

Die Funktion der Massenmedien bei der kommunistischen Erziehung der Jugend

Wiedemann, Dieter; Stiehler, Hans-Jörg

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wiedemann, D., & Stiehler, H.-J. (1984). *Die Funktion der Massenmedien bei der kommunistischen Erziehung der Jugend*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZfJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-388131>

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



**Die Funktion der Massenmedien bei der kommunistischen
Erziehung der Jugend**

- Forschungsbericht -

**- Nom.-Nr. 07.05. des Zentralen Forschungsplanes 1981 -
1985 Gesellschaftswissenschaften -**

**Autoren: Dr. Dieter Wiedemann / Dr. Hans-Jörg Stiehler
unter Mitarbeit von
Dr. Jochen Hahn
Bernhard Lindner
Ute Schnabel**

Gesamtverantwortung: Prof. Dr. habil. W. Friedrich

Juni 1984

Im Juli 1981 wurde eine Realisierungskonzeption für diesen Forschungsbericht erarbeitet und mit verschiedenen zentralen Leitungen und wissenschaftlichen Gremien diskutiert.

So gab es n.a. im März 1982 eine wissenschaftliche Arbeitstagung, an der Vertreter der Akademie für Gesellschaftswissenschaften, der Hochschule für Film und Fernsehen, der Karl-Marx-Universität und der Akademie der Pädagogischen Wissenschaften teilnahmen. Eine schriftliche Stellungnahme der Abteilung Agitation/Propaganda im Zentralrat der FDJ zur Konzeption lag vor. Es fanden Gespräche mit den Sekretären des Zentralrats Klaus Bernhardt und Volker Voigt zu damit zusammenhängenden Fragen und Problemen statt. Vor der Endfassung des Forschungsberichts wurde im Mai 1984 eine Vorverteidigung im ZIJ durchgeführt.

Die Kritiken und Hinweise aus diesen Beratungen wurden entsprechend berücksichtigt.

Eine ursprünglich für diesen Forschungsbericht als empirische Basis geplante Intervallstudie "Zur Entwicklung des Medienverhaltens im Jugendalter" konnte leider nicht realisiert werden, so daß 1983 eine überarbeitete Konzeption vorgelegt werden mußte. Diese wurde im Wissenschaftlichen Rat für Jugendforschung vorgelegt, diskutiert und bestätigt.

Da in stärkerem Maße als ursprünglich geplant Ergebnisse anderer Forschungseinrichtungen genutzt werden mußten, gilt unser Dank dafür der Akademie für Gesellschaftswissenschaften, der Abteilung Soziologie beim Staatlichen Komitee für Rundfunk, dem VEB Deutsche Schallplatte, dem Institut für Erziehung der Akademie für Pädagogische Wissenschaften und dem VEB PROGRESS Filmvertrieb.

Leipzig, im Juni 1984

<u>Gliederung</u>	<u>Blatt</u>
0. Vorwort	5
0.1. Thesen zum Forschungsgegenstand "Erziehung durch Massenkommunikation"	6
0.2. Aufbau des Forschungsberichtes	11
1. Mediengebrauch und Wirkungen bei Jugendlichen in den 80er Jahren	13
1.1. Ausgewählte Bedingungen der Massenkommunikation in den 80er Jahren	13
1.2. Empirische Daten zur Nutzung der Massenmedien	23
1.2.1. Pressenutzung	25
1.2.1.1. Nutzungsbedingungen	25
1.2.1.2. Nutzungsverhalten	25
1.2.2. Rundfunknutzung	28
1.2.2.1. Nutzungsbedingungen	28
1.2.2.2. Nutzungsverhalten	29
1.2.3. Fernsehnutzung	30
1.2.3.1. Nutzungsbedingungen	30
1.2.3.2. Nutzungsverhalten	31
1.2.4. Kinonutzung	32
1.2.4.1. Nutzungsbedingungen	32
1.2.4.2. Nutzungsverhalten	32
1.2.5. Buchnutzung	34
1.2.5.1. Nutzungsbedingungen	34
1.2.5.2. Nutzungsverhalten	35
1.3. Funktionen der differenzierten Angebote der Massenmedien im Leben der DDR-Jugend	37
1.3.1. Zur Informationsfunktion der Massenmedien für die Jugend	38
1.3.2. Zur Unterhaltungsfunktion der Massenmedien	42
1.3.3. Zu den kommunikativen Funktionen der Massenmedien	47
1.3.4. Zur verhaltensorientierenden Funktion der Mediennutzung	51
1.3.5. Zur wertorientierenden Funktion der Massenmedien	53

Blatt

1.4.	Dominanten im Mediengebrauch: Film, Musik, Information. Zu einigen ausgewählten inhaltlichen Fragen	55
1.4.1.	Filme im Mediengebrauch Jugendlicher - Ursachen, Bedingungen und Folgen	55
1.4.2.	Musik in den Massenmedien - ihre Bedeutung für Jugendliche	63
1.4.3.	Information und Erfahrungsaustausch	73
1.5.	Massenmedien und Klassenauseinandersetzung	81
1.6.	Wirkungen der Massenkommunikation - Standpunkte, Hypothesen, Ergebnisse	93
1.6.1.	Einige grundlegende Fragen der Wirkung der Massenkommunikation	94
1.6.2.	Wirkungsbedingungen	97
1.6.3.	Wirkungsfelder der Massenkommunikationsmittel in den 80er Jahren	101
2.	Schlußfolgerungen für die Arbeit der und mit den Massenmedien	105
3.	Anhang	112
3.1.	Exkurs: Möglichkeiten und Grenzen einer Erziehung zum sinnvollen Gebrauch der Massenmedien	112
3.2.	Exkurs: Zur Spezifik erzieherischer Potenzen der Massenmedien	119
3.3.	Exkurs: Medienentwicklung in den 80er Jahren und Prognosen für den Mediengebrauch (Thesen)	124
3.4.	Tabellenanhang	135

0. Vorwort

Die kommunistische Erziehung der gesamten Jugend auf höherem Niveau weiterzuführen und die revolutionäre Einheit der Generationen zu schmieden - das ist die strategische jugendpolitische Aufgabe, die der X. Parteitag der SED als Anliegen der gesamten Gesellschaft formuliert hat.¹⁾

Die Dokumente von Partei und Jugendverband machen deutlich, daß kommunistische Erziehung in einem weiten Sinne verstanden wird und die wesentlichen Seiten der Persönlichkeitsentwicklung Jugendlicher umfaßt. Hohe Leistungsbereitschaft, unerschütterliches Klassenbewußtsein und kämpferischer Einsatz für die Sache des Kommunismus - diese Eigenschaften "standhafte(r) Kämpfer für die Errichtung der kommunistischen Gesellschaft"²⁾ kennzeichnen heute, was Karl Marx die "soziale Qualität" von Individuen nannte und als "Wesen der 'besonderen Persönlichkeit'" bestimmte.³⁾

Die Weiterführung der kommunistischen Erziehung auf höherem Niveau ist ein Auftrag an alle gesellschaftlichen Erziehungsträger und an die Jugend selbst, die aufgefordert ist, die kommunistische Erziehung als Teil der Mitgestaltung der entwickelten sozialistischen Gesellschaft und damit als Selbsterziehung zu begreifen und zu praktizieren. Wie bei allen gesamtgesellschaftlichen Zielen und Aufgaben kommt es daher darauf an, den spezifischen Anteil der verschiedenen Erziehungsträger genau zu bestimmen, um ihr effektives Zusammenwirken bewußt gestalten zu können. So verstehen wir auch das politische Anliegen unseres Forschungsberichtes.

1) Bericht des Zentralkomitees der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands an den X. Parteitag der SED. Berichterstatter: Genosse Erich Honecker. Berlin 1981, S. 146

2) Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 146

3) Karl Marx: Zur Kritik der Hegelschen Staatsphilosophie. MEW 1, S. 222

0.1. Thesen zum Forschungsgegenstand "Erziehung durch
Massenkommunikation"

"Die Massenmedien spielen in unserer Zeit eine außerordentliche Rolle. Sie sind ideologische Kampfinstrumente in den Händen der Arbeiter-und-Bauern-Macht wie auf der anderen Seite in den Händen der imperialistischen Bourgeoisie."¹⁾

Die Aktualität und Bedeutung dieser Feststellung ist praktisch täglich zu spüren. Es gilt daher, wichtige Aspekte dieser "außerordentlichen Rolle" der Massenmedien im Hinblick auf die kommunistische Erziehung der Jugend wie z.B. des Bedingungsgefüges ihres Wirkens, ihre Rolle im geistigen Leben, ihre Funktionen usw., zu bestimmen.

Zunächst haben die Massenmedien ihren Charakter als Einrichtungen des gesellschaftlichen Überbaus, "worin sich die Menschen dieses Konflikts (zwischen PK und PV - die Verf.) bewußt werden und ihn ausfechten"²⁾ mit vielen anderen i.w.S. erzieherisch, ideologievermittelnd, politisch organisierend wirkenden Institutionen gemeinsam.

Wie das anderer Institutionen ist ihr Wirken Teil der Gesamtpolitik der Partei. Dennoch ergeben sich Besonderheiten aus dem politischen Auftrag der Massenmedien und der Rolle der Massenkommunikation im geistigen Leben der sozialistischen Gesellschaft, die sie von anderen Institutionen unterscheiden (nicht trennen).

Der Begriff "Massenmedien" steht für eine Vielzahl von Institutionen des Überbaus der Gesellschaft: für Presseerzeugnisse (Zeitungen und Zeitschriften), Rundfunk und Fernsehen, Filme, Bücher und andere nichtperiodische Druckerzeugnisse (z.B. Plakate, Flugblätter, Programme etc.), Schallplatten, Kassetten, Tonbänder und Videos, Theater und in gewissem Sinne auch für Rock- und andere Konzerte, Großkundgebungen u.ä.

1) Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 143

2) Karl Marx: Zur Kritik der Politischen Ökonomie. Vorwort.
MEW 13, S. 9

Die damit verbundene Vielfalt und Differenziertheit an Inhalten, Gestaltungsmitteln, Formen der Widerspiegelung und natürlich auch an Aneignungsweisen muß bei der Beschreibung der Potenzen der Massenmedien für die kommunistische Erziehung der Jugend berücksichtigt werden. Der hier zugrunde gelegte "weite" Medienbegriff schließt allerdings ein, daß die Zugänglichkeit zu den verschiedenen Massenmedien teilweise sehr unterschiedlich ist.

Wir konzentrieren uns deswegen auf die Presse, Rundfunk und Fernsehen ohne die spezifischen Potenzen der anderen Massenmedien außer acht zu lassen.

Für Überlegungen zur Funktion der Massenmedien für die kommunistische Erziehung sind u.B. folgende Ausgangspunkte wichtig:

1. Die Massenmedien haben eine umfassende und in gewisser Hinsicht "synthetische" Aufgabenstellung. Sie vermitteln ideell alle Bereiche der Parteipolitik und haben "die aktive Verbreitung unserer sozialistischen Ideologie, die innen- und außenpolitische Information, die geistig-kulturelle Bereicherung und die Unterhaltung ... als eine einheitliche Aufgabe zu verstehen und zu verwirklichen"¹⁾. Daraus ergibt sich eine besondere Universalität in Inhalten und Formen (Mitteln).
2. Die Massenmedien sind "schlagkräftige Waffen in der Auseinandersetzung mit dem Imperialismus"²⁾ - nicht nur im Hinblick auf die politische Orientierung der Werktätigen und der Befriedigung ihrer geistig-kulturellen Bedürfnisse, sondern auch im "Hörbar-Machen" der "Stimme der DDR" in der internationalen Klassenaueinandersetzung, bei der Darstellung unserer Errungenschaften, in der politischen Diplomatie, der Konterpropaganda usw.

1) Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 143

2) Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 143
(Hervorh. von Verf.)

3. Die Massenmedien wirken öffentlich und "produzieren" Öffentlichkeit: Verbindung mit den Massen, sozialistische Demokratie, Tribüne des Erfahrungsaustausches. Die Gewährleistung eines Höchstmaßes an Öffentlichkeit und das Zurückweisen bzw. Erschweren von Einmischungsversuchen des Gegners prägt die Massenmedien anders als andere Institutionen und Mittel der politischen Massenarbeit in der DDR und verlangt nach Zusammenwirken mit ihnen (auch um unumgängliche Nachteile auszugleichen)¹⁾.
4. Die Massenmedien sind "kollektive Erzieher". Sie arbeiten zunehmend als "Industriebetriebe" mit hohem Vergesellschaftungsgrad der geistigen Produktion.
Zum einen erweist sich damit das investierte materielle (technische, ökonomische), aber auch geistige Potential als wichtige Bedingung der erzieherischen Potenzen der Massenmedien. Zum anderen bedingt der hohe Vergesellschaftungsgrad, eingeschlossen die Orientierung an einem Massenpublikum, ein sehr hohes Maß an Verallgemeinerung und Gesellschaftlichkeit in den Medienangeboten, das weit über andere Erziehungsträger hinausreicht. Die persönliche Bedeutsamkeit der vermittelten Angebote zu erschließen, verlangt daher eine besonders ausgeprägte Eigenaktivität der Rezipienten.
5. Schließlich unterscheiden sich die erzieherischen Potenzen der Massenmedien durch eine Reihe von Besonderheiten der Arbeitsweise der Medien wie ausgeprägtere Universalität der Inhalte, Operativität, Periodizität und Kontinuität und vor allem Aktualität der Angebote. Was für Journalismus und Publizistik gilt, kann durchaus auf alle Seiten der Medienarbeit ausgedehnt werden:
"Das Aktualitätskriterium bestimmt die Ordnung ... der zu vermittelnden Erkenntnisse. Für den Journalismus kann nicht theoretische oder chronologische Systematik in erster Linie maßgebend sein, sondern die Verknüpfung, in

1) Theoretische Grundfragen des sozialistischen Journalismus. Leipzig 1980, S. 39

der die Erscheinungen im realen Lebensprozeß auftreten, in der sie die politische Aktion der Massen beeinflussen ... ¹⁾. Dies ergibt sich auch zwingend aus dem vom X. Parteitag der SED bekräftigten Auftrag an die Massenmedien, "Tribünen des gesellschaftlichen Erfahrungsaustauschs" ²⁾ zu sein, aktiv in die sich in allen gesellschaftlichen Bereichen und auf den verschiedensten Ebenen des gesellschaftlichen Lebens sich abspielenden Prozessen der Erkenntnis, Verständigung, Diskussion und Auseinandersetzung einzugreifen. ³⁾

6. Letztlich ist auf Besonderheiten erzieherischer Potenzen hinzuweisen, die sich aus Eigengesetzlichkeiten der Massenkommunikation, insbesondere dem realen kommunikativen Gebrauch der Medienangebote ergeben. Solche sind u.a.:

a) Massenkommunikation ist im Normalfall Freizeitkommunikation. Vorrangig ist sie den Funktionen der Freizeit als "Mußezeit" wie "Zeit für höhere Tätigkeit", "Zeit für die volle Entwicklung des Individuums" ⁴⁾ untergeordnet.

In diesem Sinne entfalten sich die erzieherischen Potenzen der Medienangebote in einem "fakultativen Unterricht", an dem Jugendliche (wie andere Gruppen der Gesellschaft) vor allem aufgrund individueller Kommunikationsbedürfnisse teilnehmen.

b) Erzieherische Potenzen (und Grenzen) der Massenmedien entspringen aus anderen Wirkungsbedingungen als pädagogisch geführte Prozesse, in denen unmittelbarer sozialer Kontakt besteht. (Fehlen von Rückkopplung, von Erfolgskontrolle, der Möglichkeiten des individuellen Eingehens, der für den pädagogischen Prozeß typischen Erzieher-Zögling-Beziehung usw.).

1) Theoretische Grundfragen ..., a.a.O., S. 59

2) Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 143

3) Theoretische Grundfragen ..., a.a.O., S. 67 f.

4) Karl Marx: Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie (Rohentwurf). Berlin 1953. S. 599

- c) Die Sprachen der Massenkommunikation sind reichhaltig und vielfältig und angesichts der großen Bedeutung audiovisueller bzw. i.w.S. künstlerischer Kommunikationsmittel (Film, Fernsehen, Musik) im Medienangebot nicht mehr auf das Wort reduzierbar. In der Massenkommunikation spielen ästhetische Fragen dadurch eine bedeutende Rolle; die Produktion und Rezeption ästhetischer Gestalten vermittelt den Kommunikationsprozeß, den Austausch von Bedeutungen. Daraus ergeben sich gewaltige Potenzen für die Entwicklung des individuellen Bewußtseins, ein besonderes Verhältnis von Rationalem und Emotionalem, Anschaulichkeit und theoretischem Gehalt, Bewußtem und Unbewußtem im massenmedial vermittelten Kommunikationsprozeß.
- d) Das bedeutsame Wachsen der Sphäre der Massenkommunikation verändert die Erziehungssituation insgesamt. Sowjetische Forscher sprechen von einer "Veränderung der genetischen Struktur des individuellen Bewußtseins" durch größere Informiertheit "aus zweiter Hand"¹⁾. Schule, Elternhaus, Jugendverband usw. müssen sich stets neu auf die gewachsene Informiertheit und Bildung und veränderte ästhetische Beziehungen zur Umwelt einstellen. Die Orientierung des Medienverhaltens, die Verarbeitung des Gesehenen, Gelesenen, Gehörten und ihre Bewertung werden damit zu wichtigen Seiten der Erziehung Jugendlicher.

Insgesamt sind die erzieherischen Potenzen der Massenmedien durch die Gesamtheit der erwähnten Faktoren einerseits universeller, andererseits in vielem differenzierter als die anderer Träger der kommunistischen Erziehung der Jugend. Zentral dabei ist u.E. die Verknüpfung des "vorsorgend" bewußtseinsbildenden Charakters der Massenkommunikation mit der nur in ihrer möglichen direkten geistigen Beziehung zur aktuellen politischen Aktion, zu gesamtgesellschaftlichen und Weltprozessen, zwischen politischer Führung und Jugend.

1) vgl. J.A. Sherkowin: Propaganda: Sozialpsychologischer Aspekt. Moskau 1975, S. 188

0.2. Aufbau des Forschungsberichtes

Der vorliegende Forschungsbericht versucht, der Themenstellung durch Zusammenfassung und Verallgemeinerung von in den letzten Jahren am ZIJ und an anderen Forschungseinrichtungen realisierten empirischen Untersuchungen zum Medienverhalten Jugendlicher gerecht zu werden. Die Ergebnisdarstellung ist gekoppelt mit theoretischen Überlegungen von z.T. unterschiedlicher "Reichweite". Im Zentrum des Berichts steht - entsprechend der Orientierung der Untersuchungen - der Mediengebrauch Jugendlicher. Dieser ist der entscheidende "Umschlagplatz" von Wirkungsmöglichkeiten der Medienangebote in tatsächliche Wirkungen im Sinne der kommunistischen Erziehung der Jugend. Die Behandlung dieses Problems wird ergänzt durch Exkurse zu wichtigen Fragen der Rolle der Massenmedien in der kommunistischen Erziehung der Jugend, zu denen am ZIJ keine eigenständigen Untersuchungen durchgeführt wurden, die aber eine vorläufige Standpunktbildung herausfordern.

Mit dem derzeitigen Forschungsstand zusammenhängend, sind folgende Besonderheiten des Forschungsberichtes hervorzuheben:

1. Nicht alle Probleme, die mit dem Thema zusammenhängen, sind im Rahmen der Massenkommunikationsforschung, der Journalistikwissenschaft, Pädagogik, Ästhetik und Kulturtheorie theoretisch und empirisch untersucht bzw. hinreichend geklärt. In diesen Fällen werden daher Hypothesen und Arbeitspositionen dargestellt, die wir als Diskussionsangebot betrachten.
2. Der Umfang des uns gestellten Forschungsproblems machte eine z.T. summarische, auf Überblick angelegte Ergebnisdarstellung nötig.
Viele Differenzierungen, z.B. zwischen verschiedenen Gruppen der Jugend, mußten ausgespart bleiben. Deshalb ist ein relativ umfangreicher Tabellenanhang angefügt.

3. Der Forschungsbericht macht auf viele "weiße Flecken" der Untersuchung von Massenkommunikationsprozessen bei der Jugend unseres Landes aufmerksam, zum einen aufgrund der Tatsache, daß im Planzeitraum 1981 - 1985 vom ZIJ nur eine größere Untersuchung zum Medienverhalten Jugendlicher realisiert werden konnte, zum anderen aufgrund des insgesamt geringen Forschungspotentials auf diesem Gebiet in der DDR überhaupt. Wichtige Fragestellungen konnten dadurch nicht tiefgründig behandelt werden. Das betrifft vor allem:

- Inhaltsanalysen zur Qualität und Quantität der den Jugendlichen zur Verfügung stehenden Medienangebote;
- das Problem der langfristigen Wirkungen der Massenkommunikation;
- soziologische und psychologische Gesetzmäßigkeiten der Medienrezeption;
- die Herausbildung und Entwicklung des Medienverhaltens im Schulalter und Fragen der Befähigung Jugendlicher zum sinnvollen Gebrauch der Massenmedien.

1. Mediengebrauch und Wirkungen bei Jugendlichen in den 80er Jahren

1.1. Ausgewählte Bedingungen der Massenkommunikation in den 80er Jahren

Die Massenmedien realisieren ihre Funktionen bei der kommunistischen Erziehung der Jugend, nicht im luftleeren Raum. Es bestehen eine Reihe von Bedingungen unterschiedlicher Dimensionen, ohne deren Berücksichtigung weder der Gebrauch noch die Wirkungen der Massenkommunikation erklärbar sind. Einige grundlegende Bedingungen, die für die Interpretation von Untersuchungsergebnissen und für Schlußfolgerungen besonders wichtig sind, wollen wir einleitend mit Bezügen zum Denken, Fühlen und Handeln der jungen Generation unseres Landes voranstellen.

Die heute zur Jugend Zählenden sind zwischen 1959 und 1971 geboren. Sie wachsen in einer historisch bewegten Zeit der Gestaltung der entwickelten Gesellschaft im Industrieland DDR auf, die sich - dem Charakter der Epoche entsprechend - unter den Bedingungen des internationalen Klassenkampfes mit dem Imperialismus entwickelt. Diese Grundsituation beeinflusst das Verhältnis von Massenkommunikation und Jugend auf mannigfaltige Art:

1. Ständig verschärft sich die internationale Klassenauseinandersetzung zwischen Sozialismus und Imperialismus. Der Kampf gegen den friedensbedrohenden Konfrontationskurs führender Kreise des Kapitals hat neue Dimensionen gewonnen, aber auch sehr verschiedene, schwer zu durchschauende Erscheinungsformen angenommen. Er konfrontiert Jugendliche mit z.T. komplizierten Fragen, wie z.B. der Friedensbewegung, der diplomatischen Aktivitäten um eine "Allianz der Vernunft", KSZE-Prozeß usw.

Die zugespitzte internationale Situation spiegelt sich in einem hohen Interesse Jugendlicher am politischen Weltgeschehen wider. Wie in früheren Jahren liegt es deutlich über dem für das politische Geschehen in der DDR.

Tab. 1: Politische Interessen junger Werktätiger und Studenten (1982; in %)

	Daran bin ich interessiert			
	sehr stark	stark	mittel	schwach und sehr schwach
am politischen Weltgeschehen				
- Lehrlinge	47	32	19	2
- Studenten	57	33	9	1
- junge Arbeiter	37	34	23	6
am politischen Geschehen in der DDR				
- Lehrlinge	16	33	43	8
- Studenten	28	41	28	3
- junge Arbeiter	21	31	38	10
an außenpolitischen Aktivitäten der DDR				
- Lehrlinge	19	31	38	12
- Studenten	25	48	25	2
- junge Arbeiter	17	32	39	12

Politisches Interesse äußert sich bei Jugendlichen heute sehr vielgestaltig. Das Bedürfnis, sich in der Welt zu orientieren, zu wissen, wie gesellschaftliche Vorgänge hier und anderswo beschaffen sind, wie sie funktionieren und zu bewerten sind, sich selbst darin einzuordnen, ist ein Grundzug des gesamten Mediengebrauchs. Dieses Bedürfnis ist allerdings in Inhalt und Ausprägungsgrad sehr differenziert.

2. Wie jede junge Generation hat auch die gegenwärtige einen Großteil aktueller wichtiger politischer Ereignisse, die für das Verstehen der gegenwärtigen Prozesse wichtig sind, in Kindheit und Jugend mehr "gefühlsmäßig" bzw. überhaupt nicht erlebt (die heute 25jährigen waren 12, als der VIII. Parteitag stattfand, die heute 14jährigen 1 Jahr alt). Verallgemeinert gesagt, ist diese Generation aufgewachsen in einer

durch wachsende soziale Sicherheit, politische Stabilität, Entspannung der internationalen Lage (DDR-Anerkennung, Verträge, Helsinki), auffällige Erfolge des revolutionären Weltprozesses (Vietnam, Laos, Angola, Mocambique, Griechenland, Portugal, Spanien, Nicaragua, Iran) gekennzeichneten Zeit. Die Bedrohung des Friedens, das Sichtbarwerden globaler Probleme (Umwelt, Energie, Rohstoffe, Ernährung usw.), veränderte Reproduktionsbedingungen unserer Volkswirtschaft, differenzierte Prozesse im sozialistischen Weltsystem usw. "treffen" diese Jugend daher besonders stark (auch im Sinne der Bedrohung ihrer Lebensperspektive). Die daraus resultierenden Veränderungen in Denken, Fühlen und Handeln Jugendlicher sind noch zu wenig erforscht. Wir nehmen aber an, daß die in ZIJ-Untersuchungen der letzten Jahre sichtbar gewordenen größeren Relativierungen ideologischer Grundpositionen in diesem objektiven Zusammenhang zu sehen sind, also weniger Verlust an klassenmäßigen Haltungen als Reaktionen auf die Kompliziertheit der internationalen Situation darstellen.

3. In 35 Jahren ist der Sozialismus in der DDR vom Ideal zur Realität geworden, zur alltäglichen Lebensbedingung und Lebensform Jugendlicher. Die meisten Jugendlichen haben eine prinzipielle positive Einstellung zur DDR als sozialistischem Staat und eine ausgeprägte DDR-Verbundenheit. Dies wird in vielen Bewährungssituationen auch praktisch deutlich, weniger bei Abforderungen formaler Bekenntnisse. Größere Probleme entstehen für viele Jugendliche häufig mit der Bewertung des In-Erscheinung-Tretens der sozialistischen Verhältnisse. In diesem Zusammenhang sind auch folgende Bedingungen wichtig:

- Die Selbstverständlichkeit der Lebensweise im Sozialismus läßt ihre geschichtliche und internationale Dimension oft nicht deutlich werden, versperert auch häufig die Sicht auf den Wert unserer Errungenschaften, die Härte des Kampfes usw.

- Die DDR ist heute ein Staat mit fest formierter politischer und sozialer Struktur, eigenen Traditionen, langjährig gewachsenen politischen Institutionen, Gewohnheiten usw. Jugendliche sehen sich heute einer komplizierten Dialektik zwischen dem schon sozialistischen Alten und Neuen gegenüber, in der sie sich zurechtfinden müssen. Dadurch wird die Vermittlung zwischen Ideal und Wirklichkeit eine Kernfrage der kommunistischen Erziehung der Jugend.

Diese (und andere) Bedingungen verweisen auf die besondere Verantwortung der Massenmedien (und der Gesellschaftswissenschaften!) für die Auseinandersetzung Jugendlicher mit unserer Gegenwart, ihrer Gewordenheit und Perspektive. Das um so mehr, weil Massenkommunikation alle Seiten (Bereiche) der Politik vermittelt, so daß "Sach"-Probleme immer auch Kommunikationsprobleme werden und umgekehrt.

4. Die nächsten Jahr(zehnt)e werden weiter durch den Übergang zum Typ der intensiv erweiterten Reproduktion der Volkswirtschaft, aber auch anderer gesellschaftlicher Bereiche bestimmt sein. Bildung, Leistung, Arbeit, Wissenschaft und Technik, Effektivität und Sparsamkeit werden weitere Auf-"Wertung" erfahren. "Die Sicherung des Erreichten auf materiellem und kulturellem Gebiet sowie seine Mehrung verlangen einenvolkswirtschaftlichen Leistungsanstieg wie nie zuvor."¹⁾ Moderne Formen der Produktion und Konsumtion (einschließlich der geistigen) werden dominieren. Hohe Leistungen und gute Arbeit gehören bereits jetzt schon mit Frieden, Familie, erfüllter Freizeit zu den wichtigsten Lebensorientierungen der meisten Jugendlichen.

Die meisten Jugendlichen haben das Gefühl eines erfüllten Lern-/Arbeits-/Ausbildungstages. Auch daraus ergibt sich die Selbstverständlichkeit ihres Mediengebrauchs nach "Feierabend" und wachsender Ansprüche hinsichtlich der inhaltlichen und formalen Qualität von Angeboten unserer Massenmedien ("Jeder liefert jedem Qualität!").

1) Erich Honecker: Bericht des Zentralkomitees ..., a.a.O., S. 8

Es muß fest damit gerechnet werden, daß die Leistungsorientierung unserer Gesellschaft selbst wachsende Bedürfnisse nach

- lebensnaher, die eigenen Erlebnisse und Erfahrungen berücksichtigender und "verarbeitender" geistiger Auseinandersetzung;
- erfüllter Freizeit durch schöpferische Tätigkeit, durch kulturelle und künstlerische Erlebnisse;
- Erholung und Entspannung, Unterhaltung und Vergnügen, Spiel und Spaß

produzieren wird. Im Zusammenhang mit den territorialen Kulturangeboten dürfte sich die Differenziertheit des Mediengebrauchs dadurch verstärken.

5. Die Entwicklung des Sozialismus zur Realität hat den persönlichen Erfahrungen in Ausbildung, Arbeit, eigener politischer Betätigung ein größeres Gewicht verliehen. Dabei führen die objektiven Entwicklungswidersprüche¹⁾ zu sehr differenzierten und widersprüchlichen Erfahrungen, die auch in empirischen Untersuchungen nachweisbar sind.

Tab. 2: Ausgewählte soziale Erfahrungen junger Arbeiter, Angestellter und Lehrlinge im Arbeits-/Ausbildungsprozeß (1982; in %)

Erfahrungsbereich	Die Erfahrungen sind		
	gut	gleichermaßen gut u. schlecht	schlecht
Kollektivbeziehungen	71	27	2
Leitungstätigkeit	63	30	7
sozialistischer Wettbewerb	59	33	8
Leistungsbewertung	50	35	15
Gewerkschaftsarbeit	49	37	14
Einbeziehung in Planung und Leitung	39	40	21
Einführung neuer Arbeitsmeth.	36	46	18
Arbeitsorganisation	33	52	15
FDJ-Arbeit	33	43	24

1) Erich Hahn: Zum Charakter der Widersprüche des Sozialismus
 in: Einheit 1/84, S. 50

Differenzierte Analysen zeigten, daß Erfahrungen im Bereich der gesellschaftlichen Arbeit und der sozialistischen Demokratie am stärksten bewußtseins- und verhaltensprägend waren: Das Vorhandensein guter Erfahrungen in diesem Bereich konnte das Fehlen guter Erfahrungen in anderen Bereichen ausgleichen, ihr Fehlen durch andere aber nicht ersetzt werden!

Auch wirkte sich eine innere Widersprüchlichkeit und Gegensätzlichkeit der persönlichen Erfahrungen nicht automatisch hemmend auf wichtige Seiten der Persönlichkeitsentwicklung aus. Als entscheidend erwies sich ihre Verarbeitung im Kontext anderer Persönlichkeitseigenschaften (z.B. von ausgeprägten gesellschaftlichen Wertorientierungen).

Für das Medienverhalten sind diese Ergebnisse von besonderer Bedeutung, weil

- die Teilnahme am medienvermittelten Erfahrungsaustausch eine Grundorientierung im Mediengebrauch darstellt;
- Erfahrungen ein wesentlicher Maßstab für die Lebensnähe und Glaubwürdigkeit unserer politischen Arbeit sind;
- soziale Erfahrungen der Erweiterung, Vertiefung, Interpretation, Verarbeitung durch die sozialistische Ideologie bedürfen, in gesellschaftliche Lernprozesse eingehen müssen, um in Wirkungen im Sinne der kommunistischen Erziehung umzuschlagen.

6. Das Hinsinwachsen Jugendlicher in unsere Gesellschaft vollzieht sich nicht nur in einer bestimmten Zeit und historischen Situation, sondern auch in einer bestimmten besonderen Form. Die Einheit dieser drei Aspekte hat W.I. Lenin gültig formuliert.¹⁾

In diesem Sinne kann von einem besonderen Platz der Jugend innerhalb sozialer Homogenisierungs- und Differenzierungsprozesse im Sozialismus gesprochen werden. Die Anerkennung kultureller Besonderheiten der Jugend ist daher nicht gleich-

1) W. I. Lenin: "Jugend - Internationale" (Notiz)
Werke, Bd. 23, S. 164

bedeutend mit einer Akzeptierung der falschen These von einer "jugendlichen Subkultur".

Für die Teilnahme an Massenkommunikationsprozessen sind folgende Gesichtspunkte besonders wichtig:

- a) Das Jugendalter ist eine Zeitspanne individueller Entwicklung, in der in kurzer Zeit lebensstrategisch wichtige Entscheidungen zu treffen, die wie Berufswahl und Familiengründung, seinen Platz-Finden in der Gesellschaft, viel Reife, Selbstbewußtsein und Aufgeschlossenheit verlangen. Die Suche nach "Lebenshilfe" und Orientierung, kritisches Prüfen, Neugier und Interesse für neue Lebensmöglichkeiten, aber auch die Suche nach zeitweiligem "Abschalten" sind in sehr verschiedenen Erscheinungsformen prägende Bestandteile auch des Medienverhaltens Jugendlicher. Ein hohes Ausmaß und eine besondere Ausrichtung des Medienverhaltens resultiert daraus, vor allem auch eine sehr enge Einbeziehung des Mediengebrauchs in soziale Beziehungen mit Gleichaltrigen aufgrund der Gemeinsamkeit von Lebensproblemen und Erfahrungen und den Möglichkeiten des Erfahrungsaustausches.

Tab. 3: Häufigkeit von Gesprächen mit Freunden und Eltern zu ausgewählten Fragen unter jungen Werktätigen und Studenten (in %)

Thema x)	mit Freunden		mit den Eltern	
	insges.	ausführlich	insges.	ausführlich
persönliche Probleme	82	39	88	50
Partnerschaft	75	33	48	14
Erlebnisse in Schule/ Ausbildung	77	36		
politische Fragen	71	45	66	29
Sportereignisse	67	32		
Spielfilme TV	65	14	64	15
Spielfilme Kino	64	28	43	10
Rockmusik	74	34	35	9
Bücher	39	12	24	4
Theaterstücke	16	7	17	5

x) Diese 1979 ermittelten Werte haben nach letzten Untersuchungen im wesentlichen weiterhin Gültigkeit. 1983 erreichten Gespräche über politische Fragen und Spielfilme im Fernsehen höhere Werte.

Die große Bedeutung von sozialen Formen des Freizeitverhaltens bedingt eine besondere Aufgeschlossenheit Jugendlicher für öffentliche Einrichtungen (vor allem Kino, Klubs usw.).

- b) Die große Bedeutung der Eltern für die Persönlichkeitsentwicklung Jugendlicher, die auch nach Verlassen des elterlichen Haushaltes nachweisbar bleibt, ist bekannt. Für den Mediengebrauch ist sie außerordentlich wichtig: Kommunikationsmöglichkeiten, -gewohnheiten und -atmosphäre in der Familie sind wesentlicher Bestandteil des immer mehr typischen Aufwachsens mit den Medien. Die Eltern sind durch ihre Erziehungspraktiken und ihren Umgang mit den Massenmedien die ersten (aber häufig stammen) Medienerzieher. Aufgrund des hohen Anteils berufstätiger Frauen in der DDR (1980: 87 %) entsteht Selbständigkeit in der Lebensführung Jugendlicher natürlich auch im Medienverhalten.

Die Rolle der Familie als generationsübergreifender Kommunikationsraum ist abhängig von der tatsächlich praktizierten Vorbildrolle der Eltern, ihren Fähigkeiten zur Diskussion und Partnerschaft, ihrer Kompetenz auch in Medienfragen. Untersuchungen zeigen, z.B. daß zwischen Eltern und Jugendlichen in wichtigen Fragen wie Politik, Arbeit und Bildung große Übereinstimmung besteht, weniger in Fragen kulturellen Verhaltens (Musik, Mode, Freizeitpartner/Freunde usw.). Hier kommen auch Unterschiede zwischen verschiedenen Generationen im Freizeitverhalten zum Ausdruck, so z.B. im Verhältnis von häuslicher Aktivität und solcher in der Öffentlichkeit, von individuell und kollektiv verbrachter Freizeit.

- c) Für die Jugend der DDR ist die Arbeit einer eigenständigen politischen Jugendorganisation eine spezifische Bedingung, die tief im kommunikativen Alltag spürbar ist. Über Jugendmedien, FDJ-Versammlung und -Studienjahr bis zu praktischen Aktionen erhalten solche Kommunikationsprozesse wie die Weitergabe der historischen Erfahrungen

der Arbeiterklasse, die Aneignung des Marxismus-Leninismus und die Ausbildung des Klassenstandpunktes einen besonders ausgeprägten Stellenwert. Da Jugendliche meist die Spezifik einzelner Formen der FDJ- wie der Medienarbeit recht genau reflektieren, stellt sich die Frage nach Arbeitsteilung und Kooperation in der kommunistischen Erziehung sehr deutlich.

- d) Nicht zuletzt: Das Medienverhalten Jugendlicher ist in sich sehr differenziert. Das betrifft nicht nur die subjektiven Dispositionen des Mediengebrauchs wie Interessen, Erwartungen, Maßstäbe und Fähigkeiten. Von besonderer Bedeutung sind Lebensbedingungen und -rhythmus, territoriale Besonderheiten, die eigene berufliche Tätigkeit, die z.T. erhebliche Unterschiede bedingen. Verschiedene Untersuchungen zeigen, daß etwa zwischen dem 20. und 25. Lebensjahr (im Zusammenhang mit Familiengründung, beruflichem Zeitregime u.a.) Umorientierungen im Freizeitverhalten und Funktionsverlagerungen im Mediengebrauch stattfinden.

7. Die Situation der Massenkommunikation in der DDR weist einige Besonderheiten auf, deren Konsequenzen für die kommunistische Erziehung der Jugend und den Anteil, den unsere Massenmedien daran haben, sehr unterschiedlich sind.

Wir möchten die drei folgenden Besonderheiten hervorheben:

- a) Die DDR ist im internationalen Vergleich ein Land mit hochentwickelter kultureller "Infrastruktur". Die Ausstattung mit Unterhaltungselektronik, die Verfügung über Zeitungen, Zeitschriften und Bücher usw. liegt in oder nahe internationalen Spitzenwerten. Zugleich ist festzustellen, daß verschiedene soziale Gruppen Bedürfnisse nach mehr Kommunikationseinrichtungen haben, deren Realisierung durch ökonomische und technische Möglichkeiten (z.B. Frequenzen für DT/hallo auf UKW) Auflagenhöhen von Büchern oder Zeitschriften, Einstellung von Sonntagsausgaben der Tageszeitungen u.a. noch beschränkt wird. Die

effektive Nutzung des Vorhandenen, insbesondere durch attraktive Angebote und der schrittweise Ausbau stehen auch im Medienbereich auf der Tagesordnung. Nicht zuletzt eröffnen neue Kommunikationstechnologien langfristig neue Perspektiven (siehe Exkurs 3.3.).

- b) Wie kaum ein anderes Land der Erde wird die DDR aufgrund ihrer geographischen Lage und Entstehungsgeschichte von gegnerischen Rundfunk- und Fernsehstationen in der Landesprache "bestrahlt" (siehe dazu ausführlich 2.3.). Dazu kommt die gewachsene Rolle internationaler Kulturbeziehungen der DDR, das stärkere Wirksamwerden der Welttendenz der Internationalisierung.
- c) Mediengebrauch ist heute zunehmend durch Massenhaftigkeit und Alltäglichkeit gekennzeichnet. Das setzt neue, meist nicht hinreichend erforschte Wirkungsbedingungen wie ein verändertes Wechselverhältnis von beiläufiger und konzentrierter Rezeption, die Einbeziehung der Massenmedien in Alltagsroutinen, soziale Aktivitäten und Beziehungen. Eine Bewertung daraus resultierender Verhaltensweisen ist nicht leicht, wurzeln sie doch in sehr verschiedenen Bedingungen wie: Tendenzen der Ökonomisierung der Freizeit; die große Medienerfahrung, die beiläufige Rezeption erst ermöglicht; den standardisierten Charakter vieler Medienprodukte; die Unterhaltungsfunktionen der Medien; das Mittelmaß mancher Medienangebote; nicht zuletzt auch das Fehlen medienästhetischer Erziehung.

Das Kunstwerk verliert "im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit" seine "Aura" des Besonderen¹⁾, in gewisser Hinsicht trifft das auch auf "Fernsehpersönlichkeiten" aus Politik, Sport, Kultur usw. zu! Zugleich ändern sich die Bedingungen für andere Kommunikationsinstitutionen. Konzert, Theater, Kino, Klub usw. werden zum "Extra" gegenüber der

1) vgl. W. Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Lesezeichen. Leipzig 1972

Normalität der Befriedigung kommunikativer Bedürfnisse durch Mediengebrauch, von ihnen wird das mitunter undefinierte "Besondere" erwartet, das den höheren Aufwand ihres Besuchs rechtfertigt.

Besonders bei Jugendlichen ist das Gespür für das "Extra" öffentlicher Freizeiteinrichtungen (ästhetisches Plus, kollektive Kommunikation, Möglichkeiten größerer Eigenaktivität usw.) häufig zu registrieren.

1.2. Empirische Daten zur Nutzung der Massenmedien

Wie eingangs bereits betont wurde, wächst die Jugend der DDR in einem Land mit hochentwickelter kommunikativer Infrastruktur auf. UNO-Statistiken der letzten Jahre zufolge, lag die DDR im internationalen Vergleich, bezogen auf die Zahl der Zeitungsexemplare, auf dem 4., und bezogen auf die Zahl der Fernsehgeräte auf dem 9. Platz unter 65 ausgewählten Ländern. Ähnliche eindrucksvolle Vergleiche liegen für die Schallplatten- und Buchproduktion und die - regional differenzierte - Existenz von Kinos, Theatern, Galerien, Orchester, Klubs u.a. vor. In den 60er und 70er Jahren wurden in der DDR die Massenmedien in der Lebensweise und Kultur Jugendlicher voll wirksam. Innerhalb sich insgesamt entwickelnder Lebensbedingungen haben sich auch die Voraussetzungen für die Nutzung der Massenmedien weiterentwickelt, die Möglichkeit zur eigenständigen, interessengesteuerten Nutzung aller Massenmedien ist zur Regel geworden.

Die Jugendlichen unseres Landes widmen insgesamt zwischen 35 und 40 % ihrer wöchentlichen Freizeit den Massenmedien (Schüler 41 %, Lehrlinge 38 %, junge Arbeiter 33 %). Das sind ca. 14 Stunden wöchentlich. Einen annähernd gleichgroßen Zeitumfang wenden Jugendliche nochmals für die sekundäre Nutzung von Medien (insbesondere für die Musikrezeption) auf.

Den größten Zeitumfang nimmt bei der primären Mediennutzung das Fernsehen ein (zwischen 6,3 Std. wöchentlich bei jungen Arbeitern und 8,9 bei Schülern).¹⁾

Für die primäre Musikrezeption mittels Rundfunk/Platten und Tonbänder werden von den Jugendlichen bis zu 4 Stunden aufgewandt (vor allem für Schüler und Lehrlinge gilt das).

Dem Lesen insgesamt (sowohl Bücher als auch Zeitungen und Zeitschriften) werden wöchentlich annähernd 3 Stunden gewidmet.

Der wöchentliche Zeitaufwand für den Kinobesuch liegt unter einer Stunde.

Das Medienverhalten im Jugendalter läßt sich auf der Grundlage der vorliegenden Daten folgendermaßen periodisieren:

Der Altersabschnitt zwischen dem 13. und dem 16. Lebensjahr ist durch eine relativ vielseitige und zugleich auch 'diffuse' Mediennutzung charakterisiert. In ihr erreicht die Mediennutzung zugleich ihr größtes zeitliches Ausmaß. Zwischen dem 17. und 20. Lebensjahr trägt die Mediennutzung bereits einen relativ gezielten Charakter, die durch veränderte Tätigkeitsbedingungen (Lehre, vor allem aber der Eintritt ins Arbeitsleben, auch Studium) sowie daraus resultierenden Änderungen von Freizeitgewohnheiten bedingt ist. Ab dem 21. Lebensjahr wird das Medienverhalten für die Mehrzahl der Jugendlichen wesentlich durch veränderte familiäre Verhältnisse (Eheschließung/Kleinkinder) mit strukturiert. Das Fernsehen gewinnt wieder an Bedeutung.

Unter Berücksichtigung der oben skizzierten Stellung der Massenmedien im Freizeitverhalten kann mit Recht davon ausgegangen werden, daß sie konstitutiv für die ästhetischen und poli-

1) Die durch uns ermittelten Werte liegen allerdings deutlich unter denen anderer Befragungen. So ermittelte das Institut für Marktforschung 1983 folgende wöchentliche Nutzungsdauer: 18,5 Std. für männl. Schüler, 15,8 Std. für männl. Lehrlinge, 15,6 Std. für weibl. Lehrlinge und Schülerinnen zusammen. Bei der Bewertung dieser verschiedenen Ergebnisse sind jedoch die unterschiedlichen Ermittlungsmethoden zu beachten. Liegen unseren Angaben Zeitbudgetanalysen zugrunde, bezogen auf die Primärnutzung der jeweiligen Medien, beruhen die Angaben der Marktforschung auf Schätzwerten der Jugendlichen, in die offensichtlich auch die Zeit sekundärer Fernsehnutzung mit eingeflossen ist.

tischen Erfahrungen im Jugendalter sind. Dies soll nachfolgend anhand der einzelnen Massenmedien belegt werden.

Im Falle des vorliegenden Materials wird uns jedoch nur eine stark komprimierte Darstellungsweise erlaubt. Eine ausführlichere Darstellung dieser Fakten findet sich in den entsprechenden Berichten des ZIJ.

1.2.1. Pressennutzung

1.2.1.1. Nutzungsbedingungen

Mit der "Jungen Welt" steht der Jugend eine der auflagenstärksten Tageszeitungen unseres Landes (1980 - 1140 000 täglich) zur politischen und kulturellen Information zur Verfügung. 58 % der Jugendlichen haben ihre Tageszeitung abonniert. Darüber hinaus erscheinen im Verlag "Junge Welt" mit dem Jugendmagazinen "neues leben", "Jugend + Technik", "teohnikus" u.a. eine Reihe spezieller Publikationen zur Freizeitgestaltung und Information der Jugendlichen. Obwohl hier nicht bei jeder Zeitschrift die bestehende Nachfrage der jugendlichen Leser durch die vorhandene Auflagenhöhe abgedeckt werden kann, sind die Nutzungsbedingungen insgesamt sehr günstig.

Hinzu kommt die weitere gesamte Breite an Tageszeitungen, Illustrierten und Magazinreihen unseres Landes, die den Jugendlichen zur spezifischen Nutzung zur Verfügung steht (und die z.T. auch über spezielle Seiten bzw. Rubriken für ihre jugendlichen Leser verfügen).

1.2.1.2. Nutzungsverhalten

Von den Tageszeitungen unseres Landes werden 90 % der jungen Werktätigen und Studenten mindestens mehrfach wöchentlich erreicht. Die Hälfte von ihnen nutzt sogar zwei (36 %) bis drei Tageszeitungen (14 %) zur Information. Die "Junge Welt" lesen 72 % von ihnen mehrmals wöchentlich (54 % täg-

lich, vor allem die lernende Jugend).

Eine der Bezirkszeitungen der SED lesen 54 % der Jugendlichen mehrmals wöchentlich (39 % täglich, vor allem die werktätige Jugend), während 37 % auch das "Neue Deutschland" (17 % täglich) nutzen. Die Tageszeitungen der Blockpresse erreichen 8 % der Jugendlichen. Nur 1 % der Jugendlichen liest keine Tageszeitung, und weitere 2 % lesen nur gelegentlich eine Tageszeitung. Der Grad der Nutzung unserer Tagespresse durch die Jugendlichen ist als außerordentlich hoch einzuschätzen.

Die Jugendlichen im Alter bis zum 18. Lebensjahr lesen überwiegend die "Junge Welt". Danach einsetzende Umorientierungsprozesse führen zu einer differenzierteren Pressennutzung: Während zwei Drittel der Abiturienten bei den Studienaufnahmen der "Jungen Welt" treu bleiben, gilt dies nur für knapp die Hälfte der jungen Arbeiter und Angestellten über 18 Jahre. Die Studenten nutzen nun weitaus häufiger das "ND" als Tageszeitung. Die jungen Arbeiter und Angestellten lesen dagegen häufiger die Bezirksorgane der SED. Auch nimmt der Anteil der Jugendlichen zu, die mehr als eine Tageszeitung lesen bzw. abonnieren. Während in bezug auf die "Junge Welt" keine Nutzungsunterschiede zwischen den Geschlechtern zu registrieren sind, dominieren beim "ND" und der Bezirkspresse (bei Studenten und jungen Angestellten) die männlichen Jugendlichen unter den täglichen Lesern. Wichtig ist auch, daß die "Junge Welt" 82 % der jungen Leute erreicht, die nicht mehr Mitglied in der FDJ sind!

Die "Junge Welt" hat eine solch starke Resonanz bei den Jugendlichen, weil sie deren Vorstellungen von einer Tageszeitung in großem Maße entspricht. Ein Viertel der Jugendlichen ist mit der "Jungen Welt" in der vorliegenden Form vollkommen zufrieden. Weitere zwei Drittel von ihnen teilen diese Zufriedenheit mit gewissen Einschränkungen. Die Zahl der insgesamt Unzufriedenen liegt damit unter 10 %. Zu den beliebtesten Beiträgen der "Jungen Welt" zählen die Sportseite (25 %), die Serie "Unter vier Augen" (20 %), die aktuell-politischen und Auslandsinformationen (20 %), die be-

handelten Freizeitthemen (11 %) und die Rechtsbeiträge/
Gerichtsreportagen (5 %). Diesen Beiträgen gilt dementspre-
chend auch die intensivste Nutzung. Ausführlich gelesen
werden

- die Auslandsberichte von 54 %,
- die Sportseite von 51 %,
- Neues per Telex von 51 %,
- die Beiträge zu Freizeitthemen von 46 %,
- die Antwortseite von 43 %,
- die Buchtips von 27 %,
- die Kulturseite von 22 % der Jugendlichen.

Die Nutzung der einzelnen Beiträge differiert in den ein-
zelnen sozialen Schichten (vgl. Tab. 4 Anhang).

Aber auch die in unserem Land publizierten Jugendmagazine
erreichen weite Teile der Jugend! 35 % der Jugendlichen sind
ständige Leser des "neuen lebens", 54 % nutzen sie gelegent-
lich. Die Zahl der ständigen Leser ist seit 1976 gestiegen.
Unter ihnen gibt es mehr weibliche als männliche Jugendliche.
Die Zufriedenheit der Jugendlichen mit diesen speziell für
sie verlegten Magazinen ist mit der Jugendzeitschrift "Jun-
ge Welt" vergleichbar. 29 % sind vollkommen, 63 % mit ge-
wissen Einschränkungen zufrieden. Das Magazin "neues leben"
hat daran einen großen Anteil. Besonderer Beliebtheit bei
den jugendlichen Lesern erfreuen sich folgende Beiträge:

- Prof. Borrmann antwortet,
- Schreib eine Geschichte und andere Kurzgeschichten,
- Beiträge über Beat- bzw. Rockgruppen,
- Leserdiskussionen, die "Postecke",
- Beiträge über Jugendprobleme und die "Türklinke",

Die Zeitschrift "Jugend und Technik" lesen 9 % der Jugend-
lichen kontinuierlich, während 53 % nur gelegentlich ein
Heft nutzen. Knapp über ein Drittel der Jugend wird durch
diese spezielle Zeitschrift nicht erreicht, ihr Anteil ist
unter den weiblichen Jugendlichen jedoch bedeutend höher,
als unter den männlichen (49 zu 24 %).

Eine Reihe von weiteren Magazinen und Zeitschriften wird in folgendem Umfang von den Jugendlichen genutzt:

- "Das Magazin" von 76 % (17 % ständige Leser);
- "Das Mosaik" von 58 % (21 % ständige Leser);
- "Urania" von 51 % (4 % ständige Leser);
- "Armeerundschau-Soldatenmagazin" von 39 % (6 % ständige Leser);
- "Wissenschaft und Fortschritt" von 36 % (3 % ständige Leser);

Spezielle Literatur-Zeitschriften, wie die "TEMPERAMENTE-Blätter für junge Literatur" und die "neue deutsche literatur" erreichen nur einen kleinen Kreis speziell interessierter jugendlicher Leser.

Zum Thema Pressennutzung vergleiche insgesamt die Tabellen 1 bis 3 im Anhang.

1.2.2. Rundfunknutzung

1.2.2.1. Nutzungsbedingungen

Aufgrund des Besitzstandes an Rundfunkgeräten ist heute nahezu jedem Jugendlichen der Empfang von Rundfunksendungen eigener Wahl möglich. Pro 100 Haushalte sind heute in der DDR 99 Rundfunkgeräte angemeldet. Daran haben die im Besitz der Jugendlichen befindlichen Geräte einen großen Anteil: Beispielsweise besitzen Lehrlinge bereits zu 65 % ein eigenes Radiogerät und zu 20 % eine eigene Stereoanlage. Weitere 65 % von ihnen besitzen einen Kassettenrecorder, die partiell ebenfalls mit einem Rundfunkempfangsteil gekoppelt sind.

Bereits im Lehrlingsalter verfügt ein Teil der Jugendlichen also über mehr als eine eigene Rundfunkempfangsmöglichkeit. Werden noch jene Radiogeräte, Stereoanlagen und Radiorecorder berücksichtigt, die Jugendliche in der elterlichen Wohnung mitbenutzen dürfen, so ist schon jetzt in diesem Bereich von einer annähernden Vollversorgung auszugehen. Gleiches gilt für die Ausstattung mit Fernsehgeräten und Platten-

spielern. Das bedeutet: Die Jugendlichen wachsen nahezu 'organisch' in den Gebrauch und den (zunehmenden) eigenen Besitz dieser phono-technischen Geräte hinein, die Mehrzahl von ihnen strebt bereits im Jugendalter eine Ausrüstung mit Rundfunkgeräten der höchsten Empfangsqualität an (vor allem bedingt durch den großen Stellenwert, den die Musik in ihrem Freizeitverhalten einnimmt).

Zu berücksichtigen ist weiterhin, daß sich technische Neuerungen im Rundfunkgeräte-Bereich verstärkt zuerst unter den jugendlichen Nutzern durchsetzen werden (wie z.B. der Gebrauch transportabler Kleinstradiorecorder mit Kopfhörern).

1.2.2.2. Nutzungsverhalten

Die genannten Nutzungsbedingungen bestimmen das Rezeptionsverhalten der Jugendlichen nachhaltig. Die Empfangsmöglichkeiten von Rundfunksendungen in höchsten Qualitätsparametern (UKW, Stereo, HiFi) haben die noch Mitte der 70er Jahre in der Nutzung dominierenden Kurz- und Mittelwellensender zugunsten der auf UKW sendenden Stationen verdrängt. Die Beliebtheit unserer Rundfunksender hat unter diesem Entwicklungsprozeß nicht gelitten, sie ist seit 1976 unverändert hoch.

50 % der Jugendlichen empfangen täglich Sendungen unseres Rundfunks, weitere 35 % mehrmals wöchentlich. Von den DDR-Rundfunksendern ist der Berliner Rundfunk (insbesondere DT 64) der beliebteste.

Die DDR-Rundfunksender dominieren jedoch nur bei den Jugendlichen über 20 Jahre eindeutig. Lehrlinge benannten zu 43 % Sender aus dem kapitalistischen Ausland (insbesondere die BRD und Westberlin) als Lieblingssender, was mit deren häufiger Nutzung einhergeht.

Studenten nannten zu 75 % und junge Angestellte zu 82 % DDR-Sender (Arbeiter zu 62 %).

Entsprechend dieser unterschiedlich ausgeprägten Beliebtheit der einzelnen Sender nutzen vor allem Studenten und

junge Angestellte täglich den DDR-Rundfunk (64 bzw. 60 %). Die speziellen Jugendsendungen werden vor allem von den Studenten intensiv genutzt (DT 64 zu 68 % mehrfach wöchentlich und zu 27 % täglich; "Hallo" zu 11 %). Die intensiven Bemühungen des Rundfunks unseres Landes um den zeitlichen Ausbau der Jugendsendungen wie deren qualitative Verbesserung wird von der Mehrzahl der Jugendlichen positiv bewertet.

Insgesamt ist zu betonen: Die Rundfunknutzung durch die Jugendlichen unseres Landes ist so vielgestaltig wie das vorhandene Angebot. Die Tendenz zur Differenzierung im Nutzungsverhalten ist durch die vorhandene Rezeptionsvorgabe (-breite) bereits angelegt. Die vorhandene Programmvierfalt wird aber in stärkerem Maße von den (oftmals jüngeren) Vielnutzern rezipiert, während bei den (meist älteren) 'Gelegenheitsnutzern' die selektive Rundfunknutzung überwiegt.

Zum Thema Rundfunknutzung vgl. insgesamt die Tabellen 6 bis 9 im Anhang.

1.2.3. Fernsehnutzung

1.2.3.1. Nutzungsbedingungen

89,7 von 100 Haushalten unseres Landes verfügen heute über ein eigenes Fernsehgerät. Von Ausnahmen abgesehen (3 bis 5 %) haben alle Jugendlichen Fernsehmöglichkeiten; ca. 20 % der Schüler der 9./10. Klasse, 30 % der Studenten und Lehrlinge sowie 70 % der jungen Arbeiter besitzen bereits einen eigenen Fernsehapparat. Der Besitz eines eigenen Gerätes steigt vom 18. bis zum 35. Lebensjahr kontinuierlich von 45 auf 95 %. 79 % der Jugendlichen können drei und mehr deutschsprachige Fernsehprogramme empfangen (davon 29 % vier und 34 % fünf Programme).

Jugendliche verfügen heute über eine 10- bis 15jährige Fernseherfahrung.

1.2.3.2. Nutzungsverhalten

In der Freizeit fernzusehen, ist zu einer festen Alltagsgewohnheit geworden. Im Durchschnitt sehen junge Werktätige und Studenten mehrmals in der Woche fern: 36 % nahezu täglich, 46 % mehrmals wöchentlich.

Untersuchungsergebnisse belegen eine deutlich zunehmende Fernseheteilnahme bei jüngeren Schülern ebenso wie einen Rückgang in der Sehbeteiligung ab etwa dem 17. Lebensjahr. Nach dem 20. Lebensjahr steigt die Fernsehnutzung bis zum Ende des Jugendalters erneut an. Diese "Kurve" entspricht auch internationalen Vergleichen. So verweisen die Ergebnisse unserer Intervallstudien darauf, daß sich der Höhepunkt der Fernsehnutzung im frühen Jugendalter vorverlagert hat und jetzt etwa im 12. Lebensjahr liegt. Durchschnittlich wenden sich Jugendliche täglich ca. 1,5 Stunden dem Fernsehen zu.

Fernsehen ist für Jugendliche das entscheidende Medium für die Filmrezeption: Etwa 100 bis 150 pro Jahr, das sind ca. sechsmal mehr Filme als im Kino.

Darüber hinaus sehen Jugendliche pro Jahr etwa 125 Kriminal- und Abenteurserien, 100 Unterhaltungssendungen, 110 Sportsendungen sowie 110 Fernsehfilme und -spiele. Bei der langjährigen Fernseherfahrung Jugendlicher summieren sich diese Werte zu einer bedeutenden Größe.

Nach Schätzungen können wir davon ausgehen, daß ein 18- bis 20jähriger Jugendlicher heute bereits Erfahrungen mit ca. 2000 Filmen gemacht hat.

Das DDR-Fernsehen wird von Jugendlichen aller sozialen Schichten in annähernd gleich starkem Maße genutzt.

Die Anzahl der verfügbaren Fernsehprogramme hat keinen unmittelbaren Einfluß auf die Nutzungshäufigkeit von DDR-Fernsehsendungen.

Die Jugendsendungen des DDR-Fernsehens erreichen dabei nach wie vor die Mehrheit der jungen Generation - dominierend ist allerdings ihre gelegentliche Nutzung (weniger als ein Viertel der jungen Werktätigen und Studenten können zu den

Stammsehern gerechnet werden). So wird die Sendung "rund" nur von 24 % der Jugendlichen fast jedesmal gesehen, 68 % nutzen sie gelegentlich. Im Vergleich zu Ergebnissen von 1976 ist das eine deutliche Reduzierung der "Stammzuschauer". Die "rund"-Zuschauer sind 'älter' geworden. Sowohl die Sendungen "rund", als auch "AHA" werden in besonders starkem Maße von den jungen Angestellten gesehen (zu 34 bzw. 24 % fast immer).

Zum Thema Fernsehnutzung vgl. insgesamt die Tabellen 1 bis 3 im Anhang.

1.2.4. Kinonutzung

1.2.4.1. Nutzungsbedingungen

Auch wenn die Zahl der Filmtheater in unserer Republik in den letzten zwanzig Jahren (also dem Zeitraum, in dem die heutigen Jugendlichen herangewachsen sind) sich stark vermindert hat - von 1 369 im Jahre 1960 auf ca. 830 in den 70er Jahren - ist die Verfügbarkeit einer solchen kulturellen Einrichtung für die meisten Jugendlichen gegeben. Insgesamt fanden 1982 799 913 Vorstellungen statt. Das Kino ist heute aber nur noch einer der möglichen Rezeptionsorte für Filme. Das Gros der Filme wird von den Jugendlichen im Fernsehen gesehen.

1.2.4.2. Nutzungsverhalten

Der Kinobesuch ist neben dem Musikhören jene kulturelle Aktivität, die die auffälligste Differenzierung im Rezeptionsverhalten zwischen Jugendlichen und Erwachsenen aufweist. Zwar haben Jugendliche in allen kulturellen Einrichtungen einen bedeutenden Anteil an der Besucherschaft, doch in keiner dominieren sie so eindeutig wie im Kino. 1980 stellten sie 70 % unseres Kinopublikums über 14 Jahre.

Das Durchschnittsalter des gesamten Kinopublikums liegt bei etwa 24 Jahren; fast jeder zweite Zuschauer ist zwischen 16 und 21 Jahre alt. 27 % der jugendlichen Kinobesucher sind Studenten, 25 % Angehörige der Arbeiterjugend, 18 % Schüler, 16 % Lehrlinge und 9 % Hoch- bzw. vor allem Fachschulabsolventen. Sie besuchen innerhalb von 3 Monaten im Durchschnitt cirka 12mal ein Kino.¹⁾

Im Mittelpunkt des Filminteresses Jugendlicher insgesamt, wie auch der besonders interessierten Jugendlichen, stehen eindeutig abenteuerliche, aktionsreiche bzw. humoristische Filme. Die in den siebziger und Anfang der achtziger Jahre durchgeführten filmsoziologischen Untersuchungen verweisen auf zwei - z.T. gegenläufige - inhaltliche Entwicklungslinien im Filmgebrauch Jugendlicher:

1. Eine Stabilisierung in der Beliebtheit und Nutzung von Abenteuer- und anderen Unterhaltungsfilmern, insbesondere solcher aus dem nichtsozialistischen Ausland (die Mehrzahl der als jeweils bester Film der letzten Zeit von den Jugendlichen genannten Filmtitel entfiel auf Abenteuer- und andere Unterhaltungsfilme aus dem NSW, ihr Anteil schwankt in den letzten zehn Jahren zwischen 50 und ca. 80 %).
2. Eine Stabilisierung - wenn auch nur partiell bei den gleichen und zudem bei wesentlich weniger Jugendlichen - in der Beliebtheit und Nutzung von künstlerisch anspruchsvollen und gesellschaftlich engagierten Filmen. Der Anteil der DEFA-Produktionen daran ist sehr stark schwankend, was vor allem auf das qualitativ unterschiedliche Angebot zurückzuführen ist. Trug die DEFA mit ihren Filmen (vor allem den Gegenwartsstoffen!) Ende der siebziger Jahre/Anfang der achtziger Jahre in starkem Maße zur Herausbildung dieser Tendenz bei, so ist sie gegenwärtig mit ihren Filmen in keiner Weise in der Lage, diese entwickelten Bedürfnisse - aus der Sicht der Jugendlichen - zu befriedigen.

1) Die Jugendlichen insgesamt besuchen dagegen im gleichen Zeitraum 'nur' 5- bis 6mal ein Kino.

Als wichtiges Ergebnis dieser Hinwendung zu gesellschaftlich brisanten, künstlerisch gut gemachten Filmen ist jedoch hervorzuheben, daß zu Beginn der 80er Jahre die Entgegensetzung von Erwartungen nach Spannung/Unterhaltung und den nach künstlerisch hochwertigen Filmen bei jugendlichen Kinobesuchern nicht mehr in dem Maße ausgebildet war, wie es noch Ergebnisse aus den 70er Jahren belegen.

Diese Tendenz ist um so wichtiger, als daß Jugendliche - auf Grund ihres reichen Erfahrungsschatzes - die Auswahl von Filmen aus dem laufenden Kinoprogramm kaum noch dem Zufall überlassen, sondern sich sehr gezielt konkreten Angeboten, von denen sie mit großer Wahrscheinlichkeit eine Befriedigung ihrer Bedürfnisse erwarten können, zuwenden.

Zum Thema Kinonutzung vgl. insgesamt die Tabellen 9 bis 13 im Anhang.

1.2.5. Buchnutzung

1.2.5.1. Nutzungsbedingungen

Bücher stehen den Jugendlichen in einem breiten Umfang zur Verfügung. Die jährlich steigende Auflagenhöhe (1982 wurden allein in dem Kinder- und Jugendbuchverlag 770 Buchtitel in einer Auflagenstärke von 21,9 Millionen Stück verlegt, die Gesamtjahresproduktion 1982 betrug 142,6 Millionen Stück; 38 % davon entfielen auf den belletristischen Buchsektor) garantiert einen gesicherten Zugang zur Literatur für alle. Literatur wird in einer großen inhaltlichen Breite und in unterschiedlichen, auch für Jugendliche zum größten Teil erschwinglichen Preisgruppen, angeboten.

Dieses literarische Angebot ist den Jugendlichen zugänglich

- a) in Bibliotheken: Über 90 % der Jugendlichen verfügen an ihrem Wohnort über solche Ausleihmöglichkeiten (1982 existierten in der DDR 13 347 Allgemein- und 4 343 Gewerkschaftsbibliotheken);

- b) durch die Buchbestände im Elternhaus: Kaum ein Jugendlicher unseres Landes wird heute in einem 'buchlosen' Elternhaus groß! Im Durchschnitt beträgt der Buchbestand der Eltern nach Angaben der Jugendlichen ca. 135 Bücher. Kinder, deren Vater der Intelligenz angehört, sind hierbei jedoch bevorteilt (ca. 265 Bücher, gegenüber etwa 140 in Angestellten-, 75 in Arbeiter- und 60 in Genossenschaftsbauernhaushalten);
- c) als eigener Buchbesitz: Jugendliche verfügen im Durchschnitt über circa 65 eigene Bücher (35 belletristische, 8 populärwissenschaftliche, 15 Fachbücher sowie 7 Lexika und Nachschlagewerke). Kinder, deren Eltern Hoch- oder Fachschulabschluß haben, verfügen über die meisten eigenen Bücher.
- 35 % der Jugendlichen erweitern ihren Buchbesitz ständig. Zwei Drittel dieser Jugendlichen kaufen ihre Bücher hauptsächlich in Buchhandlungen.

1.2.5.2. Nutzungsverhalten

Lesen hat für die Jugendlichen generell eine große Bedeutung. Für 13 % von ihnen ist sie sogar die wichtigste Freizeitbeschäftigung. Weitere 38 % räumen dem Lesen einen gleichwertigen Anteil neben anderen Freizeitbetätigungen ein. Den ersten Platz innerhalb dieser Leseinteressen nimmt die Belletristik in ihrer ganzen Vielfalt ein, zwei Drittel der Jugendlichen haben ein sehr starkes bzw. starkes Interesse daran. Das Interesse an der schöngeistigen Literatur ist bei den weiblichen Jugendlichen entschieden stärker ausgeprägt.

In den Literaturinteressen dominieren eindeutig die aktionsreichen, abenteuerlichen Bücher, die hauptsächlich in der Vergangenheit und der Zukunft spielen.

Insgesamt interessieren sich für Abenteuerromane und -erzählungen 71 %, für Kriminal- und Spionageromane 52 % und für utopische Literatur 56 % der Jugendlichen. Historische Romane

interessieren die Jugendlichen in annähernd gleichem Maße (58 %).

Der Gegenwartsliteratur bringen Studenten ein besonderes Interesse entgegen. Annähernd ein Viertel von ihnen lesen sehr gern Gegenwartsbücher von Autoren unseres Landes.

Das für die populärwissenschaftliche Literatur geäußerte Interesse ist zwar relativ gering, gleichzeitig weist eine Reihe von Buchtiteln dieser Gattung unter den Jugendlichen sehr hohe Leseraten auf.

Das insgesamt sehr differenzierte, aber rege Interesse an der Literatur schlägt sich bei den meisten Jugendlichen in hohen Leseraten nieder. Im Durchschnitt lesen sie innerhalb eines Vierteljahres 2,6 belletristische und 2 populärwissenschaftliche Bücher. Während jedoch belletristische Werke in diesem Zeitraum von über drei Viertel der Jugendlichen gelesen werden, erreichen populäre Sachbücher nur circa die Hälfte von ihnen (vor allem Bücher zu den Themenbereichen Natur und Technik). Vergleichbare Daten aus den 70er Jahren weisen eine relativ konstante Nutzung belletristischer Bücher durch Schüler, Abiturienten, Studenten und Angestellte nach. Rückläufig sind dagegen die Leseraten bei den Lehrlingen und jungen Arbeitern.

Neben der Nutzung von Büchern zur Literaturaneignung spielen eine Reihe weitere Publikationsformen bei Jugendlichen eine wichtige Rolle. Innerhalb eines Vierteljahres lasen 87 % von ihnen Erzählungen und Kurzgeschichten in Illustrierten und Magazinen, 49 % mindestens ein Heft aus den angebotenen Heftreihen mit Abenteuer- und Kriminalgeschichten, 20 % Fortsetzungsromane in Tageszeitungen und Illustrierten und 21 % mindestens ein Heft der "Romanzeitung".

Die Bibliotheken werden von einem Fünftel der Jugendlichen regelmäßig genutzt, weitere 52 % sind unregelmäßige Nutzer dieser Einrichtungen. Bibliotheken werden heute in stärkerem Maße zur Entleihung von Fach- und Sachbüchern (40 %) bzw. diese gemeinsam mit belletristischen Büchern (36 %) genutzt.

Zum Thema Buchnutzung vgl. insgesamt die Tabellen 14 bis 18 im Anhang.

Abschließend ist hervorzuheben:

Trotz wachsender Medienangebote und der technischen Möglichkeiten ihrer Nutzung ist die Jugend der DDR unverändert besonders aktiver Teilnehmer am öffentlichen Freizeitleben unseres Landes. Weder innerhalb des Medienverhaltens noch im Freizeitverhalten insgesamt haben die elektronischen Massenmedien bewirkt, daß in größerem Umfang "traditionelle" Kulturangebote (in Bibliotheken, Kinos, Theatern, Konzerten und Galerien) weniger genutzt werden.

1.3. Funktionen der differenzierten Angebote der Massenmedien im Leben der DDR-Jugend

Die inhaltliche und auch formale Breite und Vielfalt der von jungen Leuten in der DDR genutzten Angebote der Massenmedien (einige Eckdaten dazu sind unter Punkt 1.1. angeführt) zielt auf die Befriedigung unterschiedlicher Erwartungen und erfüllt verschiedene Funktionen in ihrem realen und ideellen Lebensvollzug (Lebenstätigkeit).

Diese an den Mediengebrauch gebundenen Funktionen lassen sich folgendermaßen klassifizieren:

- die Informationsfunktionen
- die Unterhaltungsfunktionen
- die kommunikativen Funktionen
- die verhaltensorientierende Funktion
- die wertorientierende Funktion.

Diese Funktionen können mit der Aneignung verschiedener aber auch mit der eines Medienbeitrags in Beziehung stehen. Ein Spielfilm kann z.B. unterhalten, informieren, zur Kommunikation anregen, das Verhalten und die Wertorientierungen beeinflussen ... Alltagserfahrungen und empirische Untersuchungen verweisen allerdings gleichermaßen darauf, daß in den konkreten Lebenstätigkeiten und -anforderungen an die Rezeption der verschiedenen Medienangebote in der Regel doch sehr differenzierte Erwartungen geknüpft sind. Die zu beschrei-

benden Funktionen können innerhalb der Gesamtwirkung einen sehr unterschiedlichen Stellenwert haben. Dies voranzustellen ist wichtig, weil die folgende Darstellung der Medienfunktionen aus analytischen Gründen jeweils am Einzelbeispiel erfolgen muß.

1.3.1. Zur Informationsfunktion der Massenmedien für die DDR-Jugend

Die hohen Anforderungen, die unsere Gesellschaft an die junge Generation stellt (vergl. hierzu die Dokumente des X. Parteitags der SED und des XI. Parlaments der FDJ, das Jugendgesetz der DDR, die Dokumente des Pädagogischen Kongresses und der Konferenz der Gesellschaftswissenschaftler usw.), setzen bei diesen u.a. eine umfassende Informiertheit über gesellschaftspolitische, ökonomische, naturwissenschaftlich-technische und kulturelle Entwicklungsprozesse voraus.

Erich HONECKER führte u.a. dazu im Rechenschaftsbericht an den X. Parteitag aus, daß "konkrete Information bei den Kommunisten und den Werktätigen das Verständnis für alle Aufgaben und Probleme dieser Zeit wesentlich fördert. Immer hat es sich bewährt, im Wissen um die Überlegenheit unserer Sache auch in komplizierten Perioden die Lage so zu erklären, wie sie tatsächlich ist, und um Schwierigkeiten nicht herumzureden". Er verweist weiter darauf, daß wir es heute "mit wissenden, gebildeten Menschen zu tun (haben), die sich mit Allgemeinplätzen und Schlagworten nicht zufrieden geben. Sie erwarten umfassende Information und treffsichere Argumente, um sich politisch richtig zu orientieren."¹⁾

Dies trifft selbstverständlich auch und sicher in besonderem Maße auf die junge Generation zu. Die bei der DDR-Jugend sehr ausgeprägten politischen Interessen sind eine wesentliche Voraussetzung für die Wirksamkeit der politisch-ideologischen Informationsfunktion der Massenmedien bei ihnen.

1) Bericht des Zentralkomitees, a.a.O., S. 140 f.

Die in der folgenden Tabelle angeführten Analysedaten aus dem Jahre 1982 zeigen, daß die Massenmedien bei der Befriedigung der politischen Informationsbedürfnisse unserer Jugend eine überragende Bedeutung haben.

Tab. 4: Bevorzugte Informationsquellen zur Befriedigung politischer Interessen in Abhängigkeit von der sozialen Zugehörigkeit (in %)

	Bevorzugt genutzt werden ...					
	Zeitung	Rundfunk	Fernsehen	Zeitschriften	etwas anderes	Das ist verschieden
bei kurzen Informationen über das politische Weltgeschehen						
- Lehrlinge	45	23	26	3	1	2
- Studenten	42	39	15	2	-	2
- Arbeiter	40	20	31	4	-	5
- Angestellte	41	20	34	3	-	2
bei ausführlichen Informationen						
- Lehrlinge	45	6	36	4	2	7
- Studenten	59	6	19	11	-	5
- Arbeiter	42	6	34	6	2	10
- Angestellte	54	3	35	3	-	3

Im Bewußtsein der jungen Werktätigen und Studenten bedeutet Aneignung politischer Informationen (nahezu) ausschließlich die Nutzung von Massenmedien (bezogen auf das politische Weltgeschehen)!

Gesellschaftlich sehr engagierte Jugendliche nutzen häufiger als andere die Tageszeitung als Möglichkeit zur politischen Information (sowohl für kurze als auch für ausführliche), was mit hoher Wahrscheinlichkeit durch die unkomplizierte Speicherung dieser Informationen bedingt ist (mit den zu erwartenden Entwicklungen auf dem Gebiet der Aufzeichnung und

Speicherung von Fernsehinformationen - vergl. hierzu unter Punkt 1.4.! - dürfte dieser Vorteil der Printmedien allerdings an Bedeutung verlieren).

Es kann damit zusammenfassend zur Bedeutung der Massenmedien als Vermittler politischer Informationen konstatiert werden, daß

- diesen hierbei eine absolute Monopolstellung zukommt;
- innerhalb der Massenmedien die Informationsangebote der Tageszeitungen und in zunehmendem Maße die des Fernsehens bevorzugt werden;
- der Rundfunk eine verhältnismäßig geringe Rolle im Ensemble der Massenmedien spielt (was offenbar in erster Linie seiner vorrangig beiläufigen Nutzung geschuldet ist, die eine konzentrierte Aneignung und Auseinandersetzung mit den politischen Nachrichten, Kommentaren und Diskussionen erschwert).

Die dominierende Bedeutung der Massenkommunikationsmittel Fernsehen, Rundfunk und Presse als politisches Informationsmedium bedeutet aber keineswegs, daß die politischen Informationen von den jugendlichen Rezipienten unkritisch angeeignet werden würden. Ihr politisches Wissen und ihre ideologischen Einstellungen erfüllen bei der Aneignung der entsprechenden Informationen der Massenmedien ebenso eine "Filterfunktion" wie aktuelle Gespräche darüber mit den Eltern und anderen Bezugspersonen. Insofern verwundert die Einschätzung Jugendlicher nicht, daß ihr politischer Standpunkt in erster Linie durch ihre Familie und durch Lehrer und andere Erzieher beeinflußt worden sei.

Die Wirkung der politischen Informationen der Massenmedien auf die Meinungs- und Standpunktbildung der DDR-Jugend ist damit ganz wesentlich vom jeweiligen personalen und sozialen Umfeld und der Qualität des da ausgeprägten politischen Klimas beeinflußt.

Weitere Fragen der politischen Information werden im Abschnitt 1.4. behandelt.

Neben der politischen Information der Massenmedien nutzen viele Jugendliche auch die von den Massenmedien vermittelten kulturellen, naturwissenschaftlich-technischen und natürlich auch die Sportinformationen. So gehören z.B. die Sportbeiträge der "Jungen Welt" zu den am häufigsten (nur 11 % ihrer Leser nutzen die letzte Seite der "Jungen Welt" nicht!) und auch am liebsten gelesenen Beiträgen der bei der Mehrheit der Jugendlichen verbreiteten Tageszeitung. Auch innerhalb der Fernsehprogramme werden Sportsendungen am häufigsten als Beispiel für Angebote genannt, die man möglichst immer sehen möchte und auch für solche, die in einem bestimmten Zeitraum am besten gefallen haben!

Die kulturellen und naturwissenschaftlich-technischen Informationen der Massenmedien haben für Jugendliche nicht den Ausschließlichkeitscharakter wie deren Politik- und Sportinformationen. Dennoch: Nach Ergebnissen aus dem Jahre 1976 informieren sich etwa drei Viertel junger Leute mehr oder weniger regelmäßig auch über diese Themen und nutzen dafür wiederum in den allermeisten Fällen (nur 5 % bei wissenschaftlich-technischen und 12 % bei kulturellen Fragen gaben andere Quellen als Massenmedien an) die zur Verfügung stehenden Massenmedien. Im Zusammenhang mit den seit 1976 nachweisbaren Entwicklungen in der quantitativen und qualitativen Mediennutzung können für die achtziger Jahre höhere Werte angenommen werden!

Es darf aber dabei nicht übersehen werden, daß die massenmedial angeeigneten kulturellen Informationen im Selbstverständnis der Jugendlichen nur eine geringe Bedeutung für die Entwicklung ihrer Meinungs- und Wertbildungsprozesse haben: So gaben z.B. 1981 nur 20 % der in einer Studie erfaßten Jugendlichen an, daß sie durch Massenmedien in ihrem Literaturverhalten beeinflußt worden seien und - als eine Erklärung für dieses Ergebnis - 1979 sahen sich nur 13 % junger Werktätiger und Studenten in der Beurteilung von Gegenwartskunstwerken in Übereinstimmung mit den ihnen bekannten Wertungen der sozialistischen Massenkommunikationsmittel.

Es zeigt sich, daß zwischen den durch unsere Massenkommunikationsmittel angebotenen Wertungen und den Wertmaßstäben junger Leute in bezug auf kulturelle Ereignisse und Produktionen teilweise große - zu große! - Diskrepanzen vorhanden sind; die Meinungsbildung junger Leute noch zu häufig neben und teilweise gegen die in unseren Massenmedien formulierten Wertungen verläuft. Solche Wertungsunterschiede lassen sich teilweise aus dem Auftrag der Massenmedien zur kulturell-ästhetischen Erziehung und der daraus resultierenden Notwendigkeit für die Massenmedien, höher entwickelte Wertmaßstäbe zu propagieren, ableiten. Aktuelle Untersuchungsergebnisse zu Spielfilmen, Musiktiteln und anderen primär unterhaltungsorientierten Freizeitangeboten signalisieren allerdings Bewertungsdiskrepanzen, auf die viele Jugendliche mit einer Infragestellung der diesbezüglichen Kompetenz der Medien reagieren.

1.3.2. Zur Unterhaltungsfunktion der Massenmedien

Ein Überblick über aktuelle Publikationen und Diskussionen zum Unterhaltungsbegriff bei uns zeigt, daß den Massenmedien bei der Befriedigung der massenhaft und intensiv ausgeprägten Unterhaltungsbedürfnisse der Bevölkerung - auch und insbesondere der der jugendlichen - eine Vorrangstellung eingeräumt wird.¹⁾ Gleichzeitig wird aber auch deutlich, daß der Begriff der Unterhaltung keineswegs klar definiert ist und einheitlich gebraucht wird. Dies drückt sich dann auch in der Differenziertheit dessen aus, was Jugendliche in verschiedenen Situationen und in Abhängigkeit von unterschiedlichen Erwartungsstrukturen und Wertmaßstäben als unterhaltend einschätzen und bewerten: vom Spaß am Denkvergnügen im Sinne BRECHT's bis hin zur Freude über sehr vordergründige

1) Peter SPAIN: Unterhaltung im Sozialismus. Berlin 1980.
Lothar BISKY: Untersuchungsergebnisse zum Rezeptionsverhalten beim Umgang mit Angeboten der Medienunterhaltung. Beilage zur Zeitschrift "Unterhaltungskunst". August 1982

und aktionsreiche Darbietungen, von der aktiven bis zur passiven Teilnahme an sportlichen Veranstaltungen ... Insofern lassen die folgenden beispielhaft angeführten Daten zunächst nur Rückschlüsse auf die Intensität der an die verschiedenen Massenmedien gerichteten Unterhaltungserwartungen zu.

Nach verschiedenen empirischen Untersuchungen ergibt sich:

- Fast drei Viertel der Kinobesucher der DDR (74 % der jugendlichen und auch 62 % der erwachsenen Besucher) erwarten vom Spielfilm Unterhaltung, Spannung und Humor. Primär unterhaltungsorientierte Spielfilme werden bevorzugt aus den Fernseh- und Kinoangeboten ausgewählt und stellen für die Mehrheit der (jugendlichen) Kinobesucher einen wichtigen Maßstab für die Beurteilung von Spielfilmen insgesamt dar.
- Die Rezeption solcher Spielfilme im Kino erfüllt in den meisten Fällen auch die in sie gesetzten Erwartungen: 1980 gaben zwischen 70 % und fast 90 % der Besucher solcher Filme an, daß sie anschließend das Kino gut gelaunt verließen! Dies geschah häufiger nach dem Sehen entsprechender NSW-Importe als nach dem Sehen sozialistischer Produktionen.
- Auch die Mehrheit der Leser belletristischer Produkte. Von der Gegenwartsliteratur erwarten z.B. 85 % eine spannende Handlung und 73 % eine humorvolle Unterhaltung. Abenteuerliteratur sowie Spionage- und Kriminalromane stehen weiterhin an der Spitze der Literaturinteressen Jugendlicher.
- Auch von den anderen Massenmedien erwarten die meisten Jugendlichen die Befriedigung von Unterhaltungsbedürfnissen.

Zweifellos stellt die Entspannung nur einen - wenngleich wesentlichen - Aspekt der Unterhaltung dar, weshalb die in Tabelle 5 angeführten Daten mehr als Hinweis auf bestimmte Haltungen zur Unterhaltungsfunktion der verschiedenen Massenmedien und weniger als Beweis hierfür angeführt wurden.

Tab. 5: Bevorzugte Quellen zur Befriedigung der Bedürfnisse nach Entspannung in Abhängigkeit von der sozialen Zugehörigkeit (in %)

	Zeit- tun- gen	Rund- funk	Fern- sehen	Zeit- schrif- ten	etwas ande- res	Das ist verschie- den
Lehrlinge	3	52 !	3	4	18 !	20
Studenten	4	33	8	7	22	26
Arbeiter	4	44	8	4	21	19
Angestellte	3	40	7	8	18	24

Deutlich wird eine einseitige Favorisierung des Rundfunks als Medium zur Entspannung (beiläufige Rezeption!) und eine relativ große Unentschiedenheit dieser Frage gegenüber (Antwortpositionen: etwas anderes und Das ist verschieden). Diese erfahrungsbedingte Haltung junger Leute zu den Entspannungspotenzen der Massenmedien ist nicht unbedingt mit den entsprechenden an sie gerichteten Erwartungen identisch. So erwarten z.B. 48 % in jeder Ausgabe der "Jungen Welt" Spaß und Vergnügen (!), "nur" 32 % in jeder Jugendsendung des DDR-Fernsehens ebenfalls Spaß und Vergnügen (insbesondere junge Arbeiter, von denen 40 % diese Erwartung äußerten!), und auch in den an Rundfunksendungen gerichteten Erwartungen dominieren solche nach Unterhaltung und Entspannung. Dabei wird deutlich, daß die relativ geringe Zufriedenheit vieler Jugendlichen mit den für sie produzierten Sendungen des DDR-Fernsehens z.B. in starkem Maße auch durch deren geringen Unterhaltungswert für sie bedingt ist. Immerhin wurden 1982 von Jugendlichen die folgenden Sendungen lieber als "rund" gesehen: "Ein Kessel Buntes", Sportsendungen, spezielle Unterhaltungssendungen des DDR-Fernsehens, NSW-Spielfilme im DDR-Fernsehen und Filmserien aus dem sozialistischen Ausland!

Die hier angeführten Daten verweisen darauf, daß von den Jugendlichen in der DDR an fast alle Massenmedien gleichermaßen Unterhaltungserwartungen gerichtet sind. Die Unterschiede in

der Unterhaltungsfunktion der verschiedenen Massenmedien ergeben sich vorrangig aus den Möglichkeiten und der realen Nutzung ihrer Unterhaltungsangebote durch Jugendliche (so kann z.B. bei Vorhandensein der notwendigen technischen Voraussetzungen, die aber bei Jugendlichen unseres Landes als gegeben betrachtet werden können, permanent Rock- und andere Tanzmusik gehört werden; günstig sind auch die Voraussetzungen für das Sehen von primär unterhaltungsorientierten Filmen im Fernsehen und - allerdings schon nicht mehr so günstig - im Kino, während die mit dem Sehen von Kabarettveranstaltungen verbundenen Unterhaltungsmöglichkeiten zu den Ausnahmen gehören) und natürlich aus den mit den verschiedenen Medien verbundenen differenzierten Unterhaltungserlebnissen. Auf die Vielfalt und Differenziertheit der in Abhängigkeit von verschiedenen personalen (aktuelle Bedürfnislage), sozialen und medialen Faktoren möglichen Unterhaltungserlebnisse kann hier nur hingewiesen werden, ihre - auch nur oberflächliche - Beschreibung würde den Rahmen dieser Studie sprengen.

Woraus resultiert nun die Vormachtstellung der Massenmedien als Unterhaltungsmöglichkeit gegenüber den traditionelleren Angeboten?

Theoretische und empirische Forschungsergebnisse lassen die folgenden Faktoren als dafür besonders wesentlich erscheinen:

1. In den Massenmedien sind Unterhaltungsangebote ständig verfügbar und zudem aufwandlos zugänglich.

Das Wissen um die ständige Präsenz von - inhaltlich und formal unterschiedlichen - Unterhaltungsangeboten in Rundfunk und Fernsehen und in den damit verbundenen Speicherformen (Schallplatte, Kassette, zukünftig: Videokassette) schafft die Sicherheit, daß bei individuellem Unterhaltungsbedarf auch entsprechende Befriedigungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen.

Dies ist in bezug auf Kinobesuche und andere Formen der Teilnahme an öffentlichen Unterhaltungsangeboten nicht

in dem Maße gegeben (außer in Großstädten mit ihrer Vielzahl alternativer Unterhaltungsangebote), ihre umfangreichen Filmerfahrungen (vorrangig mit den Spielfilmangeboten des Fernsehens gesammelten) garantieren den meisten Jugendlichen allerdings auch funktionsgerechte Rezeptionen, zumindest bei primär unterhaltungsorientierten Filmen.

2. In den Massenmedien ist die Aneignung von inhaltlich und formal sehr vielfältigen und differenzierten Unterhaltungsbeiträgen permanent und alternativ möglich. Fernsehen und Rundfunk ermöglichen eine fast vollständige Realisierung der potentiellen Unterhaltungsbedürfnisse Jugendlicher, mit Ausnahme der an produktive Tätigkeiten gebundenen Unterhaltungsformen. Andererseits verbinden sich auch in einzelnen Beiträgen vielfältige Unterhaltungsformen, so z.B. Musik und Spiel, Tanz und andere theatralische Formen, Artistik und Sport usw. Dadurch werden auch Wertmaßstäbe für die Beurteilung nicht-medialer Unterhaltungsangebote und neuartige Wahrnehmungs- und Rezeptionsgewohnheiten entwickelt.
3. Insbesondere die in Fernsehen und Rundfunk angebotenen Unterhaltungsbeiträge unterliegen einer permanenten inhaltlichen und insbesondere formalen Erneuerung und damit einer modischen Aktualität. Zweifellos ist das Fernsehen das gegenwärtig innovativste Massenkommunikationsmittel, und ebenso zweifellos äußern sich die innovativen Bemühungen dieses Mediums am deutlichsten in seinen Unterhaltungsangeboten. Es gibt wohl keinen anderen Programmbereich im Fernsehen, in dem die technischen Möglichkeiten der elektronischen Aufzeichnung und Wiedergabe so bewußt genutzt würden wie in dem der Unterhaltung (wo auch die Unterschiede zwischen filmischer und elektronischer Aufzeichnung so deutlich würden).
4. Die Unterhaltungsbeiträge der Massenmedien werden sehr stark von Internationalisierungstendenzen bestimmt.

Durch Programmaustausch (vergl. hierzu unter Abschnitt 2.3.) und international ähnliche Programmstrukturen (z.B. hoher Spielfilmanteil im Fernsehen und ebenso hoher Anteil an Pop-Musik in den Hauptsendezeiten des Rundfunks), aber auch durch formal und teilweise auch inhaltlich ähnliche Gestaltungen von Unterhaltungsprogrammen werden diese Internationalisierungstendenzen auch den jugendlichen Nutzern augenfällig.

Eine, wahrscheinlich die , wesentliche Voraussetzung für das Funktionieren von Medienunterhaltung bei Jugendlichen muß darin gesehen werden, daß die Unterhaltungserwartungen und -bedürfnisse aus den Anforderungen und Bedingungen ihrer konkreten Lebenstätigkeit resultieren und daß diese einer ständigen Befriedigung bedürfen.

Hierfür sind die "schnellen Genüsse" durch die Angebote der Massenmedien, wo zudem in der Regel die dafür aufgewendete Zeit mit der Zeit des "Genusses" identisch ist, attraktiver als die anderer, nichtmedialer Unterhaltungsangebote.

1.3.3. Zu den kommunikativen Funktionen der Massenmedien

Die Beschäftigung mit den Massenmedien beschränkt sich in den meisten Fällen nicht auf die unmittelbare Rezeptionszeit, sondern ist auch ein wesentlicher Bestandteil der Gespräche und Diskussionen Jugendlicher.

Neben den Gesprächen über persönliche Probleme und solchen der Berufs- bzw. der Studien- oder Lerntätigkeit gehören die über Sendungen der Massenmedien zu den am häufigsten und intensivst geführten (vergl. hierzu Abschnitt 1.1. Tabelle 2).

Differenzierte Analysen verweisen in diesem Zusammenhang darauf, daß in solchen Diskussionen das konkrete Medienangebot häufig nur eine "Auslöserfunktion" für darüber hinausgehende Fragen und Probleme hat.

Am Beispiel von Spielfilmen und Fernsehserien werden ebenso Fragen und Probleme unserer gesellschaftlichen Entwicklung

diskutiert, wie Rocktitel zu Diskussionen über die Spezifik jugendlichen Verhaltens provozieren (nicht nur unter Jugendlichen).

Neben solchen Diskussionen, wo der jeweils konkrete Medienbeitrag nur eine "Anlaßfunktion" für die Diskussion von Themen erfüllt, die sonst nicht im Zentrum der Öffentlichkeit stehen aber durch ihr Ansprechen in einem "öffentlichen Medium" ihre Diskussionslegitimation erhalten, gibt es aber auch solche, die am Beitrag "bleiben".

Bleiben wir aber zunächst bei der ersten Diskussionsart. Nach Analyseergebnissen aus verschiedenen Jahren erwarten viele Jugendliche von Kunst und Literatur die Darstellung von Fragen und Problemen unserer gesellschaftlichen Entwicklung, die in den Massenmedien, d.h. in den nichtkünstlerischen, also publizistischen Beiträgen, sonst wenig diskutiert werden.

Dies deutet auf latente Diskussionsbedürfnisse bei vielen Jugendlichen hin, die sich durch die publizistischen Angebote der Massenmedien nur unzureichend angesprochen fühlen und für die entsprechenden künstlerischen Angebote eine Möglichkeit zu solchen Gesprächen bieten. D.h., immer dann, wenn junge Leute die sie bewegenden Fragen nicht "öffentlich" besprechen können (diese "Öffentlichkeit" kann die FDJ-Gruppe ebenso sein wie die "Junge Welt" oder die Sendung "rund" oder "DT 64"), nutzen sie die Diskussion anderer, nichtpublizistischer Medienangebote (manchmal auch die der Kirchen) zur Öffentlichmachung ihrer Fragen und Probleme! Erfahrungen und Analyseergebnisse aus den letzten Jahren verweisen darauf, daß sozialistische Gegenwartsfilme, insbesondere die der DEFA und Werke der sozialistischen Gegenwartsliteratur und -dramatik, von jungen Leuten am häufigsten zum Anlaß für entsprechende Gespräche genommen wurden.

Selbstverständlich sind auch solche Diskussionen beeinflusst von Wertungen des zur Debatte stehenden Medienangebotes, sie bestimmen diese aber nicht.

Die kommunikative Funktion dieses Gesprächstyps besteht für Jugendliche in der (aktiven oder auch nur passiven) Teilnahme

an gesellschaftlichen Verständigungsprozessen über sie bewegende Fragen und Probleme.

Im Gegensatz dazu resultiert die kommunikative Funktion von Gesprächen über Medienangebote, die am Diskussionsobjekt bleiben, stärker aus den dabei eingebrachten ästhetischen Wertungen und äußert sich damit vorrangig in Geschmacksbildung und ästhetischer Erziehung.

Verschiedene Forschungsergebnisse deuten an, daß Jugendliche bei thematisch sie wenig berührenden/interessierenden Medienangeboten häufiger über Gestaltungsfragen diskutieren und dabei ästhetische Wertungen einbringen als bei sie thematisch bewegenden Angeboten.

Die bisherigen Ausführungen beschränkten sich im wesentlichen auf die kulturellen Angebote der Massenmedien und vernachlässigten damit deren publizistische und hierbei insbesondere die politischen.

Alltagserfahrungen und wissenschaftliche Forschungsergebnisse beweisen gleichermaßen die große Häufigkeit und Intensität von Gesprächen über Nachrichten, Verlautbarungen und Kommentare in den Massenmedien.

In solchen Gesprächen

- kann die individuelle Aneignung der Medienbeiträge durch den darüber stattfindenden Meinungsaustausch mit seinen unterschiedlichen Argumentationen bereichert werden;
- können die zum Thema vorhandenen Einstellungen und Meinungen stabilisiert, infrage gestellt oder - in Ausnahmefällen - auch grundlegend verändert werden;
- können Erwartungen entwickelt werden, die zu einer intensiveren Mediennutzung führen, um damit "gesprächsfähig" für Partner zu bleiben, an denen man "interessiert" ist.

Die hier skizzierten Funktionen/Aktivitäten sind selbstverständlich nicht nur an Gespräche über politische Beiträge gebunden, sondern gelten generell für alle Mediendiskussionen.

Interpersonale Kommunikationsprozesse zu Medienbeiträgen finden nicht nur über bereits stattgefundene Medienrezeptionen statt, sondern beeinflussen auch die Auswahl von Vorbereitung

auf Medienangebote. Verschiedene Ergebnisse zeigen z.B., daß Jugendliche fast ebenso häufig über Filme diskutieren, die sie sich noch ansehen möchten wie über solche, die sie bereits gesehen haben: In einer Woche sprachen 62 % über bereits im Kino gesehene und 60 % (1) über noch nicht gesehene Filme.

Solche vorbereitenden Diskussionen werden häufiger über geplante Medienrezeptionen mit "Ereignischarakter" (z.B. Kinobesuche, das Lesen von Büchern etc.) als über die alltäglichen und weniger verbindlich geplanten Fernseh-, Rundfunk- und Zeitungsrezeptionen geführt.

Insgesamt gesehen bieten alle hier skizzierten sozialen Formen der Beschäftigung mit Medienbeiträgen günstige Möglichkeiten zur Einflußnahme "von außen" auf die den Mediengebrauch tragenden Selektions-, Rezeptions- und Wertungsgewohnheiten. Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse verweisen in diesem Zusammenhang auf erhebliche Reserven, die die FDJ und offizielle Erziehungsträger (Lehrer, Lehrausbilder, Dozenten usw.) bei der Nutzung dieser Möglichkeiten zur Beeinflussung des Mediengebrauchs Jugendlicher und auch der Medienwirkungen auf sie haben. Mangelnde Kenntnisse über die von Jugendlichen bevorzugten Medienbeiträge, insbesondere die im Unterhaltungsbereich, und ihre damit zusammenhängende unzureichende Kompetenz in Fragen der Mediennutzung beeinträchtigen die Einflußmöglichkeiten von FDJ-Funktionären und gesellschaftlichen Erziehungsträgern in diesem Bereich teilweise sehr wesentlich. Dies trifft insbesondere auf Gespräche über Medienangebote des Gegners zu, die fast ausschließlich in informellen Gruppen bzw. im Freundes- und Bekanntenkreis stattfinden. So werden die politische und auch ästhetische Auseinandersetzung damit zum einen sehr stark von den in jeweiligen Gruppen vorherrschenden Wertorientierungen, sozialen Erfahrungen und politisch-ideologischen Einstellungen abhängig und tragen zum anderen häufig einen "privaten" Charakter, verlaufen außerhalb der offiziellen Meinungsbildung.

1.3.4. Zur verhaltensorientierenden Funktion der Medien- nutzung

Mediennutzung als "Lebenshilfe", als Beitrag zur Bewältigung der verschiedenen Realitätsanforderungen, als Meinungs- und Verhaltensorientierung usw., ist eines der in der Medienforschung aber auch in den Alltagskommunikationen der Mediennutzer meistdiskutiertesten und umstrittensten Themen. Stärker und prononcierter als in Diskussionen um die Informations-, Unterhaltungs- oder Kommunikationsfunktion der Massenmedien werden hier Vermutungen, Befürchtungen und nachweisbare Ergebnisse zur tatsächlichen oder vermuteten Medienwirkung eingebracht.

Sicher sind verschiedene zwischenmenschliche Verhaltensweisen, modische Verhaltensäußerungen (z.B. Symbole an Kleidungsstücken und in Formen der Verständigung zwischen jungen Leuten, Verhaltensformen in Diskotheken und anderen Stätten primärer jugendlicher Verständigung, Akzeptanz bzw. Nichtakzeptanz modischer Attribute usw.), Formen und Methoden der zwischenmenschlichen Verständigung auch durch Medienangebote beeinflusst.

Etwa ein Drittel bis zwei Fünftel junger Leute (Mädchen häufiger als Jungen, jüngere häufiger als ältere) sind sich nach verschiedenen soziologischen Ermittlungen dieser Wirkungen/Folgen ihres Kunst- und Mediengebrauchs bewußt, d.h. sie können bestimmte Aspekte ihres Denkens und Verhaltens bestimmten Medien und Künsten zuordnen (einzelnen Werken und Beiträgen, aber auch der in einem bestimmten Zeitraum angeeigneten Angeboten).

Die Mehrheit der Jugendlichen ist dazu allerdings nicht in der Lage, was bei der bereits weiter vorn skizzierten Vielzahl an medien- und kunstkommunikativen Prozessen nicht verwundern darf.

Verschiedene differenziertere empirische Analysen zeigen allerdings, daß Jugendliche bei konkreten Verhaltensanforderungen eher über den Anteil der künstlerischen und publizistischen Medien reflektieren können.

Die folgenden Beispiele können als Illustration dazu dienen:

- Zwischen 30 % (Schüler der 9. Klassen) und 52 % (Schüler aus den 7. Klassen) geben an, in ihrer Berufswahl durch Massenmedien (mit) beeinflusst worden zu sein. Dies geht sicher sowohl auf die verschiedenen berufsberatenden Beiträge (z.B. "Alles über ..." in der "Jungen Welt") als auch auf die Vorbildwirkung der in den Medien präsentierten Berufe zurück.
- Unter den Vorbildern junger Leute (vorrangig von Schülern und Lehrlingen) spielen neben den Eltern Künstler und künstlerische Figuren eine wichtige Rolle, insbesondere solche, die in den Massenmedien Film und Fernsehen präsent sind (Schauspieler, Moderatoren, Rockstars etc.) bzw. die in diesen Medien als Figuren präsentiert werden (Film- und Fernsehfiguren).

In der Regel bedeuten solche Vorbildnennungen keine unkritische Nachahmung der von der Vorbildfigur erlebten Verhaltens- und Denkweisen, sie verweisen aber auf deren orientierende Funktion in bestimmten Verhaltenssituationen (z.B. immer dann, wenn für die jeweilige Verhaltensanforderung/-situation von den unmittelbaren Bezugspersonen und anderen gesellschaftlichen Erziehungsträgern keine Orientierungen gegeben werden).

Diese Beispiele verweisen darauf, daß die verhaltensorientierende Funktion der Massenmedien in erster Linie auf einer Verhaltensantizipation beruht: die Medien werden zu einer Erweiterung des Verhaltensrepertoires für Eventualsituationen genutzt.

Eine zweite Ebene der verhaltensorientierenden Wirkung der Massenmedien äußert sich in unmittelbaren Nachahmungsprozessen des Erlebten. Dies gilt allerdings vorrangig für Kinder und für Jugendliche mit labilen Persönlichkeitsstrukturen. Da diese Nachahmungsprozesse in der Regel nur kurzzeitig (in vielen Fällen bis zum nächsten "Medienerlebnis") wirksam sind, sollten sie nicht überschätzt werden.

1.3.5. Zur wertorientierenden Funktion der Massenmedien

Die folgenden Überlegungen stehen in einem engen Zusammenhang mit der Beschreibung der bisher genannten vier Funktionen und zielen auf einen übergreifenden funktionalen Aspekt.

Zunächst einmal: Allein die Präsenz der verschiedenen Beiträge (Sendungen, Artikel, Informationen usw.) in den, in unseren Massenmedien, schafft für die Nutzer Bedeutungen und Werte, die z.T. inhaltlich über den konkreten Informationsgehalt hinausgehen (das gilt in gewisser Weise auch für die Nicht-Präsenz: ein von der Presse nicht rezensierter DEFA-Film schafft ebenso Bedeutungen wie das Ausklammern bestimmter politischer Informationen in unseren Massenmedien).

Also: Nicht nur die Information über ein innenpolitisches Thema schafft Bedeutungen, sondern auch der Fakt seiner Präsenz (wie wird diese Information präsentiert?) in unseren Massenmedien. Diese - zweite - Bedeutungsebene ist sowohl von den bisherigen Medienerfahrungen der Jugendlichen als auch von deren sozialen Erfahrungen und politischen Kenntnissen beeinflusst.

Wertorientierungen, verstanden als allgemeine Verhaltensorientierungen, die in verallgemeinerter Form Ergebnisse von Wechselwirkungsprozessen zwischen eigenen Erfahrungen, den angeeigneten Gattungserfahrungen und gesellschaftlichen Normen, Werten und Zielen darstellen, werden in inhaltlich und auch formal sehr differenzierter und vielfältiger Weise in den Massenmedien widergespiegelt.

Ob und welche dieser in den (welchen?) Massenmedien präsentierten Wertorientierungen von den Jugendlichen in die individuelle Wertstruktur übernommen werden, ist von so verschiedenen Faktoren beeinflusst, so daß eine allgemeingültige Beschreibung von entsprechenden Wirkungsrichtungen kaum möglich ist. So erweist sich z.B. der individuelle Wert "ein glückliches Familienleben führen zu wollen" als unbeeinflusst von der Intensität, Richtung und Häufigkeit der Nutzung der Massenmedien, obwohl doch eine Vielzahl der in den

Massenmedien angebotenen Beiträge andere Wertorientierungen zur Disposition stellen.

Dieses Beispiel, das für viele steht, verweist u.a. auf die folgenden Probleme in der Analyse des Zusammenhangs von Mediennutzung und Entwicklung von Wertorientierungen:

Erstens sind Wertorientierungen nicht nur ein Ergebnis der Mediennutzung, sondern auch und in erster Linie ein Produkt interpersonaler Erziehungsprozesse und unmittelbarer sozialer Erfahrungen. Insofern haben Wertorientierungen auch eine selektive Funktion für die Mediennutzung, d.h. sie tragen mit dazu bei, daß in der Regel nur Beiträge der Massenmedien ausgewählt werden, die die eigenen Wertorientierungen nicht infrage stellen.

Zweitens stellen kurzfristige Veränderungen von Wertorientierungen durch Medienbeiträge eine Ausnahme dar. Wertorientierende Wirkungen der Massenmedien sind nur langfristig realisierbar und damit auch nachweisbar (so hat z.B. der Wert "glückliches Familienleben" heute z.T. andere Inhalte als vor zwanzig oder dreißig Jahren, man denke nur an die veränderte Rolle der Frau bei der Realisierung dieses Wertes!).

Drittens haben die in unseren Massenmedien präsentierten Wertorientierungen in der Regel ihre soziale und ideologische Basis auch in der sozialistischen Gesellschaftsordnung, was a priori eine große Übereinstimmung mit den Wertorientierungen der Rezipienten bedingt (unter Beachtung des produktiven Spannungsverhältnisses von Ideal und Wirklichkeit).

Allerdings sind in der DDR nicht nur sozialistische Massenmedien nutzbar, und auch in den sozialistischen Massenmedien werden nicht nur Beiträge angeboten, die dem Sozialismus gemäße Wertorientierungen propagieren bzw. präsentieren. Dies kann durchaus zur Ausprägung von Wertorientierungen führen, die dem mit der kommunistischen Erziehung angestrebten Persönlichkeitsmodell teilweise widersprechen.

Die in den verschiedenen Sendungen, Beiträgen und Produkten angebotenen politischen, moralischen und ästhetischen, sozialen und kulturellen usw. Wertorientierungen können in den

jeweiligen Kommunikationsprozessen die Wertorientierungen Jugendlicher (ihre Struktur und Stabilität) beeinflussen. Die wertorientierenden Möglichkeiten der Massenmedien werden dadurch begünstigt, daß insbesondere in den dramatischen Angeboten der Nutzen verschiedener Wertorientierungen erlebnishaft deutlich gemacht werden kann (und zwar in einer für die Nutzer zeitökonomischen und auch risikofreien Weise).

1.4. Dominanten im Mediengebrauch: Film, Musik, Information. Zu einigen ausgewählten inhaltlichen Fragen

Quantitative Analysen lassen erkennen, daß Filme (vor allem Spielfilme), Musik (Rockmusik und Schlager) und Informationen (Welt- und nationales Geschehen) im Mediengebrauch Jugendlicher aller Gruppen eine besonders herausgehobene Stellung einnehmen. Damit werden natürlich die in vielen Untersuchungen eindrucksvoll nachweisbaren Tendenzen der Vielfalt und Differenziertheit nicht unterschätzt. In diesem Abschnitt wollen wir ^{an} einigen Beispielen inhaltliche Fragen tiefer ausloten als es in den bisherigen Überblicksdarstellungen möglich war.

1.4.1. Filme im Mediengebrauch Jugendlicher - Ursachen, Bedingungen und Folgen

Nach Ergebnissen aus dem Jahre 1979 sehen junge Werktätige und Studenten jährlich etwa 100 bis 150 Spielfilme im Fernsehen und 15 bis 20 im Kino und verbringen damit etwa 250 bis 300 Stunden ihrer Freizeit mit dem Sehen von Spielfilmen. Aktuellere Daten verweisen - zumindest bei Schülern, Lehrlingen und Studenten - auf noch höhere Nutzungsfrequenzen. Bei Magdeburger Schülern, Lehrlingen und Studenten wurden z.B. Anfang 1984 im Durchschnitt 21 gesehene Spielfilme pro Monat im Fernsehen ermittelt! Dazu kommen noch eine große Anzahl jährlich gesehener Fernsehfilme, -spiele und -serien-

beiträge (nach vorsichtigen Schätzungen etwa einhundert bis zweihundert), die ähnliche Erwartungen und Bedürfnisse befriedigen wie Spielfilme, weil sie in ihrer Art der künstlerischen Widerspiegelung der Realität identisch mit der Widerspiegelung in Spielfilmen sind.

1. Die besonders große Affinität Jugendlicher zu den verschiedenen Formen der film- bzw. fernseh-dramatischen Widerspiegelung der Wirklichkeit hat verschiedene Ursachen, die hier nicht alle differenziert und ausführlich dargestellt werden können. Thesenförmig seien hier die u.E. wichtigsten Ursachen angeführt:

- Spiel- und Fernsehfilme können besser als andere Formen der künstlerischen Widerspiegelung den tätigen Menschen und seine Umwelt in einer der "normalen" Wirklichkeitsaneignung/-wahrnehmung weitgehend angenäherten Art und Weise darstellen.

Ein Ergebnis:

Spielfilme werden von Jugendlichen als besonders geeignet für die künstlerische Widerspiegelung der Gegenwart gesehen (nur Dokumentarfilme werden teilweise besser bewertet).

- Wegen der relativen Übereinstimmung zwischen der Realitätswahrnehmung (zumindest der am häufigsten praktizierten) und der von Spielfilmen, bedarf die letztgenannte - scheinbar - keiner besonderen Fähigkeiten.
- Spiel- und Fernsehfilme machen fast 40 % des Gesamtprogramms des Fernsehens der DDR (über 50 % in der Hauptsendezeit) aus, und mehr als sechs von sieben Kinobesuchen in der DDR gelten Spielfilmen (wobei berücksichtigt werden muß, daß in Kinoveranstaltungen mit gebührenpflichtigem Beiprogramm die Besucher als Spielfilm- und als Beifilmbesucher gezählt werden!).

Im DDR-Fernsehen dominieren inzwischen Spielfilme.

Im März 1984 wurden in der Hauptsendezeit fast zwei Drittel der für Spiel- und Fernsehfilme (einschließlich Serienbeiträge und Schauspielen) errechneten Zeit und

fast ein Drittel der Gesamtsendezeit von Spielfilmen getragen (2 von 3 Spielfilme waren NSW-Importe!). Es gibt also besonders günstige Bedingungen für die Befriedigung der Spielfilminteressen im Fernsehen und im Kino.

- Die bisher skizzierten Faktoren tragen dazu bei, daß das im Kindes- und Jugendalter besonders stark ausgeprägte Bedürfnis nach Wirklichkeitsaneignung, Weltgewinn, Lebenshilfe usw. in der Aneignung von Spiel- und Fernsehfilmen in zeitökonomischer Weise realisiert werden kann, wobei den aneignenden Individuen ein relativer Spielraum bei der Festlegung der Verbindlichkeit des angeeigneten für die eigene Individualität verbleibt.

In der film- bzw. medienpädagogischen Literatur wird zwar häufig davon ausgegangen, daß die Filmaneignung durch einen starken Anwesenheitseffekt gekennzeichnet sei, der die Gefahr einer kritiklosen Identifikation in sich berge; diese Meinungen und Befürchtungen basieren aber fast ausschließlich auf Forschungsergebnissen aus den zwanziger bis fünfziger Jahren, für die keine aktuellen Bestätigungen ermittelt werden konnten!

Die Bedingungen für das Sehen von Filmen, insbesondere von Spiel- und Fernsehfilmen, sind in den achtziger Jahren außerordentlich günstig. Einige Daten hierzu wurden schon angeführt.

Zu den Bedingungen der Filmrezeption gehören auch die spezifischen Aktivitäten zur Entwicklung und Förderung des Kinder- und Jugendfilms (Produktion und Verbreitung). Es sei hier beispielhaft an die regelmäßig stattfindenden Kinder- und Jugendfilmwochen, an das Nationale Festival des Kinderfilms und an die speziellen Programme mit Kinder- und Jugendfilmen in den Filmtheatern und im Fernsehen erinnert. Dabei darf aber nicht übersehen werden, daß sich meistens Fördermaßnahmen auf den Filmgebrauch von Kindern und jüngeren Jugendlichen beziehen.

2. Die große Anzahl der in einem bestimmten Zeitraum gesehene(n) Spiel- und Fernsehfilme stellt die Frage nach den Folgen/Wirkungen des massenhaften Gebrauchs.

Die Beantwortung dieser Frage kann nicht unabhängig von einer Analyse der von jungen Leuten bevorzugt gesehene(n) Filmen geschehen, da die unterschiedlichen Filmgattungen, -genres und -arten auch quantitativ und qualitativ unterschiedlichen Wirkungspotenzen immanent sind.

Auf der Basis des sehr umfangreichen und differenzierten Analysematerials lassen sich die folgenden Grundprozesse benennen:

- Abenteuerliche, aktionsreiche und spaßorientierte Filme stellen den Hauptanteil der von jungen Leuten gewünschten, genutzten und ihnen gut gefallenden Filmangebote, und zwar gleichermaßen für Kino und Fernsehen zutreffend.

Die an solche Filme gebundenen Erwartungen und mit ihnen verbundenen Rezeptionsgewohnheiten, Ansprüche und Bewertungsmaßstäbe werden gegenwärtig in dominanter Weise von NSW-Produktionen erfüllt.

Dafür einige Beispiele aus Forschungsergebnissen und Statistiken:

1983 wurden von jugendlichen Besuchern von DEFA-Spielfilmen die folgenden Filme als Lieblingsfilme favorisiert: "Plattfuß am Nil" (Ital.), "Flammendes Inferno" (USA), "Grünes Eis" (GB), "Der gezähmte Widerspenstige" (Ital.) und "Die Jeriche-Meile" (USA) und "Fleisch" (BRD). Auf diese 6 Titel entfielen mehr als ein Drittel aller Nennungen.

Ähnliche Tendenzen erbrachte die Kino-Mitliste junger Theaterbesucher aus Magdeburg. Hier entfielen 44 % aller Nennungen auf aktionsreiche und 34 % auf spaßorientierte NSW-Importe!

Diese Forschungsergebnisse werden durch die Besucherstatistiken des Lichtspielwesens bestätigt, wonach 1982/83 der Film "Plattfuß am Nil" fast 2,5 Millionen, "Lady Chatterleys Liebhaber" 1,9 Millionen, "Grünes Eis" 1,3 Mil-

lionen und "The Band" 1 Million Besucher erreichten. Als bester DEFA-Film erreichte "Sonjas Rapport" 0,7 Millionen verkaufte Kinokarten.

- Innerhalb der auf Befriedigung der Unterhaltungsbedürfnisse orientierten Filminteressen spielen weiterhin Musikfilme eine wichtige Rolle. Diese Bedürfnisse wurden in den letzten Jahren sowohl durch unsere Nationale Filmproduktion als auch durch den Filmankauf weitgehend vernachlässigt.
- DEFA-Produktionen nehmen innerhalb der Kinoangebote eine Sonderstellung dahingehend ein, daß sie erstens weit stärker als andere Filme an den eigenen Realitätserfahrungen der Zuschauer gemessen werden und diesen standhalten müssen und daß von ihnen zweitens vorrangig eine problemorientierte, von den Realitätsdarstellungen in den publizistischen Medien unterscheidbare Sicht auf unsere gesellschaftliche Entwicklung erwartet wird.

Die Bewertung von DEFA-Produktionen ist wesentlich davon beeinflusst, ob sich die jugendlichen Zuschauer vom jeweiligen Film als Kommunikationspartner mit - relativer - Souveränität in der Beurteilung gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse und der damit zusammenhängenden Probleme akzeptiert sehen oder nicht. Zu den DEFA-Spielfilmen, die diesen Anforderungen in den achtziger Jahren am besten genügten, gehören u.a.: "Die Verlobte", "Solo Sunny", "Der Aufenthalt", "Sieben Sommersprossen", "Insel der Schwäne", "Und nächstes Jahr am Balaton". Es kann nicht übersehen werden, daß einige dieser Filme sowohl von Kritikern und Kultur- und Jugendfunktionären als auch von erwachsenen Kinobesuchern sehr kritisch gesehen wurden, z.B. "Solo Sunny" und "Insel der Schwäne".

- Filme aus den sozialistischen Bruderländern spielen in den Filminteressen, im Realverhalten und auch innerhalb der filmischen Wertmaßstäbe eine im Verhältnis zu ihrer qualitativen und auch quantitativen Bedeutung innerhalb des Gesamtangebotes nur geringe Rolle.

Dafür einige Belege:

Unter den 1982 139 neu- bzw. wiedereingesetzten Spielfilmen befanden sich 36 (26 %) aus sowjetischen Filmstudios und 53 aus Filmstudios der übrigen sozialistischen Staaten (38 %). Dazu kamen noch 19 DEFA-Filme (14 %) und 31 NSW-Importe (22 %). Diese Filme erreichten jeweils nach einer Laufzeit von 12 Monaten ca. 24 Millionen Besucher. Mit den neu eingesetzten Filmen aus den sozialistischen Ländern wurden dabei nur 21 % aller Besucher erreicht (obwohl diese Filme 64 % des Gesamtangebotes an Filmen und 43 % an eingesetzten Kopien ausmachen)! Die 31 NSW-Importe erreichten 64 % aller Besucher von neu eingesetzten Filmen! Die 36 sowjetischen Filme erreichten 13 % aller Besucher.

Dies drückt sich dann auch im Stellenwert der Filme aus dem sozialistischen Ausland innerhalb der Lieblingsfilme junger Leute aus, wo diese 1983 7 % aller genannten Titel ausmachten (NSW-Produktionen = 82 %).

Die Ursachen dieser Entwicklung können hier nicht ausführlich beschrieben und diskutiert werden. Stichpunktartig wollen wir aber auf die folgenden Probleme hinweisen:

- Die ungenügende Vorbereitung auf die spezifischen kulturell-ethnischen Traditionen aber auch gesellschaftlichen Entwicklungsbedingungen in den verschiedenen sozialistischen Bruderstaaten (es sei an grusinische, vietnamesische oder kubanische Filme erinnert) erschwert das adäquate Erleben und Verstehen der jeweiligen Filme;
- die zunehmende Diskrepanz zwischen den auf internationale Marktchancen orientierten Filmangeboten aus dem NSW (im Kino und insbesondere im Fernsehen rezipierbar) und teilweise auch aus sozialistischen Ländern einerseits und den auf Bewahrung kultureller, auch filmkultureller nationaler Spezifika orientierten Filmangeboten andererseits, hat auch die Differenzierungsprozesse bei den Kino- und Fernsehzuschauern verstärkt;

-- die teilweise unkritische Haltung der Filmkritik hat im Zusammenhang mit einigen kulturpolitischen Leitungsentscheidungen die Entwicklung von Wertmaßstäben bei Jugendlichen erschwert, bei denen sie sich in Übereinstimmung mit der "offiziellen" Meinungsbildung stehend einordnen können.

Daneben müssen hier noch Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und nicht zuletzt auch Einstellungen zu unseren sozialistischen Bruderstaaten insgesamt berücksichtigt werden.

3. Welche Folgen/Wirkungen haben nun die hier skizzierten Gebrauchsweisen des Films in Kino und Fernsehen, welche Bedeutung können sie für die kommunistische Erziehung haben?

Das umfassende und differenzierte Angebot primär unterhaltungsorientierter Filme kann zum sozialen Wohlbefinden der Jugendlichen, zur Entwicklung ihrer sozialen Phantasie und zur Rekreation ihres psychischen und physischen Aktivitätspotentials beitragen. Dies sind wichtige Voraussetzungen für und Bedingungen der Leistungsmotivation, des Leistungsverhaltens und der Leistungsfähigkeit.

Verschiedene Analyseergebnisse zeigen, daß die meisten Jugendlichen die im Kino und Fernsehen angebotenen Unterhaltungsfilme, auch die NSW-Importe, zu diesem Zweck gebrauchen. Dabei darf aber nicht übersehen werden, daß in diesen Filmen auch Modelle von Lebensweisen vermittelt werden, die bei Jugendlichen mit labilen sozialen, politischen und ästhetischen Wertorientierungen - bei gesellschaftlich ungenügend engagierten und integrierten Jugendlichen - langfristig zur Herausbildung, Entwicklung oder Bestärkung von Elementen einer nichtsozialistischen Lebensweise führen können! Leider sind solche Zusammenhänge bisher nur punktuell untersucht worden, so daß differenziertere Aussagen hierzu noch nicht möglich sind.

Verschiedene Untersuchungen zeigen außerdem, daß eine einseitige Orientierung auf primär unterhaltungsorientierte,

insbesondere auf sehr aktionsreiche Filme zur Herausbildung und Verstärkung von Wertmaßstäben und Rezeptionsgewohnheiten führen kann, die die Rezeption anderer Künste beeinflussen, indem sie z.B. zu der jeweiligen Kunstart inadäquaten Erwartungen und Wahrnehmungsweisen führen (entsprechende Ergebnisse liegen am ZIJ zur Wechselwirkung von Filmgebrauch und Theaterrezeption vor).

Günstige Möglichkeiten zur Einschränkung/Begrenzung dieser langfristigen Wirkungen liegen in dem ausgesprochen großen Bedürfnis der jugendlichen Rezipienten zum Meinungsaustausch über das Gesehene. Hier können neue Akzente gesetzt und Wirkungsansätze korrigiert werden. Das verlangt allerdings eine unvoreingenommene Akzeptierung solcher Filmbedürfnisse als Voraussetzung für den Meinungsstreit.

DEFA-Gegenwartsfilme und solche der DEFA zu antifaschistischen Themen bestimmen wesentlich das Bild, das bei Jugendlichen über die Aufgaben, Möglichkeiten und auch Grenzen sozialistischer Kunst entwickelt wird bzw. ist!

Es ist empirisch gut nachgewiesen, daß sie weiterhin das Wissen von, die Sichtweisen auf Einstellungen zu historischen und aktuellen Ereignissen, Personen und Sachverhalten beeinflussen (können). Die Wirkung von DEFA-Gegenwartsfilmen wird entscheidend von der gesamtgesellschaftlichen Kommunikationssituation insgesamt und insbesondere von der zum jeweiligen im Film dargestellten Wirklichkeitsausschnitt getragen und determiniert. Gegenwartsfilme, die nicht an die Realitätserfahrungen junger Leute bzw. einzelner Gruppen von ihnen anknüpfen können, haben deshalb auch (fast) keine Wirkungschancen (sie können natürlich dennoch ihr Publikum finden).

1.4.2. Musik in den Massenmedien - ihre Bedeutung für Jugendliche

1. Der massenhafte mediale Musikgebrauch ist für Jugendliche von hohem Wert bei der Realisierung und Entwicklung sozial-kommunikativer, kulturell-ästhetischer und politisch-weltanschaulicher Bedürfnisse.

Musik ist ein nicht wegzudenkender, unverzichtbarer Bestandteil der Massenmedien Rundfunk und Fernsehen, Schallplatten und bespielter Kassetten sowie als Reflexionsgegenstand auch der Presse und bestimmter Zeitschriften. Eine besonders große Rolle spielen Musikbeiträge in den Jugendmedien bei der Realisierung der gesellschaftlichen Funktionen, die die Massenmedien in der entwickelten sozialistischen Gesellschaft zu erfüllen haben. Mit Hilfe bzw. durch Musikbeiträge können die Massenmedien den verschiedenen gesellschaftlichen Funktionen gerecht werden, indem sie:

- unterhalten, entspannen und ästhetischen Genuß ermöglichen;
- musikalische Produkte/Werke produzieren und verbreiten und sie zur Aneignung und zum gesellschaftlichen Meinungsaustausch anbieten;
- Informationen und Kenntnisse zur Musik und ihren Gebrauch vermitteln, die zu einer höheren musikalischen Bildung, einer größeren Allgemeinbildung und darüber hinaus Einsichten in gesellschaftliche Zusammenhänge wecken und eine aktive Lebensposition befördern;
- Leistungen und Erfolge aller Kultur- und Bildungseinrichtungen und des öffentlichen Musiklebens propagieren und mediengerecht ergänzen;
- zur Aneignung musikalischer Leistungen stimulieren und Wertvorstellungen und Maßstäbe dazu vermitteln und
- einen vielfältigen Musikgebrauch (vom Sammeln von Schallplatten, Mitschneiden von Sendungen bis zum eigenen Musikmachen) anregen.

Musikhören gehört bei allen Jugendlichen zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen.

Täglich hören Jugendliche im Alter von 12 bis 28 Jahren an schul- und arbeitsfreien Tagen rund 4,0 Stunden und an Schul- und Arbeitstagen rund 2,5 Stunden durchschnittlich Musik. Musik war noch nie auf so vielfältige Art und Weise in die alltäglichen Lebensprozesse Jugendlicher einbezogen.

Tab. 6: Ausgewählte Einstellungen 12- bis 28jähriger Kinder bzw. Jugendlicher zur Musik (in %)

Quelle: Staatliches Komitee für Rundfunk 1983

Für Kinder bzw. Jugendliche trifft in starkem bis sehr starkem Maße zu, daß sie ...

- Musik hören, so oft sie können und wo immer es ihnen möglich ist 59
- sich nur für ihre Lieblingsmusik und für keine andere Musikart interessieren 28
- sich für alles, was irgendwie mit Musik zusammenhängt, interessieren 26
- kontinuierlich die Musikentwicklung verfolgen 26
- in der Beschäftigung mit der Musik ihre wichtigste Freizeittätigkeit sehen 25
- sich in den verschiedenen Strömungen der "modernen" Musik auskennen 23
- nur in bestimmten Situationen Musik hören 16
- in der Musik eine Geräuschkulisse sehen 16
- sich am Verhalten und an der Meinung ihrer Lieblingsinterpreten-, -komponisten, -musiker orientieren 15
- Musik nur brauchen, wenn sie tanzen wollen 8

Die Musikerfahrung der Jugendlichen in der DDR ist eng gebunden an den Umgang mit Rundfunk, Fernsehen, Schallplatte, Tonband, Musikkassetten. Das ist ein prinzipiell anderer Zugang als über das Singen und Musizieren in der Freizeit und das "Einmalige" eines Konzertbesuchs.

Der Musikgebrauch durch Massenmedien ist ein kultureller Verhaltensstereotyp Jugendlicher geworden.

Massenhaft haben sich "Nutzungsgewohnheiten" beim Umgang mit den Massenmedien, ganz bestimmte "Gebrauchsweisen" herausgebildet. Ca. zwei Drittel rezipieren sehr gern mit Hilfe der elektronischen Medien Musik.

2. Durch Rundfunk, Fernsehen und die individuellen Reproduktionsmöglichkeiten mit Hilfe von Schallplatten, Tonbändern und Kassetten steht den Jugendlichen ein nahezu unbegrenztes Musikrepertoire zur Verfügung.

Was Jugendliche durch oder mit Hilfe der Massenmedien Rundfunk, Fernsehen und Tonkonserven an Musik hören, hängt wesentlich vom Angebot musikalischer Medienprodukte (ihrem Umfang, Inhalt, der Art und Weise medialer Musikproduktionen) mit ab. Ideologisch-ästhetische Wirkungen medialer Musikproduktionen auf Bewußtseinsprozesse Jugendlicher werden durch das Musikangebot von Rundfunk, Fernsehen und den Tonkonserven in gewisser Weise "vorprogrammiert". Die Jugendlichen der DDR können tagtäglich aus einem reichhaltigen medialen Musikangebot auswählen.

46 % des Gesamtprogrammangebots aller Programme des DDR-Rundfunks sind Musiksendungen. Dazu kommen noch vielfältige Musikangebote in anderen Sendungen. Nur 8 % der Sendezeit entfallen auf Wortsendungen ohne Musik.

Das Verhältnis der Sendezeit von Wort und Musik beträgt durchschnittlich 36 zu 64 %.

Ähnlich allgemein und massenhaft ist die Verbreitung von Musik durch das Fernsehen. Neben Filmen und Fernsehspielen, in denen die Musik eine beachtliche Rolle spielt, müssen hier vor allem musikalische Unterhaltungs- sowie Jugendsendungen genannt werden.

Wenn Jugendliche ihre Lieblingsmusik hören wollen, nutzen sie fast alle die Musikangebote des Rundfunks (97 %) und die Musiksendungen des Fernsehens (95 %).¹⁾ Darüber hinaus wurde in den letzten Jahren immer mehr davon Gebrauch gemacht, Musik nach eigenem Geschmack und Bedürfnis zu konservieren und damit jederzeit unabhängig von dem Angebot der Massenmedien zu hören: 82 % nutzen Tonbänder und Kassetten sowie 70 % Schallplatten, wenn sie "ihre" Musik hören möchten. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist der in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegene Besitz an Phontechnik (vgl. Abschnitt 1.2.). Besonders zu Beginn des Jugendalters gelangt ein großer Teil der Jugendlichen in den Besitz elektronischer Wiedergabetechnik (nicht selten als Jugendweihegeschenk oder auf Grund der ersten eigenen Verdienstmöglichkeiten während der Ferien). Das führt dazu, daß mit dem Eintritt in das Jugendalter sprunghaft das Sammeln, Tauschen und Mitschneiden von Tonkonserven an Bedeutung gewinnt. Insgesamt nutzen 60 % die Musiksendungen des Rundfunks als Hauptquelle für Mitschnitte; 48 % verwenden dafür die Mitschnitte von Freunden und Bekannten; und immerhin 30 % zeichnen Musikbeiträge des Fernsehens auf.

Den Jugendlichen steht ein breites Angebot an Schallplatten und Kassetten zur Verfügung (im Einzelhandel, durch die Ausleihe in Staatlichen Bibliotheken bzw. Phonotheken und durch den individuellen Austausch). So produziert der VEB Deutsche Schallplatten Berlin insgesamt ca. 20 Millionen Tonträger jährlich. Den größten Anteil (85 %) hat die AMIGA-Produktion, 10 % entfallen auf die ETERNA-Editionen, und die übrigen 5 % sind NOVA-, LITERA- und AURORA-Lables. Von dem Schallplattenangebot im Handel machen 53 %, von dem Kassettenangebot 37 % Gebrauch. Jeder dritte Jugendliche tauscht sie mit Freunden und Bekannten aus.

Über das Angebot aus der DDR hinaus haben die Jugendlichen weitere Möglichkeiten, internationale Rundfunk- und Fernsehprogramme mit hohem Musikanteil zu hören. Die Wirksamkeit

1) Quelle: Staatliches Komitee für Rundfunk 1983

unserer massenmedialen Musikangebote kann nur auf dem Hintergrund dieser erweiterten Wahlmöglichkeit richtig eingeschätzt werden.

3. Medialer Musikgebrauch ist für Jugendliche ein universeller Bestandteil des Alltags und der Freizeit.

Medialer Musikgebrauch hebt sich nicht als etwas Besonderes, Herausragendes vom sonstigen Alltagsverhalten ab. Er lebt in engster Verflechtung mit den verschiedensten anderen sozialen Bereichen und Betätigungen in der Freizeit.

Zu fragen wäre demnach, wie unter diesen Aneignungsbedingungen der Gebrauch von Musik eine soziale, politische und ästhetische Dimension erhält, die fördernd oder hemmend auf die Entfaltung jugendlicher Persönlichkeiten wirken.

Der vorrangige Zweck medialer Musikrezeption sind nicht Bildung und Erziehung, sondern Unterhaltung und Erholung, was Zerstreuung, Ablenkung und Amusement ebenso einschließt wie Belebung und Bereicherung des Alltags und alltäglicher (tagtäglich) Verrichtungen. Das widerspiegeln auch die Rezeptionsmotive und -situationen zum Gebrauch des massenmedialen Musikangebots. Nahezu alle Jugendlichen hören Musik, wenn sie mit ihren Freunden und Bekannten gemütlich beisammen sind, wenn sie müde und abgespant sind, ihre Probleme und Sorgen vergessen oder sich mal richtig austoben wollen. An der Spitze der Rezeptionsmotive steht die Befriedigung der Bedürfnisse nach Entspannung (von der Arbeit, vom Lernen usw.) und Unterhaltung. Zu deren Befriedigung wird Musik zumeist während des Verrichtens anderer Tätigkeiten gehört. Künstlerischer Genuß, Ablenkung von persönlichen Sorgen und Problemen und Musikerlebnisse zum Träumen im weitesten Sinne sind für Jugendliche zwar auch wichtige, jedoch subjektiv weniger bedeutsame Rezeptionsgründe.

Die Jugendlichen bedürfen der Musik "als Mittel zum Leben, zur Erkenntnis und Veränderung der Welt ebenso wie als ständiges musikalisches Element im Alltag, als geistige Form der Reproduktion von Arbeitskraft ... So dominiert im Hinblick

auf die Musik ein alltäglicher, massenhafter Gebrauch von Musik aus Gegenwart und Vergangenheit, der dem Rhythmus des von der Arbeit bestimmten Alltagslebens der werktätigen Massen folgt ..."1)

Tab. 7: Die Beliebtheit von Musik in ausgewählten Situationen bei jungen Werktätigen und Studenten (1979, in %)

	...hören überhaupt Musik	...hören am lieb- sten Beat/ Rock	Schla- ger	einf./ Kammer- musik	eine andere Musik- art	keine best. Musik- art
Wenn Jugendliche						
sich mal so richtig austoben wollen ...	(98)	88	8	0	2	2
im Haushalt Arbeiten u.ä. verrichten ...	(98)	51	41	0	1	7
mit Freunden/Bekann- ten gemütlich beisam- men sind, ...	(98)	48	35	1	4	12
sich allein fühlen und dieses Gefühl überbrücken möch- ten, ...	(94)	53	25	5	5	12
ihre Sorgen und Pro- bleme vergessen wollen, ...	(87)	52	25	5	6	12
zum Träumen aufgelegt sind, ...	(86)	24	33	16	14	13
müde und abgESPANNT sind, ...	(65)	30	40	10	6	14
lernen, studieren oder lesen, ...	(44)	42	29	2	5	22

1) H. Hanke: Musik im sozialistischen Alltag.
 In: Musik und Gesellschaft 12/1982, S. 707 f.

4. Die mediale Vermittlung von Musik läßt eine große Variationsbreite in der Art des Musikgebrauchs zu.

Jugendlichen bleibt es im allgemeinen selbst überlassen, ob sie die medialen Musikangebote relativ konzentriert hören, in welchem Maße sie die Musik intensiv verfolgen, sich mit ihr auseinandersetzen oder ob sie eine weniger feste Beziehung mit ihr eingehen.

Meist dominiert aufgrund der leichten Verfügbarkeit und des permanenten Gebrauchs eine beiläufige Rezeptionsweise in den verschiedenen Situationen. Der konzentrierte individuelle und kollektive Genuß ist die gesuchte Ausnahme. Jedoch auch die massenhaften musikalischen Angebote der Massenmedien, die beiläufig, sekundär aufgenommen werden, wirken auf die musikalische Erlebnisfähigkeit Jugendlicher, auf ihren Klangsinn und ihre Kreativität. Es wäre also ein Fehler, die Beiläufigkeit bei der Rezeption von Musik nur als einen Verlust gegenüber konzentrierter Aufmerksamkeit zu beklagen oder pauschal absolut zu setzen. So kann die gleiche Musik in den verschiedenen Rezeptionssituationen und Zusammenhängen von einem und demselben Jugendlichen einmal beiläufig und ein anderes Mal konzentriert wahrgenommen werden.

5. Die Massenmedien der DDR kommen mit ihren Programmangeboten weitestgehend der Bedürfnis- und Interessenstruktur Jugendlicher entgegen.

Konzentrierte Aufmerksamkeit bzw. Aneignung von Musik und die Entwicklung differenzierter Musikbedürfnisse schließen sich nicht aus. Entsprechend der Dominanz von Unterhaltungsbedürfnissen bei der Rezeption von Musik, bevorzugen Jugendliche in den Massenmedien die diesen Bedürfnissen entsprechenden Musikarten.

Die DDR-Jugend(musik)sendungen sind inhaltlich mit den Massenmusikbedürfnissen Jugendlicher abgestimmt. Einbezogen werden besonders umfangreich Rock- und Schlagerproduktionen, darüber hinaus aber auch andere Musikarten. Über die Jugendsendungen hinaus haben alle Jugendlichen die Möglichkeit, durch Rundfunk, Fernsehen oder Tonträger Musik aller Gattun-

gen und Genres, der Vergangenheit und Gegenwart, des In- und Auslands zu hören.

Tab. 8: Beliebtheit ausgewählter Musikarten bei 12- bis 28jährigen Kindern bzw. Jugendlichen in % (n = 2436)

Quelle: Staatliches Komitee für Rundfunk 1983

Musikarten	hören sehr gern
Rockmusik	59
Schlager	54
Evergreens, Oldies, Tanzmusik aus früheren Jahren	28
Volksmusik, Volkslieder, Volkstänze	14
Blasmusik	12
Jazz	11
Opern	9
Musicals	9
Lieder für Kinder	8
Operetten	7
sinfonische Musik	7
Lieder der Singebewegung	7
Chansons	6
Arbeiter- und Kampflieder	4

Die Musikbeiträge der Massenmedien haben die soziale Basis der Musikkennner erweitert. Musiksendungen, deren Inhalte weniger den Musikbedürfnissen der Mehrheit jugendlicher Rezipienten entsprechen (z.B. Sendungen sinfonischer, insbesondere zeitgenössischer sinfonischer Musik), liegen außerhalb der Hauptnutzungszeiten jugendlicher Musikhörer.

6. Ein immer größerer Teil der Jugendlichen nimmt zu den Musikbeiträgen der Massenmedien eine aktive Haltung ein und dies auf den verschiedenen Ebenen kommunikativen Verhaltens. Jugendliche, die mediale Musikangebote (Rundfunk- und Fernsehsendungen, Schallplatten und Kassetten) mit- bzw. umschrei-

ben, wählen aus dem großen Musikangebot in der Regel bewußt aus. Dabei ist auffallend, daß vor allem jene Jugendliche zu ihnen gehören, die einen überdurchschnittlich zeitlich umfangreichen und kenntnisreichen Umgang mit Musik haben. Es sind besonders die an Rockmusik Interessierten und ^{die} dabei zu einzelnen Stilistiken und Sounds von Rockmusik (zu Hard-Rock, Rock'n 'Roll, modernen deutschsprachigem Rock, New Wave und Punk), zu Blues und Jazz, zu Soul- und Funk-Musik, Reggae, Folk-Rock und der Gospelmusik, aber auch zu Songs der Liedermacher ein sehr intensives Verhältnis haben.

Etwa 20 % der Jugendlichen (besonders zwischen 14 und 16 Jahren) beteiligen sich an den Musikwertungssendungen des DDR-Rundfunks und -Fernsehens. Das Bedürfnis, sich über "ihre" Musik mit Gleichaltrigen auszutauschen, war noch nie so groß wie heute. Derartige "Dialog-Möglichkeiten" zwischen den Jugendlichen und den Massenmedien sind nicht nur Ausdruck unserer sozialistischen Demokratie, sondern zugleich eine entscheidende Möglichkeit, mit Hilfe unserer Medien und Musikbeiträge ganz gezielt auf sozialistische Bewußtseinsprozesse und die Inhalte der Gespräche jugendlicher Einfluß zu nehmen.

Daß drei Viertel (davon 34 % ausführlich) der Jugendlichen regelmäßig mit Freunden und Bekannten Meinungen, Urteile und Wertungen über Rock- und Schlagerproduktionen der Massenmedien austauschen, verweist auf die große Bedeutung, die die Texte von Rock- und Schlagertiteln haben. Einzelanalysen zeigen, daß Jugendliche durch sie angeregt werden, sich mit moralischen Fragen, Problemen der Lebensweise, zum Thema Krieg und Frieden, zum intensiven Nachdenken über eigenes Verhalten und das ihrer Mitmenschen angeregt werden können.

Die verschiedenen Musikbeiträge üben in Einheit von Text und Musik auf Grund ihres musikalisch-ästhetischen Gestus, ihrer gesamten Machart, ihres Sounds, ihrer Interpretation langfristige Einflüsse auf die gesellschaftliche Psychologie, auf Stimmungen, auf soziales Wohlbefinden, auf die Hoffnun-

gen, Sehnsüchte und Wünsche der Jugendlichen aus. Die populäre Musik bedarf in allen Massenmedien auch weiterhin hoher Investitionen an Meisterschaft, Originalität, Ideenreichtum und Phantasie. Das ist auch deshalb erforderlich, um möglichen Einflüssen der bürgerlichen Medien und Ideologie keinen Vorschub zu leisten.

Tab. 9: Erwartungen 12- bis 28jähriger Kinder bzw. Jugendlicher an den Inhalt von Rock- und Schlager texts 1983

	Solche Texte finden Kinder bzw. Jugendliche ...			
	in der Rockmusik		im Schlager	
	sehr gut und gut	(sehr gut und gut)	sehr gut und gut	(sehr gut und gut)
In Texten von Rockmusik und Schlagern sollte die Rede sein von ...				
- Frieden	54	(89)	43	(84)
- Beziehungen der Menschen zueinander	38	(86)	23	(89)
- Alltag von Jugendlichen	37	(82)	23	(68)
- Beziehungen zum Partner, Liebe, Sex	35	(78)	38	(82)
- Visionen, Utopien, Traum- bilder	25	(59)	14	(45)
- Nonsens, Humor	24	(58)	31	(73)
- gesellschaftliche Belange	14	(55)	9	(48)
- über Kinder	14	(51)	23	(71)
- Beziehungen zur Natur	12	(50)	14	(64)
- Situationen eines Musikers	10	(40)	5	(32)
- Arbeit, Schule, Lehre	9	(37)	4	(28)
- geschichtliche Ereignisse	8	(43)	6	(36)
- Beziehungen zu den Eltern bzw. zur älteren Generation	7	(43)	8	(50)

Quelle: Staatliches Komitee für Rundfunk 1983

1.4.3. Information und Erfahrungsaustausch

Das Bedürfnis, sich zu orientieren, für alle denkbaren Handlungsmöglichkeiten ein inneres Modell der Realität im Bewußtsein zu entwickeln, zu korrigieren, zu validieren usw., gehört zu den Grundbedingungen menschlicher Tätigkeit und wurzelt tief in der Stammesgeschichte des Menschen (Neugier-, Explorations- und Spielverhalten, Bedürfnis nach neuen Eindrücken).

In unserer Epoche haben Informationsbedürfnisse und -möglichkeiten völlig neue qualitative Züge erhalten. Objektive Ursachen sind u.a. die Existenz einer "Weltgeschichte" (allseitiger Verkehr und allseitige Abhängigkeit der Nationen und Individuen)¹⁾, die gewachsene Bedeutung des subjektiven Faktors und des persönlichen Lebenskonzepts, der weltweite Klassenkampf und notwendige Verständigungs- und Lernprozesse beim Aufbau und der Gestaltung des Sozialismus, die gewachsene Bedeutung des ideologischen Kampfes. Die über die Massenmedien als Klasseninstitutionen vermittelten Kommunikationsprozesse erweisen sich so als informationelle Kopplung, "geistige Nabelschnur" der Menschen mit den regionalen, nationalen und internationalen Prozessen und Lebensbedingungen, in denen sie objektiv stehen. Dabei geht es nicht um Fakten. Informationsbedürfnisse sind auf gesellschaftliche Mechanismen und deren klassenmäßige Interpretation sowie ihrer persönlichen Bedeutung gerichtet.

Auf der Basis verschiedener Untersuchungen lassen sich u.E. folgende Verallgemeinerungen treffen:

1. Informationsbedürfnisse werden im Gebrauch der verschiedensten Medienangebote befriedigt

1982 zählten die Junge-Welt-Seiten "Neues per Telex" (Kurzinformationen) und "Rund um den Erdball" (Auslandsberichte) zu den am häufigsten gelesenen Seiten (vgl. Tabelle 2 Anhang) - und zwar bei Lesern aller sozialen Gruppen. Die Klärung

1) Karl Marx/Friedrich Engels: Kommunistisches Manifest.
MEW 4, S. 465 f.

wichtiger politischer Fragen und die wirklichkeitsgetreue Darstellung des Lebens junger Leute in der DDR zählten zu den stärksten Erwartungen an die Junge Welt (78 % bzw. 84 % wünschten das in allen bzw. den meisten Ausgaben). Für das hohe Ansehen der "Jungen Welt" machen 84 % geltend, daß diese Zeitung mehr Informationen bringt, die sie interessieren. Informationsbedürfnisse werden auch in Erwartungen an Kunstwerke wirksam. 1979 erwies sich die Erwartung, Neues kennenzulernen, als die wichtigste gegenüber Kunstwerken (69 % erwarten dies in starkem Maße), noch vor Unterhaltungserwartungen und der Suche nach dem Kunsterlebnis! Das gilt - mit leichten Unterschieden - für Jugendliche aller sozialen Gruppen. Auch wenn die Auseinandersetzung mit Problemen unserer gesellschaftlichen Entwicklung in den Kunsterwartungen Jugendlicher oft keine zentrale Rolle einnimmt, zeigen verschiedenste Untersuchungen zur Kunstrezeption, daß das Interesse an gesellschaftlichen Prozessen dabei stets präsent ist.

2. Die Suche nach Neuem in ökonomischer Form wird sich zunehmend als dominierende Befriedigungsweise von Informationsbedürfnissen erweisen.

Ökonomische Formen der Informationsnutzung begegnen uns in verschiedenen, durchaus wechselhaften Erscheinungen.

- Politische Information in kurzer Form gehört seit langem zu den stabilen und grundlegenden Verhaltensweisen im Mediengebrauch Jugendlicher. Dem kommt der Magazincharakter von Rundfunksendungen (DT am Nachmittag z.B.), aber auch das Informationsangebot der "Jungen Welt" entgegen.
- Verständliche und einfache Darstellung, eine zupackende und direkte Sprache, zählen zu den Grunderwartungen an die Medien bzw. sind von Jugendlichen hervorgehobene Kennzeichen besonders gelungener Beiträge. Das betrifft populärwissenschaftliche Literatur (der Wunsch nach einfacher, verständlicher Sprache steht deutlich vor inhaltlichen Erwartungen und wird von 93 % hervorgehoben) ebenso wie

Spielfilme, Rocktexte wie Nachrichten.

- Nicht zuletzt ist die zunehmende Sekundärrezeption von Rundfunk und Fernsehen ein markantes Beispiel für ökonomische Formen des Mediengebrauchs, also die Möglichkeit, hinzuhören, wenn es sich lohnt, wenn Wichtiges gebracht wird.

Eine Bewertung dieser Phänomene macht auf Widersprüchliches aufmerksam: Zum einen stehen sie nicht im Gegensatz zur Bereitschaft zur intensiven Auseinandersetzung, zur Bereitschaft zum Nach- und Mitdenken, zum Gespräch über politische Fragen, Probleme des Berufs usw. Dafür sprechen viele Untersuchungsergebnisse.

Zum anderen ist nicht zu leugnen, daß eine vorrangig "ökonomisch" orientierte Information Gefahren der Oberflächlichkeit beinhaltet.

In diesem Zusammenhang ist auch zu bedenken, daß die Sprache der Politik sich häufig nicht sofort erschließt.

Nicht zu vergessen sind unsere spezifischen außenpolitischen Bedingungen, durch die unsere Medien "Stimmen der DDR" darstellen und vieles zwischen den "Zeilen" herauszulesen ist.

3. In der Information über gesellschaftliche Ereignisse, Prozesse und Gesetzmäßigkeiten ist für die meisten Jugendlichen das Interesse an den persönlichen Konsequenzen wirksam.

Das hängt ohne Zweifel damit zusammen, daß Kommunikation nicht schlechthin der ideellen Realitätsaneignung dient, sondern immer auch Suche nach dem Sinn, der Position in den vielfältigen Lebensbeziehungen. Ganz deutlich wird dieses Interesse an der persönlichen Bedeutsamkeit gesellschaftlicher Vorgänge, wenn es um die Gegenwart unserer gesellschaftlichen Entwicklung geht. Ein markantes Beispiel dafür sind Erwartungen an ökonomische Beiträge, wie sie in einer Untersuchung zur Junge-Welt-Aktion "Es geht um Bestwerte" (1981) deutlich wurden.

Tab. 10: Erwartungen an Beiträge der "Jungen Welt" zu ökonomischen Fragen bei jungen Arbeitern und Lehrlingen in ausgewählten Stahl- und Walzwerken (in %)

Diese Beiträge sollten ...	auf jeden Fall	nicht unbedingt	eigentlich nicht
darstellen, wie die Probleme in den Betrieben wirklich sind	90	8	2
sich kritisch mit Mängeln in der Arbeit auseinandersetzen	88	9	3
darstellen, wie man Kritik üben und Vorschläge unterbreiten soll, damit sich etwas ändert	86	10	4
zeigen, wodurch ökonomische Initiativen Erfolg haben	76	21	3
berücksichtigen, wie Jugendliche ökonomische Probleme erleben	72	25	3
Tips und Kniffe vermitteln, durch die man selbst besser arbeiten kann	71	25	4
zeigen, wie eine FDJ-Gruppe ökonomische Initiativen unterstützen kann	66	30	4
Zahlenangaben zu den ökonomischen Erfolgen der Jugend enthalten	53	42	5
attraktiv aufgemacht sein	53	36	11
eine Sprache verwenden, die vor allem Jugendliche sprechen	57	32	11

Eine einseitige Erwartung von Fehler- und Mängeldiskussionen ist für die Mehrheit der jungen Arbeiter und Lehrlinge nicht typisch. Die Berücksichtigung ihrer Erfahrungen, die Vermittlung eines "ungeschminkten" Bildes der Lage sehen sie vielmehr als notwendige Bedingung an, damit der Austausch über das "Wie" der Bewältigung der (hier: ökonomischen) Auf-

gaben vor sich gehen kann. Bemerkenswert ist vor allem die Ausgeprägtheit der Erwartung, "Verhaltensmodelle" für Problemlösungen zu erhalten, die nicht nur diese spezifische Seite der Tätigkeit der "Jungen Welt" betrifft. Verschiedenste Untersuchungsergebnisse gestatten, sie als Grund-erwartung vor allem an die innenpolitische Information unserer Massenmedien zu betrachten.

4. Die Information Jugendlicher ist auf ein breites Spektrum von Fragen und Problemen gerichtet, deren politische und weltanschauliche Dimension sich häufig sehr vermittelt niederschlägt.

Es gilt als gesicherte Erkenntnis, daß gerade im Jugendalter eine intensive Aneignung von Weltanschauung und Ideologie verbunden ist mit der geistigen Auseinandersetzung mit Fragen und Problemen, die sich sowohl aus den eigenen Erfahrungen wie aus der geistigen Beschäftigung mit der gesellschaftlichen Entwicklung ergeben. In diesem Zusammenhang ist es interessant, daß mehr Jugendliche von der marxistisch-leninistischen Weltanschauung allgemein überzeugt sind als daß sie ihre Funktion bei der Beantwortung von Fragen ihres täglichen Lebens spüren.

Die Bedeutung weltanschaulicher Erkenntnisse nicht nur allgemein zu behaupten, sondern im Zusammenhang mit den jugendliche bewegenden Fragen und Problemen nachzuweisen, ist weiterhin eine wichtige Potenz der kommunistischen Erziehung. Weltanschauliche und ideologische Fragen werden auch für Jugendliche selten isoliert zum Problem.

Wenn sich auch zweifellos in den letzten Jahren das Gewicht und auch der Inhalt der einzelnen Problemfelder verändert hat, halten wir nach wie vor für aktuell:

- die Vielzahl der für Jugendliche wichtigen Fragen;
- die große Bedeutung von Alltagsfragen.

Es zeigte sich, daß vor allem engagierte, auch an theoretischen Fragen unserer gesellschaftlichen Entwicklung interessierte Jugendliche zu allen Bereichen mehr Fragen haben als weniger oder nicht daran interessierte.

schiedenen Gruppen der Jugend - besonders ausgeprägte Interessen für Bücher vom Charakter persönlicher Ratgeber bzw. mit engem Bezug zu Alltagsproblemen wie z.B. zu Fragen der Partnerbeziehungen, der Rechtsprechung und Medizin. Dieser persönliche Bezug bestimmte auch das starke Interesse an Büchern über globalere Fragestellungen wie z.B. über menschliches Zusammenleben in Gegenwart und Zukunft, das Leben Jugendlicher in anderen Ländern, Umweltprobleme, Grundfragen menschlichen Lebens wie Leben und Tod, Altern usw. und Fragen der Entspannung und Abrüstung.

Die hier deutlich werdende Breite von Informationsbedürfnissen zeigt, daß Politik, Weltanschauung, Ideologie für Jugendliche selten eng umschriebene Begriffe und Themen darstellen, sondern in starkem Zusammenhang mit der sozialistischen Lebensweise diskutiert werden. Hieraus ergeben sich günstige Bedingungen, kommunistische Erziehung in der notwendigen Einheit ihrer Seiten zu führen.

5. Das Interesse Jugendlicher, sich über gesellschaftliche Ereignisse und Probleme zu informieren, schließt das Interesse an aktiver Diskussion ein.

In sehr vielen Untersuchungen konnte ein recht hohes Ausmaß an interpersonaler Kommunikation über politische Fragen festgestellt werden. Regelmäßig diskutieren ca. 70 % innerhalb einer Woche über politische Ereignisse und Probleme, "werten sie aus", bringen ihre Sichtweise in solche Gespräche ein. Geführt werden solche Gespräche zuerst dort, wo es am leichtesten fällt, sich zu äußern, wo man bekannt ist usw.: also im Kreis der Freunde, der Familie und dem Kollektiv.

Gleichzeitig finden die Aktionen, durch die insbesondere die Jugendmedien mit Jugendlichen ins Gespräch kommen wollen, eine erfreuliche Resonanz. Reihen wie die Leserdiskussionen im Jugendmagazin "neues leben" und der "Jungen Welt", Antworten auf Leserbriefe (z.B. die "Antwortseite"), aber auch die Rubrik "Schreib' eine Geschichte" (Neues Leben) gehören zu den meistgelesenen und am besten bewerteten dieser Presseorgane. Die Erwartung, daß Jugendliche selbst mit ihren Fragen,

Problemen und Erfahrungen in den Medien zu Wort kommen, ist bei 60 bis 70 % der Jugendlichen stark ausgeprägt.

Eine Untersuchung zur "Junge Welt"-Leserdiskussion "Hand aufs Herz" (Anfang 1982) machte deutlich:

- fast 50 % verfolgten die Diskussion (z.T. auch unregelmäßig), darunter regelmäßige "Junge Welt"-Leser besonders häufig;
- das Anliegen der Diskussion werteten über 80 % hoch; besonders honoriert wurden dabei Meinungsbreite, Offenheit und Ehrlichkeit der veröffentlichten Stellungnahmen zur Thematik "Leistung";
- die interessante Fragestellung erwies sich als wichtigster Grund für die Zuwendung zur Leserdiskussion;
- die Leserdiskussion wurde vor allem als Anregung zum Nachdenken über die aufgeworfenen Fragen begriffen ("Leitest du immer das, was du könntest?", "Was fördert dich, was hindert dich, gut zu arbeiten", "Was willst du in deinem Leben erreichen?" waren die besonders häufig als interessant und nachdenkenswert genannten Fragen).

Insgesamt läßt sich feststellen, daß die Organisation des Erfahrungsaustausches ..., wichtigen Kommunikationsbedürfnissen Jugendlicher entspricht.

Allerdings ist unübersehbar, daß diese Formen von Erfahrungsaustausch noch erhebliche Lernprozesse von und mit Jugendlichen erfordern. Zwischen dem Interesse am Verfolgen der Diskussionen anderer Jugendlicher und dem an eigener Beteiligung (sich mit eigenen Fragen und Problemen an die Jugendredaktion zu wenden, selbst Diskussionsbeiträge einzubringen) bestehen z.T. große Unterschiede (Lehrlinge: 58 % zu 9 %; Studenten: 41 % zu 7 %; Arbeiter: 45 % zu 15 %; Angestellte: 49 % zu 12 %).

Die aktive FDJ-Gruppe erweist sich als ein entscheidender Stimulus für das Interesse an Formen des Erfahrungsaustausches durch die Medien. Entsprechende Aktivitäten (wie z.B. Einbeziehung dieser Aktionen in die Versammlungen, zur Wandzei-

tungsgestaltung, Aktivierung eigener Stellungnahmen) und ein gutes politisches Klima in den FDJ-Gruppen können und müssen die Wirksamkeit solcher Medienangebote fördern. Entscheidend bleibt jedoch das veröffentlichte Diskussionsangebot: Fragen, die den "Nerv" treffen, attraktive Aufmachung, Leserbriefe, die zu Einverständnis und produktivem Widerspruch herausfordern.

1.5. Massenmedien und Klassenauseinandersetzung

"Wie sich zeigt, erfordert der soziale Fortschritt angestrengte Arbeit und die Lösung vielfältiger Probleme, die nicht immer vorausgesehen werden können. Bei allen Leistungen des Sozialismus darf man nicht außer acht lassen, daß er in einer Welt voller Widersprüche und voller Bewegungen aufgebaut wird."¹⁾ Unter den weltoffenen Bedingungen der Gestaltung der entwickelten sozialistischen Gesellschaft, angesichts der Lage der DDR unmittelbar an der Trennlinie zwischen Sozialismus und Kapitalismus, sind in unserer Zeit, da "der Kampf um die Hirne der Menschen das Hauptfeld des Kampfes um die Zukunft der Menschheit ist"²⁾ und das gesetzmäßige Wachsen der Rolle des ideologischen Klassenkampfes für jeden spürbar wird, besondere Bedingungen für die kommunistische Erziehung der Jugend in unserem Land gegeben. Sie werden an den Einflußversuchen westlicher Massenmedien besonders deutlich.

In diesem Zusammenhang sind u.E. folgende Gesichtspunkte von besonderer Bedeutung:

1. Auch der Gegner weiß um die besondere Rolle der Ideologie; die Produktion falschen Bewußtseins wird nicht "Automatismen" überlassen, sondern unter dem Einsatz

1) Erich Honecker: Rede auf der Internationalen Wissenschaftlichen Konferenz des Zentralkomitees der SED "Karl Marx und unsere Zeit - der Kampf um Frieden und sozialen Fortschritt" Einheit 5-83, S. 431

2) Erich Honecker: Bericht des Politbüros an die 3. Tagung des ZK der SED. Berlin 1981, S. 9, 56

einer gigantischen ideologischen "Maschinerie" geführt. Nicht allein die eingesetzten materiellen Ressourcen sind dabei von Interesse, sondern vor allem ihre gezielte, immer mehr langfristig geplante und stabsmäßig geleitete Nutzung. Dafür sprechen u.a. die großangelegten Reorganisationsbemühungen des USA-Propagandadienstes (Projekte "Wahrheit", "Demokratie", "öffentliche Diplomatie"; Schaffung einer Sondergruppe für Propagandaplanung im "Nationalen Sicherheitsrat" der USA).

Leonid Samjatin, Leiter der Abteilung Internationale Information des ZK der KPdSU weist dabei auf besondere Aspekte hin: "Den Massenmedien im Westen wurde nicht nur die Rolle von Propagandisten der imperialistischen Politik, sondern auch der unmittelbaren Organisation der Wühl- tätigkeit gegen den Sozialismus, von Koordinations- und Leitungszentralen konterrevolutionärer Kräfte und anti- sozialistischer Elemente zugewiesen."¹⁾

Allerdings zeigen sich - nicht zuletzt unter dem Einfluß fortschrittlicher Kräfte - auch in den westlichen Massen- medien Differenzierungen und Widerstände gegenüber der Unterordnung unter die Konzeption vom "Kreuzzug gegen den Kommunismus".

2. Mit 2 zentralen und einer Reihe regionaler Fernsehprogramme sowie über 20 Rundfunkprogrammen ist in der BRD ein be- trächtliches Potential für grenzüberschreitende Einfluß- nahme ausgebaut worden. Nahe der DDR-Grenze ist die Dichte an Sendeanlagen besonders hoch.

Im Rundfunkbereich haben RIAS (Westberlin) und DLF (Köln) sowie spezielle Programme von SFB (Westberlin), NDR (Ham- burg), HR (Frankfurt) und BR (München) besondere "DDR- Aufträge", wie kürzlich auch ein USA-Medienforscher dar- stellte.²⁾ Gleiches trifft auf Fernsehstationen zu, ins- besondere auf ARD.

1) Leonid Samjatin: Der Kampf um die Hirne der Menschen. (Literaturnaja Gaseta 36/83)

2) D.A. Boyd. Broadcasting between the 2 Germanies. Journalism Quarterly 2/83

Daß es sich hier um einen Regierungsauftrag handelt, hat BRD-Kanzler Kohl mehrfach unterstrichen: "Wir müssen alles tun, daß die Menschen in der DDR die Möglichkeit behalten, sich über Hörfunk und Fernsehen aus der Bundesrepublik Deutschland zu informieren. ... Der Reichtum von Informationen und die Vielfalt von Meinungen sollen Gemeingut der gemeinsamen deutschen Öffentlichkeit bleiben. Gerade die helfen, die Einheit der Nation zu wahren und das Gefühl der Verbundenheit wachzuhalten."¹⁾

Aus der Tatsache, daß besonders die Jugend der DDR im Visier westlicher Medien ist, wird auch in einschlägigen Publikationen der BRD kein Geheimnis gemacht.

Dabei haben wir zu berücksichtigen, daß die westlichen Massenmedien Teil einer Kommunikationsindustrie sind, deren materiellen, technologischen und auch geistigen Ressourcen den Medienmultis eine weltmarktbeherrschende Stellung ermöglicht. Z. B. exportieren USA-Firmen z.Z. jährlich 200.000 Programmstunden (Großbritannien: 20.000; BRD: 6.000).

3. Im Bereich der Massenkommunikation wirkt die Welttendenz der Internationalisierung von Produktion und Konsumtion besonders stark. Nicht unwichtig ist in diesem Zusammenhang, daß die DDR stark in den internationalen Kulturaustausch einbezogen und im Bereich der kulturellen Massenprozesse ein importabhängiges Land ist. Nicht alle Kommunikationsbedürfnisse können wir deshalb mit eigenen Angeboten befriedigen.

Daraus resultieren u.a.:

- eine gewisse Normalität und Selbstverständlichkeit der Nutzung internationaler Medienangebote;
- eine Modifizierung von Maßstäben, Ansprüchen und Erfahrungen durch internationale Standards;
- hohe Anforderungen an Prozesse ideologischer Auseinandersetzung und geistiger Klärung (auch bei NSW-Medienangeboten, die z.B. Fernsehen und Rundfunk der DDR ausstrahlen!).

1) H.Kohl: Die Bedeutung der neuen Medien für Freiheit und Meinungsvielfalt. Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vom 30.9.83, Nr. 100/S. 925

4. Die Potenzen der westlichen Medien, die marktbeherrschende Stellung der Medienmultis, ihre Fähigkeiten und Erfahrungen, reale Kommunikationsbedürfnisse auszubeuten und Bedürfnisse nach neuen Produkten zu produzieren, die Raffinesse bei der Umsetzung der bürgerlichen Ideologie darf nicht den Blick auf die Grenzen ihrer Einflußmöglichkeiten verstellen. Die ideologischen Folgen der Massenkommunikation ergeben sich stets nur im Zusammenhang mit objektiven Lebensbedingungen, Erfahrungen, Bildungsniveau, politischer Reife usw.

Vor allem ist auf folgendes hinzuweisen:

- Manipulation und Diversionen haben objektive Voraussetzungen (wie z.B. die Scheinhaftigkeit der bürgerlichen Verhältnisse, entfremdete Arbeit, bürgerliche Schulbildung), die durch die Gestaltung unserer gesellschaftlichen Verhältnisse aufgehoben werden.
- Der Zusammenhang mit der Krise des kapitalistischen Systems und der internationale Klassenkampf bringen die bürgerlichen Medien ständig in "Zugzwang". Sie stehen vor der in sich widerspruchsvollen Aufgabe:
 - . auf wirkliche Probleme und Erfahrungen der Massen zugleich einzugehen und sie zu "entschärfen",
 - . Aneignung geistigen Reichtums zugleich zu fördern wie auch zu verhindern.

Dies geschieht durch eine Reihe von Techniken, wie

- . Personalisierung gesellschaftlicher Tatbestände, Intimisierung öffentlicher Angelegenheiten, Vorspiegelung von Traumwelten, Provokation und gleichzeitige Betäubung von Ängsten, Isolierung von Opposition, Bereitstellung kurzfristiger "Genüsse", Stilisierung kapitalistischer Widersprüche zur Allgemeingültigkeit, die aber durchschaubar gemacht werden können.

Das wird nicht zuletzt an der Friedensbewegung, den Diskussionen über die Arbeitslosigkeit u.a. deutlich.

- Die in die DDR einstrahlenden westlichen Medien arbeiten zwar koordiniert, sind aber in sich differenziert und von widersprüchlichem Charakter. Das hängt u.a. damit zusammen, daß sie "Anstalten des öffentlichen Rechts" sind.

Sie enthalten Elemente und Reste demokratischer Kommunikation, gegen deren Deformation die DKP kämpft.¹⁾

Ihr "öffentlicher Auftrag" verpflichtet sie zu Programmviefalt und einem gewissen Kulturniveau, was zu Unterschieden zur Boulevardpresse oder zum Privatfernsehen beiträgt.

Die Aufgabe, auch DDR-Bürger zu erreichen, zwingt sie zu einer differenzierten und subtilen Umsetzung ihrer proimperialistischen und antikommunistischen Zielstellungen.

Hierin wurzelt u.a. die aus unserer Perspektive bisweilen groteske Kritik an der "Linkslastigkeit" gerade von BRD-Rundfunk- und Fernsehstationen, denen eine besondere Rolle im ideologischen Kampf gegen die DDR zugemessen wird (nach ARD und WDR geriet im Herbst 83 sogar der Deutschlandfunk unter solchen Beschuß !?)

Mit diesen vier Gesichtspunkten sind jene gegeben, die eine differenzierte Behandlung der sich in empirischen Untersuchungen zeigenden Fragen der kommunistischen Erziehung der Jugend unter den Bedingungen der Tätigkeit westlicher Massenmedien ermöglichen.

In empirischen Untersuchungen der letzten Jahre konnte der Empfang von und die Auseinandersetzung mit Westmedien keine größere Rolle spielen. Daher müssen wir auch auf ältere, aber nach wie vor aktuelle Forschungsergebnisse zurückgreifen.

1) Horst Holzer: Verkabelt und verkauft? Frankfurt a.M. 1981

Folgende Gesichtspunkte sind hervorzuheben:

1. Die Haltung zu den Sendungen westlicher Massenmedien ist ein Aspekt der Haltung zum imperialistischen System insgesamt und damit Ausdruck der Entwicklung aller Seiten des sozialistischen Klassenbewußtseins.

Diese Zusammenhänge sind in sehr vielen Untersuchungen nachgewiesen. Die Befähigung zur Auseinandersetzung mit den Westmedien, der bürgerlichen Ideologie, mit Wesen und Erscheinungsformen des Imperialismus ist daher keine isolierte Aufgabe, sondern immanenter (wenn auch nicht immer vordergründiger) Bestandteil der kommunistischen Erziehung.

Untersuchungsergebnisse der letzten Jahre weisen dabei aus: Die meisten Jugendlichen haben - insbesondere im Zusammenhang mit der Frage Krieg - Frieden - eine klare Haltung gegenüber der Gefährlichkeit des imperialistischen Systems. Schon abgeschwächt ist diese gegenüber der BRD.

Persönliche Betroffenheit durch den imperialistischen Gegner empfinden deutlich weniger Jugendliche.

Die in vielen Punkten klare Haltung zum imperialistischen System wird also teilweise nicht auf alle imperialistischen Staaten, nicht auf alle politischen Geschehnisse, nicht auf alle Erscheinungen bezogen. Aktuelle Ereignisse haben - in positiver wie negativer Hinsicht - einen großen Einfluß. Das hängt zweifellos auch mit der Kompliziertheit der Materie zusammen. Viele Unklarheiten über das imperialistische System, eingeschlossen ihre Medien, wurzeln in der Spezifik der Dialektik von objektivem Schein und Wesen in der bürgerlichen Gesellschaft. Die Wirkungsstrategien der westlichen Medien, insbesondere die visuelle Präsentation (Filme, Fernsehnachrichten, Werbung u.a.) zielen in erster Linie auf die Verfestigung der Orientierung kommunikativer Verhaltensweisen auf Oberflächenphänomene.

2. Die Möglichkeiten zum Empfang westlicher Rundfunk- und Fernsehstationen sind in der DDR hoch und werden mit der Entwicklung neuer Kommunikationstechniken weiter ansteigen.

Derzeit kann auf etwa 85 % des DDR-Territoriums mindestens ein BRD-Programm empfangen werden. Diese technischen Möglichkeiten werden von ca. 80 % auch genutzt, wobei die Unterschiede zwischen Jugendlichen verschiedener Tätigkeitsgruppen, verschiedener politischer Haltung, Wertorientierung und gesellschaftlicher Aktivität gering sind.

Auch für gesellschaftlich aktive, politisch bewusste Jugendliche ist das Vorhandensein oder Schaffen von Möglichkeiten zum Empfang des BRD-Fernsehens inzwischen die Regel.

3. Der Empfang westlicher Rundfunk- und Fernsehsendungen hat in den letzten Jahren zugenommen. Tabelle 12 stellt dies für junge Arbeiter dar (in den anderen Gruppen gibt es analoge Veränderungen).

Tab. 12: Veränderungen in der Zuwendung zu westlichen Rundfunk- und Fernsehsendungen (in %; nur: junge Arbeiter)

	Ich sehe/höre			
	(fast) täglich	mehrmals wöchentlich	einmal wöchentlich	seltener/nie
Rundfunk der BRD				
1978	37	40	15	8
1983	53	27	10	10
Fernsehen der BRD				
1978	40	38	11	11
1983	54	28	8	10

Unverändert blieb der Anteil jener, die von den elektronischen Medien des Gegners nicht oder kaum erreicht werden. Die Veränderungen betreffen vor allem den Wechsel zum täglichen Empfang und korrespondieren mit einem generellen Anstieg der Zeit für Fernsehnutzung und (meist sekundäres) Rundfunkhören sowie der deutlich gestiegenen Ausstattung der Haushalte mit qualitativ verbesserten Empfangsgeräten.

Während die Zunahme im Bereich des Fernsehens dem Trend schon der 70er Jahre entspricht (1976 sahen nur 29 % der jungen Arbeiter fast täglich BRD-Sendungen), handelt es sich beim Rundfunkhören um eine Veränderung nach jahrelang beobachteter Konstanz.

Viele Untersuchungsergebnisse belegen in diesem Zusammenhang, daß in Diskussionen um Haltungen gegenüber den BRD-Medien stets auch zu beachten ist, in welcher Qualität und Quantität Ansprüche und Erwartungen Jugendlicher durch unsere Medien befriedigt und entwickelt werden.

Die Fernseh- und Rundfunksendungen der BRD werden besonders häufig von jenen Jugendlichen empfangen, deren politisch-ideologisches Profil durch Unklarheiten und Indifferenzen gekennzeichnet ist und die unzureichend in die vielfältigen Formen gesellschaftlicher Aktivität integriert sind. Diese "Reserviertheit" wird durch die Massenmedien der BRD zusätzlich verstärkt.

4. Analysen einzelner Sendegattungen zeigen, daß Rundfunk und Fernsehen der BRD formal ähnlich genutzt werden wie unsere Medien. Insbesondere Unterhaltungsansprüche werden an die BRD-Medien gebunden.

Zugleich wird hier ein internationales Problem deutlich. Eine UNESCO-Untersuchung von 1981 belegte das strukturell ähnliche Verhältnis von Fernsehangebot und -nutzung.

Die engen Zusammenhänge zwischen den Angebots- und Nutzungsstrukturen bzw. der Quantität des Angebotes und der Sehdauer sind ebenso unübersehbar (und auch statistisch hoch) wie die formalen Ähnlichkeiten zwischen den ~~an~~ nationaler Kultur, herrschender Ideologie und Fernsehsystem außerordentlich unterschiedlichen Ländern.

Damit sind nicht die inhaltlichen (ideologischen) Unterschiede verwischt, die Gefahren der Vermittlung bürgerlicher Lebensweise und Ideologie verharmlost. Aber es ist aufmerksam zu machen auf Bedingungen der ideologischen Klassenauseinander-

setzung, die mit dem Klassencharakter der Massenmedien allein nicht erklärt werden können, sondern mit Eigengesetzlichkeiten kultureller Prozesse in der Massenkommunikation zusammenhängen.

Tab. 13: Prozentsatz der ausgestrahlten Programme (1), Verteilung der Sehdauer (2), durchschnittliche Sehdauer der Zuschauer (3) und ausgestrahlte Sendestunden (4) in ausgewählten Ländern (grobe Programmkategorien, Zeitraum: 18.00 - 24.00 Uhr/Hauptsendezeit pro Woche)

Land	Unterhaltung		Information		Bildung		Sehdauer 3	Sendestunden 4
	1	2	1	2	1	2		
Frankreich	45	71	34,2	22,6	21	7,9	10h 44'	324,2
Italien	46,1	55	38	39	16	6	12h 32'	243,8
Belgien	50	69	34,1	25	16	6	13h 21'	613,3
Bulgarien	48	56	27	30	25	14	11h 45'	131,6
Ungarn	53	70	29	23	18	7	12h 25'	143,6
Japan	59	76	22	19	19	5	13h 40'	290,7
Kanada	61	73	30	23	8	4	13h 22'	869,3

5. Im Bereich des politischen Informierens liegen widersprüchliche Tendenzen vor. Zum einen erwarten nur etwa 10-15 % unter Jugendlichen überzeugende Antworten auf politische Grundfragen durch die Medien des Gegners. Wie auch in anderen Bereichen, werden von der Mehrheit der Jugendlichen in dieser Frage höhere Erwartungen an unsere Medien gestellt. Zum anderen hat die Tendenz, sich auch über BRD-Sender politisch zu informieren, weiter zugenommen.

Tab. 14: Informationsquellen über das politische Geschehen (in %)

junge Arbeiter	Ich informiere mich			
	vorwie- gend durch DDR-Sender	gleicher- maßen durch DDR- und BRD-Sender	vorwiegend durch BRD-Sender	äußerst selten
1976	37	58	3	2
1983	21	60	18	1

Stärker als noch vor einigen Jahren wird die politische Information über BRD-Sender nicht mehr nur als Ergänzung sondern auch als Alternative zu unseren Informationen empfangen.

Angesichts der dargestellten Veränderungen im Mediengebrauch insgesamt, werden also politische Informationen der elektronischen BRD-Medien häufiger als früher "mitrezipiert". Sie sind jedoch selten Anlaß der Zuwendung zu diesen Sendern. Der Empfang westlicher Informationssendungen muß auch im Zusammenhang mit dem gestiegenen Interesse am politischen Weltgeschehen angesichts der Zuspitzung der internationalen Lage gesehen werden.

Und schließlich weisen verschiedene Ergebnisse darauf hin, daß es unseren Medien nicht immer gelingt, Erwartungen Jugendlicher nach Information über Neues in ökonomischer Form gerecht zu werden.

Bei politisch wichtigen Ereignissen ist davon auszugehen, daß etwa 80 % auch die vom Gegner vermittelten Informationen und Sichtweisen kennen und sich daraus auch Fragen, Probleme und Unklarheiten ergeben können. Dazu kommt, daß die Maßstäbe dessen, was eine "Nachricht" ist, wie Informationen anzubieten sind usw. durch die Westmedien mitbestimmt werden. So schreibt der USA-Medienexperte Comstock über das bürgerliche Fernsehen, daß in ihm Entertainment (Unterhaltsamkeit) zum bestimmenden Prinzip wird. "Tendenziell geraten alle Sendungen in den Entertainment-Sog. Nachrichten und Informationen werden immer kürzer angeboten, damit die Show nicht gestört wird, oder sie werden unterhaltsam als eine Art Show gestaltet."¹⁾ Es wäre u.E. unrealistisch zu negieren, daß aufgrund der mehrfach gekennzeichneten Reproduktionsfunktionen von Massenkommunikation solche Mechanismen bei Jugendlichen in der DDR nicht reflektiert werden.

1) G. Comstock: Television in USA. New York 1982

6. Die langfristischen Wirkungen des Empfanges der BRD-Medien auf grundlegende ideologische Grundpositionen ist eine zentrale Frage, die noch nicht ausreichend untersucht ist. Ein wesentliches Ergebnis bisheriger Untersuchungen sind z.T. eindrucksvolle Zusammenhänge zwischen einem hohen Ausmaß des Westsenderempfanges und geringer ausgeprägter politischer Bewußtheit, geringer gesellschaftlicher Aktivität, geringerer Bedeutung sozialistischer Wertorientierungen für die eigene Lebensgestaltung usw. Zugleich wurden auch immer wieder Differenzierungen deutlich: So zeigen z.B. die Filmuntersuchungen des ZIJ, daß die meisten Jugendlichen NSW-Filme (in unseren Kinos!) weitgehend "funktionsgerecht" gebrauchen und daß deren große Attraktivität und Unterhaltsamkeit die kritische Prüfung ihrer Botschaften nicht notwendigerweise hemmt. Auch unterscheiden sich verschiedene Gruppen der Jugend durchaus nicht nur in der Selektion von Angeboten westlicher Rundfunk- und Fernsehstationen, sondern auch im Stil der Auseinandersetzung mit diesen, den Erfahrungen und Kenntnissen, die sie dabei einbringen.

Diese Ergebnisse belegen, daß der Empfang bestimmter Sendungen usw. allein keine hinreichende Ursache für grundlegende Bewußtseinsveränderungen ist. So erbrachte eine differenzierte Analyse der Mediennutzung im Rahmen der Zentralen Intervallstudie des ZIJ (junge Arbeiter, Zeitraum 1976-80) folgende wichtige Ergebnisse:

- Die Zuwendung zum BRD- bzw. unserem Fernsehen beeinflusst sich (etwa im Sinne einer gegenseitigen "Blockierung") nicht generell - die Senderwahl allein hat nur unter anderem einen ideologischen Hintergrund und sagt allein wenig über den tatsächlichen Mediengebrauch aus;
- Obwohl in beträchtlichem Maße Zusammenhänge zwischen der Zuwendung zu BRD-Medien und Negativierungen in der ideologischen Haltung zu verzeichnen waren, konnten diese nur zu einem minimalen Prozentsatz (ursächlich) auf den Empfang von BRD-Medien zurückgeführt werden - selbst bei Positionen wie die Haltung zum Imperialismus, die wenig mit dem persönlichen Erfahrungsbereich der jungen Arbeiter zu tun hatten.

Der bisherige Forschungsstand läßt uns vorsichtig formulieren:

Lineare Zusammenhänge zwischen Wirkungsabsicht, Zuwendung und tatsächlicher Wirkung werden der Differenziertheit der Prozesse nicht gerecht. Die Fähigkeit zur Auseinandersetzung mit der bürgerlichen Ideologie und Lebensweise ist auf der Grundlage eines klassenmäßigen Herangehens und langjähriger kommunikativer Erfahrungen und Kenntnisse das zentrale Glied in der ideologischen Auseinandersetzung.

Und: Grundlegende politische Unklarheiten, Rückstände in der ideologischen Entwicklung usw. drücken sich in der Zuwendung zu BRD-Medien aus, werden häufiger durch sie verdeutlicht und bekräftigt als durch sie verursacht. Das schließt Wirkungen auf einzelne Seiten der Persönlichkeit Jugendlicher nicht aus (z.B. ästhetische Maßstäbe und Verhaltensweisen, Realitätsvorstellungen, vgl. Abschnitt 1.3.), weist aber auf die Rolle des materiellen und geistigen Lebens des realen Sozialismus für die Persönlichkeitsentwicklung Jugendlicher hin.

Dies wird auch deutlich durch Ergebnisse einer 1982 durchgeführten Untersuchung, in der junge Werktätige aus den Bezirken Magdeburg und Dresden verglichen wurden.

Angesichts der hinlänglich bekannten Unterschiede in den Empfangsmöglichkeiten für BRD-Fernsehprogramme und -Rundfunksender, die auch in der Mediennutzung deutlich wurden, war das weitgehende Fehlen praktisch bedeutsamer Unterschiede in Wertorientierungen, sozialen Erfahrungen und im Leistungsverhalten überraschend.

Auffällig und für Schlußfolgerungen sehr wichtig ist allerdings, daß die jungen Arbeiter im Bezirk Magdeburg

- häufiger in der FDJ organisiert waren (88 % zu 80 %);
- besser in das FDJ-Studienjahr integriert waren (65 % zu 49 %) und ihre FDJ-Gruppe häufiger aktiv einschätzten (54 % zu 41 %!);
- sich aktiver in persönlichen Gesprächen mit Anforderungen, Erfolgen und Mißerfolgen im beruflichen Alltag (49 % zu

39 % sprachen dafür ausführlich mit Freunden und Bekannten darüber) und mit dem politischen Weltgeschehen (60 % zu 54 %) auseinandersetzen.

Diese Ergebnisse belegen, daß eine interessante, aktivierende politische Arbeit eine zentrale Rolle für die Abwehr von ideologischen Diversionsversuchen darstellt. Besonders muß allerdings darauf hingewiesen werden, daß unsere Massenmedien durch eine konsequente Orientierung an den kommunikativen Bedürfnissen, Erfahrungen und Fähigkeiten selbst dazu beitragen können (und müssen), daß Jugendliche auch im kommunikativen Bereich eine "Heimstatt" finden.

1.6. Wirkungen der Massenkommunikation - Standpunkte, Hypothesen, Ergebnisse

Die Frage nach der Wirkung der Massenkommunikation gehört zu den wichtigsten, aber auch schwierigsten Problemen der Kommunikationsforschung. Hintergrund des Wirkungsproblems sind die praktisch außerordentlich bedeutsamen Fragen nach der bewußten Gestaltung von Kommunikationsprozessen, dem Verhältnis von Aufwand und Nutzen, den Beziehungen zwischen Zielen und verwendeten Mitteln. Sie stellen sich natürlich auch für die Analyse der Rolle der Massenmedien für die kommunistische Erziehung der Jugend.

Wir schätzen ein, daß derzeit die Basis für gesicherte Aussagen über die Wirkungen der Massenkommunikation sehr gering ist und die Forschung vorwiegend an der "Oberfläche des Problems" gekratzt hat. Es ist jedoch nötig, Positionen zu dieser "Kernfrage" der Rolle der Massenmedien auch in der kommunistischen Erziehung zu beziehen und zur Diskussion zu stellen.

Im folgenden wollen wir versuchen, Standpunkte, Hypothesen und (verallgemeinerte) Ergebnisse darzustellen.

Sie betreffen:

1. einige grundlegende Fragen der Wirkung der Massenkommunikation;

2. Wirkungsfelder und Wirkungsbedingungen.

Der Charakter der Ausführungen als Diskussionsangebot auf der Grundlage des gegenwärtigen Erkenntnisstandes sollte stets beachtet werden.

1.6.1. Einige grundlegende Fragen der Wirkung der Massenkommunikation

Eine Definition der Wirkungen der Massenkommunikation muß mindestens die folgenden Gesichtspunkte beachten:

- Wirkungen der Massenkommunikation sind Veränderungen in der geistigen Tätigkeit von Menschen und nur über sie vermittelt in der praktisch-gegenständlichen Tätigkeit. Diese Veränderungen können durch die Prozesse der Massenkommunikation ausgelöst, mitbedingt und (in seltenen Fällen) verursacht sein.
- Wirkungen der Massenkommunikation sind als Resultat der Wechselwirkung zwischen Medienangeboten (deren Wirkungspotenzen), dem realen kommunikativen Verhalten (Gebrauch der Medienangebote) und der Kommunikationssituation zu verstehen.
- Wirkungen der Massenkommunikation können von unterschiedlicher Intensität und Stabilität sein, einzelne Seiten der kommunikativen, geistigen und praktischen Tätigkeit oder auch die Gesamtpersönlichkeit betreffen, von speziellen Medienangeboten und/oder langfristigen Angebotsinhalten und -strukturen ausgehen und von sehr unterschiedlicher individueller und gesellschaftlicher Bedeutung sein. Daher ist stets der Zusammenhang anzugeben, wenn von Wirkung gesprochen wird.

Massenkommunikation ist eine der Existenzformen des gesellschaftlichen Lebens, durch die Menschen ideell an gesellschaftliche Prozesse "angekoppelt" werden (bzw. durch die sich Menschen dazu in Beziehung setzen können). Damit können sie sich

- geistigen Reichtum erschließen;
- alltäglich auf die "Höhe" des neuen Tages bringen.

Insofern ist es gar keine Frage, ob Massenkommunikationsprozesse Wirkungen haben, sondern wie dies geschieht, in welcher Richtung und wie diese Veränderungen mit anderen gesellschaftlichen Prozessen in Wechselbeziehung stehen.

Bei aller Betonung der Bedeutung des Mediengebrauchs als "Umschlagplatz" von Wirkungspotenzen der Medienangebote in reale Veränderungen der Tätigkeit sind u.E. folgende objektive Bedingungen zentral:

1. Die Massenmedien als Institutionen geistiger Machtausübung von Klassen und industrieller geistiger Produktion produzieren Wirkungen "vor". Ihre politische Linie, die sich durch ihr Gesamtangebot zieht (Themenwahl, ideologischer Gehalt) und die materiellen und geistigen Mittel (Ressourcen) der Umsetzung ihres Anliegens bestimmen die Massenkommunikation.

Wichtige Impulse für die Zuwendung zu den Angeboten der Massenmedien und Probleme, die an sie herangetragen werden, ergeben sich aus den unmittelbaren Lebensbedingungen (junger) Menschen, aus den Anforderungen und Erlebnissen im Arbeits- und Ausbildungsprozeß, natürlich auch aus individuellen Problemkonstellationen (Berufswahl, Partnerschaft, Beziehungen im Kollektiv, zu den Eltern, Freizeit). Massenkommunikation ist in unserer Gesellschaft daher nicht nur daraufhin zu befragen, wie z.B. junge Arbeiter auf Medienangebote reagieren, sondern auch, wie die Medienangebote auf das soziale Handeln, die soziale Situation, die Probleme eingehen und wieweit ihr kommunikatives Nervensystem genug entwickelt ist (von der Themenwahl über den Stil bis zur Symbolwelt), um mit jenen jungen Arbeitern in Kommunikation zu geraten. Lebensprobleme und Kommunikationsbedürfnisse, die daraus resultieren, sind für sozialistische Massenkommunikation Gegenstand der Kommunikation der Massen über die Gestaltung der Gesellschaft (nicht wie in der bürgerlichen Massenkommunikation aus-

beutbares und ausgebeutetes Material!). Dieses historisch neue Verhältnis zu den Massen attraktiv und lebensnah zu gestalten und erlebbar werden zu lassen, ist u.E. ein wesentlicher Aspekt der Rolle der Massenmedien in der kommunistischen Erziehung der Jugend.

2. Unter den Bedingungen der Massenkommunikation ist eine unmittelbare Beziehung von Veränderungen in der geistigen Tätigkeit (im Bewußtsein) und in der praktischen Tätigkeit (Arbeit und Ausbildung, politische Tätigkeit usw.) Ausnahmefall.

Zum einen ist die Beziehung der Massenkommunikation zur praktischen Tätigkeit vor allem "geistig-vorsorgend": der Großteil der in Medienangeboten vermittelten Erfahrungen, Werte, Normen, Kenntnisse usw. sind nicht einfach "nachahmbar" oder in praktische Tätigkeit umsetzbar, sondern benötigen das Weiterdenken, die Konkretisierung in bezug auf die ganz konkreten objektiven und subjektiven Bedingungen der Tätigkeit in der Arbeits-, Lern- und politischen Situation. Aus diesem Grunde ist die interpersonale Kommunikation im Kollektiv, der Familie usw. auch mitentscheidend für Wirkungen der Massenkommunikation. Dazu kommt, daß Wirkungen der Massenkommunikation zunächst "nur" individuell auftreten.

Sie müssen zu kollektivem Handeln erst organisiert werden. Die unmittelbaren Bedingungen im Kollektiv, im Arbeitsprozeß, in der FDJ-Arbeit tragen so wesentlich zu den Wirkungen der Massenkommunikation bei. Denn sie bestimmen wesentlich mit, welche Bewußtseinsveränderungen praktiziert werden können, toleriert werden oder folgenlos bleiben.

1.6.2. Wirkungsbedingungen

Die bisher - ohne Anspruch auf Vollständigkeit - skizzierten Grundbedingungen von Medienwirkungen entäußern sich u.a. in den folgenden Determinanten konkreter Wirkungsprozesse:

1. Ebene: Produktion von Medienbeiträgen

- a) Starke Orientierung auf tatsächliche oder auch vermeintliche Bedürfnisse großer Zuschauergruppen.

Die uns bekannten Daten zeigen z.B. ein im Vergleich zu den siebziger Jahren gewachsenes Angebot an unterhaltungsorientierten Beiträgen in fast allen Massenkommunikationsmitteln.

Diese Entwicklung vollzog sich aber nicht nur auf der quantitativen sondern auch auf der qualitativen Ebene, was sich u.a. äußert in Veränderungen innerhalb der Themen und Gestaltungsweisen der primär unterhaltungsorientierten Medienangebote.

Als Stichworte hierzu: die Tendenz zur Konfliktgestaltung Individuum - Technik/technischer Fortschritt in der sozialistischen science fiction - Literatur, z. B. bei den STRUGATZKIs, bei LEM, bei FÜHMANN, aber auch in der Gegenwartsliteratur und in Filmen über das Verhalten von Menschen in "Katastrophensituationen", wie z.B. "Flug durchs Feuer" usw.

- b) Die zunehmende Aktualität der Informationsangebote: Hier spielen sowohl technische Entwicklungen (Fernseh- und Rundfunkübertragungen via Satellit, Verkürzung der Bearbeitungszeiten durch neue "Schnitttechniken" usw.) als auch politische eine wichtige Rolle (Helsinki und Nachfolgekonferenzen, UNESCO-Kommunikationsordnung usw.).

2. Ebene: Distribution von Medienbeiträgen:

- a) Die bereits angeführte Orientierung auf massenhaft verbreitete Bedürfnisse der potentiellen Nutzer äußert sich in vielen Formen, z.B.: Verkauf von Büchern an Kiosken und in Kaufhallen, "alternative" Programmgestal-

tung im DDR-Fernsehen, Prolongation publikumswirksamer Filme in den Filmtheatern usw.

- b) Es entstanden verschiedene neue Varianten, z.B.: Bestell- und Anrechtsformen in Kino, Theater, Buchhandel, Schallplatten- und Zeitungsvertrieb. Dabei müssen widersprüchliche Entwicklungen beachtet werden, wie z.B. die unterschiedlichen Präferenzen für Kollektiv- oder Individualanrechtsformen in Theater und Kino.
- c) Durch die Programmstruktur eines Massenkommunikationsmittels werden die Wirkungsmöglichkeiten einzelner Beiträge in diesem Medium beeinflusst. Als Beispiel aus einer Programmwoche des DDR-Fernsehens im März 1984 folgende Alternativen: eine politische Filmdokumentation gegen eine spanische Filmkomödie, eine Konzertübertragung gegen einen amerikanischen Western.
- In ähnlicher Weise können auch die innerhalb der Gesamtangebote aller zur Verfügung stehenden Medien gesetzten Prioritäten wirksam werden, wenn z.B. jährlich mehr Spielfilme im Fernsehen erstaufgeführt werden als im Kino.
- Obwohl Zusammenhänge zwischen den Programmstrukturen der Massenmedien und der Wirksamkeit einzelner Angebote sowie der Gesamtangebote nur unzureichend wissenschaftlich analysiert sind, lassen die vorliegenden Ergebnisse dennoch die folgenden Hypothesen zu:
- Mit dem Setzen von Prioritäten in der Programmstruktur werden nicht nur massenhafte Bedürfnisse befriedigt, sondern auch adäquate Bedürfnisse entwickelt, z.B. Unterhaltungserwartungen.
 - Von den Mediennutzern erkannte Prioritäten werden von diesen als eine Form gesellschaftlicher Vorbewertung interpretiert. Diese "Vorbewertung" kann in widersprüchlicher Weise sowohl in Richtung der "Vorbewertung" als auch in konträrer Richtung wirksam werden.

3. Ebene: Rezeption von Medienbeiträgen:

Hierzu liegen gegenwärtig die meisten Ergebnisse vor. Unter dem Gesichtspunkt einer Determination von Wirkungsprozessen sind die folgenden - thesenförmig angeführten - Erkenntnisse besonders relevant:

- a) Kommunikationsprozesse mit massenmedialen Angeboten und deren Wirkungen sind ganz wesentlich vom Bildungsniveau der Kommunikationsteilnehmer und dabei insbesondere vom Wissen um die Kommunikationsinhalte beeinflusst. Diese Grunderkenntnis für die Beurteilung von Medienwirkungen wird z.B. durch die relative Wirkungslosigkeit der ideologischen Propaganda der imperialistischen Massenmedien bei der DDR-Jugend bestätigt. Damit hängt aber auch zusammen, daß im massenmedial geführten Klassenkampf der Aktualität politischer Informationen eine besonders große Rolle zukommt.
- b) Dem quantitativen und qualitativen Zuwachs an Medienangeboten begegnen die potentiellen (jugendlichen) Rezipienten mit einem Selektionsverhalten, das vorrangig auf ihren individuellen Medienerfahrungen bzw. auf denen von Vertrauenspersonen (in erster Linie Freunden) basiert.
- c) Die Wirkungsmöglichkeiten von Medienbeiträgen werden begünstigt durch

- die Attraktivität:

Insbesondere die Wirkungsmöglichkeiten der audio-visuellen Massenmedien werden wesentlich durch deren ästhetische Attraktivität, besonders durch die der Bilder, begünstigt. Aber auch die Wirksamkeit von Fachbüchern wird nach vorliegenden Untersuchungsergebnissen durch Bildmaterialien befördert.

Die Wirkungsvoraussetzung "Attraktivität" hängt dabei sowohl von formal-ästhetischen als auch von inhaltlichen/thematischen Elementen ab (Inhalt-Form-Relation).

- die individuelle Bedeutsamkeit:

Durch Medienangebote ohne Bezug zu den individuellen Erfahrungen, Wertorientierungen, aber auch Wünschen und

Sehnsüchten der Jugendlichen können diese kaum beeinflusst werden. Was nicht bedeutet, daß nur Informationen angeeignet werden, die die Jugendlichen benötigen bzw. zu benötigen glauben.

- die Glaubwürdigkeit:

Verschiedene empirische Untersuchungsergebnisse zeigen, daß in allen Kommunikationsprozessen die Glaubwürdigkeit eine Filterfunktion erfüllt: Von den Massenmedien angebotene Beiträge, die die sozialen Erfahrungen der Jugendlichen nicht berühren und keine Zusammenhänge mit ihren Zukunftsantizipationen und Wunschträumen haben, können nur in Ausnahmefällen persönlichkeitsbeeinflussend wirken. Auch die Wirkung von Märchen auf Kleinkinder beruht darauf, daß das im Märchen Erlebte für sie aufgrund ihrer geringen und einseitigen empirischen Erfahrungen vorstellbar und damit glaubwürdig ist!

- die Verständlichkeit:

Die Wirkungsmöglichkeiten eines Medienbeitrages haben eine Grundvoraussetzung im gemeinsamen Zeichenrepertoire zwischen Kommunikator und Kommunikanten. Dabei ist zu beachten, daß während der Aneignung Lernprozesse stattfinden, bisher unbekannte Zeichen können aus der Verbindung mit bereits Bekanntem erschlossen werden. Oftmals wird ein Medienbeitrag erst dann verständlich, und erschließbar, wenn nicht nur sein Inhalt, sondern auch dessen Kontext bekannt ist.

Zu diesen thesenförmig angeführten Voraussetzungen und Bedingungen für Medienwirkungen auf der Rezeptionsebene kommen noch vielfältige individuelle Differenzierungen im individuellen Zugang zu den verschiedenen Medienangeboten hinzu, z.B. Vorhandensein von Filmtheatern im Wohnort, "Altersprädikate" für Kinobesuche, Besitz von verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik. Sie verweisen darauf, daß der differenzierte Stand der Persönlichkeitsentwicklung der Jugendlichen ebenso differenzierte Wirkungsprozesse zur Folge hat. Diese

Feststellung schließt aber dennoch massenhafte Wirkungsprozesse unter Jugendlichen im Ergebnis von Medienkommunikation nicht aus. Deutlich wird, daß zum einen identische oder ähnliche Medienwirkungen unter unterschiedlichen Bedingungen zustandekommen und zum anderen identische oder sehr ähnliche Kommunikationsbedingungen zu unterschiedlichen Wirkungen führen können.

In diesem Zusammenhang soll noch auf zwei Wirkungsbedingungen hingewiesen werden, die bisher allerdings nur unzureichend empirisch analysiert worden sind:

- Medienwirkungen sind situationsbeeinflusst, z.B. durch die konkrete situative Befindlichkeit der Jugendlichen (Stimmungen, Konzentrationsvermögen usw.) oder auch durch "äußere" Faktoren der Kommunikationssituation (Raumsituation, individuelle Rezeption oder Gruppenrezeption usw.);
- Medienwirkungen sind durch in zeitlicher Nähe verlaufende Kommunikationsprozesse mit anderen "Angeboten" beeinflusst.

Bisher vorliegende Angaben lassen die Schlußfolgerung zu, daß die Wirkung von einzelnen Angeboten der Massenmedien (z.B. Filme, Unterhaltungssendungen) eine Ausnahme darstellen. Im Normalfall sind Medienwirkungen ein Ergebnis von Kommunikationsprozessen mit verschiedenen z.T. widersprüchlichen Angeboten.

1.6.3. Wirkungsfelder der Massenkommunikationsmittel in den achtziger Jahren

Die vorliegenden theoretischen und empirischen Forschungsergebnisse gestatten eine Beschreibung von Wirkungskomplexen, die ausschließlich oder doch zumindest vorrangig ein Ergebnis massenmedialer Kommunikationsprozesse sind.

Die wichtigsten Wirkungen von Massenkommunikationsprozessen im Jugendalter sind:

1. Eine Entwicklung bzw. Erweiterung der Möglichkeiten zur indirekten und dadurch vermittelt auch zur direkten Teil-

nahme an gesellschaftlichen Entwicklungs- und Kommunikationsprozessen. Es sei in diesem Zusammenhang an LENIN's bildhaften Vergleich der Presse mit einem Baugerüst erinnert! ¹⁾

Zweifellos wird die Gesellschaftlichkeit der Jugendlichen bei uns ganz wesentlich von der sozialistischen Massenkommunikation bestimmt bzw. mitbestimmt.

Die Intensität solcher Wirkungen ist ganz wesentlich vom Wechselverhältnis zwischen den Erfahrungen der Rezipienten, ihrer Diskussion in Medienbeiträgen und der Vermittlung von für die Entwicklung der Gesellschaft relevanten Informationen beeinflusst. Davon hängen wiederum die politisch-ideologischen Wirkungsmöglichkeiten der Massenmedien im Jugendalter ab, allerdings in einem engen Zusammenhang zur Wirkung politisch-ideologischer interpersonaler Kommunikationsprozesse stehend.

2. Die Entwicklung und Erweiterung der Kenntnisse über die verschiedensten Themen, Sachverhalte und Erscheinungen der Realität.

Es ist aber nicht möglich und auch nicht sinnvoll, dieses massenkommunikativ angeeignete Wissen zu quantifizieren. Sicher stammt ein beachtlicher Teil des Allgemeinwissens unserer Jugend von den verschiedenen Medienangeboten.

3. Die Entwicklung und Erweiterung des Repertoires an Denk- und Verhaltensweisen im Ergebnis einer "risikofreien", erlebnisintensiven und wirklichkeitsangenäherten Überprüfung von möglichen Strategien zur Wirklichkeitsbewältigung. Dieses vorrangig an fiktiven Medienbeiträgen praktizierte "risikofreie" Lernen bedeutet keine kritiklose und wirklichkeitsfremde Nachahmung von in den Medien angebotenen Denken und Verhalten.

Verschiedene empirische und theoretische Forschungsergebnisse zeigen, daß solche Wirkungen bei den Rezipienten zumindest die Vorstellung voraussetzen, die entsprechenden

1) W.I. Lenin: Womit beginnen? Werke Bd. 5, S. 11

Situationen auch einmal erleben zu können bzw. damit konfrontiert zu werden.

Insofern scheint das Alltagsverhalten Jugendlicher in besonderem Maße ein Ergebnis von Medienwirkungen.

4. Die Entwicklung und Erweiterung von kommunikativen Fähigkeiten.

Medienbeiträge leisten einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der interpersonalen Kommunikation Jugendlicher. Sie beeinflussen ihre Fähigkeit zur Kommunikation mit anderen, wann, worüber, wie gesprochen wird.

Diese Entwicklung und Erweiterung kommunikativer Fähigkeiten bezieht sich aber nicht ausschließlich auf interpersonale Kommunikationsprozesse sondern auch auf die Befähigung zur Teilnahme an Massenkommunikationsprozessen (man muß in diesem Zusammenhang daran denken, daß Jugendliche den Gebrauch von Kinofilmen, Fernsehsendungen, Rundfunkbeiträgen usw. in der Regel nicht gelehrt bekamen!).

5. Die Kultivierung des "Weltbildes" Jugendlicher.

Mit der medienspezifischen Darstellung der Realität (die immer eine selektive ist, z.B. nach medienästhetischen Gesichtspunkten erfolgt) werden Vorstellungen von und mögliche Sichtweisen auf die Realität im weitesten Sinne beeinflusst und teilweise auch konstituiert. Ganz besonders deutlich ist dies bei Wirklichkeitsausschnitten, die der unmittelbaren Erfahrung nicht zugänglich sind. Die selektive und wertende Realitätsvermittlung der Massenmedien entwickelt Wertmaßstäbe und Realitätsvorstellungen, die auch die unmittelbare Wirklichkeitsaneignung junger Leute beeinflussen können.

6. Die Beeinflussung von Befindlichkeiten (Wohlbefinden, Stimmungen, Gefühle usw.) bei den Jugendlichen.

Die Möglichkeiten der Massenmedien bei der Entwicklung bzw. Stabilisierung des geistigen und sozialen Wohlbefindens der Jugend dürfen nicht nur in aktuellen psychischen Beeinflussungen gesehen (Unterhaltung als "Belohnung" für gute Arbeit) bzw. nicht nur auf diese begrenzt werden.

Langfristig geht es bei all diesen Bemühungen immer um das geistige und soziale Wohlbefinden Jugendlicher in unserem Staat.

Diese politisch-ideologische Seite von Medienwirkungen hängt grundlegend davon ab, wie unsere Medien auf alle Kommunikationsbedürfnisse eingehen.

Die hier skizzierten Wirkungsfelder verlaufen in den konkreten Kommunikationsprozessen mit den und über die Massenmedien in der Regel nicht isoliert voneinander. Für die kommunistische Erziehung der Jugend muß deswegen die Komplexität, Differenziertheit und teilweise Widersprüchlichkeit der Medienwirkungen berücksichtigt werden.

2. Schlußfolgerungen für die Arbeit der und mit den Massenmedien

Im Ergebnis der hier angeführten empirischen Daten, theoretischen Ergebnisse und Überlegungen, Prognosen und Einzelanalysen muß festgehalten werden, daß in den achtziger Jahren die Massenmedien (insbesondere Fernsehen, Rundfunk und Presse)

- eine der wichtigsten Formen für Einsichten in unserer Beteiligung an gesellschaftlichen Verhältnissen, Entwicklungstendenzen und Problemen für Jugendliche sind;
- konstitutiv für die Aneignung politischer, ideologisch-weltanschaulich, moralischer und kulturell-ästhetischer Erfahrungen, Kenntnisse und Wertmaßstäbe sind und damit zur Entwicklung entsprechender Einstellungen und Wertorientierungen beitragen;
- nachhaltig die Freizeitgestaltung junger Leute quantitativ und qualitativ determinieren;
- die Gespräche und Diskussionen innerhalb und zwischen den Generationen und den verschiedenen sozialen Gruppen wesentlich ausfüllen;
- das Realitätsverständnis Jugendlicher und die Formen ihrer Widerspiegelung und Aneignung prägen.

Damit erbringen die Massenmedien unersetzbare Leistungen bei der Entwicklung der Verbindung von Jugend und sozialistischer Gesellschaft. Sie sind für die Persönlichkeitsentwicklung von Bedeutung, weil sie die für unsere Gesellschaft erforderliche Öffentlichkeit als Voraussetzung aktiver Mitgestaltung schafft.

Diese allgemeinen Medienwirkungen vollziehen sich allerdings in einem komplizierten und differenzierten Gefüge von gesellschaftlichen, medialen und individuellen Bedingungen, die durchaus widersprüchlich wirksam werden können. Die folgenden Überlegungen und Schlußfolgerungen zielen deshalb vorrangig auf solche Verbesserungen und Entwicklungen dieses Be-

dingungsgefüges, die zu einer Erhöhung der Wirkungsmöglichkeiten der Massenmedien bei der kommunistischen Erziehung der Jugend beitragen können.

1. In der Arbeit der Massenmedien für und mit Jugendlichen muß mehr denn je davon ausgegangen werden, daß dies eine wissende und gebildete und damit auch kritikfähige Generation ist, die als solche auch gefordert und gefördert werden soll!

Der Satz "Der Jugend Vertrauen und Verantwortung" gilt auch für die Arbeit der sozialistischen Massenmedien.

2. Die große Bedeutung von Fernsehen, Rundfunk und Presse im Leben Jugendlicher darf nicht vergessen machen, daß die junge Generation unseres Landes in ihrer Freizeit sehr vielfältigen und differenzierten Bedürfnissen und Interessen nachgeht, daß sie das öffentliche Kulturleben (Kinos, Theater, Bibliotheken, Klubhäuser, aber auch Sportstätten) z.T. quantitativ und qualitativ bestimmt.

Die Potenzen der sozialistischen Massenmedien für die kommunistische Erziehung der Jugend werden durch ein reichhaltiges kulturelles Leben im Territorium und im Arbeits- bzw. Lernkollektiv wirkungsvoll unterstützt.

Dies scheint uns insbesondere für die Auseinandersetzung mit den imperialistischen Massenmedien wichtig. Damit plädieren wir keinesfalls für eine Strategie des "Weglockens" vom Bildschirm und Rundfunkgerät sondern für eine Ausnutzung aller Potenzen des politischen und kulturellen Lebens in unserem Lande als attraktive Alternativen zu den gegnerischen Angeboten.

3. Die in dieser Studie skizzierten Entwicklungsbedingungen Jugendlicher in den achtziger Jahren verweisen auch auf die Notwendigkeit der Beachtung von massenhafter und von differenzierter Interessen- und Bedürfnisentwicklung. Dieser Entwicklung müssen auch unsere Massenmedien stärker Rechnung tragen, indem sie gleichermaßen Massen- und Zielgruppenbedürfnisse befriedigen. Ihre Wirkung hängt nicht nur davon ab, daß sie alle, sondern auch davon, daß sie jeden Jugendlichen erreichen.

Im Zusammenhang mit dem funktionsbezogenen und selektiven Mediengebrauch bei der Mehrheit der Jugendlichen bedarf es gezielterer Überlegungen zu Medienkooperation und Mediendifferenzierung, insbesondere zwischen Fernsehen, Kino, Rundfunk und den verschiedenen Presseerzeugnissen. "Sättigungseffekte" zu bestimmten Themen einerseits und unbefriedigte Bedürfnisse andererseits könnten so z.T. verhindert werden.

4. Obwohl Jugendliche mehr oder weniger alle Medienangebote nutzen, erfüllen doch die "Jugendmedien" eine besondere Funktion bei ihnen. Das trifft insbesondere auf Jugendpresse ("Junge Welt", "neues leben") und den Rundfunk ("DT" bzw. "hallo") zu, die die meisten Jugendlichen als ihre Medien betrachten.

Massenmedium der und für die Jugend zu sein bedeutet:

- a) noch konsequenter den als Einheit wirkenden Erwartungen nach Unterhaltung, Erfahren von Neuem in ökonomischer Form, lebensnaher Klärung von großen und kleinen Alltagsproblemen gerecht zu werden;
 - b) durch bewährte und neue Formen, die die Kommunikation der Jugend stimulieren, einen regen Erfahrungsaustausch in den Jugendmedien selbst zu führen;
 - c) den Zusammenhang von Jugendmedien, Jugendverband und jedem einzelnen Jugendlichen so zu gestalten und mit den FDJ-Leitungen und Kollektiven gemeinsam zu organisieren, daß die Beiträge der Jugendmedien nicht nur in starkem Maße individuell rezipiert werden, sondern stärker in die alltägliche, kollektive Verbandsarbeit eingehen (von der Wandzeitungsarbeit über Versammlungen und das Studienjahr bis hin zum Klären von Fragen "vor Ort" usw.);
 - d) besonders auf die spezifischen Interessen Jugendlicher, ihren kulturellen Stil, ihre Fragen und Probleme einzugehen.
5. Wirkungen von Kommunikationsprozessen werden in der kommunistischen Erziehung vor allem erreichbar sein, wenn sie

erfahrungsbezogen durchgeführt werden. Das bedeutet u.a.,

- soziale Erfahrungen ernst zu nehmen, sie zu "be- und verarbeiten";
- "Modelle" für die Aneignung von Erfahrungen in unserer Gesellschaft zu gestalten, in denen junge Leute sich sowohl wiedererkennen wie ihre ganz persönlichen Erfahrungen relativieren und "aufheben";
- den Charakter des Erfahrungsaustausches in der Medienarbeit noch deutlicher werden zu lassen, indem junge Leute selbst zu Wort kommen, ihre Probleme diskutieren und Einfluß auf die Medienarbeit nehmen (nicht nur auf Musikauswahl oder Quiz) können.

Die Wirksamkeit der kommunistischen Erziehung kann beträchtlich dadurch erhöht werden, wenn durch entsprechende Leitungsprozesse die Aktivität der FDJ usw. solche sozialen Erfahrungen organisiert werden, in denen das Wesen unserer Gesellschaft erlebbar wird. Das ist ein schwieriges Problem, da Erfahrungen meist "Nebenprodukt" sozialen Handelns sind und keine lineare Entsprechung zwischen objektiven Bedingungen und ihrer Erfahrung bestehen.

6. Auch für die kommunistische Erziehung der Jugend gilt:

Die Angebote der Massenmedien sind nicht "an sich" wirksam, sondern erzielen Wirkungen nur im realen Gebrauch der Medienangebote in Kommunikationsprozessen. Auf dessen selektiven Charakter, seine Steuerung durch Kommunikationsbedürfnisse und -gewohnheiten sind wir bereits eingegangen.

Wirkungen der Massenkommunikation ergeben sich also nur aus dem untrennbaren "Zusammenspiel" von angelegten Wirkungsmöglichkeiten und ihrer Nutzung. Bemühungen um eine Medienarbeit, die die Ziele der kommunistischen Erziehung der Jugend ideenreich und gehaltvoll in Medienangebote umsetzt, die für Jugendliche auch "gebrauchswert" sind, müssen deshalb gekoppelt sein mit Bemühungen um die stärkere Entwicklung kommunikativer Bedürfnisse, Fähigkeiten und Gewohnheiten, auch von Einsichten in die Tätigkeitsweise unserer (und der gegnerischen)

Massenmedien. Dabei haben die Medien eine besondere Verantwortung, da sie mit ihren Angeboten stets zugleich nicht nur schlechthin Inhalte vermitteln, sondern auch geistige Bedürfnisse, Urteils- und Genußfähigkeit, Lust am Mitdenken und Aktivsein (re)produzieren.

7. Diese Erziehung zu einem sinnvollen Gebrauch der Massenmedien stellt eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe dar. Hierfür sind sowohl die Schul- und Lehrinrichtungen unseres Landes, wie alle gesellschaftlichen Massenorganisationen, die Elternhäuser und nicht zuletzt die Medien selbst verantwortlich. Auch wenn sich heute dringlicher denn je die Forderung nach einer Institutionalisierung einer Medienerziehung im Rahmen der Schulerziehung unserer Kinder und Jugendlichen erhebt, um dem breiten Medienangebot und dessen umfangreicher Nutzung durch diese Altersgruppen gerecht zu werden, kann die Verantwortung dafür nicht allein bei der Schule verbleiben. Dafür sind die Rezeptionsprozesse der Massenmedien durch Jugendliche viel zu komplex und generell für die Bewusstseinsentwicklung, als daß ein gezielter Einfluß darauf von einer gesellschaftlichen Einrichtung allein geleistet werden könnte. Auch kann Medienerziehung in der Schule nicht Gegenstand eines Faches allein sein, will man der Vielgestaltigkeit der Massenmedien gerecht werden.

Bei alledem muß man sich aber der begrenzten Möglichkeiten der erzieherischen Einflußnahme auf den sich entwickelnden Mediengebrauch junger Menschen zu den Massenmedien bewußt sein. Jeder der oben genannten gesellschaftlichen Bereiche kann objektiv nur auf Teilmomente der Mediennutzung Jugendlicher einwirken. Um so wichtiger ist darum eine Koordination aller gesellschaftlichen Bemühungen um eine Erziehung zum sinnvollen Mediengebrauch. Grundtenor aller dieser Bemühungen darum muß aber für alle Beteiligten das Anknüpfen an den persönlichen Erfahrungen der jugendlichen Rezipienten sein. Denn Medienrezeption ist stets ein Prozeß der Vermittlung zwischen dem in den Medien Dargestellten und der Alltagswelt Jugendlicher.

8. Bei der Nutzung der Massenmedien muß immer beachtet werden, daß auch in den kommenden Jahren die imperialistische Ideologie, Politik und Massenkultur, auch die der BRD-Medien, verstärkt versuchen wird, Einfluß auf die DDR-Jugend zu gewinnen und bürgerliche Einstellungen und Wertorientierungen, antikommunistische Ideologien und antikommunistische Stimmungen zu verbreiten.

Die bei der Jugend populäre Musik, Spielfilme, TV-Serien usw. spielen dabei unter der Jugend eine besondere Rolle. Stets gilt es, sich von neuem darauf einzustellen, daß unsere Informationen, Musik und Unterhaltung sich in direkter und ständiger Konfrontation mit der bürgerlichen Kultur und Ideologie bewähren müssen. Widerspruchsvolle - negative, wie auch positive - Einflüsse auf die Kulturbedürfnisse und damit im Zusammenhang stehende politisch-ideologische, kulturell-künstlerische und weltanschaulich-moralische Einstellungen und Verhaltensweisen der Jugend ergeben sich aus diesen Möglichkeiten kultureller Kommunikation. Sie werden auch von uns selbst durch den Import wertvoller kultureller und künstlerischer Leistungen aus anderen Ländern gefördert. Es ist zur Realität in der DDR geworden, daß die Jugend selbstverständlich mit Medienproduktionen aus dem kapitalistischen Ausland umgeht, ohne dadurch ihr sozialistisches Bewußtsein zu verlieren. Daraus entsteht die Notwendigkeit, den Jugendlichen Wertmaßstäbe zur Beurteilung dieser in sich widersprüchlichen Medienprodukte zu vermitteln.

Auch in Zukunft gilt: Inhaltlich und formal wirkungsvolle Beiträge unserer Medien sind eine Voraussetzung dafür, daß der Einfluß der bürgerlichen Massenmedien eingeschränkt bzw. zurückgedrängt wird. Das gelingt, wenn die Einheit von Unterhaltung und Politik, klassenmäßiger Bewußtseinsbildung und ästhetischer Bildung und Erziehung durch das enge Zusammenwirken aller sozialistischen Massenmedien noch effektiver und wirkungsvoller gestaltet wird.

9. Die in der Studie gekennzeichneten "Leerfelder" der theoretischen und empirischen Massenmedienforschung und die daraus resultierenden Unsicherheiten in der Interpretation

und Bewertung verschiedener Aspekte des Medienverhaltens im Jugendalter machen nachdrücklich die Notwendigkeit einer kontinuierlichen, interdisziplinär konzipierten und realisierten Forschung deutlich. Eine Notwendigkeit, die sich auch aus dem Umstand einer quantitativen und qualitativen Übermacht der imperialistischen Medienforschung und der Berücksichtigung von deren Erkenntnissen in der ideologischen Diversion gegen die DDR ergibt.

Besonders dringlich werden theoretische und empirische Forschungen zu den folgenden Themen:

- Langfristige Wirkungen der verschiedenen Massenmedien auf die Entwicklung politisch-ideologischer, weltanschaulich-moralischer und kulturell-ästhetischer Einstellungen und Verhaltensweisen von Kindern und Jugendlichen. Besondere Aufmerksamkeit muß dabei den Wirkungen von primär unterhaltungsorientierten Beiträgen gewidmet werden.
- Spezifische Möglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Massenmedien und der aus ihren Gebrauchsweisen resultierenden Wechselwirkungsprozesse als Erziehungsmittel und als Erziehungsgegenstand.

3. Anhang

3.1. Exkurs: Möglichkeiten und Grenzen einer Erziehung zum sinnvollen Gebrauch der Massenmedien

Unserem breiten Ansatz von Massenmedien (Buch, Fernsehen, Film, Funk, Presse) folgend, stehen wir, die internationale und nationale Literatur zur Erziehung zum sinnvollen Gebrauch dieser Massenmedien betrachtend, vor folgendem Sachverhalt:

Während in der uns bekannten internationalen Fachliteratur zu diesem Thema vorwiegend auf die elektronischen Medien - insbesondere das Fernsehen - Bezug genommen wird, liegt in der DDR zu diesem zentralen Bereich der Medienerziehung nur wenig Literatur vor, die sich zudem nur bedingt auf dem aktuellen Stand befindet. In weitaus stärkerem Maße finden sich bei uns dagegen Schriften zur Erziehung zum sinnvollen Gebrauch des Buches (Belletristik), zum Teil auch zur Film-erziehung. Die Problematik dieses Sachverhaltes wird noch dadurch verstärkt, daß nur wenige Autoren sich um eine Gesamtsicht auf die Kunst- und Medienrezeption, die dabei real stattfindenden Wechselwirkungsprozesse, bemühen. Es gibt vereinzelt nur Ansätze, die die heute gegebenen Bedingungen zur Mediennutzung bei der Analyse der Wirkungsmöglichkeiten einzelner Medien tatsächlich berücksichtigen.

Es würde das Anliegen dieser Expertise überschreiten, die gesamte Breite der vorhandenen Fachliteratur im folgenden referieren zu wollen. Wir wollen uns auf die Darstellung der in der DDR vertretenen Ansätze konzentrieren.

Unter sozialistischen Bedingungen geht es bei einer Medienerziehung um die Bewußtmachung des realen gesellschaftlichen Befindens der Individuen, damit die Medien in ihren vielschichtigen Möglichkeiten (als Erfahrungsträger, -vermittler, -austauschpunkt) begreifbar und nutzbar werden.

Medienerziehung ist in unserer Gesellschaftsordnung zuvor-
derst politische Bildung.

Konzepte zur "qualitativen rezeptiven Befähigung", wie sie HAMISCH für die filmästhetische Bildung vorschlägt, sind dann als einseitig abzulehnen, wenn sie nur auf die Fähigkeit "der Verarbeitung einer zentralen filmischen Handlungsfolge bei der komplexen Erfassung von optischer und auditiver Darstellung" und die "ästhetisch richtige Interpretation einzelner Handlungsteile beziehungsweise Sequenzen im Zusammenhang von optischer und auditiver filmkünstlerischer Gestaltung" zielen. Das "richtige Verstehen und Verarbeiten eines bildhaft existierenden Inhalts" kann nur ein Teil Filmerziehung sein.¹⁾ Eine Medienerziehung, die sich allein auf fachspezifische Wissensvermittlung beschränkt, kann die Anforderungen, die an sie - allein schon durch das heute existierende Geflecht der Medien und deren komplexe Wirkung - stehen, nicht erfüllen.

Medienerziehung muß unter sozialistischen Gesellschaftsbedingungen "Erziehung zu einer dem allgemeinen Erziehungszweck und der gesellschaftlichen Zielsetzung gerechten Teilnahme an der Massenkommunikation (sein), was die Befähigung zur orientierenden Rezeption, Auswahl, Bewertung und Verarbeitung von journalistischen Informationen als wesentliche Aspekte einschließt ...

Befähigung in diesem Sinne kann, so gesehen, allerdings nicht zum alleinigen Reservat einer speziellen Medienerziehung gemacht werden. Sie bildet sich mit dem Wissen, den Motiven, den Einstellungen heraus, die das Ergebnis komplexer Aneignungsprozesse und insbesondere von Erziehungsprozessen sind."²⁾

Medienerziehung kann deshalb nach REISCHOCK nicht allein Gegenstand eines einzigen, selbständigen Unterrichtsfaches sein.

-
- 1) vgl. dazu S. Hamisch "Aspekte filmästhetischer Bildung und Erziehung" in "Weinarer Beiträge" (Berlin) 9/82, S. 159-65 vgl. ebenfalls S. Hamisch "Zur Problematik einer film- und fernsehästhetischen Bildung und Erziehung der jungen Generation in "Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft" 3/83, S. 35-57
- 2) W. Reischock "Der Erzieher aus der Röhre" Dietz-Verlag, Berlin 1982, S. 182/83

In der Schule sollte kein eigenständiges Fach 'Medienerziehung' installiert werden, weil die Inhalte der Medien "im Rahmen einer Allgemeinbildung keine fachwissenschaftliche Spezifik aufweisen und sowohl ihrem Kenntnis- wie ihrem Fähigkeitsaspekt nach fachübergreifender Natur sind, allerdings mit deutlicher Affinität zu den gesellschaftswissenschaftlichen Fächern, und hier vor allem zu Staatsbürgerkunde, Deutsch und Geschichte."¹⁾ Eine Befähigung zur Teilnahme an der Massenkommunikation sollte darüber hinaus überall dort eine Rolle spielen, wo auch sonst Erziehung stattfindet: In der Familie, in politischen Organisationen, in den Arbeits- und Lernkollektiven, wo immer Massenkommunikation hinreicht und Gegenstand der Reflexion ist. Nicht zuletzt den Massenmedien selbst kommt hier eine wichtige Funktion zu.

REISCHOCK betont diesen übergreifenden Charakter der Medienerziehung auch deshalb, weil sie Aufgaben z.T. sehr unterschiedlicher Art zu erfüllen hat:

- Kenntnisvermittlung über Funktion, Organisation und Arbeitsweise der Medien (der eigenen, wie der der verfügbaren Westmedien);
- Kenntnisvermittlung der jeweils spezifischen Gestaltungsweisen und -formen der einzelnen Massenmedien.

Diese Kenntnisse sollen die Jugendlichen befähigen, sich Medien und Medieninformationen auswählend zuzuwenden und sie kritisch zu rezipieren.

Die von REISCHOCK vorgelegten Ausführungen zur Medienerziehung sind durchaus nur als ein erster Ansatz zu betrachten. Eine differenzierte Ausarbeitung eines (auch gesellschaftlich praktikierbaren) medienpädagogischen Konzepts steht in der DDR noch weitestgehend aus.

Es wurde eingangs darauf verwiesen, daß dieses Konzept für den Bereich Literaturerziehung in unserem Land bereits eine weitgehende theoretische Fundierung und zugleich praktische Überprüfung erfahren hat. Auch für den Bereich der anderen

1) Reischock a.a.O., S. 185

traditionellen Künste liegen solche pädagogischen Ansätze vor (für die Musikerziehung - vor allem als Erziehung zur Rezeption klassischer Musik sowie für die Kunsterziehung).

Daß diese Tatsache zugleich auch einen Mangel darstellt, wird mittlerweile auf unterschiedlichen Ebenen reflektiert: "Die Theoriebildung hinsichtlich der ästhetischen Erziehung gründet und konzentriert sich noch sehr einseitig auf Umgang mit den Künsten - vornehmlich Literatur, Musik und Bildende Kunst, weitaus geringer schon Fernsehen, Film und Theater oder alle Genres der Unterhaltungskunst. Es wird unumgänglich, Probleme der ästhetischen Erziehung in Hinblick auf die Gesamtheit der Lebensweise und der Persönlichkeit gründlicher auszuarbeiten. ..., daß ästhetische Erziehung nicht nur in den bekannten drei 'musischen' Fächern erfolgt, sondern auf alle Schulstunden übergreift ..."¹⁾

Und, so wäre zu ergänzen: Nicht nur Gegenstand schulischer Bemühungen allein bleibt!

Es ist in diesem Rahmen nicht möglich, die ganze vorhandene Breite literaturvermittelnder Aktivitäten und die sie begleitenden theoretischen Überlegungen darzustellen.

H. KOCH nannte in seinem Eröffnungsreferat der Berliner Konferenz "Literaturunterricht und kommunistische Erziehung der Schuljugend" jene literarischen Werke bewußtseinsbildend, "deren vermittelte Erfahrungen, Beobachtungen, Probleme, Einsichten für junge Leser nicht schlechthin interessant, spannend, unterhaltend und glaubwürdig sind, sondern die - direkt oder in komplizierten Vermittlungen - auf seine eigene Lebenssituation und -problematik - eine tatsächliche oder vorgestellte Situation - beziehbar sind."

Und diesen erfahrungszentrierten Ansatz auf den Literaturunterricht übertragend, fährt er fort: "Dabei ist das Vermitteln und

1) H. Koch: "Funktion und Wirksamkeit von Literatur und Kunst bei der Herausbildung eines m/l Weltbildes, die Formung kommunistischer Ideale und Wertvorstellungen" In: "Literaturunterricht und kommunistische Erziehung der Schuljugend" Konferenzprotokoll, Volk und Wissen Verlag, 1979, S. 14

Richten dieser Beziehungsmöglichkeit wohl eines der ernstesten pädagogischen Probleme im Unterricht des Literaturlehrers. Doch erst so werden Denkanstöße und Assoziationen ermöglicht, welche die eigenen Erfahrungen, Erkenntnisse und Haltungen der Leser mobilisieren und herausfordern. In dieser Herausforderung der Standpunkte, ihrer Prüfung, Bestätigung, Korrektur, Vertiefung, Erweiterung liegt ein entscheidendes ideologisches Wirkungsmoment sozialistischer Literatur bzw. sozialistischer Aneignung von Kunst." ¹⁾

Anliegen des Literaturunterrichtes muß es sein, die komplizierte Dialektik von gesellschaftlich und persönlich Bedeutsamen in den zu behandelnden literarischen Werken aufzuspüren und zu vermitteln.

Kommunikation über Kunst setzt voraus, daß individuelle Meinungen und Wertungen als zur Sache gehörend empfunden und auch so behandelt werden. Die Aneignung der 'Rezeptionsvorgabe' (SCHLENSTEDT) durch den Schüler wird daher als eine schöpferische Leistung bezeichnet, in der sich Lebens- und Literaturerfahrung miteinander verknüpfen. Die Vermittlung und Aneignung weltanschaulicher Haltungen durch die Literaturrezeption ist so nichts Aufgesetztes, Zusätzliches zum Leseerlebnis, sondern immanenter Bestandteil desselben.

"Die weltanschauliche Erziehung kann nur und muß aus dem spezifischen Unterrichtsfach, aus dem tiefen Verständnis der diesem Fach eigenen Beziehungen zur marxistisch-leninistischen Weltanschauung und der Art und Weise ihrer Vermittlung und Aneignung erwachsen. Und immer auch haben wir dabei den in einem bestimmten Alter unterschiedlich ausgeprägten Stand des Wissens und der Erfahrungen der Schüler zu berücksichtigen. Wissen so zu vermitteln, daß dieses, durch die eigenen sozialen Erfahrungen der Jugendlichen gestützt, im praktischen Tätigsein fest angeeignet wird." ²⁾ Die Literatur verfügt über Potenzen, die es den Jugendlichen ermöglichen, zu Entdeckungen und Erkenntnissen zu gelangen, die sie auf anderen Wegen der Weltaneignung nicht oder erst später gewinnen würden.

1) Koch, a.a.O., S. 21

2) Margot Honecker: "Schlußbemerkungen zur Konferenz Literaturunterricht und komm. Erziehung ... a.a.O., S. 163

Auch das Fernsehen ist sehr gut geeignet, "die Leistungen anderer Kunstgattungen, wie des Theaters, des Films, der Musik und eben der Literatur zu propagieren. Dies erweitert immens den sozialen Wirkungsradius von Kunst in unserer Gesellschaft."¹⁾ Die massenwirksamste Form ist dabei die Literaturverfilmung. Gleichzeitig gehört auch direkte Literaturpropaganda, die Anregung zum kontinuierlichen Lesen, zum kulturpolitischen Auftrag unseres Fernsehens.

Dies sind nur einige ausgewählte Stimmen. Deutlich wird jedoch, daß die in der gesellschaftlichen Literaturvermittlung vorhandene Breite (und der damit auch erzielte Erfolg bei jugendlichen Lesern) bei weitem die vorhandenen Bemühungen um eine gesellschaftliche Erziehung zur Nutzung von Film, Fernsehen und Privatmedien übertreffen.

Im Rahmen dieses Abschnittes wurden vorzugsweise die Möglichkeiten der Schule zu einer Erziehung zum sinnvollen Gebrauch der Massenmedien dargestellt. Die Verantwortung der Medien selbst, wie die des Elternhauses, kam nur bedingt zur Sprache. Dennoch wollen wir abschließend insgesamt schlußfolgern, daß die bisherigen Erfahrungen mit der Medienpädagogik erkennen lassen, daß ihre Wirksamkeit bezüglich des Umgangs mit Programmangeboten - auf allen drei genannten Ebenen - in verschiedener Hinsicht Beschränkungen unterliegt:

1. Medienpädagogik in der Schule erfolgt zwangsläufig in einer Situation, die von derjenigen der alltäglichen Medienutzung verschieden ist.
2. Medienpädagogik durch die Medien selbst 'krankt' daran, daß diese - um Aufmerksamkeit zu finden - die ihnen eigene Faszination einsetzen müssen, um damit die jugendlichen Nutzer vor eben dieser zu warnen.
3. Medienpädagogische Bemühungen im Elternhaus haben da ihre (alltäglichen praktischen) Grenzen, wo das eigene Verhältnis der Erwachsenen zu den Massenmedien 'ins Spiel' kommt,

1) K. Preisigke: "Leseförderung und Fernsehen" In: "Leseförderung ..." a.a.O., S. 190

ihre realen Bedürfnisse, die der Kinder überschreiten (da es wohl nicht immer gelingen kann, medienpädagogische Absichten und eigene Interessenlage in Übereinklang zu bringen; die Mehrzahl unserer Wohnungen hat nach wie vor nur ein Wohnzimmer und nur einen Fernsehapparat).

Allein aus den zitierten Einschränkungen leiten sich bereits Zweifel daran ab, ob unerwünschte Auswirkungen der elektronischen Medien wirklich in einem sehr nachhaltigen Maße durch Medienpädagogik abgewendet werden können. Wesentlich wichtiger sind in jedem Fall die Quantität sowie vor allem die Qualität des Angebotes. Dies erhöht die Verantwortung der gesellschaftlichen Bedingungen der Produktion, Distribution und Rezeption der Massenmedien!

3.2. Exkurs: Zur Spezifik erzieherischer Potenzen der Massenmedien

Wie im Kapitel 1.6. deutlich wurde, ist die erzieherische Wirksamkeit der Massenmedien empirisch schwer nachweisbar. Die vorhandenen theoretischen Ergebnisse empirischer Untersuchungen lassen nur in beschränktem Maße Aussagen über den konkreten Anteil medialer Erziehungseinflüsse bei der Persönlichkeitsentwicklung Jugendlicher zu. Einigkeit besteht jedoch darüber, daß Massenmedien bedeutende Potenzen für die erzieherische Wirksamkeit besitzen, die ihnen einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert bei der kommunistischen Erziehung Jugendlicher zuweist.

Zugleich bleibt unbestritten, daß Massenmedien zur Verwirklichung gesamtgesellschaftlicher Erziehungsziele, -schwerpunkte und -aufgaben zwar über beträchtliche Möglichkeiten verfügen, jedoch andere institutionelle und nicht-institutionelle Erziehungskräfte und -einflüsse niemals ersetzen können. Um die erzieherische Funktion der Massenmedien "noch stärker wirksam zu machen für eine hohe, eng mit der Praxis verbundene, im Leben wirkende Bildung der Jugend, für die Entwicklung ihres schöpferischen Denkens und Handelns, ihrer

Bewußtheit und Aktivität, ihres klassenmäßigen Standpunktes und ihres politisch bewußten Handelns" ¹⁾, bedarf es einer Herausarbeitung der spezifischen Potenzen der Charakteristika massenmedialer Erziehungseinflüsse, in Abhebung von anderen Erziehungsfaktoren. Zu ihnen gehören:

1. Die Massenmedien treten den Jugendlichen als k o l - l e k t i v e Erzieher gegenüber, und zwar in jenem Sinne verstanden, wie es LENIN in bezug auf die Presse formulierte. ²⁾ Als "Kampfinstrumente in den Händen der Arbeiter-und-Bauern-Macht", besitzen die in ihnen angelegten erzieherischen Potenzen ein so hohes Maß an Gesellschaftlichkeit, die weit über andere gesellschaftliche Erziehungsinstitutionen (Schulen, Hochschulen, Theater usw.) hinausreicht. Aufgrund des hohen materiellen und ideellen Umfangs investierter gesellschaftlicher (ökonomischer, personeller, wissenschaftlicher usw.) Ressourcen in diese "kommunikative Produktivkraft" und deren Widerspiegelung im Gesamtprogrammangebot (Auswahl, ideologische In-Beziehung-Setzung, Bewertung usw.), wirken die Massenmedien in erzieherischer Hinsicht als "offizieller", gewichtiger Vergleichs- und Bezugspunkt bei der An-eignung und Einordnung von Informationen, Prozessen, Tatsachen und Ereignissen.
2. Groß ist der erzieherische Einfluß im allgemeinen auch deshalb, weil die Massenmedien in der Lage sind, mit ihren Beiträgen a k t u e l l zu sein und schnell und kurzfristig auf die neuesten gesellschaftlichen Ereignisse und Prozesse zu reagieren und über sie wissenschaftlich und parteilich wertend zu berichten. Wird von unseren Massenmedien nicht schnell genug darauf reagiert, besteht die Gefahr, daß sich ein Teil der Jugendlichen zunächst oder ausschließlich an den Sendungen der imperia-

1) Bericht des ZK der SED ..., ebenda, S. 105

2) W.I. Lenin: Womit beginnen? Werke Bd. 5, S. 11

listischen Massenmedien informiert, was eine Verringerung der erzieherischen Potenzen unserer Massenmedien zur Folge haben kann.

Die den Massenmedien eigene Flexibilität bietet darüber hinaus optimale Voraussetzungen, nicht nur aktuelle politische Informationen zu liefern, sondern auch künstlerische Werke (Filme, Produkte der Bildenden und Angewandten Kunst, der Fotografie, Fortsetzungsromane und Gedichte, Musikwerke, und Theaterstücke) unmittelbar erziehungswirksam werden zu lassen.

Aktualität ist auch deshalb erforderlich, weil "man sich den täglichen Fragen der Erziehung immer wieder neu stellen muß, handelt es sich doch bei der Erziehung um einen ständigen, lebendigen Prozeß", weil man "nicht erwarten darf, mit einer einmaligen Antwort die Grundfragen unserer Zeit ein für allemal geklärt zu haben. Vielmehr ... muß man sich doch immer wieder mit dem aktuellen Geschehen auseinandersetzen, sich neuen Entwicklungen stellen." ¹⁾

3. Der erzieherische Einfluß der Massenmedien ist ein Bestandteil eines massenkommunikativen Prozesses. Erzieherische Potenzen (und Grenzen!) der Massenmedien entspringen daher aus anderen Wirkungsbedingungen als aus einer direkten pädagogischen Einflußnahme, denen eine interpersonale Kommunikationssituation zugrunde liegt: Die Kommunikation erfolgt nicht von Angesicht zu Angesicht: Es besteht keine für den pädagogischen Prozeß typische Beziehung.

Dies ist folgenreich für die erzieherische Wirkungspotenz: Indem eine "Rückkopplung" zwischen Medienproduzenten und -rezipienten nur vermittelt und indirekt erfolgen kann und der Kreis der Jugendlichen stark variiert, entzieht sich der Erziehungsprozeß weitestgehend einer Erfolgskontrolle, einer pädagogisch intendierten Planung und Systematik.

1) M. Honecker: Der gesellschaftliche Auftrag unserer Schule. Referat auf dem VIII. Pädagogischen Kongreß, Berlin 1978, S. 36 f.

Schul-/Bildungsfernsehsendungen bilden hierbei eine gewisse Sonderstellung - werden sie in pädagogisch geführte Erziehungs- und Bildungsprozesse einbezogen, bleiben sie zwar Bestandteile eines massenkommunikativen Prozesses; jedoch zugleich Kommunikationsgegenstand interpersonaler Kommunikation, und somit in ihrer erzieherischen Wirksamkeit planbarer.

4. Jugendliche nutzen die angebotenen Beiträge der Massenmedien im Normalfall auf völlig freiwilliger Basis, unreglementiert und ohne eine "pädagogische Maßgabe" von Erziehern, Lehrern und Eltern. Die Zuwendung geschieht im allgemeinen nicht gesellschaftlich organisiert, sondern ausschließlich individuell motiviert. Eine von den Medienproduzenten intendierte Erziehungsabsicht kann demnach nur dann zur Wirkung gelangen, wenn sich der Jugendliche freiwillig dem Medienbeitrag zuwendet. Zwar wird auch im pädagogisch geführten Erziehungsprozeß eine Rezeptionsbereitschaft (Lernbereitschaft, die Lust am Mitdenken usw.) erwünscht und ist letztlich auch dort eine unabdingbare Voraussetzung für Bildungs- und Bildungserfolge, doch besteht von seiten des Jugendlichen eine geringere Möglichkeit, sich dem erzieherischen Einfluß völlig zu entziehen wie das gegenüber den Medienbeiträgen der Fall sein kann. Erzieherisch wirksam können demnach fast ausschließlich jene Medienbeiträge werden, die inhaltlich und formal so beschaffen sind, daß sie von Jugendlichen angenommen werden, daß sie für Jugendliche thematisch und gestalterisch attraktiv sind.

Dieses Erfordernis wird noch erhärtet, wenn man davon ausgeht, daß ein Großteil der Medienrezeptionen Zwecken der Unterhaltung dient und nur "beiläufig" erfolgt!

5. Eine große Erziehungspotenz der Massenmedien liegt in der synthetischen Verbindung von bildenden, informativen und unterhaltenden, von politisch-ideologischen, weltanschaulich-moralischen und kulturell-ästhetischen Elementen im Gesamtprogrammangebot und innerhalb der Me-

dienbeiträge, wodurch sie den geistig-kulturellen Bedürfnissen Jugendlicher sehr gut entsprechen können. Wie generell, so gilt für die Massenmedien erst recht: "Kommunistische Erziehung läßt sich nicht auf 'moralische Belehrungen' reduzieren!"¹⁾ Durch den Umgang mit anspruchsvollen Themen, Fragen und Problemen wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, daß die Massenmedien erziehungs- und bildungswirksam werden, wofür Lehrer unter Umständen "Stunden" benötigen würden.

6. Durch die in der Tageszeitung spezifischen mediengestalterischen Mittel bestehen äußerst günstige Voraussetzungen für eine optimale lebensnahe Widerspiegelung der Wirklichkeit.

Mit zunehmender Anschaulichkeit wirkt ihr Inhalt glaubwürdiger und überzeugender, wird die Identifikation mit dem Inhalt erleichtert und damit letztlich die inhaltlich/thematisch in den Beiträgen angelegten Erziehungspotenzen verstärkt. Die Bedeutung der Anschaulichkeit wächst, je höher das theoretische Niveau der Medienbeiträge ist.

Massenmedien müssen in dem Maße ihre spezifischen Möglichkeiten und Mittel für eine hohe Anschaulichkeit nutzen, wie es die Medieninhalte und deren anvisierte Funktionen erforderlich machen. Um eine hohe Erziehungswirksamkeit zu erreichen, sollten erkenntnisvermittelnde Sendungen und Beiträge in dem Maße anschaulich sein, daß wesentlichen Erkenntnissen genügend klare, lebendige, für das Erfassen des Wesens der Erscheinungen notwendige Wahrnehmungen und Vorstellungen zugrunde liegen, die die Erkenntnisse nicht nur "veranschaulichen", sondern lebendig bewußtmachen.²⁾

7. Große erzieherische Potenzen der Massenmedien ergeben sich aus ihrem möglichen Beitrag zur Realisierung **a l l - s e i t i g** entwickelter Persönlichkeiten. Allseitigkeit

1) M. Honecker, a.a.O., S. 37

2) G. Neuner: Allgemeinbildung, Lehrplanwerk. Unterricht, Berlin 1972, S. 128

wird nicht vorrangig quantitativ oder als die Summe positiver Eigenschaften und Verhaltensweisen Jugendlicher verstanden, sondern als eine ganzheitliche Entwicklung der Persönlichkeit, die in einem beziehungsreichen Verhältnis zur Wirklichkeit stehen und sich das menschliche Sozialerbe aneignen soll.

8. Massenmedien können sich durch die in ihnen "geronnenen" gesellschaftlichen Erfahrungen und durch die Art und Weise ihrer audio-visuellen Vermittlung wirkungsvoll am Erziehungsprozeß beteiligen. Von besonderem Interesse wird aus diesem Grund die aktive, bewußte Einordnung des Kommunikationsprozesses in die soziale Realität. LEONTJEW bemerkt dazu bildhaft, "daß das Individuum nicht einfach von irgendeinem 'Schaufenster' mit darin liegenden Bedeutungen 'steht', unter denen es die Wahl hat, daß diese Bedeutungen - Vorstellungen, Begriffe, Ideen - nicht passiv auf die Wahl warten, sondern energisch in die Verbindungen des Individuums mit den Menschen eindringen, in die Verbindungen, die den Kreis seiner realen Kommunikation bilden.¹⁾"
- Es sind im Endeffekt immer soziale Positionen, die auf diesen Wege vermittelt und begriffen werden. Daraus ergibt sich der hohe Stellenwert, der diesen Fragen zukommt.

3.3. Exkurs: Medienentwicklung in den 80er Jahren und Prognosen für den Mediengebrauch (Thesen)

Neue Techniken und Technologien der Informationsverarbeitung, -übertragung und -speicherung sind ein wesentlicher Zug des wissenschaftlich-technischen Fortschritts und betreffen den Kern der Umwälzungen in den Produktivkräften, die Automatisierung. Aussagen über technische und gesellschaftliche Zusammenhänge von Kabelkommunikation, Videotechnik, Satelliten-

1) Leontjew: Tätigkeit, Bewußtsein, Persönlichkeit.
Berlin 1982, S. 149

direktfernsehen, Textkommunikation per Bildschirm u.a. müssen von dieser materialistischen Position ausgehen. Prognosen über die Entwicklung der Massenkommunikation in den nächsten Jahren sind nur ein Aspekt der Einheit von wissenschaftlich-technischem und sozialem Fortschritt und ihrer Beherrschung. Das ist ein sehr großes Problemfeld, weil neue Informations- und Kommunikationstechnologien für den "Alltag" der (Freizeit-)Kommunikation in den nächsten Jahren auf dreierlei Weise relevant werden:

1. Durch Mikroelektronik, Robotertechnik usw. ergeben sich wachsende und z.T. neuartige geistige Beanspruchungen und auch neue Typen von Kollektivbeziehungen, höhere Bildungsansprüche und Erfordernisse an eine "disponible" Persönlichkeit, die - wenn auch vielfach vermittelt - veränderte Freizeitansprüche und -gewohnheiten hervorbringen. Zugleich entstehen neue ideologische Fragen und Probleme, die u.a. auch durch unsere Massenkommunikation zu klären sind, z.B. zum Verhältnis von Mensch und Technik, zum temporär und partiell widersprüchlichen Charakter des Verhältnisses von wissenschaftlich-technischem und sozialem Fortschritt, zur Förderung von Schöpferertum, zur Vorbereitung auf soziale und technische Veränderungen.
2. Die Meisterung der Anforderungen des wissenschaftlich-technischen Fortschrittes und die effektive Nutzung seiner Errungenschaften (darunter nicht zuletzt die Vorzüge neuer Informationstechnologien für die Produktion, Forschung und Entwicklung, Verwaltung usw.) entscheidet wesentlich über die Mittel, die unsere Gesellschaft für die Verbesserung der Lebensbedingungen einsetzen kann.
3. Der Mediengebrauch wird schließlich von seiner entwickelten bzw. nutzbaren Technik geprägt; obwohl die Technologie nicht das Bestimmende von Kommunikation darstellt, ist sie als ihr notwendiger Bestandteil nicht ohne eigenständigen Einfluß - insbesondere, was die Quantitäten und

die Formen von Massenkommunikation betrifft. Zudem wachsen mit neuen Informations- und Kommunikationstechnologien große Mittel für die internationale ideologische Klassenauseinandersetzung. Die Zukunft hat in diesem Bereich schon begonnen und wird nach 1985 vernehmlich auch "an unsere Tür klopfen".¹⁾

Diese drei als Einheit wirkenden Faktorengruppen sind der Ausgangspunkt für Überlegungen zur Entwicklung des Mediengebrauchs in den nächsten Jahren - nicht eine Sicht auf die neuen Kommunikationsmöglichkeiten allein.

Daraus ergeben sich u.E. folgende Ausgangsthesen:

These 1:

Die Entwicklung des Medienverhaltens wird dadurch bestimmt, wie sich die "Kommunikationsweise" des realen Sozialismus insgesamt auf die wachsenden sozialen Voraussetzungen und Folgen des wissenschaftlich-technischen Fortschrittes einstellt. Das ist zunächst eine inhaltliche Frage! Für die Rolle der Massenmedien in der kommunistischen Erziehung bleibt es grundlegend, wie eine Kommunikation entwickelt wird, die politische Bewußtheit, Bedürfnisreichtum, Produktivität, Genußfähigkeit und soziale Aktivität fördert. In diesem Zusammenhang sind dann auch die technischen Mittel interessant, die sozialistische Massenkommunikation vermitteln und neue Möglichkeiten schaffen.

Die Entwicklung der "Neuen Medien" ist in hochentwickelten kapitalistischen Staaten sehr weit fortgeschritten. Sie werden jetzt schon vom Kapital genutzt, um neue Absatzmärkte und Profitquellen zu suchen, die ideologischen "Gattungsgeschäfte" (MARK) des Kapitals effektvoller zu besorgen, in Produktion und Dienstleistungssphäre einen neuen "Rationalisierungsschub" zu fördern. Neu etwa für die BRD ist:²⁾

1) W. Conrad: Kommunikation 2000. Leipzig/Jena 1983

2) vgl. H. Holzer: Verkabelt und verkauft? Frankfurt a.M. 1981

- Unter der Tarnbezeichnung "private Anbieter" drängen
- unterstützt von der Regierung - Konzerne auf die direkte Verfügung über Kommunikationsmöglichkeiten in Fernsehen und Rundfunk. Das zielt unverhohlen auf Reste demokratischer Potenzen bzw. Errungenschaften, die z.Z. noch bestehen, auf Ausdehnung von Werbung (die ja auch Systemwerbung ist), auf nur noch durch Einschaltquoten, also Unterhaltung, "Reißer" usw. bestimmte Programme, Nivellierung kultureller Standards, nationaler Besonderheiten.
- Die Nutzung der Satellitentechnik (in der zweiten Hälfte der 80er Jahre ist mit ernstzunehmenden Großversuchen in DBS-Technik zu rechnen) und die unvermeidbaren Überstrahlungen ("spill over") sind auch für den ideologischen Klassenkampf vorgesehen und werden deshalb forciert.

These 2:

Durch die Nutzung neuer Informationstechnologien unter kapitalistischer "Regie" werden sich ihre Potenzen für eine ant imperialistisch-demokratische Nutzung kaum (oder nur in Randbereichen) herausstellen. Zähes Ringen um den Nutzen dieser Technologien für die Kommunikationsweise der sozialistischen Gesellschaft ist herausgefordert.

Technisch möglich werden durch Informations- und Kommunikationstechnologien u.a.:

- a) eine deutliche quantitative Ausdehnung vor allem audiovisueller Kommunikationsprozesse und neue Wahlmöglichkeiten bis hin zur "Eigengestaltung" von Fernsehprogrammen;
- b) die Ablösung traditioneller Vermittlungstechniken (z.B. Textkommunikation per Bildschirm);
- c) nachhaltige Verbesserungen der Empfangsqualität;
- d) Schaffung integrierter Systeme, die die Grenzen von Massen-, Fach- und Individualkommunikation fließend gestalten;

e) mehr und neue aktive Kommunikatoren (Institutionen, Organisationen usw.) im Bereich der elektronischen Massenkommunikation.

Das soll kurz demonstriert werden an jenen Technologien, die wenigstens im Versuchsstadium eingeführt sind und für die in der DDR bzw. im RGW z.T. auch international konkurrenzfähige technologische Lösungen bestehen.

Beim Kabelfernsehen handelt es sich um die Weiterentwicklung von (Groß-)Gemeinschaftsempfangsanlagen. Die derzeitige Kapazität beträgt ca. 40 Fernseh- und Rundfunkprogramme, sie kann durch Einsatz von Glasfaserkabel beträchtlich erhöht werden. Die angebotenen Programme werden über eine "Kopfstation" vermittelt, (per Satellit ausgestrahlte, örtlich empfangbare, speziell für das jeweilige (regionale) Kabelnetz produzierte Programme, abonnierte Spezialprogramme, Servicedienste u.a.). Kabelsysteme können einen Rückkanal besitzen, durch den begrenzte Interaktionen zwischen Kopfstation und Zuschauer möglich werden.

Die Nutzung von Fernmeldesatelliten für internationalen Programmaustausch, Nachrichtenübermittlung, Telefonverkehr, Verteilung von Fernsehprogrammen auf große Territorien (z.B. die Systeme MOLNIJA und ORBITA der UdSSR, das kanadische System ANUK, das indische SITE) hat bereits vor über 15 Jahren begonnen. Beim Satellitendirektfernsehen werden Fernseh- und Rundfunkprogramme über spezielle Satelliten in Einzelhaushalten, Gemeinschaftsanlagen, Kabelsystemen direkt empfangbar - bei Vorhandensein einer entsprechenden Parabolantenne. Die Parkplätze der Satelliten und die Kanäle sind 1977 für interessierte Länder festgelegt worden. Die für 1985/86 geplanten Versuchsprojekte der BRD u. Frankreichs u.a. Staaten werden zunächst eine Kapazität von 3 - 8 Fernseh- und Rundfunkprogramme haben. Aus technischen Gründen, aber auch völkerrechtlicher Festlegungen wegen ist die Bestrahlung eines festumrissenen Territoriums zu erwarten, was Grenzüberschreitungen nicht ausschließt (z.B. die "Vollversorgung" der DDR mit BRD-Fernsehen; aufgrund der geographischen Lage Bonns wird dort

für 1990 mit mindestens 20, maximal 80 empfangbaren internationalen Programmen gerechnet ?!)).

Für die Textkommunikation per Bildschirm existieren zwei unterschiedliche Systeme. Videotext (Teletext) nutzt freie Übertragungskapazität im "normalen" Fernsehsystem, ca. 100 Seiten können angeboten und mit speziellen Einrichtungen (Decoder) genutzt werden, z.B. in Form von Untertiteln zu fremdsprachigen Filmen, aktuellen Nachrichten, begleitenden Angaben zum Fernsehprogramm, Veranstaltungshinweisen usw. Im Kabelsystem erhöht sich das Textangebot potentiell linear zu den angebotenen Programmen.

Bei Bildschirmtext (Viewdata) werden Textinformationen über das Fernmeldenetz verteilt und mit einem Zusatzgerät (Modem) auf das Fernsehgerät projiziert. Die Kapazität ist dabei technisch nicht beschränkt. Breitbandkabel (auf Glasfasertechnik beruhend) und "Heimcomputer" (Verbreitung in den USA z.B. ca. 20 %) ermöglichen nicht nur die Abrufung der Angebote, sondern auch Interaktion. Bildschirmtext ermöglicht deshalb auch eine breite Nutzung der Computertechnologie für den "Alltag" - von der Verlagerung von Arbeitsplätzen "nach Hause" bis zur Abwicklung von Alltagsroutinen per Bildschirm (Einkauf, Bankverkehr, Platzreservierung, Nutzung von Informationsspeichern zum individuellen Gebrauch usw.).

Die Videotechnik macht das Zusammenstellen "eigener" Fernsehprogramme aus aufgezeichneten, gekauften oder entlehnten Kassetten möglich. Mit entsprechender Ausrüstung ist auch die Produktion eigener Filme usw. realisierbar - bei beträchtlichem Praktikabilitätsmaterial- und Kostenvorteilen etwa im Vergleich zum Amateurfilm!

Die Videotechnik wird in westlichen Ländern nicht nur zur Aufzeichnung von Fernsehprogrammen usw. genutzt, sondern auch für die Verkaufsförderung und Werbung (z.B. als attraktiv aufgemachte Vorführung von Automodellen anstatt deren tatsächlicher Präsenz), für Gesellschaftsspiele, zur Überbrückung von Wartezeiten in Behörden, Arztpraxen usw., zur "Bildung" (von der Schule bis zur konzerninternen Schulung und Propaganda) und insbesondere zum Angebot von Filmen, die die

"offiziellen" Fernsehprogramme nicht ausstrahlen (Horror, Sex, Gewaltdarstellungen, Faschismusverherrlichungen machen in der BRD ca. 45 % der angebotenen Kassetten aus!).

These 3:

Die Nutzung der den neuen Informationstechnologien innewohnenden Möglichkeiten zur Entwicklung des "kommunikativen Nervensystems" in unserem Land verlangt ein komplexes Herangehen, die Schaffung möglichst umfassender gesellschaftlicher Lösungen.

Wenn also bald die Einführung von Videorecordern auf der Tagesordnung steht, ist z.B. nicht nur über Preise, urheberrechtliche Fragen usw. zu sprechen. Da erfahrungsgemäß Jugendliche besonders schnell über neue Kommunikationstechniken (Geräte) verfügen, ist auch über ein zu produzierendes Kassettenangebot für Jugendliche, Ausleihmöglichkeiten, die Ausstattung jugendspezifischer Kommunikationseinrichtungen wie Klubhäuser, Mehrraumjugendklubs, Diskotheken, Schulen (und Schulclubs) usw. nachzudenken.

Oder: Videotechnik und erste - zunächst regional begrenzte - Großgemeinschafts- und Kabelsysteme werfen die Frage auf, ob und wie Jugendliche in der Freizeit auch verstärkt in die Produktion und Verteilung möglich werdender neuer Programme einbezogen werden können (Jugendmedien als Medien von und für Jugendliche).

Die Datenbasis für Prognosen zur Entwicklung des Mediengebrauchs unter den Bedingungen der allmählichen Durchsetzung neuer Informationstechnologien ist relativ schmal. Es ist notwendig, hier auch internationale Erfahrungen zugrunde zu legen, obwohl sie nur Hinweischarakter haben können. Denn mit den neuen Informationstechnologien haben sich international, in erster Linie in einigen hochentwickelten kapitalistischen Staaten, in der Tat keine "neuen" Medien entwickelt. Die Inhalte der schon bestehenden werden verbreitet, vielfältiger, ausgefeilter, attraktiver, aber eben nur formal neu.

Mit gewisser Vorsicht lassen sich z.Z. folgende Verallgemeinerungen treffen:

1. Die Einführung neuer Informationstechnologien im Freizeitbereich hat bisher keine dramatischen, womöglich revolutionären Veränderungen im Mediengebrauch der Massen zur Folge. Eher ist von einer Umstrukturierung im Medienverhalten zu sprechen - meist allerdings im Rahmen der schon bisher den Medienangeboten gewidmeten Zeit oder bei leichten Zunahmen. Steigerung der Programmangebote und Zunahme an Freizeit bedeuten weder automatische noch lineare Veränderungen (Steigerungen) des Medienkonsums. Für die BRD wird z.B. für 1985 ein Zuwachs von 3 % gegenüber 1977 im Zeitaufwand für Medienzuwendung erwartet. In Video- und Kabelhaushalten in den USA und Westeuropa wird etwas mehr ferngesehen (ca. 10 - 15 %), vor allem schlägt dies in weniger Kino- und Theaterbesuchen und geringer Zuwendung zu den bisherigen ("alten") TV-Programmen zu Buche, kaum z.B. in geringer Zuwendung zu den Printmedien.
2. Eine Reihe neuer Technologien hat sich bisher eher als Sach- bzw. Spezialkommunikationsmittel erwiesen. Das betrifft z.B. Bildschirmtext und Videotext. In Großbritannien liegen die Anmeldungen bei 1/10 bis 1/20 - verglichen mit den Werten für die Schnelligkeit der "Umrüstung"/Neuausstattung mit Farbfernsehgeräten. Diese Situation trifft z.T. auch zu auf die Verbreitung von Videorecordern (BRD und Schweden 1982: ca. 5 % der Haushalte; Hoffnungen der Industrie für 1985 und später: 25 %; für 1990 und später: 50 %).
3. Die traditionellen Kommunikationsmöglichkeiten, z.B. die Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher) haben in Anbetracht stark gewachsener audiovisueller Medienangebote ihren Platz behaupten können. Allerdings zeigt sich, daß die mit dem Fernsehen aufwachsenden Generationen in der BRD und in den USA weniger lesen und daß nicht damit gerechnet wird, daß sich solche Gewohnheiten später noch entwickeln.

4. Ein Teil der Steigerungen im Medienkonsum geht eindeutig auf den "Neuheitseffekt" zurück. Internationale Erfahrungen bei der Einführung des Fernsehens zeigen, daß dieser vor allem bei Jugendlichen stark nachläßt, die Zeit für Hobbies, soziale Aktivitäten, Radiohören, Freizeit außer Haus nahezu auf das Ausgangsniveau stieg - im Unterschied zu älteren Generationen.
5. Die neuen Kommunikationstechnologien werden - insbesondere von Jugendlichen - in das Netz der existierenden sozialen Beziehungen eingegliedert. Verschiedene internationale Untersuchungen (auch Ergebnisse des ZIJ) belegen, daß der Mediengebrauch soziale Aktivitäten, interpersonale Kommunikationen, nicht notwendig verdrängt, sondern diese auch - in allerdings teilweise veränderter Form - fördern kann. Das hat sowohl mit Besonderheiten in den Lebensbeziehungen Jugendlicher wie der organisierenden Rolle der interpersonalen Kommunikation in politischen und sozialen Bewegungen zu tun.

These 4:

Gegenwärtig scheint bei drastischer Erhöhung der audiovisuellen Medienangebote keine dramatische Erhöhung der Zeit für die Nutzung audiovisueller Medien in Sicht. Zu erwarten ist aber:

- eine Umstrukturierung der Fernsehzeit zugunsten neuer Kommunikationsmöglichkeiten;
- eine Stärkung von Tendenzen selektiver Mediennutzung, insbesondere zugunsten formal attraktiver und/oder "leicht" rezipierbarer Angebote.

These 5:

Neue Kommunikationstechnologien in Beruf, Ausbildung und Freizeit stärken Züge einer "elektronischen Umwelt".¹⁾
Dies läßt Veränderungen in den künstlerischen und nicht-

1) G.J. Ellis: Youth in a electronic environment. Youth & Society 183

künstlerischen ästhetischen Beziehungen, im kulturellen Alltag, in der Symbolwelt erwarten ("Videokultur").

These 6:

Die Entwicklung des Mediengebrauchs wird sich in den nächsten Jahren "mehrspurig" vollziehen, gekennzeichnet durch neben-, mit- und gegeneinander wirkende Tendenzen:

- Erhöhung des Angebotes quantitativ, größere "Konkurrenz" verschiedener Medien mit teils unterschiedlichen, teils ähnlichen Leistungen und vor allem bei Jugendlichen "umstandslosen" Verschiebungen in den Medienfunktionen;
- Internationalisierung von Kommunikationsprozessen durch internationalen Programmaustausch und "weltweit" operierende Medienkonzerne;
- Differenzierung von Kommunikationsprozessen durch Lokalisierung und Spezialisierung von Medien (z.B. im Hinblick auf Freizeitinteressen, bestimmte soziale Gruppen usw.).

Die ideologische, kulturelle usw. Grundsituation der DDR im Bereich der Massenkommunikation wird sich nicht wesentlich ändern, wenn auch einzelne ihrer Aspekte schärfer hervortreten können.

These 7:

Die traditionellen Medien (insbesondere die Printmedien, aber auch öffentliche Freizeiteinrichtungen: Galerien, Theater, Kinos, Klubs) werden ihren Platz behalten.

Wichtige Bedingungen dafür sind u.a.:

- der Ausbau/die weitere Ausdifferenzierung ihrer inhaltlichen und formalen Vorteile gegenüber der Sphäre der audiovisuellen elektronischen Kommunikation;
- eine Entwicklung in Richtung auf "multifunktionale" Kommunikationseinrichtungen (Kunst, Spiel, Selber-Machen, zwanglose Geselligkeit, Gespräch, Essen, Trinken, Video usw. unter einem Dach);

- gesellschaftliche Unterstützungen und Förderungen im Sinne des Ermöglichens und Wachhaltens des Gespürs für die "Genüsse" kollektiver Freizeitgestaltung und Kunsterlebnisse;
- ein inhaltlich und formal attraktives Angebot, das "Extras" bietet (einschließlich der Ausstattung, der Ausgestaltung auch durch Jugendliche selbst usw.).

Tab. 1: Lesen von Tageszeitungen und Zeitschriften

		Junge Welt		ND		Bezirks- zeitung d. SED	
		a)	b)	a)	b)	a)	b)
gesamt		53	18	17	10	39	15
Lehrlinge		63	18	11	8	35	23
Studenten		65	20	20	14	25	16
Arbeiter		44	20	16	9	44!	12
Angestellte		44	15	28!	13	56	11
Lehrlinge	m	62	16	12	9	34	24
	w	63	20	9	7	35	24
Studenten	m	63	20	24!	14	26	18
	w	69	19	13	15	24	13
Arbeiter	m	45	19	17	9	45	14
	w	40	20	14	8	42	9
Angest.	m	44	17	42!	16	70!	5
	w	44	15	21	11	49	13

- a) täglich
 b) mehrmals wöchentlich
 c) (fast) jedes Mal
 d) gelegentlich

3.4. Tabellenansatz

Block- presse		neues Leben		Jugend u. Technik	
a)	b)	a)	d)	c)	d)
3	5	35	54	9	53
3	5	40	46	13	49
2	4	35	57	9	58
4	5	32	80	8	54
3	5	33	88	7	44
4	4	31!	53	19!	61
2	6	53	37	3	32
2	5	25!	65	13!	65
2	3	52	42	2	48
5	5	28!	61	11!	62
2	5	38	54	2	39
5	2	22!	59	13!	60
2	7	39	53	4	36

VVS
IR I/138 - 5/84
Blatt 135

Tab. 2: Lesen ausgewählter Seiten in der "Jungen Welt" (1. Zahl: ausführliches Lesen; 2. Zahl in Klammern: Leser insgesamt; in %)

		Sport		Kultur		Antworten		Auslands- berichte		Kommentare Kurzinterviews	
gesamt		51	(90)	22	(86)	43	(89)	54	(95)	13	(76)
Lehrlinge		53	(93)	13	(79)	48	(88)	50	(95)	11	(66)
Studenten		55	(92)	28	(95)!	29!	(90)	63!	(98)	12	(85)!
Arbeiter		30	(86)	23	(85)	47	(88)	53	(94)	13	(75)
Angestellte		41	(83)	29	(89)	45	(89)	51	(97)	20!	(78)
Lehrlinge	m	68!	(92)	8	(77)	45	(37)	55	(97)	11	(70)
	w	31	(94)	22!	(82)	52	(88)	42	(92)	9	(65)
Studenten	m	65!	(93)	26	(92)	29.	(91)	62	(98)	14	(84)
	w	34	(92)	32	(100)!	29	(90)	63	(97)	6	(85)
Arbeiter	m	64!	(92)	24	(96)	42	(85)	56	(96)	10	(74)
	w	27	(76)!	21	(93)	56!	(92)	49	(91)	17	(75)
Angest.	m	68	(92)	29	(97)	29	(76)	50	(97)	24	(82)
	w	28	(79)!	29	(90)	53!	(95)	51	(96)	18	(76)

Fortsetzung Tab. 2

		Freizeit		FDJ	
gesamt		46	(93)	13	(68)
Lehrlinge		44	(92)	6	(58)
Studenten		43	(93)	4	(62)
Arbeiter		46	(91)	23!	(70)
Angestellte		55	(96)	18	(76)
Lehrlinge	m	41	(92)	41	(52)
	w	49	(92)	10	(67)
Studenten	m	37	(94)	2	(58)
	w	55!	(92)	8	(70)!
Arbeiter	m	38	(90)	22	(65)
	w	58!	(92)	24	(79)!
Angest.	m	45	(95)	21	(82)
	w	60!	(97)	17	(73)

Neues per Telex		Buchtips		Du und Deine Zeit	
51	(93)	27	(72)	18	(78)
48	(96)	20	(66)!	20	(70)!
64!	(99)	34	(82)	16	(81)
43	(90)	24	(69)!	19	(79)
41	(92)	36	(79)	15	(80)
52!	(97)	13	(64)	20	(70)
41	(94)	29!	(68)	21	(70)
62	(97)	27	(79)	15	(79)
69	(98)	48!	(90)	18	(85)
51	(92)	18	(63)	13	(75)
44	(86)	34!	(79)	29!	(87)
45	(90)	32	(69)	24	(78)
39	(93)	38	(83)!	10!	(80)

VNS
 LR I/138 - 5/84
 Blatt 137

Tab. 3: Gern gelesene Beiträge im "neuen Leben"
(3 Angaben möglich; auf 100 % berechnet)

	<u>Gesamt</u>
Prof. Bormann	19
Schreib eine Geschichte, andere Literatur	17
Beat, Rock, Gruppen etc.	17
Leserdiskussionen, Postecke	11
Jugendprobleme	7
Türklinke	7
Mode, Frisur, Reisen, Annoncen etc.	6
politische Beiträge	5
Kunst, Kultur, Tips	3
Sonstiges	9

Tab. 4: Häufiges Hören von Sendungen des DDR-Rundfunks und Nutzung von Jugendsendungen (1. Zahl: tägl. Hören; 2. Zahl: mehrfach wöchentliches Hören; in %)

		DDR-Rundfunk		DT		"hallo"	
		(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
gesamt		51	35	21	33	7	21
Lehrlinge		48	36	20	32	4	21
Studenten		64	29	27	38	11	25
Arbeiter		41	39	18	31	6	21
Angestellte		60	32	18	29	6	19
Lehrlinge	m	42	41	19	34	5	23
	w	55	29	22	28	4	19
Studenten	m	62	30	23	37	11	28
	w	67	27	26	40	9	21
Arbeiter	m	41	40	17	32	6	23
	w	40	36	20	31	5	18
Angest.	m	60	33	11	34	7	22
	w	60	31	21	27	5	18

Tab. 5: Die beliebtesten Rundfunksender bei jungen Werktätigen und Studenten im Vergleich 1971 - 1976 - 1982 (in %)

	Berl. Rundfunk (DT64)	Stimme d. DDR (hallo)	Radio DDR I+II	Reg.- send. d. DDR	soz. Aus- land	Dtld. funk	Ra- dio Lux. bg.	Rias und SFB	sonst. BRD u. kap. Ausl.
Gesamt- nennung (1.-3. Stelle zus.)									
1971 ²⁾	36	22	32	-	8	25	42	13	-
1976	68	86	55	3	1	18	24	9	36
1982	80	74	52	18	-	5	6	29	35
Erst- nennung (1. Stelle)									
1971	11	5	10	-	2	6	20	5	-
1976	21	31	18	1	-	5	9	3	12
1982	33	21	11	3	-	1	2	11	18

1) 1971 noch Deutschlandsender

2) 1971 war der Soldatensender bzw. Freiheitssender 904 der beliebteste

Tab. 6: Beliebteste Rundfunksender
 (an 1. Stelle genannt; in %)

	Radio DDR	Berl. Rund- funk	Stimme der DDR	Sender des soz. Ausl.	RTL	DLF	RIAS/ SFB	sonst. BRD + kap. Ausl.
gesamt	14	33	21	-	2	1	14!	18
Lehrlinge	10	32	15	-	4	2	5	23!
Studenten	11	41	23	-	-	-	15!	18
Arbeiter	13	29	20	-	3	1	16	18
Angestellte	21	36	26	-	-	-	5	12
Lehrlinge	m 8	31	18	-	5	1	15	22
	w 13	37	10	-	2	3	14	21
Studenten	m 7	41	23	1	-	-	5	21
	w 17!	42	23	-	-	-	4	14
Arbeiter	m 12	29	20	-	3	2	13	21
	w 15	32	20	-	3	-	18	12
Angest.	m 21	34	37!	-	-	-	4	4
	w 22	37	21	-	1	-	5	14!
<u>Wohnort</u>								
Dresden	20	36	23	-	2	4	8	7
Cottbus	12	36	23	-	1	2	23!	3
Magdeburg	3	29	17	1	1	1	2	42!

Tab. 7: Häufiges Sehen von Sendungen des DDR-Fernsehens und Nutzung von Jugendsendungen (1982; in %)

	DDR-TV insgesamt				Sehen von		
	täg- lich	mehr- mals wöchent- lich	selte- ner/ nicht	"rund" (fast) immer	gele- gent- lich	"Aha" (fast) immer	gele- gent- lich
gesamt	36	45	19	24	68	17	57
Lehrlinge	42	47	11	27	67.	16	59
Studenten	14	45	41	14	75	11	57
Arbeiter	41	46	13	25	67	18	58
Angestellte	46	44	10	34	61	24	52
Lehrlinge	m 44	48	8	24	68	17	56
	w 39	45	16	32	64	14	63
Studenten	m 14	43	43	8	82	9	58
	w 15	47	38	23	67	15	58
Arbeiter	m 40	47	13	25	66	18	56
	w 43	45	12	25	68	19	56
Angest.	m 46	45	9	18	76	14	56
	w 45	44	11	42	54	25	50

Tab. 8: Bewertung des DDR-Jugendfernsehens (1. Zahl: völlige Zustimmung;
2. Zahl: völlige und eingeschränkte Zustimmung (in %))

Das Jugendfernsehen ...

		Gesamt- bewertung		behandelt wichtige Themen		gibt gute Anregungen für Alltag		berücksichtigt die Meinung Jugendlicher		stellt das Le- ben reali- stisch dar	
gesamt		8	(76)	5	(58)	9	(47)	13	(75)	6	(51)
Lehrlinge		7	(78)	1	(58)	8	(52)	13	(74)	4	(54)
Studenten		4	(69)	3	(56)	8	(33)	11	(78)	6	(51)
Arbeiter		10	(76)	7	(59)	9	(52)	15	(74)	7	(49)
Angestellte		7	(78)	7	(58)	12	(50)	14	(78)	7	(52)
Lehrlinge	m	5	(77)	2	(58)	5	(52)	11	(70)	4	(49)
	w	9	(79)	0	(57)	11	(51)	15	(85)	4	(61)
Studenten	m	4	(65)	4	(54)	4	(27)	10	(70)	4	(44)
	w	4	(78)	3	(59)	13	(43)	11	(89)	10	(62)
Arbeiter	m	10	(73)	8	(58)	8	(50)	12	(72)	5	(47)
	w	11	(82)	5	(63)	12	(55)	19	(78)	8	(56)
Angest.	m	5	(77)	9	(53)	11	(35)	4	(63)	4	(46)
	w	9	(90)	7	(60)	13	(59)	18	(86)	9	(57)

Tab. 9: Sozialstruktur der Kinobesucher in der DDR

(Basis: 2100 Kinobesucher über 13 Jahre in stationären Filmtheatern; Untersuchungsjahr 1980)

I. Alter (in %)

14 - 17 Jahre	14
18 - 20 Jahre	26
19 - 25 Jahre	30
26 - 35 Jahre	16
36 Jahre und älter	14

II. Tätigkeit (in %)

Schüler	14
Lehrlinge	10
Studenten	18
Arbeiter	25
Intelligenz	15
andere Tätigkeiten (Rentner, Hausfrau, NVA etc.)	18

Tab. 10: Anzahl der Kinobesuche in einem Monat

(Basis: ca. 1800 junge Werktätige und Studenten; Untersuchungsjahr 1979), 1. Zahl: durchschnittliche Anzahl an Kinobesuchen, 2. Zahl: Anteil der Nichtbesucher; in %)

Gesamt	1,5	38
Lehrlinge	1,7	35
Studenten	1,9	17
Arbeiter	1,0	55
andere	0,9	52

Tab. 11: Liste der 10 Filme, die 1982 neu eingesetzt,
nach 12 Monaten Laufzeit die meisten Kinobesucher
erreichten
(Quelle: Statistik des VEB PROGRESS vom 16. 2. 84)

1. Plattfuß am Nil (Ital.)	2 478 322 Besucher
2. Lady Chatterleys Liebhaber (Großbr.)	1 934 814 "
3. Grünes Eis (Großbr.)	1 336 841 "
4. The Band (USA)	998 987 "
5. Heißer Asphalt (USA)	881 271 "
6. Highpoint (Kanada)	861 674 "
7. Sonjas Rapport (DDR)	718 476 "
8. Teheran 43 (UdSSR)	606 570 "
9. Coming home (USA)	520 946 "
10. Malevil (Frankreich)	516 637 "

Tab. 12: Liste der 10 Filme, die in den ersten drei Quarta-
len 1983 eingesetzt, nach 13 Wochen Laufzeit die
meisten Kinobesucher erreichten
(Quelle: PROGRESS-Statistik vom 21.2.84)

1. Hügel der Stiefel (Ital.)	985 006 Besucher
2. Die Olsenbande ergibt sich nie (Dänemark)	952 504 "
3. Der gezähmte Widerspenstige (Ital.)	903 500 "
4. Ein Teufelskerl (Austr.)	726 388 "
5. Old Surehand (West-Berlin)	692 449 "
6. Fort Apache (USA)	586 429 "
7. Der Ölprinz (West-Berlin)	520 054 "
8. Fast wie in alten Zeiten (USA)	470 139 "
9. Cobra-Erpressung in Tokio (Japan)	424 977 "
10. Der Aufenthalt (DDR)	363 259 "

Tab. 13: Liste der 1983 von Besuchern von DEFA-Spielfilmen
als beste Filme "der letzten Zeit" genannten Titel
(Basis: 1148 zufällig ausgewählte Besucher)

1. Plattfuß am Nil	129 Nennungen
2. Flammendes Inferno ^{x)}	85 "
3. Der gezähmte Widerspenstige	63 "
4. Grünes Eis	60 "
5. Die Jericho-Meile (USA)	50 "
6. Fleisch (BRD) ^{x)}	42 "
7. Mephisto (UVR) ^{x)}	40 "
8. Coming home	
Kramer gegen Kramer (USA) ^{xx)}	
Spiel mir das Lied vom Tod (Ital.) ^{x)}	39 "
9. Der Aufenthalt	32 "
10. Die bleierne Zeit (BRD)	30 "

x) Diese Filmtitel kamen bereits 1981 in unsere Filmtheater

xx) Dieser Titel kam bereits 1980 in unsere Kinos!

Tab. 14: Anzahl der in drei Monaten gelesenen schöngeistigen Bücher in Abhängigkeit von der Tätigkeit und dem Geschlecht (in %)

	Ich habe gelesen ...		
	kein Buch	1 bis 3 Bücher	4 und mehr Bücher
<u>Schüler</u>	12	60	28
weiblich	9	61	30
männlich	15	58	27
<u>Abiturienten</u>	5	42	53
weiblich	31	34	63
männlich	8	53	39
<u>Lehrlinge</u>	32	52	16
weiblich	17	63	20
männlich	54	37	9
<u>Arbeiter</u>	39	49	12
weiblich	34	52	14
männlich	49	47	4
<u>Angestellte</u>	26	56	18
weiblich	21	61	18
männlich	51	33	16
<u>Gewi-Studenten</u>	21	61	37
weiblich	2	58	40
männlich	3	64	33
<u>Technik-Studenten</u>	12	43	45
weiblich	10	42	48
männlich	14	43	42
<u>Intelligenz</u>	17	66	17
weiblich	8	71	21
männlich	33	59	8
<u>andere Jugendliche</u>	36	49	15
weiblich	28	51	21
männlich	43	45	12

Tab. 15: Buchbesitz Jugendlicher in Abhängigkeit von der Tätigkeit des Vaters bzw. der Mutter, wenn alleinstehend
 (Durchschnittswerte)

Vater ist ...	Buchbesitz gesamt	davon: Belle- tristik	popu- lärw. Bücher	Lexika/ Nach- schlage- werke	Fach- bücher
Angehöriger der Intelligenz	941	431	211	9	211
Angestellter	68	31	10	10	17
Genossenschafts- bauer	53	22	10	6	15
Arbeiter	49	23	6	6	14
sonstige Tätig- keitsbereiche	67	32	9	10	16

Tab. 16: Einfluß der sozialen Herkunft der Jugendlichen auf die Stärke des Interesses am Lesen in der Freizeit
 (in %))

Vater ist ...	Anteil des Lesens an der Freizeit ...			
	den größten	den glei- chen wie andere Be- tätigungen	einen klei- neren als andere Be- tätigungen	den klein- sten
Arbeiter	11	32	39	18
Angestellter	11	40	31	18
Genossenschafts- bauer	9	34	39	18
Angehöriger der Intelligenz	17	46	28	9
in einem anderen Bereich tätig	17	36	34	13

Tab. 17: Anzahl der in vier Wochen in Buchhandlungen für den eigenen Besitz erworbenen Bücher in Abhängigkeit von der Tätigkeit der Jugendlichen (in %)

	Ich habe Bücher für mich erworben ...					durchschn. Anzahl der gekauften Bücher
	keine	eins	2-3	4-5	mehr als 5	
Schüler	40	27	21	4	8	1,66
Abiturienten	29	24	28	9	10	2,23
Lehrlinge	48	23	18	9	2	1,36
Arbeiter	36	31	21	8	4	1,62
Angestellte	31	26	28	4	11	2,07
Gewi-Studenten	5	18	42	14	21	3,82
Technik-Studenten	16	20	36	15	13	3,29
Intelligenz	28	19	37	16	-	2,10
andere Jugendliche	22	22	34	9	13	2,60
GESAMT	30	24	28	9	9	2,16

Tab. 18: Nutzung öffentlicher Bibliotheken in Abhängigkeit von der Tätigkeit der Jugendlichen (in %)

	Ich entleihe Bücher aus öffentlichen Bibliotheken ...		
	regel- mäßig	unregel- mäßig	nicht
Schüler	20	46	34
Abiturienten	30	57	13
Lehrlinge	11	50	39
Arbeiter	11	40	49
Angestellte	22	48	30
Gewi-Studenten	29	63	8
Technik-Studenten	35	62	4
Intelligenz	14	61	25
andere Jugendliche	18	47	35
GESAMT	21	52	27

Tab. 19: Die Beliebtheit des Lesens von Belletristik in
 Abhängigkeit von der Tätigkeit (in %)

	Ich lese sehr gern	gern	weniger gern	so gut wie überhaupt nicht
Schüler	26 (w 42%/m 13%)	33	25	16
Abiturienten	48 (w 67%/m 22%)	37	15	9
Lehrlinge	21 (w 30%/m 8%)	34	19	26
Arbeiter	22 (w 31%/m 16%)	30	26	22
Angestellte	38 (w 39%/m 25%)	35	14	13
Gewi-Studenten	59 (w 68%/m 38%)	32	5	4
Technik-Studenten	49 (w 67%/m 31%)	40	7	4
Intelligenz	31 (w 38%/m 17%)	44	8	17
andere Jugendliche	19 (w 26%/m 12%)	31	28	22

Tab. 20: Erwartungen 12- bis 28jähriger Kinder und Jugendlicher an Musik, die sie gern hören möchten (Summe der Antwortpositionen 1 und 2: Das erwarte ich sehr stark und stark - bei einem fünfstufigen Antwortmodell) in %

Kinder bzw. Jugendliche erwarten von ihrer "Lieblingemusik" in starkem bis sehr starkem Maße, daß sie ...

- mir Vergnügen und Spaß bereitet	85
- eine angenehme Atmosphäre schafft	83
- mich entspannen kann	75
- mich bei anderen Tätigkeiten unterhält	70
- mich aufheitert	65
- technisch perfekt produziert ist	65
- mich in Stimmung bringt	62
- tanzbar ist	61
- mich emotional berührt, mir nahegeht	60
- höchste künstlerische Qualität hat	59
- aufrichtig und ehrlich ist	56
- mich aktiviert	45
- mich träumen läßt	40
- eine akustische "Kulisse", einen Hintergrund schafft	40
- mich ablenkt, auf andere Gedanken bringt	40
- mich zum Nachdenken über die Wirklichkeit anregt	35
- mir hilft, mich nicht allein zu fühlen	33
- mir etwas über das Denken und Fühlen anderer mitteilt	31
- mir Anregungen über das Gespräch mit anderen gibt	24
- mir hilft, persönliche Probleme zu meistern	18

Quelle: Staatliches Komitee für Rundfunk 1983