

# Aus Politik und Zeitgeschichte

Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament

Michael Jäckel

## Wer trägt die Verantwortung?

Zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

Waldemar Vogelgesang

## Jugendliches Medienhandeln: Szenen, Stile, Kompetenzen

Franz Petermann

## Auswirkungen von Medien auf die Entstehung von Gewalt im Kindes- und Jugendalter

Barbara Mettler-v. Meibom

## Spiel – Unterhaltung – Sucht

Die Frage nach den Grenzüberschreitungen

B 19–20/97

2. Mai 1997

Michael Jäckel, Dr. phil., geb. 1959; Studium der Soziologie, Geschichte und Politikwissenschaft in Mainz; 1995 Habilitation für Soziologie; seit 1996 Professor für Soziologie an der Universität Trier.

Veröffentlichungen u. a.: Reaktionen auf das Kabelfernsehen, München 1990; (Hrsg. zus. mit Peter Winterhoff-Spurk) Politik und Medien, Berlin 1994; Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung, Opladen 1996; (Hrsg. zus. mit Peter Winterhoff-Spurk) Mediale Klassengesellschaft?, München 1996.

Vogelgesang, Waldemar, Dr. phil., geb. 1952; wissenschaftlicher Angestellter im Fach Soziologie der Universität Trier, Arbeitsschwerpunkte: Allgemeine Soziologie, Jugend- und Mediensoziologie, Kultur- und Stilforschung.

Veröffentlichungen u. a.: Virtuelle Robinsonaden. Erlebnis- und Abenteuersuche in digitalen Paradiesen, in: Universitas, 51 (1996) 6; Jugendmedien und Jugendszenen, in: Rundfunk und Fernsehen, 44 (1996) 3; Jugend-Okkultismus: Faszinosum und Tremendum, in: Psychosozial, 19 (1996) 4; (zus. mit Jörgen Schulze-Krüdener) Kündigt die Jugend den Generationenvertrag?, Trier 1997 (i. E.).

Franz Petermann, Dr. phil., geb. 1953; Studium der Psychologie und Mathematik in Heidelberg; Habilitation im Fach Psychologie an der Universität Bonn 1980; seit 1991 Univ.-Prof. für Klinische Psychologie an der Universität Bremen; seit 1996 Direktor des dortigen Zentrums für Rehabilitationsforschung.

Veröffentlichungen u. a.: Psychologie des Vertrauens, Göttingen 1996<sup>3</sup>; Training mit Jugendlichen, Weinheim 1996<sup>5</sup>; Training mit sozial unsicheren Kindern, Weinheim 1996<sup>6</sup>; (Hrsg.) Lehrbuch der Klinischen Kinderpsychologie, Göttingen 1996<sup>2</sup>; Training mit aggressiven Kindern, Weinheim 1997<sup>8</sup>; (Hrsg.) Asthma und Allergie, Göttingen 1997<sup>2</sup>; (Hrsg.) Kinderverhaltenstherapie, Baltmannsweiler 1997.

Barbara Mettler-v. Meibom, Dr. phil., geb. 1947; seit 1989 Universitätsprofessorin für Politikwissenschaft mit Schwerpunkt Kommunikation und Medien an der Universität GHS Essen. Forschungsschwerpunkte: Informations- und Kommunikationstechniken, Medien und Alltag, Lebensstile, Kommunikationsökologie.

Veröffentlichungen u. a.: Soziale Kosten der Informationsgesellschaft, Frankfurt am Main 1987; (zus. mit Barbara Böttger) Das Private und die Technik, Opladen 1990; (Hrsg. zus. mit Christine Bauhardt) Nahe Ferne – fremde Nähe, Berlin 1993; Kommunikation in der Mediengesellschaft, Berlin 1994; (Hrsg.) Einsamkeit in der Mediengesellschaft, Münster 1996; (Hrsg.) Alltagswelten. Erfahrungen – Sichtwechsel – Reflexionen, Münster 1996; Die kommunikative Kraft der Liebe (i. E.); Schau-Spiel als Weg. Eine initiativische Kunsttherapie (i. E.).



ISSN 0479-611 X

Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung, Berliner Freiheit 7, 53111 Bonn.

Redaktion: Dr. Klaus W. Wippermann (verantwortlich), Dr. Katharina Belwe, Dr. Ludwig Watzal, Hans G. Bauer.

Die Vertriebsabteilung der Wochenzeitung DAS PARLAMENT, Fleischstraße 62–65, 54290 Trier, Tel. 06 51/9 79 91 86, möglichst Telefax 06 51/9 79 91 53, nimmt entgegen

- Nachforderungen der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“;
- Abonnementsbestellungen der Wochenzeitung DAS PARLAMENT einschließlich Beilage zum Preis von DM 14,40 vierteljährlich, Jahresvorzugspreis DM 52,80 einschließlich Mehrwertsteuer; Kündigung drei Wochen vor Ablauf des Berechnungszeitraumes;
- Bestellungen von Sammelmappen für die Beilage zum Preis von 7,— zuzüglich Verpackungskosten, Portokosten und Mehrwertsteuer.

Die Veröffentlichungen in der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ stellen keine Meinungsäußerung des Herausgebers dar; sie dienen lediglich der Unterrichtung und Urteilsbildung.

Für Unterrichtszwecke können Kopien in Klassensatzstärke hergestellt werden.

# Wer trägt die Verantwortung?

## Zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

---

### I. Einleitung

---

Vor wenigen Jahren hat der Philosoph Hermann Lübbe für eine Mediennutzungsethik plädiert. Diese müsse nach seiner Auffassung insbesondere von einer individuell gelebten Moral getragen werden. Inzwischen, so Lübbe, liegt „es beim Medienkonsumenten, aus Nutzen und Nachteil der Präsenz der Medien in unserem Alltag in Orientierung an zweckmäßigen, selbstbestimmten Regeln des Umgangs mit ihnen das Beste zu machen“<sup>1</sup>. Solche und ähnlich lautende Aufforderungen haben einen ganz bestimmten Adressatenkreis. Sie richten sich sowohl an Verantwortungsträger im Bereich von Familie und Schule als auch unmittelbar an die handelnden Personen, etwa an Kinder und Jugendliche. Dabei ist eine Präferenz für alarmierende Rhetorik nicht untypisch. Moralisieren indes allein beseitigt noch nicht die Risiken, vor denen man warnt und über die man spricht. Obwohl man die Risiken häufig nicht präzise benennen kann, sondern eine diffuse Angst artikuliert, gewinnen ethische Postulate schnell die Oberhand. Niklas Luhmann führt dieses allgemein zu beobachtende Phänomen darauf zurück, daß aus der Not des Nichtwissens über die zu erwartenden Folgen häufig eine Tugend gemacht werde: „Mit Moral immunisiert man sich gegen die Evidenz des Nichtwissens, weil die moralisch bessere Meinung sich mit ihren eigenen Argumenten bestätigen kann.“<sup>2</sup> Diese Feststellung dürfte auch auf Diskussionen über den richtigen Umgang mit Medienangeboten übertragbar sein. Sie impliziert gleichwohl nicht, daß eine solche Verfahrensweise falsch oder unangebracht ist. Im Rahmen eines Mediengesprächs über die Kommunikationsgesellschaft der Zukunft äußerte sich Bundespräsident Roman Herzog beispielsweise wie folgt: „Man darf den Leuten nicht vorschreiben, was sie zu wollen haben. Aber das entbindet die Akteure nicht von der Pflicht, kennt-

lich zu machen, was vielleicht wünschbarer, vernünftiger, richtiger wäre.“<sup>3</sup>

Diese einleitenden Ausführungen beschreiben demnach auch eine Diskussion, die das Angebot der Medien und unterschiedliche Formen der Inanspruchnahme zum Problem machen. Gegen den übermäßigen Konsum wird das Argument der selbstaufgelegten Beschränkung und Kontrolle ins Feld geführt, aber auch der Hinweis auf die Souveränität des Rezipienten, der keiner Anleitung zur Mündigkeit bedürfe. Auffallend ist, welche Kompetenzen dabei insbesondere den sehr jungen Mediennutzern mittlerweile zugeschrieben werden. Der vorliegende Beitrag möchte hierüber nicht spekulieren, sondern einige Befunde zusammentragen, die sich mit der Kompetenz und Souveränität von jungen Mediennutzern auseinandersetzen. Dabei sind verschiedene Forschungstraditionen zu kommentieren und in ein Gefüge zu bringen. Nach einer kurzen Diskussion der Begriffe Kindheit und Jugend werden einige Ergebnisse der entwicklungspsychologisch orientierten Medienforschung dargestellt. Allgemeinere Theorien, die sich mit einer Konvergenz verschiedener Sozialisationsphasen beschäftigen, werden im Anschluß daran kurz referiert. Unter dem Stichwort „Mediatisierung“ werden schließlich Entwicklungen beschrieben, die ein frühes Eindringen von Medieninhalten in die Kindheit und Jugend problematisieren.

---

### II. Zur Definition von Kindheit und Jugend

---

Die Abgrenzung der Lebensphasen Kindheit und Jugend wird häufig damit begründet, daß sich in diesen Lebensabschnitten qualitative Unterschiede im Bereich der individuell zu bewältigenden Aufgaben ergeben. Die Kindheit kann im allgemeinen als jene Lebensphase betrachtet werden, in der elementare kognitive, d. h. Wahrnehmungs- und soziale Fähigkeiten erlernt und ausgeformt werden, die dann in späteren Lebensphasen als Basiswissen wirksam bleiben, aber auf völlig

---

1 Hermann Lübbe, Mediennutzungsethik. Medienkonsum als moralische Herausforderung, in: Hilmar Hoffmann (Hrsg.), Gestern begann die Zukunft. Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung der Medienvielfalt, Darmstadt 1994, S. 313.

2 Niklas Luhmann, Beobachtungen der Moderne, Opladen 1992, S. 196.

3 Roman Herzog, „Das macht die Hirne kaputt“, in: Süddeutsche Zeitung vom 1./2. Juni 1996, S. 24.

andere Lebensaufgaben angewendet werden müssen. Entsprechend einer an physiologischen Kriterien orientierten Definition zum Übergang von der Kindheit ins Jugendalter umfassen die ersten zwölf Jahre bis zum Eintritt der Pubertät die Kindheitsphase. Hierbei müssen wichtige Entwicklungsetappen (Klein- und Vorschulkind, Kinder in der ersten Schulphase usw.) unterschieden werden. Der Beginn der Pubertät läßt sich nicht präzise bestimmen, die pubertäre Phase wird aber z. B. in einer Klassifikation von Schäfers auf die Altersjahrgänge der 13- bis 18jährigen konzentriert. Und hier wird auch von den Jugendlichen im engeren Sinne gesprochen<sup>4</sup>. Mit dem Übergang in die Jugendphase gehen wichtige psychologische und soziale Veränderungen einher, insbesondere der Ablösungsprozeß von primären Bezugspersonen und die Entwicklung einer eigenen Identität<sup>5</sup>. Die an den Jugendlichen gestellten Erwartungen und Anforderungen erweitern sich und damit auch die Handlungsspielräume und Entfaltungsmöglichkeiten, die sowohl als Chance als auch als Belastung empfunden werden können. Gerade für die Jugendphase sind zum Teil sehr diffuse normative Vorstellungen über deren Ausgestaltung typisch.

Trotz der hier skizzierten Abgrenzungsversuche verschiedener Lebensphasen sind gegenläufige Tendenzen erkennbar, die den Jugendlichen, aber auch den Kindern, Erwachsenenkompetenzen zuschreiben. Den Status des Erwerbstätigen erreichen sie – je nach Ausbildungsgang – relativ spät, am Konsum partizipieren dürfen oder sollen sie schon sehr früh. Während über die rechtliche Bedeutung von Altersstufen relativ klare Vorstellungen bestehen<sup>6</sup>, scheinen in anderen Bereichen, insbesondere der altersadäquaten Mediennutzung, immer niedrigere Grenzen angesetzt zu werden.

---

### III. Entwicklungspsychologie und Medienkompetenz

---

Die einleitend skizzierte Problematik des Moralisierens findet ihre Entsprechung in einer Vorliebe für Schwarz-Weiß-Dramaturgien, wenn es um den Einfluß der Medien auf das Denken und Handeln der Menschen geht. Häufig wird hier pauschal von Medien auf der einen Seite und Rezipienten auf der anderen Seite ausgegangen. Zugleich wird die

(vermeintliche) Zerstrittenheit der Forschung als ein Beleg für die Vertretbarkeit der eigenen Position herangezogen. Unverkennbar ist in diesem Zusammenhang eine Konzentration auf das Medium Fernsehen, das häufig mit einer vernachlässigten Lesekultur kontrastiert wird. In bezug auf diese beiden Medien – Fernsehen und Buch – findet man zahlreiche, von der entwicklungspsychologischen Forschung geleitete Medienanalysen, die in der hier zu behandelnden Frage nicht vernachlässigt werden sollten.

Mit dem Begriff „Laufbildmedium“ hat Hertha Sturm einen Sachverhalt beschrieben, der das Spezifische der Rezeption von Fernsehsendungen gegenüber der Nutzung anderer Medien beschreiben soll. Der Zuschauer tut danach alles: Er sieht, hört und liest und muß demnach in relativ kurzer Zeit eine Vielzahl von Signalen entschlüsseln (mehrfache Decodierungsleistung). Hertha Sturm hat eine sehr mediennahe Theorie entwickelt, die sich von noch darzustellenden, vorwiegend amerikanischen Theorien unterscheidet. Das Stichwort „Mediendramaturgie“ lenkt die Aufmerksamkeit zunächst auf formale und damit gestalterische Aspekte einer Fernsehsendung. Wichtig ist für Sturm und ihre gesamten Forschungsarbeiten aber immer die Wechselwirkung von formalen Gestaltungsmitteln und dadurch ausgelösten, insofern darbietungsabhängigen, inneren Aktivitäten gewesen. Die Basisannahme ihrer Theorie lautet, „daß menschliche Entwicklungen abhängig sind von Art und Zahl der das Individuum treffenden Außenreize und den durch sie veranlaßten personalen Anpassungs- und Abwehrleistungen, also den personalen Verarbeitungsstrategien“<sup>7</sup>.

Je nach Medium gestalten sich diese inneren Aktivitäten unterschiedlich. Während der Hörer einer Radiosendung darauf mit der Entwicklung „innerer Bilder“ antwortet, sei für den Fernsehkonsumenten typisch, daß er vorzugsweise „mit sendungsbegleitenden ‚inneren Verbalisierungen‘“<sup>8</sup> agiere und reagiere. Langjährige Erfahrungen als Leiterin des Schulfunks beim Südwestfunk (1945–1963) und parallel sich verstärkende Forschungen im universitären Bereich haben bei Hertha Sturm eine Theorie entstehen lassen, die unter dem Begriff „rezipientenorientierter Ansatz“ bekannt geworden ist. Mit dieser Theorie soll eine Zusammenführung von Wirkungs- und Nutzungsaspekten auf seiten des Rezipienten geleistet werden. Sie verkürzt demnach den Blick nicht auf

---

4 Vgl. Bernhard Schäfers, Soziologie des Jugendalters. Eine Einführung, Opladen 1994<sup>5</sup>, S. 30.

5 Vgl. hierzu Klaus Hurrelmann, Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung, München 1994<sup>3</sup>, S. 32 ff.

6 Vgl. die Übersicht ebd., S. 44 f.

---

7 Hertha Sturm, Fernsehdiktate: Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für eine rezipientenorientierte Mediendramaturgie, Gütersloh 1991, S. 17.

8 Ebd., S. 19.

Fragen des Mediums oder auf Fragen der Bedürfnisse des Rezipienten, sondern führt beide Teile zusammen. Der rezipientenorientierte Ansatz „läßt sich demnach beschreiben als der Versuch, Medienwirkungen als Veränderungen von personalen und sozialen Befindlichkeiten zu verstehen, wie umgekehrt personale und soziale Befindlichkeiten im Hinblick auf Medienwirkungen als Steuerungsgrößen zu begreifen sind.“<sup>9</sup>

Unter Bezugnahme auf die Theorie der formalen Intelligenzentwicklung von Jean Piaget hat Hertha Sturm zahlreiche Analysen zu der Frage durchgeführt, welche Medienpräsentationen für welche Rezipientengruppen in besonderer Weise geeignet sind. Für die Theorie von Piaget sind zwei Begriffe zentral: *Assimilation* und *Akkommodation*. Assimilation beschreibt die Integration von Umweltreizen in ein vorhandenes kognitives Gerüst, Akkommodation die Notwendigkeit, sich auf neue Umwelthanforderungen anpassend einzustellen. Diese Wechselwirkung in einem annähernden Gleichgewichtszustand zu erhalten ist das Ziel. Dauernde Überforderungen führen zur Zunahme ausweichender Reaktionen. Übertragen auf die Mediendramaturgie kann es demnach zu drei Konstellationen kommen: Überforderung des Rezipienten, Unterforderung des Rezipienten, entwicklungspsychologisch angemessene Ansprache des Rezipienten. Piagets Theorie sowie seine Weiterentwicklung, z. B. durch Ann Colby und Lawrence Kohlberg, kann hier nicht im Detail beschrieben werden<sup>10</sup>. Es geht um den Nachweis, daß die Erforschung der Mediennutzung von Kindern auch von Annahmen ausgegangen ist und ausgeht, wonach kognitive Fähigkeiten mit Verarbeitungsmöglichkeiten von Außenreizen verknüpft werden. Insgesamt unterscheidet Piaget fünf Stufen der formalen Intelligenzentwicklung:

*Stufe 1:* die Phase der senso-motorischen Intelligenz (bis zirka 18 Monate);

*Stufe 2:* die Phase des symbolisch-vorbegrifflichen Denkens (bis zirka zum Alter von vier Jahren);

*Stufe 3:* die Phase des anschaulichen Denkens (viertes bis siebentes Lebensjahr);

*Stufe 4:* die Phase der konkreten Operationen (siebentes bis elftes Lebensjahr);

*Stufe 5:* die Phase der formalen Operationen (ab dem elften Lebensjahr).

Für die Phase des anschaulichen Denkens (zirka vier bis sieben Jahre) ist nach Piaget charakteri-

stisch, daß die Vorstellungen, die man sich von bestimmten Handlungsabläufen bzw. Geschehnissen macht, nach dem Wenn-Dann-Muster verlaufen. Das Denken ist unidirektional und wird durch ein Übermaß an Lösungsmöglichkeiten überfordert. Für Fernsehdarbietungen folgert Hertha Sturm hieraus beispielsweise, daß Wort-Bild-Beziehungen in einer Sendung übereinstimmen sollten, viele Schnitte, Kamerafahrten und Überblendungen dagegen die Aufmerksamkeit und das Verstehen erschweren bzw. unmöglich machen.

Auch für die Phase der konkreten Operationen gelte, daß der nunmehr sich entwickelnden Fähigkeit zum Nachvollzug verschiedener Bezüge und Standpunkte zu einer bestimmten Frage insbesondere in zeitlicher Hinsicht (Geschwindigkeit) Beachtung geschenkt werden sollte. Ein zu hohes Tempo der Sendung fördert oberflächliche Wahrnehmung und läßt den Rezipienten in einer Scheingewißheit über den Nachvollzug des Gesehenen zurück. Erst in der Phase der formal-abstrakten Operationen sei eine Stufe der Intelligenzentwicklung erreicht, die sich von einem konkreten Ereignis oder Gegenstand lösen könne.

In vielen, von Hertha Sturm empfohlenen Ableitungen für eine zuschauerfreundliche Mediendramaturgie wird auf die Bedeutung der dramaturgischen Pause verwiesen, sei es, daß für unter vierjährige Kinder das Verwenden von Standbildern empfohlen wird, sei es, daß für die Wenn-Dann-Phase Pausensetzungen gewünscht werden. Bekanntgeworden ist insbesondere der Begriff „fehlende Halbsekunde“. Auch hiermit verbindet sich eine Kritik an der Dominanz kurzzeitiger Angebotsmuster im Fernsehen. Lange Verweildauern bei einer Szene sind untypisch, der kurzfristige Wechsel ist Programm. Ein Bilder-Kaleidoskop aus massenmedialen Kurzfristigkeiten unterscheidet die Fernseh Wahrnehmung von der nicht-medienvermittelten Wahrnehmung, denn: „Ohne Medienvermittlung hat der Wahrnehmende fast in allen Situationen ein paar Halbsekunden Zeit zwischen der Erwartung eines Ereignisses und dessen Eintreffen.“<sup>11</sup> Zugleich wirkt sich diese Geschwindigkeit auf die Art und das Ausmaß der inneren Aktivitäten aus. Sabine Jörg spricht auch von einer inneren Leere, die ein leicht verfügbares Medium mit problemlos erreichbaren Reizen hinterlasse. Wer nicht lerne, Zeit sinnvoll zu gestalten, gerate in einen Teufelskreis. Das leicht Erreichbare siegt über die Kosten, die eigenes Tun erfordert. Dies ist auch ein Aspekt, der das Engagement von Erwachsenen betrifft. Die Dauerprä-

9 Ebd., S. 33.

10 Vgl. hierzu die Beiträge in: Hans Bertram (Hrsg.), *Gesellschaftlicher Zwang und moralische Autonomie*, Frankfurt am Main 1986.

11 H. Sturm (Anm. 7), S. 55.

senz des Fernsehens erhöht die Voraussetzungen für Verzichtsbereitschaft<sup>12</sup>.

Diese Forschungstradition, die hier nur sehr knapp skizziert werden konnte, illustriert die Verknüpfung individueller Fähigkeiten mit Formen der Medienrezeption. Die Vielzahl der von Hertha Sturm und ihren Mitarbeitern erarbeiteten Wirkfaktoren ist sicherlich ein Grund dafür, daß ein systematischer Vergleich von Kindersendungen unter Berücksichtigung des „Wie der Präsentation“ bislang nicht vorliegt. Die Fernsehnutzung der unter 14jährigen läßt aber die Schlußfolgerung zu, daß schon aufgrund der Sehzeit (im Tagesablauf) eine Vielzahl von Sendungen rezipiert wird, die den gerade angedeuteten dramaturgischen Empfehlungen nicht folgen. Sabine Feierabend und Thomas Windgasse präsentieren Ergebnisse der kontinuierlichen Fernsehforschung, woraus hervorgeht, daß Kinder im Alter von drei bis dreizehn Jahren zwischen 93 und 101 Minuten täglich fernsehen. Für die Kinder im Alter von drei bis fünf Jahren lauten die Durchschnittswerte für die betrachtete Zeitspanne (1992–1996) 66 bis 81 Minuten, für die Sechs- bis Neunjährigen schwanken die Angaben zwischen 99 Minuten für das Jahr 1993 und 96 Minuten für das Jahr 1996. Insbesondere aber in der Zeit zwischen 18 und 21 Uhr werden die meisten Kinder vor den Fernsehbildschirmen registriert: „12 Prozent der Drei- bis Fünfjährigen – dies entspricht 300 000 Kindern – saßen während dieser Zeit an einem durchschnittlichen Wochentag vor dem Bildschirm, 16 Prozent bzw. 560 000 der Sechs- bis Neunjährigen und gar 22 Prozent der Zehn- bis 13jährigen, dies waren 690 000 Kinder.“<sup>13</sup>

Der rezipientenorientierte Ansatz beschäftigt sich vorwiegend mit den Wechselwirkungen zwischen Medienangebot und Rezipientenreaktionen, nicht dagegen mit der Frage, welche Faktoren ein unterschiedliches Ausmaß der Mediennutzung begünstigen. Auch sagen die gerade kommentierten Durchschnittswerte noch nichts über Wenig- und Vielseher aus. Gegenüber einer vorwiegenden Verwendung von Mediennutzungsstatistiken wenden Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun z. B. ein, daß darin das soziokulturelle Umfeld der Mediennutzung nicht wiedergespiegelt werde und damit auch individuelle Medien-Biographien in

Durchschnittswerten zu einem künstlichen Indikator zusammengefaßt werden<sup>14</sup>. Damit verbindet sich auch eine Kritik an der Dominanz standardisierter Erhebungstechniken im Rahmen der empirischen Medienforschung. Charlton und Neumann-Braun plädieren für ein Struktur- und Prozeßmodell der Medienrezeption, das mehrere Ebenen miteinander zu kombinieren versucht:

- den Rezeptionsprozeß und die Auseinandersetzung des Rezipienten mit dem Medienangebot;
- den Gesamtrahmen, in den die Mediennutzung eingebettet ist. Die Autoren sprechen von einem situativen und kulturellen Kontext.
- die Analyse der Rezeptionsmotivation unter Berücksichtigung biographischer und lebensweltlicher Aspekte<sup>15</sup>.

Hinsichtlich des situativen Kontextes wird für die Phase des Vor- und Grundschulalters auf die hohe Bedeutung des familiären Umfeldes hingewiesen. Schon sehr früh werden Medienerfahrungen durch Kinder in die Kindheitsphase hineingetragen, sei es durch das Nachspielen von Medienhelden oder durch die Spiegelung von Medienereignissen in gemalten Bildern. Die Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben kann den Kindern nicht allein überlassen werden. Hier ist die Schutzschildfunktion der Familie und vorschulischer Institutionen gefragt, womit nicht der Ausschluß von Medien und damit eine übermäßige Kontrolle gemeint ist.

Eine Mitte der achtziger Jahre durchgeführte Analyse zu den Auswirkungen eines erweiterten Medienangebots (insbesondere im Bereich des Fernsehens) auf das Familienleben und das Verhalten der einzelnen Mitglieder zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen Schichtzugehörigkeit und Lese- bzw. Fernsehhäufigkeit. Je höher die soziale Schicht war, der die Familie angehörte, desto niedriger war die Fernsehdauer und desto höher die Lesedauer. Diese Zusammenhänge zeigten sich allerdings in stärkerem Maße im Falle der Eltern, weniger bei den Kindern. Bettina Hurrelmann u. a. warnen daher vor einer leichtfertigen Zustimmung zu der sogenannten Verdrängungsthese, wonach Familien, in denen viel ferngesehen wird, zugleich auch jene seien, die wenig lesen. Dieser Kausalzusammenhang sei zu „simpel“<sup>16</sup>.

12 Vgl. die Ausführungen bei Sabine Jörg, Kindliche Entwicklung und die Rolle des Fernsehens. Entwicklungspsychologische Vorbedingungen der Medienrezeption, in: Media Perspektiven, (1994) 1, S. 28 ff.

13 Sabine Feierabend/Thomas Windgasse, Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung 1995 von 3- bis 13jährigen, in: Media Perspektiven, (1996) 4, S. 188. Die Zahlen für 1996 stammen von der SWF-Medienforschung in Baden-Baden.

14 Vgl. Michael Charlton/Klaus Neumann-Braun, Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung, München 1992, S. 7 f.

15 Vgl. ebd., S. 83 f.

16 Bettina Hurrelmann/Harry Possberg/Klaus Nowitzky, Familie und erweitertes Medienangebot, Düsseldorf 1988. (Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelleitprojekt Dortmund, Band 7), S. 121.

Dennoch: In der ebenfalls Ende der achtziger Jahre durchgeführten Studie „Kommunikationsverhalten und Medien“ wird festgestellt: „Buchleser nutzen in der Regel den gesamten Medienverbund, während sich Wenig- oder Nichtleser zum Teil auf einige wenige Medien beschränken. Hier wird ein erster Ansatz für eine Polarisierung in der Bevölkerung erkennbar: Auf der einen Seite stehen jene, die das mediale Angebot in seiner Vielfalt zu nutzen wissen, und auf der anderen Seite jene, die sich bei der Auswahl beschränken und generell unterhaltenden und zerstreuen Medienangeboten einen höheren Stellenwert einräumen.“<sup>17</sup> Entsprechend gilt auch, daß vielsehende Kinder häufiger vielsehende Eltern haben. Wo das elterliche Vorbild fehlt, wird der Weg zum Lesen zunächst weniger vorgezeichnet. Eine eher einseitige und damit vor allem auch auf das Medium Fernsehen konzentrierte Mediensozialisation werde vor allem in Familien gefördert, die nach Auffassung der Autoren in einem kulturellen und kommunikativen Vakuum leben. Anregungen für die Art und Weise des späteren Mediennutzungsverhaltens werden in dieser Situation und in diesem Umfeld kaum gegeben<sup>18</sup>. Kinder, die in diesen Familien aufwachsen, lesen nach den Ergebnissen der Studie wesentlich seltener als Kinder aus Haushalten, in denen eine Leseförderung bzw. ein ausgewogenes Medienverhältnis zu erreichen versucht wird<sup>19</sup>.

Überhaupt zeichnet sich eine Verschiebung des allgemeinen Stellenwerts des Lesens aufgrund der nunmehr vorhandenen Medienkonkurrenz ab. Unter Hinweis auf die Problematik von historischen Generalisierungen kommt Bettina Hurrelmann zu dem Ergebnis: „Im Unterschied zum Fernsehen stiften Bücher in den (heutigen) Familien kaum Gemeinsamkeiten, sie organisieren kaum für die Familie wichtige soziale Situationen. Das ist ein unübersehbarer Unterschied zu den Lesesituationen, die uns als Erbauung und Belehrung, Sinnorientierung und Unterhaltung in Familienkontexten aus früheren Jahrhunderten bezeugt sind. Einige dieser Funktionen und Situationsbezüge scheint das Fernsehen inzwischen übernommen zu haben, das Lesen ist dagegen eine situationsabstrakte Tätigkeit geworden.“<sup>20</sup>

17 Ulrich Saxer/Wolfgang Langenbacher/Angela Fritz, Kommunikationsverhalten und Medien. Lesen in der modernen Gesellschaft, Gütersloh 1989, S. 9.

18 Vgl. ebd., S. 146.

19 Vgl. ebd., S. 156.

20 Bettina Hurrelmann, Familiäre Voraussetzungen des Fernsehens und des Lesens von Kindern – eine interaktionistische Perspektive auf die Mediensozialisation, in: Klaus Neumann/Michael Charlton (Hrsg.), Spracherwerb und Mediennutzung, Tübingen 1990, (Reihe Bd. 27), S. 190.

Unbestritten dürfte aber nach wie vor sein, daß mit der Person des Lesers ein Ideal verknüpft wird, das die guten Eigenschaften eines mündigen Bürgers verkörpert. Leseförderung ist somit vor allem auch Gesellschafts- und Kulturpolitik. Im Medienbericht 1994 der Bundesregierung wird dem Lesen ein hoher Stellenwert beigemessen. Man bewertet „das Lesen als wesentlich zur Herausbildung von intellektuellen, kognitiven und emotionalen Fähigkeiten besonders bei Kindern und Jugendlichen“. Die Gesellschafts- und Kulturpolitik der Bundesregierung „... ist daher bestrebt, dem Buch auch in Zukunft einen festen Stellenwert in der Mediennutzung des einzelnen zu bewahren. Ziel aller medienpädagogischen Initiativen ist die Stärkung der kritischen Urteilsfähigkeit und die Heranführung eines jeden einzelnen an einen kompetenten und verantwortlichen Umgang mit den Medien.“<sup>21</sup> Insbesondere Ergebnisse zur Lese- und Schreibfähigkeit von Hauptschülern werden als aufschreckendes Ergebnis interpretiert<sup>22</sup>. Nach Untersuchungen von Rainer H. Lehmann u. a. hat ein Vergleich des Leseverständnisses der dritten und achten Jahrgangsstufe gezeigt, daß „insbesondere in der Hauptschule kaum ein Zugewinn gegenüber dem allgemeinen Durchschnitt gegen Ende der Grundschulzeit festzustellen“<sup>23</sup> ist.

Auch hier wird man offensichtlich mit dem Problem des Fehlens innerer Aktivitäten konfrontiert. Bei aller Vorsicht gegenüber voreiligen Schlußfolgerungen weisen diese und andere Befunde auf sich in bestimmten Altersjahrgängen und Schulsystemen kumulierende Effekte hin, die ein reduziertes Sprach- und Ausdrucksvermögen zur Folge haben bzw. haben können. Eine zu frühe und ausschließliche Konfrontation mit audiovisuellen Medienangeboten hat daran ihren Anteil. So beobachten Grundschullehrer bei Kindern, die in ihrer Freizeit häufig Computerspiele nutzen, eine Zunahme von „Ein-Wort-Sätzen“<sup>24</sup>.

Man muß solche Befunde und Beobachtungen ernst nehmen und darf sie nicht bagatellisieren. Der Generaleinwand mangelnder Differenzierung ist häufig auch nur auf den ersten Blick überzeugend. Man erinnert sich an die sehr populär gewor-

21 Zit. nach: Bodo Franzmann, Zur Soziologie des Lesens. Ein Überblick über neuere Forschungsergebnisse, in: Michael Jäckel/Peter Winterhoff-Spurk (Hrsg.), Mediale Klassengesellschaft? Politische und soziale Folgen der Medienentwicklung, München 1996, S. 76.

22 Vgl. Klaus Ring, Lesen im Multimedia-Zeitalter, in: forum lesen, (1996) 27, S. 12.

23 Rainer H. Lehmann/Rainer Peek/Iris Pieper/Regine von Stritzky, Leseverständnis und Lesegewohnheiten deutscher Schüler und Schülerinnen, Weinheim – Basel 1995, S. 150.

24 Vgl. hierzu B. Franzmann (Anm. 21), S. 76.

dene Anti-Fernseh-Literatur, die in den siebziger Jahren auf sich aufmerksam machte. Marie Winn hatte mit ihrem Buch „Die Droge im Wohnzimmer“ auch auf das Phänomen der unterschiedlichen Spezialisierung der linken und rechten Gehirnhälfte hingewiesen und in diesem Zusammenhang die Vermutung ausgesprochen, „daß die Spezialisierung des kindlichen Gehirns beginnt, sobald sich dessen Sprachvermögen entwickelt, und daß danach in seiner kognitiven Entwicklung das verbale Denken eine immer wichtigere Rolle spielt.“<sup>25</sup> Und die Frage, die sie bereits damals stellte, lautete: „Wenn sich das Kind in den Jahren seiner stärksten Entwicklung (...) häufig einer lang andauernden nonverbalen, vorwiegend visuellen Beschäftigung widmet – wenn es de facto eine exzessive Stimulierung derjenigen geistigen Funktionen erfährt, die in der rechten Gehirnhälfte lokalisiert sind –, könnte sich dies nicht in erkennbarer Weise auf seine neurophysiologische Entwicklung auswirken?“<sup>26</sup> Heute spricht man von sensiblen Phasen und Entwicklungsfenstern, in denen sich kognitive Fähigkeiten vor allem entfalten.

#### IV. Konvergenz von Lebensphasen?

Häufig sind es von außen kommende Impulse, die eine Gesellschaft beunruhigen. Viele der Warnungen bezüglich der Wirkungen des Fernsehens kamen – wie gerade angedeutet – aus den Vereinigten Staaten. Die größte Aufmerksamkeit ist dabei Neil Postman zuteil geworden. Daß er unter der Überschrift „Konvergenz“<sup>27</sup> behandelt wird, hat mit seiner Behauptung zu tun, „daß sich das Verhalten, die Sprache, die Einstellungen und die Wünsche – und selbst die äußere Erscheinung – von Erwachsenen und Kindern immer weniger voneinander unterscheiden“<sup>28</sup>. Die keineswegs unstrittige Aufnahme dieser Theorie äußerte sich beispielsweise in dem Urteil eines Rezensenten, der in Postmans Buch „ein emotional aufgeladenes

Pamphlet“<sup>29</sup> sah. Die Grundaussage von Postman läßt sich – wiederum in stark verkürzter Form – wie folgt formulieren:

Das Verhalten der Menschen ändert sich, wenn sich die Zugangsmöglichkeiten zu Informationen verändern. Postman knüpft die Existenz von Kindheit an die Existenz von Geheimnissen. Und deshalb wundert es wohl auch manchen, daß Postman die Kindheit mit der Erfindung der Druckerpresse entstehen sieht. Das Mittelalter hatte keine Vorstellung von Kindheit, weil es kaum Differenzen zu den Erwachsenen gab. Wissen basierte weitgehend auf Mündlichkeit, die Kindheit endete mit sieben Jahren. Und warum? Postman antwortet: „Weil die Kinder in diesem Alter die Sprache beherrschen.“<sup>30</sup> Die fehlende bzw. mangelnde Differenz zwischen Kindern und Erwachsenen bedarf noch einer genaueren Erläuterung. Die Dominanz des Mündlichen in der Weitergabe von Informationen hat nach Postman den Effekt gehabt, daß Kinder und Erwachsene weitgehend in der gleichen sozialen Sphäre lebten und Kinder damit „im Mittelalter Zugang zu fast allen kulturell gebräuchlichen Verhaltensformen“<sup>31</sup> hatten. Das Zeitalter der Buchdruckkultur schuf dagegen die Möglichkeit, Wissen zu konservieren und es über Lesen zu erwerben. Es förderte die Entstehung von Wissen, von Wissenschaften und damit auch eine wachsende Notwendigkeit, dieses Wissen zu systematisieren. Dieser Erwerb erforderte Zeit und schuf eine Barriere zwischen Kindheit und Erwachsenenwelt. Nicht alles war von vornherein verstehbar und verständlich. Eine Informationshierarchie existierte, die mündliche Kulturen sicherlich auch besaßen, aber aufgrund des Ausbreitungsradius dieser Informationen in ihrer differenzierenden Wirkung begrenzt blieben. „In einer literalen Welt müssen Kinder erst zu Erwachsenen werden; in einer nicht-literalen Welt dagegen ist es unnötig, zwischen Kindern und Erwachsenen genau zu unterscheiden, denn es gibt nur wenige Geheimnisse, und die Kultur braucht ihre Angehörigen nicht erst darin zu unterweisen, wie sie selbst zu begreifen ist.“<sup>32</sup>

Mit dem Aufkommen der elektronischen Medien beginnt die Hochphase der Kindheit ihrem Ende entgegenzugehen. Vor allen Dingen das Fernsehen sei ein Medium, das die nun mühsam aufgebaute Hierarchie von Informationen wieder beseitige. Postman geht in seiner Beurteilung dieses Mediums noch wesentlich weiter und sieht in ihm „eine

25 Marie Winn, *Die Droge im Wohnzimmer* (aus d. Amerik.), Reinbek bei Hamburg 1979, S. 67.

26 Ebd., S. 68. Siehe hierzu auch die Beiträge von Karl H. Pribram/Werner D. Fröhlich sowie Jerome L./Dorothy G. Singer, in: Werner D. Fröhlich/Rolf Zitzlsperger/Bodo Franzmann (Hrsg.), *Die verstellte Welt. Beiträge zur Medienökologie*, Frankfurt am Main 1988.

27 Der Begriff „Konvergenz“ steht hier für eine Angleichung von Meinungen, Einstellungen und Handlungen. Es soll damit keine Verbindung zur Diskussion um die Konvergenz von Programmstrukturen im Rahmen des dualen Fernsehens der Bundesrepublik Deutschland hergestellt werden.

28 Neil Postman, *Das Verschwinden der Kindheit* (aus d. Amerik.), Frankfurt am Main 1983, S. 14.

29 Jörg Bockow, *Die Erfindung vom Verschwinden der Kindheit*, in: *medien+erziehung*, 28 (1984), S. 237.

30 N. Postman (Anm. 28), S. 24.

31 Ebd., S. 24.

32 Ebd., S. 23.



ziemlich primitive, freilich unwiderstehliche Alternative zur linearen, sequentiellen Logik des gedruckten Wortes und tendiert dazu, die Härten einer an der Schrift orientierten Erziehung irrelevant zu machen<sup>33</sup>. Insofern hält er auch wenig von Versuchen eines kindgerechten Fernsehens. Die Theorie von Postman zeigt aber auch, daß er selbst keinen Anlaß zur Differenzierung sieht. Seine Kritik konzentriert sich auf das Medium und die davon ausgehende Botschaft, nicht auf spezifische Sendungen. Drei Gründe sind es, die nach seiner Auffassung die Trennungslinie zwischen Kindheit und Erwachsenenalter verwischen<sup>34</sup>:

1. Das Fernsehen bedarf keiner Unterweisung, um seine Form zu begreifen. Hier dominiert – wie im vorschriftlichen Zeitalter – wieder das Visuelle.
2. Das Fernsehen stellt keine komplexen Anforderungen an das Denken und Handeln der Menschen.
3. Das Fernsehen gliedert sein Publikum nicht.

Die Medien-Theoretiker betonen demnach die Bedeutung der Form. Auch hier taucht die Frage nach den Folgen des „Wie“ der Präsentation wieder auf. Während die Entwicklungspsychologie behauptet, daß es in bestimmten Altersstufen ganz bestimmte Realitätswahrnehmungen gibt, wird hier vermutet, daß eine Nivellierung stattfindet, weil bestimmte kognitive Fähigkeiten unterentwickelt bleiben. Für Joshua Meyrowitz sind es aber vor allem auch Veränderungen sozialer Konventionen, die dazu führen, Kinder immer mehr als kleine Erwachsene zu behandeln. Und auch er analysiert, inwieweit dies in einem Zusammenhang mit Veränderungen von Kommunikationsmedien gesehen werden kann.

Postman und Meyrowitz verfolgen einen weitgehend ähnlichen Argumentationsstrang: „Wenn eine Gesellschaft das, was die Menschen verschiedener Altersgruppen wissen sollen, nicht klar abgrenzt, gibt es weniger Sozialisationsstadien.“<sup>35</sup> Während gedruckte Medien verschiedene Leserschaften haben, vereint das Fernsehen und hebt infolgedessen diese Differenzen auf. Die Wahrscheinlichkeit, daß ein Kind ein Buch liest, das es nicht versteht, ist geringer als die Wahrscheinlichkeit, daß es eine Sendung sieht, die nicht für Kinder gedacht ist. Sie mögen diese Sendungen vielleicht nicht so verstehen wie die Erwachsenen, aber sie empfinden diese Informationen faszinierender und zugänglicher als jene eines kompliziert

geschriebenen Buches, das eine wirkliche Informationshierarchie aufbaut. Zugleich wird damit aber auch eine Tür zur Erwachsenenwelt geöffnet, die den Kindern Anlaß zu neuen Fragen und Antworten gibt. Die Informationsgrenze, die durch die Familie und den Wohnort gesetzt wird, öffnet sich durch elektronische Medien, und die Vorstellungen darüber, wie andere über bestimmte Themen denken, erweitern sich. „Der neue, durch die Medien vermittelte verallgemeinerte Andere umgeht die persönlichen sozialen und Familien-Beziehungen und wird als neue Perspektive von Millionen anderer Menschen geteilt.“<sup>36</sup> Damit wird es auch immer schwieriger, bestimmte Informationen von Kindern fernzuhalten. Die „Buch-Kultur“ ermöglichte noch eine „Konspiration der Erwachsenen“<sup>37</sup>. Dagegen sei das Fernsehen ein Medium, das Informationswelten homogenisiere: „Es mag Kinderbücher und Erwachsenenbücher geben, doch es gibt kein Kinderfernsehen und Erwachsenenfernsehen. Es gibt einfach nur ‚Fernsehen‘.“<sup>38</sup> Die Allgegenwärtigkeit der Kommunikation hat demnach zur Folge, daß vormals exklusive Wissensbereiche aufgebrochen werden.

Gleichwohl laden solche Theorien zur Kritik ein. Sie fördern eine Indifferenz bezüglich der Inhalte und eine Überschätzung formaler Aspekte. Sie können desillusionierend auf Programm-Macher wirken, denen gutes und altersgerechtes Fernsehen ein ernstes Anliegen ist. Und überdies wird dem Zuschauer, insbesondere dem jüngeren, unterstellt, daß er mehr am Entdecken und Entlarven von Geheimnissen und weniger an Sendungen interessiert ist, die ihn ansprechen wollen. Daß es in diesem Bereich viele Formen der Ansprache gibt und Kinder wie Jugendliche als wichtige Kaufkräfte entdeckt werden, lenkt die Aufmerksamkeit auf ein Phänomen, das in Begriffen wie „Kinderkultur“ und „Medienkultur“ eine merkwürdige Überhöhung erfährt.

---

## V. Mediatisierung von Kindheit und Jugend

---

Der Begriff „Mediatisierung“ gehört zu jenen Sprachschöpfungen, die im Zuge der Ausweitung der Medienangebote einen inflationären Gebrauch erfahren haben. Hier soll darunter mehreres verstanden werden:

33 Ebd., S. 93.

34 Vgl. ebd., S. 94.

35 Joshua Meyrowitz, *Wie Medien unsere Welt verändern. Die Fernseh-Gesellschaft II* (aus d. Amerik.), Weinheim – Basel 1990, S. 104.

36 Ders., *Überall und nirgends dabei. Die Fernseh-Gesellschaft I* (aus d. Amerik.), Weinheim – Basel 1990, S. 254.

37 Ders. (Anm. 35), S. 126.

38 Ebd., S. 118f.

1. eine Zunahme der medienvermittelten Erfahrung;
2. eine Zunahme des Stellenwerts elektronischer Medien für die Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen;
3. eine wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit und sozialer Wirklichkeit;
4. eine zunehmende Durchdringung des Alltags durch Medien- und Werbesymbolik.

Für viele Programm-Macher, so Helga Theunert u. a., sind Kinder „zwar kleine, aber vollkommene Wesen, die genau wissen, was sie wollen und mit Bedacht das aus der Fülle der Programme auswählen, was für sie gut ist“<sup>39</sup>. Unter dem Oberthema „Lebensagentur Werbung“ fragte darüber hinaus z. B. die Zeitschrift „medien + erziehung“, ob es nicht ein Problem sei, daß jene, die für Werbung verantwortlich sind und damit gut verdienen, nunmehr auch die moralischen Maßstäbe in dieser Welt setzen. Der Begriff „Werbedruck“ soll in diesem Gesamtkontext die zunehmende Präsenz von Werbung für Kinder und Jugendliche verdeutlichen. Eine Vertreterin einer amerikanischen Werbeagentur wird mit dem Satz zitiert: „Du mußt die Kids den ganzen Tag lang erreichen. Du mußt zu einem festen Bestandteil ihres alltäglichen Lebens werden.“<sup>40</sup> Die immer subtiler werdenden Methoden der Werbeansprache werden in Marketing-Mix-Konzeptionen gebündelt. Es geht um eine frühe Bindung der jungen Konsumenten, die in dieser Rolle gerne angesprochen und von den Werbetreibenden auch als kompetent eingestuft werden. Diese Produktkompetenz wird mittlerweile in sogenannten „Kids Verbraucher Analysen“ dokumentiert, um den Nachweis führen zu können, daß, so Volker Nickel vom Zentralverband der Werbewirtschaft, die „Welt der Waren [ . . . ] schon in jungen Jahren differenziert erlebt und selbstsicher beurteilt [wird]. Bestimmte Marken sind bereits bei den Sechs- oder Siebenjährigen positiv und vor allem auch negativ verankert.“<sup>41</sup>

Warum es dieser frühen Kompetenz bedarf, wird nicht gefragt. Sie ist – so wird argumentiert – ein wichtiger Bestandteil von Kaufentscheidungen, nicht nur der Kinder, sondern auch der Eltern. Hier will die Werbung Unterstützungsarbeit leisten. Club-Mitgliedschaften nehmen zu und schik-

39 Helga Theunert/Renate Pescher/Petra Best/Bernd Schorb, Zwischen Vergnügen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kindern. Eine Untersuchung zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Fernsehinhalten durch Kinder aus unterschiedlichen soziokulturellen Milieus in Hamburg, Berlin 1994<sup>2</sup>, (Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien, Bd. 5), S. 11.

40 Zit. nach Judith Reicherzer, Anmache total, in: Die Zeit vom 21. Februar 1997, S. 67.

41 Zit. nach ebd., S. 67.

ken sich an, die Bedeutung von Statussymbolen zu erlangen. Über Schutzmaßnahmen diskutiert man mittlerweile auf europäischer Ebene, um dieser ökonomischen Durchdringung der Kindheit entgegenzuwirken<sup>42</sup>.

Die Dominanz des Fernsehens in diesem „Marketing-Mix“ läßt sich an den Antworten auf die Frage ablesen, woher man Werbung kennt<sup>43</sup>. 94,6 Prozent der befragten Kinder im Alter von sechs bis dreizehn Jahren nannten das Fernsehen, mit deutlichem Abstand folgten der Hörfunk mit 28,4 Prozent und Plakate mit 12,9 Prozent. Das Fernsehen nannten 86,6 Prozent der Sechsjährigen und 99,1 Prozent der Zwölf- bis Dreizehnjährigen. Die Prozentpunktdifferenzen waren bei den zehn Jahre alten und älteren Befragten nur noch gering. Übereinstimmend wird in der Forschung auch die Auffassung vertreten, daß ein Teil der unter Sechsjährigen (37 Prozent der Vierjährigen, 21 Prozent der Fünfjährigen und 12 Prozent der Sechsjährigen) den Unterschied zwischen Werbung und Programm nicht kennen und erst mit zunehmendem Alter die Intentionen der Werbung erkannt werden. Zugleich nimmt auch die negative Einstellung gegenüber Werbung zu<sup>44</sup>.

Dennoch sind gerade in bezug auf Jugendliche Auffassungen vorzufinden, die von einem bereitwilligen Einlassen auf die Intentionen der Werbung sprechen. Darauf soll im folgenden abschließend eingegangen werden.

---

## VI. Jugend und Medien

---

Daß es *die* Jugend nicht gibt, bedarf keiner ausführlichen Begründung. Man darf aber fragen, für wen

42 Vgl. hierzu auch das Buch von Hanne Tügel, Kult ums Kind. Großwerden in der Kaufrauschglitzerzcybergesellschaft, München 1996.

43 Die im folgenden referierten Ergebnisse entstammen einem laufenden Forschungsprojekt der Universitäten Bielefeld und Halle zum Thema Kinder und Werbung und basieren auf Befragungen von 1 617 Kindern im Alter von sechs bis dreizehn Jahren in Bielefeld und Halle, wobei das ländliche Umland in die Stichprobe einbezogen wurde. Vgl. ausführlich hierzu Ralf Vollbrecht, Wie Kinder mit Werbung umgehen. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts, in: Media Perspektiven, (1996) 6, S. 294 ff.

44 Vgl. Michael Charlton/Klaus Neumann-Braun/Stefan Aufenanger/Wolfgang Hoffmann-Riem u. a., Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder, Band 2: Rezeptionsanalyse und rechtliche Rahmenbedingungen, Opladen 1995, (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 18), S. 41 ff., sowie ARD-Forschungsdienst „Kinder, Jugendliche und Werbung – Einstellungen, Kompetenzen und Effekte“, in: Media Perspektiven, (1997) 1, S. 54–58.

jene sprechen, die ein Verstehen der Jugendphase ausschließen und dies auch mit deutlichen Worten artikulieren. 1993 war im Kursbuch zum Thema „Deutsche Jugend“ zu lesen: „Versucht nicht, uns zu verstehen. Ihr könnt uns untersuchen, befragen, interviewen, Statistiken über uns aufstellen, sie auswerten, sie interpretieren, verwerfen, Theorien entwickeln und diskutieren, Vermutungen anstellen, Schlüsse ziehen, Sachverhalte klären, Ergebnisse verkünden, sogar daran glauben. Unsererwegen. Aber Ihr werdet uns nicht verstehen. Wir sind anders als Ihr.“<sup>45</sup> Noch deutlicher ist das Urteil dieses Autors hinsichtlich der Beeinflussungsmöglichkeiten durch Werbung: „Wir kommen mit dieser falschen Welt besser zurecht als Eure Psychologengeneration, die die Welt der Werbung als das Reich des Bösen enttarnt hat und die endlos über Konzepte diskutiert, pädagogisch darauf einzugehen. Wir dagegen schalten einfach um oder gerade deswegen ein. Die Werbung ist Teil unserer Sozialisierung. Wir sind sie gewöhnt und weitgehend immun gegen sie.“<sup>46</sup> Diese Immunität betont die Eigenverantwortlichkeit und Souveränität im Umgang mit externen Ansprüchen und reklamiert für die Jugendphase den Wunsch nach Entfaltungsmöglichkeiten, über deren Ausgestaltung man selbst befindet. Obwohl sich darin ein sehr individueller Anspruch niederschlägt, wird dieser zugleich für alle eingefordert. Die Gruppen, die sich in der Jugendphase bilden, „sind nicht unbedingt gegen die Erwachsenenwelt gerichtet, aber sie sind eindeutig auf eine symbolische Betonung des eigenen Altersstatus hin orientiert“<sup>47</sup>. Daß diese Symbole häufig aus dem Unterhaltungs- und Konsumbereich stammen, ist nicht neu. Neu ist aber die Beurteilung dieses Bereichs, sofern die zitierten Aussagen mehrheitsfähig sind. Folgt man der Auffassung von Klaus Janke und Stefan Niehues, dann sind die *Szenen* die Gesellschaftsordnung der neunziger Jahre. Und Szenen entstehen nach Meinung dieser Autoren überall dort, „wo Menschen freiwillig gemeinsame Interessen, Wertvorstellungen und Freizeitaktivitäten entwickeln oder ganz einfach die gleichen Konsumartikel schön finden“<sup>48</sup>. Diese Szenen treten in Konkurrenz zu der meist ortsgebundenen Bezugsgruppe bzw. Gruppe der Gleichaltrigen und entfalten eine neue Form des temporären Zusammenschlusses von Gleichgesinnten. Von „tribalism“ spricht der französische Soziologe Michel Maffesoli<sup>49</sup> und meint damit auch eine neue

Form der Mobilität, die durch die Ortsungebundenheit der gruppenverbindenden Symbolik ermöglicht wird. „Jugendkultur“, so Janke und Niehues, „verliert ihre lokale Angebundenheit. Die ganze Republik wird zur potentiellen Tummelwiese.“<sup>50</sup> Über die Kontinuität der Zugehörigkeit zu solchen Szenen weiß man wenig, behauptet aber, daß diesen in einer unübersichtlicher werdenden Welt eine wichtige identitätsstiftende Funktion zukomme. Vermutlich liegt in diesem Versuch, hohe Mobilität mit einem Bedürfnis nach Gemeinschaft zu verknüpfen, eine schwer lösbare Aufgabe.

Die Medien und ihre Angebote übernehmen in diesem Zusammenhang die Funktion der Vernetzung von Präferenzen und präsentieren Muster der Lebensgestaltung, die auf Imitation hoffen. Ein ganzer Medienverbund sorgt für eine umfassende Präsenz der entsprechenden Ästhetik – ein Begriff, der zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Beschreibung dieser Jugendkulturen geworden ist. In der Verschmelzung von Angebot und Nachfrage wird indes das eigentlich Neue gesehen. Nach Luhmann ist folgendes zu beobachten: „Die Bedenken gegen Mitwirkung an Werbung = Mitwirkung am Kapitalismus entfallen. Die Adressaten der Werbung erlauben ein Zusammenwirken. Die Kultobjekte müssen, für kurze Zeit und deshalb desto wirksamer, inszeniert werden. Man bezeichnet sich selbst als ‚Szene‘, als ‚Techno-Szene‘ usw. mit einer offenen Seite für das, was nachher kommen wird.“<sup>51</sup> Offenheit impliziert ein notwendiges Maß an Standardisierung, das mit oberflächlichen Differenzierungen einhergeht. Die beschriebenen Szenen haben ihre eigene Hierarchie, die sich in dem mehr oder weniger kompetenten Umgang mit der szenetypischen Symbolik und Ausdrucksformen niederschlägt. Die Funktion der Massenmedien besteht vor allem in der Verbreitung und Mitvermarktung der Äußerlichkeiten dieser Szene. Und nicht jeder, der eine bestimmte Party besucht, wird sich schon als Mitglied der Szene empfinden.

Die Jugendphase mit Jugendkulturen zu identifizieren, ist selbst schon ein Symptom dieser Verschmelzung. Die häufige Betonung der Stilisierung des Lebens als Wesensmerkmal heutiger Jugend kann auch als Sieg für jene interpretiert werden, die von diesem vermeintlichen Wesenszug gut leben. Gegen diese mediatisierte Welt kommen eher nüchterne Beschreibungen der Mediennutzungsgewohnheiten Jugendlicher nicht an, weil sich dort ein Wettlauf um die bunteste Beschreibung noch nicht so sehr entfaltet hat.

45 Peter König, Wir Vodookinder, in: Kursbuch Deutsche Jugend, Heft 113, September 1993, S. 1.

46 Ebd., S. 4.

47 K. Hurrelmann (Anm. 5), S. 158.

48 Klaus Janke/Stefan Niehues, Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre, München 1995, S. 17.

49 Michel Maffesoli, The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society, London u. a. 1996, insb. S. 96 ff.

50 K. Janke/St. Niehues (Anm. 48), S. 19.

51 Niklas Luhmann, Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996<sup>2</sup>, S. 93.

Aber auch dort, wo man sich auf eine Ermittlung der Präferenzen Jugendlicher konzentriert, werden thematische Vorlieben erkennbar. Eine im Jahr 1995 durchgeführte Telefonbefragung von 1 200 Jugendlichen im Alter von 14 bis 29 Jahren ergab z. B., daß die 14- bis 19jährigen in einer Informationssendung Beiträge zu Musik (90,2 Prozent), Drogen/Gewalt/Jugendkriminalität (78,5 Prozent), Schule/Beruf/Karriere (76,6 Prozent) und Trends/Szene (68,7 Prozent) stark bzw. eher vertreten sehen wollen, die Parteienpolitik landete mit 24,5 Prozent auf der letzten Stelle<sup>52</sup>. 14- bis 19jährige werden auch von den Nachrichtensendungen und Nachrichtenmagazinen des Fernsehens kaum erreicht. Analysen der Daten der kontinuierlichen Fernsehforschung belegen, daß nur 12,8 Prozent dieser Altersgruppe in der Regel an einem Tag Nachrichtensendungen gesehen haben, für 20- bis 29jährige betrug der entsprechende Wert 18,9 Prozent. Zum Vergleich: 50- bis 64jährige erreichen einen Anteilswert von 53,4 Prozent, 65 Jahre und ältere Zuschauer sogar 64,5 Prozent<sup>53</sup>.

Aber wer spricht *hier* für *wen*? Im Rahmen der Studie „Junge Zeitungsleser“ bemängelte ein Großteil der Jugendlichen, „daß meistens Probleme wie Drogensucht, Arbeitslosigkeit oder Gewalt an Schulen im Vordergrund stünden, wenn über ihre Altersgruppe berichtet würde“<sup>54</sup>. Auch wenn diese Kritik seltener dem Fernsehen und dem Hörfunk vorgehalten wurde, bleibt ein Widerspruch zu den Befunden aus der Telefonbefragung, der Programmplaner und Redaktionen vor ein Rätsel stellen dürfte. Individuelle Interessen und soziale Erwünschtheit scheinen sich hier zu vermischen. Wovon sich Kinder und Jugendliche mehr leiten lassen, ist in einem von hoher Dynamik und institutionalisiertem Wechsel der Themen bestimmten Medienmarkt immer schwieriger zu beantworten. Schön, wer dann von sich behaupten kann, souverän zu sein.

52 Vgl. Claudia Schmidt, Fernsehverhalten und politische Interessen Jugendlicher und junger Erwachsener, in: *Media Perspektiven*, (1995) 5, S. 227.

53 Vgl. Michael Jäckel/Andreas Reinold, Wer meidet Information? Fallanalysen politischen Informationsverhaltens im Fernsehen, in: M. Jäckel/P. Winterhoff-Spurk (Anm. 21), S. 41.

54 Inez Bauer, Jugend und Tageszeitung. Ergebnisse quantitativer und qualitativer Studien, in: *Media Perspektiven*, (1996) 1, S. 11.

## VII. Fazit

Als zu Beginn der neunziger Jahre erneut eine Diskussion über den Anteil von Gewalt und Sexualität im deutschen Fernsehprogramm geführt wurde, verabschiedeten die privaten Fernsehsender im März 1993 eine „Konvention der Verantwortung“. Darin lautet ein wichtiger Satz, daß Kinder und Jugendliche verantwortungsbewußt an das Medium Fernsehen herangeführt werden müssen und daß Kinder- und Jugendprogramme einer besonderen Sorgfaltspflicht im Hinblick auf die Programminhalte bedürfen<sup>55</sup>. Das bedeute nicht den völligen Verzicht auf solche Programmelemente, sondern eine behutsame Heranführung der jungen Generation an die soziale Wirklichkeit. Im vorliegenden Beitrag war nicht von Gewalt<sup>56</sup> die Rede, aber dennoch gilt dieser Satz für alle Sendungen, die sich als Zielgruppenprogramme für Kinder und Jugendliche verstehen.

Die Diskussion um den seit Anfang Januar 1997 sendenden *Kinderkanal* von ARD und ZDF hat gezeigt, daß die Vorstellungen über eine Lösung des Problems durch das Medium selbst sehr unterschiedlich eingeschätzt werden. Während Befürworter die gesellschaftliche Verantwortung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, die Werbe- und Gewaltfreiheit und das Bemühen um altersgerechtes Fernsehen hervorheben, sehen Kritiker bzw. Gegner darin ein überflüssiges Konkurrenzprodukt zum Kinderprogramm von ARD und ZDF und eine Einladung zu noch mehr Fernsehen. Dieses Beispiel bestätigt einmal mehr, daß eine Konvention der Verantwortung nur wirkungsvoll sein kann, wenn sich Anbieter und Nachfrager daran halten. Der eingangs zitierte Hermann Lübbe meint: „Es wäre ein grober Irrtum anzunehmen, daß die Rechtsregeln, die den Medienbetrieb ordnen, uns als Medienkonsumenten von Zwängen der moralischen Selbstbestimmung entlasten könnten.“<sup>57</sup> Da diese Selbstbestimmung erst erlernt werden muß, sollte man sie nicht leichtfertig als vorhanden unterstellen. Wissen kann gerade hier evident sein.

55 o. V., Konvention der Verantwortung, Beilage, in: *Medienspiegel*, 17 (1993), Nr. 15 vom 12. April 1993.

56 Siehe hierzu den Beitrag von Franz Petermann in dieser Beilage.

57 H. Lübbe (Anm. 1), S. 313.

## Jugendliches Medienhandeln: Szenen, Stile, Kompetenzen

### I. Die Mediatisierung des Jugendalltags

Jugendzeit ist Medienzeit und Jugendszenen sind vermehrt Medienszenen. Bereits eine oberflächliche Betrachtung der Beziehung zwischen Alltagswelt und Medienalltag läßt erahnen, wie gravierend die Medien die sozio-kulturelle Umgebung verändert haben und wie sehr sie zum Inbegriff universell verfügbarer Konsum- und Kulturgüter geworden sind. Überall gibt es Fernsehgeräte, Radioapparate, Schallplattenspieler, Zeitschriften, Bücher, Kino – und auch die sogenannten Neuen Medien erobern unaufhaltsam den (jugendlichen) Freizeitraum. „Einem kulturgeschichtlichen Trend folgend“, so kommentierte Hans-Dieter Kübler bereits Anfang der achtziger Jahre diese Entwicklung, „schreitet die Veralltäglichsung der Massenmedien ständig voran. Immer unauffälliger und individualistischer fügen sie sich in die Lebenswelt des einzelnen und der Familien ein, immer unentbehrlicher und unausweichlicher machen sie sich dadurch.“<sup>1</sup>

Es ist vor diesem Hintergrund nicht überraschend, in öffentlichen Diskussionen und wissenschaftlichen Publikationen immer wieder der Frage zu begegnen, welche individuellen, gesellschaftlichen und kulturellen Auswirkungen der Medienboom hat und haben wird. Fest steht, wie medien- und kulturhistorische Studien<sup>2</sup> belegen, daß die dominierenden Medien einer Kultur den kommunikativen Austausch formen und damit einen prägenden Einfluß auf die Wahrnehmungsweisen, Erkenntnisformen und die Inhalte der betreffenden Kultur

1 Hans-Dieter Kübler, *Alltag und Medien*, in: *Praxis Deutsch*, (1983) 60, S. 43.

2 Von ganz grundlegender Bedeutung sind in diesem Zusammenhang etwa die Arbeiten von: Aleida Assmann/Jan Assmann, *Das Gestrern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis*, in: Klaus Merten/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen 1994, S. 114–140; Patrice Flichy, *Tele: Geschichte der modernen Kommunikation*, Frankfurt am Main – New York 1994; Niklas Luhmann, *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, in: ders., *Soziologische Aufklärung 3*, Opladen 1981, S. 309–320; Friedrich H. Tenbruck, *Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft*, Opladen 1989.

ausüben. Auch wird niemand bestreiten, daß für die heutigen Kinder und Jugendlichen die Massenmedien eine außerordentlich wichtige Quelle von sozialisations- und alltagsrelevantem Material bilden. Aber es ist im Einzelfall ungemein schwierig, eine nachhaltige Wirkung ihrer unterschiedlichen Rollen- und Normofferten auf Wahrnehmung, Fühlen, Denken und Handeln empirisch offenzulegen, denn zu vielschichtig ist – gerade im Medienzeitalter – das Sozialisationsgeschehen, als daß einzelne Wirkfaktoren eindeutig ausgrenzbar und damit objektivierbar wären. Michael Kunczik bringt das Dilemma der Wirkungsforschung auf den Punkt, wenn er feststellt: „Angesichts der komplexen Fragestellungen, die gegenwärtig von der Wirkungsforschung untersucht werden, sind eindeutige, unbezweifelbare Beweise gar nicht zu erwarten, weil die Randbedingungen, unter denen die Medien wirken, viel zu komplex sind, als daß es möglich wäre, sie in einem konsistenten Satz von Hypothesen zusammenzufassen.“<sup>3</sup>

Natürlich impliziert diese Feststellung keinen Rekurs auf die immer wieder vertretene These der Wirkungslosigkeit der Massenmedien, aber sie macht deutlich, daß die mediale Spurensuche theoretisch und empirisch ein schwieriges Geschäft darstellt. Für die Forschungspraxis bedeutet dies, daß eine Medienforschung, die es sich zur Aufgabe macht, sowohl mediale Veralltäglichungsprozesse als auch den Einfluß von Medien auf die Formierung jugendspezifischer Verhaltensmuster und Rezeptionssettings zu thematisieren, eine hohe Sensibilität für lebensweltliche und biographische Kontexte entwickeln muß.

In mehrjähriger Arbeit hat die Trierer Forschungsgruppe „Medienkultur und Lebensformen“<sup>4</sup> durch

3 Michael Kunczik, *Medien, Kommunikation, Kultur*, in: Bertelsmann Briefe, (1988) 123, S. 10.

4 Die „Forschungsgruppe Medienkultur und Lebensformen“ – 1993 umbenannt in „Arbeitsgemeinschaft sozialwissenschaftliche Forschung und Weiterbildung e. V.“ – ist ein interdisziplinäres Team, das seit 1985 empirisch im Bereich der soziologischen Medien- und Kulturforschung arbeitet. Neben quantitativ-repräsentativen Befragungen sind in den vergangenen Jahren verstärkt auch qualitativ ausgerichtete Untersuchungen durchgeführt worden. Thematisch standen dabei die elektronischen Medien (Video, Telespiele und Computer) im Mittelpunkt. Zur Zeit untersucht die Gruppe die kulturellen Aspekte der zunehmenden telekommuni-

eine Kombination von quantitativen und qualitativen Forschungsstrategien versucht, die notwendige Wirklichkeitsnähe herzustellen, um die Formen und Beweggründe jugendlicher Medienzuwendung ebenso offenzulegen wie ihre Aneignungsstile und Verarbeitungsweisen. Die zentrale forschungsleitende Perspektive gründet dabei in der Prämisse, daß Medien nicht an sich existieren, sondern immer nur für sich, d. h. in sozialen wie individuellen, kommerziellen wie kulturellen, biographischen wie aktuellen Deutungszusammenhängen. Man nutzt sie, lernt sie zu nutzen oder lehrt, wie sie zu nutzen sind. Man gestaltet seinen Tagesablauf, seine Freizeit mit ihnen. Ebenso werden die Phantasien, die Gefühle, die Wünsche und auch die persönlichen Beziehungen in der Interaktion mit den Medien verändert. Ein solches Verständnis von Medienrezeption zielt nicht auf eine kausal-analytische Interpretation (*Was machen die Medien mit den Jugendlichen?*), vielmehr geht es um die Rekonstruktion jener Realitäten, in denen Medien für die Rezipienten bedeutsam werden (*Was machen die Jugendlichen mit den Medien?*). Dabei hat sich gezeigt, daß die Vielfalt von Nutzungs- und Codierungsmöglichkeiten, die Medien eröffnen, zur Herausbildung von spezialisierten personalen Identitäten und jugendeigenen Szenen und Spezialkulturen führen können.

---

## II. Medien und Jugendszenen – ein Rückblick

---

Seit den fünfziger Jahren zeichnet sich im Jugendbereich eine Entwicklung ab, wonach Medien unterschiedlichster Couleur vermehrt zu Kristallisationspunkten von Jugendszenen werden. Leitmedium war (und ist) dabei das Radio, Leitmilieu die Rock- und Popszene. Entstanden in den fünfziger Jahren in den USA, erlangte ihr ästhetisch-expressives Ausdrucksmittel, der Rock'n' Roll, binnen weniger Jahre eine weltweite Popularität, ja er

kativen Vernetzung. Die wichtigsten Forschungsbefunde sind veröffentlicht in: Roland Eckert/Waldemar Vogelgesang/Thomas A. Wetzstein/Rainer Winter, Grauen und Lust – Die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum, Pfaffenweiler 1990; dies., Auf digitalen Pfaden. Die Kulturen von Hackern, Crackern, Programmierern und Spielern, Opladen 1991; Waldemar Vogelgesang, Jugendliche Video-Cliquen, Opladen 1991; ders., Jugend- und Medienkulturen, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, (1994) 4, S. 464–491; ders., Jugend, Medien, Szenen, Opladen 1997 (i. E.); Thomas A. Wetzstein/Hermann Dahm/Linda Steinmetz/Anja Lentes/Stephan Schampaul/Roland Eckert, Datenreisende. Die Kultur der Netze, Opladen 1995.

wurde zum musikalischen Signum einer ganzen Generation. Der Rocksänger Udo Lindenberg erinnert sich: „Damals, 1957, ich war elf, schoß aus dem Radio Elvis Presley mit ‚Tutti Frutti‘, und die ersten Takte verbannten meine bisherigen Lieblingslieder . . . schlagartig aus meinem Frischlingsherzen. Worum es ging, verstand ich nicht, aber dieser Schluckaufgesang und die elektrisierende Musik rockten mich durch. . . . Elvis Presley hatte mich angezündet, und ich dachte: ‚Jetzt ist Erdbeben‘.“<sup>5</sup>

Die Rockmusik knüpft an eine lange Tradition jugendlicher Musikbegeisterung an. Zwar stand bereits in der berühmten „Middletown-Studie“ im Amerika der zwanziger Jahre Radiohören an erster Stelle auf der Interessenliste junger Leute<sup>6</sup>, aber die Rockmusik markiert einen radikalen Wendepunkt jugendlichen Musikgeschmacks. An die Stelle der konventionellen Tanz- und Unterhaltungsmusik tritt eine neue, jugendeigene Musik, die ein Ausleben von momentanen Gefühlen und Selbstdarstellungsbedürfnissen gestattete, aber auch eine deutliche Grenzziehung zwischen Jugendlichen und Erwachsenen vornahm. Diese war unüberhörbar und, durch die mit der Musik verknüpften Habitate (Kleidung, Sprache, Tanzstil etc.), auch unübersehbar. In der Rockmusik hat die Jugend ein symbolisches Ausdrucksmedium entdeckt, das die Unabhängigkeit und Unmittelbarkeit des gewünschten Lebensstils und -gefühls besonders nachdrücklich zur Geltung bringt. Sie eröffnet eine Gegenwelt zu den restaurativ-konsumptiven Routinen und Strukturen des Alltags, die – paradigmatisch in der Atmosphäre von Diskotheken und Festivals – eine demonstrative Inszenierung von Andersartigkeit ermöglicht. In diesen Kontexten findet gleichermaßen eine Wiederaneignung von Sinnlichkeit, die Erprobung erotisch-sexueller Ausstrahlung und Attraktivität, die Zurschaustellung der Szenenzugehörigkeit und eine Distanzierung vom bourgeoisem Lebensalltag statt.

---

5 Zitiert in: Raoul Hoffmann, Rockstory. Drei Jahrzehnte Rock & Pop Music von Presley bis Punk, Frankfurt am Main 1981, S. 24.

6 Vgl. Robert S. Lynd, Middletown: A study in american culture, New York 1929. Im übrigen gilt bis in die Gegenwart: Musik ist für Jugendliche gleichsam „klingende Zeit“ und Ausdruck soziokultureller Zugehörigkeit. Zu ihrer Musikbegeisterung und zur Ausdifferenzierung von musikbestimmten Jugendszenen vgl. Birgit Richard/Heinz-Hermann Krüger, Vom „Zitterkäfer“ (Rock'n' Roll) zum „Hamster im Laufrädchen“ (Techno), in: Wilfried Ferchhoff/Uwe Satider/Ralf Vollbrecht (Hrsg.), Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz, Weinheim – München 1995, S. 93–109; Thomas Münch/Klaus Boehnke, Rundfunk sozialisationstheoretisch begreifen – Hörfunkaneignung als Entwicklungshilfe im Jugendalter, in: Rundfunk und Fernsehen, 44 (1996) 4, S. 548–561.

Rock ist also mehr als nur Musik, er ist eine Lebensphilosophie und stilistische Haltung mit einem ausgeprägten identitäts- und gemeinschaftsstiftenden Charakter. Daran vermochte auch die Kommerzialisierung, Inflationierung und Temporalisierung rockkultureller Stilmittel nichts zu ändern. Im Gegenteil, sie stimulierte eine wachsende Prozessierung und Selbstverwandlung der Szenen. Man vergegenwärtige sich nur die Abspaltung der verschiedenen Rock-Derivate (etwa Cog, Punk, New Wave, Heavy Metal), die unterschiedlichen Tanzstile (so bspw. den Twist, den Hully-Gully, den Waddle, den Breakdance) oder die Schaffung neuer stilbildender Objekte (u. a. das Motorrad und die Lederkleidung bei den Rockern oder der Irokesen-Look und die Sicherheitsnadeln bei den Punks). Auch innerhalb der Szenen gibt es eine enorme Dynamik, wie Diedrich Diedrichsen am Beispiel der Punkkultur aufzeigt: „Tatsächlich wechselten die Trends und die Felder der Rückgriffe in den ersten Jahren nach Punk fast monatlich. Ständig wurde die Musikindustrie aufs neue verunsichert, und bis 1982, dem Höhepunkt und dem Ende dieser Periode, tanzte kaum ein Erfolgskünstler länger als einen Sommer.“<sup>7</sup>

Aber nicht nur die auf der Basis von auditiven Medien weltweit popularisierten Musikgenres führten zur Ausbildung von jugendspezifischen Subwelten, sondern auch – jedoch nicht im gleichen Ausmaß – das Medium „Film“<sup>8</sup>. Auffällig ist dabei die bis in die Gegenwart reichende enge Verbindung zwischen Rockmusik und Film in Form eines Multi-Media-Arrangements, das vor allem in den sogenannten Videoclips oder Musikvideos einen neuen Wahrnehmungs- und Ausdrucksstil kultiviert hat<sup>9</sup>. Dies liegt einerseits an

7 Diedrich Diedrichsen, *Sexbeat*, Köln 1985, S. 91.

8 Welche Produktivität und Kreativität jugendliche Filmfans an den Tag legen und wie hochselektiv und spezialisiert Filme an individuelle oder szenentypische Aktivitäten angeschlossen werden, zeigen etwa die Studien von: Rainer Winter, *Der produktive Zuschauer*, München 1995; Dieter Baacke/Horst Schäfer/Ralf Vollbrecht, *Treffpunkt Kino*, Weinheim – München 1994.

9 Charakteristisch für die Videoclips sind Einstellungen, die oft nur Sekundenbruchteile dauern und aus einer Fülle von Zitaten und Anspielungen bestehen. Sie arbeiten mit surrealistischen Elementen, radikalisieren das Prinzip der Montage und produzieren so eine Welt, die der geläufigen Wiedererkennbarkeit und Deutbarkeit (scheinbar) diametral entgegensteht. Daß das konventionelle Sehen und Hören und bewährte Dechiffriercodes angesichts der Bilder- und Tonflut in den Musikvideos an Grenzen stoßen, ist offensichtlich, denn nur vor dem Hintergrund von Wahrnehmungsblokkaden sind Etikettierungen wie „Terror-Ästhetik“ oder „Hackfleisch-Kino“ für diese neumedialen Kulturprodukte verständlich. In fundierten empirischen Erhebungen konnte aber nicht nur die Existenz eines Medien-Ethnozentrismus, sondern auch einer spezifischen Medien-Literalität nachgewiesen werden, denn mit der Lust am raschen Bildwechsel entwickelt sich bei den jugendlichen Betrachtern auch ein

der Art und Weise, wie hier ästhetische Signale und Akzente gesetzt werden und – neben dem ästhetischen Surplus – zugleich eine Remythologisierung und Wiederverzauberung der Wirklichkeit stattfindet. Andererseits symbolisieren sie für viele Jugendliche – analog zur rockkulturellen Manifestation von Freiheit, Selbstbehauptung und Widerstand – einen Affront gegen die alltagsweltliche Geschmackskultur, die ihrerseits in den Clips lediglich oberflächliche Reizwaren erblickt.

Neben den musikzentrierten Jugendwelten inspirierte und initiierte der Kinofilm aber noch eine Reihe anderer Spezialkulturen. Sie reichen von den Western- und Indianerclubs über die Habitusformen der jugendlichen „Bodybuilder“ und „Dirty Dancer“ bis hin zu den Fanclubs, die sich um einen Star oder einen einzelnen Film gruppieren. Als szenengenerierender Kultfilm und kommunikatives Kinoereignis schlechthin kann in diesem Zusammenhang die „Rocky Horror Picture Show“ angesehen werden. Seit dieses Filmspektakel 1976 erstmals aufgeführt wurde, haben sich binnen weniger Jahre weltweit unzählige Fangemeinden gebildet, die mittlerweile sogar in einer Art Dachverband (International Rocky Horror Fan Club) organisiert sind und mehrere Fanmagazine (z. B. *The Transylvanian*) herausgeben. Das Stammpublikum – einschlägige amerikanische Medienstudien<sup>10</sup> sprechen hier auch von „veterans“ oder „regulars“ – kommt meist in kleinen Cliquen in die Spät- oder Nachtvorstellung, wohl ausgestattet mit verschiedenen Utensilien, etwa Reis, Wassersprüher, Zeitungen, Toilettenpapier, Wunderkerzen, die es dann an bestimmten Stellen des Films in den Einsatz zu bringen gilt. Nicht das Filmbetrachten ist also das eigentliche Erlebnis, sondern – ein Teil der Fans hat sich auch entsprechend der filmischen Protagonisten verkleidet – das totale Involvement und das ständige Wiederholen von camphaften Ritualen. *Camp* ist „keine natürliche Weise des Erlebens. Zum Wesen des Camp gehört vielmehr die Liebe zum Unnatürlichen: zum Trick und zur Übertreibung. Und Camp ist esoterisch – eine Art Geheimcode, ein Erken-

verfeinertes Sensorium für ästhetische Prozesse; vgl. Michael Altrogge/Rolf Amann, *Videoclips – die geheimen Verführer der Jugend?*, Berlin 1991; Klaus-Ernst Behne/Renate Müller, *Rezeption von Videoclips – Musikrezeption*, in: *Rundfunk und Fernsehen*, 44 (1996) 3, S. 365–380. Die hier sichtbar werdenden Spuren einer selbstbestimmten Mediensozialisation annonciieren möglicherweise eine Verschiebung im gesellschaftlich vorherrschenden Wahrnehmungsmodus von der erwachsenentypischen „Dominanz des Diskursiv-Begrifflichen“ zu einer jugendtypischen „Dominanz des Visuell-Zeichenhaften“; vgl. Waldemar Vogelgesang, *Mediale und nicht-mediale Erfahrungen der Wirklichkeit*, Trier 1994 (Ms.).

10 Vgl. Bruce P. Austin, *Portrait of a cult film audience: The Rocky Horror Picture Show*, in: *Journal of Communications*, (1981) 2, S. 43–54.

nungszeichen kleiner urbaner Gruppen.“<sup>11</sup> Auch Kultfilme konstituieren mithin Jugendszenen, die in ironisch-exzentrischer Manier nicht nur gegen die Muster etablierter Filmkritik zu Felde ziehen, sondern durch eine außergewöhnliche Stilisierung auch die Erprobung und Erfahrung unkonventioneller Persönlichkeitsvorstellungen ermöglichen.

Dies ist auch das Ergebnis einer Studie, in der fundiert und szenennah die Entstehung und Reproduktion von zwei aktuellen filmischen Sonderwelten dargestellt wird, die sich um den Pop- und Filmstar „Madonna“ und die U.S.-amerikanische „Star-Trek“-Serie gebildet haben<sup>12</sup>. Daß gerade die „Trekkies“ wohl zu den schillerndsten Jugendszenen der Gegenwart gerechnet werden können, davon konnte sich der Autor auf einer Star-Trek-Party an der Fachhochschule in Trier überzeugen. Ihre atmosphärische Dichte und das bisweilen karnevaleske Treiben der jugendlichen Fangemeinde ist in folgender Schilderung gut wiedergegeben:

„Die Mensa bietet ein ungewohntes Bild. Farbige Scheinwerfer und Spots tauchen den funktionalen Raum in ein unwirkliches Licht, verwandeln ihn in die Kommandobrücke des Raumschiffs ‚Enterprise‘. Die Gäste, die die ‚Brücke‘ betreten, müssen hinter der Kasse durch einen dicken am Boden wabernden Nebel. Aus dem Hintergrund des Raums ertönt, noch gedämpft, die Star-Trek-Filmmusik. Auf großwandigen Leinwänden tauchen die Köpfe von Captain Kirk, Mr. Spock, Scotty und Pille auf ... Auch Guido Hertl war an diesem Abend unter den Gästen. Er ist der Gründer des Star-Trek-Fanclubs ‚Utopia Planitia Trier‘. In Deutschland, weiß er zu berichten, gibt es derzeit rund 20 Star-Trek-Fanclubs mit etwa 6 000 Mitgliedern. ... Für die Zukunft haben sich Hertl und seine Trekkies einiges vorgenommen. Eine Star-Trek-Filmnacht ist geplant, in der alle sechs bisherigen Kinofilme gezeigt werden sollen. Weiter wollen sie eine eigene Filmparodie drehen und eine Clubzeitschrift herausgeben. ... Punkt 23 Uhr: Scharfgebündelte Lichtstrahlen zerschneiden plötzlich den Raum. Aus sphärischen Tiefen hämmert ein durchdringender Sound. Sternzeit, zwei drei Punkt null null: die Party hat begonnen – und die uniformierten Galaktiker scheinen ihre wahre Heimat gefunden zu haben.“<sup>13</sup>

11 Susan Sonntag, Anmerkungen zu „Camp“, in: dies., Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen, Reinbek 1968, S. 268.

12 Vgl. Judith Klinger/Carina Schmiedke-Rindt, Fantome einer fremden Welt. Über subkulturellen Eigensinn, in: Hans A. Hartmann/Rolf Haubl (Hrsg.), Freizeit in der Erlebnisgesellschaft, Opladen 1996, S. 147–166.

13 Intergalaktisch: Trier im Zentrum des Alls, in: Trierischer Volksfreund vom 31. Oktober 1994, S. 7. Daß die Trierer Trekkies nicht untätig sind, ist auch – unter der Überschrift: „Gemeinsam mit Kirk“ – folgender Pressemitteilung (Trie-

### III. Medienvermittelte Jugendkulturen – aktuelle Forschungsbeispiele

#### 1. Video-Cliquen

Eine vergleichbare Beobachtung konnten wir in jugendlichen Video-Cliquen machen<sup>14</sup>. Gemeint sind hier bestimmte Gruppen von Jugendlichen, die sich mehr oder weniger regelmäßig harte (d. h. größtenteils indizierte) Action- und Horrorfilme ansehen. Für diese Jugendlichen sind ihre Film-Sessions, so nennen sie ihre Zusammenkünfte, eine Art Verlängerung des Kinosettings in den häuslichen, intimen Bereich und stellen gegenüber den Alltagsroutinen eine Sondersituation dar. Hier können sie ihrer Spontaneität, ihren Aktivitäts- und Darstellungsbedürfnissen freien Lauf lassen, ohne den energischen Einspruch der Erwachsenen befürchten zu müssen. Hier können sie ihre Wünsche nach Abenteuer und Action, Gruseln und Thrill befriedigen, die im normalen Alltag kaum zugelassen sind. Videos grenzen mithin Alltag aus, sie schaffen eine Art Ausnahmesituation, in der die heutige soziale Stilllegung des Körpers und die Disziplinierung der Gefühle aufgehoben ist.

Wie sehr gerade der zeitgenössische Horrorfilm – das passende Setting vorausgesetzt – in der Lage ist, dem allgemeinen Trend einer Politik des Spaßhabens und der Karnevalisierung des Alltags ein Forum zu bieten, dokumentiert auch nachstehende Beobachtung: „Der Besuch eines Festivals des phantastischen Films in Paris, das seit 1972 jährlich veranstaltet wird, war einer der Höhepunkte unserer Erkundung in die Sozialwelt der Horrorfans. Das außeralltägliche Spektakel, das sich im Zuschauerraum abspielte, erinnerte sehr stark an Bachtins Beschreibung des Karnevals als einer Form des volkstümlichen Vergnügens. Dieser ist

rischer Volksfreund vom 27. Juni 1996, S. 10) zu entnehmen: „Arm in Arm mit Kirk, Scotty, Spock und Pille können sich derzeit alle Star-Trek-Fans in der Trierer Stadtbücherei zeigen. Als Pappkameraden stehen die großen Helden der Kultserie ‚Raumschiff Enterprise‘ und der Star-Trek-Filmreihe inmitten einer großen Ausstellung. Der Trierer Fanclub ... trug zahlreiche Glaskästen prall gefüllt mit Ausstellungsmaterial zusammen: Plakate, Bücher, Videos und Zeitschriften sowie Uniformen und andere Fan-Artikel. Zur Eröffnung der Ausstellung wurde der in clubeigener Regie erstellte Kurzfilm ‚Enterprise goes Alliance‘ aufgeführt.“

14 Die empirischen Daten basieren auf einer Kombination von quantitativen (n = 660) und qualitativen (n = 35) Befragungen von Jugendlichen im Alter von 14 bis 18 Jahren. Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse findet sich in: W. Vogelgesang (Anm. 4). Neuerlich bestätigt wurden unsere Befunde durch: Corinna Pette/Michael Charlton, Video-sessions – ritualisierter Rahmen zur Konstruktion von Gefühlen, in: Michael Charlton/Silvia Schneider (Hrsg.), Rezeptionsforschung, Opladen 1997, S. 219–240.



durch Gelächter und physische Sensationen, durch Unsinn und Parodien, durch Exzentrizität und Übertreibung gekennzeichnet. Insofern stellt er auch eine Art Widerstand (im wörtlichen Sinn des Wortes) gegen Sinn, Subjektivität und Verantwortlichkeit dar. So war für die Fans der durch die Sprache übermittelte Sinn weniger wichtig als die durch das Spektakel der Bilder in Szene gesetzte Bedrohung, ebenso konnte sich keiner im Zuschauersaal dem karnevalesken Treiben entziehen. . . . Die dem Lärm und den Bildern ausgesetzten Festivalteilnehmer waren – in der Regel mit Mehl beworfen – Teil des kollektiven Geschehens, in dem herkömmliche Distanzen zwischen Menschen relativiert und so eine Gegenwelt zum Alltag aufgebaut wurde.“<sup>15</sup>

Aber es sind offensichtlich nicht nur die kleinen Fluchten aus der Monotonie des Alltags, die den Reiz der Videos ausmachen, sondern es ist auch die Möglichkeit, Frustrationen und aggressive Impulse beim Betrachten zu bewältigen. Während des Zusehens lebt der jugendliche Filmfan innerlich das aus, was er äußerlich nicht zeigen kann, weil aggressive Umgangsstile im Alltag in hohem Maße negativ sanktioniert sind. Diese Form medialer Sublimierung oder Austrocknung von Aggressivität kann demnach auch als eine Form von Katharsis interpretiert werden. So gesehen ist dann die Aneignung von spannungs- und actiongeladenen Videos ein funktionales Äquivalent zu Karneval, Sportveranstaltungen oder auch zu anderen, den Alltag zeitweise außer Kraft setzenden Festivitäten.

Das mediale Abenteuer und die Ausnahmesituation, die Videos zu stimulieren vermögen, sind – und das war nicht unbedingt zu erwarten – eng verknüpft mit der Ausbildung von spezifischen Filmkompetenzen. Sind die Fans am Beginn ihrer Videokarriere primär durch eine voyeuristische Schaulust motiviert, so entwickeln sie im Laufe der Zeit auf der Basis von Filmerfahrung und Filmwissen differenziertere Sehpraxen, die es ihnen erlauben, auch spektakulärste Filmszenen wohl dosiert zu erleben. Dabei ist den jugendlichen Videofreaks jederzeit bewußt, daß es sich bei den Action- und Horrorszenarien um reine Phantasiewelten handelt, ja mehr noch, die Differenz zwischen Fiktionalität und Realität ist nachgerade konstitutiv für das Filmerleben.

Jugendliche Videofans sind also, dies gilt jedenfalls für den von uns untersuchten Typus, durchaus keine degenerierten Videoten, wie ihnen oft nachgesagt wird. Im Gegenteil, sie erliegen nicht (im

15 Waldemar Vogelgesang/Rainer Winter, Die Lust am Grauen – Zur Sozialwelt der erwachsenen und jugendlichen Horrorfans, in: *Psychozial*, (1990) 4, S. 42.

Sinne einer allmächtigen Wirkungsdoktrin) den reichlich vorhandenen Schockbildern vieler Videofilme, sie werden nicht zu Medienmarionetten, sondern eignen sich deren dramaturgische Gestaltungsmittel und dramatische Szenarien auf kompetente Weise an.

Allerdings ist nicht auszuschließen, daß es Umstände gibt, unter denen der Konsum von harten Videofilmen auch problematisch sein kann. So ist bspw. der Film „The Warriors“ zum Kultfilm von aggressiven Jugendbanden geworden. Über die Wirkung z. B. von „Rambo“-Filmen in rechtsradikalen Gruppen wäre zu forschen. Was hier durchaus möglich erscheint, ist eine Bestätigungs- und Verstärkertendenz. Denn in diesen Filmen werden – aufgrund der Alltagsnähe – Identifikationsfiguren und Handlungsmuster angeboten, die über den fiktiven Rahmen des Films hinaus an die vorhandene Gruppenideologie und Gewaltbereitschaft anschließbar sind<sup>16</sup>.

## 2. Die Fans der „Lindenstraße“

Wer an die Fans und Dauerseher der „Lindenstraße“ denkt, der dürfte sich in der Regel Hausfrauen mittleren oder höheren Alters – gegebenenfalls noch reifere Herren – vorstellen, die Sonntag für Sonntag um 18.40 Uhr das Fernsehgerät einschalten und sich in eine seriale Welt mit prototypischen Dramatisierungen des bundesdeutschen Alltags- und Familienlebens entführen lassen. Jugendliche und junge Erwachsene wird man unter den Serienkonsumenten weniger vermuten. Aber die Begeisterung für die meisten Serien – und hier insbesondere für die „Lindenstraße“ – fügt sich keinem starren Zielgruppenschema. Vielmehr sind es in den von uns befragten Fanclubs gerade auch die Altersgruppen zwischen zwanzig und dreißig, die sich als Vielseher einstufen und eine starke Serienbindung bekunden<sup>17</sup>.

Ein wichtiges Motiv für das gemeinschaftliche „Lindenstraßen“-Erlebnis gründet in der kommunikativen Dichte und Besonderheit der Treffen. Geselligkeit, Ausgelassenheit und Ungezwungenheit sind angesagt, und dies keineswegs nur bei der neuesten sonntäglichen Serienfolge: „Ziel unseres Fanclubs ist es“, schreibt uns eine seit 1992

16 Zur (unabgeschlossenen) Kontroverse hinsichtlich der Wirkung von medialen Gewaltdarstellungen auf Kinder und Jugendliche vgl. Mike Friedrichsen/Gerhard Vowe (Hrsg.), *Gewaltdarstellungen in den Medien*, Opladen 1995; Michael Kunczik, *Medien und Gewalt*, Köln – Wien 1993; Waldemar Vogelgesang, *Medien und Gewalt: Fakten und Meinungen im Widerstreit*, in: *Psychozial*, (1995) 1, S. 99–110.

17 Vgl. Waldemar Vogelgesang, *Jugendliches Medien-Fantum. Die Anhänger der „Lindenstraße“ im Reigen medienvermittelter Jugendwelten*, in: Martin Jurga (Hrsg.), *Lindenstraße*, Opladen 1995, S. 175–192.

bestehende Gruppe aus Wuppertal, „sich möglichst oft zu treffen und einfach Spaß zusammen zu haben.“ Ähnlich auch die Sicht einer Fangemeinschaft aus Velbert: „Es macht einen Heidenspaß, mit Freunden die einzelnen Folgen zu schauen, gemeinsam zu lachen und zu streiten, und alles andere auch einmal für eine Weile zu vergessen.“ Bisweilen erinnern die Schilderungen auch schon einmal an jugendliche Flip-Praxen mit einem ausgeprägt expressiven Charakter: „Manchmal geht es bei uns zu wie auf einer Kleinkunst-Bühne, nur viel chaotischer. Da werden Witze gemacht, da wird rumgealbert, da werden Zoten zum besten gegeben, beinah wie im Karneval“ (Fanclub Hannover). Oder wie es ein Fanclub aus Zweibrücken so anschaulich formuliert hat: „Man steigt in den „Lindenstraßen“-Alltag ein, um aus dem realen Alltag auszusteigen.“

Neben der Dramatisierung und Transzendierung des Alltags ist es vor allem die Medienkompetenz der „Lindenstraßen“-Fans, die beeindruckt. Sie sind nicht nur mit der Vielfalt der Themen und dem Darsteller-Ensemble vertraut, sondern es bereitet ihnen auch sichtlich Vergnügen, die narrative Struktur der Serie zu entschlüsseln. Eine längere Passage aus dem Brief der „Münchener Kultgemeinde“ sei hier stellvertretend zitiert, um gleichermaßen sichtbar zu machen, wie durchweg elaboriert die Verstehens- und Deutungsleistungen der Fans sind und welche Produktivität und Kreativität sie in ihrer kulturellen Arena entfalten:

„Weshalb also sehen wir uns die ‚Lindenstraße‘ an? Vor allem eben deshalb, weil es möglich ist, sie auf unterschiedlichen Ebenen, von verschiedenen Blickwinkeln her anzuschauen und zu diskutieren. Die oberflächliche Handlungsebene unterscheidet sich für viele unmerklich oder überhaupt nicht von anderen Serien. Meine Oma etwa guckt wahrscheinlich die ‚Lindenstraße‘ genauso wie das ‚Forsthaus Falkenau‘ oder was auch immer. Vielleicht ist ihr auch noch die zweite Ebene bewußt: die ‚Lindenstraße‘ als Langzeit-Serie. Wir haben die Charaktere als ständige BegleiterInnen, sie werden älter mit uns, feiern, wählen, gehen zur Arbeit oder in die Schule. Alles genau so wie bei denjenigen, die vor dem Fernsehgerät sitzen. Auf einer dritten Ebene wird die bloße Handlung untergliedert in Konfrontationen mit verschiedenen sozialen Problemstellungen: Krankheit, Tod, Schwangerschaft, Drogen, Ehekrise, Homosexualität, Kindesmißhandlung, Pubertät, Sex, Rechtsradikalismus etc. Nun kann man darüber streiten, ob diese Themen angemessen dargestellt werden, aber ihr Vorkommen allein ist schon bemerkenswert. In welcher Serie etwa wäre ein Schwuler als Handlungs-träger vorstellbar gewesen vor der ‚Lindenstraße‘? Hier besteht die Chance, die ZuschauerInnen mit Themen zu konfrontieren, die sie im Alltag weit von

sich schieben. Wie gesagt: inwieweit dies gelingt, mag fraglich sein. Und es gibt sogar noch eine vierte Ebene zu entdecken: die der Selbstironie und der ‚running gags‘. Wo gibt’s das schon: Else Kling ist Satire in Höchstform, Matthias („Stör ich?“) eine Haßfigur sondersgleichen, das Vorkommen der Serie in der Serie in Form von Gesprächen oder Fanartikeln schönste Selbstironie. Meinetwegen könnte diese Komponente, ohne allerdings in Klamaus auszuarten, noch um ein Vielfaches verstärkt werden!“

Die Differenziertheit und Reflektiertheit in der Auseinandersetzung mit der „Lindenstraße“ zeigt, wie wenig ihre Fans mit dem Stereotyp vom distanzlosen Zuschauer gemein haben. Auch die immer wieder unterstellte Vermischung von eigener Welt und Medienwelt entbehrt für sie jedweder Relevanz. Zwar schreiben die jugendlichen Fans den einzelnen Folgen Realitätscharakter zu, aber die dargestellte Alltagsnähe wird zugleich als Leistung einer Fiktion gesehen, als eine besondere Schauspiel-Leistung. Die „Lindenstraße“ ist in ihren Augen also keineswegs verfilmte Sozialkunde oder die Aneinanderreihung eines pädagogischen Programms, wohl aber eine Themenressource, die eine weiche Kopplung an die eigene Biographie und Lebenswelt erlaubt:

„Es sind zwar Alltagsgeschichten mit wechselnden zwischenmenschlichen Situationen und Beziehungsverhältnissen, also von daher Themen und Ereignisse wie im richtigen Leben. Aber selbst wenn man mit den Darstellern älter wird oder sieht, wie im Laufe der Zeit die Kinder in der ‚Lindenstraße‘ wachsen, so ist und bleibt es doch eine Kulissen- und Filmstadt. Sie ist zwar kein potemkinsches Dorf, aber eben doch etwas Fiktives und Konstruiertes, eine Medienwelt und nicht die Wirklichkeit“ (Fanclub Braunschweig).

Für die Fans ist wichtig, daß es sich bei den Handlungsepisoden der Serie um Erzählungen, Fiktionen und Konstruktionen handelt, also um eine Form künstlerisch verdichteter Realität, und nicht einfach um die Doppelung oder Verlängerung der eigenen Erfahrungs- und Lebenswelt. Auch der immer wieder als Bestätigung für den schwindenden Abstand zwischen seriellem Schein und alltäglichem Sein gedeutete Tourismus zu den Drehorten kommt eher einer Entzauberung gleich, bei der den Fans der Charakter des Kunst-Produkts und seiner Machart nachhaltig vor Augen gestellt wird. Es ist gerade das Erkennen der Differenz von Serien- und Alltagswelt, das die „Lindenstraße“ zum Sehvergnügen für sie werden läßt. Sie sind gleichsam Wanderer zwischen den Welten, wobei die Unterscheidung zwischen Fiktionalität und Realität zum konstitutiven Moment ihrer Aneignungs- und Erlebnisformen wird. Oder wie

Angela Keppler es so treffend formuliert hat: „Das Interesse für die fingierte Wirklichkeit der Serie wird von einem Interesse für die Künstlichkeit des Fingierens – und sogar für das Spiel zwischen beiden Elementen – begleitet. ... Der Serien-Zuschauer sucht und findet in der Serie seiner Wahl ein ‚Widerspiel‘ zur Form seiner eigenen Existenz. Das Leben mit einer Serie, wie sehr diese auch auf den Anschein der Nähe zum wirklichen Leben angelegt sein mag, ist ein Leben zwischen der Spannung zwischen Leben und Serie. Dieses Beispiel (der Fans der ‚Lindenstraße‘; W. V.) zeigt, daß diejenigen, die blind für die Gesetze einer Fernsehserie wären, gar kein Vergnügen an ihr haben könnten.“<sup>18</sup>

### 3. Elektronische Spielwiesen

Auch das Aufkommen der sogenannten „elektronischen Spielwiesen“ hat zur Formierung jugendkultureller Sozialwelten beigetragen. Gemeint sind damit Tele-, Video- und Computerspiele, die zunehmend den jugendlichen Freizeitraum erobern. Ursprünglich zur Auflockerung ihrer Berufsarbeit von professionellen Programmierern erfunden, verselbständigte sich diese Entwicklung in kurzer Zeit in einer ungeheuren Fülle von Spielgeräten und -programmen. Mittlerweile sind – nicht zuletzt durch die fortschreitende Verbreitung des Computers – Gimmicks und Simulationen, Strategie- und Sportspiele, Adventures und Erotikons zu einer festen Spielgröße im Freizeitbudget geworden, deren graphische, tontechnische und kreative Möglichkeiten ein Faszinosum für junge Menschen – und zunehmend auch für Erwachsene – darstellen<sup>19</sup>.

Unstreitig ist in diesen neuzeitlichen Spielparadiesen eine Konzentration auf die abgeschlossene Welt des Spielrahmens und auf die eigenen Fähigkeiten zu beobachten, jedoch nicht im Sinne einer Individualistenkultur von weltabgewandten Einzelgängern, sondern in Form einer gruppensportlichen Auseinandersetzung mit anderen Spielakteuren. Zwar mag es im Einzelfall durchaus zur Abkapselung und Selbstisolierung kommen, aber das Bild vom Computerspieler, der in seinem Zimmer sitzt und hinter heruntergelassenen Rolläden seine perversen Phantasien austobt, ist ein Mythos.

18 Angela Keppler, *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*, Frankfurt am Main 1994, S. 33 f.

19 Vgl. Tilmann Ernst (Red.), *Computerspiele – Bunte Welt im grauen Alltag*, Bonn 1993; Friedrich Rötzer (Hrsg.), *Schöne neue Welten? Auf dem Weg zu einer neuen Spielkultur*, München 1995. Daß sich das Nutzungsverhalten an Geldspielautomaten völlig anders darstellt, soll hier ausdrücklich festgestellt werden. Vgl. Carola Schmid, *Glücksspiel*, Opladen 1994.

Die Realität offenbart uns vielmehr eine differenzierte Fankultur mit eigenen Rekrutierungs- und Hierarchisierungsstrategien und mit gemeinsam geteilten Normen, Ritualen und Selbstverständlichkeiten, die der Spielnovize vielfach in Ratgebern und Regelwerken für Computerspieler nachlesen kann. Gelingt durch Übung, Wahrnehmungs- und Gedächtnisschulung dann eines Tages der Sprung in die Klasse der Meister, dann eröffnen sich dem Spielbegeisterten neue Bedeutungs- und Bezugswelten, die – sei es im wettkampfmäßigen Leistungsvergleich oder im lustvoll-autonomen Eindringen in unerreichbar geglaubte Fantasy-Sphären – neben der Vergrößerung individueller Freiräume der Selbstdarstellung und Selbstdefinition auch eine zunehmende erlebnisorientierte Aufladung des Alltags bedeuten.

Dies ist auch das Ergebnis einer Studie, die die Kölner Medienpädagogen Jürgen Fritz und Wolfgang Fehr durchgeführt haben: „Die Spiele faszinieren, weil sie von den Spielern benötigt werden, um ‚gute Gefühle‘ zu bekommen. Der Spielcomputer als ‚Mister feel good‘ ist begehrt, weil er positive Emotionen bewirken kann: Er vermag Vergnügen, Spaß und Freude zu bereiten, Gefühle von Leistungsfähigkeit und Kompetenz zu vermitteln sowie Distanz zur Lebenswelt zu schaffen. ... Das emotionale Erleben sollte dabei möglichst ‚dicht‘ und ‚intensiv‘ sein. Ein faszinierendes Spiel vermittelt ein ‚Wirklichkeitsgefühl‘ und bewirkt damit eine Steigerung des emotionalen Erlebens. Je wirklichkeitsgetreuer die virtuelle Welt“, so die Autoren, „desto höher die Erlebnisdichte.“<sup>20</sup>

Das Eindringen in die virtuellen Spielwelten und die Fokussierung auf die Spielhandlung vermitteln hohe Spannung – und auch Entspannung. Spielen lenkt vom Alltag ab und wird bisweilen sogar zur Therapie. Vor allem die sogenannten „Abschießspiele“ bieten die Möglichkeit, aggressive Impulse auszuagieren. Gerade bei männlichen Jugendlichen konnten wir immer wieder beobachten, wie aus Alltagserfahrungen resultierende negative Gefühle wie Angst oder Wut durch bestimmte Spieltypen und -praktiken absorbiert werden. Nicht das Spiel erzeugt aversive Stimmungen und Affekte – jedenfalls haben wir hierfür keine Anhaltspunkte gefunden –, sondern außerhalb des Spiels gemachte Frusterfahrungen werden in den Spielrahmen übernommen und beim Spielen abgebaut.

Die Tatsache, daß die Telespielbegeisterten ihren Erlebnishunger zunehmend auch in den zahlrei-

20 Jürgen Fritz/Wolfgang Fehr, *Im Sog der Computer- und Videospiele*, in: *Medien Praktisch*, (1995) 2, S. 21. *Anmerkung der Redaktion*: Siehe hierzu auch den Beitrag von Franz Petermann in diesem Heft, insbes. Kapitel IV, S. 30 f.

chen Computernetzen stillen, ist aber auch Anlaß zu manch kritischem Kommentar: Denn es sind nicht zuletzt indizierte oder sogar beschlagnahmte Spiele, wie etwa „Mortal Combat“, über die sich die Freaks via Netz austauschen: „Die weltweite Spielergemeinde führt ganze Bibliotheken, in denen alle erforschten Tastenfolgen verzeichnet sind. Zahllose Mail-Boxen bieten Schwarze Bretter, auf denen die Spieler die Kombinatorik von Magenkrätsche und Überwurf erörtern. Auch im Internet lagert reichlich Lehrmaterial.“<sup>21</sup> Daß den Jugendschutzbehörden diese Entwicklung Sorge bereitet, ist nur zu verständlich. So weist die Vorsitzende der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften, Elke Monssen-Engberding, mit Recht darauf hin, daß geeignete Kontrollmaßnahmen nicht mehr Ländersache sein können, sondern eine „internationale Vereinbarung gefunden werden müsse“<sup>22</sup>. Allerdings zeichnet sich derzeit in diesem Punkt zwischen den Gegnern und den Befürwortern von Interventionsmaßnahmen, die bisweilen auch bis zu äußerst rigiden Zensurforderungen reichen, noch keine einvernehmliche Lösung ab<sup>23</sup>.

#### 4. Computer- und Netzszenen

Auch das Herzstück der Neuen Medien – der Computer – ist ein idealer Anknüpfungspunkt für jugendkulturelle Sozialwelten geworden. In mehreren Studien<sup>24</sup> konnten wir zeigen, daß sich der Computer einen festen Platz im Handlungsfeld der jungen Generation erobert hat. Bezeichnend für die meisten jugendlichen Anwender ist dabei – ähnlich wie bei den Erwachsenen – eine instrumentelle Orientierung: Sie gebrauchen den Computer als ein Werkzeug, mit dem bestimmte alltägliche Arbeiten oder Funktionen eleganter und schneller bewerkstelligt werden können, d. h., ihr Nutzungsprofil ist vorrangig auf Routine und Entlastung angelegt. Dieser konventionelle User-Typus soll im folgenden aber nicht näher behandelt werden.

Im Mittelpunkt der Analyse steht vielmehr die Gruppe von Jugendlichen, die sich besonders intensiv und spezialisiert mit dem Computer in der Freizeit beschäftigt. Für diesen Personenkreis – im weiteren als Computerfreaks bezeichnet – ist die

Nutzung des Rechners nicht nur ein zentrales Steckenpferd, sondern ihre unterschiedlichen Aneignungs- und Verwendungsformen sind in ein komplexes Geflecht von Wissen, Erfahrungen und (sub)kulturellen Deutungsmustern eingebunden. Ob Hacker oder Programmierer, Cracker oder Mailbox-Fan, ihr Umgang mit dem Rechner ist durch einen hohen Grad von Professionalität und Kompetenz gekennzeichnet. Sie eignen sich – vielfach im Selbststudium – im Bereich der Hard- und Software ein Spezialwissen an, das ihnen gleichermaßen in den ausdifferenzierten Szenen der Computersozialwelt wie im Kreis der gestandenen, akademisch ausgebildeten Informatiker Geltung, Anerkennung und teilweise auch Bewunderung verschafft. Zwar sind die Übergänge zwischen den Szenen fließend, aber im Kern bestimmt sich jede Gruppierung durch eine exklusive Art des Umgangs mit dem Rechner, wobei szeneninterne Differenzierungsprozesse permanent neue Untergruppierungen entstehen lassen.

Der Computer ist für die Freaks – und dies ist ein weiteres zentrales Element ihres Nutzungsprofils – immer auch ein evokatorisches Instrument, d. h. eine besondere Herausforderung, der sie sich bisweilen enthusiastisch stellen. Er ermöglicht ihnen nämlich, etwas Neues zu schaffen, etwas zu entdecken und weiterzuentwickeln. Selbstgeschaffene oder selbstgesuchte Probleme werden zum Ansporn, Phantasie- und Leistungsreserven zu mobilisieren, sich in „neue Dimensionen“ vorzuwagen. Der Computer ist für die Freaks also nicht nur Werkzeug, sondern auch eine Art Zeitmaschine, die Exkursionen in fremde Welten erlaubt. Um so überraschender und befremdender ist das in Diskussionen und Publikationen immer wiederkehrende Unbehagen: Die Arbeit am Rechner nehme die Möglichkeit zur ursprünglichen Erfahrung. So finden wir etwa bei Joseph Wandl die Feststellung: „Ist die Schule schon ohnehin eine Stätte, in der ‚Welt‘ aus zweiter oder dritter Hand vermittelt wird, so besteht nun zukünftig die Gefahr, daß Computerbilder oder Computersimulationen in zunehmendem Maße für die Realität gehalten werden könnten.“<sup>25</sup>

Unabhängig vom empirischen Gehalt solcher Feststellungen ist es ein soziologischer Allgemeinplatz, daß in modernen Gesellschaften die Menschen nur zu einem kleinen Teil der Realität Primärkontakte haben. Ob diese anderen – also medialen oder virtuellen – Wirklichkeiten eine Form „reduzierter Wirklichkeit“ oder gar einen „Realitätsverlust“ darstellen, wie immer wieder behauptet wird, ist aus soziologischer Sicht höchst zweifelhaft. Denn

21 Manfred Dworschak, Digital Born Killers, in: Die Zeit vom 19. Januar 1996, S. 74. ‚Magenkrätsche‘ und ‚Überwurf‘ stehen hier beispielhaft für Kampfpraktiken, die sich in den Online-Spielwelten wachsender Beliebtheit erfreuen.

22 Jugendschutz im Internet unmöglich, in: Trierischer Volksfreund vom 3./4. Januar 1996, S. 1.

23 Vgl. Christoph Engel, Inhaltskontrollen im Internet, in: Archiv für Presserecht, 27 (1996) 3, S. 220–227.

24 Vgl. R. Eckert u. a. (Anm. 4); T. A. Wetzstein u. a. (Anm. 4).

25 Joseph Wandl, Computer und Lernen, München 1985, S. 16.

aus der Verschiebung von ursprünglicher zu vermittelter Erfahrung ein Verhältnis von Über- und Unterordnung, von wertvoll und zweitrangig, von gut und bedrohlich zu konstruieren, entspricht einer normativen Setzung und keiner anthropologischen Konstante. Wir haben uns beide Formen des Welterfahrens vielmehr als auf der gleichen Ebene liegend und einander ergänzend vorzustellen.

Über alle Subszenen und Spezialisierungen hinweg ist für die Computereaks charakteristisch, daß die Tätigkeiten am Computer für sie immer auch expressiv codiert sind, d. h. über eine rein instrumentelle Verwendung hinausweisen. Zum einen sind sie eng mit Gefühlen, Ritualen, einem bestimmten Selbstverständnis und verstärkt einer eigenen Sprache verknüpft, zum anderen dienen sie der Selbstdarstellung, Kompetenzdemonstration und Szenenabgrenzung. Während der Computer im Beruf und vielfach auch im Alltag ein bloßes Arbeitsgerät, also Mittel zum Zweck, ist, wird er für die Freaks zum Selbstzweck. Seine Multifunktionalität erlaubt Formen der Eigenaktivität und des Schöpferischen, die die Schaffung und Erkundung anderer Räume und Wirklichkeiten nachhaltig stimulieren. Zudem wird Computer-Kommunikation für sie keineswegs zum Substitut für personale und soziale Kommunikationsprozesse, vielmehr provoziert und potenziert das Dialogpotential des Computers die Bildung von neuen, szeneneigenen Interaktions- und Geselungsformen<sup>26</sup>.

Ein weiteres Beispiel für die Entstehung neuer Spezialkulturen im Umfeld des Computers und seiner vernetzten Nutzung sind die sogenannten „Cyberpunks“, die in gewisser Weise die Kultur der „Hacker“ aus den achtziger Jahren fortführen. Auch wenn der Begriff „Cyberpunk“ mittlerweile inflationär und unspezifisch in den Medien gebraucht wird, so steht dahinter dennoch eine Szene, die sich um die digitale Welt des Cyberspace gebildet hat. Eine schillernde Mixtur aus Technikbegeisterung, Science-Fiction-Vorlieben (vor allem an den Romanen von William Gibson) und Elementen der sogenannten „underground cultures“, wie z. B. des Punk, bilden den Orientierungsrahmen ihres Umgangs mit Computernetzen. Sehr anschaulich ist diese Art der Stil-Mischung oder Stil-Bricolage – gemeint ist eine alle Stilelemente umfassende Bastelmentalität, deren ästhetisches Signum, analog zur Cut-up-Technik in der

Literatur oder der Collage in der Kunst, die Um- und Neugestaltung vorhandener kultureller Artefakte ist – in dem Kultmagazin „Mondo 2000“ dokumentiert.

Die japanischen „Computer-otaku“ bilden eine vergleichbare Szene. Volker Grassmuck beschreibt die „Otaku-Freaks“ folgendermaßen: „Otakus verabscheuen physischen Kontakt und lieben Medien, Technik und das Reich der Reproduktion und Simulation im allgemeinen. Sie reden nicht miteinander, sie ‚kommunizieren‘. Sie sind begeisterte Sammler und Verarbeiter von nutzlosen Artefakten und Informationen. Sie sind eine Untergrundkultur, aber keine Gegner des Systems. Sie verändern, manipulieren und untergraben das System der Fertigprodukte, und zugleich sind sie die Apotheose der Konsumkultur. ... Sie sind die Kinder der Medien.“<sup>27</sup>

Der Technikgebrauch in solchen Szenen ist durch vielschichtige ästhetische und expressive Codierungen gekennzeichnet. Wichtig ist den Cyberpunks auch die Erschließung neuer Wahrnehmungs- und Erlebnisformen. Man will durch eine Synthetisierung von Elementen aus dem Spiel-, Pop- und Computerkunstbereich in neue kulturelle und außeralltägliche Räume vorstoßen. Die Cyber-Freaks verstehen sich als eine Art Avantgarde des Virtuellen und Wegbereiter des globalen Dorfs, in dem intensive Kompetenz-, Erlebnis- und Gemeinschaftserfahrungen möglich werden. Rainer Winter kommt bei seiner Ethnographie der Cyberpunk-Szene zu ganz ähnlichen Beobachtungen:

„Mit gewöhnlichen Freaks teilen die Cyberpunks wohl die intensive Beschäftigung mit dem Computer, das Leben in den elektronischen Netzen, die als realer erlebt werden als die übrige Welt, und eine enthusiastische Auseinandersetzung mit der Technokultur. Das Wort Punk signalisiert aber auch eine oppositionelle Abgrenzung zu den dominanten Lebensstilen in der heutigen Zeit, die äußerlich erkennbar ist. So ist der Cyberpunk-Stil eine auffällige, wild aussehende Mode, die an die Schockästhetik der Punks anknüpft. ‚Industrieabfall‘ wird recycelt, mit der schwarzen Kluft der Rocker verknüpft und mit neuen technologischen Gadgets aufgepeppt. Das Erscheinungsbild wird veredelt durch Bezüge zum Vampir- und apokalyptischen Katastrophenfilm, die auch durch die Schminke und die Frisur ausgedrückt werden. ... Die globale, uneingeschränkte Kommunikation in den gigantischen Computernetzen verdichtet sich

26 Vgl. Waldemar Vogelgesang/Thomas A. Wetzstein, Die Vervielfältigung der Kommunikation in Computerkulturen, in: Widersprüche, (1993) 4, S. 35–44; Joseph B. Walther, Computer-mediated-communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction, in: Communication Research, 23 (1996) 1, S. 3–43.

27 Volker Grassmuck, „Allein, aber nicht einsam“ – die otaku-Generation. Zu einigen neuen Trends in der japanischen Populär- und Medienkultur, in: Norbert Bolz u. a. (Hrsg.), Computer als Medium, München 1994, S. 270.

für viele Cyberpunks zu einer mythischen Vision des Einswerdens mit einer Gemeinschaft Gleichgesinnter.<sup>28</sup>

## 5. Die Techno-Szene

Zu den schillerndsten Jugendkulturen der Gegenwart zählt fraglos die Techno-Szene. Sie ist jedoch mittlerweile in so viele Stilrichtungen und Untergruppierungen aufgespalten, daß selbst Insider von einem schwer durchschaubaren „Sammelsurium von Szenen, Stilen und Moden“<sup>29</sup> sprechen. Nach dem Vorbild der ursprünglichen Entstehungsorte der Musik, den Clubs von Chicago, Detroit und New York, in denen Disc-Jockeys (DJs) das Plattenauflegen zu einer neuen Kunstform machten, setzte sich diese Musikrichtung Anfang der neunziger Jahre auch in Deutschland durch. Getragen von einer Dauerpräsenz in Rundfunk und Fernsehen – und hier insbesondere in den Musikkanälen „Viva“ und „MTV“ –, unterstützt von szeneneigenen Kommunikationsmitteln wie den „Flyern“ (kunstvoll gestalteten Handzetteln) und „Fanmagazinen“ (z. B. Frontpage, Groove, Dizko 2000 etc.) und einer historisch einmaligen Vermarktung einer Jugendszene, wird Techno in kurzer Zeit zur *mainstream*-Jugendkultur, deren Anhängerschaft mittlerweile auf ca. zwei Millionen geschätzt wird<sup>30</sup>. Waren Plattenfirmen wie „Low Spirit“ oder „Eye Q“ und Clubs wie „Omen“ (Frankfurt am Main) oder „Tresor“ (Berlin) vor einem halben Jahrzehnt nur wenigen bekannt, so besitzen sie heute Kultstatus und werden von Kultfiguren, den DJs (wie etwa Sven Väth, Dr. Motte, Westbam), beherrscht, die eine ganze Jugendgeneration in Ekstase versetzen können.

Entscheidend für die Verbreitung und öffentliche Aufmerksamkeit der Techno-Szene waren und sind aber auch ihre Veranstaltungsformen, denn schon früh haben die Trendsetter erkannt, daß der klassische Diskotheken- und Partyrahmen dem Zuspruch, den diese Musik bei den Jugendlichen findet, nicht gerecht wird. Als vollkommerzialiserte Alternativen wurden Großveranstaltungen, die sogenannten „Events“ oder „Raves“ mit einer Dauer von zwölf Stunden bis zu mehreren Tagen,

organisiert. Die „Maydays“ in der Dortmunder Westfalenhalle oder die „Loveparades“ auf dem Berliner Kurfürstendamm sind mittlerweile ebenso selbstverständliche Szenentreffpunkte wie die über das ganze Bundesgebiet verteilten Großraumdiscos. Welche extremen Gefühlslagen an diesen „Locations“ durch eine szenenspezifische Kombination von Musik, Raumdesign und Tanz entstehen können, kommt in nachfolgender Schilderung von Jörg Hunold und Baschar Al-Frangi<sup>31</sup> sehr plastisch zum Ausdruck.

*„Am 7. und 8. Dezember 1996 fand in der Frankfurter Disco ‚Dorian Gray‘ anlässlich des Geburtstags von DJ Marc Spoon eine zweitägige Techno-Party statt, die wir im Rahmen unseres Forschungsseminars besucht haben. Der folgende Erlebnisbericht soll unsere subjektiven Erfahrungen und Eindrücke dokumentieren, die wir auf dieser Veranstaltung, an der zwischen 6 000 und 7 000 in- und ausländische Raver teilnahmen, gesammelt haben. ... Das ‚Gray‘ war aus gegebenem Anlaß von dem Kölner Künstler Siegbert Heil dekoriert worden. Durch einen langen, eigenwillig beleuchteten Stofftunnel gelangte man direkt ins Zentrum des Geschehens, das sich – sieht man einmal von dem Chill-Out- und VIP-Bereich ab – auf drei Tanzhallen konzentrierte. Die drei verschiedenen ‚Zappelräume‘ (Szenenjargon) markierten jeweils eine andere musikalische Zone. So wurden in der Halle 1 vornehmlich Stilrichtungen wie Djungle, Breakbeat, Ragga-Muffin und Dub gespielt. In der Halle 2 dominierte dagegen ein ruhigerer Beat, basierend auf dem klassischen House-Sound, der mit Soul- und Funkelementen abgemixt wurde. Richtig schnelle, laute und heftige Töne schlugen einem aus Halle 3 entgegen; hier wurde Gabber und Hardcore aufgelegt und bei mindestens 180 bpm (beats per minute) am meisten getanzt und geschwitz. ... Sobald man diese Halle betrat, schlug einem ein ohrenbetäubender Lärm entgegen, der die Luft aus den Lungen zu pressen schien und den gesamten Körper augenblicklich in vibrierende Bewegungen versetzte. Der gesamte Raum – von der Theke bis zur Tanzfläche – wurde von einer euphorischen, ekstatischen Menschenmasse bevölkert, die sich der Musik willenlos hingab und dem DJ völlig ausgeliefert war. Man spürte deutlich, daß die DJs nicht nur einfach zum Plattenauflegen gekommen waren, sondern im wahrsten Sinne des Wortes Musik zelebrierten und sich vom Publikum bisweilen frenetisch feiern ließen. Jeder DJ wurde mit begeistertem*

28 Rainer Winter, Punks im Cyberspace, in: Medien Praktisch, (1996) 1, S. 20.

29 Stefan Müller, Techno lebt!, in: Frankfurter Rundschau vom 15. Februar 1997, S. 35.

30 Zur Größe, Struktur und Dynamik der Techno-Szene vgl. Philipp Anz/Patrick Walder (Hrsg.), Techno, Zürich 1995; Friedhelm Böppe/Ralf Knüfer, Generation XTC. Techno und Ekstase, Berlin 1996; Thomas Lau, Rave New World. Ethnographische Notizen zur Kultur der „Technos“, in: Hubert Knoblauch (Hrsg.), Kommunikative Lebenswelten, Konstanz 1995, S. 245–259; Birgit Richard, Love, peace and unity. Techno – Jugendkultur oder Marketing Konzept?, in: Deutsche Jugend, 43 (1995) 7–8, S. 316–324.

31 Jörg Hunold und Baschar Al-Frangi sind Teilnehmer des von mir im Wintersemester 1996/97 durchgeführten Forschungsseminars „Kultische Milieus: Techno“. Ihnen und den anderen Studierenden sei an dieser Stelle für ihre intensiven und akribischen Szenenrecherchen und -analysen herzlich gedankt.

*Applaus der Menge empfangen und verabschiedet; jeder Übergang, jeder Rhythmus- und Beatwechsel von den Schwitzenden und Tobenden mit einem Trillerpfeifen-Konzert begleitet. . . . Die klassische Trennung von Thekenbereich, von wo man sich das bunte Treiben auf der Tanzfläche anschauen kann, und der Tanzfläche war gänzlich aufgehoben: Es wurde überall getanzt, auf der Theke, auf Boxen, in Nischen und Gängen. Dabei war die Intensität des Tanzes ganz von der Geschwindigkeit der gespielten Musik abhängig. Bei den langsamen und melodischen Klängen, die zum Teil an Walgesänge erinnerten und meist Übergänge zu anderen Stilrichtungen markierten, schienen die Leute beinahe stillzustehen. Sie bewegten bei oftmals geschlossenen Augen den Kopf leicht hin und her, ihre Körper paßten sich mit wiegenden Bewegungen den langsamen Rhythmen an. Wie in Trance erwarteten sie die nächsten heftigen Beats, die der DJ mit einem scheinbar ewig dauernden Trommelwirbel ankündigte. Als der langersehnte, donnernde Baß dann endlich einsetzte, gab es für die Tanzenden kein Halten mehr: Die in der Pause geschöpfte Kraft entlud sich in einem lauten Schrei, der manchmal sogar die Musik übertönte. Mit dem ersten Hammerschlag des Basses ‚erwachten‘ die Tänzer aus ihrem Trance-Zustand und setzten die Musik in explosive Bewegungen um. Der Tanz selbst war kein Gemeinschaftstanz, kein gemeinsames Auf und Ab; jeder tanzte für sich, kreierte seinen eigenen Stil. Und trotzdem merkte man, daß sich die Tänzer gegenseitig beobachteten und die Bewegungen der anderen in ihren eigenen Tanzstil miteinbezogen. . . . Auffällig war auch, daß viele Tänzer und Tänzerinnen ihre teilweise nur wenig bedeckten Körper bewußt zur Schau stellten. Männer und Frauen genossen es, ihre Körper zu zeigen, zu beobachten und beobachtet zu werden. Glänzender Schweiß auf nackter Haut, die rhythmischen Bewegungen, die den ganzen Körper erfaßten, gaben dem Tanz neben der ekstatischen auch eine nicht zu übersehende erotische Note. . . . Es bildeten sich auch Paare und Gruppen, die offensichtlich miteinander tanzten. Innerhalb dieser Paare wechselten die Partner aber ständig, die Gruppen lösten sich auf und formierten sich an anderer Stelle neu. Unabhängig vom Geschlecht konnte man sich dazugesellen oder wieder allein tanzen. Ob man die Leute kannte oder nicht, ob man als Hetero mit Schwulen tanzte oder umgekehrt, es galt das Prinzip: Alles, was Spaß macht und jeder nach seiner Fassung.“*

Für die Techno-Fans ist aber nicht nur das sinnlich-ekstatische Körper- und Gemeinschaftserlebnis charakteristisch, sondern auch eine besondere Form von Ästhetik und Stilisierung. Zwar entwickelt jede Jugendkultur auf ihre Weise eine eigene

Theatralik und ein eigenes System symbolischer Handlungsformen, die in einer Art Dialektik von Zuordnung und Abgrenzung gruppenspezifische Innen-/Außenverhältnisse konstituieren, aber die Techno-Szene hat das wichtigste Prinzip jugendkultureller Stilbildung, die Bricolage, radikalisiert. Der Bogen stilistischer Selbst- und Szenengestaltung umfaßt dabei Musik, Tanz und Outfit ebenso wie Kommunikationsmedien und -muster.

Es zeigt sich in diesem Zusammenhang, daß die Technostil-Produzenten ihren „semiotischen Guerrillakrieg“ (Eco) auf zwei Ebenen führen: durch die Aneignung von szenentypischem Spezialwissen und durch die Verarbeitung von Allgemeinwissen. Ersteres ist z. B. in Plattenkritiken, Partyberichten und Internetdiskussionen der Fall, wo Techno-Fans musikspezifische Wortspiele, Zitate aus Platten, parodierte Bandnamen u. ä., die nur für Eingeweihte verständlich sind, strategisch einsetzen, um bestimmte Einstellungen und ästhetische Präferenzen kundzutun. Letzteres trifft vor allem für die Falschlogos zu. Dabei handelt es sich um verfremdete Abwandlungen kommerzieller Markennamen, deren sprachlich-visuelle Formen mit neuen Inhalten gefüllt werden – aus „Dash“ wird „Hash“, aus „Aral“ wird „Anal“ –, die dann als Sticker oder T-Shirt-Aufdrucke neue Botschaften vermitteln<sup>32</sup>.

Aber nicht nur Werbung und Warenwelt werden zum Fundus für die Amalgamierung techno-spezifischer Stilelemente, auch Philosophie (z. B. Gilles Deleuze), Kunst (z. B. Dadaismus, Pop-Art), Literatur (z. B. Arno Schmitt) und Musik (z. B. Karlheinz Stockhausen) werden zu einer Art von textuellem und kulturellem Steinbruch, aus dem sich die Stilschöpfer der Techno-Szene in anarchistischer Manier bedienen, um eine originelle und unverwechselbare szenische Emblematisierung und Stil-sprache zu kreieren. Nichts ist den Techno-Fans bei ihrer Stilisierung und Inszenierung heilig, am allerwenigsten das (kulturell) Heilige. Die alles samplende und umgestaltende Rave-Generation ist, so Ralf Vollbrecht, „die erste postmoderne Jugendkultur, . . . die nichts weniger sucht, als verbindliche Inhalte“<sup>33</sup>. Daß das spielerische Stil- und Sinnbasteln und die ekstatischen Tanzerfahrungen dabei aber mit einem wachsenden Drogenkonsum einhergehen, wird oft übersehen. Szenentypische Sprachspiele und Redewendungen wie „Optik

32 Vgl. Jannis K. Androutsopoulos, *Jugendsprache und Textsorten der Jugendkultur*, Heidelberg 1997 (Diss.); Marco Höhn/Birgit Rößler/Waldemar Vogelgesang, *Techno: Design als Sein. Ein Forschungsbeitrag zur Ästhetisierung und Instrumentalisierung von Werbung in Jugendszenen*, Trier 1997 (Ms.).

33 Ralf Vollbrecht, *Jugendkulturelle Selbstinszenierungen*, in: *Medien und Erziehung*, 41 (1997) 1, S. 13 f.

schieben“ oder „Film fahren“ für den Gebrauch von Ecstasy, Amphetaminen oder Speed dienen eher zur Verschleierung und Verharmlosung der Drogenproblematik als zur Aufhellung und realistischen Einschätzung<sup>34</sup>.

#### IV. Jugendliche Medienkulturen als Erlebnis- und Inszenierungsfelder

Die locker gefügte Anordnung von medial generierten und verdichteten jugendlichen Cliques, Clubs und Szenen erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit<sup>35</sup>. Sichtbar sollte allerdings geworden sein, daß der in der Jugend- und Freizeitsoziologie besonders herausgestellte und hinlänglich ausgewiesene Trend zur Separierung und Segregation von altershomogenen Gruppen als immer bedeutungsvoller werdende informelle Sozialisationsinstanzen in den untersuchten Medienspezialkulturen eine Fortsetzung und stilgebundene Steigerung findet. Sie repräsentieren einerseits „Identitätsmärkte“, wo Jugendliche frei vom Routine- und Anforderungscharakter ihrer sonstigen Rollenverpflichtungen Selbstdarstellungsstrategien erproben und einüben, sich gleichsam im Gruppen-Spiel und Gruppen-Spiegel ihrer personalen wie sozialen Identität vergewissern können. Andererseits sind sie aber auch „Kompetenzmärkte“, auf denen eine spezifische Sozialisierung und Formierung des Mediengebrauchs stattfindet. Vor allem die medien- und szenenerfahrenen Jugendlichen zeigen eine erstaunliche Produktivität und Kreativität im Umgang mit den Medien und ihren Inhalten. Ihre Partizipation am kollektiv geteilten Wissensspektrum und Bedeutungskosmos vertieft und festigt dabei eine genrespezifische Medienkompetenz und einen Spezialisierungsgrad, der weit über das mediale Alltagswissen hinausreicht.

In den medialen Gebrauchsstilen der untersuchten Musik-, Film-, Computer- und Netzfreaks manifestiert sich aber nicht nur eine besondere Medienkompetenz und Dekodierpraxis – mit Pierre

Bourdieu<sup>36</sup> könnte man hier auch von einer jugenddegenen Form von inkorporiertem kulturellem Kapital sprechen –, sondern sie stiften auch affektive Allianzen und szenentypische Erlebnisformen. Ihre Feten, Happenings und Sessions markieren (unter zivilisationstheoretischer Perspektive) eine Grenzüberschreitung der Alltagsordnung und ein gesteigertes Bedürfnis nach Reizen und Stimulationen. Die von ihnen präferierten Medien übernehmen dabei die Funktion von Impulsgebern und Transformatoren. Sie konstituieren eine Sondersituation, in welcher die zivilisatorisch bedingte Disziplinierung der Affekte aufgebrochen und – wenigstens temporär – überwunden werden kann. Jan-Uwe Rogge<sup>37</sup> deutet die Vehemenz, mit der Jugendliche das medienkulturelle Erlebnisangebot in Anspruch nehmen, als Ausdruck einer Grundstörung des Zivilisationsprozesses. Uns scheint es angemessener, angesichts der Pluralisierung und Diversifizierung jugendlicher Medien- und Affektkulturen eher von einer Partialisierung des Zivilisationsprozesses zu sprechen.

Die Medienfreaks und ihre alltagstranszendierenden Praktiken sind Beispiele dafür, daß unter (post-)modernen Lebensbedingungen und Daseinsverhältnissen die affektuelle und erlebnismäßige Integration sich immer weniger gesamtgesellschaftlich als vielmehr in Spezialkulturen und abgegrenzten Raumzonen vollzieht. Was heute zählt, ist situationsangepaßtes Emotionsmanagement. „Rahmung“ und „Modulation“ im Sinne Erving Goffmans<sup>38</sup> bestimmen jeweils, was zulässig und/oder gefordert ist. An die Stelle genereller Affektkontrollen tritt das Erlernen von Situationsdefinitionen und Trennregeln. Hier liegt freilich ein Sprengsatz, denn der Erwerb entsprechender Kompetenzen ist ein voraussetzungsvoller Prozeß, weil nicht absolute Gebote verinnerlicht werden müssen, sondern diffizile Konditionalprogramme. Die von uns untersuchten Medienfans verfügen über dieses Skript- bzw. Handlungswissen – freilich nicht von Anfang an. Es ist vielmehr Resultat und Endstufe einer spezifischen Rezeptions- und Medienkarriere. Vor allem die Freaks, also die Gruppe von Jugendlichen, die am tiefsten in der jeweiligen Spezialkultur verwurzelt sind, entwickeln eine erstaunliche Virtuosität bei der Funktionalisierung äußerer (medienbestimmter) Umstände für innere (affektuelle) Zustände. Sie sind letztlich prototypische Repräsentanten der für die

34 Vgl. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.), Ecstasy, Köln o.J.; Birgit Spohr, Techno – Party – Drogen, in: Info-Dienst der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen, (1996) 2, S. 4–9; Steve Redhead (Hrsg.), Rave off. Politics and deviance in contemporary youth culture, Aldershot u. a. 1993; Nicholas Saunders/Patrick Walder (Hrsg.), Ecstasy, Zürich 1994.

35 Über die wachsende Zahl, Ausformung und Transitivität von Jugend- und Medienkulturen informieren auch die Arbeiten von Wilfried Ferchhoff/Uwe Sander/Ralf Vollbrecht (Hrsg.), Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz, Weinheim – München 1995; Klaus Janke/Stefan Niehues, Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre, München 1995.

36 Vgl. Pierre Bourdieu, Die feinen Unterschiede, Frankfurt am Main 1983, S. 186 f.

37 Vgl. Jan-Uwe Rogge, Gefühl, Verunsicherung und sinnliche Erfahrung, in: Publizistik, (1988) 2–3, S. 243–263.

38 Vgl. Erving Goffman, Rahmen-Analyse, Frankfurt am Main 1977.



Gegenwartsgesellschaft diagnostizierten zunehmenden Dominanz von Erlebnisrationalität<sup>39</sup>.

---

## V. Medien als Generatoren von jugendkultureller Differenzierung und alltagsästhetischer Praxis

---

Versucht man unsere Untersuchungsergebnisse unter einer stärker kultur- und differenzierungssoziologischen Perspektive zu betrachten, dann ist festzuhalten, daß die Vielfalt der Nutzungs- und Codierungsmöglichkeiten, die Medien eröffnen, zur Herausbildung von neuen Spezialkulturen führen – und dies keineswegs nur im Jugendbereich. Verbunden ist hiermit eine Steigerung selbstgewählten und selbstdefinierten Lebens. Personale Identität wird verstärkt auch über mediale Spezialisierungen und Gruppierungen befestigt. Jenseits von Stand, Klasse und Schicht etablieren sich neue medien- und szenengebundene Gruppen und Milieus.

Diese Ergebnisse stehen in deutlichem Widerspruch zu der in bestimmten Kreisen der Kulturkritik immer noch verbreiteten Überzeugung, die Kommunikationsmedien seien die großen kulturellen Gleichmacher oder gar die Produzenten einer farblos-eindimensionalen Einheitskultur. Analog zu Ralf Dahrendorfs Vorstellung von der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ aus den sechziger Jahren wird hier – allerdings auf globalem Niveau – eine „nivellierte Weltkultur“ behauptet. Damit sollen die Entwicklungen und Folgen transkultureller Medien-Kommunikation gefaßt werden, die zu international vereinheitlichten Interaktionsmustern, Werten, Normen und Bedürfnissen beitragen. Siegfried Schmidt<sup>40</sup> spricht in diesem Zusammenhang von Entdifferenzierungsphänomenen, die in – meist negativ konnotierten – Schlagworten wie Vermassung, Amerikanisierung oder auch Kommerzialisierung zum Ausdruck kommen. Mit Entdifferenzierung ist also gemeint, daß Massenmedien – und hier insbesondere das Fernsehen – zu weltweiten Standardisierungen führen. Barbara Sichtermann hat dies jüngst in ihrer Fernseh-Kritik in der „Zeit“ auf den Punkt gebracht: „Gegen die Amerikanisierung der deutschen – und nicht nur

der deutschen – TV-Unterhaltung ist kein Kraut gewachsen.“<sup>41</sup>

Die mit der weltweiten Vermarktung von Medienprodukten einhergehenden Angleichungsprozesse repräsentieren jedoch nur einen Wirkungsaspekt. Denn gleichzeitig – und das belegen unsere Forschungsergebnisse nachdrücklich – sind auch unübersehbare Differenzierungsprozesse in Gang gesetzt worden. So ermöglichen die verschiedenen Medien und Programmgestaltungen nicht nur neue Wahlmöglichkeiten, sondern eröffnen auch größere Handlungsspielräume und tragen damit zu einer Pluralisierung von Sinn- und Sozialwelten bei. Getragen von den Medien und ihren Angebotsformen differenzieren sich also sowohl neue Sinn- und Handlungsmuster als auch spezialisierte Gemeinschaften mit eigenen Stil- und Kommunikationsformen aus.

Diese Pluralisierung kann in zwei Bereichen verdeutlicht werden. Zum einen werden kulturelle Praxisformen dehierarchisiert, das heißt, die ehemals festgefügt Unterscheidungen einer hierarchisch strukturierten Hochkultur, die nur hohe und niedere Kultur, Wesentliches und Oberflächliches, guten und schlechten Geschmack kennt, werden ersetzt durch miteinander konkurrierende Spezialkulturen, die je nach Stilensemble spezifische Mediennutzungsformen, alltagsästhetische Schemata und Deutungsmuster entwickeln. Zum anderen mindert der horizontale Differenzierungsprozeß, der sich in immer neuen und zunehmend spezialisierteren Wahlnachbarschaften dokumentiert, auch die begriffliche Reichweite der Subkulturkonzepte, soweit sie noch von einem hierarchischen Verhältnis zwischen Kultur und Teilkultur ausgehen. Mit dem Begriff der Spezialkultur versuchen wir, diesen Transformationen Rechnung zu tragen. Gerade für die jugendlichen Medienkulturen trifft dies in besonderem Maße zu. Sie sind keine sub- oder gegenkulturellen Entwürfe, sondern sie verbinden die überkommene, hegemoniale Kultur mit verschiedensten Teilkulturen. Aber die Medien verdrängen nicht die anderen Wirklichkeiten, sondern pluralisieren sie.

---

## VI. Jugendszenen als Orte selbstbestimmten und kreativen Medienhandelns

---

An den kulturellen Orientierungen und ästhetischen Praktiken der von uns untersuchten Medien-

41 Barbara Sichtermann, Löschen heißer Ladung, in: Die Zeit vom 16. Januar 1997, S. 47.

39 Zur Bedeutung von Erlebnisereignissen und -welten vgl. H. A. Hartmann/R. Haubl (Anm. 12); Hans Günther Homfeldt (Hrsg.), *Erlebnispädagogik*, Hohengehren 1993; Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt am Main – New York 1992.

40 Vgl. Siegfried J. Schmidt, *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung*, Frankfurt am Main 1994, S. 302 ff.

freaks läßt sich zeigen, wie sehr die Dynamik des Marktes und seine fortschreitende Differenzierung immer neue Szenen mit je eigenen expressiven Mustern entstehen läßt. Die unterschiedlichen Medien und ihre differenzierten Aneignungsmodi können damit als integraler Bestandteil eines Prozesses interpretiert werden, dessen zeitdiagnostische Schlüsselbegriffe – Individualisierung, Traditionserosion, Pluralisierung von Lebensstilen – einen grundlegenden Wandel der Moderne signalisieren. Angesprochen ist die sukzessive Loslösung (und Auflösung) von kollektiv-bindenden Normen und Bezügen. Kategorien wie Herkunft, Geschlechtsrollen, Familie, Nachbarschaft, Religion verlieren in der Gegenwartsgesellschaft an Prägnanz. Das bedeutet, ursprünglich gesellschaftlich vorgezeichnete Lebenspläne werden individuell verfügbar, geraten zunehmend in die Hoheit des einzelnen.

Wie kein anderer hat Hans Magnus Enzensberger<sup>42</sup> den Zugewinn an Selbstbestimmung und Stil-exklusivität plastisch beschrieben, und zwar als eine die Gegenwart prägende Form der „Exotik des Alltags“, in der auch unsere Forschungen angesiedelt sind. Ob jugendliche Video-Cliquen oder die Fangruppen der „Lindenstraße“, ob Techno-Fans oder die sich in immer weitere Untergruppierungen aufspaltenden Computer- und Netzszenen, was hier sichtbar wird, sind kleine Lebenswelten, in deren szenischem Rahmen die In-Sider einerseits als eigenständige Gestalter alltäglicher Bezüge und Ordnungen in Erscheinung treten, andererseits aber auch eine sichtbare und expressiv-ausdrückliche Abgrenzungs- und Absetzbewegung auf soziokultureller Ebene vornehmen. Ihre jugendlichen Protagonisten annonciieren Stilgemeinschaften, die sich nahtlos in die buntplurale Welt zeitgenössischer Jugendformationen einfügen. Für diese gilt: „Die vornehmlich freizeitbezogenen Szenen und Jugendkulturen verstärken eine Tendenz, daß Jugendliche nicht mehr für konventionelle Entwicklungs- und Persönlichkeitsvorstellungen verfügbar sind, denn sie wählen ... in sensibler Reaktion auf gesamt-kulturelle Zustände und Angebote ihre eigenen Werte der Motivverwirklichung.“<sup>43</sup>

Wie gehen nun die Jugendlichen mit der Entgrenzung der Optionen um? Festzustellen ist, daß unter Bedingungen wachsender Wahlmöglichkeiten das Leben nicht einfacher, auch nicht einfach glücklicher wird, denn die expandierenden An-

sprüche sind schnell zu enttäuschen, und es können Desorientierungen und Stabilitätsverluste entstehen. „Angesichts der Vielzahl von Möglichkeiten und kaum noch kalkulierbaren gesellschaftlichen Entwicklungen mehren sich die Zweifel, ob die getroffene Wahl nicht eine Festlegung darstellt, die das Eigentliche und Bessere gerade verpassen läßt. Besonders krisenhaft wird auch der Gegensatz zwischen kulturellen Freisetzungen einerseits und den Normierungen im Berufs-bereich andererseits erfahren. Am deutlichsten zeigt sich dieses Spannungsverhältnis bei den Berufswünschen und den hohen Ansprüchen an die Berufarbeit. Hier erfahren die Jugendlichen oft recht schnell (und auch nachdrücklich), wie eng die Grenzen des Machbaren gesteckt sein können; Enttäuschung und Verbitterung sind dann nicht selten die Folge.“<sup>44</sup> Welche Auswirkungen die Erfahrungen einer restriktiven, widersprüchlichen und segmentierten Alltagswelt auf den Person-bildungsprozeß und die individuelle Identitätsarbeit haben, zählt derzeit wohl zu den brisantesten Fragen im Jugenddiskurs. Formulierungen wie „Patchwork-Identitäten“<sup>45</sup>, „Collagen-Selbst“<sup>46</sup>, „individuelles Sinn-Basteln“<sup>47</sup> und „reflexives Selbst“<sup>48</sup> deuten die Richtung einer Neukonzeptionalisierung des Identitätsbegriffs an, in der kreative Strategien der Selbstorganisation für möglich gehalten werden.

Vielleicht kann der Habitus der Medienfreaks gleichsam prototypisch dafür angesehen werden, daß Jugendliche im Malstrom der Moderne keineswegs untergehen müssen, nicht zwangsläufig zu Überwältigten von übermächtigen, medienbestimmten Daseinsverhältnissen werden, in denen „an die Stelle der Weltbilder ... die Bilderwelten getreten (sind)“<sup>49</sup>. Vielmehr wird die Szene zum sozialen und medialen Ankerplatz, wo Kompetenzen in eigener Regie erworben werden. Man arrangiert sich mit den Herausforderungen der Medien- und Informationsgesellschaft, aber nicht

44 Waldemar Vogelgesang, *Jugendliche Lebenswelten im Wandel*, Trier 1994, S. 26 (Ms.).

45 Heiner Keupp, *Lebensbewältigung im Jugendalter aus der Perspektive der Gemeindepsychologie*, in: ders. (Hrsg.), *Risiken des Heranwachsenden. Materialien zum 8. Jugendbericht*, Bd. 3, Weinheim – München 1990, S. 25.

46 Werner Helsper, *Das imaginäre Selbst der Adoleszenz: Der Jugendliche zwischen Subjektentfaltung und dem Ende des Selbst*, in: ders. (Hrsg.), *Jugend zwischen Moderne und Postmoderne*, Opladen 1991, S. 74.

47 Ronald Hitzler, *Der banale Proteus. Eine „postmoderne“ Metapher*, in: Helmut Kuzmics/Ingo Mörth (Hrsg.), *Der unendliche Prozeß der Zivilisation*, Frankfurt am Main – New York 1991, S. 223.

48 Peter Lohaus, *Moderne Identität und Gesellschaft*, Opladen 1995, S. 193.

49 Jürgen Mittelstraß, *Kommt eine neue Kultur? Auf der Suche nach Wirklichkeit im Informationszeitalter*, in: *Universität*, (1996) 6, S. 537.

42 Vgl. Hans Magnus Enzensberger, *Mittelmaß und Wahn*, Frankfurt am Main 1991.

43 Dieter Baacke/Wilfried Ferchhoff, *Jugend, Kultur und Freizeit*, in: Hans-Hermann Krüger (Hrsg.), *Handbuch der Jugendforschung*, Opladen 1988, S. 318.

passiv und erleidend, sondern produktiv und gestaltend. Ihre kognitive und kulturelle Mobilität macht sie zu einer Art von Nomaden in der „Multioptiongesellschaft“<sup>50</sup>, die sich auf realen wie fiktionalen Pfaden gleichermaßen heimisch fühlen. Vielleicht sind ihre Wanderungen bisweilen auch Gratwanderungen, aber als anomische Bedrohung werden sie nicht erlebt, sondern viel eher als selbstverständliche „neo-tribale Lebensform“<sup>51</sup>. Letztlich ist gerade die Wahrnehmung und das Spiel mit der Differenz zwischen Wirklichkeit und Vorstellung, Realität und Medialität resp. Virtualität gleichsam konstitutiv für ihre Medienkompetenz und ihre Erlebnisformen. Keineswegs verlieren sie den Kontakt zur Alltagsrealität, auch permutieren sie nicht im Sinne des Graffiti: „Life is xerox, we are just a copy.“ Vielmehr sind sie kompetente Pendler zwischen sozialen und medialen Welten, und dies nicht selten mit einer Selbstverständlichkeit und Selbstsicherheit, die an Woody Allens Film „The Purple Rose of Cairo“ erinnert, wo er seinen Helden aus der Leinwand treten und seine Heldin ins Imaginäre des cineastischen Spiels eintauchen läßt.

50 Vgl. Peter Gross, Die Multioptiongesellschaft, Frankfurt am Main 1994.

51 Vgl. Michel Maffesoli, *Le temps des tribus*, Paris 1988. Gemeint ist eine neue Form der Mobilität, die durch Ortsungebundenheit der gruppenverbindenden Symbolik ermöglicht wird.

Künftige Jugend- und Medienforschung sollte ein besonderes Augenmerk auf die empirische Beobachtung und theoretische Konzeptualisierung dieser Prozesse jugendeigener Selbst- und Mediengestaltung richten. Allerdings darf sie sich angesichts des dynamischen Kommunikations- und Stilmarktes und seiner produktiven Inbesitznahme durch die Jugendlichen nicht in typologischen oder szenischen Momentaufnahmen erschöpfen. Denn selbst arrivierte Jugendforscher verlieren auf dem heutigen Jugendmarkt nur allzu leicht die Orientierung und stellen dann resigniert fest, daß die „unzähligen Varianten von Cliques . . . und Jugendkulturen . . . sich dem erklärenden und deutenden Zugriff entziehen“<sup>52</sup>. Jugendkulturelle Feldrecherchen, so notwendig sie auch sind, müssen durch Rückgriff auf geeignete theoretische Konzepte Tiefenstrukturen offenlegen, die jenseits der Optionalitäten und Ambivalenzen der individualisierten Gesellschaft Mustererkennungen ermöglichen. Ansonsten läuft die Jugendforschung Gefahr, in die undankbare und unfruchtbare Rolle jenes „gehetzten Autisten“ zu geraten, den uns Ludwig Bechstein im Märchen vom „Hasen und Igel“ so meisterhaft vor Augen stellt.

52 Wilfried Ferchhoff, Jugendkulturelle Individualisierungen und (Stil)differenzierungen, in: ders./U. Sander/R. Vollbrecht (Anm. 35), S. 65.

# Auswirkungen von Medien auf die Entstehung von Gewalt im Kindes- und Jugendalter

---

## I. Nicht alle Kinder sind betroffen

---

In der Psychologie herrscht Übereinstimmung darüber, daß gefilmte Gewalt bei Kindern und Jugendlichen aggressives Verhalten fördern und verstärken kann; dies trifft jedoch nicht für jedes Kind und jedes Lebensalter zu. Am nachhaltigsten sind Jungen der Altersgruppe von acht bis zwölf Jahren betroffen. Kinder ohne Entwicklungsrisiken und mit guter familiärer Einbindung zeigen sogar einen Bumerangeffekt; d. h., Gewaltdarstellungen in Medien können bei dieser Altersgruppe die Friedfertigkeit sogar steigern. Das Phänomen ist einfach: In einer Filmszene wird ein Hund gequält oder ein Kind mißhandelt. Die meisten Menschen werden nach einem solchen Film „einen Hund mehr hätscheln“ oder „einem Kind liebevoller begegnen“<sup>1</sup>. Nach Ekkehard Kleiter<sup>2</sup> ist dieser Effekt besonders bei älteren Mädchen zu beobachten, die „aggressionsfrei“ erzogen wurden und ein hohes Maß an Selbstkontrolle entwickelt haben. Dementsprechend sind Jungen, die aggressiv erzogen sind, besonders leicht durch Mediengewalt negativ zu beeinflussen. Gewaltdarstellungen in Filmen und Videos sind dann besonders wirkungsvoll, wenn sie realitätsnah ausgeführt werden und als legitim erscheinen. Insgesamt hängt die Wirkung der Medien von dem Ausmaß ab, in dem das Kind fernsieht, und von seiner Einschätzung darüber, ob die Filminhalte realistisch sind. Diese Faktoren sind entscheidend dafür, ob sich Kinder mit ihren aggressiven Filmhelden identifizieren oder nicht. Wissenschaftliche Studien belegen sowohl länger- als auch kurzfristige Einflüsse des Fernsehens auf die Entwicklung aggressiven Verhaltens. Es liegen allerdings auch Studien vor, die darauf hinweisen, daß aggressive Medieninhalte nur in Kombination mit anderen Gewalterfahrungen, zum Beispiel mit elterlicher Mißhandlung,

1 Herbert Selg, Gewalt in Medien – Möglichkeiten von Eltern zur Vermeidung negativer Auswirkungen, in: *Kindheit und Entwicklung*, 6 (1997), S. 77–81.

2 Vgl. Ekkehard F. Kleiter, Aggression und Gewalt in Filmen und aggressiv-gewalttätiges Verhalten von Schülern. Darstellung einer empirischen Pilotstudie, in: *Empirische Pädagogik*, (1990) 8, S. 3–57.

Aggression fördern<sup>3</sup>. Insgesamt muß von einem komplexen Zusammenhang zwischen aggressiven Medieninhalten und der Gewaltbereitschaft von Kindern ausgegangen werden. So scheinen diejenigen Kinder, die aggressive Neigungen aufweisen, auch Gewaltfilme zu bevorzugen, wodurch das Aggressionsniveau noch gesteigert wird.

---

## II. Formen und Ursachen von Gewalt bei Kindern und Jugendlichen

---

In den letzten Jahren scheinen sich die Formen aggressiven Verhaltens zu verändern. So ist die Bereitschaft geringer geworden, sich in die Lage des Opfers einer aggressiven Handlung zu versetzen. Vermutlich wird diese Entwicklung durch den generellen Verlust an direkten sozialen Erfahrungen verursacht. Dieser Tatbestand kann wiederum im Zusammenhang mit einem gesteigerten Medienkonsum gesehen werden. Zwar vermitteln Medien Erfahrungen wie Freude, Trauer und Schmerz, jedoch sind solche durch Filme gesammelten Erlebnisse viel weniger authentisch als direkte Alltagserfahrungen. Zudem werden emotionale Qualitäten wie Mitleid mit dem Opfer einer Gewalttat entweder gar nicht oder nur selektiv (z. B. aus der Perspektive des Helden) in Medien dargestellt.

Für die Sozialentwicklung eines Kindes treten durch einen übermäßigen Mediengebrauch vielfältige Risiken auf, die dann besonders einschneidend ausfallen, wenn primäre soziale Erfahrungen im familiären Bereich fehlen. Die Aggressionsneigung wird unter anderem durch folgende Bedingungen bei Kindern begünstigt<sup>4</sup>:

- aggressive Vorbilder in Medien, die als besonders nachahmenswerte Idole aufgebaut werden;

3 Vgl. Franz Petermann/Petra Warschburger, Aggression, in: Franz Petermann (Hrsg.), *Lehrbuch der Klinischen Kinderpsychologie*, Göttingen 1996<sup>2</sup>.

4 Vgl. Franz Petermann/Ulrike Petermann, *Training mit aggressiven Kindern*, Weinheim 1997<sup>8</sup>.

- aggressionsauslösende Hinweise und Slogans, die in Filmen und Comics vermittelt werden;
- Anwesenheit von Personen, die als Hinweis für die Rechtfertigung von Aggression interpretiert werden (z. B. Außenseiter, abgelehnte Minderheiten);
- die Bewertung solcher Personen erfolgt nicht aufgrund unmittelbarer Alltagserfahrungen, sondern auf der Basis von Medieninformationen;
- Vermittlung von Normen, die signalisieren, daß man für das gezeigte Verhalten nicht verantwortlich ist und anonym bleibt.

So vielfältig die Ursachen der Aggression im einzelnen auch sein mögen, so eindeutig sind die Folgen. Aggressives Verhalten schränkt die Entwicklung eines Kindes ein und führt zu einer Verringerung der Fähigkeit, Probleme konfliktfrei zu lösen.

Bei der Aggression handelt es sich um eine Verhaltensstörung, die am schwersten zu ändern ist. Fünf bis zehn Prozent aller Kinder und Jugendlichen sind davon betroffen<sup>5</sup>. Aggressives Verhalten und Gewaltbereitschaft tritt in den letzten Jahren bei Kindern immer früher auf und zeigt in solchen Fällen eine besonders ungünstige Prognose<sup>6</sup>. Das bedeutet, daß Aggression im Kindesalter Delinquenz bei Jugendlichen und Gewalt im Erwachsenenalter fördert. Die Betrachtung der Sozialentwicklung über längere Lebensabschnitte belegt immer wieder, wie stabil dieses Verhalten ist<sup>7</sup>.

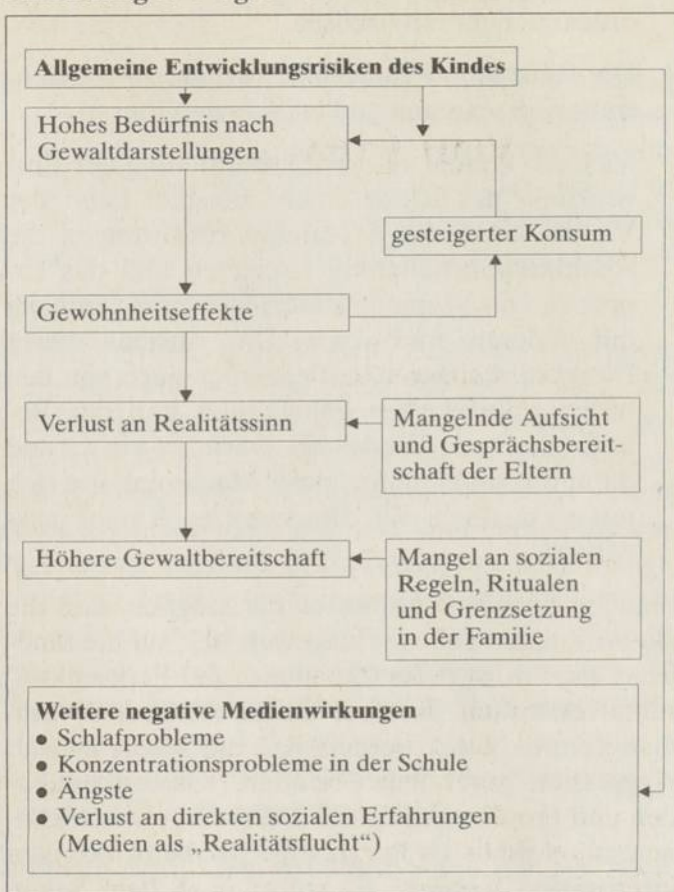
### III. Negative Medieneinflüsse

Der häufige Mediengebrauch und die Bevorzugung bestimmter Medieninhalte entwickelt sich bei Kindern allmählich. Haben Kinder darüber hinaus nur wenige andere Interessen, sind zudem familiäre Freizeitaktivitäten nicht vorhanden, dann verfestigt sich bereits im Vorschulalter eine Konsumhaltung. Sehr früh kann es in diesem Kontext zu einer „emotionalen Verknüpfung“ in der Form kommen, daß Kinder nur durch bestimmte Medienangebote „zur Ruhe“ kommen und sich entspannen können.

Gewaltbereitschaft geht mit einem übermäßigen Konsum und selektiv ausgewählten Inhalten (Horror- oder Kriegsfilme) einher. Im einzelnen

<sup>5</sup> Vgl. Manfred Döpfner, Verhaltensstörungen im Vorschulalter, in: Kindheit und Entwicklung, 2 (1993), S. 177–190.  
<sup>6</sup> Vgl. F. Petermann/U. Petermann (Anm. 4).  
<sup>7</sup> Vgl. F. Petermann/P. Warschburger (Anm. 3).

**Abbildung 1: Negative Medieneinflüsse**



Quelle: Eigene Darstellung.

lassen sich eine Vielzahl negativer Auswirkungen von Medien auflisten (vgl. auch Abbildung 1). Die folgenden sind auf jeden Fall belegbar:

- Befriedigen Medien lediglich die Sensationslust ihrer Zuschauer, dann tritt immer schneller eine Sättigung ein und das Bedürfnis nach massiven Gewaltdarstellungen wächst.
- Die Häufung von Gewaltdarstellungen läßt Kinder gegenüber solchen Angeboten abstupfen, und es tritt ein Gewohnheitseffekt ein, der zur Folge hat, daß immer brutalere Medieninhalte gewünscht werden.
- Gelingt es in Gesprächen nicht, das Kind auf Unterschiede zwischen Film und Realität aufmerksam zu machen, dann wird die Gewaltbereitschaft erhöht, da ein Realitätsverlust natürliche Hemmschwellen abbaut. Ungünstige familiäre Bedingungen wie mangelnde Alltagsrituale, wenige soziale Regeln und die Bereitschaft zur Grenzsetzung durch die Eltern verfestigen aggressives Verhalten schnell.
- Gut belegt sind Schlafprobleme, das heißt Ein- und Durchschlafschwierigkeiten, die sich aus der Vielzahl der auf das Kind einströmenden Reize ergeben. Die Fähigkeit, mit den teilweise bedrohlichen – Reizen der Medienwelt

umzugehen, kann vielfach mit der Flut an Eindrücken nicht mitwachsen.

- Die Reizvielfalt kann in der Schule zu Konzentrationsproblemen und zu Ängsten führen.
- Vielfach kommt es zur Einschränkung der Entwicklung des Kindes; zum Beispiel kann der Verlust an direkten sozialen Erfahrungen die Realitätswahrnehmung verzerren und das Erproben von Verhaltensalternativen im Umgang mit anderen erschweren. Das Ausmaß dieser Einschränkungen hängt natürlich auch von den bisher entwickelten Fähigkeiten und der Belastbarkeit des Kindes ab. Darin ist ein Grund dafür zu sehen, daß gleiche Medieninhalte sich unterschiedlich auf altersgleiche Kinder auswirken.

Manche Forscher<sup>8</sup> halten es für möglich, daß die Auswirkungen der Mediengewalt sich auf die kindliche Psyche mit der Zunahme des Fernsehkonsums verstärken. In einer Übersicht über 23 Studien konnte belegt werden, daß die Mediengewalt Aggression gegenüber Fremden, Klassenkameraden und Freunden steigert<sup>9</sup>. Diese Ergebnisse können am ehesten als kurzfristige Medienwirkungen interpretiert werden, die sofort nach dem Sehen der entsprechenden Filme auftraten. Neben solchen vorübergehenden Zustandsänderungen, zu denen etwa die Zunahme negativer Stimmungen und des Erregungsniveaus gehören, sind aber auch längerfristige Prozesse – etwa im Sinne des Modelllerns – denkbar. Im Bereich der emotionalen Verarbeitung von Medieninhalten liegen heute jedoch nur wenige Ergebnisse vor, die geeignet sind, diese unterschiedlichen Mechanismen aufzudecken<sup>10</sup>.

#### IV. Aggressive Medieninhalte regulieren Emotionen

Medien übernehmen verschiedene Funktionen in der Entwicklung eines Kindes. Sie befriedigen auch emotionale Bedürfnisse, doch die Befriedigung erfolgt in der Regel passiv: Der Wunsch nach

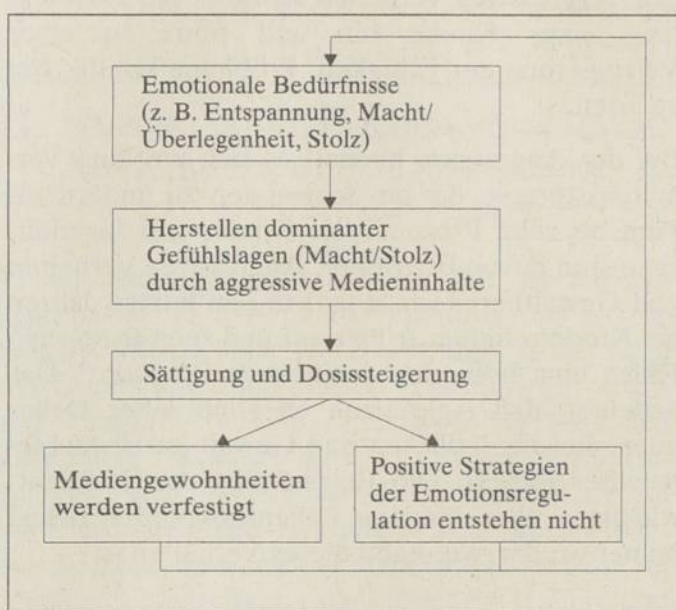
8 Vgl. Walter Wood/Fred Y. Wong/John G. Chachere, Effects of media violence on viewer's aggression in unconstrained social interaction, in: Psychological Bulletin, 109 (1991), S. 371–383.

9 Vgl. ebd.

10 Vgl. F. Petermann/P. Warschburger (Anm. 3); Petra Warschburger/Franz Petermann, Kinderverhaltenstherapie: Neue Trends am Beispiel aggressiver Störungen, in: Franz Petermann (Hrsg.), Kinderverhaltenstherapie, Baltmannsweiler 1997; Leon R. Huesmann/Larry D. Eron (Hrsg.), Television and the aggressive child: A cross-national comparison, Hillsdale 1986.

Entspannung, das Bedürfnis nach Ablenkung und die Flucht aus einer bedrückenden Stimmung können durch einen einfachen Tastendruck befriedigt werden. Langeweile wird zumindest kurzfristig überspielt. Einige Studien belegen, daß negative Gefühle wie Angst oder Niedergeschlagenheit durch Aggression unterbrochen werden können<sup>11</sup>. Medien können durch die Vermittlung stellvertretender Erfahrungen diese Mechanismen besonders leicht auslösen. Dominante Gefühle, wie sie durch die Erregungs- und Anspannungsmomente des aggressiven Verhaltens gegeben sind, überlagern Langeweile, Ängste, Zweifel oder Niedergedrücktheit (vgl. Abbildung 2).

**Abbildung 2: Aggressive Medieninhalte regulieren Emotionen**



Quelle: Eigene Darstellung.

Medien werden also auch, sofern keine anderen Fähigkeiten zur Regulierung von Emotionen erworben wurden, zur Steuerung emotionaler Befindlichkeit eingesetzt. Aggressive Medieninhalte übernehmen dabei, da sie dominante Reaktionen herstellen können, eine besonders zentrale Rolle. Die von den Medien angebotene emotionale Stimmung kann Kinder abhängig machen, wobei durch die sich rasch einstellenden Sättigungseffekte eine „Dosissteigerung“ erforderlich ist. Auf jeden Fall können sich auf diesem Wege unmerklich Mediengewohnheiten verfestigen und produktivere Mechanismen der Emotionsregulation auf der Strecke bleiben (vgl. Abbildung 2).

Medieninhalte prägen unsere Träume und Phantasien; so können Gewaltdarstellungen die Phantasieentwicklung von Kindern prägen. Psychologen

11 Vgl. F. Petermann/U. Petermann (Anm. 4); Anmerkung der Redaktion: Siehe hierzu auch den Beitrag von Waldemar Vogelgesang in diesem Heft, insbesondere Kapitel III.3.

greifen zur Erklärung solcher Prozesse gerne auf sogenannte sozial-kognitive Informationsverarbeitungsmodelle zurück<sup>12</sup>.

Danach kann ein Kind bereits früh in seinem Leben aggressive „Skripte“ (ein „Skript“ ist eine Art Handlungsplan) erlangen, in denen es sein Verhalten in bestimmten Situationen steuert. Solche Skripte können bis ins Erwachsenenalter fortbestehen und durch Beobachtungs- und Lernprozesse aufrechterhalten werden. Wiederholungen erhöhen dabei die Wahrscheinlichkeit, daß das Skript später erinnert und angewandt wird; und eine Art solcher Wiederholungen könnte darin bestehen, über Fernsehdarstellungen zu phantasieren. Jungen zeigen sich um so aggressiver, je mehr sie über das Fernsehen phantasieren. Das widerspricht der sogenannten Katharsis-Theorie, derzufolge solche Phantasien eine „reinigende Wirkung“ haben und so Aggressionen abbauen können<sup>13</sup>.

## V. Wovon hängt die Medienwirkung ab?

Medienangebote und Mediennutzung sind zunächst einmal neutral zu bewerten. Medien liefern uns Informationen und helfen uns dabei, den Alltag zu bewältigen. Bestimmte Medienangebote beinhalten aber für bestimmte Benutzergruppen spezifische Risiken. Kinder und Jugendliche stellen im Regelfall immer eine Risikogruppe dar. So spielt bei ihnen – auch bezogen auf den Umgang mit Medienerfahrungen im Alltag – das bereits entwickelte Verhaltensrepertoire und vor allem die Art der sozialen Einbindung in die Familie eine Rolle. Die Medienwirkung hängt entscheidend vom familiären Rückhalt des Kindes oder des Jugendlichen ab; die Bedeutung liegt dabei auf ganz unterschiedlichen Ebenen. Erwachsene Familienmitglieder

- übernehmen für ihre Kinder eine wichtige Vorbildfunktion, was ihre Fähigkeiten zur Emotions- und Konfliktregulation und ihren Medienkonsum angeht;
- sind die wichtigsten Gesprächspartner der Kinder. Eltern helfen, vor allem Kindern im Vorschul- und Grundschulalter, in Gesprächen über Medieninhalte zwischen Wirklichkeit und Illusion zu unterscheiden. Sie bieten im Gespräch – und auch im Zuhören – Kindern die Chance, aggressive Filminhalte zu relativieren

und versetzen sie in die Lage, sich davon zu distanzieren;

- können auch durch ihre Teilnahme am Alltag ihrer Kinder eine aktive Gewaltprophylaxe betreiben; die mangelnde Informiertheit der Eltern über den Alltag ihrer Kinder fördert in der Regel sowohl generell die Gewaltbereitschaft der Kinder als auch deren unangemessenen Mediengebrauch<sup>14</sup>.

Neben diesen spezifischen Faktoren bestimmt auch das Freizeitverhalten und leider auch die soziale Situation der Familie das Ausmaß der Medienwirkung. Häufig ist soziale Perspektivlosigkeit (Arbeitslosigkeit, finanzielle Not) mit einem erhöhten Medienkonsum aller Familienmitglieder verbunden. Darüber hinaus spielt das Erziehungsverhalten der Eltern insgesamt eine Rolle, etwa ob sie sich in der Lage fühlen, Lob oder Verbote gegenüber ihren Kindern auszusprechen, soziale Regeln zu formulieren und sie auch einzufordern. Mangelnde Grenzsetzung im Umgang mit Medien und das Dulden von aggressiven Verhaltensweisen verstärken die Gewaltbereitschaft.

Vielfach wird dem Bedürfnis des Kindes nach sozialer Orientierung (d.h. der Vermittlung von Verhaltensnormen in der Erziehung) von seiten der Eltern nicht entsprochen. Einige Gründe dafür sind

- das Desinteresse der Eltern ihrem Kind gegenüber;
- die Überforderung der Eltern durch berufliche Belastungen;
- die Hilflosigkeit und Ohnmacht der Eltern, da sie sich in der Erziehung allein gelassen fühlen und keine Unterstützung aus ihrem sozialen Umfeld vorhanden ist, und
- die Angst der Eltern vor der Gewalttätigkeit ihrer jugendlichen Kinder<sup>15</sup>.

Eltern sind also in der Medien- und Sozialerziehung in besonderem Maße gefordert; vor allem, wenn es sich um Kinder und Jugendliche handelt, die durch andere psychosoziale Belastungen besonders gefährdet sind. Es handelt sich hierbei um Kinder und Jugendliche, die

- bereits aggressiv oder hyperaktiv sind;
- sich nur unzureichend von Gleichaltrigen abgrenzen können, also sozial unsicher und leicht verführbar sind, oder nur schwer mit emotiona-

12 Vgl. P. Warschburger/F. Petermann (Anm. 10).  
13 Vgl. ebd.

14 Vgl. F. Petermann/P. Warschburger (Anm. 3); F. Petermann/U. Petermann (Anm. 4).  
15 Vgl. P. Warschburger/F. Petermann (Anm. 10).

len Spannungen (Wut, Verzweiflung und Niedergeschlagenheit) umgehen können.

An dieser Stelle lassen sich einige Ergebnisse der psychologischen Medienforschung wie folgt zusammenfassen: Grundsätzlich schließen Gewaltdarstellungen in Medien soziale Risiken – vor allem für Kinder und Jugendliche – ein. Medien können für Kinder und Jugendliche die Gewaltbereitschaft erhöhen. Einige Kinder und Jugendliche werden zur Imitation von Gewalt verführt<sup>16</sup>. Hierbei wird deutlich, daß diese negative Medienwirkung vor allem Risikokinder, Risikojugendliche und Risikofamilien betrifft. Nachdenkliche und einfühlsame Kinder und Jugendliche werden von Gewaltdarstellungen eher abgeschreckt, und so kann sogar prosoziales Verhalten gefördert werden<sup>17</sup>.

Die Risiken von gewaltverherrlichenden Mediendarstellungen faßte kürzlich mein Bamberger Kollege, Herbert Selg, wie folgt zusammen: „Wenn Mediengewalt Kindern ohne einen Kontext vorgelegt wird, in dem die Gewalt sensibel reflektiert wird, hat dies den Charakter einer psychischen Kindesmißhandlung.“<sup>18</sup> Dieser Meinung möchte ich mich anschließen.

---

## VI. Gewaltprophylaxe durch Medien- und Sozialerziehung

---

Medienerziehung fordert von Eltern Zeit; Zeit für eine überlegte altersangemessene Medienauswahl, Zeit für die Begleitung des Medienkonsums und die Gesprächsbereitschaft der Eltern im Rahmen der altersgemäßen Verarbeitung von Medieninhalten. Der langfristige Erfolg von Erziehungsmaßnahmen hängt vor allem davon ab, ob es gelingt, Alternativen zum Medienkonsum zu entwickeln. Dies bedeutet, daß jede Medienerziehung im weiteren Kontext der Sozialerziehung zu sehen ist. So muß man zum Beispiel Normvorstellungen über positive (kooperative) und negative (aggressive) Verhaltensweisen vermitteln. Eine Erziehung, die ein Kind bewegen soll, kritisch ein altersgemäßes und akzeptables Medienangebot auszuwählen, muß im familiären Kontext auch die Fähigkeit vermitteln, mit Verzicht umzugehen. Verzicht durch Selbstkontrolle darf dabei nicht nur als Selbst Einschränkung, sondern muß auch als Offenhalten anderer Optionen im Freizeitbereich betrachtet werden. Solche Optionen im Freizeitbereich hän-

gen in erheblichem Umfang vom Freizeitverhalten der Familie und des Freundeskreises ab.

Bei Kindern und Jugendlichen, die durch einen einseitigen Medienkonsum eine bereits sehr eingeschränkte Wahrnehmung besitzen und deshalb häufig in aggressive Konflikte verwickelt sind, sollte ein präventives Sozialtraining erwogen werden. Eine solche Verhaltensförderung dient der Gewaltprävention. Kinder und Jugendliche lernen durch solche Vorgehensweisen – zum Beispiel in der Schule oder im Rahmen einer Therapie – mit Gewalt bzw. Aggression unverträgliches Verhalten kennen. Solche Verhaltensweisen, auch soziale Fertigkeiten genannt, wären zum Beispiel:

- kooperatives und helfendes Verhalten;
- humorvolles Verhalten, mit dem man in Konfliktsituationen Distanz zum Geschehen schaffen kann;
- angemessenes Ablehnen bzw. angemessenes Selbstbehaupten; und
- Einfühlungsvermögen, zum Beispiel die Fähigkeit, die Bedürfnisse anderer wahrzunehmen, mit Opfern Mitleid zu empfinden oder die Notwendigkeit einer Wiedergutmachung im Kontext einer Konfliktregelung zu erkennen.

Ein weit verbreitetes Förderprogramm, das solche Ziele verfolgt, wurde von uns unter dem Titel „Training mit aggressiven Kindern“ vorgelegt<sup>19</sup>. Dieses Förderprogramm schließt vielfältige Materialien ein, wie Wahrnehmungs-, Lern- und Rollenspiele; weiterhin werden Videofilme zum sozialen Lernen eingesetzt<sup>20</sup>; vor allem mit diesen Videomaterialien<sup>21</sup> läßt sich gezielt und schnell Sozialverhalten aufbauen. Mit Sozialtrainings lassen sich jedoch nur langfristig Erfolge erzielen, wenn es gelingt, eine Problemsensibilisierung und aktive Mitarbeit auf seiten der Eltern aufzubauen.

Für die Gewaltprävention ist die Mitarbeit der Eltern entscheidend, wobei die reine Anwesenheit der Eltern beim Fernsehen noch keine positiven Auswirkungen zeigt<sup>22</sup>. Erst entsprechende Bemerkungen und Kommentare der Erwachsenen zu einem Film können – zumindest bei älteren Kindern – einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Auch hier sind die Einflußmöglichkeiten von Eltern begrenzt.

---

19 F. Petermann/U. Petermann (Anm. 4).

20 Vgl. Ulrike Petermann/Franz Petermann, Verhaltensgestörte Kinder, Essen 1996<sup>2</sup> (Videofilm, ELVIKOM-Filmverlag).

21 Vgl. ebd.

22 Vgl. L. R. Huesmann/L. D. Eron (Hrsg.) (Anm. 10).

16 Vgl. H. Selg (Anm. 1).

17 Vgl. E. F. Kleiter (Anm. 2).

18 H. Selg (Anm. 1), S. 80.



Abschließend soll über Ergebnisse einer psychologischen Studie<sup>23</sup> berichtet werden, die aufzeigt, wie man Medieneinflüssen entgegenwirken kann. In dieser Studie wurden zwei Gruppen von Schulkindern über die Auswirkungen von Fernsehgewalt informiert, und es zeigte sich dabei, daß die Aufklärung über die Gefahren von Gewaltfilmen allein nicht ausreicht, um eine Verhaltensänderung zu bewirken. In beiden Gruppen wurde zunächst verdeutlicht, wie unrealistisch Gewaltdarstellungen in den Filmen sind. Anschließend nahmen sie an einer strukturierten Diskussion teil, in der aggressionsfreie Ansätze

zur Konfliktlösung besprochen wurden. Während die eine Gruppe danach ein Video über die Gefahren des Fernsehens erarbeitete, drehten die Kinder der zweiten – der Kontrollgruppe – einen Film darüber, was sie im letzten Sommer unternommen hatten. Sechs Monate nach der Maßnahme waren die Aggressionswerte der ersten Gruppe bedeutend niedriger als die der Kontrollgruppe. Also: Nur die aktive Auseinandersetzung mit Gewalt in Medien bis hin zum Gestalten von Drehbüchern<sup>24</sup> ermöglicht es Kindern und Jugendlichen, sich gegen Gewaltbotschaften in Medien zu immunisieren.

---

23 Vgl. ebd.

---

24 Vgl. H. Selg (Anm. 1).

# Spiel – Unterhaltung – Sucht

## Die Frage nach den Grenzüberschreitungen

---

### I. Einleitung

---

Medienkompetenz ist zum Zauberwort geworden. Seit die neuen Medien endgültig über uns herein-zubrechen scheinen, locken die verwirrenden Möglichkeiten der multimedialen Welt mit Internet, Cyberspace, digitalem Fernsehen und Hörfunk. Doch die Fähigkeiten der Menschen, mit ihnen umzugehen, hinken dem Angebot weit hinterher. Es fehlt die notwendige Medienkompetenz. Dies schmälert die Chancen der Anbieter, Produkte und Dienstleistungen erfolgreich auf den Markt zu bringen.

Die einzelnen Bundesländer scheinen darauf höchst unterschiedlich zu reagieren. Während beispielsweise der bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber jedem Bayern den Zugang zum Internet kostenlos verschaffen will, hat NRW die Medienkompetenz entdeckt. Das Bundesland, dem die Medienstandortpolitik ein ganz besonderes Anliegen ist, will nicht nur mit ‚Infocity 2000‘ das bundesweit größte Einführungsprojekt für Multimedia starten und außerdem die Schulen des Landes an das Netz bringen, sondern plant noch weiteres: In der kleinen Industriestadt Marl im nördlichen Ruhrgebiet, wo das renommierte Medieninstitut des Deutschen Volkshochschulverbandes, das Adolf-Grimme-Institut, seit Jahren mit Finanznöten kämpft, wird 1997 ein neues Medienkompetenzzentrum gegründet werden. Es soll helfen, die Menschen des bevölkerungsreichsten Landes der Bundesrepublik zu einem kompetenten Umgang mit den medialen Verheißungen der Informationsgesellschaft zu befähigen.

Doch was heißt Medienkompetenz? Und auf welche Arten von Mediennutzungen bezieht sich Medienkompetenz? Zu unterscheiden sind sicherlich die professionelle und die freizeitorientierte Mediennutzung. Da Menschen im privaten Alltag die elektronischen Medien Fernsehen, Radio, Computer, Videorecorder und Walkman vor allem für Unterhaltung und Spiel nutzen, kann sich

---

*Dieser Beitrag geht zurück auf eine Tagung an der Evangelischen Akademie Iserlohn vom 10. bis 12. Mai 1996 zum Thema: Auf dem Weg zu einer demokratischen Kommunikationskultur?!*

Medienkompetenz wohl kaum allein auf die Fähigkeit zum professionellen Bedienen von Geräten oder zum Navigieren in Internet-Welten beschränken. Doch was ist dann gemeint, wenn es um die Förderung der Medienkompetenz geht? Dieser Frage werde ich im folgenden nachgehen.

Ausgehend von den Begriffen *Medienkompetenz*, *Demokratiefähigkeit* und *Kultur der Selbstsorge* wende ich mich drei Grundbedürfnissen des Menschen – Spiel, Unterhaltung und der Suche nach Sinn – zu, um sodann jeweils zu fragen, welche Veränderungen sich unter anderem durch den Gebrauch von Medien eingestellt haben. Abschließend werfe ich die Frage auf, ob wir eine neue „Kultur der Selbstsorge“ brauchen, um mit der Überfülle der Medien kompetent, das heißt in einer für uns und die Gesellschaft zuträglichen Weise, umgehen zu können.

Meine Grundthese lautet: *Medienkompetenz setzt in starkem Maße Persönlichkeitsentwicklung voraus. Das gilt insbesondere für Mediennutzungen im privaten Alltag, in dem mit Medien vor allem spielerisch und unterhaltend umgegangen wird. Wer Medienkompetenz (im privaten Alltag) fördern will, muß daher nicht zuletzt Wege der Persönlichkeitsförderung suchen.*

---

### II. Medienkompetenz – Demokratiefähigkeit – Kultur der Selbstsorge

---

In welchem Zusammenhang steht diese These? Dazu werde ich einige Ausführungen anhand der drei Begriffe Medienkompetenz, Demokratiefähigkeit und Kultur der Selbstsorge machen.

#### 1. Medienkompetenz

Wer möchte, daß Computer gekauft, Software genutzt, CD-ROMs eingespielt und die Welten des Internet durchsurft werden, hat ein hohes Interesse daran, Menschen – welcher Altersgruppe und Lebenssituation auch immer – mit den Geräten und Anwendungen vertraut zu machen. Eine Qualifizierung zur Medienkompetenz bezieht sich bei

solchem Verständnis auf ein instrumentelles Bediener- und Benutzerwissen. Wenn sie gelingt, kann man von Medienkompetenz sprechen.

Das Europäische Medieninstitut in Düsseldorf, damit beauftragt, eine Konzeption für das Medienkompetenzzentrum zu entwickeln, greift mit Recht weiter aus. Vier begriffliche Ungetüme nennt es für die Kernbereiche von Medienkompetenz:

1. Selbstbestimmungs- und Orientierungskompetenzen;
2. Selektions- und Entscheidungskompetenzen;
3. instrumentell-qualifikatorische und
4. konstruktiv-qualifikatorische Aneignungskompetenzen<sup>1</sup>.

Was dem vorgenannten engeren Verständnis der Medienkompetenz entspräche, ließe sich hier allenfalls unter der drittgenannten „instrumentell-qualifikatorischen“ Kompetenz vermuten. Wenn es aber (vgl. Punkt 2) um die „Fähigkeit ... [geht], sich unter bestimmten Bedingungen ... bewußt für oder gegen bestimmte inhaltliche Angebote, Anwendungen, technische Systeme ... zu entscheiden“, dann ist weit mehr im Spiel als nur die Fähigkeit, Maschinen zu bedienen. Dann geht es um das Vermögen auszuwählen, mithin eine Fähigkeit, die nicht nur das Denken, sondern die ganze Persönlichkeit betrifft.

Hier zeigt sich bereits, wie notwendig es ist, über Persönlichkeitsentwicklung im Zusammenhang mit Medienkompetenzentwicklung zu reflektieren. Wie sehr hier manches zu wünschen übrigläßt, zeigen zwei neuere Studien. Eine von mir durchgeführte Untersuchung im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW beschäftigte sich unter Zuhilfenahme qualitativer Methoden (Tiefeninterviews) mit der Frage, wie Mütter in der Erziehung mit dem ausufernden Medienangebot umgehen<sup>2</sup>. Dabei zeigte sich: Angesichts anhaltender geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung im privaten Alltag sind es nicht die Eltern, sondern in erster Linie die Frauen, die den Kindern die Grundlagen von Medienkompetenz vermitteln. Zum einen betreu-

en sie in der Regel die Klein- und Schulkinder und legen damit die Grundsteine der Persönlichkeitsentwicklung eines jungen Menschen. Zum zweiten fällt ihnen im täglichen Miteinander die immer schwierigere Aufgabe zu, den Umgang mit dem ausufernden Medienangebot einzuüben. Die Folge: Je weniger sozio-emotionale Stabilität die Kinder in dieser Phase entwickeln (können), desto anfälliger werden die jungen Menschen für die Sogwirkung der Medien. Dabei sind die Rahmenbedingungen für Mütter und Kinder, aber auch für die Väter, alles andere als günstig. Einige Stichworte seien genannt: Doppelbelastung der Frauen, Abwesenheit der meisten Väter, verkehrsbelastetes Wohnumfeld und Verhäuslichung von Kindheit, Klein- und Kleinstfamilien mit geringer sozialer Anbindung, Wohnungs- und Wohnortwechsel sowie Arbeitslosigkeit. Im ungünstigsten Fall haben wir eine überforderte Mutter und ein sozial und emotional nicht ausreichend stabilisiertes Kind, das in dieser Situation der Sogwirkung der Medien wenig entgegenzusetzen hat. Wo Selbstvertrauen und Verständigungsfähigkeit nicht ausreichend erlernt werden können, fehlen die wichtigsten Voraussetzungen, um mit dem ständig verfügbaren Medienangebot so umzugehen, daß das Bedürfnis nach sozio-emotionaler Einbindung nicht überdeckt wird.

Die andere Untersuchung stammt von Bernd Schorb, Professor für Medienpädagogik an der Universität Leipzig. Er untersuchte das Freizeitverhalten von fünfzehn- bis neunzehnjährigen Jugendlichen, indem er sie einen Videofilm zum Thema ‚Freizeit – tote Zeit?‘ drehen ließ<sup>3</sup>. Bei der Bildanalyse und ihrem Vergleich sowohl mit den transkribierten Texten als auch mit den Aussagen, die die Jugendlichen rund um die Produktion des Videos gemacht hatten, zeigten sich gravierende Unterschiede. Die tiefen Sehnsüchte der Jugendlichen richteten sich auf emotional-kommunikative Beziehungen und bezogen sich auf Eltern, Freunde und andersgeschlechtliche Partnerinnen und Partner. Doch ihren Ausdruck fanden sie weder in den im Video gesprochenen Texten noch in den Gruppendiskussionen. Sie ließen sich „nahezu ausschließlich in nonverbalen Formen, durch Mimik, Gestik, Haptik, durch die unterlegte Musik und durch Gegenstands- und Handlungssymbolik [erschließen]. Sprache als Kommunikationsmittel spielt eine völlig untergeordnete Rolle, dient allenfalls der Verstärkung der nonverbal vermittelten Inhalte.“<sup>4</sup> Der Autor schließt: „Die Darstellung der Wunschebene steht damit in scharfem

1 Vgl. Bernd-Peter Lange/Harald Kapski/Annette Hillebrand/Peter Seeger, Einrichtung eines europäischen Zentrums für Medienkompetenz (EZfM) und Initiierung eines Netzwerkes in NRW. Werkstattbericht: Konzept und weitere Arbeitsschritte, Düsseldorf 1996 (unveröff., 2., überarb. Fassung), S. 15.

2 Vgl. Barbara Mettler-v. Meibom (unter Mitwirkung von Monika Pater und Anja Kolshofer), Handlungsstrategien von Müttern bei ausuferndem Medienangebot oder: „Jetzt muß man immer diskutieren, wie und warum nicht“. Arbeits- und Orientierungshilfen für Familienbildung, hrsg. vom Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 1995.

3 Vgl. Bernd Schorb, Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis, Opladen 1995, 229 ff.

4 Ebd., S. 229.

Kontrast zu dem Bild von Beziehungen, das von den Jugendlichen in der Filmszene gezeichnet wird, in der sie ihre tatsächliche Freizeitrealität darstellen. Hier sind die Beziehungen der Jugendlichen untereinander distanziert, vermitteln sich ausschließlich über Reden, oft über ‚Aneinander-vorbei-Reden‘ und lassen jeden emotionalen und körperlichen Kontakt vermissen.“<sup>5</sup> Mit anderen Worten: Auf der Persönlichkeitsebene fehlt bislang nicht nur die entscheidende Fähigkeit, im Kontakt mit den eigenen Bedürfnissen zu sein, sondern diese auch zum Ausdruck zu bringen und sich damit befriedigende sozio-emotionale Beziehungen zu verschaffen. Wo die eigenen Bedürfnisse hinter Worthülsen verborgen werden, kann die soziale und emotionale Einbindung nur schwer gelingen. Freizeit wird nicht zur lebendig gefüllten, sondern zur „toten“ Zeit.

Eine ähnliche Beobachtung stammt aus einem Lehrforschungsprojekt, das ich im Sommer 1996 an der Universität mit Studierenden zum Thema Medienaneignung durchgeführt habe, also mit einer Altersgruppe, die rund zehn Jahre älter und somit definitiv aus dem Pubertätsalter heraus ist. Hier sollten das Internet und dessen Wirkungen auf Alltagsorganisation und Zeiteinteilung untersucht werden. Nachdem die Studierenden diese Frage in immer neuen Variationen anhand von Argumenten der Zeitrationalisierung für studentische Arbeiten begründeten, sollten sie sich in Untergruppen mit einzelnen Hypothesen befassen. Bei der freiwilligen Meldung für verschiedene Aspekte war die Überraschung perfekt. Die *spontanen Handzeichen* ergaben: Niemand wollte sich mit den Aspekten der Zeitrationalisierung befassen, doch alle, bis auf zwei Ausnahmen, mit der Frage, wie sich denn das Internet auf die sozialen Beziehungen und die Partnerschaften auswirken würde – auch hier also eine deutliche Differenz zwischen verbalisierten und motivational angelegten Wünschen und Hoffnungen.

Medienkompetenz entwickelt sich also in einem Kontext, der mehr als die kognitiv-verbale oder handlungsorientierte Ebene berührt. Da Medienangebote heute ständig verfügbar sind und ein Strom von Bildern und Tönen, ja selbst – virtuell verfügbaren – Gesprächspartnern und -partnerinnen immer abrufbereit sind, lassen sich Kommunikationsbedürfnisse ohne jede Mühe auf technische Apparate kanalisieren. Daraus resultiert eine beträchtliche Sogwirkung gerade dort, wo Menschen, und nicht nur junge, den Umgang mit diesen Bedürfnissen nicht befriedigend lernen konnten. Die Vermutung drängt sich auf, daß Menschen mit geringer Ich-Stärke und wenig ent-

wickeltem Selbstvertrauen oder Menschen in Krisensituationen (von beiden gibt es mehr als genug) den omnipräsenten elektronischen Medien im privaten Alltag ziemlich hilflos ausgeliefert sind. Statt Selbstfindung und Stabilisierung also Entfremdung sich selbst und der Mitwelt gegenüber?

## 2. Demokratiefähigkeit

Persönlichkeitsentwicklung und Demokratiefähigkeit hängen auf das engste zusammen. Diese Lehre konnten wir spätestens aus den Untersuchungen von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno über die tiefenpsychologischen Ursachen des Nationalsozialismus ziehen. Wenn Menschen ihren eigenen Bedürfnissen entfremdet sind oder unter Zwang entfremdet werden, werden sie leichter zum Spielball manipulativer Übergriffe von anderen. In einer Mediengesellschaft müssen solche Übergriffe nicht mehr von Personen oder Großorganisationen inszeniert werden. Hier können Medien als Agenten und Agenturen der Selbstentfremdung, aber auch der Entfremdung gegenüber der Umwelt oder „Mitwelt“<sup>6</sup> funktionieren.

Wer Mediennutzung und Demokratiefähigkeit diskutiert, beschäftigt sich heute meist mit der Frage, welche journalistische Qualität die Informationsangebote haben und in welchem Maße sie genutzt werden. In der Mediengesellschaft mit dem Leitmedium Fernsehen überwiegen bedeutungsmäßig die elektronisch aufbereiteten Informationen. Untersuchungen zeigen jedoch, daß als Folge des dualen Rundfunks und der Lesemüdigkeit der nachwachsenden Generation politische Informationen insgesamt an Gewicht verlieren. Dies gibt zu Recht Anlaß zu Besorgnis.

Doch bei einem solchen Befund kann man nicht stehenbleiben. Vielmehr stellt sich die Frage, warum Menschen in immer stärkerem Maße Medien für Unterhaltung und Spiel nutzen. Welche Funktion hat dieser in der Forschung vielfach unter dem Stichwort Eskapismus (Flucht) oder Erlebnisorientierung behandelte Umgang mit Medien sowohl individuell wie kollektiv? Was bedeutet es für die Demokratiefähigkeit der Individuen und einer Gesellschaft, wenn Freizeit heute in hohem Maße Medienzeit ist und sich die Mitglieder der Gesellschaft mit solcher Leidenschaft den elektronischen Spiel- und Unterhaltungsangeboten zuwenden? Offenbar sind Spiel und Unterhaltung grundlegende Bedürfnisse des Menschen, sonst könnten sie nicht eine derartige Bedeutung

5 Ebd.

6 Klaus Meyer-Abich, *Aufstand für die Natur. Von der Umwelt zur Mitwelt*, München 1990.

erlangen. Dann aber ist zu fragen, wie es denn hier um Spiel und Unterhaltung bestellt ist und wie sich die Art des Spielens und Unterhaltens auf die Beziehung zu Mensch und Mitwelt auswirkt.

### 3. Kunst oder „Kultur der Selbstsorge“

Damit komme ich zu dem dritten Begriff, dem der Kunst oder Kultur der Selbstsorge. Dem Philosophen Michel Foucault ist es zu verdanken, daß er mit archäologischer Akribie die Wurzeln der Kultur der Selbstsorge in der hellenistischen und römischen Geschichte freigelegt hat<sup>7</sup>. Er hat damit auf die Notwendigkeit und Fähigkeit einer Kultur des Umgangs mit sich selbst hingewiesen. Dabei erweist sich Selbstsorge als wesentliche Voraussetzung für gutes politisches Handeln. Hier soll unter Rückgriff auf die Überlegungen von Foucault gefragt werden, *ob wir nicht eine neue Kultur der Selbstsorge brauchen, um mit Medien kompetent umgehen zu können*: Kultur der Selbstsorge als notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für Medienkompetenz?

---

### III. Spiel als Selbstvergewisserung und Selbstüberschreitung

---

Hochkonzentriert und zugleich versunken – so erscheint uns ein Kind, das mit seinen Klötzchen spielt. Es kennt noch kein zweckgerichtetes Tun. Es tut einfach. Und in diesem spielerischen Tun entdeckt es sich selbst. Es macht Erfahrungen mit sich, indem es sich den Dingen zuwendet, indem es etwas ausprobiert und immer wieder erneut ausprobiert. Spielerisch stellt es sich selbst auf die Probe, mißt seine Grenzen aus, erfährt sein Können und Scheitern, seine Freude und Trauer, und auch, daß mit den immer wieder zusammenpurzelnden Klötzchenburgen die Welt nicht untergeht. Trotz aller Dramatik – die Klötzchen werden am Ende wieder zusammengepackt, in der Spielkiste verstaut, und das Leben geht weiter. Was bleibt, sind Erfahrungen. Sie prägen das Bild, das das Kind sich von sich selbst macht, vom Leben, von seinen Bedeutsamkeiten und von seinen großen und kleinen Nichtigkeiten. Es hat sich im spielerischen Tun erfahren und mit ihm einen Erfahrungsraum durchschritten, der ihm hilft, sich in der Welt zu verstehen.

<sup>7</sup> Vgl. Michel Foucault, *Der Gebrauch der Lüste*, Frankfurt am Main 1986, sowie ders., *Die Sorge um sich*, Frankfurt am Main 1986.

Solch spielerisches Tun ist für Johan Huizinga<sup>8</sup> der Ursprung aller Kultur. Sprachspiele, Körperspiele, Wissensspiele, Kampfspiele durchweben und durchwirken alles, was Menschen als Kulturleistungen hervorgebracht haben. *Homo ludens* nennt Huizinga deswegen den Menschen. Doch was ist das Besondere des Spiels, auch des Spiels, das selbst der erwachsene Mensch noch spielt?

Mit dem Spiel betreten wir die Sphäre des Besonderen. Wir verlassen den Alltag, lassen uns auf das Überraschende, das Neue, das Nicht-Kontrollierte ein. Im Spiel eröffnen sich neue Welten, neue Perspektiven, können wir probehandeln, uns für einen Moment vergessen und uns auf neue Weise finden. Spielend schütteln wir die Routine, das Bekannte, das Gewohnte, das Festgefügte ab. Spielend läßt sich der Rollentausch, der Perspektivwechsel, das Verrückte und Überraschende denken, fühlen, sagen, tun. Im Spiel verlassen wir den angestammten Ort, die angestammte Zeit, die angestammte Gewohnheit. Im Spiel begeben wir uns in imaginäre Denkräume, Gefühlswelten, Landschaften, die wir durchfühlen, durchschreiten, durchstreifen. Im Spiel werden wir kreativ, lebendig, erweitern unsere Grenzen, unsere Sichtweisen, begegnen immer neuen Aspekten unseres Selbst und kehren, bereichert durch das andere, durch das Unbekannte, das Überraschende, in den Alltag zurück.

Gezähmt ist das Spiel eine produktive schöpferische Kraft, die wir auch in unserem Alltag einsetzen. Das „Brainstorming“ hat ebenso Spielcharakter wie der Wettstreit der Argumente oder das Bemühen um das köstlichste Essen. Doch solche Kraft kann auch eine anarchische und verändernde Dynamik entfalten, die wir als nicht ungefährlich erleben. Sie muß – so will es scheinen – gebannt werden. Denn wer sich im Spiel verliert, wird für sich und die Gesellschaft zum Problem. Die Sphäre des Spiels soll eine Sphäre des Besonderen bleiben. Deswegen gibt es *Grenzmarkierungen, Trennungen, Riten und Rituale des Übergangs* aus dem Alltäglichen zum Besonderen und vom Besonderen wieder zum Alltäglichen. Und für ganz besonders gefährliche Spiele, Mysterienspiele oder therapeutische oder schamanistische Rituale, gibt es Spielleiter, die die Kunst des Spielens so gelernt haben, daß sie andere durch die Untiefen der transformatorischen Kräfte geleiten können.

Kein Spiel ist ohne *Spielregeln*, die das Besondere einbinden und damit erst ermöglichen. Sie regeln unsere spielerischen Wege der Selbstvergeessenheit und Selbstüberschreitung, entkleiden sie ihres sozialen Sprengstoffes und kanalisieren sie für die

<sup>8</sup> Vgl. Johan Huizinga, *Homo Ludens*. Vom Ursprung der Kultur im Spiel (1938), Reinbek 1994.

Gemeinschaft: im Sport- und Kampfspiel, im spitzfindigen Wort- und Sprachspiel, im Glücks- und Wettspiel.

Es gibt kaum ein Spiel, das nicht auch wohldefinierte *Räume* als Markierungen des Übergangs kennt: Die Bühne ist nicht nur erhöht, sie trennt auch von der Alltagssphäre so gründlich ab, daß auf ihr alles gezeigt werden kann und darf. Altarraum und Kanzel sind selbst in einer säkularisierten Gesellschaft sakrosankt. Sie sind der Raum, in den die transformatorische Kraft der Gottesbotschaft gebannt wird. Sport- und Kampffeld bezeichnen die Räume, die zu überschreiten nur bei Strafe oder Legitimationsverlust möglich ist.

Auch die *Zeit* ist ein Mittel der Grenzmarkierung: Es gibt die Spielzeit und die andere Zeit. Kaum ein Spiel zeigt dies deutlicher als der Karneval, die Zeit des ‚fröhlichen Fleisches‘. Hier wird das ganze Leben für kurze Zeit zum Spiel. Die Maske verbirgt das Normale; das Kostüm verrät die Sehnsucht; die gewählte Figur symbolisiert den Raum des Probehandelns, den zu durchschreiten, zu durchtanzen, zu durchhüpfen nur von dem eigenen Wunsch bestimmt wird, sich selbst neu und anders zu erfahren. Um so schärfer sind die Markierungen des Übergangs. Wenn sich in Köln am Faschingsdienstag zur mitternächtlichen Stunde der Wechsel von der Zeit des „lustigen Fleisches“ zur Fastenzeit vollzieht, in der der Leib kasteit wird, dann erfordert dies ein Ritual: Der Fastnachtskerl wird verbrannt, die Totenmesse zelebriert, alle Ausschweifungen und Sünden der vorangehenden Tage werden höheren Mächten übergeben. Wer es weniger dramatisch haben will, kann sich am nächsten Tag das Aschenkreuz holen und sich und der Umwelt zeigen, daß er den Wechsel aus der Sphäre des Spiels in die des Ernstes vollzogen hat.

In dem wohldefinierten Spielraum, in der markierten Spielzeit, in dem Raum des Besonderen erfahren wir uns neu. Indem wir uns in andere Identitäten, andere Vorstellungen, andere Räume und Zeiten versetzen, gewinnen wir Distanz zu uns selbst und kehren doch bereichert zurück. Indem wir spielerisch Erfahrungsräume erschließen, die uns sonst unzugänglich wären, lernen wir uns besser kennen, vergewissern uns unseres Platzes in der Gemeinschaft und Gesellschaft und werden auf eine neue und uns bereichernde Weise lebendig: „Spiele dein Leben – lebe dein Spiel.“<sup>9</sup>

9 So lautet der Untertitel des „Forums Spiel mit im Spiel“, das das Spiel als initiatisches Medium der individuellen Transformation lehrt und praktiziert. Vgl. Barbara Mettler-v. Meibom, Schau-Spiel als Weg. Eine Initiatische Kunsttherapie (i. E.).

#### IV. Spiele der Mediengesellschaft, die Medien als Spiel(zeug)e

Die Spiele der Mediengesellschaft sind besondere Spiele. Medien sind Spiel(zeug)e und Medien zeigen Spiele. Und sie tun dies nach Regeln, die die Medien setzen. Dies läßt sich zum Beispiel an den massenmedialen Programmangeboten nachvollziehen. Hier sind unschwer Spielformen in allen Programmsparten zu finden, in Talk-Shows ebenso wie in Dokumentationssendungen. Doch es gibt auch Programme, bei denen der Spielcharakter eindeutig im Vordergrund steht.

Da sind zuerst einmal die *Spiel- und Quizzsendungen* des Fernsehens. Die letzten Jahre haben eine wahre Flut solcher Sendungen über uns hereinbrechen lassen. Daran sind sicherlich nicht nur die niedrigen Herstellungskosten von Glücksrad und Co. schuld, sondern auch die Intensität des Spielwunsches beim Publikum. Wer schon nicht selbst spielt, kann zumindest dem Spiel der anderen zuschauen. Die Erfahrungen machen dabei die anderen. Letztere sind es, die sich der ungewohnten, überraschenden Situation aussetzen, dies auch noch vor einem Millionenpublikum tun und damit ihre Identität in den Spiegeln der Mediengesellschaft erproben.

Wer hingegen am heimischen Fernseher dem Spiel zusieht, steht am Spielrand, hat im Spiel die Rolle des Zuschauenden eingenommen. Doch anders als im Theater, Konzert, beim Straßenfest oder auf der Kleinbühne, bei der die Zuschauenden Mitspieler sind, indem sie für die Protagonisten und Protagonistinnen auf der Bühne den notwendigen Resonanzboden geben, sind die Zuschauer der Medienspiele, wenn sie nicht gerade den TED bedienen oder sich in die Sendung telefonisch einwählen können, funktionslos. Ihr Beitrag erschöpft sich in den Einschaltquoten, über die die Höhe der Werbeeinnahmen berechnet wird. Das offenbart noch einen weiteren Aspekt dieser Spiele: Sie üben ein in die Regeln der materiellen Konsumbefriedigung. Geld oder Güter winken den glücklichen Gewinnern und Gewinnerinnen, und die zwischengeblendete Werbung zeigt den Teilnehmerinnen und Teilnehmern diesseits des Bildschirms, worauf sich das Sehnen der Spielenden und der Zuschauenden richten kann und darf: auf die lockenden Angebote der werbenden Industrie.

Statt der Selbstbegegnung und Selbsterfahrung im Spiel also die Einübung in die Spiele des Konsums? Und die Grenzmarkierung? Sie besteht nur noch in dem Kasten, ständig verfügbar und – häufig genug – anhaltend benutzt. Die Sphären des

Alltäglichen und Besonderen haben sich miteinander verwoben.

*Spiele mit Medien* haben einen anderen Charakter. Aus der Vielzahl der Möglichkeiten von Spielen mit Medien seien hier drei erwähnt: das Computerspiel, der spielerische Umgang mit dem Internet und Cyberspace als Spiel.

Das *Computerspiel* erlaubt mehr als einen nur passiven Konsum; es ermöglicht vielfältige eigene Erfahrungen, insbesondere solche emotionaler, zum Teil aber auch sozialer Art. Computerspieler, nicht ohne Grund meist männlichen Geschlechts, durchleben emotionale Höhen und Tiefen im Kampf mit dem Gerät und dem Programm. Die meist auf Sieg, Krieg, Gewinn, Herrschen angelegten Spiele vermögen es, die Spielenden auch über Stunden in ihren Bann zu ziehen. Die Spiele wiederum werden immer komplexer und technisch immer aufwendiger und verlangen immer neue Geräte, um den technischen Aufwand bewältigen zu können. Damit ist ein doppelter Effekt erzeugt: Die Spielenden werden „bei der Stange“ gehalten, denn die Spiele zu knacken, verlangt lang anhaltende Übung und Beschäftigung; und die Anbieter von Spielen und von Geräten stimulieren beständig auf eine effektive Weise die Nachfrage.

Zweifellos können Computerspielende starke Erfahrungen mit sich selbst machen. Die Ohnmachts-/Allmachtserfahrungen gegenüber dem Gerät haben schon manchen zur Spielleidenschaft verführt. Allerdings sind es in der Regel keine sozialen Erfahrungen. Zu diesen kommt es nur dort, wo das Spiel gemeinsam mit anderen gespielt wird, eine Form, die allerdings der Benutzeroberfläche der meisten Videospiele widerspricht, denn die verlangt den Einzelkämpfer. Allenfalls in der Anschlußkommunikation, in der es um die Verfügbarkeit, den Zugang, den Besitz, den Kenntnis- und Geschicklichkeitsreichtum im Umgang mit Computerspielen geht, entsteht eine größere Varianz sozialer Erfahrungen. Das Computerspiel wird hier zur kommunikativen Ressource in der Interaktion mit anderen. Die unmittelbaren Erfahrungen in der sogenannten Mensch-Maschine-Kommunikation sind jedoch auf der Ebene der Materialität und des Sozialen äußerst reduziert: Zeitstreß, maschinelle Benutzerführung, extrem einseitige sensomotorische Anforderungen, Mitwelt- und Umwelterfahrungen, die sich materiell auf das Gerät beschränken und semantisch von den Vorgaben des maschinellen Programms bestimmt werden. Statt Selbst-Erfahrung findet hier m. E. eher eine Form der Selbst-Manipulation statt.

Etwas anders verhält es sich mit der neuesten Form von Medienspielen, nämlich solchen mit

Hilfe des *Internets*, bei denen wiederum die Männer mit über 90 Prozent der Nutzer die Modalitäten bestimmen<sup>10</sup>. Der berühmte Surfer im Internet ist ein Alleinunterhalter, der von einer virtuellen Welt in die andere wechselt und sich das ganze Kaleidoskop von Wirklichkeiten im medialen Brennspiegel zusammenholen zu können scheint. Wo hingegen die kommunikative Komponente im Vordergrund steht, wie im Internet Relais-Chat – das Internet Relais-Chat ist ein virtueller Kommunikationsraum, der den Nutzern die Möglichkeit bietet, per Tastatur und Text in Gruppen zu kommunizieren –, kann die soziale Erfahrung hinzutreten<sup>11</sup>. Kommunikation in Echt-Zeit führt hier beliebige Nutzer, die an verschiedensten Orten rund um den Globus jeweils an ihrem Computer sitzen, im schriftlichen ‚Gespräch‘ zusammen. Daß hier ein vom Medium ermöglichtes Spiel mit anderen stattfindet, ist unverkennbar. Inhalte und Funktion solcher Internet Relais-Chats variieren, ähneln aber zum Teil den Nonsense-Diskussionen, die auch in Partylines und Partytreff-Lines der Telefondienste anzutreffen sind<sup>12</sup>. Wie sich derartige mediale Spiele für Selbstwahrnehmung und Selbsterfahrung entwickeln, sollte aufmerksam verfolgt werden. Ganz sicherlich bietet es für spezielle Benutzergruppen wie chronisch Kranke, Behinderte oder Schwerhörige eine unerhörte und nie geahnte Möglichkeit der Erweiterung ihres Wahrnehmungshorizonts und damit ihres Selbstbildes. Für andere dürfte hingegen die eskapistische Funktion – soweit dies denn noch bezahlbar ist – im Vordergrund stehen.

Als dritter Spieltyp sei das Spiel mit dem *Cyberspace* erwähnt, hier nicht als eher konventionelles Multimediaspiel verstanden, sondern als dreidimensionales Spiel mit Datenhandschuh und Spezielsicht/Sichtbrille. Mit seinen Charakteristika der individualisierten Nutzung ist es den Videospiele viel ähnlicher als dem Internet, sofern dessen kommunikative Funktion im Vordergrund steht. Im Cyberspace wird die Ohnmachtserfahrung des Spielers überschritten, ohne doch am Setting der Mensch-Maschine-‚Kommunikation‘ etwas zu ändern. Ganz im Gegenteil: Da der Datenhandschuh auf jede Aktion des Spielers reagiert und in Cyberwelten transformiert, in denen

10 Vgl. Susanne Fittkau/Holger Maaß, Das deutschsprachige World Wide Web. W3B-Ergebnisband, Hamburg 1996.

11 Vgl. Waldemar Vogelgesang, Virtuelle Robinsonaden, in: Universitas, 51 (1996) 600, S. 540–552; Howard Rheingold, Virtuelle Gemeinschaft, Bonn u. a. 1994. *Anmerkung der Redaktion*: Siehe auch den Beitrag von W. Vogelgesang in diesem Heft.

12 Vgl. Barbara Mettler-v. Meibom (Hrsg.), Einsamkeit in der Mediengesellschaft, Münster 1996 (bes. Teil III u. Anhang).

sich der Spieler bewegt, erscheint die virtuelle Welt wie eine Verlängerung und Vergrößerung des eigenen Selbst. Es kommt zur narzistischen Überhöhung und Vergrößerung des Ich. Nirgends könnte dies deutlicher werden als dort, wo Cyberspiele als Sexspiele gespielt werden. Im Gegensatz zum Telefonsex, wo noch ‚Hand angelegt‘ werden muß, verschafft beim Cybersex die Maschine die sexuelle Befriedigung, die per Datenhandschuh beordert wird. Der Verzicht auf das soziale Gegenüber ist total geworden und die Ich-Überhöhung perfekt.

Gemeinsam ist allen diesen Medienspielen, daß sie fast beliebige Grenzüberschreitungen zulassen. Sieht man vom Cyberspace ab, der bislang noch nicht die Massenfertigung erreicht hat, lassen sich in der Alltagsnutzung von Videospiele und Internet die Sphären des Normalen und die des Besonderen zunehmend weniger unterscheiden. Die alltägliche Nutzung der Medien ist derart leicht und beliebig geworden, daß die Rituale des Übergangs zu fehlen scheinen. Der Wechsel zwischen den Welten verläuft quasi unbemerkt, die Wirklichkeitsebenen verwischen sich und die Sphäre des Besonderen verliert allmählich ihren speziellen Charakter. Sie wird zunehmend zur Normalität, somit zum Alltag. Virtuelle Welten werden zu Alltagswelten, Spielwelten zu Normalitäten. Ein wichtiges Ordnungsprinzip der individuellen Psyche und des Sozialen scheint an Wirkmächtigkeit zu verlieren. Je nach individueller Anlage und sozialem Umfeld wird – um es in den jeweiligen Extremen zu formulieren – entweder spielerisch der Weg in die Freizeit- und Erlebnisgesellschaft gebahnt oder der Rückzug in autistische Versuche der Selbstvergewisserung vorgezeichnet.

---

## V. Unterhaltung als soziale Einbindung

---

Diese moderne Gefährdung des Sozialen wird noch deutlicher, wenn man sich näher mit dem zweiten hier thematisierten Begriff, dem der Unterhaltung, beschäftigt.

Im Begriff Unterhaltung steckt das Unter-Halten. Wer sich unterhält, hält sich unter, ergreift quasi symbolisch einen Arm, um sich leicht zu stützen. Wer Unterhaltung sucht, sucht die Gemeinsamkeit mit anderen, nicht die freie Zeit, die im Zweifel auch alleine verbracht werden kann, sondern das gemeinsame Sich-Unter-Halten. In der sozialen Zuwendung zum anderen, im Prozeß des Sich-Unter-Haltens wird Nöten, Ängsten, Besorgtheiten, Anspannungen und Verärgerungen die Wich-

tigkeit genommen, wird das innere und äußere Gleichgewicht wiederhergestellt.

Spüren wir dieser Bedeutung von Sich-Unter-Halten nach, dann merken wir, daß Unterhaltung auf Gemeinsamkeit, ja Gemeinschaft ausgerichtet ist. Wer sich unterhalten möchte, sucht das Soziale, er oder sie wünscht Erleichterung in der seelisch-emotionalen Gemeinsamkeit mit anderen. Sich unterhalten zu können ist also ein auf soziales Handeln und soziale Unterstützung gerichtetes menschliches Grundbedürfnis.

Unterhaltung in der Mediengesellschaft hat sich noch viel von dieser Bedeutung bewahrt. Aus Nutzungsstudien wissen wir, wie sehr Medienkonsum zur Entspannung, zum Abspannen, zur Konfliktneutralisierung und zur Streßbewältigung genutzt wird. Und dennoch sind entscheidende Änderungen eingetreten: Wo Medien funktional die Rolle des Unterhalters bekommen, halten wir uns nicht mehr unter, sondern *wir werden unterhalten*, *wir lassen uns unterhalten*. Aus einer an wechselseitige soziale Teilhabe gebundenen Aktivität wird eine körperlich passive Konsum- oder Rezeptionshaltung.

Dies war schon so mit dem Buch. Das zeitliche Ausmaß, in dem jedoch in der Mediengesellschaft die elektronischen Medien für Unterhaltungszwecke genutzt werden, schafft eine neue Qualität. An die Stelle der sozialen Interaktion tritt zunehmend eine individualisierte Konsumhaltung; ein Apparat und dessen Programm erhält die Funktion einer körperlich-seelisch-geistigen Lebenshilfe. Die ungeheure Popularität der Talk-Shows, die täglich über mehrere Stunden über die Kanäle flimmern, belegen mit ihren Alltagsthemen und Alltagsorgen ein gesellschaftlich und individuell tiefgreifendes Bedürfnis nach Unterhaltung im Sinne des sozialen Unter-Haltens<sup>13</sup>.

Doch Zugang und Verfügbarkeit geschehen auf Knopfdruck. Weder bedarf es der Wechselseitigkeit noch der Einbindung in soziale Netzwerke oder der Pflege von Freundschaften, um den gewünschten Effekt zu erreichen. Unterhaltung frei Haus ohne Gegenleistung ist die neue Form, die die Mediengesellschaft für ein altes Bedürfnis bietet. Indem es zu funktionieren scheint, verschafft es nicht nur Entlastung und Erleichterung dort, wo anders ein Unter-Halten nicht möglich ist, sondern schafft auch bequeme Gewohnheiten, die der tieferen Bedeutung des Sich-Unter-Haltens eher abträglich sind. So verlieren die sozialen

13 Vgl. Gary Bente/Bettina Fromm, Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkung. Zwischenbericht zum Forschungsprojekt im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk: Psychologisches Institut, Universität zu Köln 1996.



Netze und Verbindlichkeiten scheinbar an Notwendigkeit und damit an Bedeutung und Wirkkraft<sup>14</sup>. Das Soziale wird per Knopfdruck aus dem Apparat geholt.

Selbst da, wo Unterhaltung nicht in der Mensch-Maschine-Kommunikation gesucht, sondern in Sport, Raves oder Love-Parades genossen wird, scheinen sich Muster des sozial Unverbindlichen auszubreiten. Beim Sport setzen sich vor allem Sportarten durch, die ohne den anderen auskommen, vom Mountainbike und Surfen bis hin zum Drachenfliegen oder Bungiespringen. Bei Raves entsteht zwar im Rhythmus der vielen Körper ein Gefühl der Gemeinsamkeit, die Musik aus den Megaboxen gibt den Takt für die gemeinsame Aktion des Tanzens; das Tanzen selbst findet als individualisierte und nur sehr bedingt auf den anderen bezogene Aktivität statt. Ebenso bei der Love-Parade; Love als Ereignis, das sich im Beat der Boxen stimulieren läßt und als freifloatende Gefühlslage in der Masse der Gleichgesinnten auf die Verbindlichkeit gegenüber einem Du verzichten kann. Auch hier also eine Doppelbewegung: Aus dem Sich-Unter-Halten erwächst offenbar immer mehr das Ausleben eines individualisierten Erlebnishungers oder das passive Unterhaltenwerden. Wo letzteres der Fall ist und wo die mediale Zufütterung des Sozialen zur unverzichtbaren Gewohnheit geworden ist, ist das Stadium der Sucht erreicht.

---

## VI. Sucht und Suchen

---

Sucht kommt von Suchen. Wo das Suchen pervertiert ist, wo aus dem Suchen eine selbstzerstörerische Handlung geworden ist, da sprechen wir von Sucht. Sie richtet sich auf ein Suchtmittel im Außen, von dessen Einverleibung Heilung des Suchens erhofft wird. Doch statt Heilung geschieht Zerstörung.

Suchen ist zutiefst menschlich. Wo immer ein Mangel in einem der vitalen Grundbedürfnisse auftritt, wird die Kraft des Suchens geweckt. Sie richtet sich auf die Beseitigung des Mangels, damit ein verlorenes äußeres oder inneres Gleichgewicht wiederhergestellt werden kann.

Der Psychologe Abraham Maslow hat aufgrund umfangreicher Studien eine hierarchische Pyra-

mide von menschlichen Grundbedürfnissen aufgestellt. Wird eines dieser Bedürfnisse grundlegend verletzt, so versetzt dies den ganzen Menschen körperlich, seelisch und geistig in eine Suchbewegung, die so heftig werden kann, daß sie ihn quasi besetzt. Die grundlegendsten Bedürfnisse liegen nach Maslow im physiologischen Bereich und hier insbesondere in der Nahrungsaufnahme. Wird der Hunger nicht befriedigt, erfolgt eine Konzentration aller Kräfte auf die Stillung dieses Bedürfnisses: „Alle Fähigkeiten werden in den Dienst der Hungerbefriedigung gestellt, und die Organisation der Fähigkeiten wird fast vollständig von dem einen Zweck, den Hunger zu stillen, determiniert.“<sup>15</sup> Ist ein Grundbedürfnis jedoch befriedigt, ist der Prozeß des Suchens nicht zu Ende: „Sofort tauchen andere (und höhere) Bedürfnisse auf, und diese, mehr als physiologischer Hunger, beherrschen den Organismus. Und wenn diese ihrerseits befriedigt sind, kommen neue (und wiederum höhere) Bedürfnisse zum Vorschein, und so weiter. Dies ist, was wir mit der Behauptung meinten, daß die grundlegenden menschlichen Bedürfnisse in einer Hierarchie der relativen Vormächtigkeit organisiert sind.“<sup>16</sup>

Anschaulich hat Ursula Nuber die Bedürfnispyramide nach Maslow in eine Graphik gebracht<sup>17</sup> (s. Seite 42).

Die Bedürfnisse reichen von den grundlegenden biologisch-physiologischen bis hin zu dem Bedürfnis nach Transzendierung der eigenen Existenz und dem Gefühl des Eingebundenseins in ein kosmisches tragendes Ganzes. Nach vedantischer Philosophie Indiens („Vedanta“ bezeichnet die Texte, die die philosophisch-spirituelle Grundlage der indischen Kultur sind) wird der Mensch so lange wiedergeboren, bis er sich in seinem Verlangen nach Bedürfnisbefriedigung schließlich auf die Suche nach Gott macht, bis er also bei dem letzten Grundbedürfnis menschlicher Existenz angelangt ist und damit den Weg zur Transzendierung des Ich zum kosmischen Selbst finden kann. Die abendländische Psychologie, die nicht von der Lehre der Wiedergeburt ausgeht, bezieht konzeptionell die Hierarchie der Bedürfnisbefriedigung nur auf ein Menschenleben. Dabei lassen sich die individuelle und die kollektive Ebene unterscheiden.

Individuell läßt sich feststellen, daß das Vorschreiten zur nächsten Bedürfnisebene um so leichter fällt, je besser die vorangehenden Bedürfnisse befriedigt wurden; auch die Frustrationstole-

---

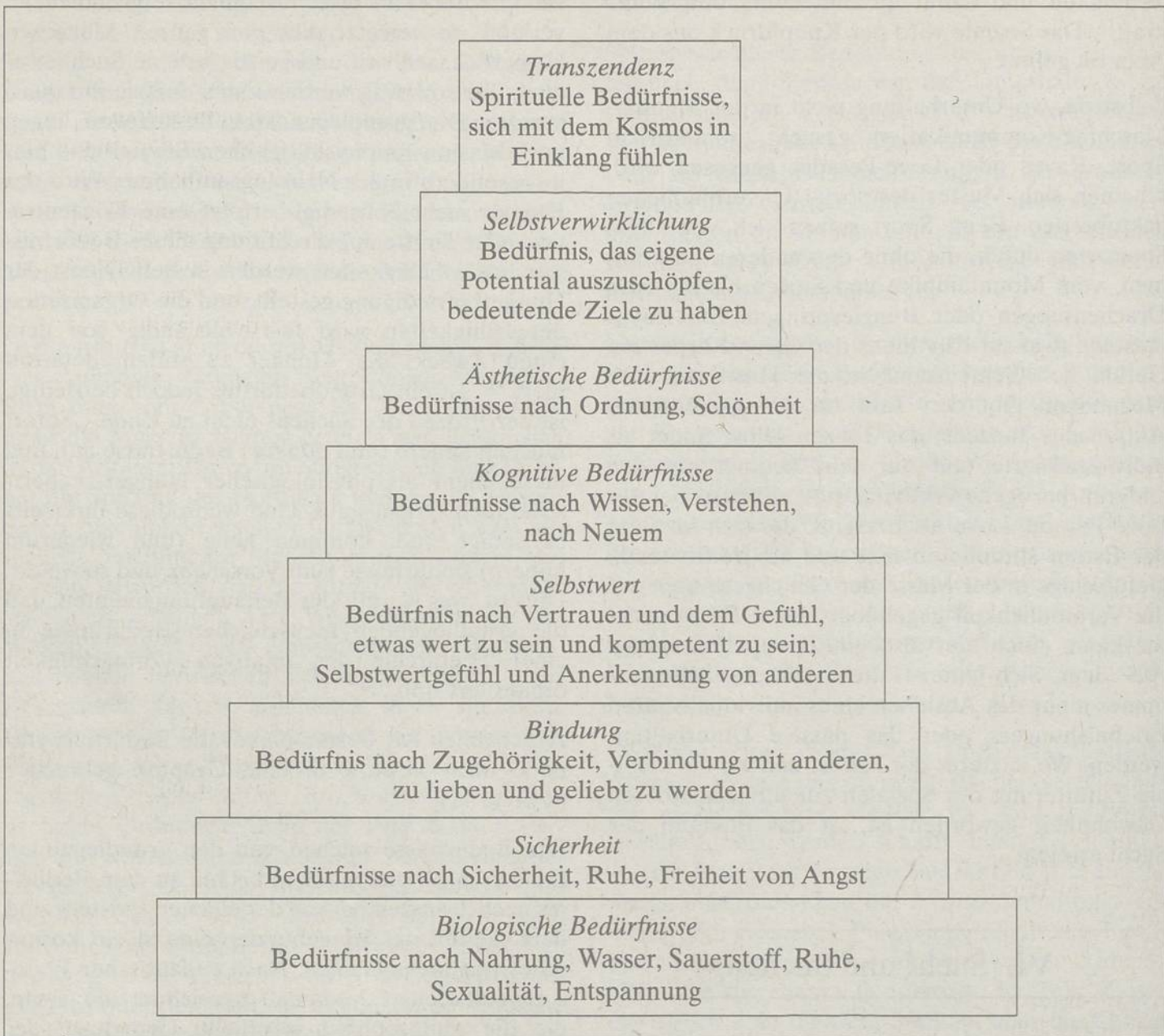
<sup>14</sup> Vgl. Martin Diewald, *Soziale Beziehungen: Verlust oder Liberalisierung? Soziale Unterstützung in informellen Netzwerken*, Berlin 1991; Frank Schimmel, *Informelle soziale Netzwerke und Telefonkommunikation. Überlegungen zu einem ungeklärten Verhältnis*. Unveröff. Magisterarbeit an der Univ. GH Essen 1995.

<sup>15</sup> Abraham H. Maslow, *Motivation und Persönlichkeit* (1954), Reinbek 1996, S. 64.

<sup>16</sup> Ebd., S. 65.

<sup>17</sup> Vgl. Ursula Nuber, *Die Wiederentdeckung der Geborgenheit*, in: *Psychologie Heute*, 22 (1995) 12, S. 22.

## Graphik: Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow



Quelle: U. Nuber nach Abraham Maslow (Anm. 17), S. 22.

ranz ist um so höher, je vollständiger ein Bedürfnis immer befriedigt wurde<sup>18</sup>. Je mehr Sicherheit etwa ein Kind erfahren hat, desto größer ist das „Urvertrauen“<sup>19</sup>, das auch durch unsichere Lebenssituationen trägt. Je unverletzter sich das Selbstwertgefühl entwickeln durfte, desto weniger anfällig ist ein Mensch für Kränkungen und Verletzungen, die andere willentlich oder unwillentlich ihm zufügen, und so fort.

Umgekehrt heißt dies aber auch, daß bedrohliche Mangelerscheinungen bei grundlegenden Bedürfnissen einen Menschen außerordentlich unfrei machen können. Die gesamte körperlich-seelisch-geistige Energie ist dann darauf gerichtet, den Mangel oder den drohenden Mangel nicht in das

Erleben treten zu lassen. Der Griff zum Suchtmittel verspricht die rasche Behebung eines seelisch empfundenen Mangels. Die Varianz dieser Mittel ist schier unbegrenzt: Nahrung, die unmäßig einverleibt werden kann, Alkohol und Drogen, die in Rauschzustände versetzen, Tranquilizer oder Psychopharmaka, die das Denken und Fühlen dämpfen. Aber auch *Medien* können als Suchtmittel fungieren, dort wo ihr Gebrauch zwanghaft geworden ist, wo die individuelle Freiheit der Selektion nicht mehr gegeben ist. Das gilt für das Telefon, das der Telefonforscher Ulrich Lange<sup>20</sup> den „schnellen Schluck aus der Pulle“ nennt, ebenso wie für das Fernsehen, dessen ständige Präsenz für viele längst zum Suchtmittel geworden ist, oder für

18 Vgl. A. Maslow (Anm. 15), S. 65.

19 Vgl. Erik Erikson, *Kindheit und Gesellschaft*, Zürich 1957; ders., *Jugend und Krise*, Stuttgart 1974.

20 Vgl. Ulrich Lange, *Telefonkommunikation im privaten Alltag und die Grenzen der Interpretation*, in: Sibylle Meyer/Eva Schulze (Hrsg.), *Technisiertes Familienleben*, Berlin 1993, S. 203–232.

den Computer, an den sich der Spieler oder Surfer in einem zwanghaften Nutzungsverhalten gebunden hat. Wo immer es zum Suchtverhalten gekommen ist, wäre zu fragen, auf welcher Ebene nicht-gestillte Grundbedürfnisse verkapselt wurden und wie die Kraft des Suchens auf die Befriedigung dieser Bedürfnisse gelenkt werden kann, statt sie in der Sucht ‚versacken‘ und ‚versaufen‘ zu lassen.

Kollektiv stellt sich der Zusammenhang von Sucht und Suchen nicht unähnlich dar: Was sind die Spezifika der hochindustrialisierten Länder des Westens in bezug auf die Befriedigung und/oder Frustration wesentlicher Grundbedürfnisse? Der Soziologe Ronald Inglehart hat als erster von der heute vorherrschenden Existenz postmaterialistischer Werte innerhalb der westlichen Industriegesellschaften gesprochen. Dieses Konzept läßt sich gut mit den Erkenntnissen von Maslow verbinden: Postmaterialistische Werte tauchen auf, wenn die biologisch-physiologischen und materiellen Bedürfnisse befriedigt sind. Insofern müßte der Weg frei sein für die höheren Ebenen der Maslowschen Bedürfnispyramide. Doch das ist offenbar kollektiv bislang nicht der Fall. Die Sinnbestimmung unserer kapitalistischen Konkurrenzgesellschaften weist weder individuell noch kollektiv auf höhere Ebenen der Bedürfnisbefriedigung. Ganz im Gegenteil: Statt den Menschen in die postmaterielle Freiheit zu entlassen, fordert die Funktionslogik des Wirtschaftssystems, ihn weiterhin an materielle Werte zu binden. Nichts ist derzeit aus der Sicht der Wachstumsökonomien schlimmer, als wenn Menschen sich dem Konsumismus verweigern.

Dennoch erweist sich die Bindung von Menschen an materielle Güter bzw. die materialistische Grundorientierung unserer Gesellschaften nicht als ungebrochen. Nicht zuletzt zeigt sich dies an der weitverbreiteten Suche nach Selbstverwirklichung, der Überschreitung persönlicher Grenzen und einer Suche nach spirituellem Sinn, der die etablierten Volkskirchen in Alarmstimmung versetzt. So fehl- und mißgeleitet solche Aufbrüche im einzelnen sein mögen, so wenig sie auf eine gesellschaftlich akzeptierte „Kultur der Selbstsorge“ (Michel Foucault) zurückgreifen können, so sehr deuten dennoch solche Aufbrüche und Grenzüberschreitungen an, daß unsere Epoche erneut eine „Spiritualität der Sehnsucht“<sup>21</sup> hervorbringt.

Wo im Individuum die natürliche Aufwärtsbewegung der menschlichen Bedürfnisbefriedigung blockiert bleibt, da ist die Schattenseite dieses Prozesses auszumachen. Die Grundlagen für solche Blockierungen werden vor allem im Elternhaus

und in der Kindheit gelegt. Deswegen sind die Verwerfungen im Privaten und Persönlichen, die in wachsenden Scheidungszahlen, Vernachlässigung von Kindern und grassierender Einsamkeit im privaten Alltag sichtbar werden, in besonderem Maße geeignet, um Suchtphänomene zu erzeugen. Die Kraft der Seele, sich suchend das zuzuführen, was sie für ihre Entwicklung braucht, wird zuerst blockiert. Richtet sich das Suchen dann auf ein Suchtmittel, an das eine zwanghafte Bindung entsteht, dann wird der Weg in die Sucht solange beschritten, bis schließlich die Konfrontation mit dem Leid dazu führt, sich den wirklichen Bedürfnissen zuzuwenden.

Die Mediengesellschaft stellt ein bislang nicht existierendes Arsenal von Suchtmitteln zur Verfügung. Es sind Mittel, die florierende Industrien hervorbringen, Kapitalbewegungen größten Ausmaßes provozieren und im Budget jedes Haushalts inzwischen erheblich zu Buche schlagen. Nahrung, in Maßen genossen, erhält uns am Leben, und wenn es die richtige ist, auch bei Gesundheit; Alkohol, in Maßen getrunken, kann für Körper und Seele höchst wohltuend sein; dasselbe gilt für (fast) alle anderen Suchtmittel: Wird der Umgang mit ihnen gelernt und beherrscht, so verlieren sie ihre Gefahr; sie werden individuell und kollektiv bewältigt. Wenn menschliche Grundbedürfnisse, die sich auf Sicherheit, emotionale und soziale Einbindung und Entwicklung eines gesunden Selbstwertgefühls richten, nicht oder nur unzureichend befriedigt werden, kann die Sogwirkung der Medien ansetzen. Ihre ständige Verfügbarkeit und gesellschaftliche Akzeptanz erleichtern einen suchtartigen Umgang mit ihnen. Wenn die Gebrauchsanweisung für einen Modem, mit dessen Hilfe das Surfen im Internet möglich wird, bereits einen Hinweis auf Suchtgefahren enthält<sup>22</sup>, dann wird hier nur die Spitze des Eisbergs für Suchtgefahren sichtbar. Es ist eine Gefahr, die sich im Zusammenhang mit jedem Medium ergibt, das ständig verfügbar ist, dessen Nutzung intensive Gefühle erzeugt und das Zugang zu parasozialen Freunden oder Möglichkeiten für parasoziale Interaktionen eröffnet. Die Suche nach Bedürfnisbefriedigung, die sich von der Grundbefindlichkeit

22 „Wer beim Nachschlagen im Lexikon dazu neigt, an ganz anderen Artikeln als dem ursprünglich gesuchten hängen zu bleiben, und irgendwann sogar den eigentlichen Anlaß, um nach dem Lexikon zu greifen, aus den Augen verliert, gehört zur Risikogruppe. (...) Wer sich also bei online-Streifzügen durch Mailboxen und Datendienste gerne in der unüberschaubaren Vielzahl von Angeboten verliert, riskiert den wirtschaftlichen Ruin, der ihn unter Umständen sehr schnell in Form der Telefonrechnung ereilt.“ Computer Software Manuals: BZT-Faxmodem Benutzerhandbuch, bearb. von Jürgen Jakobi/Christian Schmitz-Moormann, Bayreuth 1994, S. 87 f.

21 Klaus Eurich, Die Kraft der Sehnsucht, München 1996.

des Menschen zutiefst auf das Personale und Transpersonale richtet, wird in einem solchen Fall auf die Medien kanalisiert. Das Bedürfnis wird medial aufgesogen, jedoch nicht aufgehoben.

Ein vorläufiges Fazit zu den Phänomenen Spiel, Unterhaltung und Suchen sei an dieser Stelle erlaubt: Spiel, Unterhaltung und die Suche nach Bedürfnisbefriedigung erfüllen für den Menschen vitale Funktionen. Während das Spiel vor allem Möglichkeiten der Selbstvergewisserung und Selbstüberschreitung eröffnet, ebnet das Sich-Unterhalten den Weg in die soziale Einbindung. Daß dies nur einen Ausschnitt menschlicher Grundbedürfnisse umfaßt, zeigt sich, wenn man die Grundtatsache des Suchens mit der hierarchisch angeordneten Pyramide menschlicher Grundbedürfnisse zusammendenkt, die Maslow aufgrund zahlloser Untersuchungen gefunden hat. Die Suche nach Selbstverwirklichung und nach Transzendierung des eigenen Seins, das, was der große Wiener Psychotherapeut Viktor Frankl<sup>23</sup> auch als die Suche nach dem Sinn herausgearbeitet hat, geht noch über die Bedürfnisse nach Sicherheit und sozialer Einbindung hinaus. Die Psychologie lehrt, daß die Frustrationstoleranz von Menschen sehr ungleich verteilt ist und daß eine unzureichende Bedürfnisbefriedigung zu existenziellen Gefährdungen führen kann. Hier ist das Einfallstor für Suchtphänomene, auch solcher, die sich auf den Gebrauch von Medien richten.

Medien sind Kontakt- und Kommunikationsangebote. Sie verschaffen uns Zugang zu weitentfernten Menschen; sie stehen jederzeit zur Verfügung, wenn die Bedürfnisse nach Liebe und sozialer Einbindung im unmittelbaren Umfeld nicht befriedigt werden können; sie liefern uns parasoziale Freunde oder Interaktionspartnerinnen und -partner, sie sind stets da, stets zu Diensten, kritisieren nicht und fordern nichts; man kann mit ihnen kämpfen, man kann an ihnen leiden; sie können in Hochstimmung versetzen und Lust bereiten – all das, was ohne Medien auch möglich ist, doch um den Preis einer größeren Aktivität der Seele und der Bereitschaft, sich selbst im Kontakt zu anderen Menschen zu wagen.

So fördern Medien in der Art, wie sie heute zur Verfügung stehen, eine narzistische Erweiterung des Ich, eine Überhöhung, die die Züge der Ego manie annehmen kann. Mit ihren individualisierten Nutzungsmöglichkeiten entheben sie der Notwendigkeit (im Sinne einer nötigen Wende), das Suchen auf das zu kanalisieren, was der wirklichen Bedürfnisbefriedigung dient.

23 Vgl. Viktor E. Frankl, *Ärztliche Seelsorge. Grundlagen der Logotherapie und Existenzanalyse*, Frankfurt am Main 1987 (4., durchges., verbesserte und ergänzte Auflage).

Medienkompetenz, wie sie heute von Politikern gefordert wird, bezieht sich in aller Regel nur auf den instrumentellen Umgang mit Medien. Solche Verengung des Verständnisses von Medienkompetenz entbehrt des Wissens um den inneren Zusammenhang von Persönlichkeitsentwicklung und Medienkompetenz. Je ausreichender die Persönlichkeit gefestigt ist, das heißt, je besser sie in ihren wesentlichen Grundbedürfnissen Befriedigung erfahren hat, desto weniger anfällig wird sie für die Sogwirkung der derzeitigen Medienwelten sein und desto eher wird sie die Kraft zu Selektion und förderlichem Umgang mit Medien haben. Dies wirft die Frage nach einem Konzept der Persönlichkeitsentwicklung auf, das den derzeitigen Herausforderungen der Mediengesellschaft besser gerecht wird. Die letzten Arbeiten des Philosophen Michel Foucault, die sich mit der „Kultur der Selbstsorge“ befaßt haben, scheinen mir hierfür einen vielversprechenden Ansatz zu bieten.

---

## VII. „Kultur der Selbstsorge“

---

Foucaults Interesse richtete sich in den wesentlichen Schaffensperioden auf die Unterdrückungsmechanismen wichtiger gesellschaftlicher Organisationen/Institutionen wie der Psychiatrie oder des Strafwesens. Er wollte wissen, wie derartige Institutionen die Freiheit der Individuen beschneiden. Erst kurz vor seinem Tod hat er seinen Fragen eine neue Richtung gegeben<sup>24</sup>. Ihn interessierte nun, was den Menschen zur Freiheit befähigt. An die Stelle der Herrschaftsperspektive trat also die subjektorientierte Perspektive. Dahinter dürfte auch die Erkenntnis gestanden haben, daß der Beschneidung der Freiheit letztlich nur die Freiheit des Ich entgegengestellt werden kann. Bei seiner Suche stieß er auf das Konzept der Selbstsorge (*souci de soi*), dessen Ursprünge er im griechischen und römischen Kulturraum mit archäologischer Akribie freigelegt hat.

Der Frage nach der Sorge um das Selbst geht die Frage nach dem Selbst voraus. Unter Rückgriff auf deren erste bekannte Ausformulierung in Platons Alkibiades stellt er ein Beispiel eines Konzeptes der Selbstsorge vor: „Wenn du Sorge um deinen Körper trägst, dann ist das keine Sorge um dich selbst. Das Selbst ist nicht Kleidung, Werkzeuge, Besitztümer. Es findet sich in dem Prinzip, das die Werkzeuge in Gebrauch nimmt, einem Prinzip der Seele und nicht des Körpers. Man muß auf seine

24 Vgl. Wilhelm Schmid, *Auf der Suche nach einer neuen Lebenskunst. Die Frage nach dem Grund und die Neubegründung der Ethik bei Foucault*, Frankfurt am Main 1991.

*Seele Sorgfalt verwenden – das ist die zentrale Aktivität der Sorge um sich selbst. Die Sorge um das Selbst ist die Sorge um die Aktivität, nicht die Sorge um die Seele als Substanz.*<sup>25</sup>

Welche Art von Aktivität Alkibiades damit meint, verdeutlicht Foucault: „Die Seele vermag sich selbst nur dann zu erkennen, wenn sie sich in einem ähnlichen Element, einem Spiegel betrachtet. Also muß sie das Göttliche betrachten. In der Betrachtung der Götter entdeckt die Seele Regeln, welche die Grundlage für gerechtes Tun und politisches Handeln bilden können.“<sup>26</sup>

Rechtes Handeln, in welchem Bereich des menschlichen Daseins auch immer, impliziert in diesem Sinne einen Prozeß der Selbstsorge, der auf eine Transformation des Menschen durch Annäherung an sein göttliches Selbst abzielt. Das spirituelle Bedürfnis, das, was Maslow als das oberste auf der Bedürfnispyramide angesiedelt sieht, hat – so ließe sich hier folgern – also die Kraft der Orientierung für alle anderen Bedürfnisse und deren Befriedigung. Mit dieser Auffassung sind wir dem Konzept der Psychosynthese des im deutschsprachigen Kulturraum immer noch wenig bekannten Roberto Assagioli nahe. Assagioli<sup>27</sup>, Zeitgenosse von Sigmund Freud, C. G. Jung und A. Adler, hat stärker als alle anderen Vertreter der Tiefenpsychologie die Theorie des Überbewußtseins und des Selbst ausformuliert. Überwindung von seelisch-geistiger (und körperlicher) Krankheit wird für ihn dann möglich, wenn der Mensch seine verschiedenen Teilpersönlichkeiten unter die ordnende Kraft des Selbst und des Überbewußten stellt. Während die Teilpersönlichkeiten – um mit Maslow zu sprechen – aus den Kränkungen menschlicher Grundbedürfnisse entstanden sind, die im „tieferen“ und „mittleren“ Unbewußten vagabundieren, stehen im Überbewußtsein Erfahrungen des Glücks, des Friedens, der Einheit und der Harmonie zur Verfügung, die für das Bewußtsein aktivierbar sind. Die Integration der Teilpersönlichkeiten unter die Führung des Selbst setzt die Erfahrungen des Überbewußtseins frei und ermöglicht wirkliche Heilung, Maslow würde sagen: wirkliche Bedürfnisbefriedigung.

Daß dies nicht ohne menschliches Zutun möglich ist, wußte man schon im antiken Griechenland. Deswegen forderten und förderten die Griechen im Sinne der Kultur der Selbstsorge die „Tech-

nologien des Selbst“. Foucault nennt einige von ihnen. Dazu gehören ein Umgang mit Zeit, der die Selbstsorge überhaupt erst ermöglicht: ein paar Augenblicke am Tag oder mehrere Wochen oder Monate im Jahr sich zurückzuziehen – eine aktiv gestaltete Mußezeit, in der man studierte, las, sich auf ein Unglück oder den Tod vorbereitete<sup>28</sup>; die Askese (körperlich, in der Ernährung und in vielem anderen mehr<sup>29</sup>); die Hinwendung nach innen und das Horchen auf die Regungen der Seele sowie der Selbstaussdruck in Form des schreibenden Innehaltens, „um die Wahrheiten, deren man bedurfte, für sich selbst reaktivieren zu können“<sup>30</sup>.

Der politische Bezug dieses Konzepts der Selbstsorge geht aus der Tatsache hervor, daß in den Vorstellungen der Griechen und Römer nur der ein guter Staatsmann sein konnte, der in diesem Sinne einer Kultur der Selbstsorge folgte. Es handelt sich also nicht um ein privatistisches oder individualistisches Konzept, das letztlich einem Egoismus zuarbeitet, sondern um ein zutiefst soziales und politisches Konzept (wiewohl damals nur der herrschenden Oberschicht vorbehalten): Die Sorge um sich selbst war nicht konträr zur sozialen Verantwortlichkeit. Folgt man dem Beispiel von Alkibiades, so wurde erst im Dialog mit den Göttern der Weg zum rechten Tun gefunden.

---

## VIII. Ausblick

---

Versucht man nun, das Konzept der Selbstsorge auf die heutige Zeit, den Umgang mit Medien und die Frage der Medienkompetenz und der Demokratiefähigkeit zu beziehen, so lassen sich daraus eine Reihe von Anregungen ableiten:

- Selbstsorge kann als Konzept der Persönlichkeitsentwicklung verstanden werden, das zu einem kompetenten Umgang mit Medien führt.
- Solche Selbstsorge findet ihre orientierende Kraft in dem grundlegendsten und zugleich in der Hierarchie menschlicher Grundbedürfnisse am höchsten angesiedelten Bedürfnis, dem nach Transzendierung des Ich. Es ließe sich auch als die Suche nach geistiger Transformation, nach Transzendenz, allumfassender Liebe, Gott, verstehen.
- Das Konzept der Selbstsorge kann eine wesentliche Hilfe darstellen, um mit der Sogwirkung

25 Michel Foucault, Technologien des Selbst, in: H. Martin Luther/Gutman Huck/Patrick H. Hutton (Hrsg.), Technologien des Selbst, Frankfurt am Main 1993 (amerik. 1988), S. 24–62, hier: S. 35.

26 Ebd.

27 Vgl. Roberto Assagioli, Psychosynthese (1965), Reinbek 1993; Piero Ferruci, Werde was du bist. Selbstverwirklichung durch Psychosynthese, Reinbek 1994<sup>2</sup>.

28 Vgl. M. Foucault (Anm. 25), S. 37.

29 Vgl. ders., Die Sorge um sich (Anm. 7), S. 69 ff.

30 Ders. (Anm. 25), S. 37.

- der Medienangebote so umzugehen, daß sie ihres suchterzeugenden Charakters enthoben werden und die Bedürfnisse nach Spiel (Selbstüberschreitung) und Unterhaltung (soziale Einbindung) gelebt werden können.
- Selbstsorge erfordert bzw. setzt Technologien voraus, die die Begegnung mit dem Selbst ermöglichen. Die Hinwendung nach innen und das Schaffen von Bedingungen, die diese Hinwendung erlauben und für spätere Zeiten erinnerbar machen, ist dabei vordringlich.
  - Selbstsorge in diesem Sinne erzwingt einen sparsamen und selektiven Gebrauch von Medien, damit deren Kontakt- und Beziehungsangebote der Hinwendung nach innen eher förderlich als abträglich sind.
  - Selbstsorge ist somit Voraussetzung von Medienkompetenz und impliziert diese zugleich. Sie erweist sich damit als eine notwendige, wenngleich nicht hinreichende Bedingung für eine demokratische Kultur in einer Medien-gesellschaft.

## **Michael Jäckel: Wer trägt die Verantwortung? Zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 19–20/97, S. 3–12

Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen ist regelmäßig Gegenstand medien- und gesellschaftspolitischer Diskussionen. Der Hang zum Moralisieren und Appelle an die Verzichtbereitschaft sind dabei zu einem festen Bestandteil der Argumentation geworden. Manche sehen darin einen Ausdruck von Hilflosigkeit, andere dagegen eine unabdingbare Notwendigkeit. Der Beitrag nimmt diese Situation zum Anlaß, um auf einige Ergebnisse und Entwicklungen hinzuweisen, die aus der Beschäftigung mit dem Wechselverhältnis von Medienangeboten und Rezipientenreaktionen hervorgegangen sind. Das „Wie“ der Präsentation ist dabei insbesondere von der durch die Entwicklungspsychologie inspirierten Forschung analysiert worden. Kaum eine andere Forschungstradition hat sich intensiver mit der Auswirkung formaler und mediendramaturgischer Aspekte auf das Verständnis und die Verarbeitung von Medieninhalten auseinandergesetzt als der rezipientenorientierte Ansatz. Diese sehr angebotsnah verfahrenende Forschung wird ergänzt durch eine Darstellung von Theorien, die insbesondere dem Medium Fernsehen die Fähigkeit zutrauen, die Grenzen zwischen verschiedenen Lebensphasen zu verwischen und Erfahrungswelten zu homogenisieren. Gleichwohl vermißt man gerade hier ein notwendiges Maß an Differenzierung. Ebenso wird der Problematik einer zunehmenden „Mediatisierung“ von Kindheit und Jugend Beachtung geschenkt. Hier zeichnet sich eine zunehmende Durchdringung von sozialer Wirklichkeit und Medienwirklichkeit ab.

## **Waldemar Vogelgesang: Jugendliches Medienhandeln: Szenen, Stile, Kompetenzen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 19–20/97, S. 13–27

Entgegen dem schier unausrottbaren Stereotyp, daß Jugendliche sich durch Medien zu Tode amüsierten, zeigt dieser Beitrag, wie vielschichtig und kreativ ihre Pfade in die Medienzukunft sind. Gestützt auf ethnographische Feldrecherchen werden Fancliquen und -szenen beschrieben, in denen Jugendliche kompetent und autonom Medien zur Steigerung selbstgewählten und selbstdefinierten Lebens einsetzen. Mit dem Begriff der Spezialkultur versuchen wir, diesen Transformationen Rechnung zu tragen. Sie sind keine sub- oder gegenkulturellen Entwürfe, sondern verbinden die überkommene, hegemoniale Kultur mit verschiedensten Teilkulturen. Vor diesem Hintergrund entpuppt sich die These von der nivellierten Medienkultur Jugendlicher wenn nicht als Mythos, so doch als eine unzulässige Simplifizierung. Solche Vorstellungen stehen nicht nur im Widerspruch zu den Befunden der neueren Medien- und Rezeptionsforschung, sondern ignorieren auch völlig, auf welcher differenzierte Weise gerade die Akteure in medienbestimmten Jugendkulturen in ihrem Aneignungshabitus hoch- und alltagskulturelle Momente miteinander zu verbinden wissen. Jenseits von Stand, Klasse und Schicht etablieren sich hier neue medien- und szenengebundene Gruppen und Milieus, die sich durch einen hohen Freiheitsgrad in der Selbstinszenierung, Stilbildung und erlebnismäßigen Handlungs-dramaturgie auszeichnen. Medien und ihre spezialisierten Aneignungsformen potenzieren somit in der „Multioptiongesellschaft“ (Gross) gleichermaßen individuelle und kulturelle Muster.

## **Franz Petermann: Auswirkungen von Medien auf die Entstehung von Gewalt im Kindes- und Jugendalter**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 19–20/97, S. 28–33

Medien beeinflussen uns in allen Bereichen des Alltags nachhaltig. Positive und negative Auswirkungen sind in gleicher Weise möglich. Bei Kindern hängen die Auswirkungen entscheidend vom sozialen Kontext – vor allem von der Familie – ab. Hierbei hat die Gewaltbereitschaft von Kindern und Jugendlichen viele Ursachen; Kinder mit Entwicklungsrisiken neigen zu extremen Mediengewohnheiten und gefährden sich damit noch mehr: Ihre Gewaltbereitschaft steigt an, aggressives Verhalten wird verstärkt. Kinder, die keine Entwicklungsrisiken aufweisen, werden durch den Mediengebrauch nicht negativ beeinflusst.

Die Ausführungen belegen die Folgen eines extremen Mediengebrauchs und zeigen spezifische Entwicklungsrisiken auf. Von besonderem Interesse ist dabei die Tatsache, daß Medien sozial vermittelt werden. So übernehmen erwachsene Familienmitglieder eine wichtige Vorbildfunktion, und zugleich sind sie auch Gesprächspartner für ihre Kinder, um ihnen auf diesem Weg zu helfen, bei Medieninhalten zwischen Wirklichkeit und Illusion zu unterscheiden. Langfristig lassen sich negative Einflüsse von Medien nur vermeiden, wenn Kinder in ihrer sozialen und emotionalen Entwicklung gefestigt sind. Kinder mit Entwicklungsrisiken benötigen deshalb eine systematische Förderung und eine verbesserte familiäre Unterstützung.

**Barbara Mettler-v. Meibom: Spiel – Unterhaltung – Sucht. Die Frage nach den Grenzüberschreitungen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 19–20/97, S. 34–46

Angesichts der Ausweitung und Differenzierung der elektronischen Medien wird der Ruf nach Medienkompetenz lauter. Die Förderung eines fähigen Umgangs mit Medien sollte dabei nicht in einer solch beschränkten Weise betrieben werden, als ginge es vorrangig um die möglichst umfassende Beseitigung von Aneignungshemmnissen bei den Rezipientinnen und Rezipienten, die einem breiten Absatz neuer Kommunikationstechnologien entgegenstehen. Vielmehr ist der Erwerb von Medienkompetenz als Teil der Persönlichkeitsentwicklung aufzufassen. Spiel und Unterhaltung mittels Medien dienen dem Ausprobieren von Grenzen, dem spielerischen Selbstentwurf und der Suche nach Kommunikationspartnerinnen und -partnern.

Problematisch wird der Umgang mit Medien und Kommunikationstechniken dann, wenn eine mangelhafte sozio-emotionale Einbindung zum suchtartigen Gebrauch von Medien führt und die Suche nach Grenzerfahrung, Unterhaltung und Gemeinschaftlichkeit ins Leere läuft. Indem Medien Einfluß auf die Persönlichkeitsentwicklung und die Beziehungsfähigkeit nehmen, ist somit auch die Frage nach der Demokratiefähigkeit von Individuen berührt.

Werden Medien von einem selektiv nutzbaren Mittel zum Zweck zu einem permanenten Vehikel einer suchtartigen Suche, können bestimmte Bedürfnisse dauerhaft nicht befriedigt werden. Sich an den eigenen Bedürfnissen orientieren zu können und der Auseinandersetzung mit sich und anderen nicht durch die Sogwirkung allgegenwärtiger medialer Kommunikationsangebote zu entfliehen erfordert die Entwicklung einer „Kultur der Selbstsorge“. Die Herausbildung einer solchen Kultur der Selbstsorge liegt einem kompetenten und verantwortlichen Umgang mit Medien zugrunde.