

Jahrbuch Medienpädagogik 1

herausgegeben von
Stefan Aufenanger, Renate Schulz-Zander
und Dieter Spanhel

im Auftrag
der Kommission Medienpädagogik
in der Deutschen Gesellschaft
für Erziehungswissenschaft

Leske + Budrich, Opladen 2001

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich.

ISBN 3-8100-2895-9

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier.

© 2001 Leske + Budrich, Opladen

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

Satz: Leske + Budrich
Druck: Druck Partner Rübelmann, Hemsbach
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

<i>Stefan Aufenanger, Renate Schulz-Zander und Dieter Spanhel</i> Einleitung	9
Medienpädagogik	
<i>Karl-Herrmann Schäfer</i> Medienpädagogik als Teildisziplin der Allgemeinen Erziehungswissenschaft	17
<i>Melissa Phillips</i> Media Education in the United States: A Check Under the Gestalt Hood	47
<i>Michael Charlton</i> Familie und Kinder in der Mediengesellschaft	61
<i>Horst Dichanz</i> Zur Aufgabe einer medienpädagogischen-Neuorientierungen	73
<i>Ingrid Paus-Haase</i> „Vom Bewahren zum Wahrnehmen und Verstehen“. Medienpädagogische Konzepte in unserem Informationszeitalter	85
Medienkompetenz	
<i>Stefan Aufenanger</i> Multimedia und Medienkompetenz – Forderungen an das Bildungssystem	109

<i>Dieter Baacke</i> Die Familie im Informationszeitalter. Medienkompetenz als Herausforderung	123
<i>Dieter Spanhel</i> Anforderungen an die Lehrerbildung auf der Basis von Erfahrungen in Modellversuchen zur Medienerziehung	135
<i>Dieter Höltershinken</i> Selbstentdeckendes Lernen (und Lehren) – ein Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz in frühpädagogischen Institutionen ...	153
<i>Christine Feil</i> Der Umgang mit den Medienerfahrungen von Kindern als Grundlage der Vermittlung von Medienkompetenz	167
<i>Norbert Meder</i> Multimedia in der Ausbildung von Pädagogen und Pädagoginnen	177
 Lernen mit Medien	
<i>Claudia de Witt</i> Bildungsprozesse in interaktiven medialen Umgebungen	193
<i>Günter Dörr</i> Multimediale Lernumgebungen in der betrieblichen Weiterbildung	203
<i>Cornelia Gräsel</i> Lernen mit Computernetzen an der Hochschule	219
<i>Heinz Moser</i> Mit Computern in die Grundschule – ein Evaluationsbericht	235
<i>Renate Schulz-Zander</i> Neue Medien als Bestandteil von Schulentwicklung	263
<i>Gerhard Tulodziecki</i> Nutzung von Multimedia – ein Weg zur Verbesserung schulischen Lehrens und Lernens?	283
<i>Ludwig J. Issing und Robert Strzebkowski</i> Multimedia und Hypermedia – aktives Lernen mit Spaß	301

Medien und Kommunikation

Ben Bachmair

Bedeutungskonstitution als kulturelle Aktivität der Rezipienten –
Wie virtuelle Texte entstehen 319

Renate Luca

Medien und Emotionen. Eine vernachlässigte Dimension in der
Medienpädagogik 337

Horst Niesyto

VideoCulture – interkulturelle Kommunikation mit Video 351

Norbert Neuß

Zeichnungen als Erhebungsinstrument der qualitativen
Rezeptionsforschung 363

Manuela Pietraß

Distanz im Spiel – Die medienpädagogische Bedeutsamkeit der
Präsentationsbedingungen von Computerspielen 385

Uwe Sander

Mediatisierte Kommunikation in Mediengesellschaften 405

Ralf Vollbrecht

Manga & Anime 441

Ben Bachmair

Bedeutungskonstitution als kulturelle Aktivität der Rezipienten – Wie virtuelle Texte entstehen

Der ganzheitliche Blick auf das Kinderfernsehen, der die Kinder und ihren Umgang mit Fernsehen mitbedenkt, ist heute selbstverständlich. So wird beispielsweise Qualität von den Kindern her, von der Funktion der Fernsehangebote in ihrem Alltagsleben bestimmt. Was nun theoretisch ansteht, ist der Blick auf den gemeinsamen kulturellen Rahmen, der Fernsehen ebenso wie Kindheit verändert.

Um es salopp zu formulieren, es entsteht so etwas wie postmodernes Fernsehen und postmoderne Rezeption. So haben wir es einerseits mit einer Desintegration des Medien- bzw. des Fernsehangebots zu tun. Das zeigt sich an einer Zersplitterung in Spezialkanäle und Spezialangebote bis hin zu Mini-Genres wie Senderlogos, Programminformationen, Hinweise auf Werbeunterbrechung. Andererseits entwickeln die Rezipienten Integrationsmechanismen, die qualitativ etwas anderes sind als nur aktive Rezeption eines komplexen Angebots.

Wie läuft diese Integration ab? Auf der Basis aktiver Rezeption und aktiver Lebens- und Alltagsgestaltung „basteln“ sich Kinder, wie die Jugendlichen und die jungen Erwachsenen ihre subjektiv bedeutsamen Arrangements von Medien, Kaufobjekten und Ereignissen.¹

Wie diese Arrangements von Medien und Kaufobjekten aussehen und wie symbolisch Zeichenhaftes und handfeste Materialität² eine Einheit als Text eingehen, lässt sich an Kinderzimmern³ richtiggehend ablesen. Im vertrauten Familienraum des Kinderzimmers integrieren Kinder in Prozessen der

1 Mit dem Bild des „Bastelns“ lässt sich die mit Individualisierung einhergehende Lebensgestaltung der Menschen heute benennen. Vgl. Hitzler, Ronald: Sinnbasteln.; Zur subjektiven Aneignung von Lebensstilen. In: Mörth, Ingo, Fröhlich, Gerhard (Hrsg.): Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu.; Frankfurt a.M. (Campus) 1994, S. 75-92

2 Vgl. Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1988

3 Vgl. Gerlach, Franz: Medien im Kinderzimmer. Medienspuren in Zimmern von Mädchen und Jungen. In: Medien praktisch Heft 4, 1993, S. 30-34

Bedeutungskonstitution die vielfältig bis disparaten Konsumangebote und verwenden sie als subjektive Lebensweltbausteine. Dabei mutiert der vertraute soziale und physikalische Raum zum Text, der Kindern hilft, die Konsumangebote zu integrieren.

Auf Seiten der Medien setzt dies Integrationsangebote voraus, die auch schon – mehr oder weniger – naturwüchsig entstanden sind. Das reicht von benannten Programmflächen, über Merchandizing und der Spezialisierung auf Genres wie Cartoons bis hin zur stilistischen Integration z.B. bei Nickelodeon oder BravoTV.

1. Von der Rezeption im BBC-Model zu subjektiven Textarrangements

Als es in den fünfziger Jahren üblich wurde fernzusehen, entwickelte sich schnell eine eigene Rezeptionsform, die auf den ersten Blick wenig mit den damals kulturell vertrauten Medien Buch oder Kino und ihren Rezeptionsformen zu tun hatte. Der Kulturphilosoph Günter Anders⁴ befand zu dieser Zeit, mit dem Fernsehen entstünde ein „negativer Familientisch“ (S. 104). Zwar entwickle der Fernsehapparat eine dem Familientisch entsprechende „Gravitationskraft“, die jedoch nicht als „Mittelpunkt“, sondern als Fluchtpunkt zu denken sei:

„Während der Tisch die Familie zentripetal gemacht und die um ihn Sitzenden dazu angehalten hatte, die Weberschiffchen der Interessen, der Blicke, der Gespräche hin und her spielen zu lassen und am Tuch der Familie weiterzuweben, richtet der Bildschirm die Familie zentrifugal aus ... Nicht mehr zusammen sind sie (die Familienmitglieder), sondern nur noch beieinander, nein nebeneinander, bloße Zuschauer.“

Erstaunlicherweise hat Günter Anders die Fernsehrezeption in ihrer ersten Entwicklungsphase doch recht komplex gesehen, weit mehr als nur ein passives Aufnehmen transportierter Informationen. Hätte er sich zudem die Mühe gemacht, in die Geschichte der Medienrezeption zurückzublicken, hätte er antiquarische Rezeptionsformen des Buches heranziehen können, um die neue Menschen-Medien-Beziehung des Fernsehens der fünfziger Jahre zu bewerten. So gab es beispielsweise gegen Ende des 18. Jahrhunderts eine harmonisch lebendige Vorlesesituationen.⁵ Vorlesen im selbstgewählten Zirkel ent-

4 Anders, Günther: Die Welt als Phantom und Matrize. In: Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen. Band 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten Industriellen Revolution. München (Beck) 1987, 7. Auflage, S. 97-211 (1. Auflage 1956)

5 Kupferstiche aus dieser Zeit belegen solche Situationen (z.B. von D. N. Chodowiecki, abgedruckt bei Schön 1987, S. 192f.). Um einen Tisch herum gruppieren sich Männer, Frauen und Kinder. Der Betrachter ist in diese Gruppensituation integriert; er könnte an der ihm zugewandten Tischseite Platz nehmen. Auf dem Kupferstich liest ein älterer und gesetzter Mann aus dem vor ihm auf dem Tisch liegenden Buch vor. Er macht einen gespannten, lebendigen Eindruck. Die zuhörenden Männer und Frauen sind

sprach damals einer langen Sehnsucht nach bürgerlich privaten und harmonischen Situationen, die von außen niemand kontrollieren oder steuern konnte.

Dies Moment taucht auch in der frühen Fernsehrezeption der Familie auf. Das Medium und sein redaktionell ausgewogenes Programm mit Information, Unterhaltung und Bildung, das für alle etwas bietet, stand im Mittelpunkt einer Freizeitaktivität. Der Hörfunk begann dann recht schnell, auf sich wandelnde Rezeptionsformen zu setzen. Bei den Autofahrerwellen zu Beginn der siebziger Jahre rückt das Medium an den Rand einer Lebenssituation, im Auto z.B. zur Arbeit oder in die Freizeit zu fahren. Die angebotenen Genres änderten sich; leicht erfassbare und Information, die die Autofahrer nicht ablenkten, begannen zusammen mit Unterhaltung zu dominieren. Rezeption basierte damit fraglos auf schweifender und selektiver Aufmerksamkeit. „Zapping“ oder „Switchen“ gab es damals zwar noch nicht als Begriffe, jedoch schon als Rezeptionsform, auf die sich das Autoradio z.B. mit dem Sendersuchlauf technisch auch recht schnell einstellte.

Mittlerweile gibt es auch beim Fernsehen vergleichbare Rezeptionsformen, Situationen und Erlebnisweisen. Im Rund der Familien in der Freizeit eine spezifische Sendung im Rahmen zweier Vollprogramme zu sehen, mutet heute rührend altmodisch an. Wir würden es ganz und gar nicht als desintegrierend kritisieren. Günther Anders' Kritik am „negativen Familientisch“ ist kaum mehr nachzuvollziehen. Heute richtet sich dagegen die aktuelle Kritik auf die postmoderne Unverbindlichkeit der Rezeption in scheinbar beliebigen Situationen, bei der Kinder und Jugendliche die Vorreiter sind. So spricht die neueste BAT-Studie von einer „Konfetti-Generation“, die alles irgendwie aufnimmt und irgendwie in den eigenen Bezugshorizont einbaut. Fernzusehen ist als ein Freizeit- und Alltagselement offensichtlich qualitativ etwas anderes geworden, als es einst in den Fünfzigern war.

Fazit: Damals wie heute und vergleichbar dem Medium Buch verändert sich die Rezeption. Wenn man das differenzierte Gewebe der Mensch-Medienbeziehung ohne kulturelle Vorurteile betrachtet, lassen sich Muster entdecken. Die Frage nach Nutzungsmustern liegt bei der Fülle der Programmangebote auf der Hand: die Rezipienten kommen gar nicht umhin zu gewichten, auszuwählen, zu springen, zu suchen oder dabei zu bleiben. All diese Aktivitäten sind Teile bzw. Strategien eines individuellen Nutzungsmusters.

Wenn es also bei Nutzungsmustern wie dem Zappen beispielsweise um Auswählen, Verbinden und Suchen geht, dann ist fernzusehen auch als Handlungsform zu beschreiben, die eine innere Logik besitzt, eine Logik, die komplexer ist als die, nur auf mediale Reize analog zu reagieren. Wie schon beim Buch verändert sich die Mensch-Medienbeziehung im Rahmen des

konzentriert, haben jedoch ihre eigene und Individualität ausstrahlende Körperhaltung. Die Kinder müssen sich nicht der Rezeptionssituation unterwerfen, sie sind integriert, haben Körperkontakt mit Mutter und Großmutter, schauen sich spielerisch an. Vgl. Schön, Erich: *Der Verlust der Sinnlichkeit oder Die Verwandlung des Lesers: Mentalitätswandel um 1800*. Stuttgart (Klett-Cotta) 1987

kulturellen Kontextes, beispielsweise im 18. Jahrhundert weg vom autoritativen Vorlesen hin zum biedermeierlich privaten Lesezirkel oder zum stummen Alleinlesen beim ruhigen Sitzen, das die allgemeine Schulpflicht verfestigt hat.

1.1 Multimedia, Individualisierung und die Medien als Texte

Es gibt aktuell zwei kulturelle Komponenten, die nicht nur die Rezeptionsmuster verändern, die darüber hinaus die Mensch-Medienbeziehung in ihrer Dynamik spezifisch neu gewichten bzw. neue Gewichtungen abverlangen. Das sind Multimedia und Individualisierung.

Multimedia heißt: Telefon, Computer und Bildschirm wachsen zusammen. Nimmt man ein weniger organisches Bild zur Beschreibung des aktuellen Prozesses, so durchdringen und überlagern sich Telefon, Computer und Bildschirm zu einem integrierten System, bei dem über die Technologie spezifische Aktivitäten zusammenkommen; vom Telefon die Interaktion, vom Bildschirm die lange Tradition der Unterhaltung und vom Computer die Arbeit.

Individualisierung heißt im wesentlichen etwas anderes als die Fragmentierung einer Gesellschaft. Im Kern geht es um die individuell zu verantwortende Lebensgestaltung, bei der die Menschen in eigener Regie⁶ (Hengst) und mit eigenem Risiko⁷ ihre Lebenswelt aufbauen.

Multimedia im Zusammenspiel mit Individualisierung führt zu einem anderen als dem uns vertrauten Medienbezug. Dabei ist schon der Terminus „Medien“ nicht mehr adäquat. Multimedia, auch die aktuellen Vorformen, bei denen Fernsehsendungen mit Merchandizingprodukten und Sekundärmedien wie Magazinen oder Postern eine Einheit bilden, legen ein Verallgemeinerung in Sachen Medien nahe. Es ist heute sinnvoll, nicht mehr von der „Rezeption von Medien“ zu sprechen, sondern statt dessen von „textbezogenen Aktivitäten“. In der Fortsetzung der Diskussion um die aktiven Rezipienten der Medienkommunikation *stellen die Rezipienten ihre eigenen subjektiven Medienarrangements her, und zwar in individueller Bedeutungskonstitution*.

Dabei spielen Medien zwar keine neue Rollen, werden aber zu einem Funktionsteil in Arrangements aus Medien, Dienstleistungen und Waren. Diese Arrangements sind vorfabriziert. Merchandising ist dazu ein prägnantes Phänomen. Wenn man die innere Logik der Angebote beschreiben möchte, bietet sich an, von intertextuellen Gebilden zu reden. Die Verbindung wird künftig zunehmend über vernetzte Medien laufen: Im Internet virtuell einzukaufen, ist dazu eine brauchbare Denkmöglichkeit.

6 Hengst, Heinz: Richtung Gegenwelt? Kinderkultur als gleichaltrigenorientierte Konsumkultur. In: Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Handbuch der Medienerziehung im Kindergarten. Teil 1: Pädagogische Grundlagen. Opladen (Leske + Budrich) 1994

7 Beck, Ulrich: Risikogesellschaft.; Auf dem Weg in eine andere Moderne.; Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1986

Wie sieht die subjektive Seite der Medienarrangements aus? Dabei spielt das Phänomen der Individualisierung eine wichtige Rolle: Die Menschen basteln individuell sich ihre eigenen Arrangements zusammen. Dies geschieht zum einen über spezielle Nutzungsstrategien; das sind Nutzungsmuster wie Zappen. Wenn man jedoch Kinder sieht, wie sie mit den Klamotten zur Rapmusik mit Rollerblades fahren oder statt dessen auf „Caught in the Act“ abfahren, ihr Geld für Plüschtiere ausgeben, die sie bei einem Konzert dann auf die Bühne werfen und das eigene Zimmer mit Dutzenden von Postern zukleben, dann zeichnet sich mehr ab als nur eine spezifische Strategie des Umgangs mit Medien, Dienstleistungen und Situationen

2. Konkret und virtuell zugleich – symbolisch materiale Arrangements und ihre Dimensionen

2.1 Marias Zimmer: Ein unauffälliges Beispiel für symbolisch materiale Arrangements

Maria, 13 Jahre alt, wohnt in einer Siedlung einer kleineren Stadt im Häuschen ihrer Eltern. Sie hat ihr eigenes ca. 8 Quadratmeter großes Zimmer, in dem sie eine Fülle von „Dingen“ aufgehängt und abgelegt hat.

An den Wänden hängen folgende Sachen:

- Ca. 45 Poster von Caught in the Act (Gruppenbilder und Einzelbilder), Wandbehang von Caught in the Act, Zeitungsausschnitte von Caught in the Act,
- Bild mit Pferd
- Foto von ihrer Kindergartengruppe
- Wanduhr, Kalender

Auf ihrem Bett, eine Couch mit Überbau liegen: Plüschtiere (Mickey Maus, Feivel), Decke von Caught in the Act, 2 Puppen, 1 Kissen.

Auf dem Überbau der Couch befinden sich: Wecker von Caught in the Act, mit Muscheln besetzte Schmuckkiste (ein Geschenk von der Oma), kleine Sammeltasse, Puppe mit finnischer Tracht, Überraschungseierfiguren.

Schrankwand mit Fernseher, Stereoanlage:

- *Bücher*: Mädchenromane, Walt Disney, Märchenbücher, Ronja Räubertochter, Kinderbibel, Aladin, Bücher von Caught in the Act, mehrere Bücher: Mein Körper – Was ist das?
- *Cds und Tonkassetten*: Gute Zeiten, schlechte Zeiten, Bravo Hits, Caught in the Act, Kassette Ronny's Pop Show
- an den Türen der Schrankwand: Poster von Caught in the Act
- auf der Schrankwand: Barbiepuppe.

Auf dem Fernseher befinden sich:

- 3 Porzellanfiguren: Hund, 2 Bären
- Überraschungseierfiguren: Zwerge, Top Ten Teddys, Die Dapsy Dino Familie, Bingo
- Birds, Happy Bunnys, Elefanten, Nilpferde, Pinguine, Krokodile, 1 Schildkröte.

Schreibtisch mit einem noch nicht fertigen Puzzle mit dem Motiv des Dresdner Hafens und einem Globus

Vitrine mit Parfüm und Hygieneartikeln

Tisch mit künstlichem Blumengesteck (Weihnachtsgeschenk)

Medien, von denen Maria im Interview spricht

In ihrem Zimmer unterhalten sich zwei Studentinnen mit Maria über ihre Medien- und Freizeitvorlieben. Die beiden Studentinnen kennen Maria.⁸

Dabei erwähnt Maria:

- Gute Zeiten – schlechte Zeiten (Serie, RTL, Mo-Fr: 19.40-20.15)
- Beverly Hills 90210 (Serie, RTL, Sa: 16.55-17.55 ; oder RTL2, Mo-Fr: 17.55-18.55)
- TV-Roman (RTL, Mi: 20.15-22.00)
- Boxen (Sport, RTL, unregelmäßig Sa: 20.00-23.00)
- Fußball (Sport, RTL, oder SAT1 : ran, Sa: 18.00-20.15)
- Glücksritter (Spielshow, RTL, gelegentlich Sa: 20.15-22.00)
- Superstrolche (Spielfilm)
- Mila (Serie, RTL 2, Mo-Fr: 14.05-14.30)
- Die tollen Fußballstars (Serie, RTL 2, Mo-Fr : 14.30-14.55)
- Vor dem Interview hat Maria schon erzählt, dass sie Walt Disney- Filme sieht, und zwar nicht die Zeichentrickfilme.
- Marias kleine Schwester sagt den Interviewerinnen, dass Maria „Notruf“ (So: 19.10-20.15) sieht.

Caught in the Act – das sichtbare Zentrum

Maria ist seit fünf Jahren Fan von Caught in the Act und hat Folgendes von dieser Gruppe in ihrem Zimmer:

- Ca. 45 Poster aus „Bravo“, „Hit“ oder „Popcorn“
- Wecker
- Bettwäsche
- Armbanduhr
- 2 CDs
- Pullover
- 2 Videos
- T-Shirt

⁸ Marias Vater hat die Videoaufzeichnung des Gesprächs übernommen. Vermutlich erwähnt sie auch deswegen Box- und Fußballsendungen.

- 1 Wanduhr
- Tuch
- Schal
- Geldbörse

2.2 Das Kinderzimmer als Zeichen – die semiotische Funktion des Kinderzimmers

Marias Zimmer als symbolisch gegenständliches Arrangement ist in einem langwierigen Prozess der Bedeutungskonstitution entstanden. Dieser Prozess der Bedeutungskonstitution läuft sicherlich in den folgenden drei Bereichen:

- a) Die aufgelisteten Elemente der Zimmerausstattung und Marias Hinweise auf Medien in ihrem Interview sind sozusagen Marias Vokabular, so etwas wie ihr Lexikon. Dabei dominieren die Plakate von „Caught in the Act“.
- b) Die räumlichen Bedingungen und die Verteilung im Zimmer plus der Stil des Arrangements sind der Syntax vergleichbar.

Eine Funktion dieses Arrangements erklärt sie explizit: die anderen Familienmitglieder draußen zu halten. Zur Erläuterung ein kurzer Interviewausschnitt:

Interv.: Ja gut. Aha. Ja Maria, und jetzt Dein Caught in the Act, ne? Da hast Du ja ziemlich viele Poster. Ich würd's, hast Du das, hast Du selber alle dran gemacht, oder?

Maria: Ja.

Interv.: Mhm.

Interv.: Ham die auch ne bestimmte Reihenfolge oder ist das jetzt wahllos?

Maria: Nö, einfach so.

Interv.: Einfach so. Aber die großen im Mittelpunkt ne, ja jedenfalls

Maria: (Lacht) Ja

Interv.: Hier an der Tür das Große.

Maria: Ja eins. An die Tür mach ich's immer. Dann können se nich von draußen durchgucken, wenn jetzt 'nen Poster davor hängt.

Kleine Schwester: Jaha, die hat das wegen mir gemacht, damit ich nich immer die Filme seh. Da kann ich nämlich der Mutti sagen, ob die Fernseh guckt, ob wohl se Hausaufgaben machen muss.

(Maria lacht.)

Kleine Schwester: Da guckt die nämlich manchmal heimlich Fernsehen -

(Maria lacht.)

Kleine Schwester: legt se sich auf'n Fußboden, schreibt se immer die Aufgaben auf und grinst und guckt manchmal da auf den Fernsehen, na wie? Du guckst da auch gern Trickfilme und zwar Mila.

- c) Es lassen sich aber auch funktionale Zusammenhänge erkennen, quasi Aussagen, die Maria mit ihrem Zimmerarrangement macht.
 - Das ist die thematische Perspektive Marias.
 - Die Zeitdimension: Aktuell Relevantes wie Caught in the Act oder Dinge aus früheren Lebensphasen.

– Der soziale Rahmen: Eltern, kleine Schwester, Freunde.

In Marias Zimmer und mit den Medien, von denen sie berichtet, erscheinen vermutlich folgenden Themen:

Männer: Die Boy Groups öffnen das Thema: „jugendliche Männer, Schwärmen, verliebt sein, Erotik, Sex“; der Sport öffnet das Thema: „Vater, erwachsene Männer“

Was passiert nach der Kindheit: mögliche Quellen sind die Serien „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“; „Beverly Hills“, „TV-Roman“

Sport: Sie macht selber Sport und hat mehrere Medienangebote zum Sport: „Mila Superstar“, „Subata“, Boxsendungen. Damit gibt sie sich aktiv, dynamisch bis burschikos und bietet dem Vater Gesprächsmöglichkeiten. Sie kann mit dem Vater Sportsendungen zusammen sehen. Zur Erläuterung zwei kurze Interviewausschnitte

Verhältnis von Fernsehen und Wandergruppe

- Interv.: Hattest Du eigentlich schon mal so 'ne Strafe wie Fernsehverbot?
 Maria: Ja, ja.
 Interv.: War das schlimm? Wissen Deine Eltern, dass Dich das dann grade trifft -
 Maria: Ja.
 Interv.: Wenn Du nicht mehr Fernsehen gucken darfst?
 Maria: Ja, schlimmer wär', wenn 'se, wenn 'se mir verboten hätten, dass ich nicht wandern darf, weil ich wander jeden Monat und -
 Interv.: Aha.
 Maria: mit den Wanderfalken, das mag ich eigentlich auch sehr gerne.
 Interv.: Mhm, also ist fernsehen nicht das wichtigste für Dich?
 Maria: Ne.
 Interv.: Also Du gehst auch gerne raus und.
 Maria: Ja.
 Interv.: Und mit wem triffst Du Dich dann immer so, wenn Du raus gehst?
 Maria: Mit meinen Kumpels, oder ich spiel halt alleine.

Fußball- und Boxsendungen

- Maria: Un ich bin großer „Caught in the Act“-Fan.
 Interv.: Aha, und was findest Du an denen so toll?
 Maria: Ja, weil se gute Musik machen, un weil se gut aussehen.
 Interv.: Und welchen? Den hier? (weist auf das Gesicht eines der Stars von Caught in the Act auf einem Poster an der Schranktür)
 Maria: Benjamin.
 Interv.: Benjamin, der is toll ne?
 Maria: Ja.
 Interv.: Ja, und so die Filme, was magst Du noch so an Filmen; vielleicht irgendwie was besonderes?
 Maria: Ja mittwochs guck ich manchmal T ähm also TV-Roman.
 Interv.: Mhm.

Maria: von RTL, un manchmal Boxen.

Interv.: Mhm.

Maria: Jo un, un Fußball manchmal.

Interv.: Fußball ? Alleine?

Maria: Jo.

Interv.: Bist Du Fußballfan?

Maria: Jo.

Interv.: Hast Du'n Fußballiebling, irgendwie oder so, oder ne bestimmte Mannschaft?

Maria: Ne.

I2: Einfach nur so ne?

Frauen: Der „TV-Roman“ bietet alte und neue Frauenbilder und die Wandlung der Frauenbilder. „Caught in The Act“ liefert eine Verständigungsbasis mit der Mutter, insbesondere der Musikstil, mit dem die Mutter aus der eigenen Jugend vertraut ist, nicht jedoch mit den großen Konzertereignissen.

Interv.: Und bekommst Du von Deinen Eltern für die Sachen die Du dir gerne kaufen möchtest, die du dann sammelst, Taschengeld oder?

Maria: Ja.

Interv.: Und reicht das?

Maria: Ja. (lacht kurz)

Interv.: Also, Du kaufst sie Dir größtenteils selber ja?

Maria: Ne, Mutti.

Interv.: Mutti kauft dir das. Mhm. Und, ähm, ja.

Interv.: Findet die, die Gruppen auch toll?

Maria: Nah, es geht. (Sie atmet hörbar aus.) Manche Lieder findet sie davon auch schön, und manche nicht.

Interv.: Aha. Mhm.

Interv.: Deine Mutter war ja früher auch Fan, ne?

Maria: Mhm.

Interv.: Das hattest Du uns vorhin auch schon gesagt.

Maria: Ja.

Interv.: Naja, vielleicht kann s'es doch 'n bisschen verstehen, Mhm

Konzerte mit „Caught in the Act“

Interv.: Und auf so'm Festival, oder so? Warst Du da, hast schon mal live jemanden gesehen?

Maria: Würd ich gern, mal zum Caught in the Act Konzert. Einmal wär ich ja hingefahren, nur da ham wer keine Karten gekriegt. Aber Mutti gefällt das nich da so, weil das, da kriecht 'se Platzangst.

Interv.: Mhm. Wo war denn das Konzert?

Maria: in E (...).

Interv.: Mhm.

Maria: Und jetzt ist ja am 8.6. is wieder eins in E (...), aber (/) Mutti will halt nich.

Interv.: Wo sind, wo sind denn noch Konzerte? Hast Du Dich da mal -? Weißt du wo da die Konzerte sind?

Maria: Ja.

I2: In der Bravo informierst Du Dich da, ne?

Maria: Ja in der Zeitung steht des.

Interv.: Mhm, (/) ja gut. Aber vielleicht kommst du noch mal irgendwann

Maria: Mhm.

Interv.: hin, ne? Is ja nich ausgeschlossen, ne?

Maria: Ja, also 's is eigentlich mein Wunsch, dass ich mal da hin darf.

2.3 Die Dimensionen der Bedeutungskonstitution

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 eigenen Bedeutungen verleihen. Die Prozesse der sinnvollen 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 Lebenslauf und der subjektive Themen,
- b) bezogen auf die verhandene oder gesuchte soziale Umgebung,
- c) wobei die aufeinander bezogenen Medien den Relevanzrahmen abgeben
- d) und mit dem, was im jeweiligen Text angelegt ist.

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 bedeutet, die eigene Lebenswelt aufzubauen und zu erhalten.

3. Die Welt als Text: von der Medienkommunikation zur Bedeutungskonstitution

An dieser Stelle empfiehlt es sich, nicht sofort zu analysieren, sondern innezuhalten und zu fragen, mit welchem theoretischen Ansatz denn die Mediennutzung von Kindern heute angemessen zu beschreiben ist. Sicher ließe sich Maria oder Jonas (der Junge des folgenden Fallbeispiels) als Kinder zeichnen, die, typisch für die heutige Konsumkindheit, mit einer Überfülle an Medien lebt. Man könnte auch von Kulturverfall und, mit Neil Postmann⁹, vom

9 Postman, Neil: Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1983
 Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a.M. (S. Fischer) 1993. 1. deutsche Ausgabe: Frankfurt a.M. (S. Fischer) 1985.

Ende der Kindheit und dem totalen Amusement reden. Mit solch einer Herangehensweise wäre aber auch schon die pädagogische Linie vorgezeichnet, nämlich die Konsumkinder verstärkt an die von uns, also der Generation der Eltern und Lehrer, definierte Bildung heranzuführen. Für die medienpädagogische Fachdiskussion ist klar, dass diese Argumente in Richtung Kulturverfall mehr über unsere Ängste und Befürchtungen, denn über die Dynamik der kulturellen Entwicklung aussagen. Sicherlich hilft deshalb ein adäquates Modell, das der Medienkommunikation, diese generationstypische Blindheit gegenüber Kindern und Jugendliche zu überwinden, indem die medienbezogene Kommunikation bedacht wird. Aber ist auch dieses Modell der Medienkommunikation dem Phänomen „Multimedia“ noch vollständig angemessen? Das Modell der Medienkommunikation geht letztlich davon aus, dass die Kinder in ihrer Welt sinnvoll handeln. Kinder eignen sich das symbolische Material unserer Kultur, also auch die Bilder und Geschichten des Fernsehens, an und verwenden es, um sich und anderen damit etwas mitzuteilen bzw. um sich die Welt deutend zu erschließen.¹⁰

Was geschieht nun mit der symbolischen Aktivität der Medienkommunikation, wenn „die“ Medien, das heißt, wenn komplexe Medienarrangements die dominierenden kulturellen Gebilde unserer Welt werden. Dann empfiehlt es sich, darüber nachzudenken, ob nicht „Bedeutungskonstitution“ zur vorrangigen symbolischen Aktivität wird: In Prozessen der Bedeutungskonstitution schaffen sich Kinder wie Maria oder Jonas ihre Lebenswelt aus den multimedial verfügbaren Medienangeboten. Sie arrangieren sich ihre jeweiligen Kinderzimmer aus diversen medialen Angeboten in ihrer individuellen Sinn- und Erlebnisperspektive. Somit lässt sich solch ein Zimmer auch als ein Text beschreiben, den die Kinder aus den vorfindlichen Medien, sozusagen als symbolische Elemente, erstellen.

Mit dieser Argumentation klinkt man sich in eine lange Deutungslinie ein, die die Welt als lesbares Buch ansieht, so Hans Blumenbergs These.¹¹ Der Kulturphilosoph Blumenberg geht der Frage nach, ob und wie die Menschen ihre Welt interpretiert haben, bzw. welchem Interpretationsmodell sie dabei gefolgt sind.

Mit dem Wunsch der Menschen, sich die Welt als etwas zu erschließen, das sich über die bloße Wahrnehmung hinaus als „ein ganzes von Natur, Leben und Geschichte als sinnpendend“ (Blumenberg 1993, S. 10) erweist, entstand die Vorstellung und Metapher von einer Welt, die sich lesen lässt wie ein Brief oder ein Buch. Je nach Text und seiner Kodifizierung entsteht nun eine spezielle Art der Weltdeutung und des Weltbezugs. In der Form einer Erfahrungs- oder Mentalitätsgeschichte lässt sich dann beschreiben, wie sich den Menschen die Wirklichkeit darbietet (S. 15), wie sie diese Beziehung verstehen und einordnen.

10 Bachmair, Ben: *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder*. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1996

11 Blumenberg, Hans: *Die Lesbarkeit der Welt*. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1993, 3. Auflage. (1. Auflage Frankfurt, Suhrkamp, 1981)

So spricht z.B. Jesaja in der Bibel von einem „Himmelsbuch“, um apokalyptische Aussagen über die „Empörung Gottes über die Heiden“ zu machen (S. 24, S. 314). Der Prophet beschreibt den blutigen Kampf am Jüngsten Tage, aus dem sich die Heerscharen des Himmels zurückziehen, als Zusammenrollen des Himmels gleich einem Buch. Zwischen dem Himmel, dem Reich Gottes, und der Erde, dem Ort der Menschen, erstreckt sich eine symbolische Folie, eine Buchrolle, das Himmelszelt, das die Seite mit den Gestirnen der Erde zuwendet. Wird diese Gestirnseite, der Himmel, aufgerollt und den Menschen entzogen, gehen die astralen Vorzeichen und damit die Wirkungsmacht der Sterne bzw. die das Leben strukturierenden Gesetze verloren; von der Erdseite aus gibt es auf dem eingerollten Buch nichts mehr zu lesen. In der Apokalypse des Johannes wird dagegen ein Buch aufgeschlagen und die Ereignisse setzen sich entsprechend den aufgeschriebenen Voraussagen in Gang (Blumenberg, S. 24f.). Das Buch kann auch zum Weltplan werden, den Gott dem Adam zeigt. In diesem Weltplan-Buch ist die Entwicklung nach Generationen aufgeschrieben, eine Abfolge, die die Menschen zur Gewinnung des Heils einzuhalten haben (Blumenberg S. 27).

Diese Deutungsvorschläge muteten sicherlich eher archaisch an. Aber schon die „kybernetische Interpretationsweise“ der heutigen Genetik, nämlich Erbinformationen zu entschlüsseln, erscheint uns angemessen. So sind wir damit vertraut, dass die DNS „gelesen“ wird.

Da sich die Denkfiguren zur Deutung der Beziehung von Mensch und Wirklichkeit mit Hilfe von Text und Lesbarkeit durch die gesamte Mentalitäts- oder Deutungsgeschichte zieht, liegt es nahe, gerade für die augenblickliche Situation diese uralte Deutungskette explizit wieder aufzugreifen. Weil wir uns – medienbedingt – in einer kulturellen Übergangssituation befinden, ist Deutungskontinuität auch hilfreich. Will man die kreativen Gestaltungsleistungen der „postmodernen“ Kinder und Jugendlichen entdecken, hilft es wenig, Text nur im Gutenbergschen Sinne, also als Schrift und gedrucktes Buch zu verstehen. Auf dem aktuellen Weg zu einer industriellen Bilder- und Informationskultur gilt es vielmehr, neue Varianten von Texten zu entdecken. Wichtig ist dabei der Gedanke, dass die neuen Texte nicht nur das sind, was auf Bildschirmen oder Plakaten erscheint. Mindestens ebenso bedeutsam sind die Texte, die sich die Menschen aus der unübersehbaren Fülle des Medienangebotes herausholen und in ihre Lebenswelt einfügen.

Dabei greift die Vorstellung, mediale Texte in die Lebenswelt zu integrieren, noch zu kurz. Die Lebenswelt von Kindern bekommt den Charakter von Texten, die sich die Kinder und Jugendlichen selber arrangieren. Das ist eine Aktivität, die über das hinausgreift, was z.B. John Fiske mit „Reading the Beach“ beschreibt¹². Da eine Strandsituation Ergebnis eines kulturellen Gestaltungsprozesses ist, dem Deutungsmuster, z.B. der Gegensatz von Natur und Kultur zugrunde liegen, lassen sich diese Muster auch wieder symbolisch identifizieren, sozusagen als Text lesen. Die Interpretation einer gestalteten

12 Fiske, John: *Reading the Popular*. London 1992 (Routledge), S. 43ff.

räumlichen Situation entspricht also der Interpretation eines Textes. Kinderzimmern liegen jedoch nicht nur, wie bei einem Strand, Gestaltungskonzepte zugrunde. Kinder wie Maria oder Jonas statten ihre Räume mit symbolischem Material aus, das als Arrangement auch die für Maria oder Jonas relevanten Medienerlebnisse enthält.

Dieses Argument, Kinder und Jugendliche integrieren mediale Angebote nicht nur in ihre Lebenswelt, sondern konstruieren ihre Lebenswelt im Sinne eines Textes, soll nun auch anhand von Jonas Kinderzimmer plausibel werden.

4. Beispiel: Jonas' Kinderzimmer

Jonas ist 9 Jahre alt und lebt im Einfamilienhaus in einer Großstadt. Er macht einen freundlichen, aufgeschlossenen Eindruck.

Überblick über Jonas' Medien-, Konsum und Ereignisarrangement

Sport:

Fußball (Bayernfan), Tischtennis, Tennis, Basketball, Schwimmen, Fahrrad, Rollerskates, Ausruhen, Schlafen, Rausgehen, mit Freund spielen

Musik:

Michael Jackson, Scooter

Spielzeug und Hobbys:

Autos, Lego (baut Flugzeuge u. Düsenjets), Poster (Mickey Mouse, Limit, Bravo Sport, Heros 96, Sportler, Untertaker (doof), Boxer, Silvester Stallone, Arnold Schwarzenegger, Power Rangers), Eisenbahn, Mc Donalds-Figuren, Donalds, Überraschungsei-Figuren, Alarmanlage aus Büchern, Kaufmannskasse, Kuschtiere, Baukasten, Dinosaurier, Computerspiele

Lieblingsfilme:

Toy Story (Kino), Free Willy, Krimis (nur bei Oma), Captain Planet, Power Rangers

Gespräch mit Jonas in seinem Zimmer

Jonas wird von zwei Studentinnen 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 aber auch 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, eine 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 („spiele mit den normalen Figuren von McDonald“) 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 „Donalds“-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 Ranger 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 Ranger gefallen. Er kommt dann noch einmal zum Poster mit den „Heroes 96“ zurück und weist 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 Filmerlebnisse zu fungieren, die er jeweils gewichtet in „doof“ und „gut“ (was vermutlich wichtig und unwichtig bedeutet) Die Figuren beider Plakate, Fußballer, Boxer, Power Rangers, Action-Schauspieler, Wrestling-Stars lassen sich zu einem Männerbild vom starken Helden und Kämpfer kompilieren.

Interviewausschnitt zum Poster „Heroes 96“ und zu den Power Rangers

Interv.: Und was sind das da für Typen auf'm Poster?

Jonas: Da auf dem Poster das sind Heros 96.

Interv.: Was ist das?

Jonas: Also das sind das sind, zB. hier alles Helden und die zwei finde ich am doofsten, das sind Undertaker.

Interv.: Und was ist das?

Jonas: Ach, die kämpfen so miteinander. Also die schmeißen sich auf den Boden, bis einer k.o. ist. Dann springen die da auf den Bauch und so.

Interv.: Aha. Und das findest du doof.

Jonas: Ja. Das mag ich nicht so gern. Und von dem hier hab ich schon mal – von Hulk Hogan hab ich schon mal nen Film gesehen. Der war auch nen bisschen brutal, aber nur n bisschen. Den hab ich auch bei der Oma geguckt. Ja. Und dann find ich alle gut.

Interv.: Bei der Oma guckst du mehr fern als zu Hause, nicht?

Jonas: Naja.

- Interv.: Und wer ist das da? Power Rangers.
Jonas: Ja. Da wollt ich eigentlich in den Kinofilm gehn, aber dann hat, das war ausverkauft und dann hab ich von meinen Eltern 'nen Poster gekriegt. Und das hab ich in der Limit gekauft. Das ist auch 'nen Power Ranger.
- Interv.: Und was machen die?
Jonas: Ach, die kämpfen halt für's Gute, kämpfen halt gegen so Monster.
Interv.: Aha.
Jonas: Und das sind so einäugige Maulwürfe und so.
Interv.: Die seh'n aber komisch aus. Wo wohnen die denn?
Jonas: Ach, die wohnen irgendwo oben, also auf 'nem Riesenberg. Aber wir sind nur (räuspert sich), da sind die nur mit Masken überzogen. Also das ist nur der Anzug. Normal seh'n se viel besser aus. Ja. Und der ist halt neu dazugekommen. Weil die halt noch Hilfe brauchten, da hat der, ja ich weiß ich nicht mehr, wie der heißt, der Chef von denen, hat dann halt den geholt in das Revier und hat den halt 'n Anzug gegeben und Waffen.
- Interv.: Hast Du das im Fernsehen gesehen?
Jonas: Ja, das sehe ich oft im Fernsehen. Also das kommt jetzt nicht mehr. Aber früher habe ich das oft im Fernsehen gesehen.
- Interv.: Erzähl mal noch mehr davon.
Jonas: Äh, äh, was kann man denn, also dann sind halt noch so zwei Doofe, die stellen sich immer auf doof und dann war'n se einmal bei den Bösen, dann ham se für die gekämpft und dann sind se aber wieder, dann sind se wieder doof geworden und dann sind se wieder gegangen. Ja. Und mehr weiß ich eigentlich nicht davon. Öhm.
- Interv.: Das gefällt Dir aber gut.
Jonas: Ja. Ich guck noch andere Serien, also so Captain Planet und.
Interv.: Und welche Serie gefällt Dir am besten?
Jonas: Öh. (/) Ähm. Mal überlegen. (/) Power Rangers (/) find ich eigentlich am besten. Ja. Weil die andern das sind halt immer nur so Serien mit gemalt, also sind alle nur gemalt. Das ist halt in echt. Das sind echte Sachen, echte Figuren.
- Interv.: Mit richtigen Schauspielern?
Jonas: Ja. (/) Öh, ja mehr kann ich über die Power Rangers nicht erzählen, eigentlich, weil ich nicht mehr dadrüber weiß.
- Interv.: Magst Du auch Boxen, weil da oben ein Boxposter hängt?
Jonas: Hm. Ja. Hmm. Ich finde den bloß ein bisschen gut, aber ich mag noch, den Henry Maske mag ich mehr. Ich hab noch 'n anderes Poster von dem hier, aber das liegt da unten.
- Interv.: Und auf diesem Heldenbild. Das sind aber nicht alles nur Sportler, 'ne?
Jonas: Nee. Also die drei sind Sportler und die drei auch und die nicht, die drehn Filme, so Actionfilme.
- Interv.: Kennst Du da 'n Film von denen wo die da mitspielen.
Jonas: Ähm, nee. Also ich hab schon mal 'n bisschen einen gesehen. Von Arnold Schwarzenegger, aber den durfte ich nur kurz mitsehen. Und sonst habe ich nur den hier, den kenne ich auch neu, aber den Sylvester Stallone, den kenn ich schon länger.
- Interv.: Und was kennst Du wo der Sylvester Stallone mitgespielt hat ?
Jonas: Ähm, ich kenn nur einen Terminator-Film und ich hab von dem auch noch ähm, ich weiß nicht, ähm wann der Geburtstag hat, hab ich auch noch so'n Poster, wo der drauf ist hab ich auch noch und ja, und dann hab ich noch so'n kleines Bild von ihm. Also auch noch von anderen. Von den Power Rangers auch noch. Und von so'nem Catcher auch noch und.
- Interv.: Also der Sylvester Stallone der gefällt Dir schon gut?

Jonas: Ja. Von dem hab ich auch noch 'n Bild. Und von den Fußballern auch noch. Ja.
(/)

Interv.: Und warum gefällt Dir der Sylvester Stallone?

Jonas: Ja, weil also das kann man nicht richtig beschreiben, weil ähm eigentlich dreht der gute Filme. Also bessere als ähm Arnold Schwarzenegger, weil der macht immer so, da ist gleich einer tot am Anfang und bei dem da dauerts halt noch 'n bisschen. Ich hab auch mal ich hab von meinen Eltern mal mitgekriegt, dass der 'n Film gedreht hat, da ähm, da ist überhaupt keiner gestorben. Das war so'n ruhiger Film.

Interv.: Aber gesehen hast Du noch keinen Film von dem, oder hast Du einen gesehen?

Jonas: Hmhm (verneinend). Sind alle erst ab 12 oder so. Ja.

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-Fiktionalität-Zusammenhang des Films „Toy Story“ akzeptabel. „Toy Story“ bringt eine Fülle bekannter Fernseh- und Filmelemente, auch die der Werbung, die in der Spielwelt eines Kinderzimmers und in Anlehnung an ein Erzählmuster von Hans Christian Andersens Geschichte vom standhaften Zinnsoldaten bzw. an E.T.A. Hoffmanns Erzählungen 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. Hinzu kommt ein wichtiges Muster von „Toy Story“, die Protagonisten, also die animierten Spielzeugfiguren, machen sich ständig gegenseitig an. Aggressiv besetzte Bilder sind in diesem Kontext entsprechend akzeptabel. Es gibt also einen möglichen inneren Zusammenhang von „Alarmanlage“ und „Toy Story“ Nachdem sich der Junge wieder in den Film erinnert hat, ist es naheliegend, sich auch wieder an so etwas wie die Alarmanlage als etwas Akzeptables und Alltägliches zu erinnern.

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 besitzt er einen Baukasten. Er hat aber auch ein Quartett mit Dinosauriern. Nur den Film durfte er noch nicht sehen.

Fazit: Was der Medienmarkt für Kinder wie ihn anzubieten 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, wie mit einem Text, die Elemente seines Medienarrangements sich und anderen präsentie-

ren. 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, sicher auch die Fußballer, die bei den „Heroes“ ganz oben stehen. Die gegensätzliche Ausprägung dieses Thema hat er sich mit den Kuscheletieren, die er liebevoll benennt, handhabbar auf sein Bett gesetzt.

Im Zimmer sind noch ohne thematisch erkennbare Einbindung, sozusagen als lexikalische Elemente, die diversen Sammelobjekte, z.B. die „Donalds“¹³ 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.

Jonas: 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 Donalds 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?

Jonas: 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 vor längerer Zeit den Film zusammen mit einem Freund im Kino gesehen. Der Film „Free Willy“ bietet ihm nun Elemente des Bösen. So sperren die verschlagenen Bösen den Wal Willy ein und beuten ihn für ihre Zwecke aus:

Jonas: 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 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

13 Jonas erklärt in einem späteren Gespräch, daß „Donalds“ die Figuren sind, die zu Donald Duck gehören.

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 altersspezifischen Thematik entspricht, die er mit den „Heroes 96“ benannt hat; etwas, das er ebenso mit den amerikanischen Erwachsenenkrimis 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 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 persönlich relevante Filmerlebnisse eingehen.