

Beitrag aus:
Texte Nr. 3. Sonderheft der Zeitschrift „medien praktisch“:
Daily Talks - Daily Soaps - Big Brother,
Frankfurt/M. 2000.

„Ich will es einfach nochmals erleben...“ **Begleitbücher zu daily soaps: Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund**

Ulrike Bischof / Horst Heidtmann

Auch wenn sich Harry Potters Erlebnisse in Hogwarts in Millionenaufgaben verkaufen lassen, so ist dennoch seit etlichen Jahren auf dem Kinder- und Jugendbuchmarkt die Nachfrage nach den tradierten Unterhaltungsgenres rückläufig. Gleichzeitig erreichen Bücher mit Stoffen, die aus anderen Medien adaptiert oder im Verbund mit diesen vermarktet werden, ein überproportionales Umsatzwachstum. Weitgehend unbeachtet von der Jugendbuchkritik wie von den professionellen Literaturvermittlern haben sich Film- und Fernsehbegleitbücher zur meistverkauften Form von Belletristik für junge Leser entwickelt. Bücher nach Hollywoodspiel- und Animationsfilmen, nach TV-soap operas und Feiertagsmehrteilern erreichen kontinuierlich sechs- und siebenstellige Umsatzzahlen und stehen damit weit vorn in den von der GfK erhobenen Kinder- und Jugendbuchcharts: "Aladdin" und "Arielle", "Alf" und "Anna" oder serienweise "Akte X"-, "Beverly Hills 90210"- oder "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" -Titel.

Da diese Segmentverschiebung als kontinuierlicher Prozeß bereits seit zwei Jahrzehnten anhält, ist sie nicht als modisches Phänomen zu sehen, sondern im Sinne eines grundlegenden Strukturwandels zu begreifen: Kinderbücher sind keine vorrangigen oder gar zentralen Erlebnismedien mehr. Traditionelle Funktionen der Kinder- und Jugendliteratur haben an Bedeutung verloren. Hilfestellung bei der Auseinandersetzung mit der Umwelt wie bei der Erweiterung ihrer Weltsicht erhalten Kinder heute vorrangig aus den audiovisuellen und elektronischen Medien.

Gleichwohl wenden Kinder- und Jugendliche für die Lektüre von erzählender Literatur immer noch mehr Zeit auf als andere Gruppen der Bevölkerung. Allerdings ist das Buch für sie nicht mehr und nicht weniger als ein Segment innerhalb einer multimedial strukturierten Kinderkultur, die sich zudem immer enger mit der gesamten Popularkultur verzahnt. Allein in Deutschland sehen Millionen von Kindern alljährlich zur Weihnachtszeit den neuen Disney-Animationsfilm, Millionen kaufen die Videokassette mit diesem Film, mehrere Hunderttausend das Buch zum Film. Die Begleitbücher zur „Beverly Hills“-Serie sind millionenfach verkauft worden, gegenwärtig erstehen Hunderttausende Bücher und Zeitschriften zur daily soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“.¹

In Film- und Fernsehbegleitbüchern werden in der Regel die Haupthandlungsfäden

¹ Von den seit 1997 bei der Stuttgarter Dino entertainment AG verlegten GZSZ-Büchern liegen im Sommer 2000 insgesamt 25 Bände vor, dazu einige Sonderbände und Spin Offs. Nach Verlagsangaben erscheinen die Bücher mit einer Erstauflage von 30.000, von attraktiveren Titeln werden deutlich mehr als 100.000 Exemplare verkauft. Die GZSZ-Bände werden von unterschiedlichen Autorinnen und Autoren unter dem Verlagspsudonym *Anna Leoni* verfasst.

anhand des Drehbuchs nacherzählt. Dabei werden Aspekte der äußeren Spannung betont, atmosphärische Details finden wenig Berücksichtigung (HEIDTMANN 1991, 1994). Im Gegensatz zur TV-Serie GZSZ, in der pro Folge drei Handlungsstränge miteinander verschränkt sind (HEIDTMANN 1995a), wird für die GZSZ-Buchadaptionen ein einzelner Handlungsstrang herausgelöst und in formal konventioneller, meist in sich abgeschlossener Form erzählt. Die Texte sind dialoglastig, ausführlicher als in der TV-Vorlage werden Emotionen beschrieben oder Gedanken und Befindlichkeiten von Figuren als innerer Monolog wiedergegeben. Da die Leserinnen mit dem Aussehen und den Charaktereigenschaften der Protagonisten zumeist ebenso vertraut sind wie mit den zentralen Schauplätzen, reichen Andeutungen oder sparsame Beschreibungen.

1. Relevanz von Film- und Fernsehbüchern

Bisher liegen weder zur Vermarktung von Literatur in medialen Verbänden, noch zu ihrer Rezeption oder ihren Funktionen im Medienalltag von Kindern und Jugendlichen gesicherte Untersuchungen vor. Deshalb hat das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen, Stuttgart, im Winter 1998/99 ein interdisziplinär angelegtes Forschungsvorhaben auf der Grundlage kultur- und sozialwissenschaftlicher Ansätze begonnen. Der Schwerpunkt der bisherigen Untersuchungen lag auf der Rezeption von Begleitbüchern zur Serie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, da diese schon bei der Gruppe der Drei- bis 13-Jährigen die „Hitliste der fiktionalen Sendungen unterhaltender Art...dominiert“ (FEIERABEND/SIMON 2000, S. 168f.).

In der ersten Phase des Projektes wurde durch eine Trendbefragung die Relevanz von Film- und TV-Büchern ermittelt. Dazu sind Ende 1998 im südwestdeutschen Raum insgesamt 2.700 Schülerinnen und Schüler (52% Jungen, 48% Mädchen) im Alter von 10 bis 16 Jahren befragt worden. An der Befragung waren die unterschiedlichen Schultypen in etwa zu gleichen Teilen beteiligt. Ferner verteilten sich die an der Umfrage beteiligten Schulstandorte gleichmäßig auf Groß-, Mittel- und Kleinstädte. Die Mehrheit der Jugendlichen, nämlich 54 %, schaut sich im Fernsehen eine oder mehrere der täglich ausgestrahlten Vorabendserien an. Dabei liegt das Interesse an daily soaps bei Mädchen deutlich höher. Etwa dreimal so viel Mädchen wie Jungen bezeichnen sich selbst als „regelmäßige“ Seherinnen. Fast die Hälfte der Befragten (46,5 %) sieht sich die Serie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ an.

Auf die Frage, ob von ihnen überhaupt Bücher mit erzählender, belletristischer Literatur gelesen werden, „outet“ sich ein überraschend großer Teil der befragten 10- bis 16-Jährigen als „Leseverweigerer“: 45% lesen nicht, oder nicht mehr, Bücher, in denen Geschichten erzählt werden; 55% lesen (immerhin noch) erzählende Literatur.

Allerdings

liest auch von ihnen die große Mehrheit Belletristisches eher selten: weniger als 15% der Gesamtgruppe lesen regelmäßig, 40% lesen ab und zu. Am stärksten ist das Interesse an erzählender Literatur bei den 12- und 13-jährigen Mädchen ausgeprägt. Von ihnen lesen 64% gelegentlich oder häufiger erzählende Literatur.

45% der Befragten lesen Film- und Fernsehbegleitbücher. Das heißt, ein sehr großer Anteil, nämlich 80% derjenigen, die erzählende Literatur lesen, liest heute Medienverbundliteratur; bei den 12- und 13-Jährigen liegt der Anteil sogar noch höher. Obwohl sich deutlich mehr Mädchen für erzählende Literatur interessieren, liegt ihr Anteil bei der Lektüre von Film- und Fernsehbüchern insgesamt nicht erkennbar höher. Jungen dürften aber andere Themen oder Genres präferieren („Titanic“ oder „Akte X“).

Insgesamt 7% der befragten Jugendlichen lesen GZSZ-Bücher, auf den ersten Blick vielleicht kein hoher Anteil. Bei einer Kerngruppe, den 12- und 13-jährigen Mädchen, ist die Interessenlage eindeutiger: von ihnen lesen 15% GZSZ-Bücher gelegentlich oder regelmäßig. Diese Zahlen bedürfen zusätzlicher Relativierung, da gegenwärtig keine repräsentativen Untersuchungen dazu vorliegen, welche Bücher und welche Autoren Kinder oder Jugendliche innerhalb eines genauer definierten Zeitraumes tatsächlich gelesen haben. Die Buchmarktanalysen der GfK geben lediglich Auskunft über die an Privathaushalte meistverkauften Titel, nicht aber über tatsächlich erfolgte Lektüre. Bestsellerlisten helfen wenig weiter, zumal die von jungen Lesern bevorzugten Titel nicht ausschließlich als Jugendliteratur rubrizierbar sind (z.B. die „Titanic“-Filmbücher).

Neuere Untersuchungen bestätigen übereinstimmend, dass die Lektüre- und Medieninteressen heutiger Kinder und Jugendlicher außerordentlich vielfältig sind, dass diese Interessen immer weiter segmentiert werden. Bei Befragungen von Kindern im Alter von vier bis 13 Jahren konnten bei den in dieser Altersgruppe beliebten Medienfiguren lediglich drei Figuren (Benjamin Blümchen, Bibi Blocksberg, Pumuckl) jeweils 7% oder 8% der Nennungen auf sich vereinen (HEIDTMANN 1995c). Bei Fragen nach dem aktuellen Lieblingsbuch, den aktuell gelesenen oder den zuletzt gelesenen Büchern, waren es allenfalls Enid Blyton, Astrid Lindgren, Erich Kästner und Michael Ende, die innerhalb eines überschaubaren Zeitraumes tatsächlich von bis zu 10% der Kinder gelesen worden waren. Bei den Buchserien erreichten die ‚klassischen‘ Trivialserien „TKKG“ und „Die drei ???“ noch eine ähnliche Häufung. Alle anderen, auch die bekannten, die klassischen oder die ansonsten bestverkauften Autoren werden von maximal zwei bis drei Prozent der Kinder als tatsächlich und aktuell gelesene Autoren genannt (HURRELMANN 1993, RUNGE 1997).

Die GZSZ-Buchserie hat aktuell im Jugendalltag einen mindestens so hohen Stellenwert wie Enid Blyton-Serien oder „TKKG“-Bücher. Sie gehört wenige Jahre nach ihrem Marktauftritt zu den populärsten Lesestoffen im deutschsprachigen Raum und wird in der Kernzielgruppe (Mädchen zwischen 10 und 14 Jahren) allenfalls von einzelnen unterhaltungsorientierten Autoren wie Stephen King oder von Klassikern wie Astrid Lindgren in der Lektürehäufigkeit übertroffen (HEIDTMANN 1995b, 1997).

2. Lesemotivationen

Mehr als ein Viertel der Jugendlichen, die regelmäßig oder gelegentlich GZSZ bei RTL anschauen, liest - zumindest ab und zu - auch das „offizielle“ GZSZ-Magazin, die monatliche Zeitschrift zur Serie.² Um mit möglichst wenig Streuverlust LeserInnen von GZSZ-Büchern ansprechen zu können, ist in einer zweiten Phase des IfaK-Projektes einer Teilaufgabe von 10.000 Heften des „offiziellen“ Magazins ein zweiseitiger Fragebogen beigelegt worden (mit Fragen zur Lektüre von GZSZ-Büchern sowie zu sozio-demographischen Daten). Die Rücklaufquote war mit 220 ausgefüllten Fragebögen relativ gering, reichte aber aus, um aussagekräftige Tendenzen zu ermitteln: Leser von GZSZ-Büchern sind zu 95% Mädchen, die vorrangig in der Kleinstadt oder auf

² „Gute Zeiten, schlechte Zeiten. Das offizielle Magazin“ erscheint seit 1995 monatlich im Dino Verlag, im Sommer 2000 mit einer Auflage von ca. 400.000 Heften, die - nach Marketingdaten des Verlages - vorrangig von 11- bis 16-Jährigen gekauft werden und jeweils mehrere LeserInnen finden. Das bei dieser Zielgruppe stark gewachsene Interesse an soap-Themen hat zu überproportionalen Umsatzeinbrüchen bei traditionellen Jugendzeitschriften, z.B. bei der BRAVO, geführt.

dem Dorf leben. Hauptlesergruppe sind 11- bis 15-Jährige, von denen ein Drittel die Realschule, 30% die Hauptschule und etwa 20% das Gymnasium besuchen. Die bevorzugten Freizeittätigkeiten sind die für diese Altersgruppe üblichen: Mit Freunden zusammen sein, Zeitschriften lesen, Musik hören, Einkaufen oder Bummeln gehen. Die literarischen Interessen weichen ebenfalls nicht signifikant vom Durchschnitt ab. Viele lesen neben Medienverbundtiteln noch Mädchenserien, Tiergeschichten, Gruselstories oder Bücher über Bands und Stars.

Ausschlaggebend für das Interesse an den GZSZ-Büchern ist die von der täglich ausgestrahlten TV-Serie ausgehende Faszination. Das Interesse gilt vor allem den jugendlichen Stars; über 90% der BuchleserInnen schauen sich die soap an, weil „die Stars toll sind“. Dabei bestehen Präferenzen für unterschiedliche Figuren, die Neigungen fokussieren sich auf wenige Charaktere. Bei den Befragungen 1999 lagen bei den männlichen GZSZ-Figuren Ricky Marquart und Nico Weimershaus deutlich vorn, bei den weiblichen waren es Flo Spira und Cora Hinze. Für über 70% ist die TV-Serie Anlaß und Inhalt von Gesprächen mit der Freundin, für über 50% Thema von Gesprächen in der Schule.

Aus dem Interesse an den Stars leitet sich die Hauptlesemotivation her: 73% lesen ein GZSZ-Buch, weil sie Fan der Serie sind und alles darüber wissen wollen. Und knapp 60% lesen, weil sie sich besonders für die Hauptperson des Buches interessieren. 76% werden zur Lektüre eines Buches durch die aktuellen Serienfolgen bei RTL angeregt, 75% durch die im Anschluss an die Serienfolgen ausgestrahlte TV-Werbung für das Buch, über 50% durch die auf dem Titelbild abgebildeten Stars.

Da 65% der Leserinnen im Regelfall das gesamte Buch und nicht nur die sie interessierenden Teile lesen, bietet die Buchlektüre offenkundig medien-spezifische Gratifikationen. Diese werden - nach wie vor - in der leichten Verfügbarkeit des Mediums Buch gesehen, man ist unabhängig vom Fernsehen, kann zwischendurch lesen, wenn Zeit vorhanden ist. Das Buch eignet sich zudem besonders für das Alleinsein, für individuelle Zurückgezogenheit: 85% lesen abends im Bett.

Die TV-Serie wie die Begleitbücher betonen Emotionalität, das unterscheidet sich nicht von der gängigen Unterhaltungsliteratur für Mädchen und entspricht offenkundig den Wünschen der GZSZ-Buchleserinnen, für die in den Büchern der Themenbereich „Freundschaft und Liebe“ an erster Stelle steht, gefolgt von „Action und Spannung“ und an dritter Stelle von „Hochzeiten und Festen“. Neben affektiver Ansprache und Zeitvertreib bieten die GZSZ-Bücher Stars als Vorbilder und Projektionsfläche für eigene Wünsche.

3. Unterschiedliche Ausformungen des Leseverhaltens

Um Muster der Lesesozialisation und des Leseverhaltens, um Lesebiographien und Lesertypologien differenzierter bestimmen zu können, sind in der dritten Projektphase im Sommer 1999 narrative Einzelinterviews mit insgesamt 60 Jugendlichen sowie drei Gruppengespräche mit Realschülern im Alter von 9 bis 16 Jahren durchgeführt worden. In allen Interviews wird deutlich, dass die Rezeption der TV-Serie das vorrangige Medienereignis ist und dass die Begleitbücher im medialen Verbund eine geringere Bedeutung haben. Die Bücher nehmen in der Lebenswelt der Jugendlichen einen unterschiedlichen Stellenwert ein, der u.a. vom individuellen Stil bei der Rezeption von daily soaps sowie von den subjektiven Sozialisationserfahrungen bestimmt wird. Das Interesse an GZSZ-Büchern - und damit die Intensität des Leseverhaltens - ist vor allem abhängig von unterschiedlich starken Ausprägungen des Fanverhaltens.

Das aus dem Englischen stammende Wort Fan bezeichnete ursprünglich den (nahezu) fanatischen Anhänger von Sportteams; mittlerweile sind Repräsentanten und Objekte der gesamten Popularkultur, Schauspieler, Rocksänger, Science Fiction-Filme, Comic-Figuren oder Überraschungs-Eier Objekte des Fankultes. Fanverhalten artikuliert sich oft in einer „unreflektierten, träumerischen Verehrung für bestimmte Stars“ (SPENGLER 1985, S.139). Die Stars der daily soaps dienen ihren Anhängerinnen als Orientierung, Vorbild sowie - vergleichbar den Teenie-Pop-Stars oder Boygroups - als „Trostpflaster, Schmerztablette und Ablenkung“ (WEYRAUCH 1997, S.78).

Fanverhalten beginnt zumeist mit der Pubertät, weist geschlechtsspezifisch unterschiedliche Orientierungen auf. Die Fans von daily soaps sind bislang in der Regel weiblich. Stars und Idole bieten Mädchen, die „auf der einen Seite noch zu jung für einen Freund, andererseits aber schon zu alt fürs Kuschtier sind“ eine Folie für Träume und Phantasien: „Dadurch, dass der Star ein unerreichbarer Traum bleibt, kann man alles in ihn hineininterpretieren, was man sich von einem Traumjungen wünscht.“ (WEYRAUCH 1997, S.90f.) Weibliche Stars können eine vergleichbare Bedeutung gewinnen, als Verkörperung der ‚guten Freundin‘ oder anstrebenswertes Rollenmodell für eigenen, erträumten Erfolg.

Als Fan kann man mediale Interessen zielgerichtet auf ein Angebot konzentrieren, Fanverhalten ermöglicht also Auswahloptionen innerhalb eines immer unübersehbarer werdenden Medien(über)angebotes. Gemeinschaftliches Fanverhalten sichert zudem soziale Anerkennung in der Gruppe der Gleichaltrigen, kollektiv erlebte Identifikationen bieten Geborgenheit in der Peergroup. Die Fangemeinschaft fördert die Identitätsfindung ebenso wie die Abgrenzung gegenüber Erwachsenen. Die soziale Identifikation funktioniert auch bei einer nur virtuellen Zugehörigkeit zur Fangemeinde.

Aus den bisherigen Interviews lassen sich bei den GZSZ-Leserinnen fünf Typen des Nutzungsverhaltens unterscheiden:

- Fansein als Leben in einer Parallelwelt:

Parallelwelten sind ein Konglomerat aus „Träumen, Wünschen, selbstgeschaffenen sowie vorproduzierten und konsumierbaren Realitäten“ (WEYRAUCH 199, S.103), geschlossene Sinnsysteme, die „zunehmend das Denken, Fühlen und Handeln von Jugendlichen“ prägen.

So hat zum Beispiel Sandra (16) ihr Zimmer von der Decke bis zum Boden mit GZSZ-Artikeln aller Art ausgestattet: Poster, Fotos, Aufkleber, Rätselhefte, Sammelordner, Schachteln etc. Im Bücherregal stehen ausschließlich GZSZ-Nacherzählungen und Starbücher. Seit 1992 schaut sich Sandra am frühen Abend bei RTL die daily soap an. Ihre Mutter teilt diese Begeisterung, bekennt, dass ihr die Serie selbst nach 2000 Folgen noch nicht langweilig geworden sei. Seit ihrem 13. Lebensjahr sammelt Sandra alle Fanartikel, die sie findet; auch ihr Outfit orientiert sie an der Serie. Besonders stolz ist sie über Autogramme von Philipp und Fabian. Sandra besucht nach der Hauptschule das berufsvorbereitende Jahr, bevor sie eine Friseurlehre machen will. Mit ihrem Fansein will sie sich vor ihren Mitschülern profilieren: „Also die ganze Klasse, also fast die ganze Klasse guckt des. Eine ist Marienhof-Fan. So begeistert, also so begeistert wie ich ist keiner. Ich hab eh meistens alles als erste“.

Sandra besitzt selbst alle bisher erschienenen GZSZ-Begleitbücher. Abends im Bett liest sie in den Büchern oder schaut sich Kinderfotos von den Stars im GZSZ-Magazin an. Sandra lebt in einem kleinbürgerlichen, abwechslungsarmen Umfeld. Das Fehlen von Impulsen, ihr Suchen nach Abwechslungen begünstigt die Konstitution einer

aufregenden und reizvollen Parallelwelt. In dieser Parallelwelt kann sie davon träumen, an der Seite ihrer Stars zu leben und mit ihnen all das auszuleben, wozu sie in ihrer Realität keine Möglichkeit sieht. Durch den Erwerb von Merchandisingprodukten versucht sie Teil dieser anderen Welt zu werden oder zumindest diese Welt mit ihrem eigenen Alltag noch enger zu verknüpfen. So tragen Besitz und Lektüre von GZSZ-Büchern zu Erfolgserlebnissen bei, die sie in anderen Bereichen ihres Alltagslebens nicht realisieren kann, während gleichzeitig die tatsächliche Welt für Sandra an den Rand ihrer Wahrnehmung rückt.

- Fansein als selbstgewählter Lebensstil:

Die daily soap bringt Abwechslung in den (gleichförmigen) Alltag; von der Serie erwarten diese Rezipientinnen vor allem Unterhaltung, Spaß und Spannung, Orientierung über Lifestyle, Mode, Alltagsverhalten. GZSZ-Bücher dienen als Basis für Freundschaften wie als Anlaß von Kommunikation innerhalb der Peergroup. So sammelt beispielsweise die 12jährige Miriam als leidenschaftlicher Fan alle Informationen über den und Produkte mit dem Lieblingsstar. Sie schneidet alle Artikel über Oli P. aus dem GZSZ-Magazin, aus BRAVO oder anderen Zeitschriften aus. Sie besitzt eine CD mit seinen Liedern und verpasst seit dem Herbst 1998 keine Folge der Serie bei RTL. Oli P. sieht – gesteht Miriam - einfach „gut aus“ und „er singt gut“. Ihr Fansein teilt Miriam mit ihrer Freundin Nicole, mit ihr spricht sie oft und gerne über die GZSZ-Charaktere, den Fortgang der Handlung, über die Bücher zur Serie und die neuesten Fanprodukte. Dieses Interesse können die beiden Mädchen, die die gleiche Realschule besuchen, in der Schule weiter pflegen. Denn das tägliche Gespräch über die aktuellen Entwicklungen in der daily soap gehört zu den zentralen Gesprächsthemen ihrer Peergroup.

In Miriams Familie haben Bücher keinen großen Stellenwert. Mirams Mutter interessiert sich weder für die Lektüre ihrer Tochter noch hat sie selbst Zeit zum Lesen, da sie sich weitgehend allein um die Familie zu kümmern hat. Bei Miriams Leseverhalten ist die gezielte und regelmäßige Suche nach Informationen, Interviews und Starporträts in den einschlägigen Magazinen auffällig; das gesammelte Material wird der Freundin gerne ausgeliehen. Die von ihr gelesenen Buchtitel gehen auf Empfehlungen von Freundinnen zurück oder beziehen sich auf ihr Fansein. Zentral für sie ist die kommunikative, soziale und emotionale Funktion der TV-Begleitbücher.

- GZSZ als Utopie für ein Leben in Harmonie und Freundschaft:

Die Serie beschreibt - in den Augen der Rezipientinnen - „wie das wirkliche Leben sein könnte“. Sie befriedigt Bedürfnisse nach gelungener Kommunikation, nach einem gewaltfreien, harmonischen, konfliktarmen Zusammenleben. Die Buchlektüre erfolgt auf der Grundlage dieser Erwartungen, die idealisierten Stars fungieren als Garanten dieser Wunschvorstellungen. Das Lesen gehört aber im Regelfall nicht zu den bevorzugten Freizeittätigkeiten.

- GZSZ als Orientierungsrahmen und Handlungsanleitung für den Alltag:

Die soap besitzt wichtige Orientierungs- und Informationsfunktionen für den Alltag, vermittelt Werte und Normen, bietet Konfliktlösungs- und Lebensbewältigungsstrategien, bereitet dadurch auf das Leben als Erwachsener vor. Auf der Glaubwürdigkeit und scheinbaren Authentizität der Stars basiert zum großen Teil die Attraktivität der Fernsehserie, vermittelt darüber wird auch den Büchern ein hoher Grad an Authentizität zugeschrieben. Sie besitzen für die Leserinnen einen subjektiv

bedeutsamen Realitätsbezug.

- *GZSZ als Gelegenheitslektüre:*

Für diese Gruppe sind die Bildmedien deutlich wichtiger als die Bücher, in denen Bilder von Stars vermißt werden. Die Lektüre erfolgt eher selten und zufällig. Spezifische Lektüregratifikationen scheinen kaum ausgeprägt zu sein.

4. Lektüregratifikationen

Offenkundig entsprechen die GZSZ-Bände besser als viele andere Lesestoffe den Vorstellungen, Wünschen der Leserinnen nach zeitgemäß und romantisch gestalteten Beziehungs- und Liebesgeschichten, nach jugendgemäßen „Romances“, wie sie sich als eigenständiges Genre der Jugendliteratur im angloamerikanischen Raum bereits seit Jahrzehnten entfaltet haben.³

Die Bücher verhelfen jungen Leserinnen zu einem besseren Verständnis der Serie, von Handlungen, Konflikten und Figuren. Durch die Art der Nacherzählung, die einzelne Handlungsfäden aus verschiedenen Fortsetzungen aufnimmt, zusammenführt, überschaubar macht, werden für die jugendlichen Rezipientinnen komplexere Situationen und Kommunikationsakte besser verständlich: „In der Serie geht es halt ruck-zuck irgendwie und in den Büchern ist es halt erklärt“. 60 Prozent der Befragten sehen daher eine besondere Gratifikation der Buchlektüre darin, dass sie durch das Lesen die Gespräche und Probleme der Stars besser verstehen können als beim Fernsehen.

Die GZSZ-Bücher ermöglichen einen weitergehenden Einblick in die Welt der (TV-)Serie, in das Leben der(Serien-)Stars. Die Leserinnen haben als Fans der Serie Bedürfnisse nach Vertiefung des Gesehenen und zusätzlichen Erläuterungen: „Ich will noch mehr darüber wissen, es einfach nochmals erleben.“ Mehrmaliges Lesen ermöglicht ihnen eine noch intensivere Auseinandersetzung. Die Bücher können zudem das Medienerlebnis GZSZ verlängern, denn das Buch ist länger spannend, „im Fernsehen ist es so schnell weg.“ Die zusätzliche Lektüre bietet aber mehr als bloße Wiederholung, sie ermöglicht insbesondere den tieferen Einblick in das Denken und Fühlen der (Lieblings-)Stars: „In den Büchern sind die Gedanken der Stars zusätzlich beschrieben, ansonsten sind sie so wie die Serie ist und das sollen sie auch sein.“ „Durch die Bücher kann das Innenleben der Personen besser verstanden werden.“

Das Lesen von GZSZ-Büchern ermöglicht also eine ausführlichere Beschäftigung mit den Lieblingsstars. Für die Mehrheit der GZSZ-Leserinnen ist daher entscheidend für Auswahl, Kauf und Lektüre der Bücher, welche Personen im Zentrum der jeweils erzählten Geschichte steht. Für viele ist sogar die Präsenz ihrer Lieblingschauspielerin oder des umschwärmten männlichen Stars im Text als Lesemotivation ausreichend. Die Stars besitzen eine Vorbild- und Orientierungsfunktion (Nathaly jobbt, um studieren zu können; „Cora hat das Abi geschafft, das möchte ich auch.“), sie vermitteln Werte und

³ Etliche der neueren, vorlagenfrei erzählten Mädchenbuchserien marktführender Verlage wie Ravensburger, Arena, Schneider orientieren sich mit ihrer Dramaturgie, den Szenarien und Figurenkonstellationen unübersehbar am Vorbild von amerikanischen oder deutschen soaps.

Normen. Das Handeln der Stars bietet den Befragten mehrheitlich Orientierung für die Bewältigung der eigenen Realität sowie Modelle für Konfliktlösungen („Probleme durch Gespräche lösen.“); es bereitet sie zudem auf das Leben als Erwachsene vor. Vor allem aber können sich die Mädchen durch die Lektüre mit den privaten, intimen Seiten ihrer Lieblingsstars, mit „Leons eigenem Privatleben“ auseinander setzen, können ihre parasozialen Beziehungen zu den Stars durch das Lesen intensivieren.

Das Lesen stimuliert zudem in spezifischer (als angenehm empfundener) Weise die Phantasietätigkeit. Die Stimulation der Leserphantasie verläuft bei Film- und Fernsehbüchern zwar strukturell anders als bei originär erzählten, vorlagenfreien Texten, sie unterscheidet sich aber letztlich nicht prinzipiell von der Anregung der Phantasie durch andere Formen von Literatur. Auch für GZSZ-Leserinnen liegt ein besondere Reiz, eine spezifische Gratifikation darin, dass sie im Lektüreprozeß Geschichten durch die eigene Phantasietätigkeit ausgestalten, umformen oder erweitern können: „Im Buch kann man sich noch eigene Vorstellungen machen.“ 55 Prozent der Befragten können sich beim Lesen besser in Figuren hineinversetzen oder für sich selbst Geschichten in der Phantasie besser ausmalen als beim Fernsehen. Sie können sich selbst mit einbeziehen und eigene Handlungsspielräume ausloten.

Durch die Lektüre von GZSZ-Büchern lassen sich Fernseherlebnisse „nachholen“, wenn einzelne oder mehrere Folgen verpasst worden sind. Manche Mädchen, die die soap noch nicht lange oder nicht regelmäßig anschauen, erlangen durch die Lektüre Informationen über die Serie und ihre Protagonisten und damit Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, auf dem Schulhof, in der Peergroup bei den Gesprächen über Ricky und Cora besser mitreden zu können.

Film- und Fernsehbücher erleichtern für Leseungeübte den Lektüreprozeß, weil sie Bilder, Szenarien und Figuren benutzen, die durch die Kenntnis der jeweiligen TV-Serie im Kopf des Rezipienten bereits vorhanden, bereits visualisiert sind. Etwa ein Viertel der interviewten Mädchen liest nur Fernsehbegleitbücher, einige davon ausschließlich GZSZ-Titel. Die Attraktivität einer TV-Serie, der Fernsehstars kann also so hoch sein, dass Kinder und Jugendliche, die ansonsten nicht zum Lesen von (erzählender) Literatur zu motivieren sind, dass sogar Nichtleser und Wenigleser auf Film- und Fernsehbücher zugreifen.

Formen und Funktionen des Lesens werden sich weiter verändern, dennoch dürfte die Fähigkeit, Texte sinnentnehmend lesen zu können, im beginnenden Informationszeitalter noch wichtiger sein als heute. Neuere Befunde zur Mediennutzung und -wirkung legen den Schluß nahe, dass Lesen als generelle Schlüsselkompetenz auch bei der kompetenten Nutzung audiovisueller und digitaler Medien nötig ist. Im Kontext einer von AV-Medien geprägten gesellschaftlichen Kommunikation müssen allerdings die bisherigen Definitionen von Lesekultur in Frage gestellt werden (HEIDTMANN 2000, S. 21ff.). Lesekultur ist nicht auf den Umgang mit ästhetisch gestalteten fiktionalen Texten einzugrenzen und läßt sich am Ende des 20. Jahrhunderts nicht mehr aus den Idealen der bürgerlichen Literatur des 19. Jahrhunderts konstituieren.

Literatur

BISCHOF, ULRIKE (Hg.) (1995): Konfliktfeld Lesen-Fernsehen. Kindermedien zwischen Kunstanspruch und Kommerz. Wien (Neue Aspekte in Kultur- u. Kommunikationswissenschaft Bd. 10).

FEIERABEND, SABINE u. ERK SIMON (2000): „Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung 1999 von Drei- bis 13-Jährigen, in: Media Perspektiven H. 4, S.159-170.

GÖTZ, MAYA (1998): "Wenn Mädchen Fans sind... Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adolzenz". In: Dagmar Beinzinger u.a. (Hg.): Im Wyberspace - Mädchen und Frauen in der Medienlandschaft, Bielefeld (Schriften zur Medienpädagogik 26), S. 111-123.

HEIDTMANN, HORST (1991): "Filmverbuchungen: Kinder- und Jugendbücher nach Filmen. Prinzipien und

Probleme der Adaption". In: Informationen Jugendliteratur und Medien H. 2, S.50-63.

HEIDTMANN, HORST (1993): „Fernsehzeit ist Serienzeit. Von der zunehmenden Notwendigkeit des Seriellen im Fernsehen“. In: Praxis Deutsch H. 121, Sept., S. 18-25.

HEIDTMANN, HORST (1994): "Der Medienverbund: Das Buch zum Film". In: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, H. 75, Sept. S. 64-70.

HEIDTMANN, HORST (1995a): „Neue Formen seriellen Erzählens für junge Zuschauer. Gute Zeiten für schlechte Seifenopern“. In: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 1, S. 43-52.

HEIDTMANN, HORST (1995b): "Horror in der Jugendbibliothek? Oder: Stephen King - unser beliebtester Jugendbuchautor! Gespräche mit jungen Bibliotheksbenutzern". In: Buch und Bibliothek H. 6, S.574-578.

HEIDTMANN, HORST (1995c): „Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer Umfrage“. In: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, S.194-201.

HEIDTMANN, HORST (1997): "Bedarf an Blyton und Brezina? Kinderbuchserien in Öffentlichen Bibliotheken". In: Buch und Bibliothek H. 6, S.402-405.

HEIDTMANN, HORST (2000): „Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Veränderungen von Lesekultur, Lesesozialisation und Leseverhalten in der Mediengesellschaft“. In: Karin Richter u. Sabine Riemann (Hg.): Kinder - Literatur - „neue“ Medien. Hohengehren, S. 20-35.

HEPP, ANDREAS (1998): Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen.

HURRELMANN, BETTINA u.a. (1993): Lesesozialisation Bd. 1: Leseklima in der Familie. Gütersloh.

KOUKOULLI, ANASTASIA (1998): Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin (Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft Bd. 53).

MALAKA, BERNWARD (1996): "Bücher auf der Überholspur". Verlegerische Arbeit mit Fernseh Titeln". In: JuLit H. 1, S.15-20.

MATTERN, KIRSTEN (1999): Fernsehstars und Kinderalltag. Die Bedeutung von TV-Helden für die Selbstkonzeptentwicklung von Kindern. Oberhausen (Lesen und Medien Bd. 4)

NIEMANN, ROBERT (1996): "Licensing - die Alternative im Kinder- und Jugendbuchmarkt". In: JuLit H. 1, S.28-33.

RUNGE, GABRIELE (1997): Lesesozialisation in der Schule. Untersuchungen zum Einsatz von Kinder- und Jugendliteratur im Unterricht. Würzburg.

SPENGLER, PETER (1985): Rockmusik und Jugend - Bedeutung und Funktion einer Musikkultur für die Identitätssuche im Jugendalter. Frankfurt.

SÜSS, PETER u. GABRIELE KOSACK (2000): Daily Soaps. Macher, Fans & Stars. München (dtv pocket reader 78158).

WEYRAUCH, JAN (1997): Boygroups. Das Teenie-FANomen der 90er. Berlin.

Dr. Ulrike Bischof ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) in Stuttgart und freiberufliche Publizistin (bischof@hbi-stuttgart.de).

Prof. Dr. Horst Heidtmann lehrt Medien- und Informationswissenschaft an der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen und ist Geschäftsführender Leiter des Instituts für angewandte Kindermedienforschung (heidtmann@hbi-stuttgart.de; <http://ifak.hbi-stuttgart.de>)