

# Segmente der Unterhaltungsindustrie

Beiträge von Hanns-Werner Heister, Bernd Jürgen  
Warneken, Jürgen Alberts, Udo Klitzke, Hans J. Pfennig,  
Walter Scheiffele, Rolf Pausch, Sven Kuntze, Peter Ege,  
Karl Michael Balzer

Suhrkamp Verlag

# Inhalt

Vorwort 9

Hanns-Werner Heister

*Die Musikbox. Studie zur Ökonomie, Sozialpsychologie und Ästhetik eines musikalischen Massenmediums* 11

1. ökonomische Bestimmung der Musikbox 15
2. Musikalischdie Beschränktheit der Musikbox 26
3. Soziale Schranken der Musikbox 43
4. Funktionsspezifische Grenzen der Musikbox 54

Bernd Jürgen Warneken

*Der Flipperautomat. Ein Versuch über Zerstreungskultur* 66

Weder Reklame noch Kulturkritik:  
Zwecke und Mittel der Untersuchung 66

Born in the Depth of Depression:  
Information über die Geschichte und Verbreitung  
des Flippers 73

Gebrauchsanalyse I:  
Der Rückschlag des Profitzwecks auf die Spielerfahrung 84

Gebrauchsanalyse II:  
Unterhaltungsinhalt und Alltagserfahrung 101

Der Flipper als Bestandteil der Zerstreungskultur:  
ein erstes Resümee 120

Funktionieren, Umfunktionieren:  
Über den sozialen Stellenwert  
von Automatenunterhaltung 124

Jürgen Alberts

*Zum Beispiel Bowling*  
*Überlegungen und Materialien zum Thema »Freizeit«* 130

Udo Klitzke, Hans J. Pfennig, Walter Scheiffele

*Gaststätten als Freizeiträume.*

*Zur aktuellen Tendenz ihrer Ausstattung* 148

Zur ökonomischen Situation des Gaststättengewerbes 150

Rationalisierung und ästhetische Kompensation 155

Forcierte Verkaufsförderung durch Serviceästhetik  
und Warenästhetik 165

Folgerungen 171

Anhang: Die Sprache der Gaststätte 173

Rolf Pausch

*Diskotheken. Kommunikationsstrukturen als Widerspiegelung  
gesellschaftlicher Verhältnisse* 177

Empirische Aspekte 184

Die kommunikative Grundstruktur der Diskothek 196

Die unterschiedliche Ausprägung  
der Kommunikationsstruktur 203

Zentralisierung - Dezentralisierung 207

Funktionentrennung - funktionale Integration 207

Mediale Kommunikation - interpersonelle  
Kommunikation 209

Vereinzelung - Gruppenstruktur 211

Versuch einer gesellschaftspolitischen Einschätzung 212

Peter Ege, Sven Kuntze

*>Little Honda<. Zur Gebrauchswertbestimmung  
des Motorrads* 215

Zur Geschichte des Motorrads als Massenverkehrsmittel 217

Gegenwärtige Gebrauchstypen motorisierter Zweiräder 219

Das Motorrad als notwendiges Reproduktionsmittel der Ware  
Arbeitskraft der Jugendlichen 223

Sozialpsychologische Funktionen des Motorrads.  
Zum sekundären Gebrauchswert 225

Motorradfahren und Geschlechtsrollenidentität 228

Motorradfahren als symbolische Flucht 234

Spontanes Verhalten und Gebrauchswert 242

Karl Michael Balzer

*Freizeit-Reform?*

*Zu herrschaftstechnischen und pseudoemanzipatorischen  
Praktiken der Spiel-Bewegung 244*

1. Analytischer Aufriß 246

2. Illustrationen 263

3. Zur Ambivalenz der Spiel-Bewegung 298