

- Heme (Eds.), *Concepts of personality*. Chicago: Aldine.
- Erikson, E. H. (1968) *Identity, youth and crisis*. New York: Norton.
- Grotevant, H. D. & Cooper, C. R. (1981) Assessing adolescent identity in the areas of occupation, religion, politics, friendship, dating and sex roles: Manual for administration and coding of the interview. *Journal of Supplement Abstract Service, Catalog of Selected Documents in Psychology (American Psychological Association)*, 11, No. 3 (Aug.).
- Kaplan, B. (1983). A trio of trials. In R. M. Lerner (Ed.), *Developmental psychology: Historical and philosophical perspectives*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Kopp, C. B. (1982). Antecedents of self-regulation: a developmental perspective. *Developmental Psychology*, 39, 133-145.
- Mönks, F. (1968). Future time perspective in adolescents. *Human Development*, 11, 107-123.
- Nurmi, J. E. (1983). Nuorten tulevaisuuden suuntaaminen (Future orientation in adolescence). *Psychological Research Reports (University of Turku)*, No. 67.
- Pulkkinen, L. (1982). Self-control and continuity from childhood to late adolescence. In P. B. Baltes & O. G. Brim (Eds.), *Life-span development and behavior, Vol. 4*. New York: Academic Press.
- Pulkkinen, L. (1983 a). Finland: the search for alternatives to aggression. In A. P. Goldstein & M. Segall (Eds.), *Aggression in global perspective*. New York: Pergamon Press.
- Pulkkinen, L. (1983 b). Youthful smoking and drinking in a longitudinal perspective. *Journal of Youth and Adolescence*, 12, 253-283.
- Pulkkinen, L. (1984). *Nuoret ja kotikasvatust (Youth and home environment)*. Helsinki: Otava.
- Shotter, J. (1975). *Images of man in psychological research*. London: Methuen
- Trommsdorf, G. (1983) Future orientation and socialization. *International Journal of Psychology*, 18, 381-406.
- Trommsdorf, G., Lamm, H. & Schmidt, R. W. (1979). A longitudinal study of adolescents' future orientation (time perspective). *Journal of Youth and Adolescence*, 8, 131-147.

Lea Pulkkinen
Department of Psychology
University of Jyväskylä
40100 Jyväskylä, Finland

Subjektive Begründungen für den Konsum von Video-Filmen aus der Sicht von Kindern und Jugendlichen

HELMUT LUKESCH

Institut für Psychologie Universität Regensburg

Subjective Reasons for Video-viewing in Children and Adolescents

Summary: In the frame of a study about the mass-media behavior of 4089 children and adolescents it was tried to find out reasons for video-viewing by questionnaire methods. The results show that the possibilities which are connected with the video-recorder itself make video-viewing most attractive. Causes in connection with the peer-group (e.g. "my friends are also looking", "it's a method for spending leisure-time with friends") take the second place. Statements which comprehend the reaching of the status of adults are ranging next (e.g. "by viewing video-films you feel to be adult", "it makes fun, because it's forbidden for me"). Only a minority agrees with statements indicating a situation of anomia (e.g. "I have no other leisure-time possibilities", "I just don't know"). Agreement with the different motives parallels the real amount of video-viewing. So you can find a higher agreement in boys than in girls, in adolescents than in children, in members of lower than in upper classes and in pupils out of schools with lower achievement standards. Video-viewing can be interpreted as a certain peeroriented life-style and the behavior tendencies fit the assumptions of the so called uses-and-gratification-approach.

Zusammenfassung: Im Rahmen einer Medienkonsumstudie an 4089 Kindern und Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 16 Jahren wurden auch Begründungen für den Gebrauch des neuen Mediums Video erfragt. Die Ergebnisse machen deutlich, daß aus der subjektiven Sicht der Befragten den Begründungen, die von den zusätzlichen Möglichkeiten des Videorecorders selbst ausgehen, am deutlichsten zugestimmt wird, peerorientierte Gründe nehmen den zweiten Platz ein, Statusangleichung an Erwachsene den dritten. Relativ selten wird eine anomische Situation, gekennzeichnet durch einen Mangel an Freizeitalternativen, als Beweggrund angesehen. Es besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Zustimmung zu den einzelnen Begründungen und dem Ausmaß des Videokonsums selbst, d.h. Video-Vielseher akzeptieren für sich mehr Gründe für diese Art des Medienverhaltens. Daher bestehen höhere Zustimmungssatzsätze bei männlichen Befragten, älteren, Angehörigen der sozialen Unterschicht und Hauptschülern. Der Videokonsum selbst kann als Aspekt eines bestimmten peerorientierten Verhaltensstiles gesehen und somit innerhalb des sog. Nutzen-Ansatzes interpretiert werden.

Problemstellung

Der Konsum von Video-Filmen ist wegen des beträchtlichen Anteiles von als jugendgefährdend eingestuftem Filmen, die auf dem kommerziellen Markt angeboten werden, eingehend problematisiert worden (Rucktäschel & Steffen, 1984). Ende 1985 gab es über 900 Video-Filme, die von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften indiziert, d.h. mit einer Verbreitungs-, Werbe- und Angebotsbeschränkung gegenüber Kindern und Jugendlichen versehen waren. Grob geschätzt, ist ein Sechstel des kommerziellen Video-Angebotes von dieser Maßnahme betroffen, wobei ein Ende der Indizierungswelle noch nicht in

Sicht ist. Diese Situation ist allerdings zu relativieren, da 75% der Video-Abspielungen aufgedruckte Fernsehsendungen betreffen (Wiedemann, 1984), das kommerzielle Angebot also nur ein Viertel des Videokonsums bei Erwachsenen einnimmt. Bei Jugendlichen sollen ebenfalls mehr als die Hälfte aller Videos aus aufgezeichneten Fernsehsendungen bestehen (Landratsamt Lindau, 1984). Während die empirische Evidenz hinsichtlich quantitativer und qualitativer Aspekte des Konsums von Video-Filmen bei Kindern und Jugendlichen zunehmend besser wird (Akademie Dillingen, 1985), bleiben Aussagen über Ursachen und Motive zum Videokonsum weit-

gehend im Bereich der Spekulation. Ursachenvermutungen werden dabei auf höchst unterschiedlichen Ebenen thematisiert:

(1) Eine erste Gruppe möglicher Verursachungsfaktoren ist auf gesellschaftlicher Ebene angesiedelt, wobei Aspekte heutiger hochtechnologisierter und arbeitsteiliger organisierter Industriegesellschaften in kulturkritischer Weise ausgesprochen werden. Die Rede ist dabei z. B. von einer Zunahme an Freizeit (auch in Form von Arbeitslosigkeit, Stürmer, 1984), von entpersönlichten Lebensformen (Bezirksregierung Hannover, o.J.), einem Mangel an Erlebnismöglichkeiten (Hamburg-Nord, 1984; Aktion Jugendschutz, 1984). Videokonsum sei ein „Symptom für die in der Gesellschaft latent oder manifest vorhandene Gewalt“ (Akademie Dillingen, 1985, S. 27), die Folge von gesellschaftlich bedingten Streß- und Frustrationserlebnissen (Bezirksregierung Hannover, o.J.), von „Härte und Skrupellosigkeit in Schule und Arbeit“ (Hamburg Nord, 1984) bzw. von Frustrationserlebnissen in Familie und Schule (Mags, 1984).

(2) Auf individueller Ebene wird vorwiegend die eskapistische oder kompensatorische Funktion des Mediengebrauchs als Ursache für die Video-Nutzung erwähnt. Wie schon bei anderen Medien, wird im Video-Gebrauch eine Fluchtmöglichkeit aus dem Alltag gesehen (Sustek, 1984), durch das Miterleben werde eine „Kompensation des Gefühls eigener Bedeutungslosigkeit“ (Brandes, 1985) erreicht, aggressive Tendenzen würden auf Vorstellungsebene ausgelebt werden, ohne daß gesellschaftliche Sanktionen zu fürchten seien (Schreckenberg, 1983; Schumann, 1984). Selbstgewählte Aussetzung gegenüber Gewaltfilmen wird als Mittel zur Angstbewältigung (Abhärtung) gesehen (Hamburg-Nord, 1984; Schumann, 1984). Schließlich kann im Konsum bestimmter Videos auch ein Schritt in Richtung des Erwerbes der Erwachsenenposition gesehen werden.

(3) Der Einfluß der Familie auf den Videokonsum wird vor allem im elterlichen Vorbild (sowohl in Hinblick auf die Quantität wie auch die bevorzugten Genres) gesehen (Mags 1984), wobei von einem „geringen Erziehungsbewußtsein bei Erwachsenen“ (Glogauer, 1985)

und darüber hinausgehend allgemein von „desolaten Familienverhältnissen“ (Stürmer, 1984) gesprochen wird. Andererseits wird auch behauptet (Mags, 1984; Aktion Jugendschutz, 1984), daß durch Erzieher aufgestellte Verbotsschranken wenig nützen bzw. sogar den gegenteiligen Effekt zur Folge haben können („Reiz des Verbotenen“).

(4) Gerade bei Jugendlichen muß noch die gruppenspezifische Funktion des Medienkonsums hervorgehoben werden. Das Anschauen von Video-Filmen kann als gemeinschaftliches Handeln mit dem Effekt des Aufbaues stabiler Beziehungen in der Peergruppe angesehen werden. Dieser Aspekt wird zumeist in der sensationsheischenden Form vertreten, daß Videokonsum als „Mutprobe“ durch die Clique erzwungen werde (Aktion Jugendschutz, 1984; Mags, 1984).

(5) Als letzter, und vor allem durch Medienexperten hervorgehobener Bereich sollen die Möglichkeiten, die durch das Gerät selbst eröffnet werden, angesprochen werden. Der „Videonutzer (kann) sein eigener Intendant sein“ (Stoffers, 1982, S. 98). Neben der selektiveren Nutzung der Programmangebote der Fersehanstalten (zeitversetztes Fernsehen, Mehrfachabspielungen, Aufhebung der „Flüchtigkeit“ von Fernsehprogrammen“), ist eine umfassende Programmerweiterung durch den Zugriff auf die etwa 6000 kommerziell vertriebenen Video-Filme möglich. Diese Erhöhung der Freiheitsgrade selbstbestimmten Verhaltens findet allerdings keine uneingeschränkt zustimmende Resonanz bei den sog. Medienverantwortlichen, bei Politikern oder gesellschaftlichen Pressure-Groups, da hier staatliche Einfluß- und Kontrollmöglichkeiten weitgehend verlorengegangen sind.

In diesen Spekulationen über Motive, Anlässe oder Ursachen des Video-Konsums spiegelt sich eine kulturkritische, ja sogar kulturpessimistische Haltung, die von einem großen Mißtrauen gegenüber der Selbstbestimmungsfähigkeit der Video-Konsumenten zeugt. Die Erfahrungsbasis für die angestellten Vermutungen ist schmal, auf Einzelbeobachtungen beschränkt, systematische Überprüfungsversuche fehlen. Dies muß nicht heißen, daß die

angesprochenen Verursachungsbereiche nicht von Bedeutung wären, der Stellenwert der zusammengetragenen Argumente ist aber ohne empirische Absicherung nicht abzuschätzen.

Eine Möglichkeit zu einer schrittweise fundierteren Ursachenanalyse ergibt sich über die Sammlung subjektiver Einschätzungen der Anlässe zum Video-Konsum. Eine Zusammenstellung vorliegender Angaben (Kreisverwaltung Altenkirchen, 1984; Müller, o.J.; Stadt Erlangen, 1985; Stadt Ennepetal, 1985) ergibt vor allem Situationen aus dem individuellen Erfahrungsbereich, gesellschaftliche und auch familiäre Verursachungen lassen sich auf dem individuellen Reflexionsniveau kaum finden. Aber selbst diese Angaben sind nicht nach den Regeln sozialwissenschaftlichen Arbeitens zusammengestellt. Methodische Überlegungen (keine repräsentativen Stichproben, einseitige Frageformulierungen, oberflächliche Auswertungen) lassen die vorliegenden Ergebnisse allenfalls als qualitative Vorstudien ohne systematische Fundierung erscheinen. Ausgehend von dieser Situation wurde von uns im Rahmen einer Medienstudie an Kindern und Jugendlichen (Lukesch, 1985 a, b) versucht, die subjektiven Begründungen für die Faszination, die von dem neuen Medium Video ausgeht, näher zu erfassen.

Methodik

Instrument

Die Untersuchung wurde mittels eines Fragebogens mit (fast ausschließlich vorgegebenen) Antwortmöglichkeiten vorgenommen. Aufgrund der vorliegenden Verursachungsvermutungen und den bisherigen Erhebungen zu diesem Thema wurden die möglichen Gründe, die uns einer direkten Bewertung zugänglich erschienen, in Feststellungen überführt, zu denen mittels eines alternativen Antwortmodus (trifft zu/trifft nicht zu) Stellung genommen werden konnte (zur Fragenformulierung vgl. Tabelle 1).

Stichprobe

Die Medienuntersuchung wurde an 4089 Schülern aus 7. bis 9. Schulstufen in Bayern durchge-

führt. Die Aufteilung nach dem Geschlecht war annähernd paritätisch (51.6% Jungen). Von den Befragten besuchten 45.3% (= 1824) eine Hauptschule, 31.4% (1263) eine Realschule und 23.3% (937) ein Gymnasium. Verglichen mit den Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung (1984) entsprach der Hauptschüleranteil genau den Verhältnissen in der Population (46%). Realschüler waren um ca. 2% zu viel und Gymnasiasten entsprechend weniger in der Stichprobe vertreten. Nach der Zugehörigkeit zu Wohnortgrößenklassen ist in der Stichprobe eine Tendenz zur Überrepräsentation von Befragten aus dörflichen Wohnorten zu Ungunsten von solchen aus großstädtischen Bereichen gegeben. Die Sozialschichtverteilung entspricht wiederum relativ genau den Populationsverteilungen (zur genaueren Analyse vgl. Lukesch, 1985 a). Für die folgende Darstellung werden nur die Befragten berücksichtigt, die zumindest über eine Zugangsmöglichkeit zu Video-Filmen besitzen, das sind 73.4% der Gesamtstichprobe bzw. 3001 Probanden

Ergebnisse

In Tabelle 1 ist, geordnet nach der Höhe der Zustimmungssatzsätze, die Grundverteilung der Antworten auf die einzelnen Feststellungen sowie Aufteilungen nach den wesentlichen sozio-demographischen Hintergrundmerkmalen angegeben (Unterschiede in den Antwortverteilungen wurden über Chi-Quadrat-Tests ermittelt).

Die Begründungen für den Video-Konsum, welche die meisten Zustimmungen erhielten, sind alle an die speziellen Nutzungsmöglichkeiten des Mediums selbst geknüpft. Die Freiheit von den Vorgaben des Fernsehens, die eigene Wahlmöglichkeit und spezielle Qualitäten der über dieses Medium erschließbaren Filme stehen im Vordergrund. Mit deutlichem Abstand rangieren Zustimmungen zu Feststellungen, welche eine Orientierung am Verhalten von Freunden beinhalten. Dabei wird eher die Selbstverständlichkeit dieses Verhaltens betont und nicht so sehr an einen Zwang gedacht, der von der Peergruppe ausgehen könnte. Hervorgehoben muß werden, daß das „Mut-

Tabelle 1: Stellungnahmen zu Video-Filmen, Gesamtverteilung sowie Aufteilungen nach Geschlecht, Alter, Sozialschicht, Schularzt und Wohnortgröße (Angaben in % der „Triff-zu“-Antworten)

Kategorien	Geschlecht		Alter			Sozialschicht			Schularzt		Wohnortgröße												
	Gesamt	Jungen	Mädchen	bis 13	14	15	16 u.m	OS	OMS	MMS	UMS	US	HS	RS	GY	Dorf	KST	GS					
man sieht andere Filme als im Fernsehen	88,4	90,2	86,3	**	83,2	87,2	91,0	93,0	**	90,5	84,5	87,1	90,3	89,1	*	88,8	91,5	81,3	**	87,1	89,8	89,4	ns
sie sind eine interessante Unterhaltung	83,0	84,8	80,8	**	82,6	81,8	84,9	82,2	ns	78,6	80,9	82,5	82,2	86,6	ns	83,4	85,5	77,0	**	83,2	82,8	82,9	ns
man kann sie selber auswählen	81,0	81,0	81,0	ns	72,6	78,3	85,6	90,2	**	81,2	79,9	82,7	79,5	79,2	ns	79,9	84,6	77,3	**	79,1	81,8	83,9	ns
sie sind abwechslungsreich	80,3	81,5	78,7	ns	75,7	79,7	83,5	81,2	**	75,0	80,0	79,7	81,0	80,2	ns	82,0	82,4	71,4	**	81,4	79,4	78,8	ns
sie sind gruselig und spannend	67,1	72,8	60,4	**	60,4	65,3	72,5	69,9	**	55,3	61,5	67,4	67,2	68,1	*	71,4	70,7	47,6	**	68,3	65,2	68,7	ns
meine Freunde schauen die Videofilme auch an	53,9	56,1	51,6	*	49,6	53,2	57,2	54,3	*	46,1	50,8	51,6	56,1	53,2	ns	58,7	51,6	43,6	**	57,0	50,9	50,7	**
es ist eine Form, um miteinander etwas zu unternehmen	39,8	40,8	38,4	ns	33,4	37,6	44,8	43,9	**	26,7	36,3	40,9	40,6	41,2	*	40,9	42,2	32,4	**	40,8	43,4	29,2	**
anschauen, was Freunde sehen, auch wenn es mir nicht gefällt	22,0	22,0	22,0	ns	19,9	21,0	22,5	26,2	ns	13,8	15,7	23,7	21,8	23,4	**	24,8	21,0	15,2	**	23,6	20,4	20,7	ns
es macht Spaß, weil ich sie etg. nicht sehen dürfte	18,3	23,4	12,5	**	16,6	21,2	17,2	16,5	*	11,3	13,4	18,5	19,5	21,2	*	23,5	16,0	7,6	**	22,4	15,1	12,7	**
weiß ich nicht	12,4	11,4	13,6	ns	14,7	11,6	11,6	12,7	ns	5,6	10,5	12,8	13,6	12,5	ns	13,3	11,9	10,6	ns	13,5	12,3	9,1	ns
ich habe sonst nichts anderes zu tun	10,7	12,0	9,3	*	8,2	10,8	11,6	12,3	ns	4,4	8,3	11,6	11,3	9,0	ns	12,6	10,7	4,9	**	10,2	9,2	13,2	ns
man ist dabei schon richtig erwachsen	10,6	13,7	6,9	**	11,7	12,4	8,6	7,8	*	3,5	7,4	8,6	12,4	14,5	**	14,7	8,1	2,7	**	11,4	11,1	6,4	*
andere Freizeitmöglichkeiten habe ich nicht	4,2	5,5	2,6	**	4,7	4,5	3,2	3,9	ns	0,9	1,9	3,8	4,2	5,0	ns	6,2	2,6	1,2	**	4,5	3,6	3,9	ns
das Anschauen von Horror-Videos ist eine Mutprobe bei meinen Freunden	3,2	3,7	3,2	ns	4,1	3,5	3,2	1,5	ns	0,0	1,6	2,6	5,2	3,6	**	4,6	2,4	0,8	**	3,9	2,8	1,7	*
andere Gründe	16,0	12,6	20,2	**	16,9	14,0	15,6	17,3	ns	26,5	19,5	14,5	15,3	15,3	ns	14,4	12,6	26,6	**	15,8	15,5	16,1	ns

*) sign. 5% Niveau.

**) sign. 1% Niveau.

probenmotiv“ mit 3,2% Zustimmungen im Gegensatz zur populären Meinung ein höchst selten vorkommendes Ereignis darstellt. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Situation als Jugendlicher, das Umgehen von Verboten von seiten der Erwachsenen sind Konsummotive, die als Gruppe an dritter Stelle stehen. Am seltensten werden Begründungen genannt, die von mangelnden Alternativen ausgehen und eine anomische Situation indizieren. Unter der Restkategorie „andere Gründe“ werden z.T. Begründungen gegeben, die in der Liste schon enthalten waren (Unabhängigkeit vom Fernsehen, abwechslungsreich, Erholung) oder die nach den Vorerhebungen zu selten vorkamen, um in die Liste aufgenommen zu werden (man kann sie öfter anschauen, man kann etwas daraus lernen, man muß nicht in's Kino gehen). Ausgehend von den einzelnen Begründungen lassen sich eine Reihe von Beziehungen zu den einbezogenen sozio-demographischen Hintergrundmerkmalen finden:

(1) Die geschlechtsspezifischen Unterschiede verweisen darauf, daß fast alle Feststellungen von Mädchen weniger häufig bejaht werden als von Jungen. Dies hängt damit zusammen, daß Häufigkeit und Intensität des Video-Konsums bei Jungen stärker ausgeprägt sind als bei Mädchen. Die Unterschiede werden besonders dann groß, wenn sozial angepaßtes Verhalten thematisiert wird (z.B. „es macht Spaß, weil ich sie eigentlich nicht sehen dürfte“: Jungen 23,4%, Mädchen 12,5% Ja-Antworten). Diese Tendenz zum sozial erwünschten Verhalten ist als Geschlechtsrollenspezifikum bei so gut wie allen Aspekten des Medienkonsums zu finden (z.B. Buchlektüre bei Mädchen stärker ausgeprägt, Fernsehzeit bei Jungen größer).

(2) Mit zunehmendem Alter erfreuen sich fast alle Gründe einer höheren Zustimmung. Mit dem Alter abnehmende Zustimmungssätze finden sich naheliegender Weise bei den Feststellungen, „es macht Spaß, weil ich sie eigentlich nicht sehen dürfte“ und „man ist dabei schon richtig erwachsen“. Auch die „Mutprobe“ findet sich bei älteren Befragten seltener als bei jüngeren. Die größere Akzeptanz der vorgegebenen Begründungen bei älteren findet wiederum ein Pendant in dem mit

dem Alter steigendem Videokonsum. D.h. Änderungen im Medienkonsumverhalten gehen – global gesehen – mit motivationalen Umstrukturierungen einher, wobei aber nicht gesagt werden soll, daß die Angaben über Motivationen dem veränderten Medienverhalten tatsächlich vorausgehen müssen. Mit gleichem Recht können diese auch als durch die mit zunehmendem Alter veränderten Verhaltensmöglichkeiten veranlaßt interpretiert werden.

(3) Die Sozialschicht- und Schularztunterschiede weisen mit wenigen Ausnahmen darauf hin, daß Befragte aus unteren sozialen Schichten oder Hauptschüler die vorgegebenen Statements eher bejahen als Angehörige höherer sozialer Schichten oder als Gymnasiasten. Eine Ausnahme bildet die Kategorie „andere Gründe“, hier nennen Gymnasiasten häufiger individuelle Begründungen für den Videokonsum. Die Unterschiede in der Befürwortung der einzelnen Statements gehen wiederum den Angaben zum Videokonsum parallel, denn bei Hauptschülern oder Befragten mit niedrigerer Schichtzugehörigkeit sind längere Videozeiten zu finden. Der Vergleich der Sozialschicht- und Schularztunterschiede zeigt außerdem, daß die Schularztzugehörigkeit wesentlich deutlichere Effekte zeitigt als die Sozialschichtzugehörigkeit. Interpretativ kann dies auf einen größeren Einfluß der Peergruppe auf das Medienverhalten im Vergleich zur Herkunftsfamilie bei Jugendlichen in der Pubertät und Frühadolezenz zurückgeführt werden, wobei dieses Phänomen im Rahmen der Entwicklungspsychologie bekanntlich als Ablösungsprozeß von der Familie (Schenk-Danzinger, 1980) beschrieben wird.

(4) Die Stadt-/Land-Unterschiede hinsichtlich der Zustimmung zu den einzelnen Begründungen sind relativ spärlich. Es findet sich die Tendenz, daß peergruppenorientierte Begründungen von Befragten auf dem Lande (oder in Kleinstädten) häufiger Zustimmung finden als bei Jugendlichen aus dem großstädtischen Bereich. Auch die Auseinandersetzung mit dem Status als Jugendlicher („man fühlt sich dabei schon richtig erwachsen“) scheint in der Großstadt weniger bedeutsam zu sein als bei Befragten in ländlichen Regionen.

Diskussion

Aus der Sicht jugendlicher Medienkonsumenten liegen die faszinierendsten Gründe für den Videokonsum in den Möglichkeiten, die mit dem Recorder selbst eröffnet werden. D.h. in der subjektiven Einschätzung sind es die mit dem Gerät verbundenen Handlungs- und Erlebnismöglichkeiten, die für seine Verwendung sprechen, so wie dies auch vorrangig von Medienexperten herausgestellt wurde (Wiedemann, 1984; Stoffers, 1982).

Die gruppendynamische Funktion des Medienkonsums steht in den subjektiven Begründungen an zweiter Stelle. Der Videokonsum stellt dabei einen Aspekt peergruppenorientierten Verhaltens dar, wobei das Phänomen besser im Rahmen des „uses and gratification approaches“ (Hunziker, 1982) zu interpretieren ist als im herkömmlichen Wirkungsmodell. Das Ansehen von Videofilmen ist Teil eines jugendkulturellen Verhaltensstils, der durch eine Vielzahl anderer, betont peergruppenorientierter Verhaltensweisen gekennzeichnet und der mit einer gewissen Distanz zu traditionellerweise als kulturell wertvoll erachteten Freizeitmöglichkeiten verbunden ist (Lukesch, 1986).

Videokonsum als Mittel zur Annäherung an den Erwachsenenstatus nimmt – mit deutlichem Abstand zu den vorhergenannten Begründungen – den dritten Rang ein. Offensichtlich ist dies nur für eine relativ kleine Gruppe (ca. 10 bis 20%) ein zusätzlicher Anreiz zum Videokonsum. Eventuell spiegelt sich darin auch die Tatsache wider, daß der Medienkonsum keine bedeutsame Reibungsfläche zwischen Eltern und ihren Kindern darstellt, die Jugendlichen also in dieser Hinsicht schon relativ frühzeitig autonom werden. Dies ist auch aus Untersuchungen über die familiäre Einbettung des Fernsehens bekannt: obwohl Eltern vorgeben, kontrollierend einzugreifen, läßt sich aus Beobachtungsstudien für die Korrektheit solcher Selbsteinschätzungen kaum ein Beleg finden. „im Alltagsverhalten dominiert bei einem Großteil der Erziehungsberechtigten das Laissez-faire-Prinzip“ (Horn, 1978, S. 31).

Ein Mangel an Freizeitmöglichkeiten, wie dies gerade bei Begründungen für den Videokon-

sum geschieht, die gesellschaftliche Gegebenheiten thematisieren, spielt in den Einschätzungen der jugendlichen Konsumenten selbst nur eine untergeordnete Rolle. Allerdings ist aufgrund der höheren Zustimmung bei Hauptschülern zu diesen Feststellungen ein indirekter Hinweis auf die Bedeutung vorhandener bzw. fehlender Anregungsmöglichkeiten, die mit bestimmten gesellschaftlichen Positionen verbunden sind, gegeben. Es wäre aber eine Fehleinschätzung, in einer anomischen Situation allein eine Erklärung für die zunehmende Verbreitung dieses neuen Mediums finden zu wollen.

Literatur

- Akademie für Lehrerfortbildung Dillingen (1985), *Gewalt in Video. Daten – Fakten – Handlungsmöglichkeiten*. Dillingen (Akademiebericht Nr. 89).
- Aktion Jugendschutz Schleswig-Holstein (1984), *Automatenspiele und Video – Unterhaltung oder Gefährdung?* Kiel: Eigenverlag.
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung. München 1984.
- Brandes, R. (1985). Videofilme – eine Herausforderung an die pädagogische Praxis. *Unsere Jugend*, 37, 95–103.
- Bezirksregierung Hannover (o.J.) *Gewalt und Horror in Videofilmen*. Studie als Gesprächsplattform für Konferenzen und Veranstaltungen in Schulen. Hannover: Eigenverlag.
- Glogauer, W. (1985). Konsum indizierter Videos durch Jugendliche nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung. *BPS-Report*, 1985/6, 1–4.
- Hamburg-Nord – Jugendhilfeplanung (1984). Arbeitsmaterialien als Tischvorlage zum Thema Video anläßlich der JWA-Sondersitzung am 17. 4. 1984. Hamburg (Jugendhilfeplanung N/D 5).
- Horn, I. (1978). Einstellungen und Verhalten der Eltern zum Fernsehen der Kinder. Ergebnisse aus Sonderuntersuchungen und Projektstudien. In ZDF (Hrsg.), *Familie und Fernsehen*. (S. 30–37). Mainz: ZDF (Schriftenreihe Medienforschung, Heft 21).
- Hunziker, P. (1982). Wirkungen und Nutzen. In H. J. Kagemann u. G. Weninger (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 247–252). München: Urban & Schwarzenberg.
- Kreisverwaltung Altenkirchen – Kreisjugendamt (Hrsg.) (1984). *Jugendliche und Video*. Befragungsergebnisse. Thesen. Anregungen. Materialien. Altenkirchen: Eigenverlag.
- Landratsamt Lindau – Kreisjugendpflege (1985). *Videoverhalten bei Kindern und Jugendlichen im Landkreis Lindau* (B.). Lindau: Eigenverlag.

Lukesch, H. (1986). *Video- und Fernsehkonsum und das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen*. Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie, 7 (im Druck).

Lukesch, H. (1985 a). Grunddaten zur Nutzung und Bewertung von Video-Filmen durch Kinder und Jugendliche. Regensburg: Unveröffentlichter Lehrstuhlbericht.

Lukesch, H. (1985 b). Grunddaten zur Verbreitung von Printmedien und zur Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen. Regensburg: Unveröffentlichter Lehrstuhlbericht.

Mags (Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW) (1984). *Jugendgefährdung durch gewaltdarstellende Video-Filme*. Düsseldorf: Eigenverlag.

Müller, O. (o.J.). *Schülerbefragung an Hauptschulen (10–15 J.) im Oberbergischen Kreis* o.O.: Eigenverlag.

Rucktäschel, A.; Stefan, R. (Hrsg.) (1984) *Video – Provokation ohne Antwort?* Hamburg: Katholische Akademie.

Schenk-Danzinger, I. (1980) *Entwicklungspsychologie*. Wien: Österreichischer Bundesverlag.

Schreckenberg, E. (1983) Die Leinwand im Wohnzimmer. Überlegungen zur Faszination des „Video-guckens“. *Weiterbildung und Medien*, 3/4, 2–4.

Schumann, M. (1984) Videorezeption von Jugendlichen: Horrorkabinett oder Fluchraum? *Pädagogik Extra*, 5, 24–28.

Stadt Ennepetal (1984). *Videokonsumverhalten Ennepetaler Schüler*. Ergebnisse einer Umfrage des Jugendamtes Ennepetal (vermutlich 1984).

Stadt Erlangen (1985). *Auswertung der Umfrage zum Thema „Video“ an Erlanger Schulen*. Erlangen: Eigenverlag.

Stürmer, M. (1984). Die Bedeutung von Video für das Konfliktverhalten von Kindern und Jugendlichen. In Aktion Jugendschutz (Hrsg.), *Informationsthema: Automatenspiele und Video – Unterhaltung oder Gefährdung?* (S. 25–49). Kiel: Eigenverlag.

Stoffers, M. (1982) Video zwischen Mündigkeit und Mediomanie. *Jugendschutz*, 27, 97–105.

Wiedemann, J. (1984). „Fernsehen wird durch Video erst schön“. Eine Synopse der rundfunk-eigenen Untersuchungen zum Videoverhalten. *Media Perspektiven*, 1984, 706–714.

Prof. Dr. Helmut Lukesch
Institut für Psychologie
Universität Regensburg
Universitätsstraße 31
D-8400 Regensburg