

Der Event im Wohnzimmer: die familiäre Aneignung der Casting-Show Starmania

Schwarz, Claudia

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schwarz, C. (2006). Der Event im Wohnzimmer: die familiäre Aneignung der Casting-Show Starmania. *SWS-Rundschau*, 46(2), 209-229. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-164441>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Der Event im Wohnzimmer

Die familiäre Aneignung der Casting-Show *Starmania*

Claudia Schwarz (Wien)

Lassen sich in der familiären Rezeption von populären Unterhaltungssendungen Elemente gemeinschaftlicher Medienaneignung finden? Diese Frage stellt sich vor dem Hintergrund des aktuellen Fernsehprogramms, das kaum mehr zielgruppenübergreifende Sendungen beinhaltet, die die ganze Familie ansprechen. Eine Analyse ethnographisch gewonnener Gesprächsdaten und Beobachtungen zur familiären Rezeption der Casting-Show *Starmania* deutet in diesem Artikel darauf hin, dass die konkrete Medienaneignung in der Familie vom Bildungsmilieu abhängt. Nur in den untersuchten bildungsstarken Familien kam es zu einer gemeinschaftlichen Aneignung der Casting-Show, indem diese als Familienevent inszeniert wurde. Die bildungsschwächeren Familien rezipierten im Gegensatz dazu die Sendung eher individuell. Kinder und Jugendliche nutzten die »medial vermittelten« Stars darüber hinaus als Hilfsmittel für Prozesse ihrer eigenen Identitätsfindung und zur sozialen Orientierung.

Keywords: casting-show, family structures, identity of children and young people, joint social media reception

1. Einleitung

1.1 Familienfernsehen – gestern und auch noch heute?¹

In der Anfangsphase des Fernsehens konnte man das Fernsehprogramm noch als »Familienprogramm« bezeichnen. Es führte die Familienmitglieder vor dem Fernsehgerät zusammen und verstärkte dadurch das gemeinsame Erleben in der Familie. Allerdings kam es ab den 1980er-Jahren zu einer immer stärkeren »Fragmentierung des Fernsehpublikums« (Handel 2000), gleichbedeutend mit einer vermehrt individuellen Fernsehnutzung. KommunikationswissenschaftlerInnen (z. B. Charlton/Klemm 1998) argumentieren, dass damit die Basis für Gespräche in der Gesellschaft kleiner wird, was auch die Integrations- und Vermittlungsfunktion der Medien einschränkt. Gründe für die Fragmentierung sind u. a. die expandierende Kabel- und Satellitentechnik – folglich eine größere Auswahl an Fernsehkanälen – und der Trend zur Mehrfachausstattung privater Haushalte mit Empfangsgeräten. Das gemeinsame familiäre Fernsehen verlor an Bedeutung, da viele Familien über mehrere TV-Geräte und unterschiedliche TV-Programme verfügen, um die Interessen der einzelnen Familienmitglieder gezielt abzudecken. Zielgruppenübergreifende Programme werden kaum noch ausgestrahlt (Hofmann 2001).

¹ Dieser Artikel basiert auf den Ergebnissen meiner Diplomarbeit über *Fernsehaneignung in Familien am Beispiel der Casting-Show Starmania. Eine ethnographische Studie in der Tradition der Cultural Studies* (Schwarz 2004).

So genannte »Ereignisprogramme« wie *Wetten, dass ...?* und Sportübertragungen werden aber auch noch heutzutage von den unterschiedlichsten Zielgruppen rezipiert. Dabei handelt es sich allerdings um seit Jahrzehnten etablierte Programmformen. Daher stellt sich die folgende Frage:

- Gibt es überhaupt neue Programmideen/ Fernsehsendungen, welche die gesamte Familie ansprechen und somit eine aktuelle Form des »Familienfernsehens« darstellen, oder dominieren im aktuellen TV-Programm tatsächlich zielgruppenspezifische Fernsehangebote?

Bestimmte Medienereignisse wie z. B. die Übertragung von Sportveranstaltungen oder die Berichterstattung über Wahlen sprechen ein breites Publikumsspektrum an. Bei anderen Sendungen sind Programmanbieter jedoch gezwungen, »einzelne Sendungen als spezifische ›Ereignisse‹ zu inszenieren und sie damit kommunikativ mit einem besonderen Erlebnisversprechen zu verbinden, wenn sie überhaupt die Chance haben wollen, angesichts der Programmfülle eine hinreichende Aufmerksamkeit auf sich ziehen zu können« (Hepp/ Vogelsang 2003, 20–21). Eine Sendung muss folglich einen bestimmten Ereignischarakter haben, um als Medienevent verkauft zu werden. Die vom österreichischen Rundfunk produzierte Casting-Show *Starmania* stellt ein Beispiel für ein solches inszeniertes populäres Medienevent dar.

Casting-Shows werden seit dem Ende der 1990er-Jahre weltweit produziert. Das Konzept der Shows ist in den meisten Ländern ähnlich: Jugendliche werden in einem Casting als KandidatInnen für die Sendung ausgewählt und treten danach wöchentlich in einer Fernseh-Show auf, in der sie mit ihren gesanglichen Fähigkeiten die Jury und das Publikum überzeugen müssen. Während in Österreich bislang mit *Starmania* nur ein Casting-Show-Format produziert wurde, gab es in Deutschland bereits zahlreiche Casting-Formate, vor allem im Privatfernsehen (u. a. *Popstars* auf RTL II und *Deutschland sucht den Superstar* auf RTL). Der ORF strahlte *Starmania* im Winter 2002/ 2003 (erste Staffel) und 2003/ 2004 (zweite Staffel) aus. Jeden Freitagabend traten die gecasteten KandidatInnen auf einer Showbühne auf und brachten ihre Gesangskünste dem Fernsehpublikum dar. Ziel der Sendung war es, durch Abstimmung der ZuseherInnen (Voting) den besten Kandidaten/ die beste Kandidatin zu ermitteln. Am Ende jeder Sendung musste jene/r TeilnehmerIn mit den wenigsten ZuseherInnenvotings ausscheiden. Auf den »Star des Jahres« (ORF) wartete ein Plattenvertrag. *Starmania* war im Prinzip ähnlich aufgebaut wie zielgruppenübergreifende, abends ausgestrahlte Fernseh- und Musik-Shows: So wurden etwa wie in *Wetten, dass ...?* Musikdarbietungen und Small-Talk gemischt. Daher liegt die These nahe, dass es sich bei der Casting-Show um eine neue Form von Familienprogramm handeln könnte.

Aber selbst wenn *Starmania* eine aktuelle Form des Familienfernsehens repräsentiert, bedeutet das noch lange nicht, dass Familienmitglieder, die sich durch generations- oder geschlechtsspezifische Erfahrungsräume unterscheiden, diese Sendung auch gemeinsam sehen. Eine gemeinsame Rezeption bedingt an sich noch kein gemeinschaftliches Erleben, etwa in Form von Gesprächen. Schließlich kann Fernsehen in Familien genauso gut dazu dienen, gezielt Kommunikation zu vermeiden (Hunziker 1976). Im Gegensatz zu Hunziker erklärt Teichert (1977), dass in einer von

ihm durchgeführten Erhebung über 70 Prozent der untersuchten Familien angaben, während des gemeinsamen Fernsehens miteinander zu sprechen. Zwar beeinflusst das Fernsehen die Länge der Gespräche, dennoch spricht sich Teichert für die Annahme einer gesprächsanregenden Wirkung aus. Im Vergleich zu diesen Ansätzen differenziert Kellner (1978) zwischen unterschiedlichen Familientypen: Es gibt schweigende Familien, in denen eine Sendung zwar gemeinsam gesehen wird, aber während dieser nicht kommuniziert wird, und kommunikative Vielseherfamilien, die das Fernsehen nutzen, um konfliktfreie Gespräche zu führen.

1.2 Erkenntnisinteresse und forschungsleitende Fragestellungen

Aus den oben dargestellten Überlegungen entwickelte sich mein Erkenntnisinteresse, empirisch zu erforschen, ob die Rezeption der Casting-Show *Starmania* in Familien zu einem gemeinsamen Fernseherlebnis führt. Die Bedeutung der Rezeption im Familienleben und die familiäre Form der Fernsehaneignung standen im Mittelpunkt. Das Forschungsziel war daher, auf einer mikrosoziologischen Ebene den Interaktionen nachzugehen, die sich in einer Familie um das Fernsehen bilden, und einen Teil der alltagsweltlichen Lebenswirklichkeit von Familien zu beschreiben. Die wichtigsten forschungsleitenden Fragen lauteten:

- Wie wird die Sendung von den Familienmitgliedern rezipiert, gemeinsam oder getrennt, und welche Orientierungen manifestieren sich in der *Starmania*-Rezeption?
- Wie sieht, wenn *Starmania* gemeinsam rezipiert wird, ein derartiger »Familienfernsehabend« aus und welche Funktion erfüllt dieser in der Familie?
- Ist *Starmania* wirklich eine Sendung für die ganze Familie oder wird sie überwiegend von einem Geschlecht bevorzugt?
- Welche Bedeutung hat die Sendung für die Kinder und Jugendlichen?

Bevor diese Fragen aufgrund meiner Untersuchungsergebnisse in Kapitel 5 beantwortet werden, führt Kapitel 2 in das Medienaneignungskonzept und in Referenzstudien der Cultural Studies ein. Darauf folgen eine kurze Darstellung der methodischen Vorgehensweise (Kap. 3) sowie ein Einblick in den Familienzugang und Untersuchungsverlauf (Kap. 4).

2. Medienaneignung im Verständnis der Cultural Studies

Für VertreterInnen der Cultural Studies entsteht Populärkultur nicht durch die Kulturindustrie, wie es die Kritische Theorie der Frankfurter Schule (Horkheimer/Adorno 1998/1944) annimmt, sondern erst durch die aktive bedeutungsgenerierende Aneignung von Produkten im Alltagsleben (de Certeau 1988). Im Zentrum der Beschäftigung mit der Rezeption von Populärkultur stehen daher die Aneignungspraktiken der Menschen, die bereits mit dem Prozess des Lesens, Sehens und Hörens beginnen (Hepp 1998). Die Aneignungsstudien der Cultural Studies setzten diese und weitere daran anknüpfende, theoretische Überlegungen empirisch um. Nicht mehr das einzelne Individuum und seine Bedürfnisbefriedigung durch die Rezeption standen im

Mittelpunkt, sondern die Medien rückten in das Zentrum der Medienaneignungsforschung – sowohl im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Vorgängen wie Machtprozessen als auch mit ihrer Funktion, die sie für die Konstruktion von Bedeutung für die Gesellschaft und die Individuen haben. Den Beginn der Aneignungsstudien bildete die britische Untersuchung *The Nationwide Audience* (Morley/ Brunsdon 1999/ 1982), gefolgt von Studien mit einem stärker ethnographischen Zugang. Im Unterschied zur künstlichen Rezeptionssituation in *The Nationwide Audience*² wurden bei den ethnographischen Studien ZuseherInnen zuhause besucht und in Form von Tiefeninterviews unmittelbar nach ihrer üblichen Fernsehrezeption befragt. Diese zweite Generation der Aneignungsforschung (Alasuutari 1999) rückte fiktive Programme³ wie Soap Operas, den Gender-Aspekt und die Bedeutung der Medien im häuslichen Umfeld in den Vordergrund. Für meine Untersuchung ist vor allem David Morleys Studie *Family Television* (1993/ 1986) bedeutsam, weil sie u. a. Fernsehen als kommunikative Ressource in der Familie thematisiert.

Obwohl die Cultural Studies der alltäglichen mündlichen Kultur in Form von Gesprächen eine große Bedeutung für den Aneignungsprozess zusprechen, beschäftigen sich Studien dieses Ansatzes nicht mit den fernsehbegleitenden Gesprächen der FernsehzuschauerInnen (den so genannten primären Thematisierungen). Diese gehören aber, wenn die Aneignung als Teil des Rezeptionsvorgangs aufgefasst wird, ebenso zum Aneignungsprozess. Daher konzentrierte sich meine Forschungsarbeit darauf, die bisher in den Studien der Cultural Studies vernachlässigten primären Thematisierungen zu beobachten und zu analysieren. Ein ähnlicher Ansatz findet sich auch in einer deutschsprachigen Forschungslinie, die sich mit primären Thematisierungen auf einer eher sprachwissenschaftlichen Ebene auseinandersetzt (z. B. Holly u. a. 2001, Hepp 1998).

3. Methodische Vorgehensweise

Wie kann man Interaktionen, die sich in Familien um das Fernsehen bilden, bestmöglich untersuchen? Fernsehrezeption und -aneignung sind alltägliche Handlungen bzw. Prozesse und daher kaum Gegenstand unserer bewussten Reflexion – was es erschwert, dieses Phänomen mit wissenschaftlichen und ganz besonders mit quantitativen Methoden zu erfassen. Zwar zeigen Befragungsstudien, dass Familienfernsehen nach Ansicht der Eltern Kommunikation anregen sollte (Götz 2001) – wie sich die Kommunikation zwischen Eltern und Kindern während des Fernsehens gestaltet, offenbaren sie jedoch nicht. Für mein Forschungsvorhaben wählte ich daher qualitative und rekonstruktive Erhebungs- und Interpretationsverfahren (für einen Überblick siehe z. B. Wagner 1999), die im Gegensatz zu quantitativen Befragungen den untersuchten Personen die

2 Die ForscherInnen zeigten die Sendung *Nationwide* bestimmten, nach soziodemographischen Merkmalen zusammengestellten Gruppen (z. B. KunststudentInnen, GewerkschafterInnen), die im Anschluss daran über die Sendung diskutierten. Es handelt sich um eine künstlich hergestellte Rezeptionssituation, da die Fernsehaneignung von den ForscherInnen konstruiert wurde.

3 Fiktive Programme bilden keine realen Geschehnisse ab, wie etwa in Nachrichtensendungen, sondern erzählen erfundene Geschichten.

Möglichkeit geben, ihre eigenen Relevanzsysteme darzustellen (Bohnsack 2003). Alle Erhebungen wurden zudem im jeweiligen Haushalt, also im sozialen Umfeld der zu untersuchenden Familie, und – soweit die Familien einverstanden waren – über einen längeren Zeitraum durchgeführt, der mehrere Folgen von *Starmania* umfasste. Damit wurde ein ethnographischer Zugang zum Forschungsfeld hergestellt.

Um die Validität der qualitativen Untersuchung zu verbessern, wendete ich das methodenplurale Vorgehen einer Methodentriangulation an (Marotzki 1999). Im Rahmen meiner Studie kamen die Gruppendiskussion, die teilnehmende Beobachtung und die Aufnahme von fernsehbegleitenden Gesprächen als Erhebungsmethoden zum Einsatz. In der Analyse konnten die Familien daher aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden. Besonders die Durchführung von Gruppendiskussionen eignete sich dafür, um die Familien als soziales System zu untersuchen. Während der Diskussionen entwickelte sich unter den Familienmitgliedern meist eine Eigendynamik, in der die Beziehungen zwischen ihnen wahrscheinlich deutlicher als in Einzelinterviews zu Tage traten. Die Dynamik des Erhebungsverfahrens ermöglichte es den Familien, Konflikte, die sich um das Fernsehen bildeten, interaktiv zu artikulieren. Die fernsehbegleitenden Gespräche wurden ebenfalls wie die Gruppendiskussionen mit dem gesprächsanalytischen Verfahren der dokumentarischen Methode interpretiert.⁴ Alle Besuche bei den Familien waren auch von einer teilnehmenden Beobachtung begleitet. Die in Form von Protokollen verschriftlichten Beobachtungen dienten dazu, nonverbale Kommunikation wie Mimik, Gestik oder Körpersprache sowie soziale Merkmale (beispielsweise Kleidung, Gebräuche oder Wohnformen) zu dokumentieren.

4. Familienzugang und Untersuchungsverlauf

Fünf Familien wurden von November 2003 bis Februar 2004 in Österreich untersucht. Das zentrale Kriterium für die Auswahl der Familien war, dass jeweils mehrere Familienmitglieder die Sendung *Starmania* regelmäßig verfolgten. Der Zugang zu Familien gestaltete sich anfänglich schwierig, u. a. scheiterte der Versuch, durch ein Forumsposting⁵ auf der *Starmania*-Homepage potenzielle Familien zu erreichen. Die Familien konnten schließlich durch Postings auf Universitäts-Foren (die Familien Klinger⁶ und Pollak – hier meldeten sich die Mütter auf die Anzeige) und über persönliche Kontakte (Familie Sommer durch eine Studienkollegin, Familie Eder durch meine Mutter) gefunden werden. Ebenfalls durch das »Schneeballsystem« – die Mutter der Familie Pollak vermittelte den Kontakt – konnte ich Familie Schubert gewinnen.

Die aufgrund persönlicher Kontakte rekrutierten Familien waren im Unterschied zu jenen, bei denen die Mütter über die Forumspostings an mich herantraten, bil-

4 Mehr dazu in Schwarz (2004), 93–122.

5 Ein Forumsposting bezeichnet hier einen Eintrag in einem Internetforum. Internetforen sind Diskussionsforen zu bestimmten Themen, die an Webseiten gekoppelt sind. Das *Starmania*-Forum ermöglichte es jeder Person ohne vorherige Registrierung, ihre Meinung zur Sendung zu veröffentlichen.

6 Die Namen aller Familien und Familienmitglieder wurden anonymisiert.

derungsschwächere Familien. Auch zeigte sich, dass jene bildungsstarken Familien, die sich aktiv an mich gewendet hatten, mehr von sich aus erzählten als die Familien, die von Bekannten gefragt worden waren. Die Einteilung in bildungsstarke und bildungsschwächere Familien ist als analytische Trennung zu verstehen, die sich erst im Laufe der Interpretation herauskristallisierte. Für die Zuordnung zu einem Bildungsmilieutypus war weniger die höchste Schulbildung der Eltern entscheidend, als deren Bereitschaft zur Weiterbildung und Wissensakkumulation. Familie Sommer repräsentiert daher den bildungsschwächeren Familientypus, wenngleich die Eltern über Maturaniveau verfügen.

Die drei bildungsstarken Familien wohnen in Wien und umfassen:

- Familie Klinger: Diese Familie besteht aus einem Ehepaar und seinen beiden Kindern. Die Mutter ist 34 Jahre alt und studiert Soziologie und Ethnologie. Der Vater ist 48 Jahre alt und Maler. Die beiden Kinder sind sechs (der Junge Sigi) und acht Jahre (das Mädchen Tamara) alt.
- Familie Pollak: Die Familie besteht aus zwei Erwachsenen und drei Töchtern. Die Mutter ist Mitte dreißig und Studentin. Ihr Lebensgefährte arbeitet als Grafiker im Haushalt der Familie. Die Töchter sind zwölf (Karin), acht (Klara) und vier Jahre (Karolina) alt. Der Lebensgefährte der Mutter ist allerdings nur der leibliche Vater von Karolina.
- Familie Schubert: Bei Familie Schubert handelt es sich um eine alleinerziehende Mutter mit ihren beiden Kindern. Die Mutter ist Mitte dreißig, hat Psychologie studiert und arbeitet als Psychotherapeutin. Der Sohn Stefan ist dreizehn und die Tochter Theresa ist fünfzehn Jahre alt.

Bei den beiden bildungsschwächeren Familien handelt es sich um:

- Familie Sommer: Diese Familie hat vier Familienmitglieder. Die Mutter ist 36 Jahre alt und zum Zeitpunkt der Untersuchung in Karenz, da sie vor rund einem Jahr ihre zweite Tochter zur Welt gebracht hat. Ihr Ehemann ist 37 Jahre alt und in der EDV-Branche tätig. Beide Eltern haben Matura. Die ältere Tochter (Maria) ist neun Jahre alt. Die Familie wohnt in einem Vorort von Linz.
- Familie Eder: Die Familie besteht aus vier Personen. Die Mutter ist etwa 40 Jahre alt und arbeitet als Putzfrau und Gärtnergehilfin. Ihr Mann ist Verkäufer in einem Supermarkt. Die Tochter Jasmin (vierzehn Jahre) besucht die vierte Klasse einer Hauptschule und der fünfzehnjährige Sohn Franz absolviert eine Lehre zum Koch. Die Familie wohnt in einem Dorf in der Steiermark.

Die Erhebungen in den Familien erfolgten jeweils in zwei Schritten. Im ersten Schritt nahm ich die fernsehbegleitenden Gespräche während *Starmania* auf Tonband auf. Bei der ersten Familie (Klinger) wurde während der Gesprächsaufnahme auch eine teilnehmende Beobachtung durchgeführt, aufgrund methodischer Überlegungen (die Beeinflussung der Situation durch meine Anwesenheit) unterließ ich dies bei den weiteren Familien. Die teilnehmende Beobachtung beschränkte sich daher in der Folge nur auf den Kontakt mit der Familie vor und nach der Sendung, wodurch die Sitzordnung und

die räumliche Ausstattung der Zimmer in die Analyse einbezogen werden konnten. Den zweiten Erhebungsschritt stellte die Durchführung einer Gruppendiskussion mit den Familienmitgliedern dar. Meine einleitende Aufforderung bei allen fünf Diskussionen lautete (in leicht abgewandelter Form): »Erzählt einmal, wie schaut denn so ein *Starmania*-Abend bei euch so aus!« Neben *Starmania* bildete der allgemeine Umgang mit dem Medium Fernsehen in der Familie einen zweiten Diskussionsschwerpunkt.

Die Ergebnisse der Interpretation umfassen fünf Falldarstellungen und eine – als Ergebnis des Fallvergleichs – entwickelte dreiteilige Typologie mit einer Bildungsmilieu-, Entwicklungs- und Geschlechtstypik. Im Folgenden werden exemplarische Ergebnisse der Bildungsmilieu- und Entwicklungstypik präsentiert.

5. Untersuchungsergebnisse

5.1 Aneignung von *Starmania* in Familien – Bildungsmilieutypik

5.1.1 Typus »*Starmania* als gemeinschaftliches Fernsehritual und Familienevent«

In drei der fünf untersuchten Familien wurde die Sendung *Starmania* von den daran interessierten Familienmitgliedern gemeinsam verfolgt. Es handelte sich bei diesen Fernsehhabenden um wöchentliche Familienrituale. Für alle von mir untersuchten Familien bildete *Starmania* den Rahmen für den Freitagabend, der somit zu einem »*Starmania*-Abend« wurde. In drei dieser Familien stellte dieser ein gemeinschaftliches »Ritual« dar. »Rituale« sind in diesem Zusammenhang als »sinnlich erfahrbare soziale Inszenierungen« zu verstehen, »in denen eine Differenzbearbeitung stattfindet« und »kollektiv geteiltes Wissen und kollektiv geteilte Handlungspraxen inszeniert« werden (Wulf 2001, 7). Zu Familienritualen zählen etwa gemeinsames Essen (Audehm/ Zirfas 2001) oder eben auch Fernsehen. In meiner Untersuchung des familiären Fernsehrituals konnte ich rekonstruieren, dass es beim Typus, der *Starmania* als gemeinschaftliches Fernsehritual und Familienevent zelebriert, zu einer Bearbeitung der Generationen- und Geschlechterdifferenz (Wulf 2001, 12) kommt. Darüber hinaus werden beim gemeinsamen Fernsehen auch familiäre Krisen bewältigt und in Krisensituationen durch das körperliche Beisammensein Gemeinschaft erzeugt. Die Bearbeitung der Generationen- und Geschlechterdifferenz soll im Folgenden anhand jener Familien näher illustriert werden, die diesem Familientypus entsprechen.

Starmania als rein weibliches Familienritual – vom weiblichen Familienevent bis zur »Weiberkepplrunde«

In zwei der Familien, in denen *Starmania* ein familiäres Ritual bildet, handelt es sich um ein rein weibliches Ritual und Event. In den Familien Klinger und Pollak schauen sich nur die weiblichen Mitglieder die Sendung gemeinsam an, nicht aber die männlichen Mitglieder (Vater und Sohn in Familie Klinger, Vater in Familie Pollak). Diese haben kein Interesse an der Sendung und gehören daher nicht zur Fernsehgemeinschaft. Der Vater der Familie Klinger nutzt die Sendung auch als Chance, sich anderen Tätigkeiten zu widmen, und »flüchtet« so auf seine individuelle Weise aus dem Fami-

lienalltag. Der sechsjährige Sigi ist viel stärker an Ritterspielen als am Fernsehen interessiert. In der Familie Klinger wird die Sendung also von Mutter und Tochter (fast) jeden Freitag zuhause gemeinsam gesehen und als weibliches Familienevent inszeniert. Die Mutter selbst bezeichnet den Abend als »Familienevent«, auf den ihre Tochter und sie sich mit besonderen Einkäufen vorbereiten.

M: »Und mir hat das einfach irrsinnig getaugt dass wir uns da so das war dann so ein Event weißt du ein Familienevent wir sind zum Billa und haben super gute Sachen gekauft und haben uns da hingesetzt und haben das irgendwie zelebriert und das hat mir gut gefallen.«

Das gemeinschaftliche Erleben ist auch durch die körperliche Nähe von Mutter und Tochter gekennzeichnet, da sie während *Starmania* meist eng aneinander »gekuschelt« auf dem Sofa liegen. Mutter und Tochter teilen in Bezug auf die Sendung zwar grundsätzlich die gleiche positive Orientierung, bei genauerer Analyse werden aber unterschiedliche Orientierungen deutlich. Für die Mutter steht im Unterschied zur Tochter der gemeinschaftsbildende Aspekt des von den beiden weiblichen Familienmitgliedern gemeinsam verbrachten Fernsehabends im Vordergrund – für sie ist es also nur sinnvoll, die Sendung gemeinsam mit ihrer Tochter zu »zelebrieren«. Ihre achtjährige Tochter Tamara ist hingegen primär an der Sendung und an jenen Charakteren interessiert, die für sie weibliche Orientierungsmuster darstellen (mehr dazu in Kap. 5.2.2 zur Entwicklungstypik). Die Gemeinsamkeit zwischen Mutter und Tochter wird aber durch eine gemeinsame Orientierung wieder hergestellt, die sich vor allem in der positiven Bewertung der Kandidatinnen ausdrückt und die den »Buben« gesangliches Können abspricht.

T: »Die Buben hab ich mir nicht gemerkt.«

M: »Die können auch nicht singen die muss man sich auch nicht merken.«

T: »Ja.«

M lacht.

T: »Nur die Mädchen können singen warum machen dann Buben eigentlich mit?«

M: »Ja das frag ich mich auch.«

Alle lachen.

Diese Orientierung zeigt sich auch während des gemeinsamen Fernsehens, wobei die Mutter ebenso versucht, ihrer Tochter einen weiblichen Habitus zu lehren und sie damit ermuntert, die Kandidatinnen als Lieblinge zu wählen. In einer Passage fragt die Mutter Tamara, für wen sie anrufen würde, was ihr die Mutter allerdings nicht erlaubt. Die Tochter zählt schließlich nur weibliche Namen auf und die Mutter kommentiert dies mit: »Ja, super. Frauenpower.« Die Mutter begrüßt die Nennung der weiblichen Kandidatinnen und »lobt« Tamara dafür. Besonders im Wort »Frauenpower« ist die Orientierung, die die Mutter an ihre Tochter weiterzugeben versucht, immanent sichtbar. Was die Mutter genau unter »Frauenpower« versteht, kann an dieser Stelle nicht genau eruiert werden. Wahrscheinlich bedeutet es für sie, die Chancen von Frauen durch Zusammenarbeit zu verbessern. Die Mutter führt ihre Tochter also in ein Handlungsmuster ein, das andere Frauen unterstützt und auf gemeinschaftlichem Handeln beruht, wie es auch Tamara und sie als rein weibliche Fernsehgemeinschaft praktizieren.

Genauso wie bei den Klingers ist der *Starmania*-Abend auch in der Familie Pollak ein als positiv (körperliche Nähe, Zusammenkuscheln) empfundenes gemeinschaftliches Erlebnis. Das gemeinschaftliche Fernsehritual lässt sich auch nicht durch den Konkurrenzkampf um die Sitzplätze im Fernsehzimmer oder das wöchentliche »Herumnerven« (Mutter der Familie Pollak) der ältesten Tochter (zer-)stören. Denn vor allem für die beiden jüngsten Töchter der Familie hat der *Starmania*-Abend nur in seiner gemeinschaftsbildenden Funktion Sinn. Die vierjährige Karolina sieht sich die Sendung nur an, weil dies auch ihre beiden älteren Schwestern tun, und die achtjährige Klara ist ebenfalls weniger an der Sendung als am Gemeinschaftserlebnis und an den Gesprächen mit der Mutter interessiert. Als »richtiger« *Starmania*-Fan titulierte sich lediglich die älteste Tochter Karin.

Der Mutter bereitet es zwar Vergnügen, über die Kandidaten und die Moderatorin Arabella Kiesbauer zu lästern, was sich vor allem in ihrer übergreifenden Einschätzung des Abends als »Weiberkepprunde« ausdrückt. Ihr wesentliches Rezeptionsmotiv ist aber, dass sie »auch wissen möchte, was abgeht«. Wie die Mutter in der Familie Klinger ist sie darauf neugierig, was ihren Kindern an der Sendung gefällt und was über die Familie hinaus den Kult-Charakter des Medienevents ausmacht. Der *Starmania*-Abend der Familie Pollak ist trotz einiger Konflikte ein rein weibliches geselliges Beisammensein, das sich besonders im Gegensatz zur Familie Klinger durch intensive Kommunikation miteinander auszeichnet. Die Familie demonstriert eine besonders kreative und assoziative Aneignung des Medientextes. Die KandidatInnen erhalten beispielsweise familieninterne Spitznamen (»Ken«, »Barbie«, »Küken«), wodurch die Familienmitglieder aktiv in die Sendung eingreifen und sich kreativ betätigen. Durch die spielerische Umbenennung der KandidatInnen eignen sie sich den Medientext an und gestalten ihn für ihre spezielle Lebenswelt um, in der Figuren wie »Ken« und »Barbie« eine Rolle spielen. Darüber hinaus dienen die Gespräche auch dazu, unterschiedliches Wissen der Familienmitglieder auszugleichen, und haben besonders dann für die Kinder einen sozialisierenden Wert, wenn die Mutter ihren Töchtern ein Stück Wirklichkeit erklärt. Dabei ziehen die zwei ältesten die Mutter als Expertin für »geschlechtsspezifische« Fragen heran, wie folgender Gesprächsausschnitt zeigt.

K1: »Was hat die an? Das ist schlimm.«

M: »Einen Push-up.«

K1: »Was hat sie?«

M: »Einen Push-up.«

K1: »Was ist ein Push-up?«

M: »Dass die Busen hochgedrückt wern.«

K1: »Wofür?«

M: »Weil sie findet dass das sexy aussieht wahrscheinlich.«

Gemischtgeschlechtliches Familienritual und *Starmania*-Partys

Im Unterschied zu den Familien Klinger und Pollak handelt es sich bei den *Starmania*-Abenden in der Familie Schubert um ein gemischtgeschlechtliches Familienritual, denn neben der Mutter und der fünfzehnjährigen Tochter Theresa verfolgt auch der zwölfjährige Sohn Stefan die Casting-Show. Die beiden Kinder rezipieren die Sendung aber

auch manchmal beim Vater, der einige Straßen von ihrer Wohnung entfernt wohnt. Die Familie veranstaltete während der ersten Staffel auch richtige *Starmania*-Partys. Die in der Adoleszenz immer wichtiger werdenden FreundInnen der Kinder, aber auch eine Freundin der Mutter, kamen in die Wohnung, um sich gemeinsam mit der Familie die Sendung anzusehen. Familie Schubert zelebrierte somit in einer großen Runde, die manchmal bis zu zehn Personen umfasste, die Sendung ebenso wie die Familien Klingner und Pollak als Event. Bei den *Starmania*-Partys der Familie Schubert wurde, anders als beim Kinobesuch im öffentlichen Rahmen, während der Rezeption gesprochen. Dieser kommunikative Aspekt scheint ein zentraler Aspekt gewesen zu sein, denn die Tochter Theresa erklärte in der Eingangspassage der Gruppendiskussion, dass man »viel diskutiert« habe. Dabei zeigte sich bei der Aneignung der Sendung meist eine kollektive Gruppenmeinung, in der die anfänglich unterschiedlichen Lesarten zu einer kollektiven Lesart zusammengeführt wurden. In der Aneignungspraxis kommt es daher, ebenso wie bei den bereits beschriebenen Familien, zu einer Bearbeitung der Generationendifferenz.

T: »Wir waren aber meistens eigentlich einer Meinung. Nur ganz selten.«

M: »G'stritten haben wir uns nie wegen *Starmania*.«

Theresa hebt im obigen Ausschnitt das Einheitliche hervor und spricht von einer »kollektiven Meinung«. Obwohl sie vorher davon sprach, dass viel diskutiert wurde – man tauschte also Meinungen und Ansichten aus, es muss folglich unterschiedliche Meinungen gegeben haben – zeigt sich nun, dass man sich anscheinend immer auf eine »Meinung« bzw. eine Lesart einigen konnte. Die Mitglieder einer Interpretationsgemeinschaft⁷ bringen zwar individuelle Interpretationen bzw. Orientierungen mit, im Laufe der gemeinsamen Fernsehaneignung entsteht aber eine kollektive Lesart, die auf dem Aushandeln unterschiedlicher Wertvorstellungen basiert.

Auch wenn die drei Familienmitglieder die Sendung ohne Freundinnen und Freunde rezipieren, verhält es sich ähnlich. Die Familienmitglieder haben einen einheitlichen Aneignungsstil und teilen den gleichen Orientierungsrahmen:

T: »Nein eigentlich schauen wir meistens und dazwischen besprechen wir immer so wer wie ausschaut und über die *Arabella*. Das ist das meiste.«

S: »Ja.«

T: »Weil die schaut immer so schlimm aus.«

M: »Und über den der die Kommentare macht.«

Theresa charakterisiert hier die Fernsehaneignung von *Starmania* im engsten Familienkreis. Der Fokus liegt auf dem gemeinsamen (»wir«) Kommentieren des Aussehens der KandidatInnen und der Moderatorin (»wer«). Die Familienmitglieder lästern gemeinsam und unterstützen sich gegenseitig bei der Bewertung, indem sie sich mit relevantem Wissen über die Sendung versorgen. In der Familie wird durch dieses gemeinsame und humorvolle Vergnügen des Lästerns geschlechts- und generationsübergreifende Gemeinsamkeit erzeugt.⁸ Mutter und Kinder stehen beim Lästern auf

7 Mehr zum Konzept der Interpretationsgemeinschaft und seiner Verwendung in der Aneignungsforschung in Schwarz (2004), 54–56.

8 Mehr dazu in Schwarz (2004), 211–213.

einer Ebene und teilen dieselbe kritische Lesart der Sendung. Stefan differenziert die Orientierung, die er mit seiner Schwester teilt, etwas später weiter aus, indem er erklärt: »Aber wir voten nicht«. Der Junge grenzt sich dadurch von den ZuseherInnen ab, die *Starmania* gemäß der (von den Produzenten) vorgegebenen Form rezipieren und sich dadurch auch aktiv am Gelingen der Sendung beteiligen. In diesem Verhalten zeigt sich eine oppositionelle Lesart des Medientextes *Starmania*, denn eine favorisierte Lesart würde auch »das Voten« beinhalten.⁹ Die Orientierung der Geschwister wird schließlich weiter ausdifferenziert, als die Mutter ihnen unterstellt, bei der ersten Staffel der Sendung gevotet zu haben:

M: »Voriges Jahr habts ihr richtig gevotet für die wie hat die geheißten?«

S: »Nur im Finale.«

T: »Ja nur im Finale ich hab für den Boris.«

M: »Und für die Christl habts ihr doch gevotet oder nicht?«

S: »Ja ich hab für die Christl gevotet weil ich das nicht gewollt hab mit dem Tschuggnall.«

T: »Ja.«

S: »Weil mit sein Lied das hab ich sehr schlecht gefunden.«

T: »Nein das war ursüß.«

S: »Nein aber das war schon.«

T: »Aber ich mag ihn auch nicht so gerne also besser is die Christl.«

S: »Ja.«

Die beiden Geschwister verteidigen sich gegen den »Vorwurf« der Mutter und reagieren mit Relativierungsversuchen, um sich wieder von einer favorisierten Lesart abzugrenzen. Sie behaupten, nur im Finale gevotet zu haben. Stefan stimmte im Gegensatz zu seiner Schwester nur für eine Kandidatin (»Christl«), weil er wollte, dass ein bestimmter Kandidat nicht gewinnt, und eben nicht, weil er ein Fan dieser Kandidatin war. An dieser Stelle streben die Orientierungen der beiden Geschwister auseinander. Stefan fand das Liebeslied von »Tschuggnall« (Anm.: der Sieger der ersten Staffel von *Starmania*) einfach »sehr schlecht«, seine Schwester hingegen »ursüß«. Hier wird ein geschlechtsspezifischer Unterschied zwischen den Geschwistern deutlich: Den Bruder spricht das Liebeslied des Kandidaten nicht an, während seine Schwester es mit einem positiv (lieblich) und eher weiblich konnotierten Wort (»ursüß«) beschreibt. Es kommt lediglich zu einer rituellen Synthese der Orientierungen, indem man sich über eine andere Kandidatin (»Christl«) einig wird, die beide gut finden. Bruder und Schwester haben es dadurch geschickt geschafft, wieder »einer Meinung zu sein«. Die ge-

9 Die Differenzierung unterschiedlicher Lesarten eines medialen Textes bezieht sich auf die idealtypologische Dreiteilung, die Stuart Hall in seinem »Encoding/Decoding-Modell« (1980) vorschlägt. Halls Typologie besteht aus drei Dekodierungspositionen, nämlich der dominant-hegemonialen, der ausgehandelten und der oppositionellen Position. Im Kontext der Rezeption spricht man hier gleichfalls von drei Lesarten: der favorisierten, ausgehandelten und der oppositionellen. ZuschauerInnen mit einer dominant-hegemonialen Lesart akzeptieren, so Hall, das Programm voll und ganz. Sie stimmen mit der dominanten Ideologie überein und benutzen diese Ideologie, um ihr eigenes Leben und Verhalten zu erklären. Die ausgehandelte Lesart geht zwar in weiten Teilen mit der dominanten Ideologie konform, »verdreht« den Medientext allerdings, um den individuellen Interessen gerecht zu werden. Diese Lesart kann gewisse Aspekte einer Show ignorieren, um sich auf bestimmte Aspekte zu konzentrieren, die zum eigenen Weltbild passen. Die »radikalste« Lesart ist die oppositionelle Einstellung, die sich aktiv gegen die vom Sender bezweckte dominante Lesart richtet.

meinsame Orientierung wird in diesem Beispiel zwar durch einander ausschließende geschlechtsspezifische Orientierungen gefährdet, doch die Geschwister scheinen sich ihrer auf dem Geschlechtsunterschied basierenden unterschiedlichen Orientierungen bewusst zu sein. Daher versuchen sie gar nicht, sich in diesem Punkt einig zu werden, sondern wechseln zu einem Thema, das nicht primär von ihren geschlechtsspezifischen Orientierungen geprägt ist.

Familie Schubert pflegt einen sehr kommunikativen Aneignungsstil bei der Fernsehrezeption, da während *Starmania* fast ständig gesprochen wird. Auch in den Werbepausen kommentieren die Familienmitglieder die Werbespots und geben eine Wertung ab, ob sie die Spots nicht verstehen, gut oder schlecht finden. Damit setzen sie das Beurteilungsmuster, das sie während *Starmania* praktizieren, auch in den Werbepausen fort.

Die Aneignung von *Starmania* erfolgt meist in Form einer ironischen Scherzkommunikation. Es lässt sich aber ebenfalls ein expliziter und assoziativer Aneignungsstil (Faber 2001) konstatieren. Besonders beide Kinder spannen oft einen Bogen vom Fernsehgeschehen zu ihrer eigenen Erfahrungswelt (explizite Aneignung). Dies hat zur Folge, dass die Gespräche weg vom Fernsehtext und schließlich völlig losgelöst vom Geschehen am Bildschirm fortgeführt werden (assoziative Aneignung). Folgendes Transkript aus den fernsehbegleitenden Gesprächen verdeutlicht, wie mediale Persönlichkeiten, in diesem Fall die KandidatInnen von *Starmania*, mit Bekannten aus der eigenen Lebenswirklichkeit in Beziehung gesetzt werden:

F: [Summary – alle Auftritte der KandidatInnen werden im Schnelldurchlauf gezeigt, die Kandidatin Jasmin ist gerade zu sehen.]

T: »Die erinnert mich ur an die Anna Müller.«

M: »Das stimmt ja. Irgendwie hat jeder eine Ähnlichkeit zu irgendwem gel.«

T: »Außer der [Marcel] zu dem hat keiner eine Ähnlichkeit.«

Theresa verknüpft die Sendung mit der eigenen Lebenswelt, indem sie eine Kandidatin mit einer Bekannten vergleicht. Die Mutter bewertet den Vergleich der Tochter und führt aus, dass eigentlich fast alle KandidatInnen bekannten Personen ähneln. Sie spricht damit einen zentralen Punkt der familiären Aneignung an. Denn schließlich liegt »die Leistung des Vergleichens zur Feststellung einer Ähnlichkeit« nicht bei den KandidatInnen, sondern bei den aktiv rezipierenden Familienmitgliedern: Erst durch ihre bedeutungsgenerierenden Vergleiche konstruieren sie Ähnlichkeiten und stellen Verbindungen zum eigenen Leben her. Allerdings scheint der Medientext *Starmania* so angelegt zu sein, dass er zum Vergleich der KandidatInnen mit Bekannten einlädt. Dies wird dadurch möglich, dass sich die KandidatInnen zum Teil in einem ähnlichen Alter wie die jugendlichen ZuseherInnen befinden und auch Details aus ihrem Privatleben öffentlich gemacht werden. In der abschließenden Äußerung der oben zitierten Sequenz erwähnt Theresa eine Ausnahme, die die Regel bestätigt. Für einen Kandidaten findet man keine passende Vergleichsperson, worin sich schließlich wieder die aktive Suche nach Ähnlichkeiten zeigt.

In allen drei Familien dieses Typus bildet das gemeinsame Rezipieren von *Starmania* ein Mittel zur Überwindung von Generationsdifferenzen (Familien Klinger, Pollak,

Schubert) und im Fall der Familie Schubert auch von Geschlechterdifferenzen. Das Fernsehen wird also im Generationen- und Geschlechterverhältnis durchaus zur Herstellung von Nähe und Gemeinschaft genutzt. Auf welche Familien trifft diese Fernsehorientierung nun aber zu?

Da es sich bei den Familien des gemeinschaftlich orientierten Typus nur um solche mit einem hohen Bildungsgrad handelt, kann davon ausgegangen werden, dass diese Handlungspraxis eng an ein bildungsstarkes Milieu gebunden ist. Dies gilt vor allem für die drei Mütter als (werdende) Akademikerinnen, die über eine höhere Bildung als die Väter verfügen. Die Mütter dieses Typus zeigen im Gegensatz zu den im nächsten Teilkapitel beschriebenen Müttern der bildungsschwächeren Familien ein besonderes Interesse an ihren Kindern und an deren entwicklungsspezifischen Vorlieben, da das gemeinschaftliche Fernseherlebnis meist von ihnen ausgeht. Durch einen kommunikativen Aneignungsstil und die gemeinsame kommunikative Bearbeitung des Gesehenen vermitteln sie den Kindern Medienkompetenz. Gerade in dieser kommunikativen Aneignung spiegelt sich darüber hinaus auch das gemeinschaftliche Vergnügen beim Fernsehen wider. Dem Populärkulturprodukt *Starmania* begegnen die Mütter dabei auf »ironisch« oppositionelle Weise.

5.1.2 *Starmania* als individuelles Erlebnis – individuelles Fernsehen ohne gemeinschaftliches Erleben

Im Unterschied zum zuvor beschriebenen Typus, in dem die Familienmitglieder *Starmania* als gemeinschaftliches Fernseherlebnis zelebrieren, konnte ein weiterer Typus identifiziert werden. Für diesen ist das gemeinsame Fernsehen nicht wichtig und die Fernsehrezeption dient eher dazu, sich voneinander abzugrenzen. Mit dieser Orientierung am individuellen Fernsehvergnügen geht eine Mehrfachausstattung mit Fernsehgeräten einher. In den Familien Sommer und Eder, die diesen Typus repräsentieren, verfügt fast jedes Familienmitglied über einen eigenen Fernsehapparat. Im Unterschied zum gemeinschaftlich orientierten Typus, bei dem der *Starmania*-Abend ein Familienritual darstellt, gibt es beim individuell orientierten Typus keinen wirklichen *Starmania*-Abend.

Diskussionsleiterin: »Wie schaut denn so ein *Starmania*-Abend bei euch so aus?«

M: »Also wie der ausschaut normalerweise dass ma eigentlich jo entweda i schau mas allani on oder die Maria schaut mit. Nur letzte Wochn hot eben si der Hans das eben notgedrungenereise oschaun müssen weil sich's Maria herunten angeschaut hat und i oben.«

Wie dieser Ausschnitt dokumentiert, kommt es in der Familie Sommer vor, dass die an *Starmania* interessierten Familienmitglieder, die Mutter und die neunjährige Tochter Maria, die Sendung an unterschiedlichen Fernsehgeräten im Haushalt verfolgen. Der Vater »muss« sich dann mit der Mutter *Starmania* ansehen, obwohl er lieber etwas anderes sehen würde. Mutter und Tochter verfolgen nur dann gemeinsam die Casting-Show, wenn der Vater unbedingt eine andere Sendung rezipieren möchte. In der Familie Sommer ist also nicht das Interesse am gemeinsamen »Erleben« der Sendung, wie beim gemeinschaftlich orientierten Familientypus, sondern das Desinteresse des Vaters für die gemeinsame *Starmania*-Rezeption ausschlaggebend.

Auch Mutter und Tochter der Familie Eder sehen *Starmania* meist an unterschiedlichen Fernsehgeräten. Zwar rezipieren die beiden den Anfang der Sendung noch manchmal gemeinsam, aber aufgrund von Müdigkeit zieht es die Tochter vor, den weiteren Verlauf der Show später alleine in ihrem Zimmer zu verfolgen.

T: »Jo na do samma scho miat g'wurdn und nocha bin i aufi liegn gongan.«

M: »Jo.«

T: »Weil i hob jo in main Zimma an Fernseher und nocha is vühl afocha nocha zum schau.«

M: »Jo und die tuat tuat soviel so holt Kommentar obgebn und so hin und her und i wühl gern härn und schau. Net do is scho ols kreiz und quer und des is net soa als wie wann.«

In der vierköpfigen Familie Eder gibt es ebenso viele Fernsehapparate wie Familienmitglieder, jedes Familienmitglied kann sich somit an ein Fernsehgerät zurückziehen. Die Tochter ist zwar grundsätzlich bereit, sich mit ihrer Mutter die Sendung gemeinsam anzusehen, doch die Mutter ist, ähnlich wie jene der Familie Sommer, primär an der Sendung und weniger am Gespräch mit der Tochter interessiert. Im Unterschied zu den Müttern des gemeinschaftlich orientierten Typus, die die Show eigentlich wegen der Gemeinschaft mit ihren Kindern verfolgen, sind die Mütter des individuell orientierten Typus selbst Fans der Sendung und sehen *Starmania* aufgrund ihres persönlichen Interesses. Im Gegensatz zu den gemeinschaftlich orientierten Müttern äußern sich die Mütter der Familien Sommer und Eder unkritisch zur Sendung. Sie stehen auch nicht in einem Konkurrenzverhältnis zur Moderatorin, sondern halten Arabella Kiesbauer sogar für äußerst »sympathisch« (Mutter Familie Sommer).

Die Aufzeichnung der fernsehbegleitenden Gespräche war in der Familie Sommer eine »unnatürliche« Situation, da die Sendung üblicherweise nicht gemeinsam gesehen wurde. Sogar der Vater der Familie fand sich am Abend der Aufnahme ein, um sich »freiwillig« *Starmania* anzusehen. Der Aneignungsstil dieser Familie lässt sich eher als »schweigend« charakterisieren, da die Familienmitglieder nur selten während des Fernsehens sprechen. Für die beiden Familien, in denen die *Starmania*-Rezeption und auch der übrige Fernsehkonsum meist ein individuelles Erlebnis darstellen, sind – im Vergleich zu den Familien mit einem gemeinschaftlichen Fernseherlebnis – ein niedrigeres Bildungsniveau und ein geringeres Interesse der Mutter an ihren Kindern kennzeichnend.

5.2 Aneignung medial vermittelter Stars durch Kinder und Jugendliche – Entwicklungstypik

5.2.1 Reinszenierungen von *Starmania* in der kindlichen Peer-Group

Meine Ergebnisse zu den kindlichen Aneignungsprozessen der Sendung *Starmania* knüpfen eng an die von Bausch/ Sting (2001) beschriebenen Handlungsmuster von Kindern in Video-Arbeitsgemeinschaften an. Ihre Untersuchung demonstriert, »in welcher Weise mediale Darstellungsformen in Peer-Group-Interaktionen präsent sind und wie die Kinder mediale Inszenierungen in ihren Reinszenierungen aufgreifen, bearbeiten und für ihre Zwecke umgestalten, um so Wertvorstellungen, Status und soziale Differenzen auszuhandeln« (Bausch/ Sting 2001, 250). Auch der Fall einer Grundschulklasse, die bei einem Sommerfest die Miniplayback-

Show¹⁰ nachspielt, zeigt ein ähnliches Muster (Bachmair 1996, 289). Für Bachmair handelt es sich dabei um eine »differenzierte soziale Leistung« der Schulkinder, da sie es schaffen, »Gemeinsamkeit und Individualität zu verbinden« und das Showereignis zum Schulereignis umzuwandeln. Ob es sich um das gemeinsame Musikmachen in einer Band im Jugendalter oder um Reinszenierungen von Kindern handelt – beiden Handlungspraxen ist gemeinsam, dass sie eine Möglichkeit darstellen, einen »übergreifenden Rahmen habituelier Übereinstimmungen« (Bohnsack u. a. 1995, 22), d. h. Gemeinsamkeit, zu erzeugen.

Eine solche kindliche Reinszenierung zeigt sich etwa bei Tamara, der achtjährigen Tochter der Familie Klinger, und bei ihren Schulfreundinnen. Die Mädchen ver- bzw. bearbeiten die von der Casting-Show *Starmania* präsentierten Handlungsmuster weniger auf einer sprachlichen als vielmehr auf einer körperlich performativen Ebene, wie dies auch die Schulkinder in Bachmairs Beispiel mit der Miniplayback-Show tun. Im Zentrum stehen neben dem gemeinsamen Hören der *Starmania*-Lieder in der Klasse auch das eigene Handeln, Nachsingen und Nachtanzen der Lieder von Kandidatinnen.

T: »Ich habe in der Schule zwei Freundinnen also eigentlich drei die heißen Anna, Barbara und Clara. Die Anna steht nicht so auf Starmania ab also so und da gibt's ein Kastel, wo ein Radio draufsteht wo man auch CDs reingeben kann und Kassetten und ich und die Barbara und die Clara wir nehmen immer eine Starmania-CD mit und dann hören wir immer und wir reden auch manchmal über Starmania und so wen wir am besten finden und dann tanzen wir auch dazu und singen auch so.«

Wie dieser Gesprächsausschnitt vermittelt, reinszenieren die Freundinnen in der Schule die Gesangs- und Tanzeinlagen der Sendung, wobei ihre Performance einen »Wiederholungs- und Aufführungscharakter« (Bausch/ Sting 2001, 251) hat. Der Wiederholungscharakter dokumentiert sich vor allem im zweimaligen »immer« von Tamara. Der Aufführungscharakter zeigt sich besonders im gemeinschaftlichen Handeln an einem öffentlichen Ort, nämlich in der Schule, vor den anderen MitschülerInnen. Dies bestätigt die Erkenntnis von Bausch/ Sting, dass die Medien mit dem Lebensraum Schule bzw. Peer-Group ein »verschränktes und zugleich eigenständiges Lern- und Erfahrungsfeld« schaffen, »das für Heranwachsende eine wichtige Rolle bei der Ausgestaltung ihrer alltäglichen Formen von Geselligkeit und sozialer Praxis einnimmt« (ebd., 252). Für die AutorInnen sind diese Reinszenierungen durch ihren rituellen Charakter gekennzeichnet. Auch Tamara und ihre Freundinnen treten durch ihre eigenständige kulturelle Inszenierung kurz aus dem Schulalltag heraus und werden Teil einer Medienkultur. Die Inszenierungen sind nicht einfache Nachahmungen, sondern mimetische Prozesse (Fritzsche 2002), also Akte des eigenständigen Schaffens, die sich zwar auf *Starmania* beziehen, aber in einem anderen Kontext etwas völlig Neues schaffen. Unter mimetischem Handeln versteht man einen wichtigen sozialen Lernvorgang, der meist unbewusst erfolgt. Die mit dem oben erwähnten Beispiel illustrierte, aktionistisch-mimetische Form der Star-Aneignung holt die Stars aus der Casting-Show in die Welt der Mädchen. Tamara und ihre Freundinnen stärken durch ihre mimetischen

10 Es handelt sich um eine Fernseh-Show, in der Kinder bekannte SängerInnen imitieren.

Reinszenierungen zudem auch ihre Handlungsgemeinschaft (Peer-Group) in der größeren Klassengemeinschaft.

5.2.2 *Nicht nur Vorbilder – Stars als Orientierungsfiguren für die Identitätsfindung Jugendlicher*

Meine Untersuchung zur Aneignung von *Starmania* weist darauf hin, dass vor allem Kinder und Jugendliche enge Beziehungen zu den jugendlichen KandidatInnen der Casting-Show aufbauen. Die KandidatInnen werden von ihnen aber nicht benutzt, um fehlende reale Beziehungen zu kompensieren, wie in der Forschung angenommen wird (Keppler 2001), sondern sie verwenden diese als Hilfsmittel für Prozesse ihrer eigenen Identitätsfindung und sozialen Orientierung. Die »Arbeit am Selbstbild« ist ein zentraler Prozess in der Adoleszenz (Barthelmes/ Sander 2001).

Für die achtjährige Tamara haben besonders die Kandidatinnen eine Vorbildfunktion, während die männlichen Kandidaten für sie überhaupt keine Rolle spielen. Wie bereits zuvor dargestellt, reinszenieren Tamara und ihre Freundinnen die Auftritte einer Kandidatin. Die Mädchen scheinen die Kandidatin und ihren Habitus nicht nur zu kopieren, sondern als Leitbild zu nutzen, wie sie als Mädchen agieren können. Es zeigt sich eine geschlechts- und entwicklungstypische Orientierung, denn sie sind nur an gleichgeschlechtlichen Vorbildern und nicht an andersgeschlechtlichen Kandidaten interessiert. Das medial inszenierte Mädchenbild »Christl« dient als Orientierungsmodell, das von den achtjährigen Mädchen als kollektives Gruppenbild einer »Repräsentantin einer älteren Jugendlichen« (Fritzsche 2001, 39) übernommen wird. »Christl« kommt hier in gewisser Weise die Rolle der »großen Schwester« zu, an deren Verhalten und Aussehen sie sich orientieren können. In dieser Form der Aneignung des medialen Texts zeigt sich auch die Kreativität der Kinder: Er wird eben nicht bloß übernommen, sondern aktiv für die eigene soziale Situation brauchbar gemacht.

In einer anderen Altersgruppe erfolgt die Aneignung der *Starmania*-KandidatInnen auf eine davon unterschiedliche Weise. Karin, die zwölfjährige Tochter der Familie Pollak, Theresa, die fünfzehnjährige Tochter der Familie Schubert, und Jasmin, die vierzehnjährige Tochter der Familie Eder, demonstrieren eine geschlechts- und entwicklungstypische Orientierung in Bezug auf die männlichen Kandidaten der Sendung.

Die drei Mädchen befinden sich alle in der oder zumindest am Anfang der Pubertät. In dieser Phase interessieren sie sich weniger für die gleichgeschlechtlichen Kandidatinnen, über die sie sich höchstens lustig machen und von denen sie sich abgrenzen, sondern vor allem für die männlichen Kandidaten. Die Mädchen outen sich als Fans von bestimmten Kandidaten, wobei das Fan-Sein meist schwärmerische Züge annimmt. Im Falle von Karin ist es der Kandidat Marcel, der in den Mittelpunkt ihres Interesses rückt. Ihr Fan-Sein äußert sich auch im Autogrammkartensammeln. So zeigt sie vor der Gruppendiskussion in der Familie stolz ihre Autogrammkarte von Marcel, die ihr ihre Freundin aus dem Internet ausgedruckt hat. Für Fritzsche (2002) hat eine Jugendliche durch das Sammeln von CDs, Autogrammkarten oder Spezialwissen Teil an einer spezifisch weiblichen Jugendkultur.

Theresa zeigt ein noch ausgeprägteres schwärmerisches Verhalten. Ihr Liebling ist Armin, bei dem sie besonders sein Grinsen (»Schau der grinst immer so lustig. Lieb«, erklärt sie beispielsweise ihrer Mutter) und seine romantische Ader schätzt – denn er singt meist »kitschige« Lieder, für die Theresa eine besondere Vorliebe hat. Auch sie versucht, ihr Interesse an Armin nicht vor den anderen Familienmitgliedern zu verbergen, sondern drückt dieses während der Sendung des Öfteren verbal aus (etwa: »Aber ich mag den urgern«). Theresa interessiert sich über Armins gesangliches Können hinaus für sein ganzes Verhalten. Während der Sendung beobachtet sie Armin und studiert seinen Habitus, wie folgendes Zitat illustriert, in dem sie ihr »heimliches« Beobachten ausdrückt: »Der Armin setzt sich immer am Anfang (lacht)«. Theresa hat eben festgestellt, dass er sich immer als erster auf die Couch im Backstage-Bereich setzt. Durch das genaue Beobachten Armins gewinnt dieser zur Freude Theresas (das kurze Auflachen am Schluss) in ihrer Vorstellung an Kontur. Theresa versucht vor allem ihre Mutter während der Show immer wieder in ein Gespräch über Armin zu verwickeln und diese von seinen Vorzügen zu überzeugen.

T: *»Der singt so gut. Is arg.«*

M: *»Haut mich aber nicht vom Hocker. Euch?«*

T: *»Ich find schon dass der gut singt.«*

M: *»Ja aber nicht irgendwie nix besonderes. Brav irgendwie.«*

T: *»Urschön. Bitte hörst du wie der den Ton halten kann. [...]«*

T: *»Schau der grinst immer so lustig. Lieb.«*

M: *»Ja. Süß.«*

T: *»Der schaut doch aus wie der wie der Peter oder?«*

Theresa bewundert auch die Gesangkünste Armins, der Mutter fehlt beim Kandidaten allerdings das gewisse »Etwas«. Danach weist Theresa sie noch einmal auf Armins stimmliche Stärken hin, aber Mutter und Tochter sehen Armin aus unterschiedlichen Orientierungsrahmen. Die unterschiedlichen Orientierungen von Mutter und Tochter werden schließlich rituell zusammengebracht, da Theresa das Gespräch auf einen anderen Aspekt Armins lenkt, auf sein Aussehen und im Speziellen auf seine Mimik. Die Mutter geht hier auf den Orientierungsrahmen der Tochter ein, der sich durch die gefühlsbetonte Verbundenheit mit dem Kandidaten (ihn gern und lieb haben) definieren lässt. Die Tochter kann nun zufrieden sein – auch ihre Mutter findet den Typ »süß«. Das auf den ersten Blick vielleicht banal erscheinende Nebengespräch während der Fernsehrezeption erweist sich bei näherer Interpretation für die Tochter und die Beziehungen der Familienmitglieder zueinander als bedeutend. Ganz nebenbei werden Orientierungen artikuliert, die innerfamiliären Rollen definiert, Erfahrungen ausgetauscht und am Ende Gemeinsamkeit hergestellt. Man kann das Gespräch als »Übung« der Tochter für zukünftige Diskussionen mit der Mutter deuten, in denen es nicht mehr um »medial vermittelte«, sondern um »reale« Jungen gehen wird, in die die Tochter verliebt sein und für die sie die mütterliche Zustimmung benötigen wird. Als die Mutter schließlich ihr Okay zu Armin gibt (»Ja. Süß«), beginnt Theresa ihn auch gleich mit einem Bekannten (Peter) zu vergleichen. Bereits hier knüpft Theresa die Verbindung zur eigenen Lebenswelt, in der Peter vielleicht eine ähnliche Position

wie Armin innehat. Möglicherweise hat Theresa mit der Mutter deshalb über Armin gesprochen, um auch im echten Leben die Befürwortung der Mutter für den Jungen zu erreichen, der seine Position einnimmt, also ihm ähnlich ist.

Während die achtjährige Tamara sich erst einmal in ihrer Rolle als Mädchen mit Hilfe der »großen Schwester Christl« zurechtfinden muss, geht es für die beiden älteren Mädchen um das »Einarbeiten in die heterosexuelle Praxis« (Breitenbach 2001, 174). Dieser Einarbeitungsprozess bezeichnet bei Breitenbach den Austausch in einer Mädchenclique über erste Erfahrungen in heterosexuellen Beziehungen. Die Fallbeispiele von Karin und Theresa verweisen dafür ebenso auf die Relevanz »medial vermittelter« Stars, denn das schwärmerische Verhalten für »medial vermittelte« Jungen ist für die heranwachsenden Mädchen eine Möglichkeit, »erste Erfahrungen mit der romantischen heterosexuellen Liebe zu sammeln« (Fritzsche 2001, 39). Ohne im echten Leben mit den Jungen konfrontiert zu sein, können sie diese nutzen, um sich ihrer eigenen (hetero-)geschlechtlichen Identität als Mädchen bzw. Frauen bewusst zu werden.

Aber auch männliche Jugendliche nutzen mediale Figuren als Orientierungsmuster für ihre eigene Identitätsentwicklung. Maya Götz (2000) konnte anhand von Gesprächen von männlichen Jugendlichen über *Big Brother* feststellen, dass das Verhalten der Männerfiguren in der Sendung zum zentralen Thema gemacht wurde. Wie sich am Beispiel Stefans, des zwölfjährigen Sohns der Familie Schubert, exemplarisch zeigen lässt, werden die männlichen Kandidaten bei *Starmania*, die meist selbst noch Jugendliche sind, ebenso als Orientierungsmuster verwendet. Stefan demonstriert im Unterschied zu seiner etwas älteren Schwester kein schwärmerisches Verhalten für die andersgeschlechtlichen KandidatInnen bei *Starmania* – vielmehr ist er noch in einer ähnlichen Entwicklungsphase wie die achtjährige Tamara und orientiert sich daher wie sie an gleichgeschlechtlichen KandidatInnen. Dabei üben für ihn besonders jene Kandidaten eine Vorbildfunktion aus, für die seine Schwester und auch seine Mutter schwärmen – ja, sie werden für Stefan vielleicht erst aufgrund der Anerkennung von Mutter und Schwester interessant. Schließlich ist es auch die Mutter, die Stefan dazu ermuntert, sich zumindest äußerlich dem Kandidaten Christian anzunähern, indem sie ihn explizit auf die Vorzüge des Kandidaten hinweist: »Die Frisur ist cool, Stefan«. Der Sohn versucht Ähnlichkeiten zwischen sich und Armin, dem Schwarm der Schwester herauszustreichen: »Schau Mami. Der schaut doch so aus wie ich«. Er tut dies in der wohl deutlichsten Form, indem er den Kandidaten mit sich selbst vergleicht.

Die Vorbildfunktion der Kandidaten hinsichtlich Styling (Frisur von Christian) und Aussehen (Armin) hat für Stefan den Sinn, sich den Männerbildern zu nähern, die von Mutter und Schwester präferiert und positiv beurteilt werden. Damit möchte er ebenfalls deren Anerkennung gewinnen. Wenn er den Kandidaten ähnlich ist, können Mutter und Schwester genauso gut über ihn sprechen und ihn gut finden. Stefan wird also in seiner Identitätsfindung als männlicher Jugendlicher (bewusst oder unbewusst) von den Vorlieben seiner Mutter und Schwester beeinflusst. Da Mutter und Schwester sich meist über die männlichen Kandidaten unterhalten, erscheint Stefans Verhalten auch als eine Art Gegenstrategie, um sich selbst zum Gesprächsthema zu machen, denn er spricht als »heterosexueller Mann« nicht über die männlichen Kandidaten und ihr

Aussehen, wie es die weiblichen Familienmitglieder tun. Stefan kann als Junge, der sich bereits durch seine männliche Geschlechterrolle definiert, am Kommunikationsmuster von Mutter und Schwester nur ironisierend teilhaben:

F: *[Arabella spricht]* »Ganz charmant kriegen wir die Kurve und moderieren Kandidat 03 an Christian.«

T: »Der is da Fescheste.«

S: »Der schaut so ah so du meinst den.«

M: »Ja der ist herzig.«

S: »Jetzt kommt die T gleich wieder ah der is so fesch und der singt so gut ah.«

T: »Nein er singt nicht so gut. Aber er ist einfach der Fescheste.«

M: »Das stimmt.«

Stefan macht sich hier über die Kommunikations- und Bewertungsformen von Schwester und Mutter lustig, die er als eine sich abwechselnde Abfolge von positiven Bewertungen der Kandidaten beurteilt. Es scheint fast so, als möchte sich Stefan – der sich in der Situation vielleicht des Tonbandes bewusst ist – mit diesem Kommentar von den »weiblichen« Kommunikationsformen abgrenzen, die er in derselben Situation ohne Tonband eventuell sogar »mitspielen« würde.

Wie die hier dargestellten Beispiele gezeigt haben, können die medial vermittelten Mädchen-/Frauen- und Jungen-/Männerbilder den Kindern und Jugendlichen als Orientierungsmuster und Leitfiguren für den Prozess ihrer eigenen geschlechtlichen Identitätsfindung dienen. Der Umgang mit den medialen Vorbildern und Idolen stellt eine Übungssituation dar, denn durch die gedankenexperimentelle (para-soziale) Beziehung zu den KandidatInnen werden künftige Verhaltensschemata eingeübt. Es geht beispielsweise darum, sich in der eigenen geschlechtlichen Rolle zu definieren: Dies ist bei Tamera und bei Stefan der Fall, indem sie sich Verhaltenmuster und das Aussehen der Kandidatinnen und Kandidaten aneignen oder Vergleiche mit ihnen anstellen. Bei Karin und Theresa, die sich in der (Vor-)Pubertät befinden, geht es weniger um einen Vergleich mit dem eigenem Geschlecht, als vielmehr darum, die medial vermittelten Jungen als Projektionsflächen für schwärmerisches Empfinden und Verliebtheits-Gefühle zu nutzen.

6. Zusammenfassung

Die familiäre Fernsehaneignung als alltägliche soziale Praxis stand im Mittelpunkt dieses Artikels. Um zu erfahren, ob es neue Formen des Familienfernsehens gibt, untersuchte ich fünf Familien, die sich die Casting-Show *Starmania* ansahen. Mein Erkenntnisinteresse bezog sich vor allem darauf, inwiefern die Rezeption der Sendung ein gemeinschaftliches Fernseherlebnis in Familien darstellt. Auch die spezifische Art der familiären Fernsehaneignung und die Bedeutung der Sendung für die Familienmitglieder standen im Fokus meiner Arbeit. Daten zur Fernsehaneignung wurden durch ein qualitatives Vorgehen und eine Methodentriangulation – in Form von Gruppendiskussionen, teilnehmender Beobachtung und der Aufnahme von fernsehbegleitenden Gesprächen – erhoben.

Im Rahmen der komparativen Analyse der Familien konnte eine vorläufige Typologie mit drei Typiken gebildet werden. Wesentlich ist die *Bildungsmilieutypik*, die ihrerseits zwei Typen umfasst. Beim Familientypus, der *Starmania* als gemeinschaftliches Fernsehritual und Familienevent zelebriert, handelt es sich eher um rein weibliche Fernsehrituale, an denen die Väter keinen Anteil haben. Diese gemeinschaftlich orientierte Fernsehpraxis scheint besonders charakteristisch für bildungsstarke AkademikerInnenfamilien zu sein, deren Mütter sich für die entwicklungspezifischen Vorlieben ihrer Kinder interessieren. Auch in Bezug auf den Fernsehkonsum vermitteln diese Mütter ihren Kindern Medienkompetenz, indem sie einen kommunikativen Aneignungsstil und damit eine kommunikative Bearbeitung des Gesehenen fördern. In dieser kommunikativen Aneignung spiegelt sich auch das gemeinschaftliche Vergnügen beim Fernsehen wider. Im Gegensatz zu diesem gemeinschaftlich orientierten Familientypus war die Rezeption der Sendung in den untersuchten bildungsschwächeren Familien ein individuelles Erlebnis ohne gemeinschaftlichen Charakter.

Ergebnisse der *Entwicklungstypik* illustrierten, wie sich Kinder und Jugendliche im Alter zwischen acht und fünfzehn Jahren den Fernsehtext aneignen. Eine Form der kindlichen Aneignung ist beispielsweise die gemeinschaftliche Reinszenierung der Sendung in der Schule. Der Artikel zeigte weiters, dass populäre Unterhaltungssendungen für Jugendliche einen wichtigen Beitrag zum Prozess der eigenen Identitätsfindung leisten – vor allem in Hinblick auf die zukünftige (hetero-)sexuelle Praxis.

Insgesamt repräsentierte *Starmania* eine Sendung, die milieu-, generations- und zu einem gewissen Grad auch geschlechterübergreifend rezipiert wurde. Casting-Shows können, wie meine Untersuchung zeigte, zur Integration in Familien beitragen, womit sie eine aktuelle Form des Familienfernsehens repräsentieren. Ob dieses Potenzial allerdings aktualisiert wird, scheint angesichts der Ergebnisse wesentlich vom Bildungsmilieu der Familien abzuhängen.

Literatur

- Alasuutari, Pertti (1999) *Introduction. Three Phases of Reception Studies*. In: Alasuutari, Pertti (ed.) *Rethinking the Media Audience*. The New Agenda. London, 1–21.
- Audehm, Kathrin/ Zirfas, Jörg (2001) *Familie als ritueller Lebensraum*. In: Wulf, Christoph u. a. (Hg.) *Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften*. Opladen, 37–118.
- Bachmair, Ben (1996) *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder*. Opladen.
- Barthelmes, Jürgen/ Sander, Ekkehard (2001) *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz*. Opladen.
- Bausch, Constanze/ Sting, Stephan (2001) *Rituelle Medieninszenierungen in Peergroups*. In: Wulf, Christoph u. a. (Hg.) *Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften*. Opladen, 249–324.
- Bohnsack, Ralf (2003) *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden*. Opladen (5. Auflage).
- Bohnsack, Ralf u. a. (1995) *Die Suche nach Gemeinsamkeit und die Gewalt der Gruppe. Hooligans, Musikgruppen und andere Jugendcliquen*. Opladen.
- Bohnsack, Ralf u. a. (Hg.) (2003) *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung. Ein Wörterbuch*. Opladen.
- Breitenbach, Eva (2001) *Sozialisation und Konstruktion von Geschlecht und Jugend. Empirischer Konstruktivismus und dokumentarische Methode*. In: Bohnsack, Ralf u. a. (HgInnen) *Die dokumentarische*

- Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Opladen, 165–178.
- Certeau, Michel de (1988) *Kunst des Handelns*. Berlin.
- Charlton, Michael/ Klemm, Michael (1998) *Fernsehen und Anschlusskommunikation*. In: Klingler, Walter u. a. (Hg.) *Fernsehfor- schung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*. Baden-Baden, 709–727.
- Faber, Marlene (2001) *Medienrezeption als Aneignung*. In: Holly, Werner u. a. (Hg.) *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden, 25–40.
- Fritzsche, Bettina (2001) *Mediennutzung im Kontext kultureller Praktiken als Herausforderung an die qualitative Forschung*. In: Bohnsack, Ralf u. a. (Hginnen) *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Opladen, 27–42.
- Fritzsche, Bettina (2002) *Fan-kultureller Eigensinn zwischen Kindheit und Jugend*. In: Schäfer, Eva u. a. (Hginnen) *Geschlechterverhältnisse im sozialen Wandel. Interdisziplinäre Analysen zu Geschlecht und Modernität*. Opladen, 305–312.
- Götz, Maya (2000) *Die Funktionen von Big Brother für Kinder und Pre-Teens*. In: Weber, Frank (Redaktion) *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*. Münster u. a., 253–269.
- Götz, Maya (2001) *Kinder- und Familienfernsehen aus der Sicht der Eltern*. In: *TelevIZion*, Nr. 14, verfügbar unter: http://www.br-online.de/jugend/izi/text/goetz14_1.htm, 5. 9. 2004.
- Hall, Stuart (1980) *Encoding/ Decoding*. In: Hall, Stuart et al. (ed.) (1980) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–79*. London, 128–138.
- Handel, Ulrike (2000) *Die Fragmentierung des Medienpublikums. Bestandsaufnahme und empirische Untersuchung eines Phänomens der Mediennutzung und seiner Determinanten*. Wiesbaden.
- Hepp, Andreas (1998) *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen.
- Hepp, Andreas/ Vogelsang, Waldemar (2003) *Ansätze einer Theorie populärer Events*. In: Hepp, Andreas/ Vogelsang, Waldemar (Hg.) *Populäre Events. Medienevents, Spielevents, Spafests*. Opladen, 11–36.
- Hofmann, Ole (2001) *Sehen Familien anders fern?* In: *TelevIZion*, Nr. 14, verfügbar unter: http://www.br-online.de/jugend/izi/text/hofmann14_1.htm, 12. 6. 2004.
- Holly, Werner u. a. (Hg.) (2001) *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden.
- Horkheimer, Max/ Adorno, Theodor W. (1998/ Orig. 1944) *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt a. M.
- Hunziker, Peter (1976) *Fernsehen und interpersonelle Kommunikation in der Familie*. In: *Publizistik*, Nr. 21, 180–195.
- Kellner, Hella (1978) *Familie und Fernsehen. Neueste Ergebnisse der Fernsehforschung und deren Konsequenzen für die Programmarbeit*. Mainz.
- Keppler, Angela (2001) *Mediales Produkt und sozialer Gebrauch. Stichworte zu einer inklusiven Medienforschung*. In: Sutter, Tilmann/ Charlton, Michael (Hg.) *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*. Wiesbaden, 125–145.
- Marotzki, Winfried (1999) *Forschungsmethoden und -methodologie der erziehungswissenschaftlichen Biographieforschung*. In: Krüger, Heinz-Hermann/ Marotzki, Winfried (Hg.) *Handbuch erziehungswissenschaftliche Biographieforschung*. Opladen, 109–133.
- Morley, David (1993/ Orig. 1986) *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. London u. a.
- Morley, David/ Brunsdon, Charlotte (1999/ Orig. 1982) *The Nationwide Television Studies*. London u. a.
- Schwarz, Claudia (2004) *Fernsehaneignung in Familien am Beispiel der Casting-Show Starmania. Eine ethnographische Studie in der Tradition der Cultural Studies*. Diplomarbeit an der Universität Wien.
- Teichert, Will (1977) *Fernsehen und Interaktion. Eine Stellungnahme zu Peter Hunzikers Aufsatz Fernsehen in der Familie – eine Analyse der Gruppenstruktur*. In: *Fernsehen und Bildung*, Nr. 11, 286–296.
- Wagner, Hans Joachim (1999) *Rekonstruktive Methodologie. George Herbert Mead und die qualitative Sozialforschung*. Opladen.
- Wulf, Christoph (2001) *Einleitung*. In: Wulf, Christoph u. a. (Hg.) *Das Soziale als Ritual. Zur performativen Bildung von Gemeinschaften*. Opladen, 7–17.

Kontakt:
claudiaschwarz@gmx.at