

Divina Frau-Meigs und Sophie Jehel

# DIE AKKULTURATION VON FRANZÖSISCHEN JUGENDLICHEN DURCH DIE MEDIEN<sup>1</sup>

## Anmerkungen:

**1**  
Der vorliegende Artikel stützt sich auf eine unabhängige Untersuchung, die im Jahr 2001 mit 300 12- bis 14-jährigen Jugendlichen an Schulen in ganz Frankreich durchgeführt wurde.

**2**  
Der Terminus „Wert“ wird hier nicht als moralischer Begriff verstanden, sondern in sozio-anthropologischem Sinn als grundlegender Bezugspunkt für den Aufbau der Identität, als Orientierung, die die Vorstellungen der Individuen und ihr Handeln gleichermaßen strukturiert.

**Frau-Meigs, D.:**  
*Médiamorphoses américaines*. Paris 2001.

**3**  
Siehe **Berry, J. W.:**  
*The Assessment of Acculturation*. In: W. J. Lonner/J. W. Berry (Hrsg.): *Field Methods in Cross-Cultural Research*. London 1987.

Vgl. **Frau-Meigs, D.:**  
*L'acculturation: du décodage au recodage*. In: P. Frémont/E. Bevort (Hrsg.): *Médias, violence et éducation*. Paris 2001.

**4**  
**King, A. D. (Hrsg.):**  
*Culture, Globalization and the World System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*. University of Minnesota Papers 1997.

Die tief greifende Öffnung der audiovisuellen Medienlandschaft, der massive Import von amerikanischen Jugendprogrammen und die Verbreitung fiktiver Figuren in unterschiedlichen Trägermedien (wie Kassetten, Videospielen, Webseiten) charakterisieren die Bedingungen, unter denen die junge Generation mit dem Fernsehen umgeht: Sie ist die erste Generation, die in eine vom Bildschirm und nicht mehr von der Schrift dominierte Kultur geboren wurde.

Die für Jugendliche bestimmten Unterhaltungsprogramme wie Fernsehserien, Actionfilme und Musikclips erweisen sich besonders in den Vereinigten Staaten als geeignet, Lebensstil und kulturelle Werte zu vermitteln.<sup>2</sup> Die Medien werden für diese *Akkulturation* genutzt: Bei diesem Phänomen verändern sich Vorlieben, Gebräuche und Werte, wenn Kulturen miteinander in Kontakt kommen.<sup>3</sup> Die Erscheinung ist nicht neu, aber angesichts von Globalisierung und intensivierten Handelsbeziehungen muss überprüft werden, unter welchen Bedingungen diese sich durchsetzt und wie sie funktioniert.<sup>4</sup>

Untersucht man die Wirkung solcher Medienbotschaften auf die von jungen Franzosen wahrgenommenen und vertretenen Werte, so kann man daraus folgern, wie sich französische Jugendliche diese Werte aneignen und wie sie die Welt, in der sie sich entwickeln, mit deren Hilfe besser verstehen. Das gilt besonders für die Gruppe der 12- bis 14-Jährigen, um die es in der Untersuchung geht, denn in diesem Alter entwickelt sich die Persönlichkeit durch den aktiven Aufbau der Identität.<sup>5</sup>

Im Beisein einer Lehrkraft füllten die Jugendlichen einen dreiteiligen Fragebogen aus, mit dem die Hypothesen zur Akkulturation überprüft werden sollten. Die Fragen bezogen sich auf:

- die bevorzugten Fernsehprogramme und Kinofilme, wobei das Herkunftsland der Programme im Mittelpunkt stand,
- ihre Interpretation der von diesen Serien und Filmen transportierten Werte und ihr Bild von den USA,
- ihre institutionellen Orientierungen, und zwar anhand von Mini-Szenarien: Zu einer Situation gab es mehrere Lösungsvorschläge, die sich entweder an der französischen oder an der in den amerikanischen Programmen dargestellten Realität orientierten. Diese Mini-Szenarien sollten die Erwartungen der Jugendlichen an Schule und Zukunft, ihre Haltung zu Justiz und Polizei und ihre Erwartungen an den Staat beleuchten, besonders im Hinblick auf die gesellschaftliche Unterstützung.

### Störungen in den Köpfen

Die Ergebnisse zeigen, dass die Jugendlichen die amerikanischen Fernsehserien bei weitem bevorzugen (siehe Tabelle); für Filme gilt das nicht in dem Maße. Etwa 100 Serien wurden genannt, wobei 64 % der Nennungen auf die ersten 15 Titel entfallen. Nur *Sabrina* und *Sister Sister* werden für Jugendliche produziert (und in Jugendprogrammen via Kabel oder Satellit ausgestrahlt, besonders auf Canal J [jeunesse/Kinder- und Jugendprogramm, Anm. d. Red.]). Die Programmgestaltung der Sender und das Angebot für Jugendliche wirken sich auf deren Geschmacksentwicklung aus. Im Kräfteverhältnis zwischen der amerikanischen und der französischen Kultur liegt letztere sehr weit zurück; ihr bleibt nur ein Platz am Rande.

**Tabelle: Die 15 meistgenannten Serien**

	Zahl der Nennungen	% aufgerundet	Ursprungsland	Programmplatz/Sender
Buffy – Im Bann der Dämonen	91	15 %	USA	M6
Charmed – Zaubermagische Hexen	65	26 %	USA	M6
Friends	41	33 %	USA	F2
Sunset Beach	37	39 %	USA	TF1
Eine himmlische Familie	26	43 %	USA	TF1
Dawson's Creek	19	46 %	USA	TF1
Die Nanny	19	49 %	USA	M6
Roswell	15	52 %	USA	M6
Martial Law – Der Karate-Cop	14	54 %	USA	M6
Alle unter einem Dach	11	56 %	USA	M6
H	11	58 %	Frankreich	C+
Sabrina – total verhext!	10	59 %	USA	F2
Ally McBeal	9	61 %	USA	M6
Die Simpsons	9	62 %	USA	C+
Sister Sister	8	64 %	USA	F3

5

Lipiansky, E. M.:

*Existe-t-il une personnalité de base?* In: J. C. Ruano-Borbalan (Hrsg.): *L'identité*. Paris 1998, S. 42 ff.

Die von den in Frankreich lebenden Jugendlichen aufgestellte Liste der Serien-Rangfolge steht ebenso wie die Kommentare dazu in krassem Missverhältnis zu den Werten, die diese Serien vermitteln: Die Jugendlichen deuten sie, ohne die in den Serien vertretenen ursprünglichen Werte wahrzunehmen oder ohne ihnen die Bedeutung zuzumessen, die sie für ihre Autoren und für die US-amerikanische Gesellschaft haben. Ganz am Ende der genannten Qualitäten nämlich stehen die für die USA fundamentalen Werte wie Individualismus, Reichtum (Symbol für Glück und Erfolg), Jugend und sogar der doch allgegenwärtige Geist des Wettbewerbs.

Für die Heranwachsenden ist Jugend ein Identifikationsmerkmal, nicht aber ein Wert an sich. Sie lieben die amerikanischen Serien, weil sie Figuren in ihrem Alter sehen, die ihnen vertraute Situationen durchleben. Auch der in den US-Serien traditionelle Zusammenhalt der Familie wird positiv vermerkt. Für die Jugendlichen in Frankreich scheint es sich allerdings in erster Linie um ein „Trost spendendes Fernseh-



Charmed – Zaubhafte Hexen.



Friends.

Sunset Beach.



Eine himmlische Familie.



Dawson's Creek.



hen“ zu handeln, um einen Familienersatz; es erzählt Geschichten von der Liebe oder vom Alltag, die sich in einem *Haus* abspielen. In zahlreichen Serien entfernen sich die dargestellten familiären Bindungen weit vom US-Modell der Kernfamilie. Zweifellos projizieren die Jugendlichen in diese Serien eine weiter gehende Vorstellung und ein stärker französisch bzw. mediterran geprägtes Gefühl für die Familie. Des Weiteren sehen sie die Serien manchmal als Modell für harmonischere Beziehungen mit Geschwistern oder Eltern.

Diese Umdeutung der US-Serien verweist darauf, dass die Jugendlichen Elemente suchen, mit deren Hilfe sie ihre Identität aufbauen und die ihnen wichtige Werte deutlich machen können. Entsprechend nachteilig wirkt sich das Fehlen französischer oder europäischer Serien aus, in denen sie Modelle finden könnten, die ihrer Wirklichkeit eher entsprächen.

Gleichwohl gibt die Amerikanisierung der kulturellen Vorlieben keine produktiven Hinweise darauf, wie die USA wirklich funktionieren; sie ist vielmehr durch einen Guckkasteneffekt à la Hollywood geprägt. Die Darstellung der USA transzendiert die Bildschirme nicht, die sie ausstrahlen. Sie werden als Bild, als Marke, als Logo wahrgenommen, nicht jedoch als Realität: Sicher handelt es sich um ein Amerika, um ein projiziertes Bild und nicht eine Realität, aber der Mythos hat sich weiterentwickelt und sich von den Werten des Gelobten Landes gelöst.<sup>6</sup> Wir haben es mit einem Markenimage zu tun, mit einer monokulturellen Marke, beherrscht von der Idee des *Cool-Seins*, die dem Land seine reale Konsistenz nimmt. Es ist, als wären die Vereinigten Staaten selbst zum Opfer dieses dazwischengesetzten Akkulturationsfilters, des Fernsehens also, geworden: Die stark vereinfachende Darstellung des Landes und die stereotype Darstellung des Publikumsgeschmacks, verbunden mit der Fixierung auf Zuschauerquoten und ökonomische Zwänge, sind schließlich eine Strategie, die von den großen, weltweit agierenden US-Unternehmen entwickelt wurde und die die differenzierte kulturelle Wahrnehmung ihres Landes im Ausland extrem eingeschränkt hat.

Die Ergebnisse nehmen keinen Bezug auf eine zunehmende und homogene Amerikanisierung der institutionellen Orientierungspunkte. Viel-

mehr verweisen sie auf den Zerfall dieser Orientierungspunkte – und daraus kann man Rückschlüsse auf den Einfluss der Medienkultur ziehen. Sie bezeichnen eine Situation im Wandel, die von Fragmenten der amerikanischen Kultur und resistenten Kräften der nationalkulturellen Grundlagen durchsetzt ist. Hinsichtlich der Schule, der Gewalt und der Rolle des Staates bleibt die französische Substanz erhalten: die starke Verbundenheit mit dem republikanischen Modell und die Erwartungen an die Zukunft. Allerdings bleiben diese Erwartungen im Globalen, Abstrakten, Idealen und stützen sich nicht auf das, was die Jugendlichen aus dem Erlernten konkret ableiten können. Beim Umgang mit der Delinquenz geht die Mehrheit von einem medizinischen und sozialen Ansatz aus: Die französische Einstellung, die Gewalt betrachtet wie eine Krankheit, eine soziale oder psychologische Erkrankung, die geheilt werden kann, findet ihre selbstverständliche Zustimmung. Nur eine verschwindend kleine Minderheit tendiert zu der repressiven Antwort, wie sie für die amerikanische Kultur und Gesellschaft charakteristisch ist. In den Bereichen Justiz, Recht und Polizei jedoch können die amerikanischen Programme die in den USA üblichen Verfahrensweisen verbreiten und durchsetzen: Sie erreichen die Zustimmung der Jugendlichen zu den Verfahrensweisen der amerikanischen Rechtsorgane. Selbst wenn sie schon mit dem französischen Rechtssystem in Berührung gekommen sind, können sie das amerikanische System als „im Fernsehen gesehen“ vermeintlich erklären (wie etwa die Überzeugung, die französischen Polizisten müssten bei einer Verhaftung den Betroffenen über seine Rechte belehren).

Beeindruckend sind die Schwierigkeiten der Jugendlichen, wenn es darum geht, ihr Erfahrungswissen und die repetitiven Regelabläufe der amerikanischen Szenarien zu analysieren und wiederzugeben. Zwischen den Darstellungen der Verhaltensweisen und der Werte, wie sie aus einer visuellen Erfahrung hervorgehen (oder durch diese modifiziert werden) einerseits und einer Interpretation der zugrunde liegenden Ziele mancher Institutionen andererseits, wird ein tiefer Riss sichtbar. Er scheint charakteristisch für die Störungen, die die spontane und unbeherrschte Akkulturation hervorrufen kann, in der die Jugendlichen ihre Identitätserfahrungen erleben.

### Drei Filter der Akkulturation

Die Akkulturation durch die mit ursprünglich amerikanischen Inhalten gefüllten Medien wirkt also indirekt und durchläuft nacheinander drei Filter:

- Filter 1 wirkt auf den US-amerikanischen *Ursprung*, denn die USA benutzen ihre Medien, um ihr Bild in der Welt zu verbreiten. Dabei reichern sie es mit Traumelementen an und stellen einen Konsens über die leuchtenden Grundwerte von Individualismus, Freiheit und materiellem Erfolg her. Hollywoods Geschichte und vor allem seine Schwierigkeiten mit der Zensur und dem Druck der öffentlichen Meinung und Organe bezeugen von Anfang an die fast patriotische Rolle, die dem Kino und später dem Fernsehen zugeschrieben wird.<sup>6</sup>
- Filter 2 funktioniert wie eine *Schleuse*. Er wird von den Entscheidungsträgern der großen französischen Medien eingesetzt und verbindet eine vereinfachte Sicht der USA und eine klischeehafte Vorstellung vom Publikumsgeschmack mit dem Blick auf Zuschauerquoten und ökonomische Zwänge.
- Filter 3 liegt in der *Wahrnehmung* durch die Jugendlichen, der den Konsum nicht nur der amerikanischen, sondern auch der französischen Sendungen ins Spiel bringt. Die Werte, die die Jugendlichen sich angeeignet haben, und die auf nationaler Ebene wirksamen Faktoren der Sozialisation und der Vermittlung (Familie, Schule, Gleichaltrige) spielen beim Erhalt der kulturellen Substanz eine entscheidende Rolle.

Das gleichzeitige Wirken dieser drei Filter erklärt, warum die Orientierungspunkte zwischen den beiden Bezugskulturen, der französischen und der amerikanischen, gestört sind (wohl wissend, dass eine Reihe der befragten Jugendlichen sich anderen kulturellen Welten zurechnet, beispielsweise Afrika). Zu jedem Filter scheint eine eigene Fehleinschätzung der Bedingungen zu gehören, unter denen die konsumierten Sendungen produziert und ausgestrahlt werden:

- Die Fehleinschätzung der US-amerikanischen Werte (1. Filter) und des amerikanischen Modells in dem, was es an Funktio-

<sup>6</sup> Deshalb die Unterscheidung, die diese Analyse zwischen dem auf die Realität bezogenen Adjektiv „US-amerikanisch“ und dem auf die audiovisuelle Fiktion bezogenen Adjektiv „amerikanisch“ trifft.

<sup>7</sup> **Frau-Meigs, D.:** *Cultivating Crime and Criminalizing Culture: Screening Violence From the Depression to the Cold War.* In: D. Sipièrre (Hrsg.): *Le Crime organisé à la ville et à l'écran.* Paris 2001.

nalität und Gleichgewicht enthält, was man daraus also über das Funktionieren der Demokratie lernen kann (in einem Land, dessen Kultur mit unseren demokratischen Vorstellungen relativ weit übereinstimmt). Die Wahrnehmung eines geographischen und politischen Hoheitsgebietes – von der Sozialwissenschaft als unerlässlich für die Verankerung der Werte angesehen – ist bei den Jugendlichen aber nicht erkennbar. Die (US-) amerikanischen Fragmente werden aufgenommen, ohne dass ihr Sinn sich erschließt.

- Die Fehleinschätzung, wie amerikanische und französische Medien funktionieren (2. Filter), tritt noch deutlicher in den Interviews hervor, die sich an die Analyse der Fragebögen anschlossen. Die Jugendlichen erkennen nicht, welcher Logik die Medien folgen, die sie zum bevorzugten Ziel der Werbung machen – was sie zu einer leichten Beute werden lässt. Die eine oder andere kritische Anmerkung könnte eine relativ subtile Analyse vermuten lassen, führt aber nicht dazu, dass diese Mechanismen, die den Befragten als Zwangsläufigkeit ohne erkennbaren Ursprung erscheinen, abgelehnt oder in Frage gestellt werden.
- Die Fehleinschätzung der französischen Institutionen (3. Filter), besonders in Rechtswesen, Justiz und Polizei. Vielleicht liegt hier die Ursache für manch aktuelles Missverständnis und für gesellschaftlich inakzeptables Verhalten und Verstöße, wie sie von Presse und Zuständigen regelmäßig beklagt werden. Dieses Missverständnis kann sogar dazu führen, dass sich die Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion verwischt: Weil man in einer Bilderwelt lebt, wird in der Realität nicht mehr wahrgenommen, was nicht schon abgebildet worden ist.

### Gefahren und Lösungen

Worin liegen die Gefahren der Akkulturation? In einem anderen Kontext – außerhalb der Medienfrage – hat Michel Wieviorka darauf hingewiesen, dass sie zwei extreme Positionen stärken kann: auf der einen Seite einen übersteigerten Nationalismus, also die Rückversicherung einer idealisierten kulturellen Identität, mit der die von Wieviorka als *Rückzug*<sup>8</sup> bezeichnete Dämonisierung des Fremden einhergeht, auf der

8

**Wieviorka, M.:**

*Une société fragmentée? Le multiculturalisme en débat.*  
Paris 1997.



Die Nanny.



Martial Law – Der Karate-Cop.



Ally McBeal.



anderen Seite die *Zersplitterung* oder den *Tribalismus*. Im Zusammenhang mit den Medien deuten die Untersuchungsergebnisse auf die Gefahr hin, die nationale Substanz könne verkümmern und sich auf traditionsbewusste gesellschaftliche Ziele und Ideale konzentrieren (und somit die *Rückzugsversuche* fördern), sich von den alltäglichen Vorgängen und Verhaltensweisen jedoch abkoppeln, was die emotionalen und kognitiven Orientierungen beschädigen könnte.

Die heutige Akkulturation fördert Werteverwirrung als auch Sinnverlust und ruft bei den jungen Menschen Gefühle von Ohnmacht und Erstarrung hervor. Da sie nicht offen diskutiert wird, werden die durch die drei Filter bewirkten Inkohärenzen und Fehleinschätzungen auch nicht bewusst. Die Akkulturation verläuft passiv, unbewusst, ungeklärt. Sie leistet keinen Beitrag zum Aufbau eines Universums aus kohärenten Zeichen, zu einer sinnhaften Welt. Die Jugendlichen verkennen die ökonomische Funktionsweise der französischen und amerikanischen Medien. Ihnen fehlt es an tieferem Interesse für die europäischen Produktionen, paradoxerweise aber auch für die Wirklichkeit der USA. Die umgebende Medienkultur mit ihrer reduzierten Sicht der sozialen Beziehungen und ihren gänzlich fehlenden politischen Zielen scheint sich letztendlich durchzusetzen.

Angesichts der Komplexität des Phänomens „Akkulturation“ muss daran gearbeitet werden, dass sowohl die Entscheidungsträger in den Medien als auch die Jugendlichen es durchschauen. Das Phänomen „Akkulturation“ muss aufgearbeitet werden,

- indem die grundlegenden französischen Werte und Orientierungen (die sich als besonders stabil erweisen) stärker in den Blickpunkt gerückt, die tiefen Verbindungen zwischen Verfahren und Intentionen der französischen Institutionen deutlich gemacht und tatsächlich in eine europäische Perspektive eingebettet werden;
- indem den jungen Zuschauern vermittelt wird, wie das ursprüngliche US-Modell funktioniert, wie seine Werte und Institutionen arbeiten, und indem kreative Parallelen zum europäischen Kontext aufgezeigt werden;

- indem die wirtschaftliche und juristische Funktionsweise der Medien gründlich durchleuchtet wird;
- indem die erzieherische und politische Rolle der fiktionalen Sendungen (besonders der Serien) reflektiert wird, die sich an die jungen Franzosen wenden, die ihnen Identifikationsmuster aufzeigen und ihnen konkret vermitteln, wie sie ihre Zukunft in Europa mitgestalten können.

*Divina Frau-Meigs und Sophie Jehel sind Sozialwissenschaftlerinnen aus Frankreich.*

Der Text wurde übersetzt von Elisabeth Thielicke.



*Sabrina – total verhext!*

*Die Simpsons.*