

"Ausgewählte Fragen der Nutzung der Massenmedien": kulturelle Aktivitäten der FDJ ; Teilbericht

Stiehler, Hans-Jörg

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stiehler, H.-J. (1985). "Ausgewählte Fragen der Nutzung der Massenmedien": kulturelle Aktivitäten der FDJ ; Teilbericht. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZfJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-388771>

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

Kulturelle Aktivitäten der FDJ

- Teilbericht -

"Ausgewählte Fragen der Nutzung der Massenmedien"

Autor: Dr. Hans-Jörg Stiehler
Forschungsleiter: Dr. Dieter Wiedemann
Gesamtverantwortung: Prof. Dr. habil. W. Friedrich

Leipzig, Mai 1985

G l i e d e r u n g

| | Blatt |
|--|-------|
| 1. Hauptergebnisse und Schlußfolgerungen | 3 |
| 2. Nutzung der Jugendmedien der DDR | 5 |
| 2.1. Ausgewählte Ergebnisse | 6 |
| 2.1.1. Lesen der "Jungen Welt" | 6 |
| 2.1.2. Hören von Jugendsendungen des DDR- Rundfunks | 7 |
| 2.1.3. Sehen von Jugendsendungen des DDR- Fernsehens | 10 |
| 3. Fernsehnutzung Jugendlicher | 12 |
| 3.1. Gewohnheiten im Umgang mit dem Medium Fernsehen | 12 |
| 3.2. Erwartungen und Interessen | 16 |
| 3.3. Nutzungshäufigkeiten | 23 |
| 4. Einbeziehung der Massenmedien in das Leben der FDJ-Gruppen | 29 |

1. Hauptergebnisse und Schlußfolgerungen

1. Ungeachtet bestimmter Umstrukturierungen ist der Mediengebrauch unverändert die quantitativ dominierende kulturelle Verhaltensweise Jugendlicher. Mehr denn je gilt, daß die junge Generation mit den Massenmedien, insbesondere den elektronischen, aufwächst, sie umfassend nutzt und so vielfältige kulturelle Beziehungen realisiert.

Verschiedene Ergebnisse lassen den Schluß zu, daß der Mediengebrauch, insbesondere das Fernsehen, eine vom politischen und kulturellen Leben in den FDJ-Gruppen relativ abgehobene Verhaltensweise darstellt, und im Verbandsleben eine zu geringe Rolle spielt.

Unseres Erachtens sollten in den nächsten Jahren folgende Schwerpunkte eine größere Aufmerksamkeit finden:

- Indem die Befriedigung geistig-kultureller Interessen durch die Medien zur Normalität wird, verändern sich auch die Bedingungen der Kulturarbeit "vor Ort". Ihre Spezifik ist daher genauer herauszuarbeiten.
- Die quantitativen Dimensionen des Mediengebrauchs lassen es als zwingend erscheinen, sich auch im Rahmen des Jugendverbandes stärker mit dem Medienverhalten junger Leute zu beschäftigen, Orientierungen zu vermitteln, die Medienangebote und die Medien-erfahrungen Jugendlicher in das Verbandsleben einzubeziehen.
- Das Interesse an jugendspezifischen Medienangeboten ist ungebrochen hoch, auch wenn der Mediengebrauch selbst auf das Gesamtangebot orientiert ist. Auf diesem Gebiet errungene Positionen zu halten und auszubauen, ist daher notwendig und erfordert u. E. größere Anstrengungen. Das betrifft vor allem Jugendsendungen in Funk und Fernsehen.

2. Die Mehrheit der Jugendlichen weiß - mehr oder minder genau - um die Bemühungen der FDJ für ein junge Leute ansprechendes Medienangebot und begrüßt diese Aktivitäten. Über diese Aktivitäten des Jugendverbandes noch konkreter zu informieren und diese mit Jugendlichen zu diskutieren, stellt eine gute Möglichkeit dar, erzieherisch zu wirken, das Ansehen der FDJ zu stärken und die Arbeit der Medien zu qualifizieren.

Insbesondere bei Rundfunk und Fernsehen sind die Beziehungen zu den DDR-Jugendmedien in größeren Gruppen der Jugend lockerer geworden. Die Zahl der Zuschauer bzw. Hörer unserer Jugendsendungen ist rückläufig. In jüngeren Altersgruppen haben sich noch vor Jahren normale Verhaltensweisen nicht neu entwickelt. Das hängt zum Teil mit Veränderungen im Gebrauch der elektronischen Medien zusammen, erfordert aber neue Überlegungen zur Erhöhung der Attraktivität unserer Sendungen, u. E. auch eine verbesserte Öffentlichkeitsarbeit.

3. Im Fernsehverhalten zeigen sich in den letzten Jahren einige - in sich teilweise widersprüchliche - Veränderungen.

So ist

- die Beliebtheit des Fernsehens als Freizeitbeschäftigung gestiegen; gleichfalls die Fernseherfahrung Jugendlicher;
- die Nutzungshäufigkeit von Fernsehprogrammen insgesamt, die von Spielfilmen im Fernsehen besonders rückläufig (obwohl seit 1982 im DDR-Fernsehen deutlich mehr Spielfilme angeboten werden);
- das Interesse an den einzelnen Fernsehsendungen im Vergleich zu 1976 nicht angewachsen, wobei sich eine stärkere Konzentration auf Spielfilme und jugendspezifische Unterhaltung zuungunsten von Unterhaltung allgemein, Politik und Bildung ablesen läßt!

Bedürfnisse nach Unterhaltung und Information (Fernsehen als "offenes Fenster" zur Welt) sind für die Mehrheit der Jugendlichen dominierend als Kriterium bei der Entscheidung für oder gegen Fernsehsendungen.

Insgesamt werden fast 80 % mindestens einmal wöchentlich durch das DDR-Fernsehen erreicht, zwei Drittel mindestens einmal wöchentlich durch BRD-Fernsehprogramme. Die Zahl der empfangbaren Programme spielt dabei eine wichtige Rolle.

2. Nutzung der Jugendmedien der DDR

Die Feststellung früherer Untersuchungen, daß Jugendliche in der DDR innerhalb eines das Gesamtangebot umfassenden Mediengebrauchs "ihren" Medien eine besondere Aufmerksamkeit widmen, gilt unverändert. Sie ist jedoch zu präzisieren, da sich Veränderungen andeuten, insbesondere im Bereich der elektronischen Medien. Diese Veränderungen berechtigen zur Schlußfolgerung, daß eine hohe Zuwendung zu den Jugendmedien der DDR kein "ewiger Automatismus" war und ist und deshalb große Anstrengungen unternommen werden müssen, um errungene Positionen zu halten und auszubauen.

Zunächst ist festzustellen, daß Jugendliche um die Bemühungen der FDJ zur Verbesserung und Entwicklung der Medienangebote für die Jugend wissen und diese Bemühungen schätzen (etwa 75 % kennen diese Bemühungen, ca. 60 % bewerten sie positiv, bezogen auf verschiedene Aktivitäten der FDJ). Wenn 30 - 35 % solche Bemühungen nicht wahrgenommen haben oder sie nicht beurteilen können, verweist das aber auch auf eine beträchtliche Unsicherheit in dieser Frage (mit hoher Wahrscheinlichkeit z. T. auch bei Jugendlichen, die ein positives Urteil abgaben).

Tab. 1: Urteile und Kenntnisse Jugendlicher zu Bemühungen der FDJ um ausgewählte Bereiche des kulturellen Lebens (in %)

| Bemühungen der FDJ um | Es haben von Bemühungen gehört ... | <u>davon:</u> | | |
|--|------------------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------------------|
| | | das finde ich gut | das finde ich nicht gut | das kann ich nicht beurteilen |
| die Aktion "Rock für den Frieden" | 81 | 80 | 4 | 16 |
| Jugendsendungen in Funk und Fernsehen | 78 | 76 | 6 | 18 |
| die DDR-Rockmusik | 75 | 71 | 11 ! | 18 |
| Kino- und Fernsehfilme für Jugendliche | 73 | 81 | 5 | 14 |
| Bücher für junge Leute | 72 | 74 | 7 | 19 ! |
| die Singebewegung | 68 ! | 52 | 10 | 38 |

Mit "Rock für den Frieden" steht u. E. nicht zufällig eine ganz konkrete Aktion mit breiter Popularisierung in den Medien an der Spitze der Bewertung (Verhältnis Zustimmung : Ablehnung 20 : 1; zum Vergleich: Filme 16 : 1, Jugendsendungen 13 : 1, Rockmusik, Bücher je ca. 10 : 1, Singebewegung 5 : 1).

Gleichzeitig äußern sich in den Ergebnissen auch Interessen an und Haltungen zu den genannten Kulturbereichen (z. B. zur Tatsache, ob und wie unsere Massenmedien spezifische Produktionen für Jugendliche anbieten).

Daraus ist zu schließen, daß Jugendsendungen in Funk und Fernsehen sowie Spielfilme für Jugendliche und sichtbare Bemühungen der FDJ um ein entsprechendes Angebot begrüßt werden - und zwar in allen Gruppen der Jugend. Bei diesen Medienangeboten unterscheiden sich in Kenntnis und Bewertung der Aktivitäten der FDJ auch FDJ-Mitglieder und (Kultur-) Funktionäre sowie FDJ-Mitglieder aus kulturell aktiv bzw. passiv erlebten Gruppen kaum. Darin kommt das massenhaft ausgeprägte Interesse an diesen Produktionen ebenso zum Ausdruck wie die Tatsache, daß die Nutzung kultureller Angebote der (Jugend-) Medien meist abgehoben vom geistig-kulturellen Leben der FDJ-Gruppen geschieht und (zu) wenig mit ihm zu tun hat.

Ungeachtet dessen bleibt es wichtig, über die Bemühungen des Jugendverbandes um attraktive Medienangebote für Jugendliche zu informieren und diese mit Jugendlichen zu diskutieren. Wie eine Auswertung der Stellungnahmen von Studenten, Lehrlingen und Arbeitern zu den Jugendmedien ergab, können diese auch über Formen wie Veranstaltungsinformationen und -berichte, das Aufgreifen der in den Gruppen diskutierten Probleme usw. verdeutlichen, wie unsere Medien als Medien der und für die Jugend wirken.

2.1. Ausgewählte Ergebnisse

2.1.1. Lesen der "Jungen Welt"

Die "Junge Welt" ist unverändert das Jugendmedium, das im Verlauf einer Woche die meisten jungen Leute erreicht. 50 % der jungen Werktätigen und Studenten lesen täglich die Zeitung des Jugendverbandes, weitere 26 % greifen mindestens einmal wöchentlich zu diesem Presse-

organ (17 % mehrfach wöchentlich, 6 % einmal). Jugendliche in Ausbildungseinrichtungen (Lehrlinge: 52 %; Studenten: 54 %) sind häufiger tägliche JW-Leser als junge Berufstätige (Arbeiter: 42 %). Die "Junge Welt" erreicht FDJ-Funktionäre (56 %) etwas häufiger als die Mitglieder (49 %; Nichtmitglieder: 23 % tägliche Leser). Bedenklich ist, daß (nach wie vor) jeder 4. FDJ-Funktionär (jeder 3. Kulturfunktionär) die "Junge Welt" nicht regelmäßig liest. Damit bleiben wichtige Impulse, auch für die kulturelle Arbeit in den FDJ-Gruppen, ohne Wirkungsmöglichkeiten. Langfristige Vergleiche zeigen, daß die "Junge Welt" trotz gestiegener "Konkurrenz" durch die elektronischen Medien und bei veränderten Ansprüchen und Anforderungen durch und an Jugendliche ihren Platz in der Mediennutzung behauptet. Allerdings sind 1984 erstmals seit langem Rückgänge im täglichen Lesen der "Jungen Welt" in verschiedenen Gruppen der Jugend zu registrieren.

Tab. 2: Lesen der "Jungen Welt" in verschiedenen Gruppen der Jugend und Vergleich der täglichen Leser 1976 - 1979 - 1982 - 1984 (in %)

| | JW-Lesen 1984 | | | | Tägliche Leser | | | |
|--------------------|---------------|-------------------------|--------|-------------------|----------------|----|----|------|
| | täg- lich | mehrmals wöchentlich | einmal | selte- ner/nie | 76 | 79 | 82 | 84 |
| Lehrlinge | 52 | 18 | 6 | 24 | 65 | -- | 63 | 52 ! |
| Studenten | 54 | 20 | 8 | 18 | 37 | 42 | 65 | 54 ! |
| jg. Arbeiter | 42 | 14 | 6 | 28 ! | 27 | 23 | 44 | 42 |
| FDJ-Funktion | 56 | 18 | 6 | 20 ! | -- | -- | 59 | 56 |
| FDJ-Mitglied | 49 | 17 | 6 | 28 | -- | -- | 54 | 49 |
| Nicht- mitglied | 23 | 9 | 3 | 65 | -- | -- | 29 | 23 |

2.1.2. Hören von Jugendsendungen des DDR-Rundfunks

Fast jeder zweite junge Werktätige und Student hört täglich (18 %) bzw. mehrmals wöchentlich (28 %) Jugendsendungen des DDR-Rundfunks (DT und/oder hallo). Weitere 13 % hören ca. einmal wöchentlich diese Sendungen, immerhin 41 % werden durch sie kaum erreicht! Insbesondere bei Studenten (die aktivsten Hörer von "hallo" und

"DT") und Lehrlingen bestimmt das Hören der DDR-Jugendachse das Hören unserer Rundfunksender insgesamt!

Tab. 3: Hören des DDR-Rundfunks und seiner Jugendsendungen (in %)

| | Hören des DDR-Rundfunks | | der Jugendsendungen | | Anteil [†] |
|--------------|----------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| | täglich | mehrmals wöchentl. | täglich | mehrmals wöchentl. | |
| Lehrlinge | 22 | 32 (54) | 16 | 30 (46) | 85 % |
| Studenten | 39 ! | 31 (70) | 25 ! | 35 (60) | 85 % |
| Facharbeiter | 31 | 29 (60) | 16 | 20 (36) | 60 % |
| Angestellte | 44 ! | 22 (66) | 22 | 22 (44) | 67 % |

[†] Anteil: In Prozentwerten ausgedrücktes Verhältnis zwischen dem Hören unserer Jugendsendungen und dem Hören des DDR-Rundfunks insgesamt - bezogen auf mehrfach wöchentliches Hören.

Es bestehen eine Reihe schon bekannter Differenzierungen (so z. B., daß FDJ-Funktionäre sich etwas häufiger unseren Jugendsendungen zuwenden als FDJ-Mitglieder). Auffällig ist ein sich bei der Arbeiterjugend (Lehrlinge, Facharbeiter) zeigender neuer Trend:

In diesen sozialen Gruppen hören die jüngeren Altersgruppen weniger oft die DDR-Jugendsendungen als die älteren (Differenz bei täglichem und mehrmals wöchentlichem Hörer: 10 % und mehr!).

Offenbar haben sich bei diesen Jugendlichen noch vor Jahren "normale" Verhaltensweisen gegenüber unseren Medien nicht neu entwickelt. Künftige Forschungen müssen die Frage beantworten, ob sich damit der in Tabelle 4 deutlich werdende Resonanzverlust unserer Rundfunksender erklären läßt. Auffällig ist weiterhin, daß BRD-Rundfunksender z. T. häufiger gehört werden als die der DDR.

Tab. 4: Hören von Rundfunksendern/Jugendsendungen im Vergleich 1982/1984 (nur Werte für tägliches/mehrmals wöchentliches Hören; in %)

| | DDR-Rundfunk | | DDR-Jugendsendungen | | BRD-Rundfunk |
|---------------|--------------|------|---------------------|------|--------------|
| | 1982 | 1984 | 1982 | 1984 | 1984 |
| Lehrlinge | 84 | 54 | 57 | 46 | 79 |
| Studenten | 93 | 70 | 68 | 60 | 59 |
| Facharbeiter | 80 | 60 | 54 | 36 | 83 |
| Angestellte | 92 | 66 | 53 | 44 | 68 |
| FDJ-Funktion | 89 | 63 | 66 | 50 | 71 |
| FDJ-Mitglied | 84 | 60 | 55 | 45 | 73 |
| Nichtmitglied | 75 | 54 | 37 | 36 | 62 |

Zu diesen Vergleichen ist festzuhalten:

Erstens ist ein beträchtlicher Resonanzverlust der DDR-Rundfunksender insgesamt zu verzeichnen. Die Daten sind aber nicht aussagekräftig genug, um zu entscheiden, ob diese Veränderungen auf eine generell geringe Attraktivität des Radiohörens zurückzuführen ist (und/oder auf einen teilweisen Umstieg auf andere Möglichkeiten des Musikhörens bzw. BRD-Sender).

Zweitens liegen die Werte für die Jugendsendungen der DDR 1984 nach knapp zwei Jahren "hallo und DT auf UKW" unter denen 1982 ermittelten, vor allem bei jungen Facharbeitern! Dieses neue Radioangebot erreicht wahrscheinlich vor allem die "Stammhörer" von DT bzw. hallo (und diese evtl. mehr als 1982), hat aber kaum neue Hörergruppen für unsere Sender erschlossen. Die gleichzeitig festgestellte zurückgehende Beliebtheit der DDR-Rockmusik dürfte für diese Veränderungen mitverantwortlich sein.

Drittens ist - vor allem bei Lehrlingen und Studenten - ein relativer Bedeutungsgewinn der Jugendsendungen innerhalb der Nutzung des DDR-Rundfunks zu registrieren. Das Hören von DDR-Sendern konzentriert sich heute stärker auf die "Jugendachse". - Das unterstreicht die Wichtigkeit jugendspezifischer Angebote des DDR-Rundfunks - von der technischen Qualität (UKW-Stereo) über ein attraktives Musikangebot und "DDR-konkrete" inhaltliche Beiträge.

2.1.3. Sehen von Jugendsendungen des DDR-Fernsehens

Über die Hälfte der Studenten und jungen Werktätigen sind sehr stark bzw. stark an Jugendsendungen im Fernsehen interessiert (Lehrlinge 68 %, Facharbeiter 49 %, Studenten 36 %), wobei in allen sozialen Gruppen die jüngeren ein noch höheres Interesse äußern. Damit zählen Jugendsendungen zu den Fernsehangeboten, denen gleich nach dem Film (i. w. S.) und Musiksendungen das höchste Interesse entgegengebracht wird. Nähere Analysen führen zu der Vermutung, daß Jugendsendungen als Fernsehangebot verstanden wird, das sich einerseits von der traditionellen Unterhaltungsshow abhebt, andererseits auf Musik und Unterhaltung verbunden mit dem wirklichkeitsnahen Austausch über die großen und kleinen Fragen des Alltags setzt. Nach wie vor ist hohes Interesse an Jugendsendungen mit einer höheren Zuwendung zum Programm des DDR-Fernsehens verbunden.

Die Daten für die Zuwendung zu den Sendungen "rund" und "AHA" des DDR-Fernsehens lassen erkennen, daß mit beiden Sendungen die (durch uns mitproduzierten und gewollten) hohen Interessen an Jugendspezifika im Fernsehen nicht ausreichend befriedigt werden. Nur etwa jeder 8. (rund) bzw. 9. (AHA) kann derzeit als Stammzuschauer bei unseren Jugendsendungen gelten, der Anteil der gelegentlichen Zuschauer ist mit 2/3 ("rund") bzw. über 50 % (AHA) allerdings beachtlich hoch.

Tab. 5: Sehen von Jugendsendungen im DDR-Fernsehen (in %)

| | rund | | | AHA | | |
|--------------|-----------------|-------------------|------|-----------------|-------------------|------|
| | immer (fast) | gelegent- lich | nie | immer (fast) | gelegent- lich | nie |
| Lehrlinge | 15 | 63 | 22 ! | 8 | 55 | 37 |
| Studenten | 4 | 69 | 27 | 8 | 56 | 36 |
| Facharbeiter | 16 | 66 | 28 | 13 | 56 | 31 |
| Angestellte | 20 ! | 69 | 11 | 20 ! | 59 | 21 |
| FDJ-Funktion | 14 | 66 | 20 | 12 | 60 | 28 |
| FDJ-Mitglied | 12 | 65 | 23 | 10 | 55 | 35 ! |

Im Unterschied zu den Fernsehinteressen wird die reale Zuwendung stärker von den älteren Gruppen (vor allem bei Lehrlingen und Studenten bzw. von jungen Leuten jenseits des 20. Lebensjahres) getragen!

Im Vergleich zu früheren Jahren haben beide Sendungen (weiter) an Resonanz, vor allem an "Stammzuschauern" verloren. Dahinter steht nicht allein eine kritischere Haltung zu beiden Sendungen, sondern mit hoher Wahrscheinlichkeit auch eine generell selektivere Fernsehnutzung.

Tab. 6: Sehen von "rund" und "AHA" 1976 - 1982 - 1984
 (in %; Werte für Stammzuschauer)

| | (Fast) immer sahen | | | AHA | |
|--------------|--------------------|--------------|------|------|------|
| | rund 1976 | rund 1982 | 1984 | 1982 | 1984 |
| Lehrlinge | 56 | 27 | 15 | 16 | 8 |
| Studenten | 42 | 14 | 4 | 11 | 8 |
| Facharbeiter | 38 | 25 | 16 | 18 | 13 |
| Angestellte | 30 | 34 | 20 | 24 | 20 |

Zur Einordnung der Ergebnisse ist auch der Hinweis wichtig, daß sich das Interesse an Jugendsendungen nicht, die Häufigkeit der Zuwendung zum DDR-Fernsehen insgesamt jedoch beträchtlich verändert haben.

Generell ist festzustellen:

- Insbesondere im Bereich von Rundfunk und Fernsehen sind die Beziehungen zu den Jugendmedien in größeren Gruppen der Jugend lockerer, zumindest durch neue Angebote (Rundfunk) nicht fester geworden. Das hängt z. T. zweifellos mit Veränderungen im Gebrauch der elektronischen Medien zusammen, erfordert aber neue Überlegungen zur Erhöhung der Attraktivität unserer Sendungen.
- Zwischen dem FDJ-Aktiv und den Mitgliedern des Jugendverbandes bestehen meist nur geringe Unterschiede in der Nutzung der Jugendmedien. Das bedeutet u. a. auch, daß viele Angebote nicht als praktizierbare Hinweise für die Gestaltung des Gruppenlebens genutzt bzw. wirksam werden.

3. Fernsehnutzung Jugendlicher

In der vorliegenden Untersuchung konnten nur einige Aspekte des Fernsehverhaltens analysiert werden. Im Mittelpunkt standen Probleme des Umgangs mit dem Medium und Bedingungen des Fernsehgebrauchs, weniger die Nutzung und Bewertung von Fernsehsendungen. Dies muß weiteren Untersuchungen vorbehalten sein. Wir konzentrieren uns auf die folgenden Schwerpunkte:

- Aspekte des Umgangs mit dem Medium Fernsehen;
- Fernsehinteressen und -erwartungen;
- Nutzung ausgewählter Fernsehsendungen.

3.1. Gewohnheiten im Umgang mit dem Medium Fernsehen

Etwa 90 % der in dieser Studie erfaßten jungen Leute ordnen sich selbst als "regelmäßige Fernsehzuschauer" ein, wobei es mit Ausnahme der Studenten (74 % sehen fern) keine Unterschiede zwischen den sozialen Gruppen der Jugend gibt. Das belegt nachdrücklich die Bedeutung dieses Massenmediums für den kulturellen Alltag, zumal lediglich 2 % überhaupt (fast) nie fernsehen, und die Nutzungsfrequenzen für Fernsehsendungen (vgl. 3.3.) hoch sind.

Folgende Verallgemeinerungen verdienen u. E. besondere Beachtung:

1. Obwohl das Interesse am Fernsehen als Freizeittätigkeit in den letzten 5 Jahren gestiegen ist, nimmt es unverändert nicht den Spitzenplatz in den Freizeitinteressen ein - allerdings den im Zeitfonds für Freizeittätigkeiten.

Mit 74 % liegt der Anteil der Jugendlichen, die sehr gern (25 %) bzw. gern (52 %) fernsehen noch deutlich unter jenem, die es tatsächlich tun. Am stärksten ist diese Diskrepanz bei Studenten und jungen Angestellten bzw. Angehörigen der Intelligenz ausgeprägt.

Tab. 7: Fernsehen und Fernsehbeliebtheit bei Jugendlichen (in %)

| | Anteil der Fernseh- zuschauer | Nicht- seher +) | Beliebtheit | | |
|-------------|-------------------------------------|--------------------|--------------|------|--------------------|
| | | | sehr gern | gern | sehr gern/ gern |
| Lehrlinge | 92 | 0,5 | 32 | 53 | 85 |
| Studenten | 74 | 7 | 10 | 45 | 55 |
| Arbeiter | 91 | 3 | 27 | 52 | 79 |
| Angestellte | 90 | 3 | 17 | 58 | 75 |

+)

Der Anteil von Fernsehzuschauern und Nichtsehern wurde durch verschiedene Fragen erhoben. Die Differenzen (Lehrlinge: 7 %; Studenten: 19 %; Arbeiter: 6 %; Angestellte: 6 %) widerspiegeln den Anteil von sporadisch Fernsehenden, die wahrscheinlich auch nicht regelmäßig Zugang zu Geräten (z. B. im Wohnheim) haben.

Seit 1979 ist die Beliebtheit der kulturellen Verhaltensweise "Fernsehen" gestiegen. Einerseits steht hinter dieser Veränderung ein stärkeres "Bekennen" zur Freizeittätigkeit Nr. 1., deren Selbstverständlichkeit heute wahrscheinlich stärker empfunden wird. Andererseits dürften auch technische Verbesserungen (Farbfernsehen in größeren Dimensionen) und die Orientierung auf kulturelle Massenbedürfnisse in den Programmstrukturen dazu beigetragen haben.

Tab. 8: Interesse an/Beliebtheit des Fernsehens als Freizeittätigkeit im Vergleich 1979 - 1984 (in %)

| | 1979 | | 1984 | | insgesamt | |
|-------------|--------------|------|--------------|------|-----------|-------|
| | sehr gern | gern | sehr gern | gern | 1979 | 1984 |
| Lehrlinge | 21 | 50 | 32 | 53 | 71 | 85 !! |
| Arbeiter | 26 | 52 | 27 | 52 | 78 | 79 |
| Studenten | 7 | 37 | 10 | 45 | 44 | 55 ! |
| Angestellte | 15 | 54 | 17 | 58 | 69 | 75 |

Besonders auffällig ist der Anstieg bei Lehrlingen.

Da heute in allen sozialen Gruppen (Studenten bilden hier eine Ausnahme) die jüngeren eine deutlich ausgeprägtere Vorliebe für

das Fernsehen haben, liegt zu vermuten, daß sich bei Lehrlingen ein übergreifender Trend zunehmender Bejahung des Fernsehens bzw. abnehmender ("kulturpessimistischer") "Skrupel" signalisiert.

2. Die Fernseherfahrung Jugendlicher hat weiter zugenommen. Im Durchschnitt sehen junge Leute in der DDR heute bereits seit etwa 12 Jahren regelmäßig fern, ca. 60 % verfügen über eine Fernseherfahrung von über 10 Jahren! Das bedeutet - zumal es sich mehrheitlich um ein Aufwachsen mit 3 - 5 Programmen handelt - ein beachtliches, in seinen Konsequenzen für den kulturellen Alltag weiter zu untersuchendes Potential an kulturellen Gewohnheiten, Wahrnehmungsmustern, Denkstrukturen usw.

Wenngleich die Fernseherfahrungen (in Abhängigkeit vom Alter) zwischen den sozialen Gruppen der Jugend differieren, sind die Unterschiede geringer, als es das unterschiedliche Lebensalter erwarten ließe. Die heute ins Jugendalter Kommenden haben also früher begonnen, regelmäßig Fernsehsendungen zu verfolgen.

Tab. 9: Fernseherfahrungen Jugendlicher (in %)

| | Durchschnitts- alter | Fernseh- zuschauer insgesamt | davon: | | | | Durchschnitt (in Jahren) |
|---------------------------|-------------------------|------------------------------------|--------|----|----|----------------|--------------------------------|
| | | | 1-2 | 5 | 10 | 15 und mehr | |
| Lehrlinge) | | 92 | 8 | 30 | 47 | 15 | 11,0 |
| Lehrlinge/) | 17,3 | 91 | 7 | 36 | 43 | 14 | 10,8 |
| Abituraus-) bildung) | | | | | | | |
| Studenten | 21,5 | 74 | 5 | 24 | 46 | 25 | 11,9 |
| Arbeiter | 22,8 | 91 | 5 | 19 | 40 | 36 | 12,7 |
| Angestellte | 23,2 | 90 | 9 | 23 | 32 | 36 | 12,0 |

Erste Konsequenzen der langen Fernseherfahrung werden in der Untersuchung deutlich. So ist mit steigender Fernseherfahrung verbunden:

- eine tendenziell stärkere Ausprägung von Fernsehinteressen, insbesondere für Filme und Unterhaltungssendungen;
- höhere Nutzungsfrequenzen von Fernsehsendungen;
- ein häufigeres tägliches Fernsehen.

Direkte Zusammenhänge zwischen Fernseherfahrung und die Erwartungen an Fernsehsendungen sowie dem "Stil" beim Fernsehen sind kaum nachweisbar.

3. Fernsehen ist selektives Verhalten, wichtige Parameter des selektiven Verhaltens gegenüber den Programmen haben sich in den letzten Jahren nicht verändert.

- Fernsehzuschauern unter Jugendlichen stehen derzeit im Durchschnitt 3,95 Programme zur Verfügung, wobei 1 % nur ein Programm nutzen können, aber 49 % 5 und mehr, weitere 23 % 3 - 4 Programme. Insgesamt ist für ca. 2/3 der Studenten und jungen Werktätigen charakteristisch, daß sie ebensoviele oder mehr BRD-Programme verfolgen können wie DDR-Fernsehangebote. Es bestehen hier nur geringe Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen der Jugend, auch nicht zwischen dem FDJ-Aktiv und den Mitgliedern.
- Etwa 90 % treffen anhand von Programmzeitschriften/-vorschauen eine Vorauswahl aus dem Programm, darunter 52 % meistens. Die Verbindlichkeit der Vorauswahl ist allerdings nicht sehr hoch, da sich 16 % nicht daran halten und weitere 70 % meist mehr Sendungen als vorgenommen sehen. Ein strenges "Fernsehregime", d. h. genaue Vorauswahl und deren Einhaltung realisieren nur etwa 7 - 10 %! Die Entscheidung über Fernsehsendungen wird also meist aus der Situation heraus getroffen. Immerhin 15 % schalten darüber hinaus vor einer Sendung die Kanäle durch, ehe sie sich festlegen, weitere 58 % ab und zu. Vergleiche zu früheren Untersuchungen ergaben in dieser Hinsicht keine nennenswerten Veränderungen. Fernsehen bleibt weiterhin eine regelmäßige massenhafte Verhaltensweise mit starker Verankerung in alltäglichen Lebensrhythmen, deren inhaltliche Ausrichtung aber relativ spontan erfolgt.
- Fernsehen wird von einer beachtlichen Zahl von Nebentätigkeiten begleitet bzw. als Nebentätigkeit realisiert - und zwar in allen sozialen Gruppen.

Tab. 10: Parallel zum Fernsehen ausgeübte ausgewählte Tätigkeiten bei Jugendlichen (in %)

| Wenn das Fernsehgerät läuft, kommt es vor, daß ich | (fast) immer | gelegent- ⁺ lich | nie |
|--|--------------|-----------------------------|-----|
| mit anderen ein Gespräch führe | 13 | 76 | 11 |
| eine Mahlzeit einnehme | 11 | 69 | 20 |
| mich mit einer Hausarbeit, Bastelei usw. beschäftige | 1 | 52 | 38 |
| lese bzw. etwas lerne | 3 | 39 | 58 |

+) Die hohen %-Anteile für "gelegentliches Ausüben" dieser Tätigkeiten lassen - im Kontext detaillierter Studien von Familien vor dem Bildschirm - vermuten, daß die vorgegebenen Tätigkeiten in ihren ausführlichen Varianten interpretiert wurden.

Insgesamt kann gefolgert werden, daß sich der "Alltagscharakter" von Fernsehen in den letzten Jahren gefestigt hat und sich auch bei erhöhter Fernseherfahrung reproduziert.

3.2. Erwartungen und Interessen

Erwartungen und Interessen sind wichtige Orientierungen für den Mediengebrauch. Widerspiegeln sich in den Erwartungen vor allem die subjektiven Funktionen des Mediums, so verweisen die Fernsehinteressen mehr auf die Kommunikationsgegenstände/Inhalte. In der vorliegenden Untersuchung konnten nach längerer Zeit wieder Aspekte der Ausprägung der Fernseherwartungen und -interessen erfaßt werden. Die folgenden Ergebnisse sind hervorzuheben:

1. Die dominierenden (subjektiven) Fernsehfunktionen für Jugendliche sind die der Unterhaltung und die des Informiertwerdens i. w. S. (Fernsehen als "offenes Fenster" zur Welt).

Für etwa 60 % sind diese Funktionen ständiges Kriterium bei der Entscheidung für und gegen Fernsehsendungen. Andere Funktionen sind jedoch für die Mehrheit zumindest gelegentlich von Bedeutung.

Tab. 11: Erwartungen Jugendlicher an Fernsehsendungen (in %)

| | Bedeutsamkeit bei der Entscheidung für Fernsehsendungen | | |
|---|---|--------------|----------------|
| | (fast) immer | gelegentlich | so gut wie nie |
| mich unterhalten, entspannen | 64 | 31 | 5 |
| erfahren, was in der Welt vor sich geht | 58 | 38 | 4 |
| Anregungen zum Nachdenken über mein Leben erhalten | 37 | 50 | 13 |
| etwas erleben, was mir sonst nicht möglich ist | 37 | 43 | 20 |
| vom Alltag abschalten, träumen | 35 | 47 | 18 |
| Anregungen zur Kommunikation mit Freunden erhalten | 29 | 51 | 20 |
| mich mit Fragen unserer gesellschaftlichen Entwicklung beschäftigen | 19 | 61 | 20 |

Wichtig ist, daß eine "dem Leben" zugewandte Unterhaltung und Entspannung für die meisten Jugendlichen dominiert.

Die Erwartungen junger Leute an das Fernsehen weisen eine beträchtliche Differenziertheit auf.

In Tabelle 12 ist diese in Abhängigkeit von der Tätigkeit und dem Urteil über die eigene kulturelle Aktivität dargestellt. Dabei zeigt sich, daß die Zusammenhänge zu subjektiven Positionen teilweise deutlicher sind als zu objektiven.

Tab. 12: Fernseherwartungen Jugendlicher in Abhängigkeit von der eigenen Tätigkeit und der kulturellen Aktivität (Werte für: das ist immer wichtig; in %)

| | Erwartung | | | | | | |
|----------------------|-------------------|------|-----------------|--------------|-------|--------------------|-------------------|
| | Unter- haltung | Welt | Nach- denken | Er- leben | Traum | Kommuni- kation | Gesell- schaft |
| Lehrlinge | 57 | 48 | 39 ! | 49 ! | 42 ! | 29 | 14 |
| Lehrlinge/ Abitur | 70 ! | 58 | 28 | 36 | 33 | 29 | 11 |
| Studenten | 63 | 67 ! | 36 | 13 | 17 | 20 | 19 |
| Arbeiter | 68 ! | 66 ! | 44 ! | 40 | 38 ! | 35 ! | 22 ! |
| kulturell... | | | | | | | |
| sehr aktiv | 63 | 73 ! | 51 !! | 43 | 31 | 41 !! | 30 ! |
| aktiv | 63 | 61 | 43 | 37 | 35 | 30 | 22 |
| passiv | 64 | 55 | 30 | 37 | 35 | 26 | 15 |

Interessanterweise ist hohe kulturelle Aktivität nicht mit einer geringeren Wertschätzung von Unterhaltung, Abschalten, Träumen usw. verbunden. Sie zeigt sich gegenüber dem Fernseher zuerst in stärkerer Betonung von Funktionen, die Umweltoffenheit und -engagement anzeigen. Hier liegen teilweise Unterschiede zu Zusammenhängen zwischen Fernseherwartungen und der Bedeutung der Kunst für das eigene Leben. Eine sehr starke Kunstorientierung verbindet sich eher mit einer geringeren Wertschätzung von Unterhaltung, vor allem der Traum- und Erlebniserweiterungs-/-ersatzfunktionen. Das ist u. E. nur teilweise ein Problem der Semantik (Kultur, Kunst), sondern ein inhaltliches: In bestimmtem Umfang reproduzieren sich weiterhin "intellektualistische" Auffassungen der Abwertung von Fernsehunterhaltung.

Mit der Fernsehnutzung stehen die Fernseherwartungen in zwar geringen, aber nachweisbaren widersprüchlichen Zusammenhängen: Je häufiger die Nutzung des DDR-Fernsehens, um so stärker sind die Erwartungen nach Unterhaltung/Entspannung und Umweltauseinandersetzung (Nachdenken über mein Leben, Beschäftigung mit gesellschaftlichen Problemen, Anregung zur interpersonellen Kommunikation, allgemeine Information).

Je häufiger das BRD-Fernsehen genutzt wird, umso ausgeprägter ist die Bedeutung der Traum-/Ersatzweltfunktionen der Fernsehnutzung und umso geringer die Bedeutung der Beschäftigung mit gesellschaftlichen Fragen.

Allerdings wird so deutlich, daß junge Leute die in der DDR empfangbaren Fernsehprogramme nicht als gegensätzlich, sondern ergänzend interpretieren und nutzen!

Tab. 13: Fernseherwartungen Jugendlicher in Abhängigkeit von der Nutzung des DDR- und des BRD-Fernsehens
 (Werte für: das ist immer wichtig; in %)

| | Erwartung | | | | | | |
|-------------------------|-------------------|------|-----------------|--------------|-------|--------------------|-------------------|
| | Unter- haltung | Welt | Nach- denken | Er- leben | Traum | Kommuni- kation | Gesell- schaft |
| DDR-TV | | | | | | | |
| täglich | 69 | 67 ! | 42 ! | 40 | 36 | 35 ! | 30 ! |
| mehrmals wöchentlich | 64 | 58 | 38 | 37 | 35 | 29 | 14 |
| einmal wöchentlich | 60 | 56 | 34 | 29 | 38 | 19 | 12 |
| seltener/ nie | 54 | 47 | 30 | 37 | 32 | 22 | 13 |
| BRD-TV | | | | | | | |
| täglich | 65 | 58 | 37 | 54 ! | 45 ! | 45 ! | 15 |
| mehrmals wöchentlich | 64 | 57 | 37 | 35 | 31 | 31 | 18 |
| einmal wöchentlich | 59 | 69 | 40 | 19 | 28 | 28 | 22 |
| seltener/ nie | 62 | 59 | 38 | 27 | 30 | 30 | 21 |

Diese Zusammenhänge gelten meist auch in der anderen Richtung, d. h. daß ausgeprägte Fernseherwartungen häufigeres Fernsehen bedingen. Ebenfalls werden die teils gleichartigen, teils unterschiedlichen Erwartungen an das DDR- bzw. BRD-Fernsehen deutlich.

2. In den Fernsehinteressen widerspiegelt sich die überaus wichtige Rolle der Unterhaltungs- und "Fenster-zur-Welt"-Funktion des Fernsehens nachdrücklich. Nach wie vor nimmt der Spielfilm einen besonderen Platz in den Fernsehinteressen ein (66 % sind daran sehr

stark bzw. stark interessiert, nur 1 % nicht). Das hohe Interesse an Musik- und z. T. an Jugendsendungen signalisiert jugendspezifische Unterhaltungsbedürfnisse (auch in Abgrenzung von der Unterhaltung allgemein, wie "große Show" usw.).

Tab. 14: Fernsehinteressen Jugendlicher (in %)

| | Interesse | | | | | (stark + sehr stark) |
|--|------------|-------|--------|---------|-------|----------------------------|
| | sehr stark | stark | mittel | schwach | nicht | |
| Musiksendungen | 33 | 40 | 20 | 5 | 2 | (73) |
| Spielfilme | 27 | 39 | 30 | 3 | 1 | (66) |
| Sportsendungen | 25 | 12 | 24 | 19 | 10 | (47) |
| Jugendsendungen | 18 | 37 | 34 | 9 | 2 | (55) |
| Fernsehserien | 10 | 30 | 40 | 14 | 6 | (40) |
| Bildungssendungen/ populärwiss. Filme | 9 | 24 | 38 | 20 | 9 | (33) |
| Unterhaltungssendungen | 8 | 28 | 40 | 18 | 6 | (36) |
| Nachrichtensendungen | 6 | 25 | 42 | 21 | 6 | (31) |
| Fernsehfilme/-spiele | 6 | 22 | 46 | 21 | 5 | (28) |
| politische Sendungen/ Dokumentarfilme | 4 | 17 | 39 | 27 | 13 | (21) |

Eine nähere Analyse der Zusammenhänge zwischen den Fernsehinteressen (ihre innere Struktur) zeigt, daß junge Leute das Fernsehangebot in die Dimensionen "Film" (Spielfilm, Serie, Fernsehspiel), "Unterhaltung" (einschließlich Jugend- und Musiksendungen, z. T. auch Sport) und "Politik" ordnen.

An ausgewählten Sendungstypen wird in Tabelle 15 die Differenziertheit der Fernsehinteressen dargestellt. Sie weisen erwartetermaßen in ähnliche Richtung wie die der Fernseherwartungen. Darüber hinaus sind folgende Unterschiede erwähnenswert:

- Altersunterschiede: Sowohl bei Lehrlingen wie Studenten und jungen Arbeitern sind die jüngeren Gruppen deutlich stärker interessiert an Jugendsendungen, Musiksendungen und TV-Serien und z. T. weniger an Nachrichtensendungen und populärwissenschaftlichen Bildungsprogrammen.

- Hier deuten sich Veränderungen an, die auch auf langfristige historische Prozesse zurückzuführen sind (vgl. Tab. 16).
- Geschlechtsunterschiede: Sie sind überraschend gering bzw. meist auf einzelne soziale Gruppen begrenzt. Tendenziell interessieren sich weibliche Jugendliche mehr für Fernsehserien (m: 33 %; w: 47 %) und Jugendsendungen (m: 50 %; w: 60 %) und deutlich weniger für Sportsendungen (m: 62 %; w: 32 %) und Bildungsprogramme (m: 44 %; w: 22 %).
 - Unterschiede in Abhängigkeit von der Nutzung des Fernsehens: Eine starke Zuwendung zum DDR-Fernsehen ist mit ausgeprägterem Interesse an allen erhobenen Sendungstypen verbunden. Am stärksten sind die Zusammenhänge zum Interesse an Unterhaltungssendungen, Serien und Spielfilmen. Die Nutzung des DDR-Fernsehens ist besonders hoch bei starker Ausprägung dieser Interessen und umgekehrt. Dagegen sind die Zusammenhänge zwischen Fernsehinteressen und der Zuwendung zum BRD-Fernsehen weniger deutlich. Eine hohe Zuwendung zum BRD-Fernsehen ist vor allem mit einer starken Ausprägung des Interesses an Spielfilmen und einer geringen Ausprägung des Interesses an ausführlichen politischen Sendungen und Bildungsprogrammen verknüpft.

Tab. 15: Interessen an ausgewählten Fernsehsendungen in Abhängigkeit von der Tätigkeit und der kulturellen Aktivität Jugendlicher (1. Zahl: starkes/sehr starkes Interesse zusammen; 2. Zahl in Klammern: sehr starkes Interesse; in %)

| | Interesse an | | | | | |
|-----------------------------|--------------|---------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| | Film | Serie | Nachrichten | Unterhaltung | Jugend-sendg. | Musik-sendg. |
| Lehrlinge | 71 (30) | 52 (10) | 22 (2) | 41 (8) | 68 (26) | 83 (43) |
| Lehrlinge/ Abitur | 63 (31) | 44 (11) | 24 (5) | 32 (8) | 67 (20) | 83 (43) |
| Studenten | 60 (19) | 20 (3) | 42 (6) | 18 (2) | 36 (9) | 51 (15) |
| Arbeiter | 68 (30) | 36 (11) | 29 (7) | 41 (13) | 49 (13) | 70 (32) |
| Angestellte/ Intelligenz | 67 (29) | 39 (4) | 45 (17) | 45 (15) | 54 (13) | 72 (33) |
| kulturell | | | | | | |
| sehr aktiv | 32 (69) | 36 (13) | 43 (5) | 11 (36) | 61 (23) | 66 (30) |
| aktiv | 28 (69) | 41 (12) | 37 (5) | 9 (38) | 57 (19) | 76 (34) |
| passiv | 26 (54)! | 39 (8) | 23 (5) | 7 (34) | 51 (15) | 71 (33) |

3. In den Fernsehinteressen deutet sich eine Verstärkung und Konzentration zugunsten von Spielfilmen und jugendspezifischen Unterhaltungssendungen an, während das Interesse an Unterhaltungssendungen allgemein, für politische Sendungen und Bildungsprogramme gesunken ist.

Tab. 16: Vergleich des Interesses an ausgewählten Fernsehsendungen 1976 - 1984 (Annäherungswerte)

| | 1976 | 1984 |
|---------------------------------------|------|-------|
| Spielfilme | 77 | 72 |
| Jugendsendungen | 68 | 65 |
| Unterhaltungssendungen | 64 | 54 ! |
| Sportsendungen | 62 | 58 |
| Bildungssendungen/Populärwissenschaft | 69 | 51 !! |
| Nachrichten | 60 | 51 ! |
| politische Sendungen/Dokumentarfilme | 53 | 43 |
| Musiksendungen | - | 74 |

(Der "Annäherungswert" ist ein in %-Angabe transformierter Durchschnittswert, der einen anschaulichen Vergleich bei nicht identischen Antwortmodellen zuläßt.)

Insgesamt ist das Interesse an Fernsehsendungen nicht gestiegen. Es ist anzunehmen, daß neben der traditionell starken Nutzung von Spielfilmen im Fernsehen die Nutzung attraktiv vermittelter Pop- und Rockmusik zu einem Schwerpunkt der Fernsehnutzung wird. Bemerkenswert ist ferner das ungebrochen hohe Interesse an Jugendsendungen im Fernsehen, obwohl die tatsächliche Nutzung dieser Sendungen im DDR-Fernsehen erheblich zurückging. Das läßt auf veränderte Maßstäbe für die Auswahl und Bewertung dieser Sendungen schließen (was 1976 noch gut war, ist es heute wahrscheinlich nicht mehr ...).

Abschließend sei die deutliche Verankerung der Fernsehinteressen und -erwartungen im politischen und kulturellen Profil Jugendlicher betont. Neben massenwirksamen sozialistischen Medienangeboten stellt die Förderung der politischen und kulturellen Aktivität im (FDJ-) Alltag die wichtigste Möglichkeit dar, auch das Verhältnis zu den Medien erzieherisch zu beeinflussen.

3.3. Nutzungshäufigkeiten

Wenn sich 90 % der jungen Werktätigen und Studenten als "regelmäßige Fernsehzuschauer" einordnen, so meinen sie damit meist einen täglichen bzw. mehrmals wöchentlichen und relativ ausführlichen Kontakt mit dem Fernsehapparat. In diesen Dimensionen findet auch der ideologische Klassenkampf auf dem Gebiet des Fernsehens statt.

1. Fast 80 % werden mindestens einmal wöchentlich durch das DDR-Fernsehen erreicht (27 % sehen täglich), 2 von 3 Jugendlichen durch das BRD-Fernsehen (29 % täglich). Die Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen der Jugend sind allerdings erheblich.

Tab. 17: Nutzung des DDR- und des BRD-Fernsehens in Abhängigkeit von der Tätigkeit, der kulturellen Aktivität (Selbsteinschätzung) und der Senderorientierung bei politischer Information (in %)

| | DDR-Fernsehen | | | BRD-Fernsehen | | |
|--|---------------|------------------------------------|-----|---------------|------------------------------------|------|
| | täg- lich | mindestens 1 x wö- chentlich | nie | täg- lich | mindestens 1 x wö- chentlich | nie |
| Lehrlinge | 27 | (86) | (0) | 37 | (76) | (15) |
| Lehrlinge/ Abitur | 13 | (81) | (0) | 26 | (59) | (31) |
| Studenten | 7 | (65) | (3) | 6 | (45) | (22) |
| Arbeiter | 39 | (81) | (2) | 41 | (67) | (29) |
| Angestellte/ Intelligenz | 51 | (81) | (4) | 18 | (55) | (33) |
| kulturell | | | | | | |
| sehr aktiv | 25 | (77) | (2) | 30 | (61) | (19) |
| aktiv | 27 | (80) | (1) | 25 | (64) | (18) |
| passiv | 27 | (80) | (1) | 33 | (65) | (24) |
| Senderorientierung bei politischer In- formation | | | | | | |
| DDR | 30 ! | (82) | (1) | 7 | (35) | (41) |
| DDR und BRD | 28 | (83) | (0) | 36 | (76) | (13) |
| BRD | 11 | (56) ! | (7) | 60 ! | (84) | (7) |

Auffällig ist:

- Wie in früheren Jahren erreicht das DDR-Fernsehen mehr Jugendliche als das BRD-Fernsehen. Was das tägliche Zuschauen betrifft, so sind in einzelnen Gruppen, vor allem bei Lehrlingen und jungen Arbeitern höhere Anteile zugunsten des BRD-Fernsehens zu konstatieren. Ein Teil der Unterschiede geht auch auf Besonderheiten in den Nutzungsbedingungen zurück wie z. B. die Wohnheimsituation der Studenten oder der zu vermutende hohe Fernsehgebrauch bei den Eltern im Falle der Lehrlinge.
- Das Fehlen der Unterschiede in der Fernsehnutzung in Abhängigkeit von der kulturellen Aktivität signalisiert einerseits eine

gewisse "Abgehobenheit" des Fernsehens vom kulturellen Leben in den FDJ-Gruppen, andererseits hohe (und wahrscheinlich gestiegene) Akzeptanz des Fernsehens durch kulturell sehr aktive Jugendliche.

- Unverhändert hoch ist der politische Hintergrund der Fernsehnutzung. In diesem Zusammenhang ist es bemerkenswert, daß Unterschiede zwischen dem FDJ-Aktiv und den FDJ-Mitgliedern in der Häufigkeit der Nutzung sowohl unserer wie der BRD-Programme gering sind!

- Die Zahl der empfangbaren Fernsehprogramme beeinflusst die Nutzung des DDR-Fernsehens leicht negativ, das BRD-Fernsehen wird hingegen umso häufiger gesehen, je mehr Fernsehprogramme verfügbar sind.

Tab. 18: Nutzung des DDR- und des BRD-Fernsehens in Abhängigkeit von der Zahl der verfügbaren Fernsehprogramme (in %)

| Programme | DDR-Fernsehen | | | BRD-Fernsehen | | |
|-----------|---------------|------------------------------------|-----|---------------|------------------------------------|------|
| | täg- lich | mindestens 1 x wö- chentlich | nie | täg- lich | mindestens 1 x wö- chentlich | nie |
| 2 | 33 | (83) | (0) | 7 | (16) | (67) |
| 3 | 41 | (77) | (3) | 20 | (72) | (6) |
| 4 | 25 | (83) | (1) | 31 | (83) | (3) |
| 5 | 28 | (85) | (5) | 45 | (89) | (1) |

3. Die Nutzung des DDR- und des BRD-Fernsehens stehen in keinem Ausschließlichkeitsverhältnis. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, ist die Zuwendung zum BRD-Fernsehen auch in jenen Gruppen der jungen Werktätigen und Studenten hoch, in denen auch sehr häufig unser Fernsehen verfolgt wird. Das wird auch deutlich an einer Analyse des Zusammenhangs zwischen der Nutzung der DDR- und BRD-Programme, der leicht positiv nachweisbar ist.

11 % sehen täglich sowohl unsere als auch die BRD-Programme, 59 % realisieren - in unterschiedlicher Häufigkeit - ein auf alle Programme bezogenes Fernsehen, die meisten davon oft (46 %). 22 % nutzen überwiegend nur das DDR-Fernsehen, 9 % das BRD-Fernsehen (andere Kombinationen machen etwa 10 % aus).

4. Die Veränderungen in der Häufigkeit der Fernsehnutzung sind beträchtlich. Es deuten sich gegenwärtig Tendenzen einer geringeren Zuwendung zum Fernsehen insgesamt an (vor allem eine geringe Spielfilmnutzung; 1979: ca. 120 pro Jahr; 1984: ca. 80 pro Jahr), insbesondere eine geringere Zuwendung zum DDR-Fernsehen.

Tab. 19: Veränderungen in der Zuwendung zum DDR-Fernsehen im Vergleich 1982 - 1984 (in %)

| | | DDR-Fernsehen | | |
|-----------|------|---------------|----------------------------|-----|
| | | täglich | mindestens 1 x wöchentlich | nie |
| Lehrlinge | 1982 | 42 | (89) | (0) |
| | 1984 | 24 | (86) | (0) |
| Studenten | 1982 | 14 | (75) | (2) |
| | 1984 | 7 | (65) | (3) |
| Arbeiter | 1982 | 41 | (87) | (1) |
| | 1984 | 39 | (81) | (2) |

Bei Lehrlingen und Studenten ist der Anteil der täglichen Zuschauer beim DDR-Fernsehen nahezu halbiert. Diese Ergebnisse verdienen besondere Beachtung, weil sie die Fernsehnutzung vor und nach der Veränderung der Programmstrukturen im DDR-Fernsehen und also Erfahrungen mit der "alternativen Programmgestaltung" widerspiegeln.

5. Das Fernseh-drama (sei es als Kino- oder Fernsehfilm bzw. -spiel) steht deutlich im Zentrum des Fernsehgebrauchs. Diese Tatsache entspricht sowohl den Interessenstrukturen jugendlicher Fernsehzuschauer wie dem Programmangebot. Rechnet man die Ergebnisse auf ein Jahr hoch, so sehen junge Werktätige und Studenten schätzungsweise jährlich:

- 80 Spielfilme
- 55 Fernsehfilme und -spiele
- 50 Teile von Fernsehserien
- 65 Musiksendungen
- 50 Unterhaltungssendungen.

Dazu kommen noch weitere, hier nicht erfaßte Sendungen (z. B. Sportsendungen in ähnlicher Größenordnung).

Im Verhältnis zum Angebot ist die Nutzung von Musiksendungen sehr hoch - wahrscheinlich findet angesichts des starken Interesses an Musiksendungen hier eine geringere Selektion statt als etwa bei Fernseh-dramen.

Tab. 20: Schätzwerte für die jährliche Nutzung ausgewählter Fernsehangebote in Abhängigkeit von der Tätigkeit (in Klammern: Durchschnitt für 14 Tage)

| | Film | Fernseh- spiel/film | Serie | Musik | Unter- haltung |
|-----------------------------|----------|------------------------|----------|----------|-------------------|
| Lehrlinge | 95 (3,6) | 65 (2,5) | 65 (2,4) | 75 (2,8) | 45 (1,8) |
| Lehrlinge/ Abitur | 85 (3,2) | 60 (2,4) | 55 (2,1) | 65 (2,5) | 40 (1,7) |
| Studenten | 75 (3,3) | 35 (1,3) | 25 (1,0) | 35 (1,3) | 35 (1,3) |
| Arbeiter | 95 (3,7) | 70 (2,7) | 60 (2,1) | 80 (3,2) | 65 (2,5) |
| Angestellte/ Intelligenz | 75 (2,9) | 45 (1,8) | 55 (2,1) | 60 (2,2) | 50 (2,0) |

Die höchsten Nutzungsfrequenzen für alle (fernseh-) dramatischen Sendungen weisen Jugendliche aus, die mit dem kulturellen Angebot in ihrem Wohnort/-gebiet nicht zufrieden sind (sie sehen etwa 20 Spielfilme pro Jahr im Fernsehen mehr - das ist normalerweise die Zahl der im Kino pro Jahr gesehenen Spielfilme!). Fernsehen erfüllt in diesem Bereich deutlich auch Ersatzfunktionen gegenüber der regionalen kulturellen Infrastruktur.

Es überrascht nicht, wenn Jugendliche mit täglicher Zuwendung zu Fernsehprogrammen besonders hohe Nutzungsfrequenzen für die ausgewählten Sendungen verzeichnen.

Allerdings ist es bemerkenswert, daß dies für alle ausgewählten Sendungstypen und gleichermaßen auf das DDR- und BRD-Fernsehen zutrifft.

6. Weniger den Nutzungsfrequenzen als mehr den Erwartungen und Fernsehinteressen entsprechen die Angaben über die am besten gefallene Fernsehsendung der letzten Zeit. Insgesamt nannten 63 % mindestens eine Sendung (L.: 70 %; Arb.: 60 %, Stu.: 46 %).

Davon entfielen:

- 30 % auf Spielfilme bei einem NSW-Anteil von 26 % (L.: 28 % nannten Spielfilme, Arb.: 23 %; Stu.: 45 %! - der NSW-Anteil ist bei Lehrlingen am höchsten);
- 22 % auf Jugend- und jugendorientierte Musiksendungen (L.: 27 %; Arb.: 19 %; Stu.: 14 %) mit einem hohen Anteil von BRD-Sendungen;
- 19 % auf Fernsehserien, darunter 13 % NSW-Produktionen (L.: 25 %; Arb.: 10 %; Stu.: 10 %);
- 7 % auf "große" (Samstagabend) - Unterhaltung (Arb.: 11 %; L.: 4 %) und 3 % andere Unterhaltungssendungen (Arb.: 7 %; L.: 2 %; Stu.: 1 %);
- je 6 % auf Sportsendungen bzw. Ratgeber- und Bildungssendungen (auch hier jeweils am häufigsten von jungen Arbeitern genannt);
- 7 % auf sonstige Fernsehsendungen.

Aus methodischen Gründen (Frageformulierung) ist eine genaue Auswertung der Anteile des DDR- bzw. BRD-Fernsehens an den am besten gefallenen Fernsehsendungen nicht statthaft.

Dennoch wird deutlich, daß im Bereich des Films und der Fernsehserien der Einfluß sozialistischer Produktionen recht gering ist. Wie in anderen Bereichen des Medienverhaltens bestehen jedoch erhebliche Unterschiede, die mit dem (kulturellen) "Klima" in den verschiedenen FDJ-Kollektiven zusammenhängen. Das verweist auf die Chancen, mit einem reichen und gehaltvollen kulturellen Leben im FDJ-Kollektiv auch auf die Herausbildung von Fernsehgewohnheiten und -bewertungsmaßstäbe einzuwirken.

4. Einbeziehung der Massenmedien in das Leben der FDJ-Gruppen

Es zählt zu den gesicherten Erkenntnissen der Massenkommunikationsforschung, daß Medienangebote in ihrer Wirksamkeit durch Gruppenkommunikation wesentlich modifiziert werden und zugleich eine Bereicherung des geistigen Lebens von Gruppen darstellen können. Auch die vorliegende Untersuchung läßt die Impulse erkennen, die von einer gut arbeitenden FDJ-Gruppe auf geistiges Leben ihrer Mitglieder ausgehen.

Allerdings lassen viele Ergebnisse vermuten, daß der Mediengebrauch selbst eine vom kulturellen Alltag in den FDJ-Gruppen relativ abgehobene Tätigkeit darstellt.

Das ist einerseits völlig normal und entspricht dem Charakter der Medienkommunikation als Freizeittätigkeit. Andererseits verweist es auf ungenützte Möglichkeiten in der Arbeit der FDJ, auf den Mediengebrauch Jugendlicher durch Gespräche, Orientierungen, Hinweise usw. qualifizierend einzuwirken und die beträchtlichen Medienerfahrungen junger Leute für die FDJ-Arbeit in den Gruppen nutzbar werden zu lassen.

Folgende Ergebnisse verdienen besondere Aufmerksamkeit:

1. Unverändert hoch ist das Ausmaß, in dem Jugendliche auf vielfältige Weise Angebote der Massenmedien zum Gegenstand von persönlichen Gesprächen machen. In der Woche vor der Untersuchung hatten 83 % (37 % ausführlich) über im Fernsehen gezeigte und 78 % (39 % ausführlich) über im Kino laufende Spielfilme gesprochen, 73 % über Rockmusik (29 % ausführlich), 77 % über politische Ereignisse (22 % ausführlich). 88 % (55 % ausführlich) sprachen über Erlebnisse in Schule, Beruf und Studium.

Tab. 21: Interpersonale Kommunikation zu ausgewählten Themen in einer Woche (in %) -
 1. Zahl: insgesamt, 2. Zahl in Klammern: ausführliche Gespräche)

| | Politik | Musik | Film/Kino | Film/TV | Alltag |
|-----------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| Lehrlinge | 68 (14) | 80 (37) | 80 (46) | 90 (44) | 87 (52) |
| Arbeiter | 80 (21) | 70 (21) | 70 (32) | 89 (38) | 78 (37) |
| Studenten | 93 (38) | 68 (19) | 87 (41) | 60 (21) | 98 (82) |

Im Vergleich mit früheren Untersuchungen liegen 1984 die Werte für Gespräche über Spielfilme höher, die für politische Gespräche niedriger als 1979 und 1982.

2. Gemessen an der Häufigkeit interpersonaler Kommunikation insgesamt sind die Diskussionen im Rahmen von FDJ-Veranstaltungen zu Medienangeboten relativ spärlich. Dabei zeigt sich, daß die FDJler mehrheitlich an diesen Diskussionen teilnehmen, wenn es sie gibt. Offenbar fehlt es vielerorts nur an wirksamen Impulsen und Hinweisen.

Tab. 22: Beteiligung an ausgewählten Aktivitäten der FDJ-Gruppe im letzten halben Jahr (in %)

| | Stattfinden | Beteiligung | Nichtbeteiligung |
|---|-------------|-------------|------------------|
| politische Gespräche | 80 | 74 | 6 |
| Diskussionen über Musik | 40 | 34 | 4 |
| Diskussionen über Filme | 35 | 32 | 3 |
| gemeinsame Besuche von Kunsteinrichtungen | 34 | 30 | 4 |
| Buchdiskussionen | 16 | 12 | 4 |

Am häufigsten haben Studenten an den genannten Formen kultureller, kollektiver Aktivität teilgenommen, am wenigsten Lehrlinge. Auffällig ist, daß die jüngeren Altersgruppen unter den Lehrlingen, Arbeitern und Studenten weniger an Diskussionen teilnahmen, obwohl sie ein ausgeprägtes Medienverhalten, insbesondere in den Bereichen Musik und Film realisieren.

Insgesamt ist zu konstatieren, daß es noch zu selten gelingt, an der beträchtlichen Medienerfahrung und der Aktivität in informellen Diskussionen über Medienangebote anzuknüpfen und so das politische und kulturelle Leben der FDJ-Gruppen "anzureichern". Daß in jenen Gruppen, in denen dies gelingt, Diskussionen über Medienangebote und/oder Kunstwerke als "Ausweis" eines guten kulturellen Lebens gelten, zeigt Tabelle 23.

Tab. 23: Stattfinden von und Beteiligung an Diskussionen im Rahmen der FDJ-Gruppe in Abhängigkeit von der eigenen kulturellen Aktivität und der Bewertung der Arbeit der FDJ-Gruppe (in %; S = Stattfinden; B = Beteiligung)

| | Diskussionen über | | | | | | | |
|------------------|-------------------|----|-------|----|-------|----|--------|----|
| | Politik | | Musik | | Filme | | Bücher | |
| | S | B | S | B | S | B | S | B |
| selbst kulturell | | | | | | | | |
| sehr aktiv | 79 | 74 | 53 | 48 | 50 | 45 | 23 | 17 |
| aktiv | 87 | 83 | 47 | 43 | 41 | 38 | 18 | 16 |
| passiv | 73 | 65 | 33 | 28 | 28 | 24 | 12 | 8 |
| Gruppe | | | | | | | | |
| aktiv | 89 | 84 | 47 | 42 | 41 | 38 | 20 | 16 |
| passiv | 68 | 61 | 32 | 28 | 26 | 22 | 8 | 6 |

Hervorzuheben sind folgende Ergebnisse:

- Wenn Diskussionen stattfinden, so nehmen an ihnen auch die Mehrheit der kulturell wenig aktiven Jugendlichen bzw. FDJler in wenig aktiven Gruppen teil. Zwar sind die Zusammenhänge zwischen der Einschätzung der Aktivität der Gruppe bzw. der eigenen Aktivität und der Teilnahme an Diskussionen in der FDJ-Gruppe deutlich, doch bleibt in allen Fällen die Relation zwischen Stattfinden und Teilnahme ähnlich hoch.

- Auch in aktiven Gruppen bzw. bei kulturell aktiven FDJlern liegt der Anteil der Beteiligung an Medien-/Kunstdiskussionen unter 50 % (politische Gespräche ausgenommen). Das ist gemessen an den Medienereignissen in einem halben Jahr zu wenig.

- Eine Analyse in einzelnen ausgewählten Gruppen erbringt - wie in anderen Bereichen des kulturellen Lebens in den Kollektiven - beträchtliche und durchaus ungerechtfertigte Unterschiede. Hinter den (Durchschnitts-) Ergebnissen in den Tabellen 22 und 23 verbirgt sich eine hohe Differenziertheit! Sie reicht, um nur wenige Beispiele zu nennen, bei Diskussionen
- über Bücher bei Studenten von 0 % Teilnahme (Zittau) bis 23 % (Uni Greifswald), bei Lehrlingen von 0 % (Görlitz) bis 25 % (Thale), bei Arbeitern von 0 % (Greifswald, Ilmenau bis 32 % (Freital);
- über Filme bei Studenten von 21 % (Zittau) bis 62 % (Ilmenau), bei Lehrlingen von 10 % (Hildburghausen) bis 53 % bei Arbeitern von 6 % (Ilmenau) bis 55 % (Suhl)!

Teilweise sind auch die Unterschiede innerhalb eines Betriebes, einer Sektion usw. beträchtlich, sie hängen natürlich auch von den dominierenden Interessenkonstellationen in den FDJ-Gruppen ab. Dennoch bleibt in einer u. E. zu großen Zahl von FDJ-Gruppen diese Möglichkeit zur Gestaltung eines attraktiven, an den Medienerfahrungen und -interessen der Mitglieder anknüpfenden kulturellen Lebens ungenutzt.

Wir schlagen vor, daß die kollektive Auseinandersetzung mit Medienangeboten in den Orientierungen der Leitungen für die politische und kulturelle Arbeit der FDJ-Gruppen größere Beachtung findet. Sie sollte u. E. dabei den eigenständigen Wert und die Polyfunktionalität massenmedial vermittelter (Kunst-) Angebote hervorheben, und einer Reduzierung auf "Illustration" i. e. S. politisch-ideologischer Probleme aktiv begegnen.