

PD Dr. Jürgen Grimm 30. Oktober 2003
Universität Siegen
FB 3: Studiengang Medienplanung, -Entwicklung, -Beratung
57068 Siegen
jgrimm@uni-mannheim.de

Jugend, Medien, Politik

Eine empirische Untersuchung zum Mediennutzungsverhalten und Politikverständnis Jugendlicher

– Erste Ergebnisse –

Jürgen Grimm

Unter Mitarbeit von:

Claudia Braun
Romea Doherty
Jan-H. Ehlers
Birgit Fritz
Elena Gudyrina
Boris Jobst
Michel Judt
Sandro Lanni
Peer Petrowski
Sarah Schumann
Christopher Uhl
Frank Seidenstücker

© Copyright Jürgen Grimm – Der Inhalt dieser Seiten ist urheberrechtlich geschützt. Die Nachrichten sind nur für die persönliche Information bestimmt. Jede weitergehende Verwendung, insbesondere die Speicherung in Datenbanken, Veröffentlichung, Vervielfältigung und jede Form von gewerblicher Nutzung sowie die Weitergabe an Dritte – auch in Teilen oder in überarbeiteter Form – ohne Zustimmung des Verfassers ist untersagt.

Inhalt

1	VORBEMERKUNG	3
2	AUSGANGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	4
3	ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE.....	6
4	MEDIENNUTZUNG JUGENDLICHER.....	7
	4.1 Zeitbudgets – Medien im Vergleich	7
	4.2 Unterhaltungsorientierung plus Informationsinteressen	8
	4.3 Politische Informationsnutzung	12
5	POLITISCHE DISPOSITIONEN JUGENDLICHER.....	17
	5.1 Politisches Interesse	17
	5.2 Politisches Wissen	18
	5.3 Politische Einstellungen	19
	5.4 Politische Aktivitäten und verändertes Politikverständnis	21
6	FAZIT	26

1 Vorbemerkung

Der vorliegende Bericht zu „Jugend, Medien, Politik“ (JMP-Studie) enthält erste Ergebnisse einer Untersuchung, die im Wintersemester 2002/ 2003 im Rahmen eines Forschungsseminars der Universität Siegen (Leitung: Jürgen Grimm) durchgeführt wurde. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden 546 SchülerInnen zwischen 11 und 19 Jahren an Hauptschulen, Realschulen und Gymnasien in Siegen und Umgebung sowie im ländlichen Stuttgarter Raum befragt. Ohne die tatkräftige Hilfe der dortigen Direktoren und Lehrer hätte die Untersuchung nicht stattfinden können. Ihnen gilt ebenso wie den durchführenden Studenten und den als Probanden beteiligten Schülern unser besonderer Dank.

Die Untersuchung setzt eine Befragung von Jugendlichen und Erwachsenen fort, die im Sommer 2002 in Düsseldorf erfolgte. Insgesamt nahmen bisher im Rahmen der JMP-Studie **1636 Probanden** an den Erhebungen teil. Die Studie wird gefördert vom „Verein zur Förderung der Medienforschung e.V.“ (VFM, Mannheim). Ziel ist es, Funktionen und etwaige Dysfunktionen der Medien im Hinblick auf politische Bewusstseinsbildung und politisches Bürgerengagement zu eruieren und Entwicklungsperspektiven auszuloten.

2 Ausgangsfragen und Hypothesen

Die Grundthese lautet:

In einer Zeit, in der das Alltagsleben und die persönliche Lebensführung immer stärker von gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen mitbeeinflusst werden (z.B. im Zusammenhang von menscheninduzierten Klimaveränderungen, globalisierten Wirtschaftsabläufen und demographischen Veränderungen), **nimmt der Bedarf nach politischen Informationen** zu. Dies wirkt sich jedoch nicht automatisch (und in der Realität eher suboptimal) auf die Nutzung politischer Informationsangebote in den Medien aus. Hierfür sind *erstens* **Vermittlungsdefizite der Medien** und *zweitens* **Probleme der Präsentation institutionalisierter Politik** verantwortlich.

So tragen große Teile der Medien durch ungehemmte *Entertainisierung* und *Boulevardisierung* nur wenig dazu bei, politische Orientierungsmarken zu setzen. Vielmehr bieten sie Schlupflöcher, um von drängenden Problemen abzulenken. Zudem erweisen sich pädagogisierende Konzepte der Politikvermittlung in den Medien dann als ineffizient, wenn die (zumeist gut gemeinte) kommunikative Absicht in den Vordergrund tritt und sich das Publikum infolgedessen als „entmündigte Schüler“ wahrnehmen muss. Auf der politischen Ebene ist längst der Eindruck einer Überforderung entstanden: Regierung und Opposition scheinen kaum noch in der Lage zu sein, den Problemlösungsbedarf der Gesellschaft zu befriedigen (siehe die aktuelle Arbeitsmarkt-, Gesundheits- und Rentendebatte). Politiker sind derweil damit beschäftigt, Politik als Show-Veranstaltung (Meyer, Ontrup & Schicha 2000) zu inszenieren, so dass sich (wenn schon nicht Unterhaltungsverdrossenheit, so doch) Politikerverdrossenheit breit macht.

Jugendliche reagieren auf den Zustand der Medien und der Politik besonders sensibel. Sie sind einerseits in den medialen Unterhaltungsbetrieb noch stärker als Erwachsene involviert. Und sie sind andererseits von den Folgen des Prob-

lemlösungsstaus im politischen Bereich besonders stark betroffen (nicht nur was die Alterssicherung betrifft).

Jugendbezogene These:

Jugendliche stehen der institutionalisierten Politik distanziert gegenüber, sei es, weil sie eine Diskrepanz zwischen Problemlösungsbedarf der Gesellschaft und der Problemlösungskompetenz der Politiker wahrnehmen, sei es, weil sie ihre Chancen zur Beeinflussung von politischen Entscheidungen skeptisch beurteilen. Dennoch sind Jugendliche an politischen Fragen durchaus (und in wachsendem Maße) interessiert. Dies zeigt sich z.B. daran, dass Jugendliche (trotz oder wegen ihrer dominierenden Unterhaltungsorientierung) in der Medienunterhaltung nicht zuletzt auch nach politischen und gesellschaftlich-moralischen Orientierungsmöglichkeiten suchen. Daneben werden traditionelle journalistische Politikangebote (Nachrichten etc.) regelmäßig genutzt, die aber zur politischen Orientierung alleine nicht ausreichend zu sein scheinen. Das derzeitige Politik-Angebot der Medien wird von Jugendlichen eher kritisch beurteilt; die vorhandenen politischen Thematisierungsbedürfnisse werden nur unzureichend bedient.

Aufgrund der wahrgenommenen Mängel des politischen Systems (geringe Lösungskompetenz, geringe Partizipationschancen) sind die politischen Interessen Jugendlicher primär problemorientiert (und weniger partei- und staatsorientiert), ein etwaiges politisches Engagement ist daher auf die Lösung einzelner politischer Probleme ausgerichtet. Bislang gelingt es den Medien allerdings nur sehr bedingt, eine jugendgerechte Form der politischen Orientierung zu entwickeln. In dieser Hinsicht finden sich noch unausgeschöpfte Potenziale, die bei zunehmender Medienkonkurrenz und tendenziellem Überangebot an politikferner Unterhaltung gerade für politisch bewusst gestaltete Formate (der Information und Unterhaltung) eine **Chance zur Erschließung neuer Publikumsgruppen** darstellen. Neben den ökonomischen Perspektiven verspricht eine Qualitätsverbesserung politischer Medienangebote auch einen gesellschaftspolitischen Zugewinn für die politische Kultur des Landes.

Treffen diese Situationsbeschreibung und die daran anschließenden Perspektivierungen zu, dann müssten sich im Mediennutzungsverhalten Jugendlicher Ansätze zur Beschäftigung mit Politik nachweisen lassen, wobei der vorhandene Politik-Bedarf durch das vorhandene Medienangebot nicht hinreichend bedient wird. Im Folgenden wird eine Bestandsaufnahme sowohl des Mediennutzungsverhaltens als auch des Politikverständnisses Jugendlicher versucht, um die vermutete politische Bedarfslücke nachzuweisen und Ansatzpunkte für die Verbesserung der medialen Angebotsseite zu eruieren.

3 Zusammensetzung der Stichprobe

JMP-Studie: Geschlecht		
Anzahl: Häufigkeit (f) N=546	Geschlechtsgruppe	
	f	%
weiblich	282	51,6
männlich	264	48,4
Gesamt	546	100

JMP-Studie: Alter		
Anzahl: Häufigkeit (f) N=546	Altersgruppe	
	f	%
11 Jahre	1	0,2
12 Jahre	1	0,2
13 Jahre	65	11,9
14 Jahre	121	22,2
15 Jahre	171	31,3
16 Jahre	133	24,4
17 Jahre.	47	8,6
18 Jahre	6	1,1
19 Jahre	1	0,2
Gesamt	546	100
m=14,98		

JMP-Studie: Nationalität		
Anzahl: Häufigkeit (f) N=546	Nationalität	
	f	%
deutsch	482	90,3
nicht deutsch	31	5,8
deutsch+nicht deutsch	21	3,9
Gesamt	534	100
MD=12		

JMP-Studie: Schulgruppe		
Anzahl: Häufigkeit (f) N=546	Nationalität	
	f	%
Hauptschule	96	17,6
Realschule	292	53,5
Gymnasium	158	28,9
Gesamt	546	100

Die Schülerbefragung wurde anhand einer Klumpenstichprobe an 5 Schulen durchgeführt:

- Gymnasium Netphen (8 Klassen)
- Hauptschule Achenbach (3 Klassen)
- Realschule am Kreuzberg (5 Klassen)
- Realschule am Schießberg (12 Klassen)
- Realschule Karl Kessler in Aalen (4 Klassen).

Die Schultypen sind in der Stichprobe zwar quantitativ unterschiedlich stark vertreten (Übergewicht der Realschule), doch lassen sich auf Prozentbasis je Schultyp sinnvolle Vergleiche anstellen. Die Geschlechtsgruppen sind nahezu gleichverteilt, so dass geschlechtsspezifische Auswertungen ohne Weiteres möglich sind.

Der Schwerpunkt der Altersgruppen liegt zwischen 13 und 17 Jahren (98,3%), worauf sich daher alle Aussagen über DIE Schüler bzw. DIE Jugendlichen im Ergebnisteil dieses Berichts beziehen.

4 Mediennutzung Jugendlicher

4.1 Zeitbudgets – Medien im Vergleich

JMP-Studie: Quantitative Mediennutzung nach Geschlecht				
Wochenminuten: Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich nutze pro Woche in Minuten: ...</i>				
Fernsehen	707	873	***	787
Radio	495	323	***	412
Tageszeitung	67	92		79
Zeitschriften	105	121		113
Buch	267	193	**	232
Computer	162	554	***	361
Internet	208	487	***	347

=p<0,05; *=p<0,01

Das quantitativ dominierende Massenmedium ist bei Jugendlichen nach wie vor das **Fernsehen** (über 13 Stunden pro Woche), gefolgt vom Radio (knapp 7 Stunden pro Woche). Tageszeitungen spielen eine deutlich geringere Rolle, kommen aber immerhin noch auf einen Durchschnittswert von 1,4 Stunden. Durchaus beachtlich sind Nutzungszeiten von Computer und Internet (zusammen fast 12 Stunden pro Woche). Immerhin 3,9 Stunden verwenden die befragten Schüler für das **Lesen von Büchern**, allerdings schwankt dieser Wert stark zwischen den Schulgruppen.

JMP-Studie: Quantitative Mediennutzung nach Schulgruppen				
Wochenminuten: Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
<i>Ich nutze pro Woche in Minuten: ...</i>				
Fernsehen	858	815	694	*
Radio	325	423	442	
Tageszeitung	51	75	104	
Zeitschriften	141	105	111	
Buch	179	215	294	*
Computer	395	378	311	
Internet	309	388	295	
=p<0,05; *=p<0,01				

Wie die Tabelle zeigt, liegt der Buchkonsum der Gymnasiasten um ca. 65% über dem der Hauptschüler (die Realschüler bewegen sich im Mittelfeld); die vielbeschworene Lesemüdigkeit Jugendlicher ist daher schulgruppenspezifisch ausgeprägt (wenn auch knapp nicht signifikant unterschiedlich). Mit umgekehrtem Trend ist der Fernsehkonsum der Hauptschüler am höchsten, vor dem der Realschüler und der Gymnasiasten liegend.

4.2 Unterhaltungsorientierung plus Informationsinteressen

Jugendliche gelten als unterhaltungsorientiert. Die Ergebnisse unserer Schülerbefragung bestätigen die Vermutung. Auf einer Skala von 1-7 liegt der Mittelwert des Fernseh-Unterhaltungsinteresses in der Nähe des positiven Extremwerts bei 5,4. Allerdings ist das Informationsinteresse mit 4,5 ebenfalls oberhalb des Skalenmittelpunkts (=4,0) angesiedelt.

JMP-Studie: TV-Informations-/ Unterhaltungsinteresse nach Geschlecht				
Skala: 1-7, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
TV-Unterhaltungsinteresse	5,5	5,4		5,4
TV-Informationsinteresse	4,4	4,6		4,5
1=gar nicht interessiert; 7=sehr stark interessiert. **=p<0,05; ***=p<0,01				

⇒ Zwar dominieren die Unterhaltungsinteressen, doch sind die Fernseh-Informationsinteressen der Jugendlichen keinesfalls peripher. Vielmehr koexistieren bei der Zuwendung zum Fernsehen sowohl bei Mädchen als auch bei Jungen Information und Unterhaltung.

JMP-Studie: TV-Informations-/ Unterhaltungsinteresse nach Schulgruppen				
Skala: 1-7, Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
TV-Unterhaltungsinteresse	5,3	5,5	5,5	
TV-Informationsinteresse	4,4	4,4	4,8	**
1=gar nicht interessiert; 7=sehr stark interessiert. **=p<0,05; ***=p<0,01				

- Aus dem Schulgruppenvergleich geht hervor, dass ein **gleichmäßiges Unterhaltungsinteresse bei allen Jugendlichen** vorhanden ist. Allerdings ist das **Informationsinteresse der Gymnasiasten signifikant höher** ausgeprägt als das der Haupt- und Realschüler.

Die Vereinbarkeit von Information und Unterhaltung zeigt sich auch an den TV-Genrepräferenzen der Jugendlichen. Bei Mädchen und Jungen kommt das Interesse an Musiksendungen an erster Stelle, gefolgt von Soaps bei Mädchen und Comedies bei Jungen. Im Gesamtsample rangieren aber Nachrichten bereits auf dem dritten Platz.

- Mit einer durchschnittlichen Nutzungshäufigkeit von 3,1 Sendungen pro Woche belegen die Fernsehnachrichten einen vorderen Platz innerhalb der Genrepräferenzen. Jeder Jugendliche sieht zumindest eine TV-Nachrichtensen-

dung jeden zweiten bis dritten Tag. Diese Nutzungshäufigkeit liegt im Gesamtsample noch vor derjenigen von Actionfilmen, Soaps und Quizsendungen.

- Überraschenderweise ist die **Nachrichtennutzung der Mädchen hochsignifikant unter der von Jungen angesiedelt**. Mögliche Erklärungen sind darin zu sehen, dass das politische Interesse bei Mädchen geringer entwickelt ist (siehe unten). Zudem könnte aber auch der spezifische Nachrichtenstil männlichen kognitiven Mustern wie Abstraktion, institutionenzentriertem Denken u.a.m. stärker entgegenkommen.

JMP-Studie: TV-Genrepräferenzen nach Geschlecht				
Nutzungshäufigkeit, Mittel N=546, sortiert nach "Gesamt"	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Nutzungshäufigkeit pro Woche:</i>				
Musiksendungen	5,6	4,7	***	5,2
Lustige Filme	3,5	4,2	***	3,8
Nachrichten	2,7	3,6	***	3,1
Actionfilme	2,2	4,0	***	3,0
Soaps	3,7	1,5	***	2,6
Quiz/ Ratespiele	2,2	2,8	***	2,5
Horrorfilme	2,2	2,7	***	2,4
Sportsendungen	1,4	3,4	***	2,4
Gerichtsshows	2,2	2,6		2,4
Boulevard-Magazine	2,6	2,0	***	2,3
Spielshows	1,7	2,2	***	1,9
Daily Talks	2,2	1,6	***	1,9
Reality TV: Verbrechen/ Gericht	1,3	1,8	***	1,5
Romantikfilme	2,0	0,8	***	1,5
Tiersendungen	1,4	1,5		1,4
Sexfilme	0,3	2,4	***	1,3
Kindersendungen	1,1	1,4	**	1,2
Reality TV: Katastrophe/ Rettung	1,0	1,4	**	1,2
Pol. Magazine	0,9	1,3	**	1,1
Reality TV: Soziale/ Gefühl	1,1	0,6	***	0,8
Pol. Diskussionsrunden	0,4	0,7	***	0,5

0=0 mal pro Woche, 1=1 mal pro Woche, usw. **=p<0,05; ***=p<0,01

- Im Hinblick auf die politische Informationsvermittlung ist interessant, dass **politische Magazine** (*Report, Panorama, Spiegel TV, Focus TV*) und **politische Diskussionsrunden** (*Christiansen, Berlin Mitte, Politisches Quartett*) auf Jugendliche nur eine sehr geringe Anziehungskraft ausüben. Diese Sendungsformate rangieren auf dem drittletzten und letzten Platz der Präferenzskala.

Auch im Schulgruppenvergleich wird die herausragende Stellung von Musiksendungen bestätigt, die unabhängig vom Bildungsniveau die Spitzenposition bei Jugendlichen einnehmen. Auf den nächsten Plätzen folgen ebenfalls in allen Schulgruppen Comedies und Actionfilme.

JMP-Studie: TV-Genrepräferenzen nach Schulgruppen				
Nutzungshäufigkeit, Mittel, N=546 sortiert nach "Hauptschule"	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
<i>Nutzungshäufigkeit pro Woche:</i>				
Musiksendungen	4,8	5,3	5,0	
Lustige Filme	3,8	4,0	3,6	
Actionfilme	3,6	3,0	2,7	***
Horrorfilme	3,4	2,4	1,9	***
Gerichtsshows	3,3	2,2	2,1	***
Soaps	3,0	2,5	2,6	
Nachrichten	2,7	3,1	3,3	
Quiz/ Ratespiele	2,5	2,6	2,2	
Daily Talks	2,5	1,9	1,6	***
Boulevard-Magazine	2,5	2,2	2,4	
Reality TV: Verbrechen/ Gericht	2,3	1,4	1,3	***
Sportsendungen	2,2	2,5	2,2	
Spielshows	2,2	2,0	1,7	
Tiersendungen	2,1	1,3	1,1	***
Reality TV: Katastrophe/ Rettung	2,0	1,2	0,9	***
Romantikfilme	1,6	1,4	1,4	
Sexfilme	1,6	1,4	0,8	***
Reality TV: Soziale/ Gefühl	1,5	0,7	0,7	***
Kindersendungen	1,4	1,4	0,9	**
Pol. Magazine	1,2	1,1	1,1	
Pol. Diskussionsrunden	0,6	0,5	0,5	

0=0 mal pro Woche, 1=1 mal pro Woche, usw. **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$

- Politische Magazine und politische Diskussionsrunden bilden einhellig bei allen Schülern das Schlusslicht der Beliebtheit.

4.3 Politische Informationsnutzung

Nur 8% der Jugendlichen informieren sich nie oder fast nie aus den Medien über Politik. 92% nehmen das politische Informationsangebot zumindest gelegentlich wahr. Ca. 30% gehören zu den Intensivnutzern, wobei der Anteil der Jungen, die politische Medieninformationen mehrmals pro Woche nutzen, deutlich über dem Anteil dieser Nutzergruppe bei den Mädchen liegt.

JMP-Studie: Nutzungshäufigkeit politischer Informationen in den Medien nach Geschlecht			
% (Spalten) N=546	Geschlechtsgruppe		Gesamt
	weiblich	männlich	
(fast) nie	8,9	6,8	7,9
gelegentlich	41,8	35,7	38,9
mindestens 1x pro Woche	24,1	21,3	22,8
mehrmals pro Woche/ (fast) täglich	25,2	36,1	30,5
% an der Geschlechtsgruppe. $\chi^2=7,834$, $p=,049$			

⇒ Wie sich bereits bei der Nachrichtenrezeption andeutete ist auch die **Nutzungsintensität politischer Medieninformationen im Allgemeinen bei Jungen höher als bei Mädchen** (vgl. das höhere politische Interesse der Jungen unten).

Der Schulgruppeneffekt ist diesbezüglich noch stärker als der Einfluss der Geschlechtsgruppenzugehörigkeit.

JMP-Studie: Nutzungshäufigkeit politischer Informationen in den Medien nach Schulgruppen			
% (Spalten) N=546	Schulgruppe		
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium
(fast) nie	16,7	7,2	3,8
gelegentlich	39,6	43,3	30,4
mindestens 1x pro Woche	18,8	21,0	28,5
mehrmals pro Woche/ (fast) täglich	25,0	28,5	37,3
% an der Schulgruppe. $\chi^2=24,421$, $p=,000$			

- Die **Vermeider politischer Medieninformation** halten mit 16,7% unter den **Hauptschülern** einen mehr als doppelt so hohen Anteil wie unter den Realschülern und einen vier Mal so hohen Anteil wie unter den Gymnasiasten. Allerdings gehören immerhin 25% der Hauptschüler zu den **Intensivnutzern**, wobei die relativen Abstände zu den entsprechenden Werten der Realschüler (28,5%) und den Gymnasiasten (37,3%) hier nicht ganz so hoch ausfallen.

Vergleicht man die Medien als Quelle politischer Informationen, so ergeben sich die folgenden interessanten Unterschiede zwischen den Geschlechtsgruppen:

- Bei **Jungen** dominiert das **Fernsehen als politische Informationsquelle**, indes bei **Mädchen** das **Radio** im Vordergrund steht. Ein weiterer Geschlechtsgruppenunterschied betrifft das Internet, das Jungen mehr als doppelt so häufig zur Informationsbeschaffung nutzen als Mädchen.

JMP-Studie: Nutzung pol. Informationen nach Medien und Geschlecht				
Nutzungshäufigkeit: Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich nutze pro Monat: ...</i>				
Pol. Fernsehinformationen (Programm)	5,5	7,5	***	6,5
Pol. Videotext-Informationen	1,7	2,7	**	2,2
Pol. Radio-Informationen	6,0	4,2	***	5,2
Pol. Zeitungs-/Zeitschr.-Informationen	3,6	4,4		4,0
Pol. Internet-Informationen	1,8	4,0	***	2,8
=p<0,05; *=p<0,01				

- Die Schulgruppenunterschiede sind hier weniger triftig, sieht man davon ab, dass Gymnasiasten alle Medien zur politischen Information (vor allem das Fernsehen und das Radio) etwas häufiger in Anspruch nehmen als Nicht-Gymnasiasten.

Zählt man alle Medien zusammen, kommt man immerhin auf eine durchschnittliche Nutzungshäufigkeit politischer Medieninformationen von 20,6 pro Monat. Dies bedeutet, dass sich Jugendliche im Mittel an drei Tagen mindestens 2 mal über irgendein Medium mit politischen Informationen versorgen.

Die folgenden Tabellen enthalten die Nutzungshäufigkeiten und Bewertungen zu einzelnen TV-Nachrichtensendungen.

JMP-Studie: Nutzung von Fernsehnachrichten nach Geschlecht				
Nutzungshäufigkeit: Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich nutze pro Monat: ...</i>				
ARD Tagesschau	3,4	5,5	***	4,4
ZDF heute	1,8	2,7	**	2,2
RTL aktuell	5,4	5,2		5,3
SAT.1-Nachrichten	2,7	3,3		3,0
Pro7-Nachrichten	4,0	4,8		4,4
RTL 2 news	4,5	5,2		4,8
VOX Der Tag	0,4	0,7		0,5

=p<0,05; *=p<0,01

⇒ Jugendliche nutzen wesentlich **häufiger das private Nachrichtenangebot** als dasjenige öffentlich-rechtlicher Sender. Spitzenreiter ist *RTL aktuell*, gefolgt von *RTL2 news* und *ProSieben-Nachrichten*. Erst auf dem vierten Platz folgt die *ARD Tagesschau*, abgeschlagen auf dem vorletzten Platz *ZDF heute*.

Von der Tendenz der Nutzungshäufigkeit weichen die Bewertungen der Nachrichtensendung stark ab. Hinsichtlich **Informationsgehalt** und **Glaubwürdigkeit** liegen nämlich die **öffentlich-rechtlichen Nachrichten vorn**.

JMP-Studie: Bewertung des Nachrichten-Informationsgehalts nach Geschlecht				
Noten: 1-6, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich bewerte den Informationsgehalt von: ...</i>				
ARD Tagesschau	1,9	2,0		1,9
ZDF heute	2,3	2,3		2,3
RTL aktuell	2,2	2,3		2,3
SAT.1-Nachrichten	2,6	2,7		2,6
Pro7-Nachrichten	2,4	2,4		2,4
RTL 2 news	2,6	2,8		2,7
VOX Der Tag	3,3	3,7		3,5

1=sehr gut, 2=gut, 3=befried., 4=ausreich., 5=mangelh., 6=ungenügend. **=p<0,05; ***=p<0,01

JMP-Studie: Bewertung der Nachrichten-Glaubwürdigkeit nach Geschlecht				
Noten: 1-6, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich bewerte die Glaubwürdigkeit von: ...</i>				
ARD Tagesschau	1,8	2,0		1,9
ZDF heute	2,2	2,2		2,2
RTL aktuell	2,4	2,6		2,5
SAT.1-Nachrichten	2,6	2,8		2,7
Pro7-Nachrichten	2,3	2,5		2,4
RTL 2 news	2,6	2,9		2,7
VOX Der Tag	2,9	3,6	**	3,4

1=sehr gut, 2=gut, 3=befried., 4=ausreich., 5=mangelh., 6=ungenügend. **=p<0,05; ***=p<0,01

⇒ Die besten Noten in Bezug auf Informationsgehalt und Glaubwürdigkeit erhält die *ARD Tagesschau*. An zweiter Position folgt *ZDF heute*. Es ergibt sich demnach das **Paradoxon, dass Jugendliche zwar private Nachrichten häufiger nutzen, aber inhaltlich schlechter bewerten als öffentlich-rechtliche**. Diesbezüglich treten auch keine signifikanten Geschlechtseffekte auf (sieht man vom ganz hinten platzierten *VOX der Tag* einmal ab, dessen Glaubwürdigkeit von Jungen noch schlechter bewertet wird als von Mädchen).

Nun fallen die Noten für die NachrichtensprecherInnen der privaten Anbieter und die Verständlichkeit ihrer Nachrichtensendungen deutlich besser aus.

JMP-Studie: Bewertung von NachrichtensprecherInnen nach Geschlecht				
Noten: 1-6, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich bewerte die NachrichtensprecherInnen von: ...</i>				
ARD Tagesschau	3,0	3,1		3,0
ZDF heute	2,8	3,2	**	3,0
RTL aktuell	2,2	2,5	***	2,4
SAT.1-Nachrichten	2,7	2,8		2,8
Pro7-Nachrichten	2,2	2,5	**	2,4
RTL 2 news	2,4	2,6		2,5
VOX Der Tag	3,4	4,3	***	4,0

1=sehr gut, 2=gut, 3=befried., 4=ausreich., 5=mangelh., 6=ungenügend. **=p<0,05; ***=p<0,01

⇒ Jugendliche benoten die Nachrichtensprecher bzw. –sprecherinnen der privaten Anbieter (insbesondere die von RTL und ProSieben) deutlich besser als diejenigen von *Tagesschau* und *heute*. Ebenso wird die **Verständlichkeit der privaten Nachrichten höher bewertet**, am besten die von RTL. Hieraus ergibt sich ein **Optimierungsbedarf der öffentlich-rechtlichen Programme**, die in den Augen von Jugendlichen auf der zentralen Vermittlungsdimension Verständlichkeit Defizite aufweisen.

JMP-Studie: Bewertung der Nachrichten-Verständlichkeit nach Geschlecht				
Noten: 1-6, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich bewerte die Verständlichkeit von: ...</i>				
ARD Tagesschau	2,6	2,5		2,5
ZDF heute	2,5	2,5		2,5
RTL aktuell	2,0	2,1		2,1
SAT.1-Nachrichten	2,4	2,6		2,5
Pro7-Nachrichten	2,3	2,2		2,2
RTL 2 news	2,1	2,2		2,2
VOX Der Tag	3,1	3,4		3,3

1=sehr gut, 2=gut, 3=befried., 4=ausreich., 5=mangelh., 6=ungenügend. **=p<0,05; ***=p<0,01

Resümierend lässt sich zur TV-Nachrichtennutzung Jugendlicher sagen, dass **zwischen der quantitativen Nutzung und der inhaltlichen Bewertung ein Spannungsverhältnis** besteht. Möglicherweise wird die geringere Nutzungsin-tensität öffentlich-rechtlicher Nachrichten nicht nur durch die allgemeine Sender-präferenz Jugendlicher in Richtung Privatfernsehen beeinflusst, sondern auch durch **Defizite bei der formalen Präsentation (Verständlichkeit, Sympathie für NachrichtensprecherInnen) öffentlich-rechtlicher Nachrichtenprogram-me** mit provoziert, die die Vermittlung anspruchsvoller Inhalte erschweren.

5 Politische Dispositionen Jugendlicher

5.1 Politisches Interesse

Jugendliche schätzen ihr politisches Interesse sehr viel geringer ein als das ihrer Eltern.

JMP-Studie: Politisches Interesse nach Geschlecht				
Skala: 1-7: Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>nicht vorhanden - sehr stark vorhanden ...</i>				
Eigenes politisches Interesse	3,0	3,5	***	3,2
Politisches Interesse der Eltern	5,0	4,9		5,0
Skala: 1=kein pol. Interesse, 7=sehr starkes pol. Interesse. **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$				

- Ein weiterer markanter Befund besteht darin, dass das **politische Interesse der Jungen hochsignifikant höher** ist als das politische Interesse der Mädchen.

JMP-Studie: Politisches Interesse nach Schulgruppen				
Skala: 1-7: Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
<i>nicht vorhanden - sehr stark vorhanden</i>				
Eigenes politisches Interesse	2,6	3,2	3,6	***
Politisches Interesse der Eltern	4,6	4,9	5,3	***
Skala: 1=kein pol. Interesse, 7=sehr starkes pol. Interesse. **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$				

- Das politische Interesse hängt auch mit der Schulgruppenzugehörigkeit zusammen. **Gymnasiasten und Realschüler interessieren sich hochsignifikant mehr für Politik als Hauptschüler.** Dies scheint z.T. auch sozial „vererbt“ zu werden, da auch die Eltern der Gymnasiasten stärkere politische Interessen haben als die Eltern von Hauptschülern.

5.2 Politisches Wissen

Im Bereich des systemisch-politischen und des historisch-politischen Grundwissens gibt es keinen Unterschied zwischen den Geschlechtsgruppen, wohl aber im Hinblick auf die aktuelle innenpolitische und außenpolitische Situation.

JMP-Studie: Politisches Wissen nach Geschlecht				
Skala: 0-4, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
Systemisch-politisches Grundwissen	2,8	2,8		2,8
Historisch-politisches Grundwissen	3,0	3,0		3,0
Wissen zur innenpolitischen Situation	2,0	2,4	***	2,2
Wissen zur außenpolitischen Situation	1,9	2,4	***	2,1

0=keine Wissenspunkte, 4=4 Wissenspunkte; **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$

⇒ **Jungen** sind hochsignifikant **besser über die innenpolitische und außenpolitisch Situation informiert** als Mädchen. Zum höheren politischen Interesse und der intensiveren Informationsnutzung kommt nun also auch ein Wissensseffekt (vermutlich als Wirkung der beiden anderen Bedingungen) hinzu.

Das politische Wissen folgt weitestgehend dem Schulniveau. Das heißt: Gymnasiasten wissen am meisten, Realschüler etwas weniger, Hauptschüler am wenigsten. Allerdings gibt es von diesem wenig aufregenden Befund auch einige interessante Ausnahmen.

JMP-Studie: Politisches Wissen nach Schulgruppen				
Skala: 0-4, Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Systemisch-politisches Grundwissen	2,4	2,9	2,9	***
Historisch-politisches Grundwissen	2,6	3,2	2,9	***
Wissen zur innenpolitischen Situation	1,1	2,2	2,4	***
Wissen zur außenpolitischen Situation	1,3	2,2	2,3	***

0=keine Wissenspunkte, 4=4 Wissenspunkte; **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$

- Im Hinblick auf das historisch-politische Grundwissen ist der Fundus der Realschüler höher als bei den Gymnasiasten. In Bezug auf die innen- und au-

ßenpolitische Situation liegen die Realschüler mit den Gymnasiasten fast gleich auf.

⇒ **Wissensprobleme bestehen vorrangig auf der Hauptschule** – und dies am meisten im Hinblick auf das aktuelle politische Geschehen. Da diesbezüglich häufig Medienberichte die einzige Informationsquelle darstellen, darf der Befund nicht in erster Linie der Qualität des Gemeinschaftskundeunterrichts angelastet werden. Vielmehr verweist er darauf, dass offenbar die Medien bislang keine hinreichenden Formen entwickelt haben, um die Vermittlungslücken in Bezug auf Jugendliche ohne weiterführende Schulbildung zu schließen.

5.3 Politische Einstellungen

In den zurückliegenden Jahrzehnten waren die Jugendlichen mehrheitlich links von der Mitte positioniert. Dies trifft heute nur noch auf die Mädchen zu. Den Mittelpunkt von 50 auf der Rechts-Links-Skala überschreiten sie mit 5 Punkten knapp, indes sich die Jungen leicht rechts von der Mitte einordnen.

JMP-Studie: Politische Einstellungen nach Geschlecht				
Zustimmungs%, Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
(Rechts-)Links-Position	55,1	49,0	***	52,1
Legitimität des pol. Systems	47,8	47,2	**	47,5
Effektivität des Staates	46,2	43,0		44,6
Identifikation mit pol Gemeinschaft	49,1	51,8		50,4
Implementierung pol. Beschlüsse	37,9	35,7		36,9
Eigene pol. Kompetenz	35,5	44,8	***	40,0
Beeinflussbarkeit der Regierung	30,1	37,1	***	33,5
Responsivität von Politikern/ Parteien	31,7	34,3		33,0
Vertrauen auf Regierung	35,0	35,7		35,3
Politische Entfremdung	79,5	80,1		79,8
Politisches Protestpotential	39,7	41,8		40,7

Skala: 0-100. **=p<0,05; ***=p<0,01

⇒ Der hervorstechendste Befund der Tabelle sind die **sehr hohen Werte politischer Entfremdung**, die mit ca. 80 in die Nähe der Maximalmarke 100 gelangen. Sehr schlecht wird insbesondere die „Beeinflussbarkeit der Regie-

„rung“ und die „Responsivität der Politiker“ (Bereitschaft, auf Anliegen der Bevölkerung zu antworten) bewertet. Da auch das Vertrauen in das Regierungshandeln sowohl bei Jungen als auch bei Mädchen gering ausfällt, ergibt sich das Bild „abgehobener Politiker“, die sich von den Sorgen und Nöten der einfachen Leute längst entfernt haben. Ob dieser Eindruck durch Medien verursacht wird, wie das die sog. „Videomalaise“-These (Holtz-Bacha 1989) besagt, oder ob der Eindruck trotz der Medien, die uns Politiker in allen Lebenslagen nahe zu bringen vermögen, entstanden ist, kann an dieser Stelle nicht eindeutig beantwortet werden. Es gibt Hinweise darauf, dass in Abhängigkeit von der politischen Ausrichtung eines Senders bzw. von den Merkmalen der angebotenen Sendungen entweder politische Entfremdung oder aber kritisches Bewusstsein und Bürgerengagement gefördert werden kann.

- ⇒ Ein **politisches Protestpotenzial**, d.h. die Bereitschaft, außerhalb der vorgezeichneten Wahl-Wege für bestimmte Ziele einzutreten und dabei auch persönliche Risiken in Kauf zu nehmen, ist in Ansätzen vorhanden, wird aber ganz **auf den legalen Bereich von Unterschriftensammlungen und Demonstrationen beschränkt**. Eine Neigung zum Terrorismus ist nicht vorhanden, politisch motivierte Gewaltakten sind so gut wie ausgeschlossen.
- ⇒ Die „Effektivität des Staates“ wird von den Mädchen signifikant höher bewertet als von Jungen. Die „**eigene politische Kompetenz**“ **schätzen die Mädchen zudem schlechter ein**. Auch die Beeinflussbarkeit der Regierung wird von Mädchen schlechter beurteilt. Offenbar ist die externale Kontrollerwartung in der Politik bei Mädchen höher ausgeprägt als bei Jungen. Möglicherweise neigen Mädchen auch dazu, ihr politisches Potenzial nicht offensiv genug auszuschöpfen.

Neben den Unterschieden zwischen Mädchen und Jungen weichen auch die politischen Einstellungen der Schulgruppen z.T. erheblich voneinander ab.

- So folgt der Trend von rechts nach links der Stufenfolge Hauptschule, Realschule, Gymnasium. Der Linksorientierung der Gymnasiasten steht eine tendenzielle Rechtsorientierung der Hauptschüler gegenüber.

JMP-Studie: Politische Einstellungen nach Schulgruppen				
Zustimmungs%, Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
(Rechts-)Links-Position	45,8	52,4	55,2	**
Legitimität des pol. Systems	43,9	46,6	51,2	***
Effektivität des Staates	45,6	43,4	46,2	
Identifikation mit pol. Gemeinschaft	50,2	49,9	51,5	
Implementierung pol. Beschlüsse	41,2	36,2	35,4	
Eigene pol. Kompetenz	39,7	39,5	41,1	
Beeinflussbarkeit der Regierung	34,9	31,5	36,3	**
Responsivität von Politikern/ Parteien	32,8	31,6	35,6	
Vertrauen auf Regierung	30,4	35,0	38,9	
Politische Entfremdung	82,4	81,6	75,0	***
Politisches Protestpotential	39,3	41,5	40,1	

Skala: 0-100. **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$

Die Linkseinstellung der Gymnasiasten ist dabei durchaus mit einem relativ hohen Vertrauen in das Regierungshandeln vereinbar (möglicherweise ein Effekt der derzeitigen SPD-Grüne-Koalition). Kaum überraschend ist, dass die **politische Entfremdung der Gymnasiasten hochsignifikant geringer** entfaltet ist als die der Real- und Hauptschüler. Da Gymnasiasten, wie wir bereits wissen, mehr politische Informationen nutzen als andere Schüler, so spricht wenig dafür, dass die Mediennutzung quasi automatisch Politikverdrossenheit produziert.

5.4 Politische Aktivitäten und verändertes Politikverständnis

Trotz der erkennbaren Distanz zum institutionalisierten Politikbetrieb engagieren sich Jugendliche häufig für soziale und politische Ziele. Politische Entfremdung führt also nicht zwangsläufig zu politischer Apathie und Passivität, sondern schließt ein Eintreten für konkrete gesellschaftliche Ziele nicht aus.

- Die am häufigsten durch soziales und politisches Engagement angestrebten Ziele sind jugendspezifische Interessen wie Freizeitgestaltung oder aber sozialer Art, z.B. Hilfe für ältere Menschen, Ausländer und Umwelt-/Tierschutz.
- Vor allem Letzteres ist eine Domäne der Mädchen. Freilich sind **Schülerinnen auch in den anderen Bereichen stärker engagiert** als ihre männlichen Kollegen.

JMP-Studie: Politische Aktivitäten nach Geschlecht				
Skala: 1-3: Mittel, N=546 sortiert nach "Gesamt"	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
<i>Ich bin sozial und politisch aktiv für: ...</i>				
Interessen Jugendlicher	2,0	1,8	***	1,9
Freizeitgestaltung Jugendlicher	1,9	1,8		1,9
ältere Menschen	1,8	1,6	**	1,7
Ausländer	1,8	1,6	**	1,7
Umwelt-/Tierschutz	1,8	1,5	***	1,7
arme Länder	1,8	1,5	***	1,7
arme und schwache Menschen	1,7	1,5	***	1,6
Zusammenleben am Wohnort	1,6	1,7		1,6
Sicherheit und Ordnung	1,6	1,6		1,6
Behinderte	1,6	1,5		1,5
soz. und pol. Veränderungen	1,4	1,5	**	1,5
deutsche Kultur und Tradition	1,4	1,6	***	1,5

Skala: 1=nie, 2=gelegentlich, 3=oft. *=p>0,10; **=p<0,05; ***=p<0,01

Neben den geschlechtsspezifischen Aktivitätsschwerpunkten gibt es auch Schulgruppeneinflüsse.

JMP-Studie: Politische Aktivitäten nach Schulgruppen				
Skala: 1-3: Mittel N=546, sortiert nach "Hauptschule"	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
<i>Ich bin sozial und politisch aktiv für: ...</i>				
Interessen Jugendlicher	1,9	1,9	1,9	
Sicherheit und Ordnung	1,8	1,6	1,5	***
Freizeitgestaltung Jugendlicher	1,8	1,9	1,9	
Ausländer	1,8	1,7	1,6	
Zusammenleben am Wohnort	1,8	1,6	1,6	**
Umwelt-/Tierschutz	1,8	1,6	1,7	
ältere Menschen	1,8	1,7	1,7	
arme und schwache Menschen	1,7	1,6	1,6	
soz. und pol. Veränderungen	1,7	1,5	1,4	***
arme Länder	1,7	1,6	1,8	
Behinderte	1,6	1,5	1,5	
deutsche Kultur und Tradition	1,5	1,5	1,4	

Skala: 1=nie, 2=gelegentlich, 3=oft. *=p>0,10; **=p<0,05; ***=p<0,01

⇒ Während die Interessen Jugendlicher in allen Schulgruppen auf dem ersten Platz angesiedelt sind, weichen die Aktivitätsgrade zu folgenden Themen jeweils zugunsten der Hauptschüler voneinander ab: „Sicherheit und Ordnung“,

„Zusammenleben am Wohnort“ sowie „soziale und politische Veränderungen“. Dies lässt sich plausibel damit erklären, dass Hauptschüler häufig einem starken materiellen Druck ausgesetzt sind (oder sogar finanzielle Not erleiden). Sie legen daher besonderen Wert auf Sicherheit, die sie einerseits durch Konzentration auf den eigenen Nahbereich (Familie, Freundeskreis) herstellen und andererseits durch staatliche Ordnungskräfte flankiert sehen wollen. Verbliebene Rest-Frustrationen lassen sich dann durch gesellschaftliche Veränderungsarbeit besser ertragen, die man z.B. im Rahmen von Gewerkschaften oder in Parteien unternehmen kann, sofern diese über den Status quo mit reformerischen oder revolutionären Mitteln hinausstreben.

Die Analyse des Aktivitätsprofils hat bereits Hinweise darauf erbracht, dass sich das **Politikverständnis Jugendlicher gegenwärtig in einem Transformationsprozess** befindet. Nicht allein der Typus des Berufspolitikers oder die institutionalisierten Regierungs- und Oppositionsrollen sind hier bestimmend, sondern ein breites und dynamisches Spektrum von konkreten gesellschaftlichen Zielen und Aktivitäten, die mit wahrgenommenen Problemen korrespondieren.

JMP-Studie: Politikverständnis und politische Aktivität nach Geschlecht				
Mittel N=546	Geschlechtsgruppe		t-Test	Gesamt
	weiblich	männlich		
institutionenzentriertes vs. sozial engagiertes Politikverständnis (1-7)	3,5	3,5		3,5
Pol. Aktivitätsindex 1: auf Teilziele ausg. soz. Engag. (13-39)	21,9	21,1	*	21,5
Pol. Aktivitätsindex 2: systemische Aktivitätsformen (0-8)	1,0	1,2	**	1,1
Skala: jeweils in Zeilenbeschriftung angegeben. **= $p < 0,05$; ***= $p < 0,01$				

⇒ Bei einem abstrakten Skalenmittelpunkt von 4 ist das Politikverständnis Jugendlicher zwar tendenziell noch knapp institutionenzentriert, eine Mehrheit von 39% positioniert sich aber genau in der Skalenmitte, die zu gleichen Anteilen institutionenzentrierte und sozial engagierte Aspekte von Politik betont. Immerhin 17,1 % neigen einem Politikverständnis zu, das soziales Engage-

ment in höherem Maße als institutionalisierte Politik fokussiert. Dieser Wert liegt weit über demjenigen von Erwachsenen. Damit ergeben sich weitere Indizien für die hypostasierte **Entinstitutionalisierung des Politikbegriffs** und die Verlagerung der Staatsbürgerrolle in Richtung auf soziales Engagement. Die politische Entfremdung (vor allem die Parteiverdrossenheit und tendenziell Staatsverdrossenheit) geht also nicht linear zu Lasten des „sozialen Kapitals“ in der Gesellschaft, wie es Putnam befürchtet (2001).

- ⇒ Der Trend zur Entinstitutionalisierung zeigt sich auch bezüglich der bevorzugten Aktivitätsformen. Eine übergroße Mehrheit der Jugendlichen zieht das auf Teilziele ausgerichtete soziale Engagement solchen politischen Betätigungen vor, mit deren Hilfe innerhalb etablierter Institutionen politischer Einfluss und Macht errungen werden soll. Die Entinstitutionalisierung der Politik beinhaltet also auch eine **Verweigerung, sich an "ritualisierten" Machtspielen zu beteiligen** – sei es, weil diese als zu mühsam und frustrationsriskant erscheinen, oder sei es, weil die Machtspiele selbst als moralisch fragwürdig erlebt werden, die mit der eigentlichen gemeinwohlorientierten Grundfunktion der Politik nicht mehr im Einklang stehen.
- ⇒ Man könnte nun erwarten, dass der Prozess der Entinstitutionalisierung von Politik noch stärker als bei den Jungen bei den Mädchen ablaufen sollte, da bei letzteren gemeinwohlorientierte Werte in höchstem Maße dominieren. Dies ist jedoch in den Daten nur bedingt nachweisbar. Kein Unterschied zeigt sich beim Politikverständnis. Die Aktivitätsindizes belegen aber eine leichte Tendenz in der erwarteten Richtung: Mädchen präferieren etwas stärker als Jungen direkte soziale Aktionen, indes zeigen Jungen - auf allerdings niedrigem Grundniveau - ein etwas größeres Gewicht systemischer Aktionen. Ob diese Kluft allerdings im Zeitverlauf anwächst oder einem allgemeinen Trend zur Nivellierung unterliegt, ist den Daten nicht anzusehen.

Die letzte Tabelle befasst sich mit dem Politikverständnis der Schulgruppen. Unterschiede bei den Gewichten zwischen institutionenzentriertem und sozial engagierten Politikverständnis sind minimal und statistisch nicht interpretierbar.

JMP-Studie: Politikverständnis nach Schulgruppen				
Skala: 1-7: Mittel N=546	Schulgruppe			F-Test
	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
institutionenzentriertes vs. sozial engagiertes Politikverständnis (1-7)	3,4	3,4	3,7	
Pol. Aktivitätsindex 1: auf Teilziele ausg. soz. Engag. (13-39)	22,8	21,4	21,0	**
Pol. Aktivitätsindex 2: systemische Aktivitätsformen (0-8)	0,8	1,2	1,0	***
Skala: jeweils in Zeilenbeschriftung angegeben. **=p<0,05; ***=p<0,01				

- Die Aktivitätsindizes machen allerdings deutlich, dass der **Prozess der Entinstitutionalisierung stärker an der Hauptschule** als am Gymnasium und an der Realschule anzutreffen ist. Systemische Aktivitäten kommen auf der Hauptschule so gut wie gar nicht vor, stattdessen finden wir ein signifikant höheres soziales Engagement als bei den anderen Schultypen.

Die Frage bleibt: Was können und sollen Medien zur politischen Information und Orientierung Jugendlicher beitragen? Da die Entinstitutionalisierung der Politik mit einer stärkeren lebensweltlichen Verwurzelung einhergeht, kommen in Zukunft auch und gerade Unterhaltungsformate in Frage, die den Spagat zwischen lebensweltlicher und systemischer Perspektive in Soaps und Talkshows tagtäglich praktizieren. Andererseits besteht die Gefahr, dass ein vollständig verlebensweltlichter Politikbetrieb an systemischer Kompetenz und Steuerungsfähigkeit massiv einbüßt. Daher wäre es falsch und illusorisch, wenn die Medien gänzlich auf die Karte der Entertainingisierung setzten. Vielmehr ist auch auf längere Sicht erforderlich, die systemische Perspektive durch geeignete journalistische Formate der Informationsvermittlung zu stützen und nicht dem Wildwuchs einer falsch verstandenen „Spaßgesellschaft“ zu überlassen. Es ist daher auf einem **dualen Politikbegriff** zu bestehen, der sowohl der Berichterstattung über professionalisierte System-Politik als auch dem lebensweltlich verwurzelten, sozialen Engagement der Bürger Rechnung trägt.

6 Fazit

Die vorliegenden Auswertungen stellen eine erste, noch deskriptive Annäherung an die vielfältigen Zusammenhänge zwischen Medien und Politik dar, die im Hinblick auf Jugendliche von besonderem Interesse sind. Jugendliche sind extreme Mediennutzer und zugleich als Staatsbürger und zukünftige Wähler das demokratische Fundament (oder der Treibsand) unseres politischen Systems. Man kann davon ausgehen, dass Jugendliche zumeist eine hohe Medienkompetenz besitzen, die sie befähigt, das für sie Geeignete zu selektieren. Das setzt allerdings voraus, dass „Passendes“ in den Medien auch angeboten wird. Dies ist, wie die Untersuchung zeigte, nicht immer und überall der Fall.

Im folgenden werden daher diejenigen Ergebnisse rekapituliert, die auf einen journalistischen Handlungsbedarf hindeuten:

1. Jugendliche präferieren private Nachrichtensendungen im Fernsehen, deren Sprecher und Sprache sie besonders schätzen. Im Unterschied dazu werden die öffentlich-rechtlichen Nachrichten (insbesondere die des ZDF) weniger häufig genutzt, da sie als eher unverständlich gelten und nur wenige Möglichkeiten zur para-sozialen Interaktion (Aufbau einer quasi-persönlichen Beziehung zum Fernsehsprecher oder Moderator) bieten. Dies ist umso bedauerlicher, da die öffentlich-rechtlichen Nachrichten als hochgradig informativ und glaubwürdig bewertet werden. Salopp formuliert könnte man über die ARD und das ZDF sagen: Inhaltlich Top – formal ein Flop! Bei den privaten Sendern ist es umgekehrt. Handlungsbedarf besteht auf beiden Seiten.
2. Ein besonderer Defizitbereich sind die politischen Magazinsendungen und politischen Diskussionsrunden im Fernsehen, die von Jugendlichen so gut wie gar nicht genutzt werden. Dies ist insofern alarmierend, als gerade kritisch-satirische Sendungen wie die *Ali G.-Show* auf VIVA großen Zuspruch finden. Auch sind diskursive Talkshow-Formate bei Jugendlichen sehr beliebt. Wenn also politische Magazine und Gespräche zu jugendfreien Zonen werden, dann liegt das an der nicht jugendgerechten Machart dieser Sendungen.

3. Probleme der Politikvermittlung gibt es vor allem bezüglich der Hauptschüler, die die klassischen Informationsangebote wesentlich weniger nutzen als Realschüler und Gymnasiasten. Dies stellt eine besondere Herausforderung an die Medien dar, die bislang nur unzureichend in der Lage sind, Politik klar und verständlich und ohne Errichtung von Bildungsbarrieren darzustellen.
4. Die Informationsnutzungstätigkeit der Jungen ist in Bezug auf Politik im Allgemeinen höher als die der Mädchen (mit Ausnahme des Radios). Dies liegt einerseits am immer noch vorhandenen Gefälle des politischen Interesses zwischen den Geschlechtsgruppen. Fast scheint es so, als sei die Politik der letzte gleichberechtigungsresistente gesellschaftliche Bereich. Andererseits sind Mädchen durchaus sozial und politisch engagiert, sogar in höherem Maße als Jungen. Es spricht daher Einiges dafür, dass die relativ geringe Nutzung politischer Medieninformation teilweise auf einen immer noch institutionenzentrierten Politikbegriff zurückgeht, der die neuen Formen der politische Betätigung nur unvollständig erfasst. (Die Frauen wären in diesem Fall „politischer“, als sie selbst glauben.) Teilweise und vermutlich zum größeren Teil spiegeln sich darin aber auch Defizite der Politikthematisierung wider, die frauenspezifischen Politik-Zugänge einfach zu wenig entgegenkommen. Die von den Frauen hochgeschätzten politischen Radioinformationen belegen, dass in Bezug auf Frauenkompatibilität in anderen Medien noch Entwicklungsspielraum ist.
5. Der Politikbegriff ist bei Jugendlichen in einem Wandlungsprozess begriffen. Neben den institutionalisierten Formen der Politik werden Konturen eines problem- und themenbezogenen, politischen Handlungsfeldes sichtbar, indem zielorientiertes Engagement vorherrscht, ohne dass sich dieses mit Fragen der längerfristigen Organisation und Machtgewinnung verbindet. Diese Art nicht-institutionalisierter politischer Aktivitäten, die sich im Wesentlichen auf soziale Belange der näheren Umgebung und/ oder auf globale, existenzielle Probleme (wie Umweltschutz und Krieg) beziehen, haben eine besondere Affinität zu Unterhaltungsprogrammen, die ebenfalls zwischen der lebensweltlichen Alltagsperspektive des Einzelnen und der überindividuellen Perspektive systemischer Politik changieren. Allerdings muss vor einer totalen Entertaini-

sierung der Politik nachdrücklich gewarnt werden, da hierbei für die Gemeinschaft lebenswichtige Grundfunktionen des Politischen außer Kraft gesetzt werden könnten. Es ist daher für die Medien eine zentrale Aufgabe, die Differenzen verschiedener Formate der Politikbehandlung nicht etwa zu verwischen, sondern im Gegenteil hervorzuheben.

Literatur

Claußen, Bernhard, Rainer Geißler (1996) (Hg.): Die Politisierung des Menschen. Instanzen der politischen Sozialisation. Ein Handbuch. – Opladen: Leske+Budrich.

Deutsche Shell (Hg.) (2002): Jugend 2002. Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus (Konzeption und Koordination: Klaus Hurrelmann, Mathias Albert, Infratest Sozialforschung). – Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuchverlag.

Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Edelstein, Wolfgang, Getrud Nunner-Winkler (2000) (Hg.): Moral im sozialen Kontext. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp. Reihe stw 1470.

Holtz-Bacha, Christina (1989): Verleidet uns das Fernsehen die Politik? Auf den Spuren der "Videomalaise". In: M. Kaase, W. Schulz (Hg.), Massenkommunikation - Theorien, Methoden, Befunde. Kölner Zeitschrift für Sozialpsychologie, SonderH.30/1989. – Opladen: Westdeutscher Verlag, S.239-252.

Hopf, Christel, Wulf Hopf (1997): Familie, Persönlichkeit, Politik. Eine Einführung in die politische Sozialisation. – Weinheim, München: Juventa. Reihe Grundlagentexte der Soziologie, hg. von Klaus Hurrelmann.

Meyer, Thomas, Rüdiger Ontrup, Christian Schicha (2000): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen. – Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Putnam, Robert D. (2001): Bowling alone. The collapse and revival of American community. – New York, London, Toronto, Sydney, Singapore: Simon&Schuster.

Roth, Roland, Dieter Rucht (2000) (Hg.): Jugendkulturen, Politik und Protest. Vom Widerstand zum Kommerz? – Opladen: Leske+Budrich.

Sarcinelli, Ulrich (1998) (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. – Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Schmidt, Claudia (1995): Fernsehverhalten und politische Interessen Jugendlicher und junger Erwachsener. In: Media Perspektiven H.5, S.220-227.

Zinnecker, Jürgen, Imbke Behnke, Sabine Maschke, Ludwig Stecher (2003): Null zoff & voll busy. Die erste Jugendgeneration des neuen Jahrhunderts. Ein Selbstbild. – Opladen: Leske+Budrich.