

Fazit und Ausblick

Die Betrachtung des Gegenstandes „Jugend und Fernsehinformation“ hat sehr deutlich gezeigt, daß sich Jugendliche über ihr Leitmedium Fernsehen interessengeleitet einen Einblick in viele Bereiche der sozialen Wirklichkeit verschaffen. Sie nutzen und schätzen das Fernsehen vor allem als Vermittler von alltagspraktischer und lebensweltnaher Informationen, die ihnen in der konkreten Lebenssituation als Jugendliche weiterhelfen. Sie nutzen und erwarten aber auch Information zum aktuellen Geschehen in Politik und Gesellschaft und in der Welt als Ganzem. Dabei hat sich im Stellenwert der verschiedenen Inhalte und Angebotsformen bei der Nutzung und Bewertung informativer Fernsehangebote ein ganz spezifisches Informationsverständnis der 12- bis 17jährigen herauskristallisiert, daß vom gesellschaftlichen Common Sense abweicht. In den inhaltlichen Erwartungen, die von Jugendlichen an Fernsehinformation gerichtet werden, hat sich dieses eigene Informationsverständnis nur teilweise wiedergespiegelt. Zwar findet sich auch hier ein breites Spektrum an nichtpolitischen und politischen Inhalten, das klare Bezüge zu den subjektiven Interessenlagen erkennen läßt, das Medium Fernsehen wird hier aber primär als politischer Informant verstanden, von vielen Jugendlichen so aufgefaßt, wie es gesetzlich verankert und im gesellschaftlichen im Allgemeinverständnis vorzufinden ist.

Dennoch: Mit Blick auf die Zugänge der 12- bis 17jährigen zu den informativen Fernsehangeboten läßt sich festhalten, daß diese Zuschauer ihr eigenes Verständnis von Inhalten mit informativer Qualität haben, wie bei der Mediennutzung insgesamt (vgl. Kap. 1.1.4) auch hinsichtlich der Informationsnutzung des Fernsehens ein ganz spezifischer Rezipientenkreis sind. Was konkret die informative Qualität für die Jugendlichen ausmacht, daß sollte Thema weiterer Untersuchungen sein, in denen nicht zuletzt die Bedeutung der verschiedenen Sozialisationsinstanzen für die Informations- und Orientierungsbedürfnisse im Jugendalter, die differierenden Erwartungen von Elternhaus, Schule und Peer-group in die Analyse einzubeziehen sind. Die in dieser Arbeit vorgenommenen quantitativen Beschreibung der individuellen Informationszugänge ist hier nur ein erster Ansatzpunkt, um Kenntnis zu haben, was für die Jugendlichen überhaupt informativ ist. Hier schließt sich aber die entscheidende Frage an, welche Funktion und Bedeutung die informativen Angebote des Fernsehens im Prozeß des Heranwachsens haben. Erste Untersuchungsergebnisse hierzu liegen bereits vor. Zu verweisen ist hier vor allem auf die Studie zur Funktion und Bedeutung der Talkshows für Jugendliche (vgl. Paus-Haase et al. 1999) und auf die Ergebnisse des qualitativen Teils der Untersuchung, deren quantitative Befragung die Datenbasis der hier vorgelegten explorativ-deskriptiven Untersuchung war (vgl. Schorb & Theunert 2000).

Zur wissenschaftlichen Analyse der Fernsehprogramme, insbesondere hinsichtlich einer Differenzierung zwischen Informations- und Unterhaltungsangeboten, erscheint vor dem Hintergrund der Ergebnisse der vorliegenden explorativ-deskriptiven Untersuchung ein weites Informationsverständnis, wie es bei den Programmbeobachtungen im Auftrag der Landesmedienanstalten zugrundegelegt wird, der richtige Weg zu sein (vgl. Kap. 2.1.2). Wie gezeigt wird Information als spezifischer Fernsehinhalt in dieser Per-

spektive als „Darstellung, Analyse und Kommentierung aller nur denkbaren öffentlichen und privaten, politischen und unpolitischen Aspekte, Ereignisse, Themen, Probleme der vergangenen, gegenwärtigen und zukünftigen ‚realen Welt‘“ gefaßt (Weiß & Trebbe 2000, S. 28) und auf die verschiedenen Formate der Fernsehpublizistik (Nachrichten, Magazine, Talkshows, Reportagen, Dokumentationen etc.) angewandt. Gemäß der weiteren hier vorgenommenen Differenzierung in öffentlich relevante Information und Orientierung (politische und nichtpolitische Sachthemen zur Meinungsbildung bzw. Bildung) und privat relevante Information und Orientierung (nichtpolitische Lebenswelt- und Human-Touch-Themen zur Beratung, Information und Unterhaltung) haben die 12- bis 17jährigen bei ihren Zugängen zu Fernsehinformation insgesamt betrachtet also das gesamte Informationsspektrum im Blick, legen ihr Hauptaugenmerk aber auf die Fernsehangebote, die für den privaten Bereich relevante Information und Orientierung bieten.

Die Differenzierungen, die bei den von den Fernsehsendern in Auftrag gegebenen Beobachtungen der eigenen Programme angewandt werden und in der vorliegenden Arbeit der Darstellung der Angebotslage aus Sicht der Anbieter dienen (vgl. Kap. 2.2), sind vor dem Hintergrund der individuellen Informationszugänge der Fernsehzuschauer zu eng gefaßt. Zumindest für die 12- bis 17jährigen läßt sich konstatieren, daß sie sich gemäß des dort zugrunde gelegten Informationsverständnisses zu einem beträchtlichen Teil über Fernsehangebote informieren, die in der Perspektive der Anbieter nicht primär zur Information, sondern zur Unterhaltung der Zuschauer gedacht sind. So gesehen gehen die öffentlichkeitswirksamen AGF/GfK- und IFEM-Analysen, mit denen Jahr für Jahr die Strukturunterschiede zwischen den Informationsprogrammen öffentlich-rechtlicher und privater Anbieter aufgezeigt werden (vgl. Kap. 2.2.3), ein Stück weit an der Wirklichkeit vorbei und verlieren aus dem Blick, daß Information als ein spezifischer Fernsehinhalt eine subjektive Bedeutungszuweisung bzw. eine individuelle Konstruktion ist (vgl. Kap. 2.1.2), und als solche sollte Fernsehinformation nicht nur in der theoretischen Reflexion, sondern auch in der empirischen Forschung konzipiert, operationalisiert und eruiert werden.

Ein weiteres zentrales Ergebnis der vorgelegten explorativ-deskriptiven Studie ist die enge Verflochtenheit der individuellen Zugänge zu den informativen Fernsehangeboten mit den Lebens-, Interessen- und Fernschnutzungskontexten. In den Zusammenhängen deutet sich an, daß insgesamt betrachtet ein Kerngefüge aus Bildungshintergrund, politischem Interesse und Engagement sowie generellem Fernsehgang den zentralen Bedingungsgrund für die Zugänge der 12- bis 17jährigen zu den informativen Angeboten des Fernsehens bilden. Das Alter der Jugendlichen – bei der Konzeption der Untersuchung als zentrales Differenzierungskriterium vorgestellt – ist ein weiterer wesentlicher Bedingungsfaktor. Nach dem, was sich in der Daten ablesen läßt, aber nicht der entscheidende, insbesondere hinsichtlich der Zugänge zu nichtpolitischer Fernsehinformation. Auf der Ebene einzelner Inhalte und Angebotsformen haben sich darüber hinaus weitere Zusammenhänge gezeigt, zu Beispiel hinsichtlich des Heranwachsens in den alten oder neuen Bundesländern, des Geschlechts der Jugendlichen oder ihres Alters. Aufgabe weiterer Forschung muß sein, die zentralen Faktoren von den weniger bedeutenden Faktoren statistisch abgesichert zu extrahieren,

weniger bedeutenden Faktoren statistisch abgesichert zu extrahieren, was begründet durch das explorative Vorgehen die vorliegende Untersuchung nicht leisten konnte. Aufgabe sollte auch sein, weitere Differenzierungen systematisch in die Untersuchung des Gegenstand „Jugend und Fernsehinformation“ einzubeziehen. Erkenntnisgewinn dürften in diesem Zusammenhang Variablen zur weiteren Differenzierung der Familienkonstellationen und Fernsehnutzungsweisen bringen. Daneben lassen aber auch Lebenskontexte wie die Peer-group-Beziehungen, die Freizeitgestaltung und der Schullalltag der Jugendlichen oder deren Medienausstattung weitere interessante Zusammenhänge erwarten, vor deren Hintergrund die individuellen Zugänge zu den informativen Fernsehangeboten zu sehen sind.

Ordnet man die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung in den bisherigen Forschungsstand ein, wie er im zweiten Teil der Arbeit kurz umrissen wurde, dann haben sich verglichen mit den existierenden quantitativen Überblicksdarstellungen der Informationsnutzung Jugendlicher einige wesentliche Forschungsergebnisse wiedergefunden, sei es die Präferenz für Infotainmentsendungen oder die Nutzungsunterschiede hinsichtlich ausgewählter soziodemographischer Merkmale wie Alter und Bildung (vgl. Kap. 2.3). Gerade mit den Differenzierungen der individuellen Lebens-, Interessen- und Fernsehnutzungskontexte und mit den Querverbindungen zwischen und innerhalb der Gegenstandsdimensionen sind beim gewählten explorativ-deskriptiven Zugang neue Spuren gefunden und signifikante Ergebnisse erzielt worden, die ein im Detail und insgesamt ein etwas anderes Bild von der Informationsrezeption Jugendlicher zeichnen als dies bisher gezeichnet wurde. Zu verweisen ist hier zum Beispiel auf die Bedeutung der älteren Bezugspersonen (nicht nur die Eltern, sondern auch die Geschwister) für die Zugänge der Jugendlichen zu politischer Fernsehinformation, auf die Informationssettings auf der Ebene des Individuums, die meist beide „Extreme“, politische und nichtpolitische Information beinhalten, oder auf die Bedeutung medialer, situativer und sozialer Hintergründe der Nutzung informativer Fernsehangebote. Und an solchen zentralen Ergebnissen ändert auch nichts die fehlende Repräsentativität der Stichprobe für die Grundgesamtheit der 12- bis 17jährigen in der Bundesrepublik Deutschland, die sich vor allem an der Disproportionalität der ost- und westdeutschen Jugendlichen in der Stichprobe festmachen läßt.

Das subjektive Informationsverständnis zugrunde zu legen, ist in methodischer Hinsicht sicher das Neue und Innovative der explorativ-deskriptiven Betrachtung der individuellen Zugänge Jugendlicher zu Fernsehinformation. Dieses Vorgehen ist in seinem Wert für weitere Forschung nicht zu unterschätzen, denn hier eröffnen sich neue Perspektiven auf den Gegenstand „Fernsehinformation“, der mit telemetrischen erhobenen Einschaltquoten und Repräsentativbefragungen als gut erforscht gilt, obwohl die Frage der subjektiven Bedeutungszuweisungen zu den Fernsehinhalten bzw. nach den individuellen Konstruktionen medialer Ereignisse meist ausgeblendet bleibt bzw. nur bruchstückhaft mit standardisierten Vorgehen berücksichtigt wird. Mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie werden nicht nur neue Fakten und Tendenzen in die wissenschaftliche Diskussion eingebracht, es werden auch einige neue Fragen aufgeworfen. Eine davon ist zum Beispiel, ob die Jugendlichen rein quantitativ nicht vielleicht sogar mehr an subjek-

tiv relevanter Fernsehinformation nutzen als das bei Erwachsenen der Fall ist. Die das Jugendalter begleitenden gesteigerten Informations- und Orientierungsbedürfnisse würden einen solchen Schluß nahelegen, das Bild von der Altersspezifik bei der Informationsrezeption (je älter, desto mehr), wie es von Untersuchungen mit vorab festgelegten Informationsverständnis gezeichnet wird, vielleicht ganz anders darstellen. In den Selbsteinschätzungen der Jugendlichen zu ihrem Fernseh- und Fernsehinformationskonsum, wie sie in der vorgelegten Studie zur Differenzierung erfragt wurden, ließ der Informationskonsum absolut gemessen jedenfalls keine Altersspezifik erkennen, sondern nur in der Relation zur Gesamtnutzung des Fernsehens ein höherer Anteil subjektiv relevanter Fernsehinformation im Altersverlauf feststellen (vgl. Kap. 4.1.3). Wie sich die Bevölkerungsgruppen in ihren Zugängen zu Fernsehinformation konkret unterscheiden, wenn das als Information gilt, das für die Individuen einen informativen Wert hat, diese Frage läßt sich nur klären, wenn das subjektive Informationsverständnis zugrunde gelegt wird. Erst dann ließe sich sagen, die einen nutzen das Medium Fernsehen mehr zur Information als die anderen. Gesagt wird dies aber schon lange.

Auch das gewählte Vorgehen, die Daten mit einem teilstandardisierten Fragebogen in Face-to-Face-Interviews zu erheben, läßt sich im Fazit als methodisch gangbarer und in den Ergebnissen auch gewinnbringender Weg darstellen. Wenngleich damit ein höherer Aufwand bei Erhebung, Datenaufbereitung und Auswertung der offenen Fragen verbunden ist als bei vollstandardisierten Erhebungsverfahren mit ausschließlich geschlossenen Fragen, konnten auf diese Weise effizient quantitative Daten zur Beschreibung einzelnen Gegenstandsdimensionen um qualitative Daten zur Exploration ergänzt und auch die Perspektive der Jugendlichen berücksichtigt werden. So ließen sich signifikante Zusammenhänge zwischen den Informationszugängen der Befragten und ihren individuellen Lebens-, Interessen- und Fernsehnutzungskontexten statistisch absichern und in der gleichen Stichprobe und der gleichen Interviewsituation zum Beispiel auch die Bewertungsgründe erkunden und kategorisiert dann der quantifizierenden Gesamtbetrachtung zugänglich machen. So gesehen bietet sich das Vorgehen auch für andere Untersuchungen an, die weder auf Quantifizierungen, noch auf die Perspektive der Untersuchten verzichten wollen und zudem Aspekte aufspüren wollen, die sich einer vertiefenden Analyse lohnen.

Eine ganz andere Frage ist natürlich der Umgang mit den Ergebnissen einer kontextuellen Analyse, die bereits anhand weniger zentraler Aspekte erahnen läßt, wie komplex soziale Wirklichkeit ist. Die Auswahl der Ergebnisse für die Zusammenfassung ist hier ein wesentlicher Punkt. Ein anderer ist die Selektion durch den Rezipienten der Ergebnisse. Der geringe Stellenwert der Politmagazine und vor allem der Polittalks bei der Nutzung und Wertschätzung informativer Fernsehangebote durch die befragten 12- bis 17jährigen sollen das zum Abschluß veranschaulichen. Hier ließe sich kurz gedacht auf ein geringes Interesse der Jugendlichen für politische Hintergrundberichterstattung, insbesondere für die der öffentlich-rechtlichen Anbieter schließen, und darauf wird in der öffentlichen Diskussion nicht selten auch geschlossen. Zu bedenken ist aber erstens, daß in den politischen Magazinen überwiegend und in den Polittalks fast ausschließlich offizielle Politik praktiziert wird, wie sie bei den Jugendlichen nicht auf Gegenliebe

trifft. Zu bedenken ist zweitens, daß Moderatorinnen und Moderatoren, die sich in traditioneller Studiokulisse (kaum) bewegen und vom Alter her die Eltern von Arabella Kiesbauer und Andreas Türck sein könnten, bei Jugendlichen nicht beliebt sind. Zu bedenken ist drittens, daß Politmagazine und Polittalks meist zu einer Zeit ausgestrahlt werden, zu der – legt man die Kriterien des Jugendmedienschutzes an – zumindest die unter 16jährigen nicht mehr fernsehen sollen, oder anders ausgedrückt: zu einer Zeit, wo besorgte Eltern ihre Kinder schon lange zu Bett geschickt haben, oder wieder anders: zu einer Zeit, zu der auf den anderen Programmen – das zeigen die Präferenzen der (männlichen) Jugendlichen für Spiel- und Actionfilme – die jugendrelevanteren Angebote zu sehen sind. Inhalte, Darstellungsformen und Programmplätze klassischer Politmagazine und Polittalks sind nicht für Jugendliche gemacht, deren Abstinenz von entsprechenden Angeboten sicher auch eine Konsequenz darauf. So gesehen ist die „Verweigerung“ politischer Hintergrundberichterstattung vielleicht weniger ein Indikator für ein Desinteresse an Politik generell, sondern mehr eine Reaktion auf das, was, wann, wo, wie präsentiert wird. Und das sind nur die medialen Kontexte. In den individuellen Lebens- und Interessenkontexten finden sich unzählige weitere Gründe, weshalb Jugendliche kaum Zugang zu Politikmagazinen und Polittalks haben bzw. finden. Das Beispiel zeigt ein weiteres Mal: Die Dinge sind komplex. Jedes der dargestellten Ergebnisse muß nicht nur in seinen Zusammenhängen mit den erfaßten Differenzierungskriterien betrachtet werden, sondern auch in den Kontexten, die sich in ihrer Gesamtheit in empirischen Untersuchungen nicht erfassen lassen. Einen ersten, wenn auch nur sehr verallgemeinernden Zugang zu diesen Kontexten erhält man mit Blick auf die grundsätzlichen Bedingungen, unter denen Jugend heute steht. Hier sind die Besonderheiten, die sich hinsichtlich der körperlichen, psychischen, emotionalen und sozialen Entwicklung im Jugendalter zeigen ebenso zu berücksichtigen wie die Besonderheiten, die Jugendliche als Teil der Gesellschaft und Kultur sowie als einen spezifischen Mediennutzerkreis kennzeichnen (vgl. Kap. 1.1). Einzubeziehen ist auch das, was Sozialisation im Jugendalter unter den heutigen gesamtgesellschaftlichen Bedingungen bedeutet (vgl. Kap. 1.2) und welchen Stellenwert dabei die Massenmedien als Sozialisationsinstanz Jugendlicher haben (vgl. Kap. 1.3). Und nicht zuletzt ist in einer kontextbezogenen Analyse auch die konkrete Angebotslage zu berücksichtigen, wie sie sich mit den verschiedenen Fernsehprogrammen darstellt (vgl. Kap. 2.2).