

Anmerkungen

- 1 Im folgenden sind Ergebnisse zum Konsumverhalten dargestellt, die in zwei Untersuchungen (an 300 Berufsschülern und 382 Realschülern) gewonnen wurden.
- 2 Weitere Ergebnisse: *Glogauer, W.*: Musik-Videos und Videoclips auf dem Vormarsch, in: *Musik und Bildung*, 7/8-1986, S. 639–643.
- 3 *Faulstich, W.*, in: *merz*, 5/1985, S. 263.
- 4 *Jugend und Video*, Kreisverwaltung Altenkirchen 1984.
- 5 *Ratzke, B.*: Bedürfnis nach Gewalt, in: *medien praktisch*, 2/1984.
- 6 *Rogge, J.*: Gewalt und Jugendkultur. Über Aneignung und Faszination von Horrorfilmen, in: *merz* 5/1984, S. 264.
- 7 BPS-Report, 6/1984, S. 10/11.
- 8 Diese Tabelle enthält alle von den Schulen angeführten indizierten Titel. Die Tabelle in meinem Beitrag „Konsum indizierter Videos durch Jugendliche nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung“ (BPS-Report, 6/1985, S. 1–4) gibt lediglich die indizierten Titel an, die von den Jugendlichen in den ersten drei Monaten nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung angesehen wurden.
- 9 *Glogauer, W.*: Konsum indizierter Videos durch Jugendliche nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung, in: BPS-Report, 6/1985, S. 1–4.

HELMUT LUKESCH

Kinder und Jugendliche als Videokonsumenten – eine Synopse aus der Sicht der empirischen Medienforschung

Vorbemerkung

Aufgrund journalistischer Meldungen über Video-Exzesse bei Kindern und Jugendlichen wurde die Öffentlichkeit nachdrücklich auf die von diesem Medium ausgehenden Gefährdungen verwiesen. Es bleibt allerdings zu fragen, ob die von Einzelbeobachtungen ausgehende moralische Entrüstung eine empirische Rechtfertigung findet. Pauschalierende Behauptungen, wie zum Beispiel, „die jugendgefährdende Machart eines Großteils der Videofilme schließt eine aktive, analysierende und aufarbeitende Beschäftigung mit ihnen weitgehend aus“ (*Kreisverwaltung Altenkirchen* 1984, S. 2), erschweren eher den Zugang zum Verständnis und zu der konkreten Verwendung dieser technischen Neuerung. Diese und ähnliche Behauptungen werden auch nicht der Tatsache gerecht, daß

- Video zunächst nur ein neues Speichermedium darstellt,
- der Videomarkt und das Angebot sich seit 1982 wesentlich verändert haben (*Radevagen & Zielinski* 1984) und
- daß sich etwa drei Viertel aller Video-Abspielungen auf Fernsehproduktionen beziehen (*Wiedemann* 1984; *Wild* 1986).

Außerdem ist neben dem sich ausbreitenden Aktionismus in bezug auf jugendschützerische Maßnahmen die empirische Videoforschung zu kurz gekommen, ja sie wurde sogar als hinderlich für die Einleitung zum Beispiel gesetzgeberischer Maßnahmen angesehen. Nachdem nun aber eine Situation relativer Ruhe nach einer Phase hektischen Treibens der Selbstrechtfertigung eingetreten ist, kann man in distanzierter, nüchterner und systematischer Weise der Frage nachgehen, wie es mit dem Videokonsum (im Rahmen des Medienkonsums allgemein) bestellt ist, welche Vermutungen und Befürchtungen zu Recht bestehen und welche nur als Überakzentuierung singulärer Ereignisse zu interpretieren sind. Darüber hinaus sind Ursachen- und Wirkungsfragen empirisch zu klären, und es ist zu überprüfen, welche Effekte die bisher eingeleiteten Maßnahmen (zum Beispiel durch die Veränderung der Jugendschutzbestimmungen) nach sich gezogen haben.

1. Kinder und Jugendliche als Video-Konsumenten

Soweit empirisches Material vorliegt (Vergleiche zu den Details der einzelnen Studien *Lukesch* 1987c), können folgende Aussagen über die Verbreitung von Video gemacht werden:

In etwa einem Viertel aller deutschen Haushalte ist ein Video-Recorder vorhanden, wesentlich geringer ist der Besitz an Video-Kameras, der aufgrund vorhandener Untersuchungen nur knapp an 3% heranreicht. Bereits in bezug auf dieses objektive Datum der Haushaltsdurchsetzung mit Video-Recordern treten typische sozio-demographische Unterschiede auf: Ein solches Gerät findet sich häufiger in städtischen als in ländlichen Haushalten, je niedriger der Bildungsstand, desto häufiger sind solche Geräte vorhanden (besonders häufig in Haushalten von Sonderschülern), überproportional hoch ist die Recorderausstattung in Ausländerhaushalten, diese Geräte finden außerdem eher Eingang in Haushalte, in denen ein Junge vorhanden ist. Bei all diesen Aussagen ist zu berücksichtigen, daß es sich hierbei zwar um statistisch abgesicherte Unterschiede handelt, daß diese Ergebnisse aber keinesfalls im Sinne eines Alles-oder-nichts-Ereignisses mißzuverstehen sind.

Im außerschulischen Erfahrungsbereich haben zwischen 70 und 90% aller Kinder und Jugendlichen bereits einmal Kontakt zu Video gehabt. Diese Zahlen vermitteln aber keinen realistischen Eindruck vom tatsächlichen Gebrauch des Mediums Video, da hier auch Fälle eingehen, die sich auf singuläre Kontakte beschränken. Frägt man nach Zeitbudgets bzw. läßt man die Häufigkeit der Videokontakte schätzen, so zeigt sich, daß jugendliche Video-Vielseher (Befragte mit täglichem oder mehrmaligem Konsum pro Woche) etwa 13% ausmachen, daß ca. 50% zu den Nicht- oder den extrem Selten-Sehern gehören (seltener als einmal pro Monat bzw. nie) und daß der Rest von 37% das Medium Video zwischen einmal pro Woche und einmal pro Monat nutzt. Auch diese Nutzungsdaten sind typischerweise mit soziodemographischen Hintergrundmerkmalen verbunden. Man kann ersehen, daß Jungen im Vergleich zu den Mädchen die intensiveren Videonutzer sind, daß Sonder- und Hauptschüler einen besonders häufigen Videokonsum pflegen, daß Video im städtischen Bereich mehr genutzt wird als im ländlichen und daß – ähnlich wie beim Fernsehkonsum – der Videogebrauch mit dem Alter ansteigt, wobei dies bis etwa dem 16. Lebensjahr gilt, danach kann man eher von einer Stagnation, zum Teil sogar von einem leichten Abfall des Videokonsums sprechen. Weitere intensive Videonutzer lassen sich unter ausländischen sowie bei arbeitslosen Jugendlichen finden.

Frägt man nach der Herkunft der Filme auf Videoband, so muß man als beträchtlichen Mangel der Video-Studien bei Kindern das Vergessen der Hauptbezugsquelle Fernsehen monieren. Die einzige Studie, bei der dieser Fehler nicht gemacht wurde (*Landratsamt Lindau* 1985), macht auch für diese Altersgruppe einen Prozentanteil von 53,5% aus, die ihre Videos aus den Fernsehprogrammen beziehen. Bei Kindern und Jugendlichen sind daneben die Direktausleihe aus einer Videothek bzw. die von Freunden erhaltenen Filme die nächstbedeutenden Bezugsquellen. Eltern und Geschwister stellen in 23 bzw. 20% der Fälle Videofilme zur Verfügung. Der Versandhandel, aus dem nur jeder zwölfte Befragte Filme bezieht (*Lukesch* 1985a), sollte wegen der möglicherweise angebotenen filmischen Genres nicht vergessen werden. Außerdem geben 18% der befragten Kinder und Jugendlichen an, Videofilme zu tauschen, wobei 2,5% dies häufig machen (*Lukesch* 1985a). Auch in bezug auf die einzelnen Herkunftsquellen wiederholt sich das Faktum, daß in den soziographisch zu definierenden Gruppen der Video-Vielseher alle diese Bezugsquellen besonders intensiv genutzt werden.

Unter qualitativem Aspekt stehen an der Spitze des Videokonsums Filme mit hohem Unterhaltungswert, d. h. entweder sehr spannungsgeladene (Action, Abenteuer) oder lustig-blödelnde Filme (Klamauk, Komödie). Zu den am meisten konsumierten Videofilmen sind auch noch Western und Krimis zu zählen. Mit bereits deutlichem Abstand rangieren Horror-, Grusel-, Kriegs- und Kung-Fu-Filme. Sex- und Porno-Filme rangieren sowohl in der Beliebtheit wie auch in der Konsumhäufigkeit noch weiter unten. Zieht man noch Angaben über die Filmgenres in Betracht, die von Kindern und Jugendlichen abgelehnt werden (*Lukesch* 1985a), so ist gerade diese Art von Filmen relativ häufig von solchen ablehnenden Stellungnahmen betroffen. Das soll aber nicht heißen, daß Filme solchen Inhalts nicht bekannt wären: in den einzelnen Untersuchungen wurde herausgefunden, daß zwischen 50% (*Lukesch* 1985a) und 4% (*Glogauer* 1985) zumindest einmal einen Sexfilm gesehen haben (wobei es wiederum einen beträchtlichen Interpretationsspielraum hinsichtlich dieses Begriffes gibt). Insgesamt nehmen diese Filme aber nur einen geringen Anteil der konsumierten Filme ein. Einen relativ unbedeutenden Anteil am Video-Konsum haben Heimat-, Lehr- und Sportfilme, politisch-historische Dokumentationen, Kulturfilme oder Filme über Freizeit und Hobbybetätigungen. Eine weitere Frage im Zusammenhang mit der Qualität des Videofilmkonsums bezieht sich auf die Verbreitung indizierter und beschlagnahmter

Filme. Bis Juni 1988 sind in der Bundesprüfstelle 1551 Video-Titel nach dem Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften (GjS) indiziert worden, weitere 45 Filme waren konfisziert (Ende 1985 waren ca. 900 Titel indiziert und 5 konfisziert). Gerade diese Videofilmarten spielen in der öffentlichen Diskussion eine große Rolle, da schädigende Wirkungen – ausgehend vom Konsum dieser Filme – erwartet werden. Soweit empirische Belege vorliegen, kann davon ausgegangen werden, daß zwischen 36% (*Lukesch* 1985a) und 41% (*Glogauer* 1985) der Jugendlichen zumindest einmal einen solchen Film gesehen haben. Als wesentliche soziodemographische Hintergrundmerkmale für die Kenntnis solcher Filme können das Alter der Befragten, ihr Geschlecht, die Schulartzugehörigkeit, regionale Gegebenheiten und – wie nicht anders zu erwarten – das Vorhandensein eines Video-Recorders in der Familie gelten. Völlig ungeklärt ist aber die Frage, ob sich durch die Änderung der Jugendschutzbestimmungen etwas in bezug auf den Konsum dieser Filme geändert hat. Trotz der gesellschaftlichen Brisanz dieser Frage liegen dazu keine aussagekräftigen Untersuchungen vor.

Befürchtungen über mögliche Wirkungen von Videofilmen werden unter anderem damit begründet, daß dieser Medienkonsum außerhalb der Kontroll- und Einflußmöglichkeiten der Eltern stattfindet (*Kreisverwaltung Altenkirchen* 1984; *Stürmer* 1984). Damit wiederholt sich ein Argument, das letztendlich auch hinsichtlich der verringerten staatlichen Einflußmöglichkeiten auf den Videokonsum insgesamt geltend gemacht wird. Obwohl die Angaben über die soziale Situation bei der Rezeption von Videofilmen weit auseinanderklaffen, ist die Tendenz erkennbar, daß die Mehrzahl der Videokontakte nicht zu Hause (meist mehr als 50%) bzw. nicht im Beisammensein mit den Eltern erfolgt. Das Anschauen von Videofilmen ist – wie auch weitergehende Analysen im Zusammenhang mit dem Freizeitverhalten insgesamt zeigen (*Lukesch* 1986) – keine isolierende Beschäftigung, sondern ein Ansatzpunkt für die Aufnahme von Peer-Kontakten. Dabei liegt es nahe, daß die mit dem Alter sich intensivierende Betätigung im Freundeskreis mit einer Abnahme dieser Freizeitbeschäftigung mit den Eltern einhergeht. Diese Verhaltenstendenz entspricht den allgemeinen Entwicklungsbestrebungen in Richtung vermehrter Unabhängigkeit von den Eltern und zunehmender Orientierung an Gleichaltrigen. Von daher ist es eine Verkennung der Realität, wenn davon gesprochen wird, „daß es die Kinder und Jugendlichen verstehen, ihren Videofilm-Konsum gegenüber Erwachsenen zu verheimlichen oder herunterzuspielen“ (*Glogauer* 1985a, S. 6). Etwas zu verheimlichen ist in der Regel nicht notwendig, da sich die Eltern generell nur wenig um das Medienverhalten ihrer heranwachsenden Kinder kümmern bzw. ihnen in diesen wie auch anderen Bereichen bereits ein eigenständiges Urteil zubilligen (z. B. haben nach den Ergebnissen der *Stadt Schweinfurt* [1984] 78% der Eltern davon Kenntnis, daß ihre Kinder indizierte Filme sehen, und 63,6% haben dagegen nichts einzuwenden). Der gemeinsame Video-Konsum unter Peers ist zudem Mittel zur Gruppenbildung, Anlaß für gemeinsame Gesprächsthemen und Gelegenheit zur Selbsterfahrung (*Schumann* 1984, S. 26).

2. Motivationen zum Video-Gebrauch

Während hinsichtlich der Nutzung des Mediums Video kumulierende und sich ausdifferenzierende empirische Evidenzen vorliegen, sind Antworten auf die Frage nach den Motiven für den Video-Gebrauch weitgehend spekulativer Natur. Kurz zusammengefaßt wird im allgemeinen die Faszination des Mediums Video auf die optimale Passung zwischen den Möglichkeiten dieses Mediums und individuellen Bedürfnisstrukturen bei gegebenem gesellschaftlichen Hintergrund zurückgeführt.

So werden primär durch den Video-Recorder die Freiheitsgrade eigenen Verhaltens erhöht. Beschränkungen durch die Angebote der Rundfunkanstalten fallen weg und – wie *Stoffers* (1982, S. 98) formulierte – der „Videonutzer (kann) sein eigener Intendant sein“; er verfügt über die Möglichkeit, „sich vom Diktat der Programmveranstalter zu befreien“. Durch den Recorder wird dabei sowohl eine selektivere Nutzung herkömmlicher Fernsehangebote möglich (Aufzeichnung von konkurrierenden Sendungen, zeitversetztes Fernsehen, Mehrfachabspielung von interessanten Filmen und Aufhebung der „Flüchtigkeit“ von Fernsehsendungen) wie auch eine umfassende Programmerweiterung durch den Zugriff auf die etwa 6000 kommerziell vertriebenen Video-Filme.

Diese durch den Video-Recorder eröffnete Perspektive trifft auf individuelle Bedürfnisstrukturen, die allgemein als durch gesellschaftliche Rahmenbedingungen präformiert gedacht werden, zu. Als solche allgemeinste Bedingungen werden Aspekte heutiger hochtechnisierter und arbeitsteiliger organisierter Industriegesellschaften in zumeist kulturkritischer Weise thematisiert (Zunahme an Freizeit, auch in der Form aufgedrängter freier Zeit durch Arbeitslosigkeit; das Leben wird als langweilig und wenig herausfordernd beschrieben [*Hamburg-Nord* 1984; *Aktion Jugendschutz* 1984]; Streß und Frustrationsergebnisse [*Bezirksregierung Hannover* o. J.]; „Skrupellosigkeit in Schule und Arbeit“ [*Hamburg-Nord* 1984]).

Auf individueller Ebene wird häufig die eskapistische oder kompensatorische Funktion des Mediengebrauchs im allgemeinen auch als Ursache der Video-Nutzung erwähnt (Video-Gebrauch ist eine Fluchtmöglichkeit aus dem Alltag [*Sustek* 1984], Distanz zum Alltag gewinnen durch Eintauchen in einen „Illusionsmechanismus“ [*Schreckenberger* 1983]; Rückzugsverhalten).

Für Kinder und Jugendliche werden noch spezielle, aus der familialen Situation resultierende Motive dem Medienkonsum unterlegt („geringes Erziehungsbewußtsein bei Erwachsenen“ [*Glogauer* 1985a]; Elternvorbild, sowohl hinsichtlich des Ausmaßes an Video-Konsum wie auch in bezug auf die einzelnen Film-Genres; Video als Mittel zur Ruhigstellung von Kindern; Gleichgültigkeit und Unsensibilität von Eltern hinsichtlich der den Kindern zugänglich gemachten Filme; Beschränkung eigener Erziehungsaufgaben auf Pflegehandlungen; „desolate Familienverhältnisse“ [*Stürmer* 1984]).

Schließlich müssen bei Jugendlichen noch die gruppenspezifischen Funktionen des Medienkonsums hervorgehoben werden (Anschauen von Video-Filmen als gemeinschaftliches Handeln zur Stärkung eines Gruppenzusammenhalts; es werden gemeinsame Erfahrungen geschaffen, die Gesprächsstoff und Anlaß zur Pflege der „Gruppenkultur“ sind; Video-Konsum kann auch – wenn er zur Norm geworden ist – durch Gruppendruck erzwungen werden; Selbstfindung und Selbstkonzeptbildung kann durch soziale Vergleiche in bezug auf die Bewältigung problematischer Filmhalte erreicht werden).

In diesen aufgezählten Spekulationen über Motive, Anlässe oder Ursachen des Video-Konsums spiegelt sich eine großteils kulturkritische, ja sogar kulturpessimistische Haltung wider, die von einem großen Mißtrauen gegenüber der Selbstbestimmungsfähigkeit der Video-Konsumenten zeugt.

Eine empirische Möglichkeit zur Ursachenanalyse ergibt sich aufgrund subjektiver Einschätzungen der Anlässe zum Video-Konsum. Die Sammlung solcher Angaben (*Stadt Ennepetal* 1985) ergibt vor allem Situationen aus dem individuellen Erfahrungsbereich. Gesellschaftliche oder auch familiäre Verursachungen sind auf dem individuellen Reflexionsniveau großteils ausgeschlossen.

Eine besondere motivationale Struktur läßt sich erkennen, wenn man die Fragestellung auf bestimmte Filmkategorien eingrenzt. So wurde z. B. von *Spanhel* (1987, S. 101) gefragt,

warum sich Jugendliche Horror- und Gewaltfilme ansehen. Für diese Filmsparte stehen die Aspekte „Spannung, Nervenkitzel“, „Action“ und „Neugierde“ im Vordergrund. Der Reiz des Verbotenen spielt eine ebenso untergeordnete Rolle wie auch das sog. „Mutprobenmotiv“. Betrachtet man die vorliegenden Befunde über subjektive Einschätzungen der Motive für den Video-Konsum (*Lukesch* 1987a), so stehen an oberster Stelle die mit dem neuen Medium Video-Recorder verbundenen Möglichkeiten der selbstbestimmten Filmauswahl, wobei ein Zugriff auf die Filme möglich ist, die subjektiv den größten Unterhaltungswert besitzen.

Gruppendynamische Begründungen, welche den Stellenwert des Video-Konsums für die Peer-Gruppe zum Ausdruck bringen, machen eine Motivgruppe aus, die gegenüber den autochthonen Anreizen des Mediums sekundär sind, aber immerhin an zweiter Stelle rangieren. Das sensationsheischende Argument, „Horror-Videos stellen eine Mutprobe dar“, findet allerdings im Gegensatz zu seiner weitgehenden Propagandierung nur bei knapp jedem dreißigsten jugendlichen Video-Nutzer Zustimmung.

An dritter Stelle, allerdings mit deutlichem Abstand zu den anderen Begründungen, sind Motive zu nennen, die mit dem Erwachsen-sein-Wollen der Befragten zu tun haben (weil man die Filme eigentlich noch nicht sehen dürfte, weil man sich richtig erwachsen fühlen kann). Der Reiz des Verbotenen bzw. die Möglichkeit, aufgrund der Übernahme der Konsumgewohnheiten von Erwachsenen den eigenen Status zu erhöhen, sind offensichtlich nicht so gewichtige Anreize für den Video-Konsum. Man könnte hier auch vermuten, daß es keine so häufigen oder strikten Reglementierungen durch Erwachsene gibt, d. h. der Reiz des Verbotenen ist gar nicht gegeben (*Spanhel* 1987, S. 83).

Schließlich sind Begründungen, die mangelnde andere Freizeitaktivitäten zum Thema haben, an letzter Stelle zu erwähnen. Langeweile und mangelnde Alternativen als Merkmale einer anomischen Situation scheinen zumindest im subjektiven Bewußtsein für die Video-Nutzung nicht so bedeutsam zu sein, wie dies von Kritikern dieses Mediums vermutet wird.

3. Der Video-Konsum und seine Folgen

Gerade die befürchteten Folgen des Video-Konsums bei Kindern und Jugendlichen haben die Auseinandersetzung mit diesem Medium gefördert. Vertreter des Jugendschutzes, der Schulen und der Kirchen zuvorderst waren es, die vor allem negative Auswirkungen befürchteten. Die dabei entwickelten Argumentationsketten sind in den letzten Jahren immer schlüssiger und stimmiger geworden; die Weitergabe durch viele Hände und erneute Ausschmückung um liebevolle Details haben die Befürchtungen sogar dramatisch gesteigert. Merkwürdigerweise wurde dadurch eine spezifische Video-Wirkungsforschung nicht etabliert (schon eher konnte man von Aktionismus auf der Interventionsseite sprechen), sondern Anlaß für die Argumentation waren allein inhaltsbezogene Betrachtungen. Diese Überlegungen zur Angebots- und, schon weitaus spärlicher, zur Nutzungsseite dieses Mediums stellen im Grunde einen Rückfall in die Anfänge der empirischen Medienforschung dar. Es liegt aber auf der Hand, daß Angebot und Nutzung nicht deckungsgleich sind und daß weiters weder von Angebots- noch von Nutzungsdaten auf irgendwelche „Wirkungen“ geschlossen werden kann, so verführerisch solche Gedankenspiele auch sein mögen.

3.1 Video-Konsum und die Nutzung anderer Massenmedien

Hinsichtlich der Konkurrenz einzelner Medien wurde von *Hoffmann* (1984, S. 770 f.) für den US-amerikanischen Raum darauf verwiesen, daß Video die Pay-TV-Programme beeinträchtigt. Im Gegensatz zu diesen Programmen ist durch Video eine noch mehr auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Nutzung möglich. Zwischen Video und Kino wird hingegen keine

Konkurrenzsituation gesehen. Dies liegt auch daran, daß sich die Vermarktungsstrategie der Film-Produktions- und Verleih-Firmen geändert hat.

Eine Frage, welche die Fernsehverantwortlichen beschäftigt, besteht darin, ob die Video-Nutzung den Fernsehkonsum beeinträchtigt. Da aber Video zumeist als Möglichkeit zum zeitversetzten Fernsehen eingesetzt wird, scheint diese Möglichkeit von vorneherein nicht sehr wahrscheinlich zu sein. Direkte Beziehungen zwischen Video- und Fernsehkonsum wurden von *Wiedemann* (1984) herausgearbeitet. Demnach beeinflußt der Besitz eines Video-Recorders die Fernsehnutzung in positiver Weise, d. h. die Fernsehzeit nimmt bei Erwachsenen zu.

In Weiterführung dieses Ergebnisses wurden von uns (*Lukesch* 1987a) Beziehungen zwischen der Haushaltsausstattung mit einem Video-Recorder und der Nutzung sowohl von auditiven, audio-visuellen wie auch von Printmedien bei Kindern und Jugendlichen untersucht. Das Vorhandensein eines Video-Recorders hängt nur geringfügig mit der Gesamtnutzungsdauer von Printmedien zusammen. Die wöchentlichen Lesezeiten betragen in Familien mit einem Recorder ca. 900 Minuten, in Familien ohne Recorder 850 Minuten, d. h. unter rein quantitativem Aspekt könnte man sogar von einer Zunahme der Lesedauer sprechen. Dieses auf den ersten Blick überraschende Ergebnis ist aber durch den Aspekt der qualitativ anderen Printmediennutzung zu ergänzen. Dabei ist vor allem auf die längere Lesedauer von Jugendlichen mit einem Recorder in der Familie in bezug auf das Konsumieren von Illustrierten, Jugendzeitschriften und Comics zu verweisen. Dies deutet auf eine andersartige Lesekultur bei Jugendlichen aus einer Familie mit einem Video-Recorder hin, die durch eine Tendenz zu sogenannten „nonbooks“ (*Winn* 1979; *Postman* 1985) zusammenfassend beschrieben werden kann, d. h. diese Printprodukte sind strukturell den audiovisuellen Medien angenähert.

Quantitativ bedeutsam unterschiedlich ist die Nutzung audiovisueller Medien durch Jugendliche in Familien mit bzw. ohne Video-Recorder. In Familien mit einem Recorder ergibt sich eine pro Woche etwa um neun Stunden längere Nutzung dieser Medien durch die Jugendlichen. Zu dieser Differenz tragen das Hören von Schallplatten/Cassetten/Radio sowie das Ansehen von Fernsehsendungen jeweils eine Stunde bei, der Rest besteht in einer zusätzlichen Nutzung des Mediums Video. Durch den Videorecorder werden die anderen audio-visuellen Medien nicht verdrängt, es vermehrt sich vielmehr deren Gesamtnutzungsdauer beträchtlich. Selbst wenn man dem Begriff einer „Videosucht“ skeptisch gegenüberstehen muß, so ist durch den Videorecorder und die durch ihn eröffneten Möglichkeiten zu einer selbstbestimmten Filmwahl eine gewisse Verführung zu vermehrtem Konsumieren gegeben.

3.2 Video- und Fernsehkonsum und das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen

Während die einen die Bindung von Kindern und Jugendlichen an die audio-visuellen Massenkommunikationsmittel beklagen, wird von den Medienmachern vieles unternommen (z. B. Tagesablaufstudien, Erhebung von Seherwünschen, Programmangebote für immer differenziertere Zielgruppen), um eine optimale Synchronizität zwischen Freizeit und Medienangebot herzustellen (*Frank* 1985). Neueste Zahlen über die Reichweiten der audio-visuellen Medien machen deutlich, daß etwa 71% der Jugendlichen täglich den Fernsehapparat (Fernsehprogramme, Video, Telespiele) nutzen (*Bontadelli et al.* 1986, S. 133), während Printmedien (Bücher, Zeitschriften, Zeitungen) nur jeden zweiten Jugendlichen erreichen.

Naheliegenderweise besteht der augenfälligste Aspekt jeder Beschäftigung mit einem Medium darin, daß diesem Medium Zeit gewidmet wird, eine Zeit, die dann für andere Aktivitäten nicht mehr zur Verfügung steht bzw. von diesen Tätigkeiten eingespart werden muß. Dieser Aspekt des Medienverhaltens ist in Form vielfältiger Nutzungsstudien eingehend dokumentiert (*Darschin & Frank* 1985; *Pfifferling & Wiedemann* 1983). So aufschlußreich diese Studien hinsichtlich der Medienverbreitung in unterschiedlichen Sozialschicht-, Geschlechts- und Altersgruppen auch sein mögen, so werden mit ihnen Fragen über die potentielle Wirkung der Medien auf den Rezipienten nicht beantwortet. Gerade aber Spekulationen über mögliche Wirkungen der Massenmedien auf Kinder und Familien (*Winn* 1979) oder auf die Kultur generell (*Postman* 1985) geben Anlaß zu einer Problematisierung des vorhandenen Mediengebrauchs. Da aber die Effekte der Massenmedien keineswegs so deutlich sind, wie z. B. von der experimentellen Wirkungsforschung vorhergesagt (*Hovland* 1972), wurde der Rahmen des „traditionellen Wirkungs-Ansatzes“ verlassen und als neue Sichtweise, die in der Zwischenzeit auf eine etwa 30jährige Tradition zurückblicken kann, der sog. Nutzen- und Belohnungs-Ansatz favorisiert. Die Fragestellung verlagerte sich dabei weg von der Überlegung, was die Medien mit den Menschen machen, hin zu der Frage, aus welchen Motiven heraus Medien von den Menschen genutzt werden

Um die empirische Begründbarkeit der Befürchtungen bezüglich der Auswirkungen des Medien- und speziell des Videokonsums auf Freizeitverhalten und -interessen diskutieren zu können, ist es eine unabdingbare Voraussetzung, daß deutliche Zusammenhänge zwischen beiden Bereichen vorhanden sein müssen. Es stellte sich aber heraus (*Lukesch* 1986), daß allenfalls mittelgroße, vorwiegend aber geringe systematische Beziehungen erkennbar sind. Bereits dieses Faktum zeigt, daß Freizeitbetätigungen durch die Art des Medienkonsums, auf den man sich einläßt, keineswegs vollständig determiniert sind. Betont muß dabei werden, daß gerade der Indikator für den Konsum jugendgefährdender Filme (Anzahl indizierter Filme) so gut wie keine substantiellen Beziehungen zu Freizeitaktivitäten aufweist (keine der signifikant gewordenen Korrelationen deckt auch nur 1% gemeinsamer Varianz ab). Wenn also eine „Interessenverengung“ als Folge des Konsums dieser Filme vermutet wird, so findet sich dafür in der vorliegenden Untersuchung kein Beleg.

Betrachtet man die Zusammenhangsmuster zwischen Fernsehen und Freizeit, so wird die besondere soziale Situation derjenigen deutlich, die im Fernsehen ihre Lieblingstätigkeit sehen (Tendenz zu sozialer Isolation und relative Ferne zu „kulturell wertvollen“ Freizeittätigkeiten). Diese Zusammenhänge lassen es als wenig wahrscheinlich erscheinen, daß die kausale Verknüpfung als von der Hochschätzung dieses Mediums ausgehend und die Freizeittätigkeiten beeinflussend gesehen werden kann, sondern daß die Bindung an dieses Medium als Ersatz für eine unbefriedigende soziale Situation entsteht, also eher dem Denkschema des „uses-and-gratification-approaches“ (*Hunziker* 1982) zu subsumieren ist. Ergänzt wird diese Interpretation auch durch das Faktum, daß die Fernsehkonsumdauer am deutlichsten mit allein ausgeführten und passiven Freizeittätigkeiten zusammenhängt. Die Situation, in seiner freien Zeit vorwiegend auf sich selbst angewiesen zu sein und nur eingeschränkt über aktiv durchzuführende Freizeitmöglichkeiten zu verfügen, läßt eben eher zu dem in den Haushalten ubiquitär vorhandenen, kognitiv anspruchslosen und Unterhaltung bietenden Medium Fernsehen greifen.

Eine andere soziale Verankerung scheint hinsichtlich des Videoverhaltens gegeben zu sein. Fast durchgängig besteht zwischen den Indikatoren des Video-Konsums und allein sowie passiv durchgeführten Freizeittätigkeiten ein substantieller Zusammenhang, zusätzlich aber auch immer zur Häufigkeit interaktiv durchgeführter Freizeittätigkeiten. Dieses Zusammenhangsmuster macht eine Interpretation im Sinne des traditionellen Wirkungskonzeptes

ebenfalls unwahrscheinlich. Videokonsum erscheint eher als ein Bestandteil eines gemeinsamen Lebensstils einer Subgruppe von Jugendlichen, die auch noch durch andere, eher unterschichtsspezifische, stark peergruppenorientierte und wenig auf Lesekultur abgestellte Freizeittätigkeiten gekennzeichnet ist.

Literatur

- Aktion Jugendschutz Schleswig-Holstein: Automaten Spiele und Video-Unterhaltung oder Gefährdung?* Kiel 1984 (Eigenverlag).
- Bezirksregierung Hannover: Gewalt und Horror in Videofilmen. Studie als Gesprächsplattform für Konferenzen und Veranstaltungen in Schulen.* Hannover o. J. (Eigenverlag).
- Bonfadelli, H.; Darkow, M.; Eckhardt, J.; Franzmann, B.; Kabel, R.; Meier, W.; Weger, H.-D.; Wiedemann, J.: Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann-Stiftung.* Frankfurt/M. 1986 (Metzner).
- Darschin, W.; Frank, B.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Ergebnisse der kontinuierlichen Zuschauerforschung für das Jahr 1984. Media Perspektiven, 1985, 245–256.*
- Frank, B.: Fernsehen: Zuschauerverhalten und Zuschauerinteressen. Ergebnisse und Überlegungen aus der Forschungsarbeit der Rundfunkanstalten. In: Prokop, D. (Hrsg.): Medienforschung, Bd. 2. Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Frankfurt/Main 1985 (Fischer), 152–184.*
- Glogauer, W.: Erkenntnisse und Perspektiven zum Videofilm-Konsum bei Kindern und Jugendlichen. Unterrichten/Verzieren, 1985a, 6–13.*
- Glogauer, W.: Konsum indizierter Videos durch Jugendliche nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung. BPS-Report, 1985b, 6, 1–4.*
- Hamburg-Nord – Jugendhilfeplanung: Arbeitsmaterialien als Tischvorlage zum Thema Video anlässlich der JWA-Sondersitzung am 17. 4. 1984. Hamburg 1984 (Jugendhilfeplanung N/D 5).*
- Hoffmann, K.: Videoboom in den USA. Veränderungen auf dem Film- und Fernsehmarkt erwartet. Media Perspektiven, 1984, 767–772.*
- Hovland, C. I.: Über die Vereinbarkeit widersprechender Ergebnisse aus der massenmedialen und experimentellen Wirkungsforschung. In: Badura, B.; Gloy, K. (Hrsg.): Soziologie der Kommunikation. Eine Textauswahl zur Einführung. Stuttgart 1972 (fromann-holzboog), 57–77.*
- Hunziker, P.: Wirkungen und Nutzen. In: Kagelmann, H. J.; Wenninger, G. (Hrsg.): Medienpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen, München 1982 (Urban & Schwarzenberg), 247–252.*
- Kreisverwaltung Altenkirchen – Kreisjugendamt (Hrsg.): Jugendliche und Video. Befragungsergebnisse, Thesen, Anregungen, Materialien. Altenkirchen 1984 (Eigenverlag).*
- Kunczik, M.: Aggression und Gewalt. In: Kagelmann, H. J.; Wenninger, G. (Hrsg.): Medienpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. München 1982 (Urban & Schwarzenberg), 1–8.*
- Landratsamt Lindau – Kreisjugendpflege: Videoverhalten bei Kindern und Jugendlichen im Landkreis Lindau (B). Lindau 1985 (Eigenverlag).*
- Lukesch, H.: Grunddaten zur Nutzung und Bewertung von Video-Filmen durch Kinder und Jugendliche. Regensburg 1985a.*
- Lukesch, H.: Grunddaten zum Besitz von Mediengeräten, Video-Spielapparaten und Heimcomputern bei Kindern und Jugendlichen. Regensburg 1985b.*
- Lukesch, H.: Video- und Fernsehkonsum und das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen. Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie, 1986, 6, 265–283.*
- Lukesch, H.: Videorecorder und Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen. Rundfunk und Fernsehen, 1987a, 35, 92–98.*
- Lukesch, H.: Subjektive Begründungen für den Konsum von Video-Filmen aus der Sicht von Kindern und Jugendlichen. Psychologie in Erziehung und Unterricht, 1987b, 34, 33–39.*
- Lukesch, H.: Kinder und Jugendliche als Videokonsumenten. Arbeitsberichte zur Pädagogischen Psychologie, Nr. 26, Regensburg 1987c.*
- Pfifferling, J.; Wiedemann, J.: Videoboom und Fernsehkonsum – eine erste Zwischenbilanz. Media Perspektiven, 1983, 8, 570–581.*
- Postman, N.: Wir amüsieren uns zu Tode. Frankfurt/M. 1985 (Fischer).*
- Radevagen, T.; Zielinski, S.: Video-Software 1984 – Strukturen des Marktes und Tendenzen des Angebots. Media Perspektiven, 1984, 5, 372–388.*
- Schreckenberg, E.: Die Leinwand im Wohnzimmer. Überlegungen zur Faszination des „Videoguckens“. Weiterbildung und Medien, 1983, 3/4, 2–4.*

- Schumann, H.: Videorezeption von Jugendlichen: Horrorkabinett oder Fluchtraum? Pädagogik Extra, 1984, 5, 24–28.*
- Spanhel, D.: Jugendliche vor dem Bildschirm. Zur Problematik der Videofilme. Telespiele und Homecomputer. Weinheim 1987 (Deutscher Studien Verlag).*
- Stadt Ennepetal: Videokonsumverhalten Ennepetaler Schüler. Ergebnisse einer Umfrage des Jugendamtes Ennepetal o. J. (vermutlich 1984).*
- Stadt Schweinfurt – Stadtbildstelle: Umfrageaktion der Stadtbildstelle Schweinfurt zum Thema „Video/Fernsehen“ an den Grund- und Hauptschulen im Landkreis und in der Stadt Schweinfurt. Schweinfurt 1984 (Eigenverlag).*
- Stoffers, M.: Video – zwischen Mündigkeit und Mediomanie. Jugendschutz, 1982, 27, 97–105.*
- Stürmer, M.: Die Bedeutung von Video für das Konfliktverhalten von Kindern und Jugendlichen. In: Aktion Jugendschutz (Hrsg.): Informationsthema: Automaten Spiele und Video – Unterhaltung oder Gefährdung? Kiel 1984 (Eigenverlag), 25–49.*
- Sustek, G.: Nutzung kommerzieller Videofilme und ihre Wirkung. Pädagogische Welt, 1984, 749–755.*
- Wiedemann, J.: „Fernsehen wird durch Video erst schön.“ Eine Synopse der rundfunkeigenen Untersuchungen zum Videoverhalten. Media Perspektiven, 1984, 706–714.*
- Wild, Ch.: Die Videorecordernutzung im GfK-Meter-System. Media Perspektiven, 1986/3, 83–93.*
- Winn, M.: Die Droge im Wohnzimmer. Reinbek 1979 (Rowohlt).*