

# Literaturbesprechung



**Hans-Peter Kuhn:**  
*Mediennutzung und politische Sozialisation. Eine empirische Studie zum Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Identitätsbildung im Jugendalter.* Opladen: Leske + Budrich 2000. 48,00 DM, 233 Seiten m. Tab.



**Bernd Schorb/ Helga Theunert (Hrsg.):**  
*„Ein bisschen wählen dürfen...“ Jugend – Politik – Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-Jährige.* München: KoPäd 2000. 36,00 DM, 211 Seiten m. Tab.

## Jugend und Politik im Fernsehen

Das Verhältnis von Jugend, Medien und Politik wurde in den vergangenen Jahren in der Öffentlichkeit hauptsächlich in zwei Varianten als Problem wahrgenommen. Einerseits macht das Schlagwort von der Politikverdrossenheit der Jugend die Runde. Die Ursache dafür wird in der medialen Inszenierung von Politik gesehen, bei der Politiker sich als Popstars zeigen, aber nicht auf Themen eingehen. Andererseits ist aus den Fernsehnutzungsdaten von Jugendlichen bekannt, dass sie die privat-kommerziellen Programme bevorzugen und dort Unterhaltungssendungen im weitesten Sinne. Das wird noch einmal stärker zum Problem, wenn die von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegebene kontinuierliche Programmbeobachtung feststellt, dass der Anteil an Politikberichterstattung und Informationssendungen vor allem bei den kleinen, privaten Sendern gegen null tendiert. Offenbar können Jugendliche als Fernsehkonsumenten dann nahezu politikfrei aufwachsen. Dass es sich bei diesen Einschätzungen aber teilweise um Mythen handelt, die weder dem Politikinteresse der Jugendlichen noch ihren Erwartungen an die Fernsehprogramme gerecht werden, belegen zwei neuere Studien. Der Erziehungswissenschaftler Hans-Peter Kuhn von der Universität Potsdam räumt in seiner Studie mit 220 Jugendlichen gleich mit zwei Vorurteilen auf. Einerseits kann er zeigen, dass bei den Jugendlichen durchaus ein Interesse für Politik vorhanden ist, auch wenn es ein Misstrauen gegenüber der offiziellen Politik gibt. Darüber hinaus

kann er feststellen, dass der häufige Konsum von Unterhaltungsangeboten keinen Einfluss auf das Interesse an Politik hat, sondern dass die Anregungen des Elternhauses entscheidend dafür sind, ob sich Jugendliche für Politik interessieren oder nicht. Kuhn geht in seiner Studie davon aus, dass „entscheidende Voraussetzungen für politisches Denken etwa ab dem 13. Lebensjahr gegeben sind. Politisches Denken entsteht und entwickelt sich weiter im Alter zwischen 12 und 16 Jahren, wenn auch die Welt der Politik für Jugendliche in diesem Alter noch mit Orientierungsproblemen behaftet ist“ (S. 28). Dabei berücksichtigt er bereits die Ergebnisse anderer Studien, die gezeigt haben, dass „der Prozess der Politisierung, sich eine eigene Meinung zu gesellschaftlichen und politischen Fragen zu bilden und argumentativ vertreten zu können“, sich altersmäßig vorverlagert hat, „politische Sozialisation hat eine biographische Beschleunigung erfahren“ (S. 27). In seiner Untersuchung steht das subjektive politische Interesse der Jugendlichen, ihre Einstellungen zur politischen Effektivität (die in interne und externe unterschieden wird: die interne bezeichnet die Einschätzung der eigenen Möglichkeiten zur politischen Einflussnahme, die externe das Vertrauen in politische Institutionen) sowie die politische Beteiligung und Partizipationsbereitschaft der Jugendlichen im Mittelpunkt. Die Rolle der Massenmedien, des Fernsehens und des Lesens auf die politische Sozialisation werden untersucht. In Bezug auf das politische Interesse weist Kuhn unter Hinweis auf andere Studien darauf hin, dass es nicht mit politischer Motivation gleichgesetzt werden darf, eher

sei es als Neugier in Bezug auf politische Angelegenheiten zu fassen (vgl. S. 32). Die meisten Jugendlichen ziehen zudem neben der Beteiligung an Wahlen unkonventionelle, legale Aktionen wie Demonstrationen als Formen politischer Beteiligung vor. Neben den Institutionen Familie und Schule sowie der Gruppe der Gleichaltrigen sieht Kuhn die Massenmedien als einen wichtigen Faktor der politischen Sozialisation, der die politische Identitätsbildung der Jugendlichen fördern oder aber ihr entgegenwirken kann.

Seine Ergebnisse zeigen, dass eine häufige Nutzung von Fernsehen zur politischen Information und eine Politisierung des Elternhauses „sich positiv auf die Entwicklung von politischem Interesse im Jugendalter auswirken“ (S. 173). Negative Einflüsse der Unterhaltung im Fernsehen konnte er nicht feststellen. Das gilt auch für die politische Effektivität, allerdings mit einer Ausnahme: „Bei Mädchen – welche sich zudem insgesamt in Bezug auf Politik als signifikant ohnmächtiger und inkompetenter einschätzen als Jungen – lässt sich ein negativer Einfluss der Nutzung von unterhaltenden Fernsehsendungen auf das politische Kompetenz- und Effektivitätsgefühl nachweisen“ (S. 183). Für die Bereitschaft, sich politisch zu beteiligen, wirkte sich der Fernsehkonsum positiv aus: „Eine stärkere Nutzung des politischen Informationsangebots im Fernsehen hatte nachweislich einen politisch aktivierenden Effekt für Mädchen und Jungen, Ältere und Jüngere, Gymnasiasten und andere Schüler, unabhängig von Bildungshintergrund (Sozialstatus) und Politisiertheit des Elternhauses“ (S. 197). Insgesamt

kann Kuhn feststellen, dass die politische Berichterstattung im Fernsehen sich positiv auf den Prozess der politischen Identitätsbildung auswirkt, zumal so auch „angemessene Verarbeitungsmechanismen entwickelt werden, um mit den Widersprüchlichkeiten der Medienerfahrung Politik konstruktiv umzugehen, [...]“ (S. 201). Fernsehunterhaltung steht dem nicht entgegen, sie „wirkte sich demnach nicht direkt auf ein ungünstigeres politisches Orientierungsmuster der befragten Jugendlichen aus“ (S. 205), nur bei Mädchen führt sie, häufig konsumiert, zur politischen Entfremdung. Bemerkenswert ist vor allem ein Ergebnis: Jugendliche, die zu Hause mit ihren Vätern über Politik reden, sind stärker an Politik interessiert. Kuhn stellt entsprechend fest: „Dieser väterliche Einfluss erwies sich als stärkster Prädiktor für das politische Interesse von Jugendlichen“ (S. 208). Insgesamt zieht Kuhn das Fazit, dass sich Mediennutzung und persönliche Kommunikation in ihren positiven Auswirkungen auf die politische Sozialisation der Jugendlichen gegenseitig verstärken. Die Studie kommt so zu interessanten Ergebnissen, die einige Vorurteile gegenüber dem politischen Interesse von Jugendlichen und der Rolle der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens widerlegen. Die differenzierte Betrachtung dessen, was politische Sozialisation und Identitätsbildung im Rahmen der Entwicklungsaufgaben von Jugendlichen sein können, ist besonders hervorzuheben. Ein Nachteil der Studie muss erwähnt werden: Die Daten beziehen sich auf drei Befragungswellen, die zwischen 1986 und 1988 in West-Berlin durch-

geführt wurden. Damals gab es noch eine andere Situation in der Fernsehlandschaft, und auch die politische Situation war eine andere. Um die Ergebnisse vor diesem Hintergrund angemessen bewerten zu können, müsste eine vergleichbare Untersuchung aus der jüngeren Vergangenheit vorliegen. Hier kann zumindest teilweise die im Auftrag der Landesmedienanstalten in Hamburg (HAM) und in Sachsen (SLM) und des Internationalen Zentrums für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk durchgeführte Studie des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF) beitragen. Die Untersuchung bestand in einer Befragung von 210 Jugendlichen in Hamburg, Kempten und Leipzig im Jahr 1998, von denen 23 exemplarische Jugendliche im Jahr 1999 noch einmal intensiv befragt wurden. Parallel wurden die von den Jugendlichen bevorzugten Programme sowohl einer Struktur-, Genre- als auch einer so genannten Prototypenanalyse unterzogen. Mit letzterem ist eine Analyse der für die „Informationszugänge von Jugendlichen wichtigen Sendungen“ (S. 31) gemeint.

Einige wesentliche Ergebnisse von Kuhn wurden hier bestätigt. Auch die Jugendlichen dieser Studie sehen ihre Beteiligungsmöglichkeiten vor allem in Demonstrationen und Unterschriftenaktionen. Bei ihren Erwartungen an die Politik fällt auf, „dass ihre Forderungen zum einen Inhalte der politischen Debatte widerspiegeln und sich zum anderen auf Themen beziehen, die für ihre Generation von besonderer Bedeutung sind. Bereiche, in denen viele von ihnen Hand-

lungsbedarf sehen, sind Arbeit, Jugend/Jugendliche/Kinder, Soziales und Umwelt/Umweltschutz. Welche Einzelthemen sie in diesen Bereichen für besonders wichtig erachten, hängt mit ihren persönlichen Erfahrungen zusammen“ (S. 54). Allerdings zeigt sich, dass Mädchen eine größere Nähe zu Umweltschutzthemen haben als Jungen. Auffallend an der Studie des JFF ist, dass die Autorinnen und Autoren selbstverständlich davon ausgehen, dass Jugendliche politisch interessiert sein müssen. Kuhn war noch davon ausgegangen, dass politisches Denken erst ab dem 13. Lebensjahr einsetzt. Das ist für das JFF schon gar keine Frage mehr, obwohl sie genau wie Kuhn feststellen, dass das politische Interesse mit zunehmendem Alter der Jugendlichen steigt. Bei der Analyse der für die Jugendlichen wichtigen Informationssendungen wurden neben Nachrichtensendungen, politischen Magazinen, Polit-Talks und Boulevardmagazinen auch die täglichen Talkshows mit einbezogen, „die von einer beträchtlichen Anzahl der im Pretest befragten Jugendlichen als für sie informative Sendungen genannt und somit dem Bereich der Fernsehinformation zugeordnet worden waren“ (S. 35). Vor allem Jugendliche mit niedrigerem Bildungsstatus nutzen diese Sendungen auch zur Lebenshilfe und -orientierung. Das zeigt sich an den Themen, die von ihnen bevorzugt werden (z. B. „Ich hasse meine Mutter“, „Ich bin zu jung für eine Schwangerschaft“, „Ich möchte mit dir Schluss machen“ etc.; vgl. S. 109). Vor allem Mädchen und Jugendliche in den neuen Bundesländern nutzen diese Sendungen. Doch bei der Gesamtheit der Jugendli-

chen haben die Talkshows eher ein schlechtes Image. In der Studie wurde jedoch ein weiteres Ergebnis von Kuhn bestätigt, denn es konnte gezeigt werden, „dass insbesondere das intellektuelle Anregungsmilieu der Heranwachsenden eine entscheidende Bedeutung für die Informationsnutzung hat“ (S. 95). Bei hoher Anregung von zu Hause nutzen die Jugendlichen eher „seriöse Nachrichten“, bei geringer Anregung eher Infotainment.

Nach Auswertung der Interviews, die für die JFF-Untersuchung durchgeführt wurden, lassen sich drei Typen von Jugendlichen nachweisen, die sich hinsichtlich ihrer Weltbilder unterscheiden: Aktionisten, Humanisten und die Egozentrierten. Die Aktionisten, die kleinste Gruppe, sind vor allem tolerant und offen für „soziale und kulturelle Szenen und Entwicklungen. Eingefahrene Sichtweisen, Traditionalismus, elitäre Haltungen – jede Form von Establishment provoziert Kritik und Abwehr“ (S. 113). Fernsehinformationen spielen für diese Jugendlichen kaum eine Rolle. Die Humanisten, die zweitgrößte Gruppe, weisen den Menschen generell Mitverantwortung für das zu, was in der Gesellschaft geschieht. „Die Vertreterinnen und Vertreter dieses Typus‘ haben klare moralische Vorstellungen davon, wie das Zusammenleben von Menschen aussehen sollte. Soziale Gerechtigkeit und Gleichberechtigung sind zentrale Werte“ (S. 121). Sie informieren sich vor allem im Fernsehen über wichtige Ereignisse und gesellschaftliche Entwicklungen. Dazu nutzen sie Nachrichtensendungen und politische Magazine, Infotainmentangebote werden von ihnen abgelehnt. Die Egozen-

trierten, die größte Gruppe unter den Interviewten, sehen sich selbst als Person mit ihren Befindlichkeiten und Belangen im Mittelpunkt. „Themen, die das materielle Wohlergehen und die eigene Absicherung und Sicherheit berühren, sind für egozentrierte Jugendliche von wesentlicher Bedeutung“ (S. 140). Politik interessiert sie nicht sonderlich, außer wenn sie für das eigene Leben einen Vorteil verspricht. Sie nutzen vor allem Boulevardmagazine und Daily Talks. Diese Weltbilder sind zwar bei den Jugendlichen „schon mehr oder weniger ausgeprägt, aber sie sind noch nicht endgültig festgelegt“ (S. 163).

Auch die JFF-Studie stellt fest, dass das Herkunftsmilieu maßgebend für die grundlegenden Orientierungen ist. Die meisten Jugendlichen fühlen sich in der offiziellen, institutionellen Politik nicht heimisch, weil ihre Meinung nicht gefragt ist und politische Inhalte häufig schwer verständlich vermittelt werden. Zudem haben die politischen Themen nichts mit ihrem Leben zu tun. In diesem Sinne können die Jugendlichen sicher als politikverdrossen bezeichnet werden. Doch ist das nur die halbe Wahrheit, denn: „Die Jugendlichen trennen zwischen ‚Politik‘ einerseits und ‚Politischem‘ andererseits. ‚Politik‘ ist für sie verbunden mit der Struktur, die repräsentiert durch Politiker, unser Staatswesen regiert. ‚Politisches‘ umfasst hingegen gesellschaftliche und soziale Inhalte und Zielsetzungen, die, perspektivisch zu erfüllen und zu erreichen sind“ (S. 177). Die Jugendlichen zeigen Distanz zur Politik, sind aber zu etwa 75 % „an gesellschaftspolitischen Inhalten“ interessiert (ebd.). Ähnlich sieht es mit dem Infor-

mationsbegriff der Jugendlichen aus. Er ist weit gefasst und reicht von auf den eigenen Alltag bezogenen bis hin zu gesellschaftlich relevanten Themen. Doch ein zentrales Kriterium aller Jugendlichen ist, dass Information im Fernsehen eine Beziehung zur Lebenswelt haben muss.

Die beiden Studien zeigen, dass die persönliche Kommunikation im eigenen sozialen Umfeld und das Fernsehen eine bedeutende Rolle bei der politischen Sozialisation von Jugendlichen spielen. Sie zeigen auch, dass Jugendliche mit zunehmendem Alter stärker politisch interessiert sind. Darüber hinaus offenbart sich, dass es hinsichtlich politischer Sozialisation und Identitätsbildung eine problematische Gruppe gibt: die Mädchen. Da das Elternhaus einen prägenden Einfluss auf das Interesse an Politik hat, geht die Forderung von Schorb und Theunert, die Schule stärker als Träger politischer Bildung und gesellschaftlich relevanter Information einzubeziehen, etwas an den Lebensverhältnissen der Jugendlichen vorbei. Sicher mag es hilfreich sein, für diejenigen Jugendlichen, „die Infotainment und seriöse Information nicht trennen können und sich primär dem Infotainment zuwenden [...], politisch-gesellschaftliche Informationssendungen“ anzubieten, „die sich in der Art und Weise der Inhaltsvermittlung und der Machart an populärwissenschaftlichen Magazinen orientieren, die sich bei Jugendlichen großer Beliebtheit erfreuen“ (S. 188), um sie an „seriöse Informationsangebote“ heranzuführen, doch bleibt die Frage, ob damit die Interessen der Jugendlichen ernst genommen werden. Denn wie die Studie festgestellt hat,

machen die Jugendlichen einen Unterschied zwischen Politik und Politischem. Dieser Unterscheidung müssen sich nicht nur die Politiker, sondern auch die Fernsehmacher und Pädagogen stellen, weil sonst das Vertrauen der Jugendlichen in die offizielle, institutionalisierte Politik weiter sinkt. Das deutet auf mangelnde Selbstreflexivität der JFF-Studie hin. In Frage gestellt wird das Politikverständnis, die Weltbilder und die Fernsehnutzung der Jugendlichen, aber nicht der eigene Politikbegriff. So resultieren manch vermeintlich kritische Ergebnisse der Studie aus einem Umstand, auf den Kuhn in seiner Studie kritisch hingewiesen hat: der Gleichsetzung von politischem Interesse und politischer Motivation. Dennoch bietet gerade die JFF-Studie tiefe Einblicke in die Weltbilder von Jugendlichen. Zu streiten ist darüber, welche Konsequenzen aus den Ergebnissen gezogen werden müssen.

Lothar Mikos

### Wege aus der Kindheit in die Jugendphase

Das Thema ist anspruchsvoll: *Wege der Kindheit in die Jugendphase. Biographische Schritte der Verselbstständigung im Ost-West-Vergleich.* Diese Lebensschritte sollen in ihrer Ost-West-Unterschiedlichkeit erfragt, dokumentiert und differenziert werden. Die bereinigte Stichprobe zählt insgesamt 2.663 gültig ausgefüllte Fragebögen, dabei entfallen auf die Teilstichprobe Ost 933, auf die Teilstichprobe West 1.730 Fragebögen. Gefragt wird zunächst grundsätzlich nach den „materiellen, sozial- und familialstrukturellen Bedingungen des Aufwachsens“, dann im Ost-West-Vergleich u. a. nach dem „Familienklima und dem Erziehungsverhalten der Eltern“, nach der „Bezugsgruppenorientierung der Kinder und Jugendlichen“ und schließlich nach „Wegen der Kindheit in die Jugendphase“. Im Blick sind „Entscheidungsspielräume, unterschiedliche Gesellschaftslagen und Modernisierungsprozesse“.

Was der Rezensent zunächst beklagt, hat die Autorin dabei zu allerletzt zu verantworten: Die Entstehungsgeschichte der Untersuchung weist aus, dass im Frühjahr 1993 die Erhebung der Daten stattgefunden hat. Im Juli 1998 nimmt der Fachbereich Erziehungswissenschaften der Martin-Luther-Universität Halle/Wittenberg die Arbeit als Dissertation an. Im November des gleichen Jahres verteidigt die Autorin die Dissertation. Diese erscheint als Band 20 der Studien zur Jugendforschung dann im Jahre 2000. Die Rezension wird frühestens im Jahre 2001 veröffentlicht sein. Die Erhebung des Datenmateri-



**Catrin Kötters:**  
*Wege aus der Kindheit in die Jugendphase. Biographische Schritte der Verselbstständigung im Ost-West-Vergleich.* Opladen: Leske + Budrich 2000. 54,00 DM, 314 Seiten.