

Zu ausgewählten Aspekten der Rezeption bildender und angewandter Kunst durch Jugendliche: thematischer Bericht zur Studie: Kunstrezeption und Wertorientierung Jugendlicher

Lindner, Bernhard

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lindner, B. (1980). *Zu ausgewählten Aspekten der Rezeption bildender und angewandter Kunst durch Jugendliche: thematischer Bericht zur Studie: Kunstrezeption und Wertorientierung Jugendlicher*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-376207>

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.



Zu ausgewählten Aspekten der Rezeption
bildender und angewandter Kunst durch Jugendliche

Thematischer Bericht zur Studie:
Kunstrezeption und Wertorientierung Jugendlicher

Bericht: Bernhard Lindner

Forschungsleiter: Prof. Dr. sc. Lothar Bisky

Gesamtverantwortung: Prof. Dr. habil. Walter Friedrich

Leipzig, März 1980

<u>Gliederung</u>	<u>Blatt</u>
0. Einleitung	3
1. Zum Verhältnis Jugendlicher zur bildenden Kunst	4
1.1. Zur Häufigkeit des Besuches von Kunstausstellungen und Gemäldegalerien	4
1.2. Zu einigen Zusammenhängen zwischen dem Besuch von Kunstausstellungen und anderen kulturell-künstlerischen Freizeitaktivitäten	6
1.3. Zum Einfluß von Rezeptionserwartungen auf die Häufigkeit des Ausstellungsbesuches	7
1.4. Zur Eignung der bildenden Kunst für die Darstellung von Fragen und Problemen unserer Zeit	8
2. Zum Verhältnis Jugendlicher zu Plakaten und Postern	10
2.1. Zum Besitz von Plakaten und Postern	10
2.2. Nutzungswert von Plakaten und Postern für Jugendliche	12
3. Wöchentliche Geldausgabe für Kunstgewerbeartikel	14
4. Schlußfolgerungen	15
5. Anhang	17

0. Einleitung

Die Untersuchung "Kunstrezeption und Wertorientierungen Jugendlicher" wurde im II. Quartal 1979 in den Bezirken Magdeburg, Cottbus und Leipzig durchgeführt.

Zur Beantwortung der umfangreichen Fragestellungen wurden 2 Fragebogen erarbeitet (KUNST 089 und KUNST 099). Etwas mehr als die Hälfte der in beiden Fragebogen eingesetzten Fragen ist identisch (Häufigkeit der Nutzung ausgewählter Kunstangebote, Freizeitinteressen, Kunsterwartungen, Besitz ausgewählter Kulturobjekte und Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik, Lebensorientierungen usw.).

In den variablen Teilen wurden spezifische Fragen zur Nutzung von Spielfilmen, schönggeistigen Büchern, dem Fernsehen und nach den musikalischen Interessen Jugendlicher gestellt.

Die Befragung ermittelte aber auch einige Aussagen über die Nutzung ausgewählter Produkte der **b i l d e n d e n** und **a n g e w a n d t e n** **K u n s t**, die im folgenden dargestellt werden sollen.

Diese Aussagen stützen sich auf die Angaben einer Gesamtpopulation von 1788 jungen Werktätigen und Studenten.

In die Untersuchung wurden einbezogen 37 % Lehrlinge, 33 % Facharbeiter, 22 % Studenten, 4 % Angestellte, 3 % Angehörige der Intelligenz und 1 % aus nicht näher erfaßten Berufen.

Das Durchschnittsalter aller Befragten ist 20 Jahre, 54 % sind männlich und 45 % weiblich.

54 % sind Arbeiterkinder, 29 % kommen aus Intelligenz- und Angestelltenfamilien, 8 % sind Kinder von Genossenschaftsbauern und bei 9 % konnte die Tätigkeit des Vaters nicht näher klassifiziert werden. Wichtig für die Beurteilung der Ergebnisse ist noch, daß 29 % der Jugendlichen in Orten von weniger als 10 000 Einwohnern und mehr als die Hälfte der Befragten in Orten von weniger als 50 000 Einwohnern beheimatet sind.

46 % wohnen noch bei ihren Eltern, 28 % im Wohnheim, 22 % in einer eigenen Wohnung und 2 % zur Untermiete.

1. Zum Verhältnis Jugendlicher zur bildenden Kunst

1.1. Zur Häufigkeit des Besuches von Kunstausstellungen und Gemäldegalerien

In den zurückliegenden Jahren ist das Interesse unserer Werk-tätigen an den Werken der bildenden Künstler, sowohl des kul-turellen Erbes als auch des Gegenwartsschaffens, stark ge-wachsen. Dabei haben gerade die Jugendlichen einen erheblichen Anteil an den gestiegenen Besucherzahlen unserer Museen und Kunstausstellungen. Dieses damit dokumentierte Interesse wird aber von einem Großteil der Jugendlichen nicht kontinuierlich wahrgenommen; die Begegnung mit der bildenden Kunst beschränkt sich noch oft auf den Besuch der großen zentralen Kunstaus-stellungen (auf Republik- und Bezirksebene) und Museumsbesuche im Urlaub bzw. anlässlich von Wochenendausflügen.

Die Zahl der Jugendlichen mit einem sehr starken Interesse an bildender Kunst ist noch relativ gering. Zwei Drittel der be-fragten Jugendlichen (71 %) waren in den letzten 3 Monaten vor der Untersuchung nicht Besucher einer Kunstausstellung oder Gemäldegalerie.

Das betrifft vor allem die Lehrlinge (82 %) und jungen Arbei-ter (80 %). Dagegen kommen aus den Reihen der studentischen Jugend die meisten Besucher. Nur 46 % von ihnen waren im be-nannten Zeitraum nicht in einer Kunstausstellung oder Gemäl-degalerie.

Tab. 1: Anzahl der in 3 Monaten erfolgten Kunstausstellungs- und Gemäldegaleriebesuche in Abhängigkeit von der Tätigkeit (in %)

	Ich besuchte Kunstausstellungen ...			
	einmal	zwei- bis viermal	mehr als viermal	überhaupt nicht
Student	39	14	1	46
eine andere Tätigkeit	26	9	2	63
Arbeiter	15	4	1	80
Lehrling	16	2	-	82

Bedenklich ist, daß die meisten Nichtbesucher unter den bis 19jährigen zu suchen sind (z. B. je 80 % der 17- und 18jährigen). Dagegen wächst die Zahl der Kunstausstellungsbesucher mit steigendem Alter wieder an. 41 % der 23jährigen waren innerhalb der letzten 3 Monate vor der Befragung unter den Ausstellungsbesuchern.

Stark motivierend wirkt hierbei sowohl die soziale Herkunft als auch der soziale Status des Partners, insbesondere, wenn die Eltern oder der Partner der Jugendlichen Angehörige der Intelligenz sind. Sie zählen zu den aktivsten Kunstausstellungsbesuchern. Das gleiche gilt für jene, deren Partner Student ist (s. Tab. 1 und 2 im Anhang).

Die Herausbildung von stabilen Interessen an Werken der bildenden Kunst ist aber vor allem auch von den territorialen Möglichkeiten, entsprechende Ausstellungen zu besuchen, abhängig. Trotz des erfolgreichen Bemühens des Kulturbundes und des Staatlichen Kunsthandels, durch die Schaffung einer Vielzahl von kleinen Galerien noch mehr Werkstätigen Besuch von Kunstausstellungen zu ermöglichen, sind die Bewohner der Groß- und Mittelstädte dabei weiterhin bevorzugt. Den Jugendlichen aus Kleinstädten und Gemeinden ist selbst bei großem Interesse oft nur ein gelegentlicher Besuch solcher Kunstrepräsentationen möglich.

Die vergleichsweise hohe Zahl von stabilen Besuchern in den Kleinstädten (9 % waren öfter als 2 mal, davon 5 % öfter als 4 mal in Kunstausstellungen), verweist auf die große Möglichkeit an Interessenförderung in diesen Wohngebieten. (Inwiefern dieser hohe Anteil stabiler Besucher auf die Existenz von kleinen Galerien in den entsprechenden Orten zurückgeht, kann nicht belegt werden.)

Tab. 2: Anzahl der in 3 Monaten erfolgten Kunstaustellungs- und Gemäldegaleriebesuche in Abhängigkeit von der Größe des eigenen Wohnortes (in %)

Ich besuchte Kunstaustellungen ...

Wohnortgröße	einmal	zwei- bis viermal	mehr als viermal	überhaupt nicht
bis 2000 Einwohner	13	3	1	83
bis 10 000 Einwohner	14	4	5 (!)	77
bis 50 000 Einwohner	22	7	-	71
bis 100 000 Einwohner	38	2	2	58
über 100 000 Einwohner	25	10 (!)	1	64

1.2. Zu einigen Zusammenhängen zwischen dem Besuch von Kunstaustellungen und anderen kulturell-künstlerischen Freizeitaktivitäten

Das Interesse am Besuch von Ausstellungen der bildenden und angewandten Kunst ist unter den Jugendlichen relativ gering ausgeprägt. Deutlich wird aber, daß diejenigen Jugendlichen, die häufig solche Ausstellungen besuchen, zugleich auch beständige Nutzer anderer Kunstgattungen sind.

Sie sind zugleich die aktivsten Kinobesucher und Leser belletristischer Bücher.

So waren jene, die im Verlauf von 4 Wochen mehr als 4 Filme sahen, im letzten Vierteljahr zu 22 % einmal und zu 11 % zwei- bis viermal Besucher einer Kunstaustellung. Besonders aktive Ausstellungsbesucher sind dabei jene Jugendliche, denen im Untersuchungszeitraum ein Werk der Filmkunst besonders gefallen hatte (zu 32 % ein und zu 26 % zwei bis vier Ausstellungsbesuche)!

Die Häufigkeit des Ausstellungsbesuches korrespondierte in noch stärkerem Maße mit der Anzahl der in 3 Monaten gelesenen Bücher .

Tab. 3: Anzahl der in 3 Monaten erfolgten Kunstaussstellungsbesuche in Abhängigkeit von der in diesem Zeitraum gelesenen Anzahl beläetristischer Bücher (in %)

Ich besuchte Kunstaussstellungen ...

Ich habe gelesen	einmal	zwei- bis viermal	mehr als viermal	überhaupt nicht
kein Buch	10	2	-	88
ein Buch	16	3	1	80
2 bis 4 Bücher	26	8	1	65
mehr als 4 Bücher	35 (!)	10 (!)	1	53

Dabei scheint besonders die Vorliebe für Bücher sozialistischer Autoren, deren Bücher die Gegenwart behandeln, und Bücher der Weltliteratur in einem engen Wechselverhältnis zum Besuch von Kunstaussstellungen zu stehen. Jugendliche, die solche Bücher als ihnen besonders gefallen hervorhoben, waren in den letzten 3 Monaten zu 16 bzw. 15 % zwei- bis viermal Besucher einer Kunstaussstellung.

Eine gegenläufige Tendenz besteht dagegen im Verhältnis zwischen der häufigen Nutzung des Fernsehens und der Aktivität in bezug auf Ausstellungsbesuche. Jugendliche, die sehr viele Filme und Unterhaltungssendungen im Fernsehen sahen, waren innerhalb der 3 Monate seltener Gast in Galerien und Museen.

1.3. Zum Einfluß von Rezeptionserwartungen auf die Häufigkeit des Ausstellungsbesuches

Im Mittelpunkt der Erwartungen der häufigen Kunstaussstellungsbesucher an Kunst und Literatur allgemein steht der Wunsch nach künstlerischem Genuß. Das ist ein Ausdruck für ihre u. a. durch den regelmäßigen Umgang mit Werken der bildenden Kunst gestiegenen Ansprüche.

53 % der Jugendlichen, die in dem letzten Vierteljahr zwei- bis viermal in Kunstaussstellungen waren, erwarten in sehr starkem und starkem Maße (davon zu 23 % sehr stark) von der

Rezeption von Kunstwerken einen künstlerischen Genuß. Das trifft auch für 49 % der einmaligen Besucher zu, während die jugendlichen Nichtbesucher nur zu 22 % (davon 7 % sehr stark) solche Erwartungen hegen.

Die jugendlichen Ausstellungsbesucher erwarten auch zu annähernd einem Drittel in sehr starkem und starkem Maße von der Kunst, also auch von der bildenden Kunst, die Darstellung von Fragen und Problemen unserer gesellschaftlichen Entwicklung. Aber ebensoviele von ihnen erwarten dies nur in geringem Maße (zwei bis vier Ausstellungsbesuche = 36 % in mittlerem und 30 % in schwachem Maße). Das deutet auf eine mögliche Tendenz zur Bevorzugung 'problemfreier' Kunstwerke durch diese Jugendlichen hin; für sie geht ein gesteigertes Interesse an künstlerischen Werken nicht mit einem großen Interesse an der Darstellung gesellschaftlicher Fragen und Probleme einher.

Der Ausstellungsbesuch ist für viele Jugendliche scheinbar eher eine Möglichkeit, Entspannung zu finden. 55 % der einmaligen und 28 % der mehrmaligen Ausstellungsbesucher erwarten dies von Kunst und Literatur in sehr starkem und starkem Maße.

In diesem Zusammenhang ist von Interesse, daß sich unter den Kunstausstellungsbesuchern annähernd in gleich starkem Maße Gruppen von Jugendlichen befinden, die sich entweder besonders für Kunstwerke über die Gegenwart (34 %) oder die Vergangenheit (31 %) interessieren. Ob diesem Interesse an Kunstwerken über die Vergangenheit ein harmonisierender Grundzug innewohnt (zu denken wäre an eine einseitige Rezeption von Bildern der alten Meister), kann mittels der Untersuchung nicht belegt werden.

1.4. Zur Eignung der bildenden Kunst für die Darstellung von Fragen und Problemen unserer Zeit

Offensichtlich ist, daß viele Jugendliche der bildenden Kunst nur wenig Potenzen für die Darstellung unserer Zeit, ihrer Entwicklung und ihrer Probleme, zu sprechen. Fast die Hälfte der Jugendlichen meint, daß Gemälde und Grafiken dazu weni-

ger gut (35 %) bzw. überhaupt nicht (12 %) geeignet seien. Damit nimmt die bildende Kunst im Vergleich zu sechs anderen Kunstgattungen, hinter Dokumentar-, Kino- und Fernsehfilm, sowie der Literatur, dem Theater und auch Beattiteln den letzten Platz ein (vgl. Tab. 3 im Anhang)!

Nur 15 % der Jugendlichen halten sie für diese Aufgabe sehr gut und 38 % für gut geeignet. Zu betonen ist allerdings, daß mit 12 % der Angaben die Zahl derjenigen Jugendlichen, die meinen dies nicht einschätzen zu können, ebenfalls am höchsten von allen Gattungen war.

Besondere Zweifel an dieser Fähigkeit der bildenden Kunst haben die Lehrlinge (zu 19 % überhaupt nicht geeignet) und jungen Arbeiter (14 %). Dieses Urteil kommt also am häufigsten von denjenigen Jugendlichen, die in überwiegendem Maße zu den selteneren Besuchern von Kunstausstellungen gehören!

Sicherlich ist auch aus diesem Grunde die Anzahl derjenigen unter ihnen, die meinen, dies nicht einschätzen zu können, am höchsten (15 und 14 %).

Studenten vertraten diesen Standpunkt gegenüber der bildenden Kunst nur zu 2 %! Von ihnen meinten lediglich 4 %, nicht beurteilen zu können inwieweit Gemälde und Grafiken geeignet sind, ihre Zeit widerzuspiegeln.

Das bedeutet aber nicht, daß sie dafür umso häufiger der Meinung wären, daß die bildende Kunst diese Fähigkeit in hohem Maße besäße. Nur 18 % von ihnen ist dieser Meinung (zum Vergleich: 15 % der Arbeiter und 13 % der Lehrlinge). Die Mehrzahl der Studenten ist ebenfalls der Meinung, der bildenden Kunst ständen hier nur wenig Möglichkeiten zur adäquaten Widerspiegelung unserer Wirklichkeit zur Verfügung (41 %).

Diese Tendenz in der Auffassung Jugendlicher stimmt insofern nachdenklich, als das Schaffen vieler unserer bildenden Künstler gerade auf die Darstellung unserer Entwicklung und die dabei auftretenden Probleme gerichtet ist.

Ein Grund für diese Haltung liegt möglicherweise darin, daß von den Jugendlichen, die meinen, die bildende Kunst sei dazu nicht geeignet, der überwiegende Teil nur in mittlerem bzw. schwachem Maße (27 und 25 %) bzw. gar nicht (22 %) von Kunst und Literatur erwarten, daß sie solche Probleme aufgreifen.

Ihre Erwartungshaltung wird also hier mittelbar zum Bewertungsmaßstab! Das führt scheinbar u. a. auch zu einem Nicht-zur-Kennntnis-nehmen bildkünstlerischer Entwicklung.

2. Zum Verhältnis Jugendlicher zu Plakaten und Postern

2.1. Zum Besitz von Plakaten und Postern

Ein entscheidender Einfluß auf die Geschmacksbildung Jugendlicher, der Herausbildung ihrer ästhetischen Normen, geht von den Dingen aus, die sie täglich erleben, von denen sie unmittelbar umgeben sind.

Es sind in erster Linie Produkte der angewandten Kunst und Formgestaltung, die zur Gestaltung des eigenen Wohnraumes herangezogen werden (von Möbeln über Wohnraumtextilien, Tapeten bis hin zu Plakaten und Postern). Direkt künstlerische Arbeiten werden dagegen weitaus seltener verwandt.

Für viele Jugendliche ist es in der letzten Zeit selbstverständlich geworden, die Wände ihrer Zimmer mit Plakaten zu schmücken. Damit wird von ihnen vor allem die zweite Funktionsebene der Plakate, die über ihren primären Informationszweck hinausgeht und sich besonders auf ihren dekorativen Charakter bezieht, verstärkt genutzt. Diesem Trend folgend werden nun bereits seit längerer Zeit Poster produziert (s. z. B. Posterprogramm des Staatlichen Kunsthandels oder das Posterangebot unserer Beatformationen), deren Zweck primär in ihrer Dekorativität besteht.

Zwei Drittel der Jugendlichen besitzen Plakate und Poster in erstaunlich hoher Stückzahl: 29 % bis zu 5, 16 % bis zu 10, 18 % bis zu 20, und 8 % bis zu 50 Stück und mehr.

Vor allem die jüngeren unter den Jugendlichen (bis 19 Jahre), insbesondere die Lehrlinge, besitzen sehr viele Poster und Plakate. 13 % der Lehrlinge besitzen über 20 Stück, davon 4 % sogar über 50.

Tab. 4: Besitz von Plakaten und Postern in Abhängigkeit von der Tätigkeit der Jugendlichen (in %)

Ich besitze Plakate und Poster ...

	bis 5	bis 10	bis 20	über 20	keine
Lehrling	21	19	28(!)	13(!)	19
Student	46(!)	15	10	4	25
Arbeiter	24	13	14	5	44
eine andere Tätigkeit	31	9	6	6	48

Daß Plakate und Poster auch unter Schülern (wurden in der Untersuchung nicht erfaßt) sehr beliebt sind, geht daraus hervor, daß jene Jugendlichen, deren Partner/Partnerin Schüler sind, die größte Stückzahl besitzen, 85 % von ihnen besitzen Plakate und Poster, 31 % davon zwischen 10 und 20 Stück!

Viele Schüler und Lehrlinge scheinen also Plakate und Poster direkt zu sammeln und auch zu tauschen (s. entsprechende Tauschspalten in Kinder- und Jugendzeitschriften)!

Studenten besitzen dagegen vorrangig eine kleinere Anzahl, aber wahrscheinlich bewußter ausgewählte Stücke.

Plakate und Poster existieren in einer großen inhaltlichen Breite - vom Film- und Theaterplakat bis zu den Postern von Beatformationen. Welchen Inhalts die von den Jugendlichen gesammelten Plakate und Poster hauptsächlich sind, kann nur indirekt bezeichnet werden, indem der Plakatbesitz mit der Nutzung anderer Kunstgattungen durch die Jugendlichen verglichen wird.

So besitzen z. B. die jugendlichen Anhänger der Rockmusik zu 27 % zwischen 10 und 20 Plakate und Poster. Aber auch die häufigen Kinobesucher verfügen zu 34 % über die gleiche Anzahl.

Dabei ist zu berücksichtigen, daß für diese beiden Kunstgenre eine große Anzahl von Plakaten und Postern vorliegen. Jugendliche Liebhaber von DDR-Schlagermusik besitzen dagegen zu 52 % keine Poster, was u. a. auch aus der dafür existierenden Angebotslage resultieren könnte.

2.2. Nutzungswert von Plakaten und Postern für Jugendliche

Plakate und Poster sind für Jugendliche in annähernd gleich starkem Maße Mittel zur zeitgemäßen Gestaltung der Wohnung, als auch Ausdruck ihres Denkens und Fühlens.

66 % von ihnen (davon 20 % vollkommen) sehen in Plakaten und Postern ein zeitgemäßes Mittel für die Gestaltung ihres Wohnraumes.

Das trifft analog dem Umfang des eigenen Besitzes solcher graphischen Produkte vor allem für die jüngeren unter den Jugendlichen zu. 39 % aller 17jährigen stimmt der genannten Aussage vollkommen zu. Bezogen auf die Tätigkeit der Jugendlichen sind es vor allem die Lehrlinge (77 %, davon 33 % vollkommen), die Plakate und Poster für eine zeitgemäße Form der Wohnraumgestaltung halten. Ist der Partner/die Partnerin Schüler, stimmen die Jugendlichen dem sogar zu 47 % (!) vollkommen zu. Dementsprechend sind Plakate und Poster in besonderem Maße für die Lehrlinge Ausdruck ihres Denkens und Fühlens (32 % vollkommene Zustimmung).

Kunstwert wird ihnen dagegen besonders von den Studenten zugesprochen (60 %, davon aber nur 9 % vollkommen). Tab. 5, Bl. 13

Rechnet man die Aussagen derjenigen Jugendlichen zusammen, die vollkommen bzw. mit Einschränkungen meinen, daß Plakate und Poster Ausdruck des Denkens und Fühlens junger Menschen sind, so treten zwischen den einzelnen Tätigkeitsgruppen nur geringe Unterschiede auf. Für jeweils zwei Drittel dieser Jugendlichen sind die Plakate und Poster, die ihre Wohnung zieren, nicht nur Element der dekorativen Gestaltung, sondern zugleich auch Ausdruck ihres Lebensgefühls und Selbstverständnisses!

Nur 8 % der Jugendlichen meinen dagegen, daß diese gebrauchsgraphischen Arbeiten nicht dafür geeignet sind, Ausdruck ihres Denkens und Fühlens zu sein.

Diese enorme Bedeutung, die die Jugendlichen Plakaten und Postern unterlegen, fußt zum größten Teil auf ihrer bisherigen Erfahrung mit diesem Genre der angewandten Kunst. Von den Jugendlichen, die Plakaten und Postern diese besondere Qualität zuschreiben, richten sich 50 % bei der Entscheidung für ein Gegenwartskunstwerk fast immer nach ihren bisherigen Erfah-

rungen damit (33 % von ihnen tun dies ab und zu).

Plakate und Poster sind für ihre jugendlichen Nutzer im wesentlichen Gebrauchsgegenstände und Ausdrucksmittel ihres Lebensgefühls zugleich. Kunstwert sprechen sie ihnen nur in relativ geringem Maße zu (37 % kaum, 18 % überhaupt nicht). Besonders die Lehrlinge vertreten diese Ansicht (36 % kaum, 24 % überhaupt nicht). Studenten sprechen ihnen dagegen ihren Kunstcharakter nur zu 9 % vollkommen ab (32 % kaum).

Tab. 5: Nutzungswert von Plakaten und Postern für Jugendliche in Abhängigkeit von ihrer Tätigkeit (in %)

bezogen auf: (1) vollkommen meine Meinung
(2) mit gewissen Einschränkungen meine Meinung
(3) (1) + (2)

Plakate und Poster sind ...

	Ausdruck des Denkens und Fühlens junger Menschen			Mittel zur zeitgemäßen Gestaltung der Wohnung			Kunstwerke		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Lehrl.	32(!)	40	72	33(!)	44	77(!)	6	34	40
Stud.	19	56(!)	75	13	47	60	9	51(!)	60
Arb.	22	43	65	11	48	59	6	35	41
eine andere Tätigk.	20	54	74	13	41	54	6	38	44

Mit steigendem Alter der Jugendlichen nimmt die Ansicht unter ihnen zu, daß diese gebrauchsgraphischen Arbeiten durchaus zu den Kunstwerken zu zählen sind (bis 16 Jahre = 38 % vollkommen und mit gewissen Einschränkungen / 19 Jahre = 49 % / 23 Jahre = 58 %). Die Zahl der Jugendlichen, die dieser Aussage vollkommen zustimmen, bleibt aber stets konstant um 7 %.

Es sind vor allem die häufigen Kinobesucher und aktivsten Leser belletristischer Literatur, die in Plakaten und Postern Kunstwerke sehen. So vertreten 54 % (15 % vollkommen) der Jugendlichen, die in den letzten 4 Wochen mehr als 4 Filme im Kino sahen und 56 % (12 % vollkommen) der Jugendlichen, die im letzten Vierteljahr mehr als 4 Bücher gelesen haben, diese Ansicht. Ihr an der intensiven Rezeption anderer Gattungen geprägter Kunstsinn schließt Plakate und Poster mit ein.

3. Wöchentliche Geldausgabe für Kunstgewerbeartikel

Zur künstlerischen Gestaltung des eigenen Wohnraumes gehören für viele Jugendliche auch kunstgewerbliche Gegenstände. Insofern sollte diese mit in die Auswertung einbezogen werden. Aus den Angaben ist ersichtlich, daß es wiederum jene Jugendliche sind, die auch zu anderen Kunstgattungen ein intensives Verhältnis haben, welche im Befragungszeitraum kunstgewerbliche Gegenstände erwarben. Insgesamt gaben 23 % der Jugendlichen innerhalb einer Woche Geld hierfür aus. Insbesondere die Mädchen und jungen Frauen traten als Käufer auf (30 % gegenüber 18 % der jungen Männer).

Aufgrund des relativ hohen Durchschnittspreises kunstgewerblicher Artikel sind Lehrlinge in geringerem Maße unter den Käufern zu finden (18 %). Junge Arbeiter gaben zu 24 %, Studenten und Jugendliche aus anderen Tätigkeitsgruppen zu je 30 % innerhalb einer Woche Geld dafür aus. Sie waren es auch, die teure Exponate erwarben (Studenten zu 10 % über 20,- M / Arbeiter zu 12 % / eine andere Tätigkeit zu 17 %).

Kunstgewerbliche Gegenstände dienen anscheinend ebenso wie Werke anderer Kunstgattungen zur Befriedigung künstlerischer Bedürfnisse. Jene Jugendliche, die von der Beschäftigung mit Kunst und Literatur in sehr starkem Maße künstlerischen Genuß erwarten, gehören zu den kauffreudigsten. 33 % von ihnen hatten innerhalb einer Woche Artikel des Kunstgewerbes käuflich erworben. Von ihnen hatten 10 % bis zu 20,- M und 12 % noch mehr Geld dafür investiert.

Jugendliche, die diesbezüglich nur schwache Erwartungen haben, gaben dagegen nur zu 15 % Geld dafür aus.

Ebenfalls zählen jene Jugendliche, für welche der regelmäßige Genuß von Kunstwerken zum festen Bestandteil ihres Lebens gehört, zu den aktiven 'Nutzern' kunstgewerblicher Gegenstände. 29 % von ihnen erwarben im Zeitraum von 7 Tagen solche Artikel (zum Vergleich: Jene, für die dieses Lebensziel nur schwache Bedeutung hat, gaben nur zu 19 % Geld dafür aus).

4. Schlußfolgerungen

Die dargestellten Ergebnisse sind nur für einige Aspekte des Rezeptionsverhaltens Jugendlicher zur bildenden und angewandten Kunst aussagefähig. Insofern ist es auch nur partiell möglich, Schlußfolgerungen zu treffen.

1. Die Herausbildung eines stabilen Verhältnisses zur bildenden Kunst ist nur auf der Grundlage des Vorhandenseins von vielfältigen Begegnungsmöglichkeiten mit ihr, vor allem mit Originalwerken, möglich. Die Zahl der Galerien ist, obwohl in den letzten Jahren stark angewachsen, noch relativ gering und zudem auf das Gebiet der DDR unproportional verteilt. Besonders die Kleinstädte und Landgemeinden sind hier benachteiligt.

Es wäre deshalb sowohl als Aufgabe der Schulen als auch des Jugendverbandes zu verstehen, hier durch die Organisation kleiner Ausstellungen in solchen Orten (in Form von Schulgalerien etc.) einen gewissen Ausgleich zu schaffen. Solchen kleinen Ausstellungen, gekoppelt mit Gesprächen mit dem ausstellenden Künstler, Atelierbesuchen etc. ist eine große Wirkung zuzusprechen; wenn sie mit einem Kunsterziehungsunterricht einhergehen, der sich auf die Herausbildung stabiler Interessen an Werken der bildenden Kunst bei möglichst vielen Jugendlichen bemüht. Dabei sollten diese Aktivitäten nicht nur von dem entsprechenden Fachlehrer ausgehen. Besondere Bedeutung ist dabei dem Gespräch über bildende Kunst mit den Jugendlichen zuzumessen.

2. Angesichts des hohen Nutzwertes, dem Jugendliche heute Plakate und Postern für sich zusprechen, sind sie innerhalb der Kulturarbeit mit der Jugend entsprechend zu berücksichtigen, sowohl was die Qualität ihrer graphischen als auch inhaltlichen Gestaltung betrifft.

Denkbar wäre eine Mitarbeit des Jugendverbandes in den Gremien, die sich bereits mit der Gestaltung und Verteilung von Plakaten und Postern beschäftigen (z. B. Staatlicher Kunsthandel, Jury zur Wahl der besten Plakate des Jahres etc.). Es sollte auch die Zusammenarbeit mit Künstlern zur

Gestaltung von jugendgemäßen Plakaten und Postern (z. B. in Form von Wettbewerbsausschreibungen) gefördert werden. Das schließt die Gestaltung von entsprechenden Plakaten zu wichtigen politischen Anlässen ein.

3. Plakate und Poster sollten ebenfalls Gegenstand im Kunst-erziehungsunterricht werden. Die an ihnen gebildeten Geschmacksmuster Jugendlicher sollte Gegenstand des Gespräches mit ihnen werden.

5. Anhang

Tab. 1: Anzahl der in 3 Monaten erfolgten Kunstausstellungs- und Gemäldegaleriebesuche Jugendlicher in Abhängigkeit von ihrer sozialen Herkunft (in %)

Ich besuchte Kunstausstellungen ...

Eltern sind ...	einmal	zwei- bis viermal	mehr als viermal	überhaupt nicht
Angehörige der Intelligenz	27	11	2	60
Handwerker, Freischaffende etc.	30	4	-	66
Arbeiter	22	4	1	73
Angestellte	14	8	2	76
Genossenschaftsbauern	16	4	1	79

Tab. 2: Anzahl der in 3 Monaten erfolgten Kunstausstellungs- und Gemäldegaleriebesuche in Abhängigkeit von der Tätigkeit des Partners/der Partnerin (in %)

Ich besuchte Kunstausstellungen ...

Partner ist ...	einmal	zwei- bis viermal	mehr als viermal	überhaupt nicht
Student	28	13	2	57
Angehöriger der Intelligenz	23	11	-	61
Angestellter	24	5	-	71
Arbeiter	23	4	1	72
andere Tätigkeit	23	3	-	74
Lehrling	18	6	-	76
Schüler	15	6	-	79

ohne Partner	20	4	2	74

Tab. 3: Die Eignung unterschiedlicher Kunstformen zur Darstellung unserer Zeit, ihrer Entwicklungen und Probleme (in %)

Dazu sind geeignet ...

	sehr gut	gut	weniger gut	überhaupt nicht
Dokumentarfilme	44	35	17	4
Spielfilme	39	49	10	2
Fernsehfilme	26	55	17	2
Romane und Erzählungen	30	43	24	3
Beattitel	19	34	34	13
Theaterstücke	18	42	31	9
<u>Gemälde und Grafiken</u>	15	38	35	12