

# Vorlieben, Vorbilder und Werte jugendlicher Fernsehrezipienten

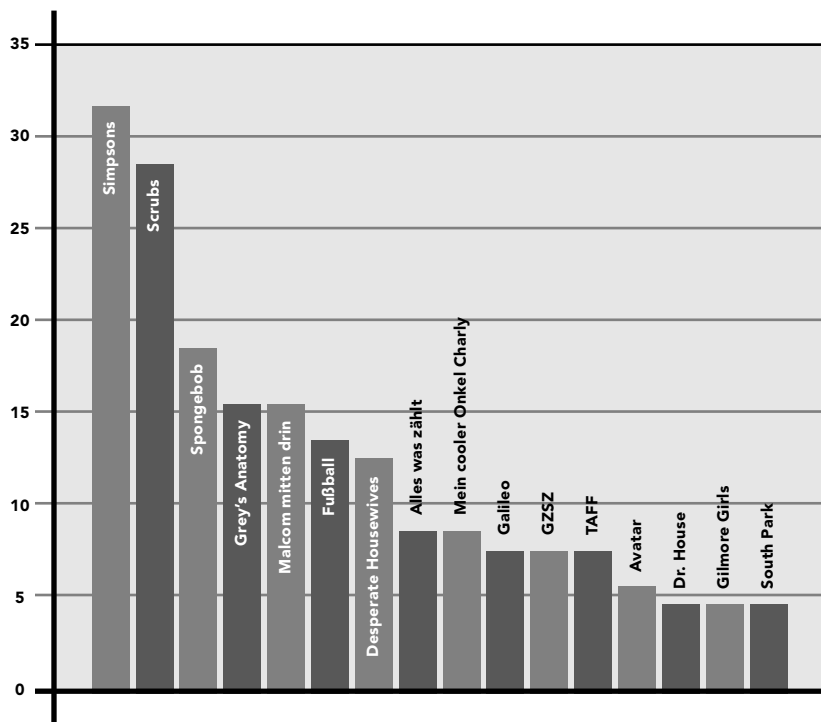
Stefanie Granzner-Stuhr und Andrea Payrhuber

Die wilden Jahre sind vorbei – zumindest unter österreichischen Jugendlichen. Denn diese setzen bei ihren Fernsehvorlieben hauptsächlich auf Unterhaltung und nicht (mehr) auf Gewalt oder Kriminalität. Ihre Vorbilder? Fleißige, ehrgeizige Hedonisten, wie sie u. a. durch die Protagonisten der TV-Serien *Scrubs* und *Grey's Anatomy* repräsentiert werden.

Serielle Formate verschiedenster Genres stehen auf der Beliebtheitskala jugendlicher Seher ganz oben. Auffällig ist dabei, dass sich keine Kriminal- oder Forensikserien darunter befinden. Bisherige Forschungsergebnisse deuten auf eine intensive Beschäftigung von Jugendlichen in der Entwicklungsphase der Adoleszenz mit von ihnen bevorzugten Medienformaten hin (vgl. u. a. Großegger/Heinzlmaier 2007; Marci-Boehncke/Rath 2006; Charlton/Neumann 1990), wodurch diese immer mehr in den Fokus der Wirkungsforschung gelangen.

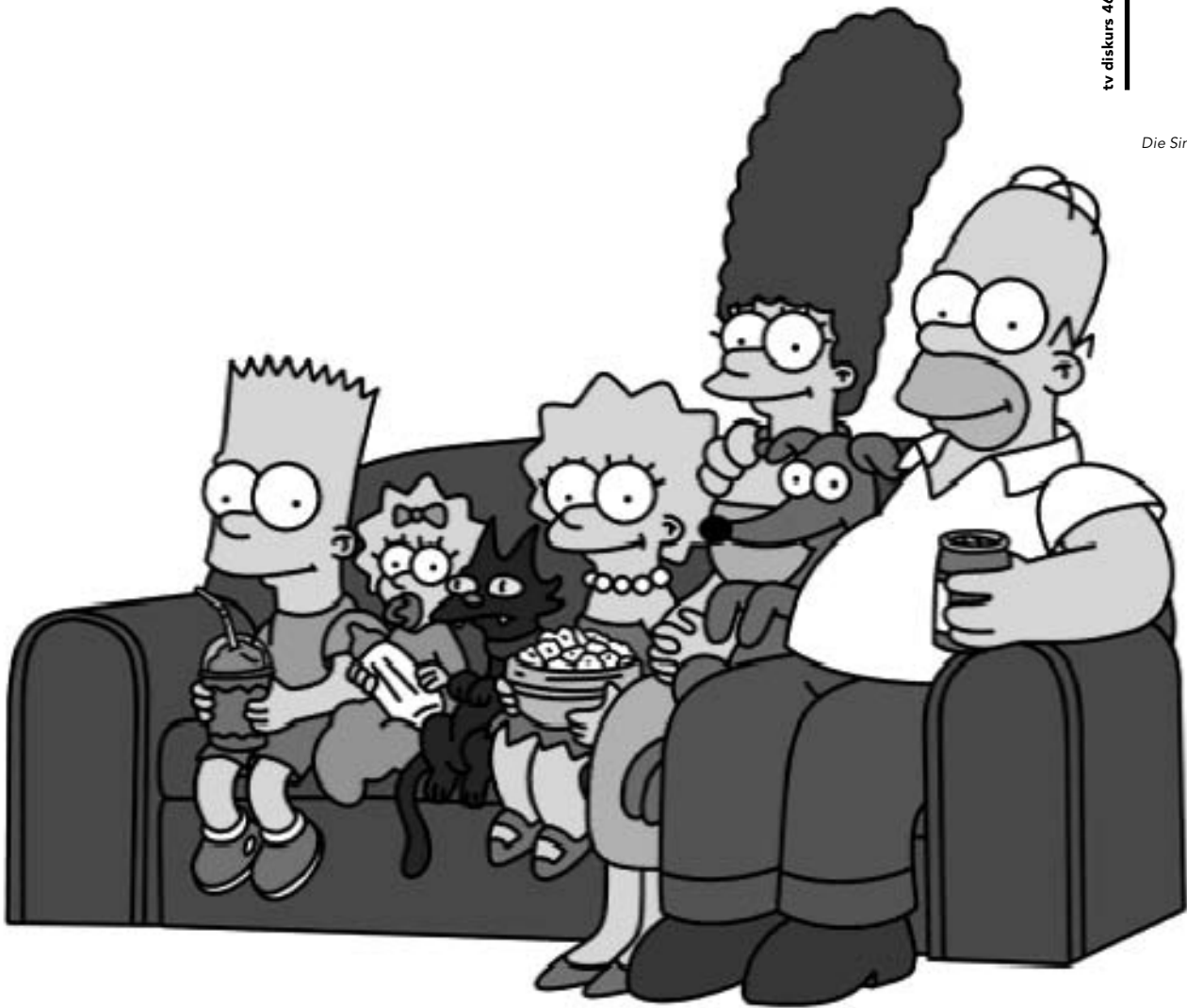
(siehe Abbildung 1)

Abbildung 1: Beliebte TV-Sendungen



Die Grafik entstammt einer Fragebogenerhebung an 150 Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 18 Jahren, welche im Juni 2008 in Wien durchgeführt wurde (vgl. Granzner-Stuhr 2008). Die Werte der Y-Achse zeigen die Häufigkeit der Nennungen der am liebsten gesehenen Fernsehsendungen. Demnach ist die Zeichentrickserie *Die Simpsons* mit 32 Nennungen die beliebteste Fernsehsendung der Zielgruppe, knapp gefolgt von der Ärzteserie *Scrubs – die Anfänger* (29 Nennungen). Die Zeichentrickserie *Spongebob – Schwammkopf*, eigentlich eine Kindersendung, rangiert mit 19 Nennungen auf Platz drei – knapp gefolgt von der Ärzteserie *Grey's Anatomy* (16 Nennungen) und der Familienserie *Malcolm in the Middle* (ebenfalls 16 Nennungen). Der mit 14 Nennungen relativ hohe Wert von „Fußball“ ergibt sich aus der „EURO 2008“-Euphorie, die zum Zeitpunkt der Erhebung gerade in vollem Gange war.

Die Medienwirkungsforschung fokussierte bislang vor allem gewaltbesetzte Inhalte, denen ein erhebliches Wirkungspotenzial zugeschrieben wird, wobei hingegen die in der jugendlichen Fernsehprioritätenliste hoch favorisierten Familien- und Jugendserien üblicherweise in die Kategorie der „harmlosen“ Fernsehinhalte eingestuft werden. Aber sind sie deshalb auch „wirkungslos“? Oder haben gerade diese Formate, welche auf den ersten Blick so inhaltsleer erscheinen, das Potenzial, Werte und Einstellungen zu vermitteln?



Um dieser Frage nachzugehen, wurde in einem ersten Erhebungsschritt herausgearbeitet, was es ist, das Jugendlichen so an seriellen Formaten gefällt. Zunächst ist hier die leichte Verfügbarkeit zu nennen. Denn abseits jeglicher Forschung kann man erkennen, wenn man nur einen Blick in das Fernsehprogramm wirft, dass vor allem private TV-Sender ihr Nachmittags- und Abendprogramm häufig mittels Serien und Soaps bestreiten. Vergleicht man das Programmangebot mit den Zeiten, zu denen Jugendliche am häufigsten fernsehen, zeigt sich, dass es vor seriellen Formaten kaum ein Entkommen gibt. Denn ein Großteil der befragten Jugendlichen – sowohl Mädchen als auch Burschen – gibt an, vorwiegend nachmittags und abends fernzusehen (vgl. Granzner-Stuhr 2008). Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) veröffentlichte im Jahr 2000 Daten, welche eine Dominanz des Fiktionsbereichs bei privaten TV-Anbietern in Deutschland zeigen, während bei den öffentlich-rechtlichen Sendern die Information immer noch am stärksten vertreten ist. Demnach lagen die Anteile fiktionaler Sendungen bei privaten Anbietern zwischen 74 % (kabel eins) und 68 % (RTL II) bzw. 66 % (Super RTL). Die entsprechenden Werte für ARD und ZDF betragen 31 % bzw. 34 %. Jene Sendungen, die dem Bereich „Information“ zugeordnet sind, rangieren bei kabel eins und Super RTL bei jeweils 5 %, bei RTL II bei 11 % und bei ARD und ZDF bei 46 % bzw. 47 %. RTL kommt in dieser Untersuchung mit 37 % Fik-

tion und 22 % Information den öffentlich-rechtlichen Sendern am nächsten (vgl. Gerhards u. a. 2000, S. 458 ff. In: Plake 2004, S. 133 f.). Obwohl diese Zahlen bereits einige Jahre alt sind und sich lediglich auf die deutsche Fernsehlandschaft beziehen, können sie doch als Gradmesser für den deutschsprachigen Raum angesehen werden, da in den meisten österreichischen Haushalten entweder ein Kabel- oder Satellitenanschluss vorhanden ist und diese Sender somit problemlos empfangen werden können.

Welche inhaltlichen Aspekte sind aber nun für die Hinwendung und schließlich die regelmäßige Rezeption serieller Formate ausschlaggebend? In Serien wird stark mit Stereotypisierung und Stilisierungen gearbeitet, diese allein bieten aber für die begrenzte Anzahl an Handlungsträgern zu wenig Möglichkeiten, um Dynamik zu erzeugen – so kann in dieser Form der fiktionalen Unterhaltung jeder zum Jäger und zum Gejagten werden, niemand ist von moralischen Verfehlungen ausgenommen. Durch diese Flexibilität der Handlungsführung kann eine beachtliche Pluralität an Problemlösungen und Weltansichten vorgeführt werden. Plake (2004, S. 152) bezieht sich bei der Deutung dieser Genrespezifika auf Hicethier (1992, S. 18.), welcher der Ansicht ist, dass die TV-

Serie integrierend wirken könne, weil sie für Angehörige eines Publikums, das über wenig milieuübergreifende Kontakte verfügt, „die gesellschaftliche Bandbreite an Verhaltensweisen in ihren Folgen“ thematisiere. Mikos (1992, S. 21 f.) geht diesbezüglich auch von einer eskapistischen Funktion aus und meint, dass in Serien die geheimen Wünsche und Bedürfnisse der zuschauenden Massen aufgegriffen und in die Erzählstruktur integriert werden. Serien bieten laut Mikos jedem etwas: Da in ihnen Probleme jeweils aus der Sicht mehrerer Beteiligter dargestellt werden, ergeben sich folglich auch mehrere Identifikationsmöglichkeiten.

### Was begeistert jugendliche Rezipienten?

Inhaltlich korrespondieren die dargestellten quantitativen Daten zur Sendungspräferenz erfreulicherweise sehr stark mit Ergebnissen, die zu einem früheren Zeitpunkt mittels Gruppendiskussionen und narrativen Interviews gewonnen werden konnten (vgl. Granzner-Stuhr u. a. 2008). Die Auswertung sowohl der Gruppendiskussionen als auch der narrativen Interviews erfolgte mittels Diskursanalyse (Dokumentarische Methode).

Im Zuge der qualitativen Studien wurden insgesamt 15 biografische Interviews und vier Gruppendiskussionen mit Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 18 Jahren durchgeführt. Die Interviewpartner setzten sich aus neun weiblichen und sechs männlichen Teilnehmern zusammen. Es wurden Fragen zur Freizeitgestaltung und dem Fernsehverhalten gestellt, außerdem wurde aber auch auf die von den Befragten bevorzugten Fernsehserien eingegangen. Bei den genannten Serien handelt es sich um: *Gilmore Girls*, *Dawsons Creek* und *Eine himmlische Familie*.

Die Teilnehmer der Gruppendiskussionen setzten sich aus drei weiblichen und einer männlichen Gruppe zusammen. Hier wurde im Sinne der Methode offen und Selbstläufigkeit erzeugend zunächst nach dem Freizeitverhalten und der Einbettung des Fernsehens in dieses gefragt. Falls nicht von selbst thematisiert, wurde in der Phase der Nachfrage auf Serienvorlieben eingegangen.

### Wie sehen Jugendliche die Serien?

Jüngere Befragte sehen vorwiegend gemeinsam mit Geschwistern oder der Familie, ältere Befragte (eigenes Gerät im Zimmer) sehen alleine fern – gemeinsam mit Freunden wird nur in Ausnahmefällen ferngesehen. Es zeigt sich deutlich, dass die befragten Jugendlichen zwischen sozialen Kontakten und parasozialen Beziehungen zu fiktiven Fernsehpersonen differenzieren. Serieninhalte sind zwar Gesprächsthema, nehmen aber keine übergeordnete Rolle im Leben der Befragten ein.

### Wie verstehen Jugendliche die Fernsehfiguren?

Sehr ausgeprägt zeigt sich die Fähigkeit zur Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion.

A: Na, ich find die Lauren Graham von den *Gilmore Girls* gut, da spielt sie die Mutter.

B: Ja, die ist super.

A: Ich weiß halt nicht, ob die echt auch so ist oder nur in der Serie [...], müsst man einmal die Biografie nachlesen.

Persönlichkeitseigenschaften von Serienfiguren werden im Allgemeinen nicht vom realen Umfeld erwartet, sogar eher abgelehnt. Bewusst wird die (oft) augenscheinliche Vorbildfunktion der Handlungsträger nur in Ausnahmefällen wahrgenommen.

Insgesamt bestätigt sich das bereits bekannte Bild, dass männliche Jugendliche gleichgeschlechtliche, weibliche Jugendliche sowohl männliche als auch weibliche Serienfiguren bevorzugen (vgl. Marci-Boehncke/Rath 2006, S. 104 ff.).

### Welche Serien werden rezipiert?

Dasselbe Phänomen tritt bei den jüngeren Befragten auch hinsichtlich der Serienpräferenz auf – männliche Jugendliche mögen Serien, in denen Geschlechtsgenossen eine Hauptrolle spielen, weibliche Jugendliche beide Formen, mit leichter Präferenz zum eigenen Geschlecht. Insgesamt muss zwischen zwei Nutzungstypen unterschieden werden: denjenigen, die angeben, nur zur Unterhaltung Serien zu rezipieren und dementsprechend auch „leichte Kost“ bevorzugen, und denjenigen, die Serien nicht nur aus Gründen der Unterhaltung, sondern auch zur Lebensbewältigung sehen. Bei dieser Gruppe sind auch Konflikte und Probleme, die im Handlungsverlauf der Sendung besprochen und gelöst werden, willkommen, da sie davon profitieren möchten.

### Welche Wertegruppen zeigen sich?

Angelehnt an die *Shell Jugendstudie 2006* (Hurrelmann/Albert 2006, vgl. Abbildung 2), ließen sich insgesamt vier Wertegruppen (vgl. Darstellung der Strukturen des jugendlichen Wertesystems der *Shell Jugendstudie 2006*) herausarbeiten, wobei zwei davon stark an das nicht mediale Leben der Befragten geknüpft sind, die anderen zwei sich auf mediale Inhalte beziehen. Ganz allgemein kann festgehalten werden, dass die Jugendlichen für sich selbst die ersten beiden Wertegruppen „private Harmonie“ und „Individualität“ sehr hoch einschätzen. In Bezug auf Serieninhalte kommen vor allem hedonistische Motive (6. Wertegruppe „Materialismus und Hedonis-

mus“) zum Tragen: Man möchte Spaß haben und unterhalten werden. In einigen Fällen werden an Serienhelden auch „Sekundärtugenden“ wie Fleiß und Ehrgeiz geschätzt – dies besonders im Hinblick auf die eigene Lebensbewältigung. (siehe Abbildung 2)

Die Strukturen des jugendlichen Wertesystems der Shell Jugendstudie 2006	
<b>1. Wertegruppe „Private Harmonie“:</b>	Beinhaltet Wertschätzung von Freundschaft, Partnerschaft und Familie, aber auch Eigenständigkeit und Kontaktfreude.
<b>2. Wertegruppe „Individualität“:</b>	Beinhaltet persönliche Unabhängigkeit, Entwicklung eigener Phantasie und Kreativität sowie Aufmerksamkeit für die eigenen Gefühle.
<b>3. Wertegruppe „Übergreifendes Lebensbewusstsein“:</b>	Beinhaltet Religiosität, Gesundheits- und Umweltbewusstsein.
<b>4. Wertegruppe „Sekundärtugenden“:</b>	Beinhaltet Respekt gegenüber Gesetz und Ordnung, Streben nach Sicherheit sowie Fleiß und Ehrgeiz. Auch Toleranz wird in diesem Sinne als soziale Tugend verstanden.
<b>5. Wertegruppe „Öffentliches Engagement“:</b>	Beinhaltet politisches und sozial-karitatives Engagement.
<b>6. Wertegruppe „Materialismus und Hedonismus“:</b>	Beinhaltet den Wunsch nach einem hohen Lebensstandard, die Durchsetzung der eigenen Bedürfnisse und vor allem: „die guten Dinge des Lebens in vollen Zügen zu genießen“.

Abbildung 2: Die Strukturen des jugendlichen Wertesystems der Shell Jugendstudie 2006

## Typenbildung

Die hier dargestellten Fälle aus den Gruppendiskussionen repräsentieren verschiedene Typen (Abbildung 3), welche sich hinsichtlich ihres existenziellen Hintergrunds unterscheiden. Es handelt sich dabei um jene Dimensionen, welche auch der Vergleichsgruppenbildung zugrunde liegen.

Bei der Typenbildung handelt es sich nicht um eine Typisierung der Ergebnisse im Sinne einer Zusammenfassung und Kategorisierung von Aussagen und deren Interpretation, sondern sie richtet sich nach den zugrunde liegenden Dimensionen des existenziellen Hintergrunds, aus denen heraus die einzelnen Fälle, repräsentiert durch die verschiedenen Gruppen, erklärt werden können. Bei den genannten existenziellen Hintergründen handelt es sich prinzipiell um milieu-, generations- und entwicklungsphasenspezifische Zugehörigkeiten sowie um die Geschlechtszugehörigkeit (vgl. Loos/Schäffer 2001, S. 71 f.). Ausgehend von den prinzipiell möglichen Zugehörigkeiten, können bei den vorliegenden Fällen Typen hinsichtlich milieu- und entwicklungsphasenspezifischer Gemeinsamkeiten generiert werden, welche in folgender Grafik zusammenfassend dargestellt werden. (siehe Abbildung 3)

Abbildung 3: Typenbildung

Typus	Benennung	Charakteristika
Milieutypik	„Fernsehen und gesellschaftliches Leben trennender Typus“	Diese Gruppe definiert sich nicht über gemeinsame Fernseherlebnisse, sondern über andere Gruppenaktivitäten. Alle Mitglieder geben an, kaum bis gar nicht fernzusehen, verfügen aber über großes Detailwissen zu diversen Serieninhalten – das lässt darauf schließen, dass es keinen geteilten Orientierungsrahmen bezüglich des Fernsehens in dieser Gruppe gibt. Dieser Typus bewegt sich hinsichtlich bevorzugter TV-Inhalte und persönlicher Werte im Spannungsfeld zwischen <b>Hedonismus und Tugendhaftigkeit</b> .
	„Fernsehen und gesellschaftliches Leben vereinender Typus“	Diese Gruppe verfügt über gemeinsame Orientierungsmuster hinsichtlich Fernsehen und Freizeitgestaltung. Serien werden gesehen, um Spaß zu haben und um unterhalten zu werden – diese Eigenschaften werden auch von der realen Umwelt (vor allem den Freunden) erwartet. Dieser Typus hat <b>stark hedonistische Wertvorstellungen</b> . Verkörpern Serienfiguren Sekundärtugenden und eine allgemein tugendhafte Haltung, werden sie abgelehnt. Antihelden werden hier zu den wahren Helden.
Entwicklungsphasentypik	„Inhaltlich die eigene Altersgruppe präferierender Typus“	Besonders die jüngeren Diskussionsteilnehmer können mit Fernsehinhalten aus der „Erwachsenenwelt“ noch nicht viel anfangen. Sie bevorzugen eindeutig Sendungen, in denen ihre eigene Altersgruppe repräsentiert wird. Dieser Typus möchte durch das Fernsehen lediglich unterhalten werden – demnach kann hier ein <b>rein hedonistisches Unterhaltungsmotiv</b> festgestellt werden.

Grey's Anatomy



Scrubs – die Anfänger



### Quintessenz

Für sich selbst schätzen Jugendliche Werte wie „private Harmonie“ und „Individualität“ sehr hoch ein. Bei der Auswahl von Fernsehsendungen und deren Inhalten kommen vor allem „hedonistische Motive“ zum Tragen – man möchte unterhalten werden und Spaß haben. Jugendliche Rezipienten wollen durch Medieninhalte nicht belehrt werden und lehnen dementsprechend auch eher jene Medienfiguren ab, die ihnen Tugenden und Werte vorspielen, welche sie selbst in ihrem alltäglichen Leben verkörpern sollten.

A: Das Kind [Rory in *Gilmore Girls*] benimmt sich wie die Mutter, finde ich.

B: Die ist so streberhaft.

A: Ja, immer nur brav.

B: Die von den *Gilmore Girls* [...], voll langweilig einfach nur.

A: Ja, ein langweiliger Mensch.

B: Ja, die Rory ist langweilig.

Trotzdem zeigt sich im Bereich des atheoretischen Wissens, nämlich jenem, dessen wir uns nur teilweise bewusst sind, dass Serien und Soaps eine starke Vorbildwirkung aufweisen. Sie bewirken bei den jugendlichen Rezipienten auch tatsächlich etwas anderes, als diese selbst

vermuten – und sogar etwas anderes, als sie mit dem Fernsehkonsum bezwecken. Sie holen sich Tipps für die eigene Lebensbewältigung, denken über das Handeln und Verhalten der dargestellten Figuren intensiv nach, anstatt sich lediglich berieseln zu lassen. Daher werden auch „Sekundärtugenden“ wie Fleiß und Ehrgeiz geschätzt – z. B. als Vorbild für eigene Lebensgestaltung und Lebensbewältigung.

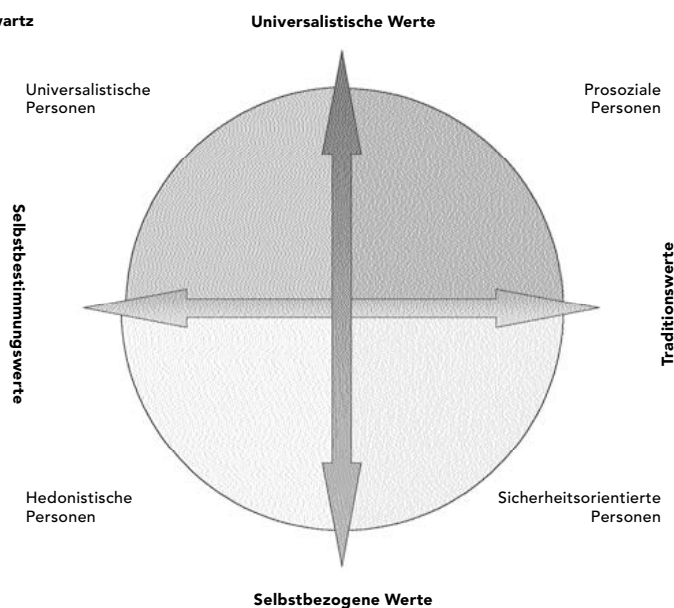
Die Inhalte der Serien, ihre Lebenswelten und ihre Themen spielen sehr nahe an der Realität – und das macht sie umso wirkungsvoller, da sie als realitätsnahe Fiktion greifbare Handlungsvorlagen liefern. Sie gaukeln den Rezipienten, anders als z. B. große Hollywood-Blockbuster, keine Geschichten vor, die in der Realität nicht vorkommen können – ganz im Gegenteil, viele Serieninhalte sind Realität, zumindest annähernd, und laden dadurch umso mehr zum Vergleich ein.

Zum Abschluss soll nun neben der bereits vorgestellten Liste der beliebtesten Fernsehsendungen und den inhaltlichen (Werte-)Präferenzen der Jugendlichen eine Verknüpfung zu den Ergebnissen der Wiener Schulstudie hergestellt werden. In der Schulstudie wurde eine Korrelation der Wertetypen der befragten Schüler, dargestellt im Wertekreis nach Schwartz (1992) (vgl. Abbildung 4), und den von ihnen präferierten Serien erhoben und mittels einer siebenstufigen Bewertungsskala berechnet. Fasst man nun diese Aspekte zusammen, gelangt man zu folgendem Ergebnis:

Hedonismus und Unterhaltung werden durch die Zeichentrickserie *Die Simpsons* repräsentiert. Die Rezipientinnen und Rezipienten dieser Serie sind, angelehnt an die Werteeinteilung nach Schwartz (1992), „Hedonisten“ und „Selbstbestimmte“. Erstere schätzen vor allem Spaß, streben aber gleichzeitig nach Erfolg und Anerkennung. Sie zeigen gerne ihre Fähigkeiten, möchten reich sein, geschätzt werden und zudem ein aufregendes Leben führen. Die zweite Gruppe ist kreativ und für Neues offen, will frei und unabhängig sein und ihre eigenen Ziele wählen können. *Scrubs – die Anfänger* und *Grey's Anatomy* sind unterhaltend, repräsentieren aber gleichzeitig auch die „Sekundärtugenden“ Fleiß und Ehrgeiz. Ihre Seherinnen und Seher finden sich vorwiegend im Bereich der „Toleranten“ und „Universalisten“. Vor allem Universalisten streben nach innerer Harmonie, Gleichheit, schätzen soziale Gerechtigkeit hoch ein und stehen im Einklang mit der Natur. Tolerante Personen versuchen in erster Linie fremde Menschen zu verstehen.

(siehe Abbildung 4)

Abbildung 4:  
Wertekreis nach S. H. Schwartz



Empirische Befunde (vgl. Payrhuber u. a. 2008) sprechen dafür, dass in der Regel Fernsehfiguren, die den eigenen Wertvorstellungen nahekommende Werte vermitteln, bevorzugt werden. Und da bereits gezeigt werden konnte, dass es eine hohe Übereinstimmung zwischen jenen Werten gibt, die einerseits für Jugendliche relevant sind, und andererseits jenen, die in Fernsehserien transportiert werden (vgl. Granzner-Stuhr u. a. 2008), kann alles in allem ein durchaus positives Bild der jugendlichen Fernsehrezipienten, ihrer Vorbilder und Präferenzen gezeigt werden – geradezu vorbildhaft, oder?

#### Literatur:

**Charlton, M./Neumann, K.:**  
*Medienrezeption und Identitätsbildung.*  
Tübingen 1990

**Gerhards, M./Grajczyk, A./Klingler, W.:**  
*Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen. Eine Analyse auf Basis der GfK-Sendungskodierung.* In: *Media-Perspektiven* 10/2000, S. 458–463

**Granzner-Stuhr, S.:**  
*Kulturelle Orientierung sowie Geschlechterrollen von Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund unter Berücksichtigung der Faktoren Familienklima und Fernsehkonsum* [unveröffentlichte Dissertation]. Universität Wien 2008

**Granzner-Stuhr, S./Payrhuber, A./Vitouch, P.:**  
*Wertevermittlung durch real-world-embedded Fernsehformate.* In: E. H. Witte (Hrsg.): *Sozialpsychologie und Werte* [Sammelband zum 23. Hamburger Symposium der Sozialpsychologie]. Lengerich 2008

**Großegger, B./Heinzlmaier, B.:**  
*Die neuen Vorbilder der Jugend. Stil- und Sinnewelten im neuen Jahrhundert.* Wien 2007

**Hickethier, K.:**  
*Die Fernsehserie – eine Kette von Verhaltenseinheiten. Problemstellungen für die Seriediskussion.* In: F. Salow/F. Martens (Hrsg.): *Serie – Kunst im Alltag* [Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft, Band 43]. Berlin 1992

**Hurrelmann, K./Albert, M.:**  
*Shell Jugendstudie 2006.* Frankfurt am Main 2006

**Loos, P./Schäffer, B.:**  
*Das Gruppendiskussionsverfahren.* Opladen 2001

**Marci-Boehncke, G./Rath, M. (Hrsg.):**  
*Jugend – Werte – Medien. Der Diskurs.* Weinheim/Basel 2006

**Mikos, L.:**  
*Serien als Fernsehgenre. Zusammenhänge zwischen Dramaturgie und Aneignungsweisen des Publikums.* In: F. Salow/F. Martens (Hrsg.): *Serie – Kunst im Alltag* [Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft, Band 43]. Berlin 1992

**Payrhuber, A./Strack, M./Hopf, N.:**  
*Die Wiener Schulstudie* [unveröffentlichtes Manuskript]. Wien 2008

**Plake, K.:**  
*Handbuch Fernsehforschung. Befunde und Perspektiven.* Wiesbaden 2004

**Schwartz, S. H.:**  
*Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries.* In: M. Zanna (Hrsg.): *Advances in experimental social psychology.* New York 1992, S. 1–65

Mag. Stefanie Granzner-Stuhr ist Lektorin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und Mediatorin.



Mag. Dr. Andrea Payrhuber ist Universitäts-Assistentin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

