis und Poesis erklären, mit dessen Hilfe sich verschiedene Mensch-Medien-Beziehungen kulturhistorisch einordnen lassen (vgl. Gebauer und Wulf 1992). Die aktuelle Mensch-Medien-Beziehung der konsumorientierten Industriegesellschaft ist primär keine nachvollziehend wiederholende Rezeption im Sinne der Mimesis, bei der Rezipienten sich mediale Texte so aneignen, wie es der Text vorgibt. Die Menschen sind heute, im Sinne der Poesis, Textproduzenten, die symbolisches Material ihrer kulturellen Umgebung zur eigenen Lebenswelt (vgl. Schütz 1971) formen, die dann, wie ein gestaltetes Kinderzimmer (vgl. Gerlach 1993), zum eigenen Text wird.

1. Rezeption als Bedeutungskonstitution - von Goethes *Werther* zum virtuellen Text

Medien sind nicht mehr vorrangig Abbild von etwas, nur noch vordergründig sind sie Repräsentationsmittel. Zu allererst fungieren sie heute als Quellen symbolischer Lebensweltelemente. Dabei verläuft der entscheidende Produktionsprozeß nicht im Studio, sondern im Alltag als Prozeß der Bedeutungskonstitution der Rezipienten, die Elemente der von ihnen perspektivisch angeeigneten Medien sinnvoll in ihre Lebenswelt integrieren. Die Mensch-Medien-Beziehung ist deshalb heute eine hermeneutische Beziehung mit zwei Spannungspolen. Einen Spannungspol bilden die im Medientext objektivierten Mitteilungen, Verweise, Geschichten usw. Den zweiten Spannungspol setzt das Publikum mit seinen symbolischen Aktivitäten.

Goethes *Werther* ¹

Dieser Typ von Mensch-Medien-Beziehung setzt kulturhistorisch im „Sturm und Drang“ des 18. Jahrhunderts an und läßt sich besonders gut an den theoretisch argumentierenden Passagen des *Werther* ablesen. Im „Sturm und Drang“ gab es eine wesentliche Verschiebung des Dichters und der Leser zum Text, weg von der altväterlich erbaulichen Lektüre hin zur eigenen Phantasie und zur subjektiven Erfahrungswelt (vgl. Jørgensen, Bohnen u. Ohrgaard 1990, S. 425ff. und Schmidt 1988). In die fiktionalen Texte des „Sturm und Drang“ ging die Selbsterfahrung des Dichters ein, der sich und seine emotionale Innen- und Erfahrungswelt in einem einmaligen Schöpfungsakt in seine Texte entäußerte. Der Dichter schrieb dabei für ein emotional analog erlebendes Publikum, das mimetisch die im Text entäußerten Erlebnisse, Erfahrungen und Sichtweisen des Dichters aufnahm. Damit wurde im 18. Jahrhundert der Akt des Dichtens und Lesens zum Modellfall individueller Subjektivität. Der Dichter reagierte als Schöpfer subversiv mit seiner „Einbildungskraft“ und seinen subjektiven Erlebnissen auf gesellschaftliche Zwänge des Feudalstaats und forciert mit seiner sich im Text mimetisch entäußernden Individualität die Entwicklung spezifisch bürgerlicher Lebensformen (z.B. den Zirkel der sich frei zusammenfindenden Leser). Der Genie-Dichter wiederholt also keinesfalls mimetisch sozusagen die objektiven Ereignisse der Welt, er trägt vielmehr literarisch gestaltet mit Hilfe seiner Phantasie im Prozeß einer ganzheitlichen Sinnstiftung (vgl. Schmidt 1988, S. 35, 47ff.) seine subjektive Innenwelt nach außen.

Goethe läßt nun seine Figur des Werther über mimetisches Abbilden und schöpferische Poesis nachdenken. Er problematisiert das abbildende Zeichnen, weil in der quasi objektiven Zeichnung nichts Subjektives erscheint.

„Ich fügte den nächsten Zaun, ein Scheunentor und einige gebrochene Wagenräder bei, alles, wie es hinter einander stand, und fand nach Verlauf einer Stunde, daß ich eine wohlgeordnete, sehr interessante Zeichnung verfertigt hatte, ohne das mindeste von dem Meinen hinzuzutun. Das bestärkte mich in meinem Vorsatze, mich künftig allein an die Natur zu halten. Sie allein ist unendlich reich, und sie allein bildet den großen Künstler. Man kann zum Vorteile der Regeln viel sagen, ungefähr was man zum Lobe der bürgerli-

¹ Goethes Briefroman „Die Leiden des jungen Werthers“, Erstfassung 1774, Zweitfassung 1787; In: Goethe (1988), S. 7-124

chen Gesellschaft sagen kann. Ein Mensch, der sich nach ihnen bildet, wird nie etwas Abgeschmacktes und Schlechtes hervorbringen, weil einer, der sich durch Gesetze und Wohlstand modeln läßt, nie ein unerträglicher Nachbar, nie ein merkwürdiger Bösewicht werden kann; dagegen wird aber auch alle Regel, man rede was man wolle, das wahre Gefühl von Natur und den wahren Ausdruck derselben zerstören!“ (S. 15, Zeile 13-29)

Dieser auf den ersten Blick scheinbar so ordentliche Brief eines braven jungen Mannes endet mit dem Gegenentwurf: die bloße Reproduktion der äußeren Welt verhindere nur die wahren Gefühle und den echten Ausdruck (S. 16, Zeile 5-15):

„Folgt der Mensch², so gibt's einen brauchbaren jungen Menschen, und ich will selbst jedem Fürsten raten, ihn in ein Kollegium zu setzen; nur mit seiner Liebe ist's am Ende und, wenn er ein Künstler ist, mit seiner Kunst. O meine Freunde! warum der Strom des Genies so selten ausbricht, so selten in hohen Fluten hereinbraust und eure staunende Seele erschütteret? - Liebe Freunde, da wohnen die gelassenen Herren auf beiden Seiten des Ufers, denen ihre Gartenhäuschen, Tulpenbeete und Krautfelder zugrunde gehen würden, die daher in Zeiten mit Dämmen und Ableiten der künftig drohenden Gefahr abzuwehren wissen.“

Für die Leser der damaligen Zeit ging es nun darum, die Textvorlage, gerade auch in ihrer emotionalen Eigenart, mimetisch zu wiederholen, also mit Goethes *Werther* intensiv mitzuleiden. Rezeption war also im Gegensatz zum Dichten kein eigenständiger Gestaltungsprozeß, weshalb für die zeitgenössische Kritik am *Werther* klar war, die Leser würden dem Titelhelden auch in den Selbstmord nachfolgen.

Die mit dem „Sturm und Drang“ artikulierte und durch die französische Revolution ausgelöste Subjektkonstitution des sich selbst empfindenden und sein Leben selber gestaltenden Menschen wurde in der industriellen Konsumgesellschaft dann zum generellen Modell: die Menschen sind individuell Schöpfer, und zwar die ihrer Lebenswelt³. Das trifft zunehmend deutlicher auch für die Massenkommunikation zu. Die mittlerweile zur Geschichte gewordene öffentlich rechtliche Rundfunkordnung im Sinne der BBC mit einem ausgewogenen und verantworteten Gesamtprogramm war nun nicht als Symbolquelle individueller Lebenswelten gedacht. Mittlerweile ist sie allenthalben dem Marktmodell gewichen, bei dem Rezipienten sich sozusagen aus einem Buffet als Symbolquelle selbstverständlich individuell bedienen, indem sie sich ihr eigenes Programm komponieren. Die Einschaltquote reguliert, was alles auf das Buffet kommt. Was dann wie rezipiert wird, ist ein individueller Prozeß der Bedeutungskonstitution, dessen funktionale Regeln sich mittlerweile auch beschreiben lassen (vgl. Silverstone 1994, Fiske 1993, S. 62-83, Charlton und Bachmair 1990).

2. Bedeutungskonstitution: sich durch den Alltag zappen

Die theoretische Kategorie der Bedeutungskonstitution verweist auf die zentrale soziale Aktivität in einer von Medien und Konsum dominierten Kultur. So setzen individualisierte soziale und kulturelle Aktivitäten voraus, daß die Menschen Medien und anderen Symbolquellen individuell ihre eigene Bedeutungen verleihen. Die Prozesse der sinn-

² den alten Abbildregeln

³ vgl. Alfred Schütz' Konzept der Lebenswelt.

vollen Gestaltung der Alltagswelt durch die Rezipienten basieren also auf der individuellen Auswahl und Deutung aller bzw. der jeweils verfügbaren oder gesuchten Medien. Natürlich stellten sich die Menschen der Industriegesellschaft auch schon in den Zeiten vor dem Fernsehen ihre Lebenswelt als eigenen Alltag und als eigene Interpretationswelt vielfältig her. Das Vordringen von Medien in immer mehr Lebensbereiche und die Verknüpfung von Medien per Werbung mit Waren und Dienstleistungen macht jedoch z.B. Fernsehbilder in all ihren Varianten, vom Film bis zu MTV, zum allseits verwendbaren symbolischen Baumaterial der Alltagswelt. Dieses symbolische Material eignen sich die Menschen individuell an, und zwar

- (a) in der Perspektive des eigenen Lebenslaufs und der subjektiven Themen,
- (b) bezogen auf die verhandene oder gesuchte soziale Umgebung,
- (c) wobei die aufeinander bezogenen Medien den Relevanzrahmen abgeben.

Diese (a) sinnvoll perspektivische, (b) konkret soziale und (c) intertextuelle Bedeutungskonstitution ist nur ein Funktionszusammenhang im eigenen Alltagsgeschehen, der in der „reflexiven Risikogesellschaft“ (Beck 1986) letztlich, wie gesagt, bedeutet, die eigene Lebenswelt aufzubauen und zu erhalten. Sozusagen Bausteine der Lebenswelten sind virtuelle Texte, die von Erklärungen mit Hilfe von Filmzitate bis zu realen Räumen wie Kinderzimmer reichen. Dazu im folgenden einige Fallstudien.

3. Bedeutungskonstitution im Referenzrahmen der Familie

Am Beispiel der Familie Meier/Daniels zeigt sich ein Bündel von Fernsehnutzungsformen und Fernsehfilmen, das sowohl die schwierige Konstellation von Erfahrungen und Themen der Familienmitglieder spiegelt, als auch Interaktionsmittel ist.

3.1 Beziehungsmanagement: Das Familiensystem brüchig belassen

Die grundlegende Problematik dieser Familie hat nichts mit Fernsehen oder mit Medien zu tun, sondern damit, daß sich zwei Eltern aus geschiedenen Ehen mit ihren jeweiligen Kindern zusammengetan haben. In der Hoffnung auf eine harmonische Beziehung sind sie in die große Wohnung von Herrn Daniels gezogen und leben seit mehr als zwei Jahren zusammen, ohne förmlich eine Familie oder Ehe gebildet zu haben. Die Beziehungssituation ist für den Mann (Herrn Daniels), die Frau (Frau Meier) und den jüngsten Sohn von Frau Meier, den 11jährigen David ungenau und unklar. Wie mit den unterschiedlichen Familiengeschichten in der neuen Beziehung zurechtkommen? So hauen sie sich die Unterschiede und die Hoffnungen auf Harmonie und Gemeinsamkeit regelmäßig um die Ohren. Sie tun dies u.a., indem sie sich ihre Fernsehgewohnheiten vorwerfen und damit Gesprächsangebote machen. Sie reden über Fernsehen und lassen dabei Hoffnungen, Lebenskonzepte und zentrale Themen aufscheinen.

Fernsehen macht die Beziehung enttäuschend, ist aber vertraute Problemursache

Frau Meier berichtet, daß ihr Mann in der ersten Ehe ständig den Fernseher eingeschaltet hatte. Nach der Trennung von ihm lebte sie zwei Jahre ohne Fernseher. Sie hat mit

den Kindern viel unternommen, mit ihnen gespielt, ist selber ins Theater und in die Öffentlichkeit gegangen. Seit sie nun wieder in einer Familienbeziehung, jetzt mit Herrn Daniels, lebt, läuft auch wieder der Fernseher, den Herr Daniels immer häufiger einschaltet, obwohl sie selber gar nicht gern fernsieht.

Fazit: Es ist also alles beim Alten geblieben: Die Hoffnung auf Lebendigkeit und der Mann, der, wie bekannt, vor der Glotze hockt. Gleichzeitig ist die Schuldfrage geklärt. Ursache für die Abkehr von einer lebendigen und lebensoffenen, weltoffenen Beziehung ist das Fernsehen. Die Enttäuschung hat ihre definierte und bekannte Ursache. Alles bleibt beim Alten und alles bleibt brüchig, unzulänglich, enttäuschend wie bisher. Damit bleibt aber auch alles kalkulierbar, weil bekannt.

Fernsehen gibt die Möglichkeit zum Beziehungsmanagement - Nähe, Distanz und beides gleichzeitig

Frau Meier sagt: „Wenn wir mal zusammen ‘nen Film geguckt haben, den ich gern sehen wollte, da hab ich das richtig genossen.“ Fernsehen bringt also auch für Frau Meier Nähe, Gemeinsamkeit und das positive Erleben dieser Nähe und Gemeinsamkeit. Sie wirft aber auch Herrn Daniels vor, Fernsehen als Mittel gegen eine emotionale Beziehung zu ihrem Sohn David einzusetzen. Herr Daniels, so Frau Meier, setzt sich abends vor die Fernsehnachrichten, um sich nicht zu David ans Bett setzen und eben auch, um ihm kein „Küßchen“ geben zu müssen.

Fernsehen hilft also körperliche und emotionale Nähe zwischen ‘Stief’-Vater und ‘Stief’-Sohn zu vermeiden. Gleichzeitig wehrt sich Herr Daniels dagegen, daß sich Frau Meier abends nie zu ihm zum Fernsehen setzt. Kuschelige Nähe oder gemeinsame Vertrautheit will er vor dem Fernseher. Sie will das Fernsehen jedoch dann nicht, wenn der Vorschlag dazu von ihm ausgeht.

David hat nun offensichtlich verstanden, daß die Beziehung zu seinem ‘Stief’-Vater über Fernsehen laufen könnte. Er will deshalb mit ihm über Fernsehen reden, was nun Herr Daniels, wie er sagt, überhaupt nicht interessiert. Statt dessen will er David vom ständigen Fernsehen wegbekommen und geht deshalb mit ihm spazieren, wobei David dann aber ständig von Fernsehfilmen erzählt. Damit tappt David in eine Beziehungsfalle. Über Fernsehen zu reden, ist eine Gesprächsform, die in Gleichaltrigengruppen von Kindern und Jugendlichen üblich und erfolgreich ist. Für die Jungen oder Mädchen ist Fernsehen ein zuverlässiges Band gemeinsamer Erlebnisse. Mit diesen ‘freundschaftlichen’ Gesprächsanlässen geht er also auch freundschaftlich auf seinen ‘Stief’-Vater zu, der ihn nun, wegen der dauernden Rederei übers Fernsehen, lästig findet.

Fernsehen ist also für Herrn Daniels für die Beziehung mit seiner Frau da, weil die Fernsehsituation Nähe gibt. Mit dem ‘Stief’-Sohn will er raus, weg vom Fernsehen, bekommt dann aber wieder nur einen fernsehvermittelten Kontakt, der ihm wieder zu nahe kommt und der zudem nicht zu seinen Vorstellungen, mit David draußen zusammen zu sein, paßt.

3.2 Themen, Botschaften, Hoffnungen

Neben diesen Beziehungskomponenten gibt es aber noch eine inhaltliche Komponente, die Fernsehen in die Familie hineinträgt bzw. der Familie anbietet. Fernsehen spiegelt Hoffnungen der Familie, hilft unausgesprochene Themen (Erotik, Liebe) doch noch in der Familie zu halten. Es hilft Botschaften zu formulieren.

Die Welt der turbulenten und doch so lebendigen Familien

Beiläufig erwähnt Frau Meier, daß sie mit ihrem Sohn zusammen die Serie *Der Landarzt* sieht. Diese Aussage bereitet sie erstaunlicherweise damit vor, daß sie sagt, sie sei an Fernsehen überhaupt nicht interessiert, weil es ihr zu langweilig sei. Was ist das nun, was sie mit ihrem Sohn sieht und das, so die Vermutung, aus der Fernsehlangeweile herausfällt?

In dieser Serie gibt es eine verblüffende Familienkonstellation. Der Landarzt lebt mit seiner Frau, die in Hamburg wohnt, in Scheidung. Die Situation wird freundschaftlich gelöst. Er übernachtet sogar vor dem Scheidungstermin bei seiner Frau. Für Außenstehende ergibt sich dabei der Eindruck, die beiden hätten die letzte Ehenacht sogar gemeinsam im Bett verbracht.

Dann hat die Tochter der beiden Liebeskummer. Sie bekommt von der Mutter einfühlsame Zuwendung und viel Verständnis. Neben vielen aufregenden Dingen, die der Landarzt zu bewältigen hat, vom Selbstmörder bis zum kleinen Jungen, die er jeweils rettet, gibt es noch eine Verwechslungs-Beziehungsgeschichte: Die Tochter des Pastors ist schwanger, der Landarzt nimmt sie bei sich auf, beide werden vom Pastor/Vater im Heu angetroffen.

Schaut man sich nun mit den Augen von Frau Meier diese Filmthemen an, so liest sich dieser Film wie ein gutes Drehbuch für die eigene Familie. Obwohl viel passiert, das pralle und aktive Leben wagt, sind die eigenen schmerzhaften Familienprobleme in diesem Drehbuch/Interpretationsmuster für Scheidungsfamilien erfolgreich gelöst. Der männliche Protagonist lebt ein aufregendes und erfülltes Leben, nicht vor der Glotze, sondern direkt, in Aktion, bis dahin, daß die Verwechslungssituation mit der Pastorentochter einen erotisch attraktiven, wenn auch nicht erotisch aktiven Mann zeigt. Auch die ambivalente Scheidungssituation ist klar gelöst und bleibt doch offen für alles an positiv freundschaftlichen bis erotischen Beziehungen. Wen wundert es noch, daß Frau Meier diesen Film nicht zum uninteressanten Fernsehen zählt und ihn zusammen mit ihrem Sohn anschaut. Und es wundert ebenfalls nicht, daß andere Familienserien mit vergleichbarer Familien- und Beziehungsdynamik im Beratungsgespräch auftauchen: *Ich heirate eine Familie* und *La Boum*.

Beide Serien handeln von Familien, die mit erheblichen Beziehungsproblemen beschäftigt sind. In *Ich heirate eine Familie* wird gezeigt, wie sich eine Mutter mit Kindern mit dem neuen Stiefvater zu einem turbulenten, jedoch gelingenden Familienleben zusammen findet. In *La Boum* geht es um eine französische Familie, in der mit Dynamik jedes einzelne Familienmitglied, Tochter, Mutter, Vater und Großmutter, sein/ihr Leben lebt, dabei immer wieder Beinahe-Katastrophen auslöst, die aber dann doch gemeistert werden, weil sich alle mögen.

Das Pubertätsthema: Erotik und Sexualität

La Boum ist, so Davids Eltern bzw. Stiefeltern, Davids Lieblingsfilm bzw. -serie. Er hat nicht nur eine oder mehrere Videokassetten, in seinem Zimmer hängt auch ein Poster der Serie. Das zentrale Thema von *La Boum* ist das Beziehungsleben eines Mädchens zu Beginn der Pubertät. Dieses Mädchen probiert im Film alle Nuancen von Beziehung aus, von attraktiv sein, von Freunde-Finden bis zur Möglichkeit, mit dem Freund zu schlafen bzw. dies dann doch nicht zu tun. Da Erotik kein Thema in der Familie ist, über das, wenn überhaupt, ohne Vorwürfe gesprochen wird, besetzt *La Boum* stellvertretend das Feld. Neben *La Boum* sieht David gern die Serie *Ein Engel auf Erden*, in der ein Engel in Gestalt eines freundlich dynamischen jungen Mannes helfend in die Alltagsprobleme eingreift und mit seinen magischen Kräften die Weichen zum gelingenden Leben stellt. David mag zudem auch *Otto*, diese Parodie auf Männerfiguren vom Typ des Rambo. Mit diesen Filmen umkreist er also in seiner Phantasie unterschiedliche Varianten von Männern.

4. Bedeutungskonstitution im Referenzrahmen der Texte

Das Familiensystem definiert die adäquaten Funktionen des Fernsehens ebenso wie die textuellen Angebote des Fernsehens in diesem Funktionszusammenhang, das seinerseits die Form der Interaktion strukturiert. In diesem interaktiven und medialen Funktionssystem hängt die gemeinsame oder individuelle Bedeutung von Filmfiguren, Filmsequenzen oder auch ganzen Serien bzw. deren Plots eng mit einer Vertrautheit mit Genres zusammen, die Verbindungsregeln anbieten. Letztlich ist nur das an Gestaltung innerhalb eines sozialen Rahmens möglich, was in den Texten schon „angelegt“ ist. Mit der Fülle der medialen Angebote bekommen Medien und ihre Genres die Funktion eines Bezugsrahmens, der jedoch nicht statisch ist. Es sind die Rezipienten, die ihrerseits aufgrund des textuellen Angebots und seiner großflächigen Genre-Strukturierung gewichten. Die kommunikations- und informationstechnologische Verbindung von Netzen mit Fernsehen und Computer zum Daten-Highway und zur Multimedia-Anwendung wird vertraute Genremerkmale auflösen und dabei eine höhere Verknüpfbarkeit von Textelementen ermöglichen. Der Weg zu individuellen Medienarrangements ist offen. Mediale Einzeltext werden in Prozessen der Bedeutungskonstitution in flexible mediale Systeme (Medienarrangements) integriert. Dazu zwei Beispiele: Ein neunjähriger Junge erzählt in seinem Zimmer von seinen Freizeit- und Medienvorlieben. Sein Medienarrangement ist primär thematisch aufgebaut. Er sucht sich Figuren und Aktivitäten, die sowohl zu seinen alterstypischen als auch zu seinen persönlichen Themen passen. Ein Gespräch mit Lucie, sie ist 17 Jahre, zeigt dagegen primär ein stilistisch einheitliches Muster, das sich über Genres als Bezugsrahmen konkretisiert. An der jugendlichen Lucie läßt sich dieser Typ eines medialen Bezugsrahmens: ganze und stilistisch abgestimmte Genres, als Trend schon deutlicher ablesen, als es im Augenblick bei Kindern möglich ist.

4.1 Ein Kinderzimmer als thematisches Medienarrangement

Ein neunjähriger Junge wird zu seinen Freizeit- und Medienvorlieben interviewt. Er beginnt mit Sport und Aktivitäten draußen (Fußball, Tischtennis, „manchmal auch“ Tennis, Basketball, Rollerskates, Fahrrad, Schwimmen) und betont dann, daß er in seiner Freizeit auch gern schläft. Er spielt gern mit Autos und Lego, sammelt Zeitschriften und hängt sich deren Poster an die Wand. „Musikfan“ ist er von Michael Jackson, von dem er nur ein paar Lieder gut findet (zwei nennt er), und von Scooter, einer Techno-Gruppe, die er u.a. mag, weil sie nur aus drei Leuten besteht.

Mit seiner Eisenbahn spielt er gern, und zwar Unfall. Er betont noch einmal, daß ihm Legofiguren wichtig sind. Er sammelt Figuren von McDonald's („spiele mit den normalen Figuren von McDonald's“) und aus Überraschungseiern. Mit einem kleinen Drachen spielt er Baby. Zwei Filme nennt er und erzählt auch den Plot sowie Details von ihnen: *Toy Story* und *Free Willy*. Von *Toy Story* hat er im Fernsehen bei seiner Oma eine Sendung gesehen, wie der Film produziert wurde. Er schildert Details. Bei der Oma spielt er auch mit seinen Freunden, fährt mit seinen Rollerskates, schaut sich dort aber auch Krimis an, Erwachsenenkrimis, amerikanische, wie er betont. Er kommt dann wieder auf die „Donald's“-Sammelfiguren zurück.

Dann erklärt er der Interviewerin die Poster, die an seiner Wand hängen und die er aus seinen Zeitschriften hat. Von den „Heroes 96“ findet er die Wrestler, u.a. den Undertaker „am doofsten“. Er nennt u.a. auch Hulk Hogan beim Namen. Er geht dann zu einem Plakat der *Power Rangers* über. Mit Engagement und Sachkenntnis schildert er Plot und Details der Serie. Danach spricht er kurz von *Captain Planet*, um erneut zu betonen, daß ihm am besten die *Power Rangers* gefallen. Er kommt dann noch einmal zum Poster mit den „Heroes 96“ zurück und verweist dort auf Sylvester Stallone, dessen Film er jedoch noch nicht sehen durfte. („Die sind erst ab zwölf.“) Er kennt jedoch den Terminator-Film, rückt sogleich zurecht, daß hier Schwarzenegger mitspielt. Von seinen Eltern hat er mitbekommen, daß in einem Film von Sylvester Stallone „gar keiner gestorben ist“. Danach spricht er über die Fußballer auf seinem Plakat.

Insbesondere das Plakat „Heroes 96“ scheint sozusagen als Lexikon für Filme, Filmfiguren und Filmserien zu fungieren, die er jeweils gewichtet in „doof“ und „gut“. Die Figuren beider Plakate, Fußballer, Boxer, *Power Rangers*, Action-Schauspieler, Wrestling-Stars lassen sich zu einem Männerbild vom starken Helden und Kämpfer kompilieren.

Die Interviewerin kommt dann noch einmal auf die Filme *Toy Story* („da ist alles aus dem Computer“) und *Free Willy* zurück. Im Anschluß an Details zum Film *Toy Story* erzählt er von einer „Alarmanlage“, die er sich mit Büchern und einer Glocke aus seinem Kaufmannsladen gebaut hat. Nachdem er im Bereich der Filmfiktionalität von *Toy Story* ist, erzählt er von der Alarmanlage. Vermutlich ist die Angelegenheit mit der Alarmanlage im Realitäts-Fiktionalitäts-Zusammenhang des Films *Toy Story* akzeptabel. *Toy Story* bringt eine Fülle von bekannten Fernseh- und Filmelementen, auch die der Werbung, die in der Spielwelt eines Kinderzimmers frei arrangierbar werden. Die Computeranimation unterstützt die eigenartige Beziehung von Realität und Fiktion in der Darstellungsweise. Möglicherweise ist die „Alarmanlage“ in der Realität des Kinderzimmers vergleichbar fiktional.

Weiterhin berichtet er von seinem SuperNintendo und den Spielen, die er dazu hat. Er erzählt, daß er mit größeren Jungen wetteifert, wer die meisten Spiele hat. Er leiht sich

von denen aber auch Spiele aus. Dann setzt er sich auf seine Bettcouch und holt ein Kuscheltier nach dem anderen, die auf seinem Bett herumliegen. Er hat, wie er sagt, zwanzig Stück, die er, bis auf einen Löwen, alle mit ihren von ihm verliehenen Namen benennt. Abschließend zeigt er einen Tyrannosaurus Rex, den er mit seinem Vater zu basteln begonnen hat. Dazu hat er einen Baukasten. Er hat auch ein Quartett mit Dinosauriern. Nur den Film durfte er noch nicht sehen.

Was der Medienmarkt für Kinder wie ihn anbietet hat, arrangiert er sich also zu seinem eigenen Zimmer. Das Zimmer ist seine Aneignungsform und seine Organisationsform, sowohl für Gegenstände wie für Erlebnisse. Er weist ihnen seinen Platz zu und kann dann, vergleichbar einem Text, die Elemente seines Medienarrangements erläuternd hervorholen. In bezug auf Fernseherlebnisse sind die Sekundärmedien der Poster schon in der textuellen Form, in der sie lexikalisch abrufbar und bewertbar sind. Deutlich sind hier die Poster mit den *Power Rangers* und *Heroes 96*. Bei den Postern mischen sich zudem Medienerfahrungen und der Wunsch, Filme mit den führenden männlichen Action-Figuren (Stallone, Schwarzenegger) zu sehen, die er altersbedingt noch nicht sehen darf, die in seiner Altersgruppe jedoch 'in' sind. Die amerikanischen Erwachsenenkrimis, von denen er behauptet, er dürfte sie bei seiner Oma sehen, weisen auf ein vergleichbares alterstypisches Thema. Dazu gehört vermutlich auch ein Teil seiner Sportaktivitäten, gehören sicher auch die Fußballer, die bei den „Heroes“ ganz oben stehen. Die gegensätzliche Ausprägung dieses Thema hat er sich mit den Kuscheltieren, die er liebevoll benennt, handhabbar auf sein Bett gesetzt.

Im Zimmer sind noch ohne thematisch erkennbar Einbindung, sozusagen als lexikalische Elemente, die diversen Sammelobjekte, z.B. die „Donalds“, und eine Fülle von Lego-Elementen. Wie er sie thematisch nutzt, läßt sich erahnen, wenn er sich eine Alarmanlage baut, um in seinem Zimmer ungestört zu sein. Ob sich hier Vorsicht oder Abgrenzung verbirgt, läßt sich im Interview allein noch nicht erkennen. Wenn er von einer seiner Spielkonstruktionen berichtet, dann scheint er um das folgende Themenfeld zu kreisen: Gefährdung/klein und hilflos wie ein Baby/älter und selbständig werden/gefangen werden und sterben.

Junge: Ja und ich hab auch 'ne Eisenbahn und mit der spiel ich auch oft. Und dann spiel ich immer, daß die irgend 'n Unfall macht, das sie dann ins Meer fällt, hm, und dann spiel ich auch noch mit meinen Lego-Figuren und meinen normalen Figuren von Mc Donald's und von Überraschungsei, ähm. (Zeigt seine Figuren und zählt sie auf.) Und dann spiel ich noch gerne mit dem Drachen hier. Den hier und den hier (zeigt Dinos aus Überraschungseiern) und das kleine Baby.

Interv: Und was spielst Du dann mit den Figuren?

Junge: Ach, daß da halt ein Baby geboren wird und daß das dann halt irgendwann älter wird und das dann auszieht, also daß das dann danach, wenn es auszieht, gefangen wird und stirbt.

Bei *Free Willy* taucht dieses Thema mit einer neuen Nuancierung auf. *Free Willy* war lange Gesprächsthema des Jungen. Er hat sich vor längerer Zeit den Film zusammen mit einem Freund im Kino gesehen. Der Film *Free Willy* bietet ihm nun Elemente des Bösen: die verschlagenen Bösen sperren den Wal Willy ein und beuten ihn für ihre Zwecke aus:

Junge: Also das is so'n Wal und der heißt Free Willy. Und da passiert halt viel. Also der wurde verfolgt. Und da ham auch Böse, also da war'n Böse dabei, die haben, na, ähm, so Schrauben locker gemacht aus dem Becken, wo er drinne war, also auch

beim Schwimmbad das war so'n Riesenbecken, ähm. Da ham die Schrauben locker gemacht und da is das Wasser raus gegangen. Und da wurd er halt wegtransportiert und ins Meer. Und dann kam halt die Bösen und die wollten den dann wieder holen. Und dann hat aber der, also, der richtige Freund von Free Willy hat dann die vertrieben. Und dann ham'se den Free Willy wieder ins Wasser gelassen zu seinen Eltern.

Die Emotionen dieser Geschichte hält sich der Junge vom Leibe, was der alterspezifischen Thematik entspricht, die er mit den „Heroes 96“ benannt hat; etwas, das er ebenso mit den amerikanischen Erwachsenekrimis bei der Oma oder mit der Konkurrenz um die SuperNintendo-Spiele realisiert.

Er erzählt deshalb von einem Mädchen oder einer Frau, die im Kino hinter ihm geheult hat: „Ja. Hinter mir saß eine, die hat dauernd geheult. Das war so doof. Auch bei untraurigen Sachen hat die immer geheult, obwohl das gar nicht traurig war. Das war eher gesagt lustig. Da hat die geheult. Das war so doof.“

Free Willy plus Baby bei dem Eisenbahnunfall mit kleinem Baby plus Alarmanlage verweisen, gegenläufig zu seiner Ablehnung der „heulenden“ Kinobesucherin, doch eher auf eine Ausprägung seines Themas mit Tränen hin.

Im Arrangement seines Zimmers sind die altersspezifischen Themen sichtbar, seine persönlichen Themen differenzieren dieses Arrangement in der Form von Spielkonstruktionen aus, in die u.a. differenzierte Filmerlebnisse eingehen.

4.2 Stilistisch integrierte Genres werden relevant

Lucie ist 17 Jahre alt, Schülerin eines Gymnasiums. Sie wohnt im Busbereich einer mittelgroßen Stadt. In ihrer Freizeit engagiert sie sich in einer kirchlichen Jugendgruppe und in einer Theatergruppe. In einem Jugendzentrum wird sie von zwei Medienpädagogen auf ihre Freizeit- und Medienvorlieben befragt. Sie trägt Jeans, Turnschuhe und ein offenes kariertes Hemd über einem T-Shirt. Ihre Haare hat sie hochgesteckt, sie ist geschminkt, jedoch nicht grell oder auffällig. Im Gespräch hat Lucie die Rolle der Fachfrau für das aktuelle Jugendleben, von dem sie aus ihrer Sicht berichtet.

Im ersten Teil des Interviews beschreibt sie aktuelle Musikrichtungen, Stile, Kleidung und Discos, wobei sie es vermeidet, sich einer bestimmten Gruppierung zuzuordnen. Im zweiten Teil des Interviews geht Lucie exemplarisch und ausführlich auf ihre eigenen Medienvorlieben ein. Sie erzählt von persönlichen Film- und Fernseherlebnissen, die sie hauptsächlich innerhalb ihres Freundeskreises gemacht hat. Im folgenden in Stichpunkten die Themen des Interviews, und zwar in der zeitlichen Abfolge des Interviews.

Musik, Discos:

Sie beschreibt verschiedene Discos, deren unterschiedliches Publikum und die dazugehörigen Musikrichtungen, ordnet sich selber keiner bestimmten Richtung zu.

Theatergruppe:

Lucie ist durch eine kirchliche Jugendgruppe an eine Theatergruppe gekommen und macht dort Jugendtheater. Die Theatergruppe spielt Stücke von der Gruppe „Rote Grüt-

ze“, früher spielte sie das Stück *Mensch, ich lieb dich doch*, jetzt spielt sie etwas zum Thema Gewalt, etwas Sozialkritisches.

Aktuelle Musikrichtungen:

Sie findet Techno „witzig zum Abfahren und Abtanzen“. Rap und Hip-Hop findet sie schrecklich. Lucie findet „ausgeflippte Sachen cool und irrsinnig verrückt“.

MTV-Musikvideos:

Sie kann selber keine Musikvideos sehen, weil sie kein MTV empfangen kann. Lucie drückt ihr Bedauern darüber ausgiebig aus. Wenn sie mal bei ihrer Oma ist, dann guckt sie MTV, während der Opa Mittagsschlaf macht.

Kleidung:

Momentane Modeerscheinung sind Schlaghosen, die Lucie „geil“ findet, „doof“ ist jedoch, daß damit jetzt alle rumlaufen.

Punks, Grufts:

Lucie mag sich keiner der beiden Gruppen zuordnen. Sie war früher oft in einer Disco, in der auch Punks waren. Davor war sie auf einem „Gruft-Trip“, findet Grufts faszinierend.

Gewalt:

Lucie kennt Skinheads aus ihrem Ortsteil vom Sehen. Außenseiter haben sich der Skinheadgruppe angeschlossen. Ihr Freund ist im Bus von Skinheads angepöbelt und geschlagen worden. Lucie kann sich vorstellen, daß die Skins Gewaltfilme sehen.

Fernsehen:

Lucie sagt: „im Fernsehen läuft nur Scheiße“. Sie mag gern „etwas Nettes“ sehen und gibt folgende Filme an: *Club der toten Dichter*, *Grüne Tomaten*, *Wayne's World*, *Bill und Head's verrückte Reise durch die Zeit*, *Die Herbstzeitlosen*. Sie kann zu Hause nur ARD, ZDF, RTL und SAT.1 empfangen.

Fernsehserien:

Lucie sieht *Wer ist hier der Boß* und *Eine schrecklich nette Familie*. Sie erzählt von einer Al-Bundy-Party (weibliches Publikum kommt so gekleidet wie die Frau aus *Eine schrecklich nette Familie*, Rothaarige kommen bei den Parties umsonst rein. Männliches Publikum kleidet sich wie Al Bundy mit Turnhose, Bier und Fernbedienung). Außerdem ist sie Fan der Serie *Die Lindenstraße*. Lucie bedauert, daß sie diese Serie nicht mehr sehen kann, weil sie zeitgleich mit ihrer Theatergruppe gesendet wird. *Die Lindenstraße* ist Montag morgens in der Bahn Gesprächsthema Nummer eins: „und ich kann nicht mehr mitreden“.

Sie wird von einem Bekannten „Beate“ nach der Friseurin aus der *Lindenstraße* genannt. Lucie erzählt folgende Szene: Robert Engel hat immer die Frauen fertig gemacht. Um sich dagegen zu wehren sind zwei Frauen, Beate und eine Polin, zu ihm in die Wohnung gegangen und haben ihm „eine fette Ratte auf den Arsch tätowiert“. Das findet Lucie „cool“. Sie drückt große Begeisterung für diese Szene aus. Sie hat damit begonnen, *Lindenstraße* zu gucken, weil die Punks das immer geguckt haben.

Videosessions:

Lucie macht zusammen mit ihren „Kumpels“ Videosessions, meist eine ganze Nacht lang. Vorher werden die Filme gemeinsam ausgesucht, wobei Lucie immer die „schönen Sachen“ sehen will, „was zum Heulen“. Die anderen wollen lieber Splatter- oder Gewaltfilme sehen. Zombiefilme guckt sie nicht, statt dessen geht sie aus dem Zimmer. Wenn sie bei den Videosessions dabei ist, gucken die anderen auch nicht die „ganz harten Sachen“. „Irgendwann schläft man dann halt vor dem Fernseher ein.“

5. Neue soziale Phänomene: Alltagsästhetische und stilistische Differenzierung

Medienarrangements entstehen in einer sich dazu adäquat verändernden Gesellschaft. Immer mehr individuelle Nutzung von und Verfügung über Medien und Informationen sind Teil einer Welt, in der individuelles Handeln nicht nur typisch, sondern auch unabdingbar ist. In der Logik des individuellen Handelns entsteht eine Gesellschaft, die sich nach Lebensstilen⁴ differenziert. Zum Vergleich ein Blick eine Generation zurück auf den Beginn des Fernsehen: In den fünfziger und sechziger Jahren entwickelte sich Fernsehen in einer Gesellschaft, die hierarchisch nach Schichten differenziert war. Fernsehen hatte damals ein Publikum, das sich hierarchisch nach Schichten in Oben/Mitte/Unten gliederte. Kultur, dazu gehörte Fernsehen, paßte zu diesen Schichten und ließ sich auch als schichtspezifisches Abgrenzungsmittel einsetzen, weil die Zuschauer schichtspezifisch nach ihren Vorlieben einzuordnen und anzusprechen waren (vgl. Bourdieu 1989). Diese vertikale Gliederung nach Schichten verschiebt sich zur Zeit in eine horizontale Gliederung nach Stilen und entsprechenden kulturellen Milieus. Es entsteht gerade eine stilistische Differenzierung nach Mode, Medienvorlieben oder Freizeitpräferenzen, die quer liegt zur Schichtgliederung nach Einkommen, Beruf und Bildung. Kinder, Jugendliche und Erwachsenen unterscheiden sich voneinander bzw. finden sich beispielsweise über die Kappen und Jeans, die sie sich kaufen bzw. die sie ablehnen. Dabei stehen Kappen und Jeans in einer Fülle anderer, ästhetisch gleichartiger Konsumobjekte, Medien, Freizeitaktivitäten und Orte.

Hierzu als ein Beispiel von vielen das Zeitungsinserat einer süddeutschen Modekette, die für ihren „NIKESHOP“ in der regionalen Zeitung wirbt. Vor einer violetten Wolkenskulisse spielt ein farbiger Basketballer in Sportkleidung gegen einen jungen Weißen in Straßenkleidung mit Sweatshirt und Baseballkappe (wie zu erwarten, mit Schirm nach hinten). Kenner wissen sofort, es geht um Streetball. Das ist eine Mischung aus Basketball, Freiluftdisco mit Hip-Hop⁵, Cola und lockeren Klamotten (oversized, Kappen, teure Turnschuhe). Dazu gehört der Spaß am fixen Ballspiel in freien Nischen einer Stadt. Es ist ganz und gar kein Vereinssport. Streetball ist jedoch nicht nur irgendeine neue Sportart, es ist zugleich eine Jugend-Szene mit dem Image des Aufbruchs aus dem Ghetto, bei dem der eigene Körper bei Spiel und Kommunikation im Mittelpunkt steht. Musik, Aktivitäten und Anzihsachen passen zusammen und sind zudem als Erkennungszeichen und Verständigungsmaterial objektiviert. Deshalb läßt sich die Adressatengruppe für diese Anzihsachen auch eingrenzen und das Marketing für Turn-

⁴ zum Konzept der Lebensstile vgl. Müller (1992) und Ferchhoff (1993)

⁵ Hip-Hop = Rap: Sprechgesang mit politischer Botschaft, der in den Großstadt-Ghettos der Schwarzen in den USA entstanden ist.

schuhe, Bälle, CDs, Hosen, Sweatshirts, Sender usw. gut planen. Die Werbung bringt aber mehr als nur die Reklame für Kaufprodukte; Werbung wird sozusagen zur Metaebene, zum symbolischen Rahmen einer Jugendszene.

Ein zweites Beispiel für die sich abzeichnende neue Sozialstruktur der Szenen und Milieus, die sich über „ihre“ jeweiligen stilistisch passenden Elemente organisiert, ist die Zuschaueranalyse, die der Sender Pro Sieben 1994 hat durchführen lassen.⁶ Danach gliedert sich das Pro Sieben-Publikum nicht nach der Dimension „oben / unten“, sondern in „Entspannungssucher“, „Mediensurfer“, „Gefühlsbetonte“ und „Actionfans“. Diese Nutzertypen haben aufgrund ihrer „Werteorientierung“ und ihrer „sozialen Lage“⁷ unterschiedliche Programm- und Nutzungsvorlieben, die die Rezeption mit dem alltäglichen Handeln über spezifische Stile verbinden. Hier die Merkmale dieser vier Nutzergruppen:

„Die Entspannungssucher:

- Beruflich stark beanspruchte Männer und Frauen
- Bedürfnis, immer gut informiert zu sein, Bescheid zu wissen, mitreden zu können
- Nutzung von TV sowohl zur Information als auch - vor allem (!) - zur Entspannung als 'Strebflöser'
- Auseinanderklaffen zwischen Anspruch und Verhalten: Entspannung auch durch 'leichte Kost' (konflikthaft!)
- Klare Sendungspräferenzen: Kinofilme / Spielfilme eines mittleren Anspruchsniveaus
- Darauf bedacht, sich immer gut zu präsentieren, hohe Kritikfähigkeit
- Sowohl aktive, erlebnisorientierte Freizeit als Erholung und Strebflösung“. (S. 13)

„Die Mediensurfer:

- Junge Leute, mit TV groß geworden,
- Souveräner Umgang mit einer Vielzahl von Medien
- Unregelmäßige, aber häufige Nutzung des Fernsehens
- Nutzung einer breiten Palette an Sendungen, 'alles was Spaß macht', vor allem Spielfilme, Serien
- Keine Sendertreue, freies und souveränes 'Flottieren' durch die Kanäle
- Wache und kritikfähige Grundhaltung, aber nicht 'verkopft' und rigide
- Vielseitige Freizeitinteressen, großer Freundeskreis“. (S. 30)

„Die Gefühlsbetonten:

- Hausfrauen und Mütter, deren Lebensmittelpunkt die Familie ist
- An Medien gerichtetes Bedürfnis nach Emotionalität, Gemeinschaft, Teilnahme an der Welt
- Fernsehen ist unentbehrlicher Bestandteil des Alltagslebens
- Regelmäßige und häufige Nutzung des Fernsehens (lediglich zur Unterhaltung)
- Interessen an Familienserien, 'weichen' Filmen und Shows (Identifikation und Emotion)

6 SINUS Sozialwissenschaftliches Institut: Strukturanalyse der Zuschauer von Pro 7. Ergebnisse einer qualitativ-orientierten Pilotstudie. Im Auftrag der MGM MediaGruppe München. Heidelberg (SINUS Sozialwissenschaftliches Institut Nowak und Partner GmbH, Ezanvillestraße 59, 69118 Heidelberg) Mai 1994

7 soziale Lage: Unterschicht, Untere Mittelschicht, Mittlere Mittelschicht, Obere Mittelschicht, Oberschicht; Werteorientierung: Traditionelle Grundorientierung 'Bewahren', Materielle Grundorientierung 'Haben', Wertewandel mit den drei Unterkategorien: Hedonismus 'Genießen', Postmaterialismus 'Sein', Postmodernismus 'Haben, Sein und Genießen'; Sinus 1994, S. 9.

- Meist häusliche Nutzung der Freizeit, Bedürfnis nach 'Alltagsflucht'". (S. 47)

„Die Actionfans:

- Männliche Handwerker und Arbeiter
- Regelmäßige, 'ritualisierte' Nutzung von Medien im Alltag
- Wunsch nach packender Information und Unterhaltung, abwechslungsreich und spannend ('starke Reize')
- Interesse für Actionfilme, Sport und Informationsendungen
- 'Starker-Mann'-Syndrom, Ablehnung von Passivität und 'Gefühlsduselei'
- Wunsch nach Freiheit und Ungebundenheit in der Freizeit". (S. 64)

Wie kommt es zu dieser neuen Form der Abgrenzung und der Integration? Hierfür ist die Konsumorientierung der modernen Industriegesellschaft der Auslöser. Die Menschen bauen sich individuell ihre verschiedenen Lebenswelten auf. Sie verwenden dazu Konsumangebote, gerade auch die Medien, jedoch nicht als eigenständige, isolierte Elemente, sondern als aufeinander bezogene Teile komplexer Arrangements, die unterschiedliche Themen und „Kristallisationskerne“ haben. So kann Sport solch ein „Kristallisationskern“ sein und den Inszenierungsrahmen für stilistisch und thematisch unterschiedliche Szenen abgeben. „Wrestling“ und „Streetball“ sind hierfür immer noch aktuelle Beispiele, die ihren jeweiligen Fans gegensätzliche Stile bieten. So ist Wrestling eine sprachlose und groteske Kampf-Inszenierung, die als Körper-Ritual funktioniert. Streetball-Fans handeln dagegen aus, wer, wo, wann, mit wem und wie spielt. „Aushandeln“ oder „Ritual“ ist einer der wichtigen Unterschiede, bei denen es nicht darum geht, oben oder unten zu sein, sondern welche Lebensstile man bevorzugt. Die Kristallisationskerne solcher Szenen scheinen beliebig und nur dem individuellen Geschmack unterworfen zu sein. Wer es nicht mit dem Körper hat, der kann sich unterschiedlichen Musikstilen anschließen und beispielsweise zum „Techno Rave“ nach Berlin oder Zürich abschwirren oder, alternativ, sich mit Hip-hop-Fans treffen. Neben Körper, Musik finden sich Jugendliche über ihren Straßenstil (vgl. Polhemus 1994) - beispielsweise als Punks oder Skins - auf Straßen, Plätzen, Bahnhöfen usw. Weniger sichtbar sind Fan-Gruppen vom Typ der Computer-Hacker oder der Video-Gruppen (vgl. Eckert, Vogelsang, Wetzstein und Winter 1991a, Vogelsang 1991, Eckert, Vogelsang, Wetzstein und Winter 1991b).

In dieser alltagsästhetisch und stilistisch differenzierten Gesellschaft schiebt sich die Zeichenfunktion der Dinge und Ereignisse in den Vordergrund, was dann wiederum von den Rezipienten eigenständige und gestaltende Prozesse der Bedeutungskonstitution fordert, um aus den beliebigen symbolischen Bausteinen ihre individuell kohärente Lebenswelt aufzubauen.

Literatur

- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M.
- Bourdieu, Pierre (1989): Die feinen Unterschiede. 3. Auflage, Frankfurt a. M.
- Charlton, Michael und Ben Bachmair (1990) (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag - Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. München

- Eckert, Roland, Waldemar Vogelgesang, Thomas A. Wetzstein, und Rainer Winter (1991a): Grauen und Lust - die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Video-konsum. Pfaffenweiler
- Eckert, Roland, Waldemar Vogelgesang, Thomas A. Wetzstein und Rainer Winter (1991b): Auf Digitalen Pfaden. Die Kulturen von Hakern, Programmierern, Crackern und Spielern. Opladen
- Ferchhoff, Wilfried (1993): Jugend an der Wende des 20. Jahrhunderts. Lebensformen und Lebensstile. Opladen
- Fiske, John (1993): Television Culture. London
- Gebauer, Gunter und Christoph Wulf (1992): Mimesis. Kultur.- Kunst - Gesellschaft. Reinbek
- Gerlach, Franz (1993): Medien im Kinderzimmer. Medienspuren in Zimmern von Mädchen und Jungen. In: medien praktisch 4/1993, S. 30 - 34
- Goethe, Johann Wolfgang von (1988): Hamburger Ausgabe, Band 6. München
- Jorgensen, Sven Aage, Klaus Bohnen, Per Ohrgaard (1990): Aufklärung, Sturm und Drang, frühe Klassik. 1740-1789. Band VI. Geschichte der deutschen Literatur. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. Begründet von Helmut de Boor und Richard Newald. München
- Müller, Hans-Peter (1992): Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Frankfurt
- Polhemus, Ted (1994): Street style. From sidewalk to catwalk. London
- Schmidt, Jochen (1988): Die Geschichte des Genie-Gedankens in der deutschen Literatur, Philosophie und Politik 1750-1945. Bd. 1. Von der Aufklärung zum Idealismus. 2. Auflage, Darmstadt
- Schütz, Alfred (1971): Gesammelte Aufsätze I. Das Problem der Sozialen Wirklichkeit. Den Haag (Martinus Nijhoff). (*Englische Originalausgabe: Collected Papers I. The Problem of Social Reality.* Edited and Introduced by Maurice Natanson. The Hague, Boston, London: Matinus Nijhoff, 1962, 1st edition, 1982, 5th printing)
- Silverstone, Roger (1994): Television and Everday Life. London
- Vogelgesang, Waldemar (1991): Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neue Fankultur. Opladen