

Zur Kulturfunktion der Massenmedien

Roski, Günter; Stiehler, Hans-Jörg

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Roski, G., & Stiehler, H.-J. (1982). *Zur Kulturfunktion der Massenmedien*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZfJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-383171>

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.

ZENTRALINSTITUT FÜR JUGENDFORSCHUNG
Arbeitsgruppe Kulturkonferenz

Expertise:

Zur Kulturfunktion der Massenmedien

Autoren: Günter Roski
Hans-Jörg Stiehler

Mai 1982

Einleitung

Die regelmäßige Beschäftigung mit Kunst und Literatur stellt - ungeachtet vieler Differenzierungen und Niveauunterschiede - für die Mehrheit unserer Jugendlichen ein wichtiges Lebensziel dar. Forschungsergebnisse zeigen, daß Jugendliche sehr unterschiedliche und vielfältige Erwartungen, Bedürfnisse, Interessen und politische wie ästhetische Wertmaßstäbe in ihre Kontakte mit den Künsten einbringen. Zu den vorrangig entwickelten Erwartungen und Bedürfnissen gehören die nach Unterhaltung und Entspannung, nach künstlerisch-ästhetischen Genüssen, nach "Lebenshilfe" und nach künstlerisch vermittelter Realitätsaneignung, die bei den meisten Jugendlichen im Komplex wirken. Musik, Film, Literatur und Fernsehen stehen auf vorderen Plätzen in den Freizeitinteressen. Diese vielfältigen Kunstrezep-tionen stellen für die meisten Jugendlichen keine "Flucht" aus der Realität, sondern vielmehr einen integralen Bestandteil ihrer spezifischen Wirklichkeitssicht und der politischen Bewertung dieser Wirklichkeit, dar.

Die Kulturfunktion der Massenmedien realisiert sich in zwei sich durchdringenden Ebenen:

- als Förderer kommunikativer Verhaltensweisen, Erfahrungen, Fähigkeiten und
- als Produzent bzw. Vermittler von kulturellen Angeboten, die sie zur Aneignung und - darüber vermittelt - zur gesellschaftlichen Kommunikation anbieten.

Insofern ist das Gesamtangebot der Medien zu betrachten, will man ihre Kulturfunktion umschreiben. Aufgaben unserer Medien sind in diesem Sinne:

- die Erhöhung der politischen Kultur der Rezipienten
- die Erziehung zu gesellschaftlicher Aktivität
- die Befähigung zur Erkenntnis gesellschaftlicher Zusammenhänge
- die Vermittlung eines umfassenden Bildungsgutes

- die Stimulierung zur Aneignung kultureller Leistungen
- die Vermittlung von Wertvorstellungen und Maßstäben zur Aneignung.

Aufgrund der Zielstellung der Kulturkonferenz beschränken wir uns im folgenden auf die ästhetische Kultur, wie sie durch die Massenmedien vermittelt wird. Als "Kunstinstitution" sollen unsere Massenmedien zur Beschäftigung mit Kunstwerken anregen und dem Rezipienten helfen, seine ästhetische Urteilsfähigkeit auszuprägen. Nicht zuletzt ist es ihre Aufgabe, offensiv gegen kleinbürgerliche und imperialistische Kultureinflüsse zu kämpfen und im kulturellen Bereich auftretende Versuche der ideologischen Diversion zu entlarven.

Allerdings dürfen die Wirkungsmöglichkeiten einzelner Beiträge, Folgen, Sendungen usw. unserer Massenmedien nicht überschätzt werden. Die meisten Überzeugungen und Wertmaßstäbe erwachsen aus dem gesamten Lebensprozeß, die Massenmedien wirken lediglich innerhalb eines Systems der arbeitsteiligen Kulturvermittlung als Erzieher zum Umgang mit Kultur, die sie selbst oder andere Institutionen vermitteln.

Die Vorbereitung der Kulturkonferenz der FDJ sollte deshalb auch Anlaß sein, sich über die langfristigen Wirkungsmöglichkeiten unserer Massenmedien auf das "folgenreiche" Verständnis unserer Zeit und ihrer Anforderungen, auf das Lebensgefühl im Sozialismus, nicht zuletzt auf kulturelle Bedürfnisse und Ansprüche Jugendlicher u.a. zu verständigen.

Aus der Tatsache, daß Jugendliche die Gesamtheit der Medien nutzen, ergibt sich, daß die Verwirklichung der Grundsätze der sozialistischen Jugendpolitik nicht allein eine Spezialaufgabe der Jugendorgane oder spezieller Jugendsendungen ist. Die Gesamtprogramme der Medien sowie fast alle Presseorgane müssen - natürlich mit unterschiedlicher Intensität - zur Persönlichkeitsentwicklung der Jugend beitragen.

Ausgehend von einem Überblick zur Rolle der Massenmedien im kulturellen Alltag (1.) Jugendlicher, behandelt diese Expertise:

- Probleme der Herausbildung von Erwartungen gegenüber Kunst und Literatur (2.)

- die Verantwortung der Massenmedien für die Entwicklung von Kunstverständnis und der Fähigkeit, mit Kunstwerken zu kommunizieren (3.)
- das Problem der Wirksamkeit der Massenmedien und sich daraus ergebende Schlußfolgerungen (4.).

1. Zuwendung zum Gesamtangebot der Medien, seine Resonanz und die Bedeutung der i.e.S. kulturellen Angebote (Zeitumfang, Nutzungsfrequenzen, Resonanz einzelner Angebote, bevorzugte Inhalte)
-

Aus dem hohen Anteil der Mediennutzung im Freizeitbudget Jugendlicher geht hervor, daß die Massenmedien allerdings in den vergangenen Jahren für die kulturelle Entwicklung eine besonders wichtige Rolle spielten. Dem Fernsehen, dem Rundfunk- und Musikhören, dem Lesen und dem Kinobesuch als Primärtätigkeiten widmen die Jugendlichen heute durchschnittlich 14 Stunden ihrer wöchentlichen Freizeit. Mediennutzung als Primärtätigkeit bestimmt fast 40 Prozent des gesamten Freizeitvolumens Jugendlicher (Schüler 41 %, Lehrlinge 38 %, junge Arbeiter 33 %).

Tab. 1: Mediennutzung im Zeitbudget von Schülern, Lehrlingen und jungen Arbeitern

Tätigkeit	Zeitaufwand in Stunden pro Woche		
	Schüler	Lehrlinge	Arbeiter
Fernsehen	8,9	7,6	6,3
Radio-, Musikhören	3,7	3,5	1,8
Lesen (Zeitungen und Bücher)	3,4	2,9	2,0
Kinobesuch	0,3	0,6	0,4

Eine Reihe von ZIJ-Untersuchungen der vergangenen Jahre lassen Aussagen über die inhaltliche Entwicklung der Mediennutzung Jugendlicher zu.

Dabei muß beachtet werden, daß sich in diesem Zeitraum die objektiven Bedingungen der Mediennutzung geändert haben:

- 3/4 der Jugendlichen nehmen Musik auf, überspielen sie, sammeln und tauschen Schallplatten und Kassetten; nur noch weniger als 10 % haben weder Plattenspieler noch Recorder!
- Die Verbreitung des II. DDR-Fernsehprogramms und die (auch technisch) verstärkten Bemühungen des Gegners führten dazu, daß Jugendliche 3 bis 4 Programme empfangen können; der Anteil, der nicht fernsieht, liegt deutlich unter 10 %, bereits in der 10. Klasse verfügen ca. 20 % über einen eigenen Fernsehapparat.
- Gestiegen sind die Auflagen verschiedener besonders Jugendliche ansprechender Presseerzeugnisse ("Junge Welt", "Neues Leben" u.a.).

Die Kulturfunktion unserer Massenmedien realisiert sich also im Kontakt mit einem im "Mediengebrauch" erfahrenen Jugendlichen, der durch vielfältige objektive und subjektive Bedingungen die Möglichkeit zu einer eigenständigen interessengesteuerten Zuwendung zu unseren und teilweise zu den gegnerischen Massenmedien hat. Kennzeichnend ist jedoch, daß die Jugend in der Mehrheit zwar gesicherte politisch-ideologische aber qualitativ weniger entwickelte ästhetische Wertmaßstäbe für die Auseinandersetzungen mit kulturellen Angeboten des Gegners hat. Das ist deshalb problematisch, weil die Aneignung des ideellen Gehalts von Kunstwerken usw. immer nur in Einheit mit (vermittelt durch) ihrer künstlerischen Gestalt stattfinden kann.

Für die Betrachtung der Kulturfunktion der Massenmedien ist wichtig, daß sich Medienbesonderheiten deutlich im Mediengebrauch Jugendlicher widerspiegeln. Verallgemeinernd kann gesagt werden: Unter dem kulturellen Aspekt sind Zeitungen und Zeitschriften bevorzugte Informationsquellen über Kunst und Literatur und der Orientierung des Kunstverhaltens, wobei hier die Rolle der Medien weit hinter dem Austausch persönlicher Erfahrungen und deren Wirksamkeit zurückbleibt.

Das Fernsehen wird vor allem als Film- und Unterhaltungsmedium (i.w.S.) genutzt, während der Rundfunk vor allem der Befriedigung umfangreicher, aber auch differenzierter Musikbedürfnisse dient.

Ein Überblick über die Nutzung verschiedener Massenmedien läßt folgende Tendenzen deutlich werden:

1. Presse

Die "Junge Welt" ist heute die von allen Schichten der Jugend am meisten gelesene Tageszeitung. Ihre Beliebtheit ist wesentlich durch die Beliebtheit einzelner Seiten bestimmt. Am gefragtesten sind die Sport-, die Antwort- und die Kulturseite.

Am häufigsten wird die "Junge Welt" von Jugendlichen mit Abschluß der 10./11. Klasse gelesen (ca. 70 %), kaum jedoch noch von Hochschulbasolventen. Bei 16- und 17jährigen erreicht die "Junge Welt" also ihre höchsten Nutzungsfrequenzen. Danach geht ihre Nutzung zugunsten der Bezirkszeitungen der SED und des ND zurück.

Tab. 2: Häufigkeit des Lesens ausgewählter Tageszeitungen bei Lehrlingen, jungen Arbeitern und Studenten (in %)

	an 6 Tagen der Woche	an 2-5 Tagen der Woche	an 1 Tag der Woche	gar nicht
Junge Welt	45	20	11	24
ND	16	14	11	59
Bezirkszei- tungen SED	25	11	6	58

Unter den täglichen Lesern der "Jungen Welt" sind vor allem Schüler (vgl. Tab. 3), Studenten und Lehrlinge zu finden. Junge Arbeiter bevorzugen in fast gleichstarkem Maße die Bezirkszeitungen der SED. Das ND wird am häufigsten täglich von Studenten rezipiert. Mit zunehmendem Alter differenziert sich die inhaltliche Nutzung der Tageszeitungen deutlich. So werden Beiträge aus Politik, Kunst und Kultur sowie Informationen aus aller Welt z.B. von Schülern der 10. Klasse deutlich häufiger gelesen als von Jüngeren. Was Beiträge zu Kunst und Kultur betrifft, so lesen Schüler der 7. Klasse sie zu 37 Prozent mindestens einmal wöchentlich, Schüler der 10. Klasse zu 51 Prozent. Bei Informationen über kulturelle Fragen gibt die Mehrheit der Jugendlichen deutlich der "Jungen Welt" den Vorrang.

Tab. 3: Lesehäufigkeit der "Jungen Welt" bei Schülern der 7. bis 10. Klasse von 1972 bis 1980. Nahezu tägliche Leser und häufige Leser (mindestens einmal wöchentlich/ in Klammern) (in %)

	Klasse 7	Klasse 8	Klasse 10
1972	(24)	32 (46)	47 (56)
1976	(33)	68 (79)	63 (75)
1980	25 (39)	50 (62)	69 (79)

Das "Neue Leben" ist die von Jugendlichen am meisten gelesene Monatszeitschrift, wobei weibliche Jugendliche unter 20 Jahren es am häufigsten lesen. Fast jeder dritte Jugendliche im Alter zwischen 16 und 20 Jahren liest das "Neue Leben" fast immer.

Tab. 4: Nutzung von Zeitschriften und Illustrierten durch Jugendliche (in %)

	fast immer	ab und zu	(1 + 2)	sehr selten	nie
Neues Leben	25	37	(62)	26	12
Filmspiegel	7	26	(33)	33	34
Urania	5	13	(18)	28	54
Junge Generation	3	7	(10)	12	78
Forum	0	4	(4)	10	86

Bei Über-21jährigen verliert das "Neue Leben" zunehmend an Bedeutung. Jedoch bleibt die Prozentzahl derjenigen hoch, die in dieser Altersgruppe das "Neue Leben" ab und zu lesen, was die Bereitschaft auch älterer Jugendlicher signalisiert, diese Zeitschrift bei interessanten Beiträgen (und Bezugsmöglichkeiten!) zu lesen.

Bei einer Beurteilung des Gefallensgrades der Zeitungen und Zeitschriften des Verlages Junge Welt durch ihre Leser schneidet das "Neue Leben" ähnlich gut wie die "Junge Welt" ab. Über 80 Prozent seiner Leser gefällt es sehr gut und gut. Die Aufmachung und wesentliche Inhalte des Magazins entsprechen offensichtlich weitgehend den Erwartungen der jungen Leute.

Zu einigen inhaltlichen Fragen:

Insgesamt informieren sich mehr als 70 Prozent über kulturpolitische Ereignisse/Fragen, obwohl auch hier die Rezeption kurzer Beiträge deutlich dominiert. Die große Häufigkeit persönlicher Gespräche, vor allem über Film- und Fernseherlebnisse, wie die Wünsche nach mehr Beiträgen zur Kultur i.w.S. belegen aber eine große Aufgeschlossenheit Jugendlicher.

Tab. 5: Wünsche nach Erweiterung von Beiträgen zu kulturellen Fragen in der "Jungen Welt" (1976; in %)

	Es sollten mehr Beiträge gebracht werden zu				
	Kunst/ Kultur	Fernsehen/ Film	Disko/Ju- gendklubs	Tanz- musik	Büchern
gesamt	36	47	58	61	22
Schüler	33	83	66	69	25
Lehrlinge	35	51	65	69	20
junge Arbeiter	40	35	45	48	23

Mit Ausnahme der Buchbeilage lagen Wünsche nach weniger Beiträgen unter 10 % (Buchbeilage 24 %). Wichtig ist, daß ideologisch wenig profilierte Jugendliche deutlich häufiger Interesse äußerten, mehr über Film und Fernsehen, Musik und Diskotheken/Jugendklubs zu lesen. Das ist ein guter Anknüpfungspunkt, zumal 1976 60 Prozent erwarteten, daß auch die Beziehungen von Kultur und Politik dargestellt werden. In der Tendenz sind diese Ergebnisse nach wie vor aktuell.

Eine ähnliche Aufgeschlossenheit kennzeichnet die Leser des "Neuen Leben". Beiträge zur Freizeitgestaltung, zum kapitalistischen Showgeschäft, zu Filmen und zu Musik wurden 1976 verstärkt erwartet und sind wichtiger Bestandteil der Rezeption dieser Zeitschrift.

Wie aus Untersuchungen zum Filmverhalten hervorgeht, ist die orientierende Rolle etwa der Filmkritiken noch zu gering, obwohl sie von mehr als der Hälfte der Leser häufig zur Kenntnis genommen werden. Ungeachtet der Wichtigkeit der kulturellen Informationen sollten die gegenwärtigen Bemühungen um einen

Dialog und Erfahrungsaustausch mit und unter der Jugend "in Sachen" kulturelles Leben über die Kulturkonferenz hinaus geführt werden, weil die Entwicklung kultureller Verhaltensweisen ein langfristiger Prozeß ist. In diesem Zusammenhang wären Überlegungen dienlich, wie insbesondere die Beiträge der Jugendpresse stärker in das Leben der FDJ-Gruppen einbezogen werden können.

2. Rundfunk

Der Rundfunk befriedigt seit Jahren die ausgeprägten Musikinteressen, vor allem bei Beat, Rock und Schlagern. Jugendliche hören täglich etwa zwei bis drei Stunden Musik (Radio, Konserve, Konzerte). Die Zahl der täglichen Rundfunkhörer unter Jugendlichen hat sich von 1976 bis 1980 nur unwesentlich erhöht.

Kennzeichnend für das Hören vor allem von Musik- und Magazinsendungen ist dessen hoher Anteil als Sekundärtätigkeit (ca. 2 bis 3 Stunden täglich), z.B. bei Hausarbeiten (98 %) oder beim Lernen und Lesen (44 %). Entsprechend der dominanten Bedürfnisse nach Entspannung und Unterhaltung bevorzugen Jugendliche im allgemeinen Rock- und Schlagermusik. Dennoch sind die Musikinteressen vielfältig; ausschließlich Rock und Beat hören 13 % sehr gern bzw. gern. Typisch für die Mehrheit ist ein Musikgebrauch, der über die Nutzung von Rock, Beat und Schlager hinausgeht und auch Musicalmelodien (41 %), Volkslieder (37 %), Orgelmusik (34 %), Musik aus Operetten (31 %), Lieder der DDR-Singebewegung (28 %), Chansons (21 %) und Jazz (19 %) positiv wertet.

In einer Untersuchung der Abteilung Soziologische Forschungen des Staatlichen Komitees für Rundfunk teilten Jugendliche zwischen 15 und 23 Jahren u.a. folgenden Programmbestandteilen im Rundfunk der DDR diese Rangplätze zu (insgesamt wurden 78 Programmbestandteile zur Bewertung vorgegeben):

- Jugendmagazinsendungen (4. Platz)
- Rezensionen und Kritiken/Berichte über neue Kinofilme (11. Platz)
- Rezensionen und Kritiken/Berichte über neue Fernsehfilme und -spiele (14. Platz)
- Rezensionen und Kritiken/Berichte über neue Bücher (23. Platz)

- Sendungen über Musik (über Komponisten, Stilrichtungen usw. mit Musikbeispielen) (33. Platz)
- Sendungen über Kunstausstellungen (53. Platz)
- Sendungen über Theateraufführungen (58. Platz).

Der Rundfunk wird auch genutzt als wichtige Quelle der kurzen Information über das politische Geschehen. Dem großen Interesse Jugendlicher an Sendungen mit Magazincharakter, die sowohl musikalische als auch Bedürfnisse nach Information befriedigen, kommt "DT 64" entgegen. Untersuchungsergebnisse von 1980 belegen, daß dieses Jugendmagazin z.B. von Schülern der 7. bis 10. Klasse zu 44 Prozent mindestens einmal wöchentlich verfolgt wird, wobei die Schüler der 10. Klasse mit 55 Prozent die höchste Nutzungsfrequenz ausweisen. Die Jugendsendungen des DDR-Rundfunks werden (wie auch "Rund" im DDR-Fernsehen) von etwa jedem dritten Jugendlichen fast immer gehört. Trotz des ohnehin schon relativ hohen Musikanteils wünschen Jugendliche noch eine Erweiterung der Musikbeiträge, akzeptieren aber auch die Wortbeiträge.

Tab. 6: Häufigkeit der Nutzung von "DT 64" und "Hallo" (in %)

	fast immer	ab und zu	sehr selten	nie
DT 64	34	43	16	7
Hallo	31	43	16	10

Bei verbesserten Empfangsmöglichkeiten hatten 1980 westliche Rundfunksendungen nur geringfügig mehr Resonanz als 1976. Die konsequente Orientierung der DDR-Sender auf massenhafte Kommunikationsbedürfnisse (Musik, kurze Information, Serviceleistungen usw.) und Nutzungsgewohnheiten im Tagesablauf (z.B. "Jugendachse") kann als ein wichtiger Grund dafür gelten, daß das "Plus" für unsere Programme im Hörverhalten z.B. größer ist als beim DDR-Fernsehen.

Ergebnisse der Abteilung Soziologie des Staatlichen Komitees für Rundfunk belegen z.B., daß während der "Jugendachse" unserer Rundfunksender eine deutlich geringere Zahl Jugendlicher sich Westsendern zuwendet.

Folglich kann mit dem speziellen Jugendangebot ein erheblicher Teil Jugendlicher an die Programme des DDR-Rundfunks gebunden werden. In diesem Zusammenhang wäre es sicher überlegenswert, das DT-64-Abendprogramm nicht nur, wie bisher, über UKW Berlin anzubieten.

3. Fernsehen

Untersuchungsergebnisse belegen eine zunehmende Fernseheteilnahme bei jüngeren Schülern ebenso wie einen Rückgang in der Sehbeteiligung ab etwa dem 17. Lebensjahr und einen erneuten Anstieg zum Ende des Jugendalters. Durchschnittlich wenden sich Jugendliche täglich eine bis eineinhalb Stunden dem Fernsehen zu.

Die gestiegene Fernsehzeit (z.B. bei Schülern) ist vor allem auf eine stärkere Zuwendung zu Spielfilmen und partiell zu Sendungen des Jugendfernsehens zurückzuführen. Seit 1976 hat sich die Sehbeteiligung der Schüler an ausgewählten Sendebiträgen des DDR-Fernsehens weitestgehend stabilisiert. Das betrifft ihre Zuwendung zu Spiel- und Fernsehfilmen (über 90 % mindestens einmal wöchentlich), zu Unterhaltungssendungen (ca. 70 %) und zu Sendungen des Jugendfernsehens (etwa 60 % - alles Werte für Schüler; 1980).

Das Fernsehen ist für Jugendliche das entscheidende Medium der Filmrezeption. 1977 wurde ermittelt, daß Jugendliche etwa sechsmal mehr Filme im Fernsehen als im Kino sehen. Rechnet man durchschnittlich 15 bis 20 Kinobesuche im Jahr pro Jugendlichen dazu, so sehen Jugendliche jährlich etwa 120 bis 150 Spielfilme.

Darüber hinaus sehen Jugendliche pro Jahr etwa

- ± 125 Kriminal- und Abenteuerfilme
- 100 Unterhaltungssendungen
- 110 Sportsendungen
- 110 Fernsehfilme und -spiele.

Das macht schon quantitativ die große Bedeutung eines Fernsehangebotes deutlich, das an die Kommunikationsbedürfnisse anknüpfen und sie entwickeln helfen muß und das vielgestaltige Wirkungen nach sich zieht (z.B. im langfristigen Beeinflus-

sen der "Anschauung der Welt" in der ganzen Vielfalt seiner Bedeutungen!).

Charakteristisch für die Rezeptionsweise im Fernsehen ist u.a.:

- Jugendliche verfügen heute über eine 10- bis 15jährige Fernseherfahrung, die im Zusammenhang mit Merkmalen der durch das Fernsehen möglichen Rezeptionsweise wie relativ feste Programmstrukturen, leichter "Zugriff", vielfältige Angebote, Möglichkeiten des Um-, Ab- und Wegschaltens, hohe Stereotypisierung vieler Angebote (wie z.B. Musik und Unterhaltung, Sport, Serien) wirksam wird.

Diese ungezwungene, alltägliche und bisweilen beiläufige Zuwendung wird, wie auch ästhetische Maßstäbe, gerade von Jugendlichen zunehmend auf die Auseinandersetzung mit "traditionellen" Künsten (einschließlich Kino) übertragen, kann deshalb u.a. dort zu Rezeptionsschwierigkeiten führen.

- Im Zusammenwirken von Fernseherfahrungen, Merkmalen des Mediums, Gebrauchsgewohnheiten in der Familie und Erwartungen an das Fernsehen wird deutlich, daß das Fernsehen heute als das Medium für Unterhaltung i.w.S. genutzt wird. Dabei ist zu beachten, daß Unterhaltung für Jugendliche differenziert ist, auf spezielle Angebote ebenso bezogen wie auf die interessante, vergnügliche Form von Fernsehangeboten (einschließlich des Vergnügens am Mitdenken) ist und natürlich auch "Abschalten" wie Lebensfreude beinhaltet.

Als besonders wichtiges Bewertungskriterium einzelner Sendebeiträge erweist sich daher deren Unterhaltsamkeit. Die intensivere Zuwendung zu einzelnen Sendegattungen korrespondiert eng mit dem Unterhaltungswert, den sie für ihre Zuschauer nach ihren (meist langjährigen) Erfahrungen haben.

Den Unterhaltungswert ausgewählter DDR- und BRD-Fernsehsendungen schätzen Jugendliche sehr unterschiedlich ein. Allerdings ist nach ihrer Meinung außer "Rund" die Unterhaltsamkeit anderer Unterhaltungs- und Musiksendungen, aber auch der Kriminal- und Abenteuerfilme des DDR-Fernsehens nicht befriedigend.

- Wenn aufgrund der großen Film- und Fernseherfahrungen Jugendlicher mehrheitlich auch ein "funktionsgerechter" Gebrauch

von Filmen/Fernsehsendungen (auch aus dem kapitalistischen Ausland) zu registrieren ist, bedürfen folgende Tendenzen besonderer Aufmerksamkeit:

- Etwa 50 % der Zuwendung zum Fernsehen gilt Angeboten der BRD-Stationen - erhöhte Wahlmöglichkeiten schlagen sich häufig "zugunsten" von Unterhaltungsangeboten dieser Sender nieder. Allerdings ist kein mit der Zahl der empfangbaren BRD-Programme proportionaler Anstieg zu verzeichnen.
- Der Unterhaltungswert von BRD-Fernsehsendungen wird also allgemein höher eingeschätzt (Ausnahme: Rund) als der von DDR-Fernsehsendungen. Das ist umso ernster zu nehmen, als diese Erfahrungen in entscheidendem Maße Mediengewohnheiten mitprägen und die Möglichkeit, auf andere Kanäle umzuschalten, subjektiv die Bindung der Befriedigung des Unterhaltungsbedürfnisses an unsere Sendungen erschwert.
- Bei einer nicht zu unterschätzenden Minderheit Jugendlicher ist eine einseitige Bevorzugung "rein" unterhaltssamer Sendungen und Kinofilme zu registrieren.
- Die Bewußtheit und Zielgerichtetheit des Fernsehverhaltens ist sehr unterschiedlich entwickelt: Wenn bei hoher Fernseherfahrung und Vorinformation über das Programmangebot (ca. bei 75 %) sich nur 25 % an ihre Vorauswahl halten und ca. 2/3 der Jugendlichen regelmäßig die zur Verfügung stehenden Programme durchschalten, sind auch Möglichkeiten gegeben, in problemlos rezipierbaren Sendungen unterschiedlicher Qualität und ideologischen Gehaltes "hängenzubleiben".

Etwa ein Drittel aller Jugendlichen sind ständige Zuschauer unserer Jugendsendungen. Eine 1978 durchgeführte Untersuchung konnte unter Schülern eine durchschnittliche Sehbeteiligung für "Rund" von 48 % und für "Jugendklub" von 17 % ermitteln. Diese Schüler bewerteten die Sendungen des DDR-Jugendfernsehens insgesamt positiv, wenn auch nicht uneingeschränkt und widerspruchsfrei. 92 % der "Rund"-Zuschauer gefiel diese Sendung sehr gut und gut (45 % bzw. 47 %), für "Jugendklub" äußerten 67 % eine solche Wertung (17 % sehr gut, 50 % gut).

Insgesamt heben Schüler den Unterhaltungswert und die Machart in ihren Urteilen hervor: Über jeweils 80 % halten sie - wenn auch mit Vorbehalten - für unterhaltend, interessant und gut gemacht und schätzen die gesendete Musik. Das Verhältnis zum politischen Gehalt der Sendungen ist differenziert zu werten. Ihm werden Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft sowie Anregungen für die FDJ-Arbeit zugesprochen, mehrheitlich jedoch mit Einschränkungen. Kritisiert werden der hohe Stellenwert der politischen Thematik (von 3/4 der Schüler) und die geringe Realitätsnähe in der Darstellung des Lebens Jugendlicher (von 59 %).

Ergebnisse verschiedener Studien lassen annehmen, daß hinter diesen Ergebnissen ein verkürztes (vorwiegend theoretisches) Politikverständnis bei den Jugendlichen wie bei den "Machern" der Sendungen steht.

Ungeachtet der großen Bedeutung von Unterhaltungsansprüchen gegenüber Jugendsendungen (60 % erwarten dies in fast allen, weitere 31 % in den meisten Sendungen) werden diese Sendungen nicht allein an ihrem Unterhaltungswert oder der Menge der Beatmusik gemessen. Das gilt mit hoher Wahrscheinlichkeit auch für andere Sendungen/Kunstangebote/Medienbeiträge. Z.B. halten nahezu 90 % eine Jugendsendung dann für gut, wenn neben guter Musik auch Beiträge gebracht werden, die sich mit den alltäglichen Problemen Jugendlicher beschäftigen und ihre sozialen Erfahrungen berücksichtigen. Auch das Zu-Wort-Kommen der Jugendlichen selbst und das Eingehen auf ihre kommunikativen Erfahrungen (vom Stil bis zur Jugendlichkeit der "Macher") spielt in den Bewertungen eine große Rolle. Positive Erfahrungen mit einer solch breiten Befriedigung von Erwartungen Jugendlicher tragen nach verschiedenen Untersuchungen auch zur Wirksamkeit von Beiträgen zum politischen Geschehen, zu gesellschaftlichen Fragestellungen und zur FDJ-Arbeit bei.

Die Vorbereitung der Kulturkonferenz der FDJ sollte auch Anlaß sein, über die Beziehungen von Unterhaltung und Ideologie weiter nachzudenken. U.E. ist es dabei sinnvoll, den positiven ideologischen Effekt der Befriedigung wichtiger kommunikativer Grundbedürfnisse Jugendlicher (darunter nach Unterhal-

tung) durch unsere Medien ebenso im Auge zu behalten wie den politisch-ideologisch positiven Wert von Lebensfreude, Geselligkeit usw. im Sozialismus. Dabei kann an den ausgeprägten Wunsch Jugendlicher angeknüpft werden, ihre alltäglichen Lebensprobleme (zu denen die Meisterung gesellschaftlicher Anforderungen gehört, sie aber nicht erschöpft) durch Massenmedien gestaltet und gewertet zu sehen, um ihnen so die verschiedensten Gattungen und Genres der Künste für eben diesen Alltag nutzbar zu machen.

Ausgehend von der Feststellung, daß die Massenmedien heute aufgrund ihrer Stellung im Freizeitverhalten konstitutiv für ästhetische Erfahrungen sind, wollen wir abschließend hervorheben: Die Kulturkonferenz der FDJ sollte Anlaß sein nachzudenken, wie allein durch die weitere Verbesserung kultureller Angebote der Massenmedien ein Beitrag zur kommunistischen Erziehung geleistet werden kann. Ebenso wichtig ist die Verantwortung der Massenmedien (zusammen mit vielfältigen Aktivitäten der FDJ-Organisationen, auch der Schule usw.) für die Herausbildung solcher Verhaltensweisen im Umgang mit den Massenmedien, die Voraussetzung für die Realisierung dieser Ziele seitens der Jugendlichen sind.

2. Zu einigen Problemen der Herausbildung von Erwartungen an Kunst und Kultur im Zusammenhang mit der Verantwortung der Massenmedien

Im Zusammenhang mit den objektiven und subjektiven Voraussetzungen und dem Ausmaß der Mediennutzung war hervorgegangen, daß Erwartungen und Interessen zu den wichtigsten subjektiven Dispositionen der Mediennutzung zählen und zwischen Wirkungsabsicht/-potenz der Angebote der Massenmedien und den tatsächlichen Wirkungen vermitteln. Von Erwartungen und Interessen sind alle Phasen des Kommunikationsprozesses Jugendlicher mit Medienangeboten beeinflusst, die Selektion aus dem Angebot, die Qualität der Rezeption und der Verarbeitung der Angebote ein-

schließlich ihres "Gebrauchs" in der interpersonalen Kommunikation, zum Nachdenken über gesellschaftliche Fragen und sich selbst usw.

Ergebnisse vieler Untersuchungen legen die Vermutung nahe, daß es neben relativ allgemeinen Erwartungsstrukturen gegenüber Kunstwerken und Medienangeboten auch speziellere gibt, die für einzelne Künste gelten und deren Spezifik (in Produktion und Rezeption) widerspiegeln.

1979 konnten vier Grundtypen allgemeiner Erwartungen an Kunst und Literatur gefunden werden, die gerichtet sind auf:

- die künstlerische Gestaltung gesellschaftlicher und privater Fragen und Probleme;
- Kunstwerke, die über die Schaffung neuer, von der Realität abgehobener Erlebnisse auf den Rezipienten und seine Probleme zurückverweisen;
- Kunstwerke, die Unterhaltung i.w.S. ermöglichen (Spannung wie künstlerischen Genuß wie Kenntnisvermittlung);
- Kunstwerke, die primär einen unterhaltsamen Zeitvertreib ermöglichen.

Diese Grunderwartungen sind nicht gleichmäßig verteilt und auch nicht zusammenhanglos im Bewußtsein Jugendlicher und in ihrem Verhältnis zu Kunstwerken präsent.

Die meisten dieser Erwartungen sind (wenn auch nur in Teilaspekten) produktiv auf eine Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit orientiert: 70 % sehen mehr oder minder deutlich in der Beschäftigung mit Kunst und Literatur eine Möglichkeit, sich mit Fragen unserer gesellschaftlichen Entwicklung auseinanderzusetzen. Diese Jugendlichen kennzeichnet auch eine stärkere Ausprägung nahezu aller Erwartungen an Kunstwerke (Ausnahme: kurzweiliger Zeitvertreib). Der Wunsch, Neues kennenzulernen, seinen persönlichen Erfahrungsbereich in der Auseinandersetzung mit Kunstwerken zu erweitern, bestimmt den Charakter jeglicher Erwartungshaltung in entscheidendem Maße mit!

Tab. 7: Sehr stark bzw. stark ausgeprägte Erwartungen an Kunst und Literatur bei Jugendlichen (1. Zahl: sehr starke und starke Erwartung; 2. Zahl in Klammern: sehr starke Erwartung)

Erwartung	bei	Lehrlingen	Studenten	jungen Arbeitern
Neues kennenzulernen		63 (33)	73 (35)	71 (35)
Spannung		63 (27)	50 (11)	58 (21)
Anregungen zum Nachdenken über mein Leben		52 (21)	43 (16)	47 (18)
die Darstellung von Fragen und Problemen unserer gesellschaftlichen Entwicklung, die in den Massenmedien sonst wenig diskutiert werden		41 (12)	55 (22)	43 (18)
Entspannung		36 (12)	50 (17)	41 (17)
in eine gehobene Stimmung versetzt zu werden		37 (14)	20 (7)	29 (11)
etwas zu erleben, was mir sonst nicht möglich ist		49 (21)	22 (7)	42 (19)
künstlerischen Genuß		21 (7)	47 (13)	33 (13)
die Darstellung von Fragen und Problemen unserer gesellschaftlichen Entwicklung		24 (10)	30 (9)	29 (11)
kurzweiligen Zeitvertreib		20 (6)	21 (6)	22 (8)

- Es fällt auf, daß innerhalb der Erwartungen Themen eine große Rolle spielen, die in unseren Massenmedien sonst wenig diskutiert werden. Für einen Teil der Jugendlichen stellt die Aneignung von Kunst und Literatur u.a. auch einen Ersatz für (ihrer Meinung nach) fehlende öffentliche Auseinandersetzung dar. Diese Entwicklung verdient besondere Aufmerksamkeit, weil sie mögliche Anknüpfungspunkte für den Gegner signalisiert und weiterhin die Wichtigkeit des Grundatzes betont, alle ideologischen Probleme in unserer politischen (und kulturpolitischen) Massenarbeit zu klären.
- daß die Befriedigung von Erwartungen nach künstlerischem Genuß (als eine der wesentlichen Funktionen) von Kunstwerken) wahrscheinlich an Bedeutung verloren hat und einen re-

lativ geringen Stellenwert in den Erwartungen einnimmt. Das äußert sich z.T. in einseitigen Kunstrezeptionen und einer nur gering ausgeprägten Bereitschaft zur Aneignung anspruchsvoller Kunstwerke.

- daß Jugendliche mit einem auch in den Erwartungen deutlichen positiven Verhältnis zur Gegenwartskunst ein vielseitigeres Kunst- und Medienverhalten haben als andere Jugendliche. Sie sind "offener" auch für die ganze Breite unserer Künste, einschließlich ihrer Unterhaltungsangebote, während eine vorrangige Orientierung (Erwartung) auf Unterhaltung teilweise den Genuß und die Verarbeitung vielfältiger künstlerischer Erlebnisse hemmt. Die Förderung der Gegenwartskunst (und einer entsprechenden "Kunst des Zuschauens"!) steht also zu recht im Zentrum der kulturpolitischen Arbeit.
- daß "hinter" den beschriebenen Grunderwartungen eine große Breite im Kunstverhalten steht, weil
 - gerade bei Jugendlichen Kunst- und Medienverhalten einer teilweise großen "Dynamik" unterworfen ist (auch im Sinne des Ausprobierens),
 - diese Grunderwartungen an sehr verschiedene kulturelle Angebote herangetragen werden (Unterhaltsamkeit und Vergnügen z.B. als eine vielfältige Freizeitaktivitäten durchziehende Grundorientierung),
 - diese Grunderwartungen mit z.T. sehr verschiedenen politischen, ästhetischen usw. Wertmaßstäben verbunden sind. Z.B. ergab eine Analyse der Rezeption von DEFA-Filmen, daß das gute Ankommen einiger Filme der letzten Zeit u.a. durch ein gelungenes Eingehen auf Unterhaltungsbedürfnisse und andere Erwartungen (wie "Lebenshilfe", Diskussion interessanter Probleme usw.) bedingt war.

Unseren Medien- und Kunstangeboten gelten besonderes Interesse Jugendlicher und höhere Ansprüche. Unsere Filme z.B. werden deshalb leidenschaftlicher diskutiert und kritischer bewertet als etwa vergleichbare Filme aus anderen Staaten. Ähnliche Tendenzen zeigen sich auch hinsichtlich der politischen Information: Die Klärung wichtiger politischer Fragen erwarten ca. 60 % in starkem Maße von unseren Massenmedien (ca. 15 % von

denen des Gegners). "Enttäuschungen" in der Kommunikation mit unseren Angeboten wiegen deshalb weitaus schwerer; und zwar nicht nur wegen der "verpaßten Gelegenheit", unserer Ideologie und unserem Lebensgefühl Geltung zu verschaffen, sondern auch hinsichtlich der langfristigen Bindung Jugendlicher an unsere Massenmedien.

Inhaltlich sind diese Erwartungen auf eine große thematische Breite gerichtet. Ergebnisse verschiedener Studien legen die Schlußfolgerung nahe, daß Beiträge, die mehr oder minder direkt "Hilfestellung" für die Meisterung vielfältiger Anforderungen durch die Jugend leisten, einen besonderen Platz im Medienverhalten gewinnen. So wurde 1976 zu folgenden Themen eine Erweiterung der Behandlung in unseren Massenmedien besonders häufig gewünscht: Jugendtouristik (86 %), Freundschaft/Liebe/Ehe (81 %), Möglichkeiten der Freizeitgestaltung (81 %), Probleme der Kritik und Aktivität (wie man Vorschläge und Kritiken unterbreiten soll, damit sich etwas ändert) (74 %), Verhältnis zwischen den Generationen (68 %). (Aus verschiedenen Untersuchungen geht hervor, daß diese Ergebnisse in der Tendenz nach wie vor aktuell sind.)

Hierin (und in anderen Ergebnissen) wird u.E. deutlich, daß Jugendliche durch die Massenmedien Orientierung und Diskussion ihres Alltages (in der Freizeit wie in ihren sozialen Beziehungen, in der Schule wie im Beruf) erwarten, in dem sich ihre Entwicklung und die Realisierung der großen Anforderungen unserer Zeit vollziehen.

3. Beiträge der Massenmedien zur Entwicklung der "Kommunikationsfähigkeit" Jugendlicher

Das Kunstverständnis ist ein Produkt vielfältiger Umwelteinflüsse, die sich, gebrochen durch die aktive Tätigkeit des Menschen, zu einem System von persönlichen Wertmaßstäben vereinen, nach denen ein Kunstwerk erlebt, bewertet und genossen wird. Aufgabe der Massenmedien ist es, in diesen Prozeß produktiv einzugreifen, um bei den Jugendlichen Wertmaßstäbe

herauszubilden und zu befördern, die im Einklang mit der gesellschaftlichen Entwicklung stehen und sie befähigen, sich solchen Kulturgütern zuzuwenden, die der allseitigen Entwicklung ihrer Persönlichkeit dienen.

Kunstverständnis und "Kommunikationsfähigkeit" werden durch die Massenmedien natürlich zunächst durch ihre Angebote gefördert oder gehemmt. Die Massenmedien sind aber auch eine wichtige Sphäre des gesellschaftlichen Umgangs mit der Kunst, der Diskussion.

Untersuchungen belegen, daß unter Jugendlichen täglich massenhaft Gespräche über Film, Musik und Unterhaltungssendungen geführt werden, die für das gewachsene Bedürfnis stehen, sich über künstlerische Erlebnisse auszutauschen. Diese Gespräche, die im übrigen auch im Elternhaus eine Rolle spielen (jedoch nicht so stark ausgeprägt wie im Freundeskreis), beeinflussen in starkem Maße die Entwicklung ästhetischer Wertorientierungen und weltanschauliche Entwicklungen. An diese Bedürfnisse nach Erfahrungsaustausch und Erfahrungsgewinn der Jugendlichen können und müssen unsere Medien noch stärker anknüpfen, um gezielt auf die Entwicklung und Förderung von Wertmaßstäben einzuwirken.

In organisierten Diskussionen bestehen dagegen nach wie vor gravierende Hemmnisse, weil viele Jugendliche Vorbehalte anmelden. Für einen Teil der Jugendlichen sind Freundeskreis und Elternhaus nicht Ergänzung sondern Ersatz für die Auseinandersetzung um gesellschaftliche (und damit auch kulturelle) Fragen in der FDJ-Gruppe, im Arbeits- und Lernkollektiv. Da kulturelle Verhaltensweisen aber stark durch die interpersonale Kommunikation determiniert sind, verweisen diese Ergebnisse auf noch auszuschöpfende Reserven in der Arbeit des Jugendverbandes.

Tab. 8: Gespräche mit Freunden und Eltern über ausgewählte Themen, die mindestens einmal wöchentlich geführt werden (in Klammern: Häufigkeit ausführlicher Gespräche in einer Woche), differenziert nach Tätigkeiten (in %)

Es sprechen über ... mit	Lehrlinge	Studenten	Arbeiter
- Beat und Rock			
- mit Freunden	86 (48)	63 (22)	56 (22)
- mit Eltern	48 (12)	25 (3)	23 (8)
- Fernsehfilme			
- mit Freunden	66 (15)	51 (12)	69 (12)
- mit Eltern	69 (15)	52 (11)	69 (17)
- Kinofilme			
- mit Freunden	62 (24)	87 (49)	53 (21)
- mit Eltern	50 (13)	41 (10)	38 (7)
- Bücher			
- mit Freunden	29 (9)	65 (21)	29 (7)
- mit Eltern	26 (5)	33 (8)	20 (2)
- Theateraufführungen			
- mit Freunden	10 (3)	34 (19)	8 (1)
- mit Eltern	13 (5)	28 (9)	14 (4)

Verschiedene Untersuchungen beweisen:

Die Auswahl und Bewertung vieler künstlerischer Angebote erfolgt bei Jugendlichen zur Zeit relativ unabhängig und unbeeinflusst von gesicherten künstlerisch-ästhetischen Wertmaßstäben (das gilt vor allem für primär auf Unterhaltung orientierte Angebote, häufig aber auch für traditionelle Künste). Jugendliche werden zu häufig allein gelassen bei der Gestaltung der Beziehungen zu den verschiedenen Künsten. Sowohl die angebotenen Kunstwerke als auch die Propagierungsmaßnahmen, Kritiken u.a. Diskussions- und Bewertungsangebote überfordern bzw. unterfordern häufig die Erfahrungen, Lebenspositionen, Wertorientierungen und Kenntnisse der Jugendlichen (offensichtlich wird häufig ihr politisches Bewußtsein unterschätzt

und ihre künstlerisch-ästhetischen Kenntnisse und Erfahrungen werden überschätzt).

Das Verhältnis zu Kunstwerken gestalten Jugendliche z.Z. also vor allem auf der Basis ihrer eigenen Erfahrungen. Das ist natürlich eine völlig normale Erscheinung! Aber es ist offensichtlich, daß diese Selbständigkeit im "Gebrauch" der Kunst auch ihre Wurzeln in einer nur geringen Wirksamkeit gesellschaftlicher Bemühungen um die Fähigkeit, mit Kunstwerken usw. in Kommunikation zu treten, hat.

Tab. 9: Orientierungshilfen für die Entscheidung für Kunstwerke über die Gegenwart (in %)

Ich orientiere mich...	fast immer	selten und ab u. zu	nie	fast immer		
				Lehrl.	Stud.	Arb.
an meinen eigenen Erfahrungen mit entsprechenden Kunstwerken	47	(45)	8	47	58	41
an der Meinung von Freunden u. Bekannten	15	(74)	11	13	20	12
an der Meinung von Familienangehörigen	11	(79)	10	12	9	11
an der Werbung	11	(65)	24	12	7	11
an der Kunstkritik	8	(64)	28	9	10	5
ich überlasse es dem Zufall	8	(50)	42	8	5	10
an der Meinung von Funktionären der FDJ, der SED und des FDGB, die ich kenne	4	(56)	40	4	1	6

Zu wenig Unterstützung erhalten Jugendliche z.B. bei der Entwicklung eines selbständigen Fernsehverhaltens. Vorhandene Informationen (Programmhinweise und die wenigen Fernsehkritiken) werden meist lediglich als "Schlüsselinformationen" genutzt, nicht zur Orientierung bzw. Verarbeitung des Gesehenen. So

werden z.B. die Filmkritiken von "Junge Welt" und "Neues Leben" von ca. der Hälfte der Leser dieser Presseerzeugnisse häufig und sehr häufig verfolgt. Allerdings sind Rezensionen dann zu selten Bestandteil von Filmdiskussionen. Nur 29 Prozent der Jugendlichen diskutieren pft über Rezensionen. Dabei würden Bemühungen der DDR-Massenmedien, noch mehr Orientierungshilfe zur Kunstrezeption zu geben, auf fruchtbaren Boden treffen, wie verschiedene Untersuchungsergebnisse zeigen.

Bemerkbar macht sich hier das Fehlen jugendspezifischer, d.h. auf deren Erfahrungen, Erwartungen, Interessen, Wertmaßstäben und Einstellungen aufbauender und diese dann verändernder Kunstkritiken. Immerhin müssen Jugendliche z.B. jährlich aus mehreren hundert Spielfilmen in Kino und Fernsehen auswählen, von denen ein Großteil der bürgerlichen Lebensweise verpflichtet ist, für deren Bewertung den Jugendlichen nur unzureichend ausgeprägte kulturell-ästhetische Maßstäbe zur Verfügung stehen.

Notwendig sind deshalb jugendspezifische Publikationen in Sachen Film und Fernsehen, beispielsweise populärwissenschaftliche "Lehrfilme" zur Filmerziehung. Denkbar wäre ein Jugendfilmklub im DDR-Fernsehen, der Einführungen zu ausgewählten Filmen gibt, Filmdiskussionen organisiert und so Rezeptionsschwierigkeiten abbaut. Darüber hinaus sollte man dem großen Interesse der Jugendlichen am "Drumherum" der Filmproduktion stärker entgegenkommen. Auch das könnte ein Fernseh-Jugendfilmklub, könnten aber auch Rundfunk und Presse in ähnlicher Art und Weise verwirklichen.

Einige Überlegungen zu Inhalt und Stil einer auf Jugendliche orientierten Kunstkritik:

1. Die Kunstpropaganda und -kritik sollte künftig stärker die massenhaften kulturellen Verhaltensweisen zum Gegenstand nehmen. Der Meinungsstreit in den Tageszeitungen über Ausstellungen und Spitzenfilme muß ausgedehnt werden auch auf weniger "anspruchsvolle" Problemstellungen.
2. Die Kunstkritik, die leiser nach wie vor vorrangig die traditionellen Künste bedenkt, sollte die gesamte Breite des kulturellen Lebens erfassen und sich stärker auch solchen

Bereichen und Genres zuwenden, die für Jugendliche hohe Bedeutung haben (Beat- und Rockkonzerte, Jugendsendungen im Fernsehen, "Jugendfilme", Poster u.a.).

3. Kunstpropaganda und -kritik sollten stärker den vorhandenen Erwartungen, Gewohnheiten und Rezeptionsfähigkeiten Jugendlicher Rechnung tragen, um, an sie anknüpfend, zu ihrer Entwicklung beizutragen.
4. Literatur- und Kunstkritik sollte bestehen aus vorbereitenden, besprechenden und nachbereitenden Beiträgen. Dieser berechtigten Forderung wird noch viel zu selten entsprochen. Eine rechtzeitige Orientierung aber bringt Erwartungen hervor, stimuliert sie, eine nachbereitende Diskussion mit Lesern/Hörern/Zuschauern verfestigt Werturteile, Kenntnisse und Erfahrungen im Umgang mit Kunst und schafft wiederum eine neue Erwartungshaltung.
Die Wertung ist - im Sinne einer Orientierung und Bildung des Jugendlichen - das bestimmende Element einer (guten) Literatur- und Kunstkritik. Nicht mechanisches Zensieren - wie man es leider auch noch antrifft - sondern präzise Deutung und Bewertung werden erwartet; eine Aufgabe, der die Medien in ihrer Gesamtheit noch nicht immer gerecht werden.
5. Zu wenig wird beachtet, was die Jugend heute brennend im kulturellen Bereich interessiert. Gerade das jedoch sollte die Kunst stärker verarbeiten, sollte die Kunstkritik wiederum stärker aufgreifen.
6. Die Auseinandersetzung mit Einflüssen der bürgerlichen Kultur und Lebensweise über die Westmedien muß konsequenter und aktueller erfolgen, als das bisher der Fall ist. Hier können gute Ansätze wie z.B. im "Neuen Leben" ausgebaut werden.
7. Von Bedeutung ist es dabei, Einflüsse der bürgerlichen Kultur und Lebensweise in ihrer ganzen Breite zu diskutieren (Freizeitverhalten insgesamt, Musik- und Modetendenzen, Literatur, subkulturelle Erscheinungen usw.). Allerdings ist grundsätzlich eine größere Aktualität vonnöten. Oftmals haben sich die Jugendlichen bereits Meinungen und Urteile gebildet, bevor unsere Medien reagieren.

8. Sie sollte stärker mit der Jugend ins Gespräch kommen, was auch Konsequenzen für Sprache und Stil eines solchen Dialogs hat.
9. Zu bemängeln ist eine relative Formen-Eintönigkeit der Literatur- und Kunstkritik, die sich in allen Medien niederschlägt und von der auch die jugendorientierten Beiträge und Sendungen nicht ausgenommen sind, wengleich es hier allerdings fruchtbare Ansätze gibt. Ein Beschränken auf Rezensionen ist ein Verschwenken von Möglichkeiten, auf Kunst differenziert einzustimmen, für Kunst Interesse zu erwecken. Zu selten aber beleben das Ensemble der Kritik Werkstattgespräche, Probenreportagen, Künstlerporträts, Diskussionsrunden mit Künstlern oder Feuilletons. Gerade diese Genres aber haben für den Orientierungsprozeß und die Herausbildung von Wertmaßstäben bei Jugendlichen immense Bedeutung. Mehr nutzen sollte man vor allem Kulturkritik und -propaganda in Form der Diskussionsrunde. Die Erörterung des Für und Wider in Gesprächen mit Künstlern - wobei junge Leute als Gesprächspartner direkt mit einbezogen werden müssen - wirkt überzeugend, wirklichkeitsnäher und wird mit großer Wahrscheinlichkeit bei der Bildung von Wertmaßstäben Berücksichtigung finden.
10. Eine differenzierte Werbung und Kritik vor allem für Werke der sozialistischen Gegenwartskunst erscheint notwendig. Untersuchungen weisen z.B. darauf hin, daß geweckte Erwartungen (besonders an Filme aus dem sozialistischen Ausland), die in der Rezeption dann enttäuscht werden, rasch zu einer generalisierenden Negativhaltung und zu Vorbehalten führen können.
Mit der bloßen Behauptung, ein Bild, ein Theaterstück oder ein Film sei vom Standpunkt des Kritikers gelungen, kann man niemand aus der kulturellen Reserve locken, geschweige denn, zur Bildung von Wertmaßstäben beitragen. Gefragt ist Erziehung zur Rezeption.
11. Mehr zu beachten ist, daß vielfältige Kunstereignisse territorial gebunden sind. Daraus ist ersichtlich, daß neben den zentralen Jugendredaktionen die Bezirkspresse (und -rund-

funk) eine hohe Verantwortung haben, mit der Jugend "in Sachen Kunst" ins Gespräch zu kommen.

4. Überlegungen zur Wirksamkeit der Massenmedien

Ungeachtet der z.T. intensiven Diskussionen über den Wirkungsbegriff ist die exakte Ermittlung von Wirkungen der Massenkommunikation und künstlerischer Aneignung aus verschiedensten Gründen ein "Stiefkind" der Forschung geblieben. Deshalb stützen sich die folgenden Überlegungen zu dieser Frage auf nicht immer unproblematische Verallgemeinerungen von Einzelstudien und theoretische Positionen, die nicht in jedem Falle belegt werden können. Sie sind deshalb zuallererst als Diskussionsangebot zu sehen.

1. Die Wirkung von Kunstwerken und Medienangeboten ist durch ihren tatsächlichen Gebrauch durch Jugendliche, ihre Aneignung vermittelt. Wirkung ist daher Merkmal der Qualität von Kommunikationsprozessen und zweiseitig bestimmt: durch Produktion und Gebrauch. Die Berücksichtigung inhaltlicher und formaler Ansprüche Jugendlicher an Kunst- und Medienangebote, ihrer sozialer Erfahrungen, Haltungen und Kenntnisse, ihrer Umgangsweisen mit Kunst und den Massenmedien ist deshalb keine Randfrage. Das ist eine notwendige Bedingung von Kunst- und Medienwirkung. Konzentrierte Bemühungen aller gesellschaftlichen Erziehungsträger zur Entwicklung dieser subjektiven Dispositionen des Mediengebrauchs dienen damit nicht nur schlechthin der ästhetischen, politischen, moralischen usw. Erziehung Jugendlicher, sondern fördern gleichermaßen den über Kunst- und Medienangebote vermittelten Dialog und Erfahrungsaustausch mit der Jugend und durch die Jugend zu den wichtigen Fragen unserer Zeit.

Die Bedeutung der aktiven Aneignung für die Wirkung von Kommunikationsprozessen macht die Verantwortung der Massenmedien für inhaltlich und formal "kommunikationsfreundliche" Angebote deutlich.

2. Die durch die Forschung ansatzweise nachgewiesenen Wirkungen von Kommunikationsprozessen sind sehr vielgestaltig und komplex. Auf die folgenden Wirkungsfelder soll besonders hingewiesen werden:

- Ein besonderes gelungenes Eingehen auf kommunikative Ansprüche Jugendlicher kann kurzfristige und langfristige Veränderungen auf die Beziehungen zwischen Jugendlichen und "ihren" Medien fördern. Obwohl z.B. positive Gefallensurteile und hohe Nutzungsfrequenzen keine zuverlässigen Gradmesser für tatsächliche Bewußtseinsveränderungen in der Kommunikation darstellen, signalisieren sie doch Qualitäten in der Beziehung Massenmedien - Jugend. Sie sind nicht nur gute Voraussetzungen für die Wirkungsabsichten der Massenmedien, sondern auch unmittelbar politisch wichtig, weil Jugendliche durchaus den Charakter unserer Massenmedien reflektieren.
- Die große Bedeutung vor allem der audiovisuellen Kommunikation durch Film und Fernsehen verweist nachdrücklich auf die Beeinflussung von Realitätsvorstellungen und "Weltbildern" hinsichtlich vergangener, gegenwärtiger und zukünftiger Prozesse. Diese Kenntnisaneignung zu Lebensweisen und -haltungen, zu technischen Fragen, zum "Aussehen" von Landschaften und Orten usw. kann als gesichert gelten. Hier erwächst unseren Massenmedien gerade in der Auseinandersetzung mit Filmen aus dem kapitalistischen Ausland eine große Verantwortung (die attraktiv fotografierte Fassade) und lenkt die Aufmerksamkeit auf den (auch in einfachsten Sinne des Wortes) "weltanschaulichen" Hintergrund der ästhetischen Attraktivität als wichtige Wirkungsbedingung.
- Medienangebote und Kunstwerke spielen eine große Rolle in der interpersonalen Kommunikation, die ein wichtiger Bereich ihrer Aneignung (Verarbeitung) ist und diese zugleich beeinflussen kann. Um einen quantitativen und qualitativen Zuwachs in der Kommunikationsfähigkeit und -bereitschaft und den Inhalten dieser Gespräche zu erreichen und zu fördern, ist es u.a. notwendig:
 - Medienangebote direkter auf den "Erfahrungsaustausch" Jugendlicher hin anzulegen;

- Beiträge der Jugendmedien, Kunstwerke usw. mehr in die Arbeit der FDJ-Gruppen einzubeziehen;
 - aktueller durch die Massenmedien auf die ohnehin in großem Ausmaß stattfindenden Gespräche Jugendlicher einzugehen und so zu orientieren und stimulieren.
- Medienangebote und Kunstwerke können beitragen zur Entwicklung und Veränderung ästhetischer Beziehungen (Wertungen, Sichtweisen, Rezeptionsfähigkeiten).
- Die Förderung einer ästhetischen Genußfähigkeit i.w.S. (oder deren "Verkümmerung") wird dabei sowohl durch die Medien- bzw. Kunstproduktionen selbst wie auch durch den gesellschaftlichen Umgang (z.B. durch effektive Lernhilfen für die Rezeption formal anspruchsvoller oder ungewöhnlicher Werke, solche anderer Kulturen usw.) beeinflusst.
- Vielfältige Untersuchungsergebnisse und Erfahrungen belegen, daß auf diesem Gebiet "Nachholebedarf" besteht. Der ideologische Gehalt von Kunstwerken und ihre künstlerische Gestalt, der ästhetische Genuß durch ihre Aneignung sollten auch im Umgang mit der Kunst (in der Kritik, in den Diskussionen, in der Schule usw.) eine Einheit bilden.
- Ein besonderes Wirkungsfeld der Massenmedien und gerade von Kunstwerken ist ihr Einfluß auf das "risikofreie Lernen" durch die Auseinandersetzung mit angebotenen Verhaltensweisen, Lebensorientierungen usw., ihrer Nützlichkeit für das persönliche Leben, ihrer praktizierbarkeit u.a.
- Wichtig für dieses Lernen am Modell ist u.a.:
- die "reale Vergleichbarkeit" (Glaubwürdigkeit) der dargestellten Situationen, Verhaltensweisen und Handlungsmotive mit den Erfahrungen, Kenntnissen, Phantasien und Vorstellungen Jugendlicher von unserer Realität;
 - die Fähigkeit (des Kunstwerkes wie seiner Rezipienten), wesentliche Erscheinungen in den Verhaltensweisen aufzudecken (ohne dies jedesmal als "abstrakte" Moral formulieren zu müssen);
 - die soziale Unterstützung dieser Lernprozesse dort, wo das Verhalten umgesetzt werden muß;
 - die Berücksichtigung z.T. längerer Zeiten zwischen der kommunikativen Aneignung von Verhaltensweisen und ihrer tatsächlichen Praktizierung.

In diesem Zusammenhang wird die Heldengestaltung sehr wichtig. Die Auseinandersetzung mit politischen, moralischen, weltanschaulichen, kulturellen usw. "Botschaften" von Kunstwerken erfolgt nachweisbar über die Auseinandersetzung mit den jeweils angebotenen Heldenfiguren. Dabei kennzeichnet die Rezeptionsweise Jugendlicher ein spannungsvolles Verhältnis von Identifikation und Distanz: Verhaltensweisen auch sympatischer jugendlicher Helden in Film, Literatur, Theater usw. werden z.B. nicht kritik- und bedingungslos akzeptiert.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist, daß Jugendliche ebenso die Gestaltung von "action"-Helden erwarten wie die von Alltagshelden, daß aber letztere eine weit größere persönliche Bedeutsamkeit für Jugendliche haben. Bei ihrer Gestaltung muß es also um eine Berücksichtigung der sozialen Erfahrungen Jugendlicher gehen, ebenso wie ihrer Fähigkeit zur Kritik nichtalltäglicher oder falscher Verhaltensweisen und Meinungen dieser Helden. Ebenso ist auf die Differenziertheit der "Heldenbilder" und der Wechselwirkung in verschiedenen Medien zu achten.

- Als bedeutungsvoll erweist sich die Fähigkeit der Massenmedien, aber auch von Kunstwerken, Themen, Werte, Probleme der Gesellschaft auf die "Tagesordnung" des geistigen Austausches zu setzen.

U.E. ist es in diesem Zusammenhang wichtig,

- rechtzeitig, umfassend und genau Stimmungen und Erfahrungen unter der Jugend berücksichtigend, die Probleme offensiv anzugehen;
- das vielfältige Instrumentarium politischer (auch kulturpolitischer) Massenarbeit wirklich arbeitsteilig zu handhaben (Jugendliche haben relativ genaue Vorstellungen darüber, was eine Jugendsendung im Fernsehen, ein Fernsehfilm, das FDJ-Studienjahr oder die Mitgliederversammlung usw. leisten können!);
- dabei genau den "Ton" zu treffen, kommunikative Gewohnheiten der Jugend zu berücksichtigen, um so den Inhalt gleich von Anfang an wirkungsvoll in die Diskussion zu bringen.

Es ist klar, daß sich die genannten Wirkungsfelder vielfältig durchdringen und in der täglichen Kommunikation eine Einheit bilden können. Doch soll auch hervorgehoben werden, daß einzelne Kunstwerke und Aktionen der Massenmedien nur in Ausnahmefällen alle Aspekte gleichermaßen realisieren können. Deshalb sind Langfristigkeit und Arbeitsteiligkeit u.E. besonders wichtige Merkmale sozialistischer Massenkommunikation und Kunst.

3. Wenngleich sich die Wirkungen der Massenkommunikation und der Aneignung von Kunstwerken zunächst als Entwicklung (Veränderung, Stabilisierung) von Kenntnissen, Gefühlen, Haltungen, gespeicherten und ausgeübten Verhaltensweisen, Kommunikationsfähigkeiten usw. am einzelnen Jugendlichen vollzieht, ist auf den kollektiven Charakter dieser Kommunikation hinzuweisen. Bewußtseinsänderungen müssen sich in gesellschaftlichen Situationen beweisen, im Kollektiv, unter bestimmten Arbeits- und Lebensbedingungen usw. Die ideologische Wirksamkeit unserer Kunst und Kultur zu fördern, heißt deshalb auch, wenn nicht sogar besonders vordringlich, dort wo Jugendliche leben, arbeiten usw., mit ihnen gemeinsam alles zu tun, was der Durchsetzung der sozialistischen Lebensweise dient. Die Förderung gebildeter, bewußter, urteils- und genußfähiger und bedürfnisreicher Jugendlicher kann nur im Zusammenhang der Entwicklung von Kunst und realem Lebensprozeß geleistet werden. (Sonst werden Kunstwerke rasch entzaubert!)

4. Aus vielfältigen Untersuchungen zur Wirkung einzelner Kommunikationsprozesse geht hervor: Durch einen Film, einen Artikel usw. werden bestehende Einstellungen, Meinungen usw. in der Regel nur geringfügig beeinflusst, bei Kerneinstellungen und -wertorientierungen meist nur "periphere" Aspekte. Die unter 2. genannten Wirkungsmöglichkeiten können also nur durch langfristige Aktivitäten der Massenmedien im Zusammenhang mit solchen der FDJ-Organisationen, der Schule usw. erreicht werden.