

Gymnasium • DMS • St. Klemens
Maturaarbeit
eingereicht bei Franco Luzzatto

Untersuchung einer möglichen Korrelation zwischen dem Fernsehverhalten und den Wert- und Normvorstellungen von Jugendlichen der dritten Oberstufen der Gemeinde Emmen und Umgebung

Adrian Kuhn (4. Kurs)
Schaubhus 14
6020 Emmenbrücke

30. September 2000

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	3
2	DIE VORGEHENSWEISE BEIM ERSTELLEN EINES FRAGEBOGENS	4
2.1	DIE AUFFÜHRUNG VON VERSCHIEDENEN FRAGETYPEN.....	4
2.2	DIE REGELN BEIM ERSTELLEN EINES FRAGEBOGENS	6
3	DIE WERTE DER JUGENDLICHEN	8
3.1	DIE ERGEBNISSE ZWEIER DEUTSCHER UNTERSUCHUNGEN	8
3.1.1	<i>Die Studie der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend</i>	8
3.1.2	<i>Die Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell</i>	9
3.2	DIE ERGEBNISSE ZWEIER UNTERSUCHUNGEN IN DER SCHWEIZ	10
3.2.1	<i>Die Schweizer Jugendlichen und ihre Einstellung zur Politik</i>	10
3.2.2	<i>Die Studie der Schulklasse aus Wetzikon</i>	10
3.2.3	<i>Die Konklusion</i>	11
4	DIE DARLEGUNG DER UMFRAGEERGEBNISSE	12
4.1	DIE STRUKTUR DER BEFRAGTEN PERSONEN.....	12
4.2	DIE ERSTE FRAGE: „HABT IHR ZUHAUSE EINEN FERNSEHER?“	12
4.3	DIE ZWEITE FRAGE: „HAST DU EINEN EIGENEN FERNSEHER FÜR DICH?“	13
4.4	DIE WÖCHENTLICHEN SENDUNGEN	13
4.5	DIE TÄGLICHEN SENDUNGEN	15
4.6	DIE VERTEILUNG DER WERTBEGRIFFE	17
4.6.1	<i>Die Rangierung der ersten Gruppe von Wertbegriffen</i>	17
4.6.2	<i>Die Rangierung der zweiten Gruppe von Wertbegriffen</i>	19
5	DIE AUSWERTUNG UND INTERPRETATION DER UMFRAGEERGEBNISSE	21
5.1	DIE FRAGEN ZUM FERNSEHKONSUM.....	21
5.2	DIE WERTE DER EMMER JUGENDLICHEN IM VERGLEICH ZU DEN AUFGEFÜHRTEN DEUTSCHEN- UND SCHWEIZER STUDIEN.....	23
5.3	DIE WERTE DER EMMER JUGENDLICHEN VERGlichen MIT IHREM FERNSEHVERHALTEN	24
6	SCHLUSS	26
7	LITERATURVERZEICHNIS	29
8	ANHANG: DER FRAGEBOGEN	30

1 Einleitung

Da der Fernseher als Medium in der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist und von den meisten Personen regelmässig benutzt wird, habe ich mir gedacht, dass man aus den Fernsehgewohnheiten einer Personengruppe, zum Beispiel der Jugendlichen, ihre Wert- und Normvorstellungen herauslesen kann. Genau dieser Gedanke brachte mich auf das Thema meiner Maturaarbeit. Ich möchte mit einer eigenen Untersuchung und einem speziell zu diesem Zweck angefertigten Fragebogen, diese Hypothese wissenschaftlich belegen oder widerlegen. Da ich selber in der Gemeinde Emmen aufgewachsen und immer noch da wohnhaft bin, habe ich dieses Gebiet als Untersuchungsort ausgewählt.

Der Aufbau meiner Arbeit sieht folgendermassen aus: Im Kapitel zwei befasse ich mich mit den Techniken für die Erstellung eines Fragebogens. Ich weise darauf hin, wie schwierig und durchdacht ein solches Vorhaben sein kann und auf was man besonders achten sollte. Als nächsten Schritt möchte ich im Kapitel drei aufzeigen, welche Werte im Leben eines Jugendlichen wichtig sind und mit welchen Gedanken und Weltbildern sie durchs Leben gehen. Diese beiden Kapitel erarbeite ich mit Hilfe von Fachstudien und früheren Untersuchungen. Als dritten Schritt dokumentiere ich im Kapitel vier meine eigenen Umfrageergebnisse, welche dann das Fernsehverhalten von Schülern mit verschiedenen Schultypen aufzeigen. Mit einem Fragebogen, den ich an Schüler und Schülerinnen in der Gemeinde Emmen der dritten Oberstufe verteile, verschaffe ich mir einen Einblick in ihr Fernsehverhalten und in ihre Wert- und Normvorstellungen. Im fünften und letzten Kapitel werde ich meine Umfrageergebnisse aus und versuche Parallelen zu den Kapiteln zwei und drei zu ziehen. Das heisst, ich untersuche, ob die allgemeine Auffassung über die Werte der Jugendlichen mit meinen Umfrageergebnissen korrelieren oder abweichen und als Erweiterung möchte ich meine Hypothese, dass sich Wert- und Normvorstellungen von Jugendlichen in ihrem Fernsehkonsum widerspiegeln, zu beweisen versuchen.

2 Die Vorgehensweise beim Erstellen eines Fragebogens

Ein Fragebogen ist ein empirisches Messinstrument, mit dessen Hilfe man Eigenschaften, Überzeugungen, Einstellungen, Meinungen oder Verhalten von verschiedensten Personen untersuchen kann. Obwohl diese Definition so trügerisch einfach klingt, ist die Herstellung eines Fragebogens um einiges schwieriger als man denkt. Siegfried Schumann schreibt in seinem Buch:

„[...] , dass die Konstruktion von Fragebogen und der in ihnen enthaltenen Fragen eher eine ‚Kunstlehre‘ darstellt, als eine ‚Methode‘, deren Einsatz ein gewünschtes Ergebnis, nämlich einen ‚guten‘ Fragebogen, garantiert.“¹

Ich habe die Methode des schriftlichen Fragebogens gewählt, weil diese Form der Befragung arbeitsökonomischer als andere Methoden ist und ich damit eine grosse Zahl von Personen befragen kann. Zudem ist die Bereitschaft von Jugendlichen grösser, einen Fragebogen auszufüllen, als zum Beispiel Interviews zu geben. Die Gefahr besteht jedoch, dass Fragebogen nicht immer ehrlich ausgefüllt werden und damit mein Bestreben zur „Reliabilität“² nicht gewährleistet wäre. Dieser Gefahr versuche ich mit geeigneten methodischen Schritten entgegenzuwirken.

2.1 Die Aufführung von verschiedenen Fragetypen

In einem Fragebogen werden üblicherweise verschiedene Typen von Fragen verwendet. Dazu gehören „**Rückerinnerungsfragen (Recallfragen)**“³, wobei man die Personen nach einem geschehenen Ereignis erfragt. Ein Beispiel für eine Rückerinnerungsfrage ist: „Welche Sendung(en) haben sie sich am letzten Wochenende im Fernsehen angesehen?“ Die Gefahr bei Rückerinnerungsfragen sind Erinnerungsverzerrungen, weil manche Leute sich nicht mehr korrekt an ihr Fernsehverhalten zu einer bestimmten Zeit erinnern.

Eine andere Form sind „**Filterfragen**“⁴, durch welche man eine oder mehrere Personengruppen um eine Frage „herumlenken“ kann. Es macht zum Beispiel keinen Sinn, bei einer Befragung

¹ Schumann, Repräsentative Umfrage 51.

² „Genaue und exakte Beobachtung bzw. Messung dessen, was zu beobachten und messen angegeben ist.“ (Hobmair, Psychologie 55.)

³ Schumann, Repräsentative Umfrage 53.

⁴ Schumann, Repräsentative Umfrage 54.

nach Essgewohnheiten von Personen, Vegetarier und Vegetarierinnen nach ihren bevorzugten Fleischsorten zu fragen. Darum müsste man mit einer vorgezogenen Einteilungsfrage alle Personen, die als Antwort „Vegetarier“ angeben, mit einem Verweis an einer anderen Stelle im Fragebogen weiter machen lassen. Zudem kann man mit Filterfragen alle nicht erwünschten Personengruppen aus einer Befragung „herausfiltern“, um am Schluss eine zuvor bestimmte Zielgruppe zu erreichen. In meinem Fragebogen ist dieses Verfahren nicht notwendig, da ich von vornherein nur meine gewünschte Zielgruppe (Jugendliche im Alter von 15-17 Jahren) meinen Fragebogen ausfüllen lasse. Ich benutze folglich hier keine Filterfragen.

Die „**taktischen Fragen**“¹, an deren Resultat man als Befrager nicht wirklich interessiert ist, dienen immer als Übergang oder als Einstimmung für den Befragten auf Fragen aus einem anderen Gebiet.

Weiter gibt es „**Kontrollfragen**“², um willkürliches Antworten zu vermeiden und um die Seriosität der Befragten zu überprüfen. Man stellt zum Beispiel „**unsinnige Fragen**“³, die mit „nein“ beziehungsweise mit „weiss nicht“ beantwortet werden müssen. In meinem Fragebogen gibt es ebenfalls solche unsinnige Fragen, denn in der Liste mit Fernsehsendungen finden sich auch fiktive, von mir erfundene Sendungen, die es nicht gibt. Es sind dies die Sendungen „Arztvisite“ (TV3) und „Die Schule im Grünen“ (ORF 1). Wenn nun jemand angibt, er schaue eine dieser fiktiven Sendungen, dann erkenne ich, dass diese Person meinen Fragebogen nicht versteht, absichtlich unehrlich beantwortet, oder dass sie ihn unachtsam ausfüllt.

Ein Fragebogen besteht üblicherweise immer aus „**offen- und oder aus geschlossen formulierten Fragestellungen**“⁴. Ich benutzte in meinem Fragebogen beide Arten. Bei offen formulierten Fragen muss der Befragte selber einen Antwortsatz formulieren. Als Beispiel dient meine Frage: „Für mich ist Rang 1 [z. B. Gesundheit] wichtig, weil...“ Der Befragte ist nun aufgefordert, den Satz zu beenden. Aus den verschiedenen Antwortsätzen kann ich die Gründe für die jeweilige Rangierung herauslesen, und ich kann sie untereinander vergleichen. Geschlossen formulierte Fragen sind mit Antwortalternativen versehen, die man ankreuzen kann. In meinem Fragebogen gibt es auch Beispiele für diese Fragekategorie: „Habt ihr Zuhause einen Fernseher?“ oder „diese Sendung [z. B. Arena] schaue ich wöchentlich, etwa zwei mal pro Monat, etwa ein mal pro Monat oder nie.“ Bei beiden Fragen hat der Befragte Auswahlmöglichkeiten, die er ankreuzen kann.

¹ Schumann, Repräsentative Umfrage 54.

² Schumann, Repräsentative Umfrage 55.

³ Schumann, Repräsentative Umfrage 55.

⁴ Schumann, Repräsentative Umfrage 59.

Diese Form von Fragestellung ist für den Befragten einfacher und bequemer, denn er muss keine Sätze schreiben, sondern kann nur ankreuzen.

Wenn die Befragten Dinge hinsichtlich ihrer Wichtigkeit ordnen oder einteilen sollen, dann gibt es zwei Möglichkeiten, wie man sie danach erfragen kann. Man nennt diese zwei verschiedenen Methoden „**Ranking und Rating**“¹. Bei der Methode des Ranking ist der Befragte aufgefordert, die Dinge oder die Werte selber in eine Rangordnung zu bringen. Das Wichtigste erscheint zu oberst und das Unwichtigste zuunterst auf der Rangliste. Ich erfrage in meinem Fragebogen die Werte der Jugendlichen ausschliesslich mit dieser Methode, indem sie den Werten eine Nummer geben können. Bei der Auswertung erkenne ich dann sofort, dass Werte mit tiefen Nummern eine grössere Bedeutung für die Jugendlichen haben.

Unter Rating versteht man, dass man das zu bewertende „Ding“ in einer Skala einträgt. Je wichtiger nun etwas ist, desto mehr liegt der Wert im positiven Bereich der Skala.

2.2 Die Regeln beim Erstellen eines Fragebogens²

Es gibt Regeln, die man bei der Erstellung eines Fragebogens beachten sollte. Hier eine beschränkte Auswahl solcher Regeln, welche für meine spezifische Umfrage bei Jugendlichen die wichtigsten sind, und die ich in meinem Fragebogen berücksichtigen möchte:

- **Eindimensionalität der Fragen.** Dies bedeutet, dass in einer Frage nur genau ein Sachverhalt erfragt werden darf. Zweidimensionale Fragen können nicht eindeutig und sinnvoll ausgewertet werden. Ein Beispiel für eine zweidimensionale Frage lautet: „Schauen sie oft am Abend fern, weil es ihnen langweilig ist?“ Hier kann eine Person mit ja antworten, weil sie oft aus Langeweile abends fern sieht, sie kann jedoch ebenfalls mit ja antworten, wobei sie aber aus anderen Gründen den Fernseher einschaltet. Hier sieht man deutlich, dass eine Frage gleich zwei Fragen beinhaltet. Nämlich die Fragen nach der Häufigkeit und dem Grund, weshalb jemand fern sieht.
- **Vermeidung von Fachbegriffen.** Durch Fachbegriffe erhöht man das Risiko, dass Personen die Frageformulierung nicht oder falsch verstehen. Diese Regel leuchtet insofern ein, da meine Zielgruppe ausschliesslich aus Jugendlichen besteht. Ein Beispiel für eine Frage mit einem Fachbegriff: „Sind sie sich der *pathogenen Eigenschaften* des Rauchens bewusst?“ Einfacher

¹ Schumann, Repräsentative Umfrage 72.

² „Nach:“ Schumann, Repräsentative Umfrage 51-79.

formuliert würde die Frage lauten: „Sind sie sich der gesundheitlichen Schäden des Rauchens bewusst?“

- **Keine doppelten Negationen.** Wenn man eine Frage stellt, die zusammen mit der Antwort eine Aussage mit einer doppelten Negation ergibt, kann sie nicht mehr eindeutig ausgewertet werden. Ein Beispiel für eine solche Frage könnte lauten: „Schauen sie nie die Sendung Sportpanorama?“ Wenn nun jemand mit „nein“ antwortet, dann ergibt dies eine doppelte Negation, die nichts anderes bedeutet, als dass diese Person die Sendung Sportpanorama immer schaut. Für die auswertende Person ist es nun schwierig zu interpretieren, wie der Befragte die Fragestellung aufgefasst hat. Es stellt sich die Frage, ob der Befragte die doppelte Negation verstand oder nicht. Aus diesem Grund sollte man alle Fragen immer so stellen, dass mit der Antwort keine doppelten Negationen entstehen können.
- **Kurze Fragen stellen.** Lange Fragen wirken demotivierend auf den Befragten und werden dadurch eher nicht oder unvollständig beantwortet. Zudem steigern lange Fragen die Gefahr der Mehrdimensionalität (*siehe oben*). Ein Beispiel für eine Frage, die unnötig lang ist, und die man ohne weiteres kürzer stellen könnte: „Denkst du, dass du einmal *in ferner Zukunft* einen eigenen Fernsehapparat *im Zimmer* besitzen wirst, *auf dem du ungestört fernsehen kannst*?“ Diese Beispielfrage kann man einfach kürzen, indem man die kursiv geschriebenen Wörter weglässt, da sie zur richtigen Beantwortung unnötig oder höchstens verwirrend sind. Die Frage würde dann folgendermassen lauten: „Denkst du, dass du einmal einen eigenen Fernsehapparat besitzen wirst?“
- **Einfache und konkrete Frageformulierungen.** Sie erhöhen die Verständlichkeit der Fragen und beugen gegen Missverständnisse vor. Es ist zum Beispiel ratsam, beim Erfragen des Alters der Befragten nach dem Jahrgang und nicht direkt nach dem Alter zu fragen. Dies sollte man tun, weil viele Personen ihren Jahrgang besser kennen als ihr Alter und diesen somit ohne viel zu überlegen hinschreiben können. Beim Alter müssen sie unter Umständen zu rechnen beginnen. „Welches ist dein Jahrgang?“ ist folglich die taktisch klügere Frage als: „Wie alt bist du?“ Eine speziell unglückliche Fragestellung wäre: „Wann hast du Geburtstag?“ Diese Frage würde bei den Antworten ein noch grösseres Fehlerpotential beinhalten.

3 Die Werte der Jugendlichen

Anhand von mehreren statistischen Untersuchungen in Deutschland und in der Schweiz versuche ich, die allgemeinen Wert- und Normvorstellungen der Jugendlichen zu dokumentieren. Dabei stammt das Quellenmaterial aus verschiedenen Jahren, was mir erlaubt, eine eventuelle Entwicklung der Wertvorstellungen der Jugendlichen zu sehen. Ich werde nun im Folgenden die Ergebnisse der deutschen Untersuchungen und anschliessend die schweizerischen Forschungsergebnisse aufzeigen.

3.1 Die Ergebnisse zweier deutscher Untersuchungen

Ich beziehe meine folgenden Angaben aus zwei früheren Studien. Die erste stammt aus dem Jahre 1998, wobei man 358 Berufsschüler aus Deutschland befragte. Diese Studie wurde von der **Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Niedersachsen** durchgeführt. Die Schüler waren alle zwischen 15 und 35 Jahre alt.

Die zweite Studie wurde im Jahre 1992 **im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell** gemacht. Dabei befragte man in ganz Deutschland 4000 Jugendliche nach allen möglichen Aspekten. Ich werde das für mich Wichtigste herausnehmen und dokumentieren.

3.1.1 Die Studie der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend¹

Die Arbeitsgemeinschaft betont in einem einleitenden Text die Schwierigkeiten bei einer Untersuchung der Wert- und Normvorstellungen bei Jugendlichen. Zum Beispiel haben die Untersuchenden verschiedene Interpretationen von Wertbegriffen, welche bei der Rangierung der Werte eine erhebliche Rolle spielen. Zudem möchte die evangelische Arbeitsgemeinschaft erwähnt haben, dass die Studie nur eine „Momentaufnahme“ ist und dass keine Aussagen über die wirklichen Wertorientierungen der Jugendlichen gemacht werden können.

Die Ergebnisse sind letztendlich eindeutig: **„Die Werte Gesundheit und Geld liegen an der Spitze, darauf folgt der Wert Familie vor Partnerschaft.“** Als Begründung für das gewachsene Gesundheitsbewusstsein nennt die Arbeitsgemeinschaft die Erziehung und die Gesundheits-

reform. Den Kindern und Jugendlichen wird vermehrt von Eltern und Schule ein Körperbewusstsein vermittelt. Warum Geld so weit vorne auf der Liste der Werte erscheint ist nicht überraschend: Geld bestimmt den Lebensstandard und die Freizeit.

Die Gründe, weshalb der Wert Familie an dritter Stelle steht, sind laut den befragten Jugendlichen der Rückhalt und die Sicherheit, welche von einer Familie geboten werden. Die Familie gewährleistet ein Zurechtkommen in der heutigen pluralistischen Gesellschaft.

Aus welchen Gründen materielle Werte wie Urlaub, Genuss, Action, Computer, usw. keine grossen Stellenwerte bei den Jugendlichen haben liegt an der Tatsache, dass diese von anderen Werten wie Gesundheit oder Geld abhängig sind.

Am Ende der Liste sind die Werte Glaube/Religion, Politik und Sport, wobei beim letzteren auch die Abhängigkeit von der Gesundheit erwähnt wird.

Genauere Prozentzahlen liegen bei dieser Untersuchung nicht vor. Ich kann deshalb keine Angaben machen, wie tief oder wie hoch die Zahlenwerte für die einzelnen Wertbegriffe sind.

3.1.2 Die Studie im Auftrag des Jugendwerks der Deutschen Shell²

Aus dieser Umfrage kann man einige Angaben über die Wert- und Normvorstellungen von Jugendlichen herauslesen. Bei einer Frage waren die Personen dazu aufgefordert, nach der Methode des Rating (*Siehe 2.1*) Dinge zu bewerten, die für sie im Leben wichtig sind. Alle hatten eine Auswahl von 18 Begriffen. Bei den 13- bis 16-Jährigen ist nun der Wert **„Wahre Freundschaft“** und **„Eine Welt in Frieden“** an erster Stelle. An zweiter Stelle kommt die „Freiheit“ gefolgt von „Familiäre Sicherheit“. An letzter Stelle steht der Wert „Soziale Macht“.

In einem weiteren Punkt innerhalb dieser Studie befragte man die Jugendlichen nach ihrem politischen Interesse. In Westdeutschland geben 32 Prozent der befragten Jugendlichen zwischen 13 und 16 Jahren an, sie seien interessiert an der Politik, 68 Prozent zeigen kein Interesse. In Ostdeutschland ist das Verhältnis von politischem Interesse zu Desinteresse 40 zu 60 Prozent.

¹ „Nach:“ <http://www.ejh.de/aejn/1999/wertehammer.htm>, 2. April 2000.

² „Nach:“ Fischer, Jugend '92 123-155.

3.2 Die Ergebnisse zweier Untersuchungen in der Schweiz

Im folgenden Kapitel wende ich mich den Werten der Schweizer Jugendlichen zu. Ich stütze mich dabei auf zwei frühere und unabhängige Studien. Die erste wurde im Jahre 1991 gemacht, wobei man die Werte der Schweizerinnen und Schweizer erforschte. Es gibt unter diesem Quellenmaterial eine Sparte über **Jugendliche und ihre Einstellung zur Politik**. Dabei befragte man 500 Personen zwischen 15 und 19 Jahren nach ihrem politischen Interesse.

Die zweite Befragung wurde 1999 von **einer Schulklasse der Kantonsschule Zürcher Oberland in Wetzikon** durchgeführt und erschien in der Zeitschrift *Facts* vom 14. Oktober 1999 (Nr. 41). Innerhalb dieser Studie erfragte man rund 200 Jugendliche nach ihrem politischen Interesse. Anschliessend versuche ich, die beiden Studien aus den Jahren 1991 und 1999 zu vergleichen, um mögliche Entwicklungen aufzudecken.

3.2.1 Die Schweizer Jugendlichen und ihre Einstellung zur Politik

„[...] , so kann man feststellen, dass mehr als die Hälfte der von uns befragten Jugendlichen (54 Prozent) erklärt, sich überhaupt nicht für Politik zu interessieren; [...]“¹

42 Prozent geben an, sich für Politik zu interessieren, sich aber nicht aktiv daran zu beteiligen. Die restlichen 4 Prozent geben keine Antwort. Zudem zeigt diese Studie, dass das politische Interesse mit zunehmendem Alter leicht zunimmt. Bei einer Rangliste der Werte kommt die Politik nach Freunden und Bekannten, Freizeit, Familie, Arbeit und Religion an letzter Stelle.

3.2.2 Die Studie der Schulklasse aus Wetzikon

„40 Prozent der befragten Jugendlichen interessieren sich für Politik und Wirtschaft, [...]“²

Zu diesem Resultat muss man festhalten, dass diese Klasse die Befragung mit dem Ziel angegangen ist, das Interesse und das Engagement der heutigen Jugend an der Umwelt zu beweisen. Es wird zudem erwähnt, dass materielle Werte wie Geld, Auto, oder ein Dach über dem Kopf nicht mehr zuoberst auf der Prioritätenliste stehen. Wichtiger seien Anliegen wie **Lebensqualität und Selbstverwirklichung**.

¹ Melich, Die Werte der Schweizer 282.

² http://www.smd.ch/cgi-bin/smdx/smd_dok.cgi?RA1999101501324.1555023820, 28. Mai 2000.

Im gleichen Artikel macht der Berner Politologieprofessor Klaus Armingeon die Aussage, dass die Jugend politisch aktiver geworden sei. „Keine Spur von der oft zitierten Politikverdrossenheit der Jugend.“¹

3.2.3 Die Konklusion

Aus beiden Erforschungen des politischen Interesses der Jugendlichen geht ein eindeutiges Bild hervor. Es zeigt sich, dass die Jugend in der Schweiz mehr an der Politik interessiert ist, als man annehmen würde, wobei aber zu betonen ist, dass einige andere Werte oder Beschäftigungen weiter vorne liegen als das politische Interesse. Dieses ist folglich vorhanden, doch es wird durch andere Werte übertroffen, welche meistens zu den Grundbedürfnissen des Menschen gehören. Zudem liegt das politische Interesse der Jugendlichen gegenüber jenem der Erwachsenen deutlich tiefer. Einen Trend innerhalb der Jahre von 1991 bis 1999 (diese Jahre entsprechen den Jahresdaten der Untersuchungen) ist nicht festzustellen. Das politische Interesse ist in etwa gleichgeblieben.

¹ http://www.smd.ch/cgi-bin/smdx/smd_dok.cgi?RA1999101501324.1555023820, 28. Mai 2000.

4 Die Darlegung der Umfrageergebnisse

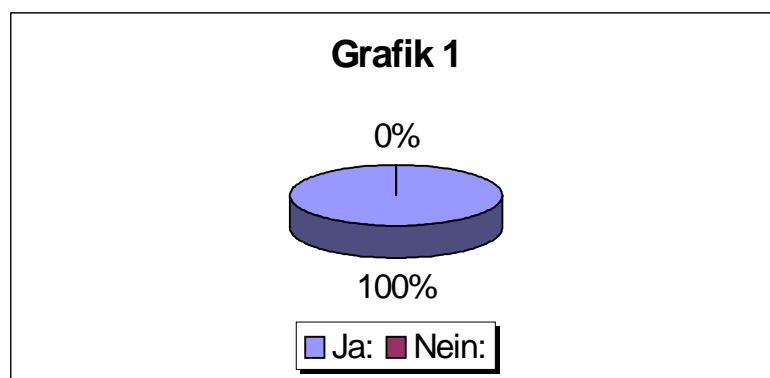
In diesem Kapitel befasse ich mich mit meiner eigenen Umfrage und deren Ergebnissen. Ich möchte einen Einblick in die Beantwortungen der einzelnen Fragen geben. Die Resultate meiner Umfrage werden in diesem Teil der Arbeit von mir nicht interpretiert, sie werden lediglich präsentiert. Zuerst werde ich die befragte Gruppe etwas genauer definieren, dann gehe ich auf jene Fragen ein, die auf der ersten Seite stehen und die den Fernsehkonsum der Jugendlichen ergründen, und zuletzt lege ich die Fragen nach den Wert- und Normvorstellungen dar.

4.1 Die Struktur der befragten Personen

Meine befragte Zielgruppe besteht ausschliesslich aus Schülerinnen und Schülern der dritten Oberstufen der Gemeinde Emmen und Umgebung. **Es sind 93 an der Zahl, davon sind 42 weiblich und 51 männlich.** Alle bewegen sich innerhalb der Jahrgänge 83, 84 und 85 und sind somit zwischen 15 und 17 Jahre alt. Von den befragten Jugendlichen aus sechs Klassen besuchen 17 Prozent die Werkschule, 18 Prozent die Realschule, 44 Prozent die Sekundarschule und 21 Prozent die Kantonsschule Reussbühl.

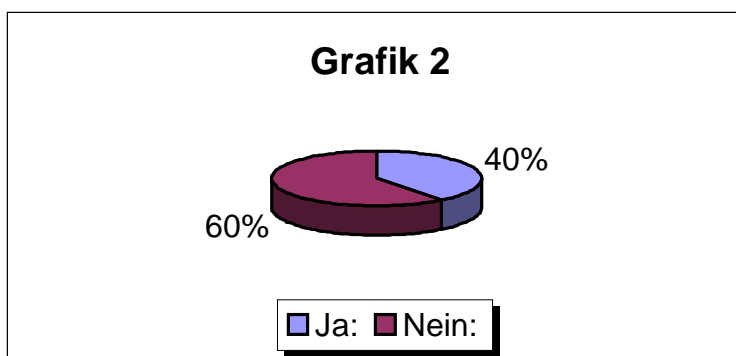
4.2 Die erste Frage: „Habt ihr Zuhause einen Fernseher?“

Ja:	86
Nein:	0
Keine Antwort:	7



4.3 Die zweite Frage: „Hast du einen eigenen Fernseher für dich?“

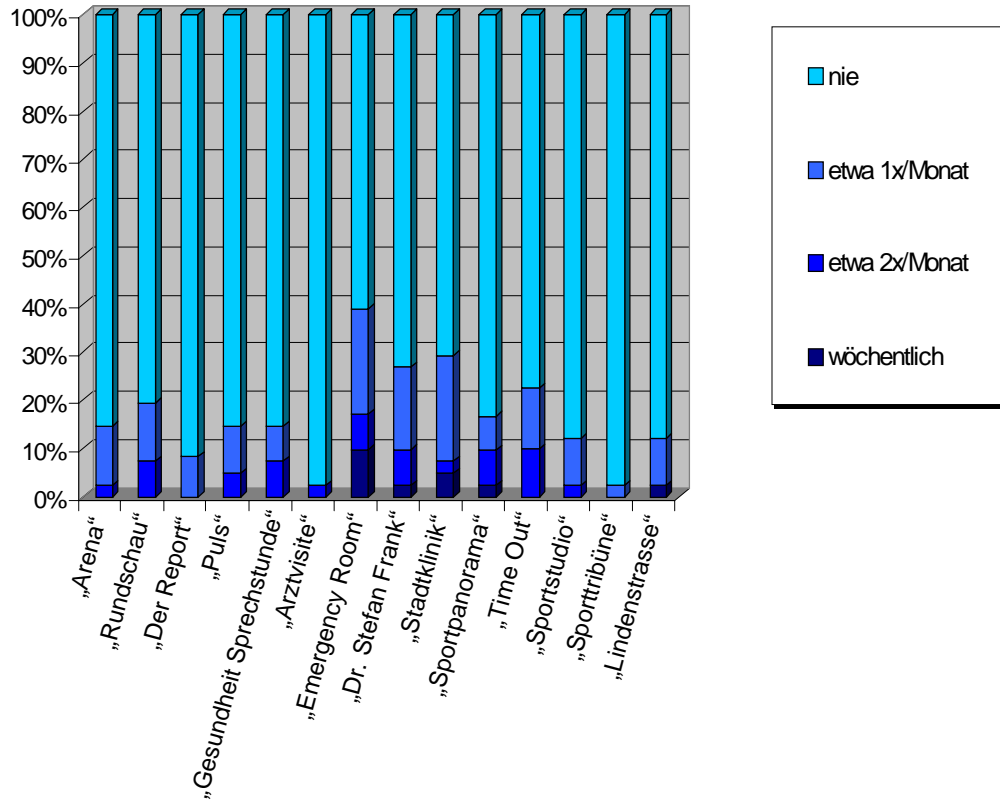
Ja: 34
 Nein: 52
 Keine Antwort: 7



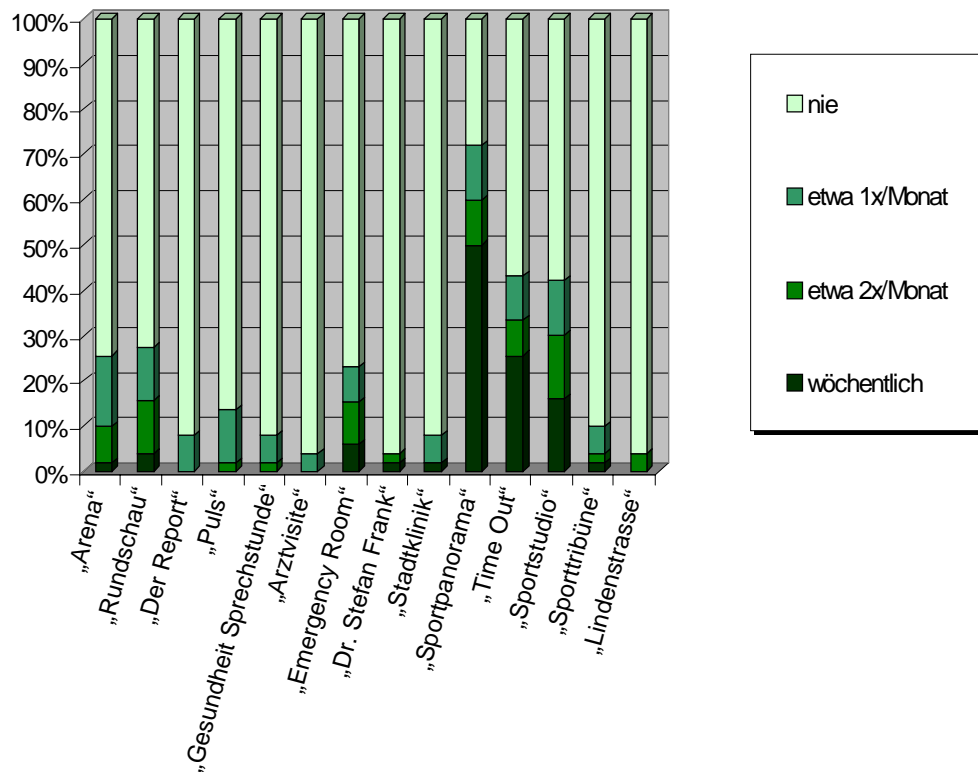
4.4 Die wöchentlichen Sendungen

Diese Sendung schaue ich:	wöchentlich		etwa 2x/Monat		etwa 1x/Monat		nie	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
„Arena“ (SF 1)	0	1	1	4	5	8	35	38
„Rundschau“ (SF 1)	0	2	3	6	5	6	33	37
„Der Report“ (ORF 2)	0	0	0	0	3	4	33	47
„Puls“ (SF 1)	0	0	2	1	4	6	35	44
„Gesundheit Sprechstunde“ (SF 2)	0	0	3	1	3	3	35	47
„Arztvisite“ (TV 3)	0	0	1	0	0	2	40	49
„Emergency Room“ (PRO 7)	4	3	3	5	9	4	25	40
„Dr. Stefan Frank“ (RTL)	1	1	3	1	7	0	30	49
„Stadtklinik“ (RTL)	2	1	1	0	9	3	29	46
„Sportpanorama“ (SF 1)	1	25	3	5	3	6	35	14
„Time Out“ (SF 1)	0	13	4	4	5	5	31	29
„Sportstudio“ (ZDF)	0	8	1	7	4	6	36	29
„Sporttribüne“ (B 3)	0	1	0	1	1	3	40	46
„Lindenstrasse“ (ARD)	1	0	0	2	4	0	36	49

Mädchen (Grafik 3)



Knaben (Grafik 4)



Lesebeispiel

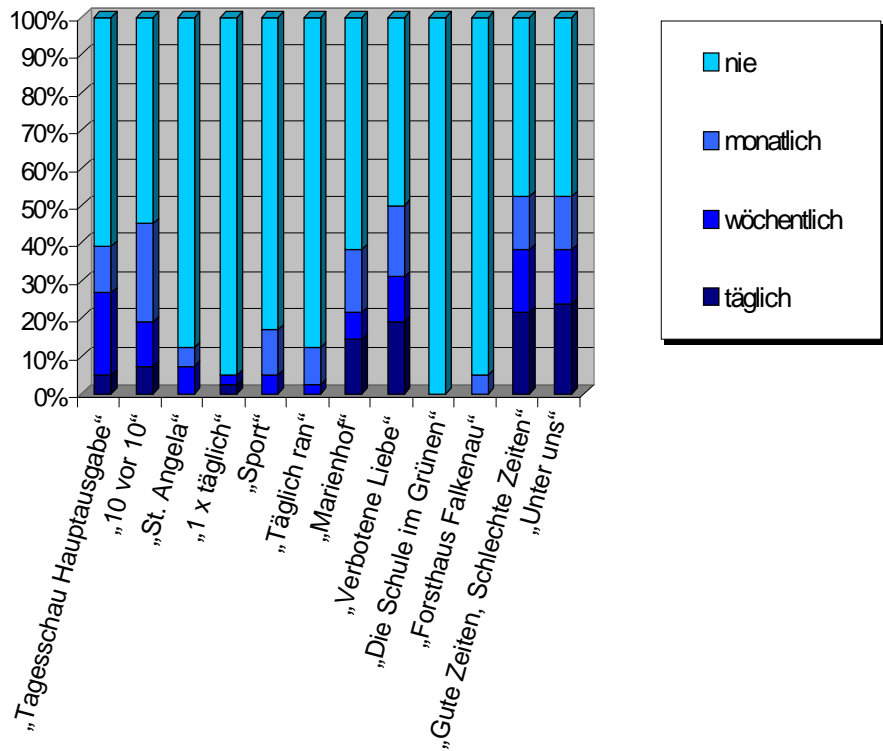
Ich erkläre anhand der Sendung „Sportpanorama“, wie diese Grafiken zu lesen sind. Die Grafik 3 zeigt die Antworten der Mädchen, die Grafik 4 die der Knaben. Als zentrale Aussage erkennt man, dass über 80% der Mädchen nie „Sportpanorama“ schaut (hellblauer Balkenteil), ein paar wenige sehen sich diese Sendung ein Mal pro Monat, zwei Mal pro Monat oder wöchentlich an. Bei den Knaben dominiert der dunkelgrüne Balkenteil. Somit kann man herauslesen, dass 50% der Knaben wöchentlich „Sportpanorama“ schauen.

Im Übrigen erkennt man, dass drei der Befragten auf meine erfundene Sendung „Arztvisite“ hereingefallen sind. Ich nehme an, dass sie meinen Fragebogen nicht ernst genommen haben oder unachtsam waren. Dies hat aber keinen erheblichen Einfluss auf das Resultat.

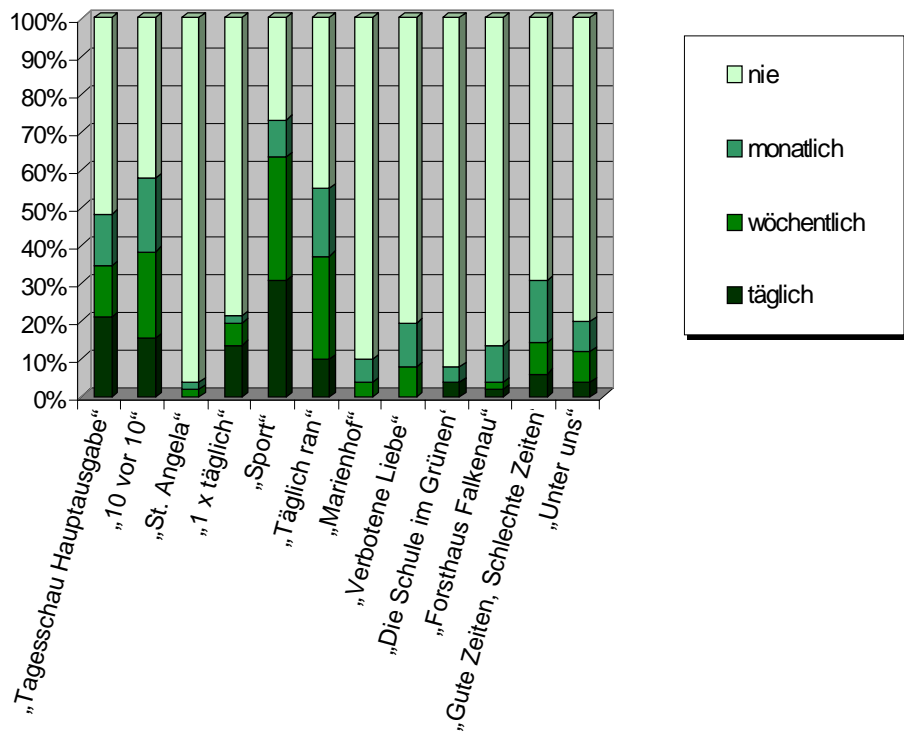
4.5 Die täglichen Sendungen

Diese Sendung schaue ich:	täglich		wöchentlich		monatlich		nie	
	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂
„Tagesschau Hauptausgabe“ (SF 1)	2	11	9	7	5	7	25	27
„10 vor 10“ (SF 1)	3	8	5	12	11	10	23	22
„St. Angela“ (SF 1)	0	0	3	1	2	1	36	48
„1 x täglich“ (SAT 1)	1	7	1	3	0	1	39	40
„Sport“ (SF 2)	0	16	2	17	5	5	34	14
„Täglich ran“ (SAT 1)	0	5	1	14	4	9	36	23
„Marienhof“ (ARD)	6	0	3	2	7	3	26	45
„Verbotene Liebe“ (ARD)	8	0	5	4	8	6	21	41
„Die Schule im Grünen“ (ORF 1)	0	2	0	0	0	2	40	47
„Forsthaus Falkenau“ (ORF 2)	0	1	0	1	2	5	39	44
„Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“	9	3	7	4	6	8	20	34
„Unter uns“ (RTL) (VOX)	10	2	6	4	6	4	20	40

Mädchen (Grafik 5)



Knaben (Grafik 6)



Lesebeispiel

Diese beiden Grafiken sind gleich zu lesen wie die Grafiken 3 und 4. Hier wähle ich als Beispiel die Sendung „Unter uns“. Bei den Mädchen kann man am dunkelblauen Balken erkennen, dass sich etwa 20% diese Sendung täglich ansehen und am hellblauen Balken kann man herauslesen, dass beinahe 50% nie „Unter uns“ schaut. Bei den Knaben zeigt die Grafik ein anderes Bild. Es sind deren 80%, die diese Sendung nie schauen. Nur ein kleiner Teil der Knaben (20%) schaltet diese Sendung entweder monatlich, wöchentlich oder täglich ein.

Zudem kann ich wieder schmunzelnd bemerken, dass sich vier der Befragten die von mir erfundene Sendung „Die Schule im Grünen“ ansehen. Diese widersprüchlichen Angaben beeinflussen mein Resultat ebenfalls nicht erheblich.

4.6 Die Verteilung der Wertbegriffe

Auf der Rückseite meines Fragebogens befragte ich die Jugendlichen nach ihren Wert- und Normvorstellungen. Die Resultate dieser Fragen werden nun in diesem Teil dargestellt, wobei ich immer die Originalfragestellung aufführe, um dann deren Resultat aufzuzeigen.

Zudem definiere ich, dass bei den Resultaten eine durchschnittliche Abweichung bei den Knaben und den Mädchen von mehr als einem Rang signifikant ist. Dies bedeutet, wenn zum Beispiel die Knaben, im Gegensatz zu den Mädchen, einen Wert um mehr als einen Rang wichtiger einstufen, ist das Resultat signifikant. Alle anderen Abweichungen sind nicht signifikant und aus Zufall entstanden.

4.6.1 Die Rangierung der ersten Gruppe von Wertbegriffen

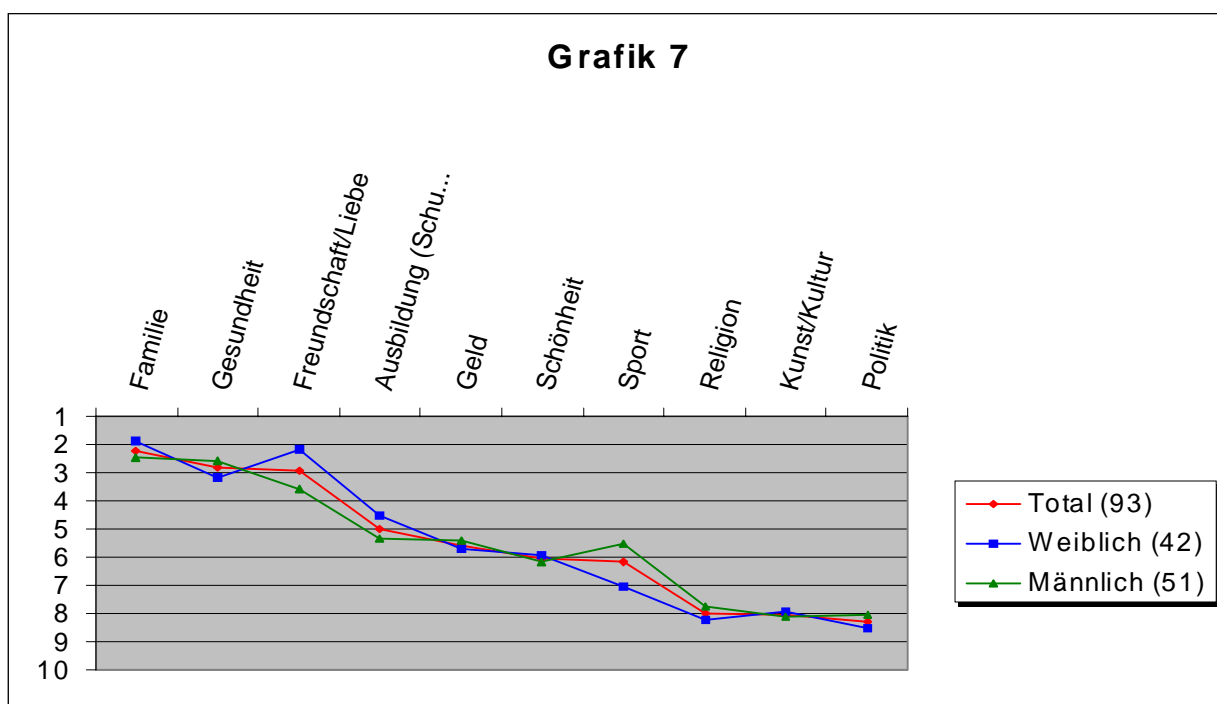
Originalfragestellung:

„In der nächsten Frage solltest du die aufgelisteten Werte ordnen. Beginne mit dem Wort, das für dich die grösste Bedeutung im Leben hat und gib ihm die Nummer 1. Das zweitwichtigste Wort kriegt die Nummer 2, usw. (Am Schluss sollten die Zahlen 1-10 vorkommen. Wenn du noch ein Wort hinzufügst die Zahlen 1-11)“

Auswertung

In der folgenden Tabelle kann man herauslesen, wie die Befragten ihre Punkte von eins bis zehn verteilten. Wie in der Originalfragestellung ersichtlich, habe ich die Jugendlichen gebeten, nach der Methode des Rankings (*siehe 2.1*) den Werten eine Rangordnung von 1 bis 10 zu geben, wobei die tieferen Nummern eine grössere Bedeutung anzeigen. Aus allen Rangierungspunkten habe ich für die Mädchen, sowie für die Knaben, den Durchschnitt errechnet, wobei man nun an einer tiefen Zahl erkennt, dass der entsprechende Wert wichtig im Leben der Jugendlichen ist. Zudem erkennt man schnell die Unterschiede zwischen den Wert- und Normvorstellungen von Mädchen und Knaben.

Wertbegriff	Total (93)	♀ (42)	♂ (51)
Familie	2,21	1,88	2,49
Gesundheit	2,85	3,17	2,59
Freundschaft/Liebe	2,96	2,19	3,61
Ausbildung (Schule/Berufsausbildung)	5,02	4,50	5,38
Geld	5,56	5,71	5,43
Schönheit	6,06	5,95	6,16
Sport	6,20	7,04	5,50
Religion	7,98	8,21	7,78
Kunst/Kultur	8,04	7,93	8,14
Politik	8,29	8,54	8,08



Die Signifikanz dieses Resultats

Gemäss der Signifikanz-Definition am Anfang dieses Kapitels 4.6 sind die Abweichungen bei den Werten Freundschaft/Liebe und Sport signifikant, da sie 1,42 beziehungsweise 1,54 betragen. Alle anderen, zum Teil geringen Abweichungen, sind nicht signifikant und somit zufällig. Sie dürfen nicht für allgemeingültige Aussagen verwendet werden. Man darf zum Beispiel nicht folgern, dass Mädchen in der Regel der Religion einen höheren Stellenwert zusprechen als Knaben.

4.6.2 Die Rangierung der zweiten Gruppe von Wertbegriffen

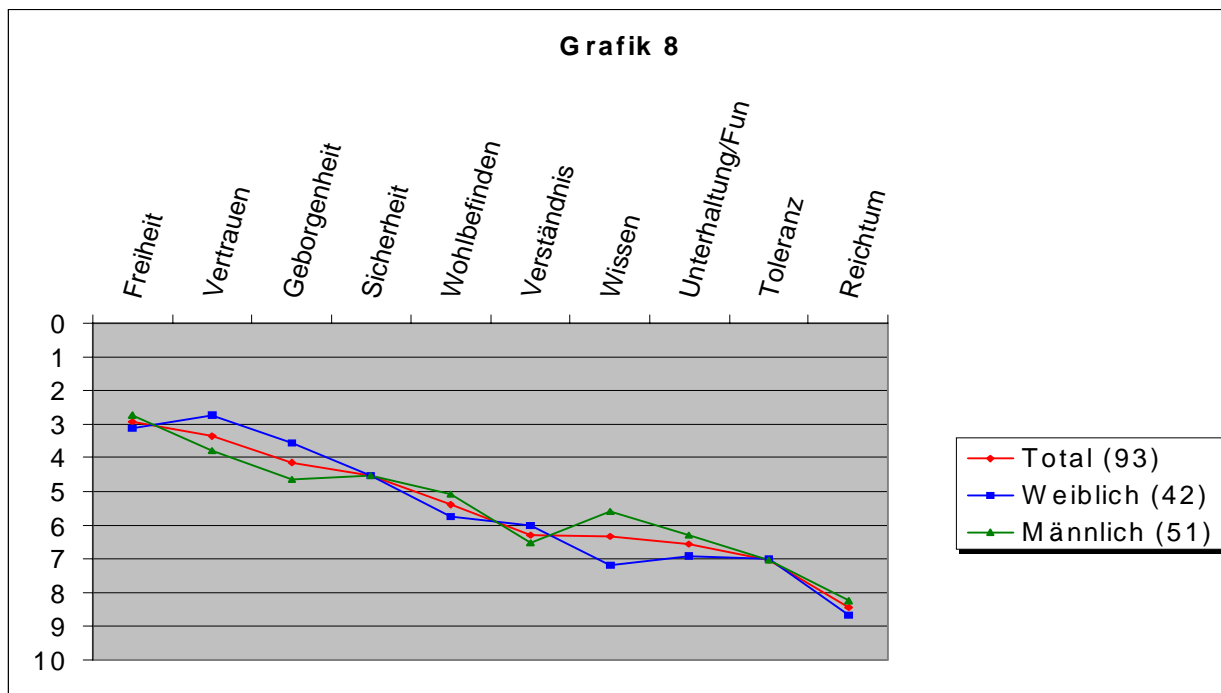
Originalfragestellung:

„Hier solltest du eine weitere Liste mit Wörtern ordnen. Beginne wie oben mit dem Wort, welches in deinem Leben den grössten Wert hat und gib ihm wieder die Nummer 1. Fahre fort und gib dem zweitwichtigsten Wort die Nummer 2, usw. (Am Schluss müssen die Zahlen 1-10 vorkommen. Wenn du selber noch ein Wort hinzufügst, müssen die Zahlen 1-11 vorkommen)“

Auswertung

Aus dieser Tabelle kann man wieder herauslesen, wie die Befragten im Durchschnitt ihre Punkte von eins bis zehn verteilen. Tiefere Zahlen zeigen wieder, dass der entsprechende Wert von zentralerer Bedeutung für die Jugendlichen ist. Auch bei dieser Auswertung habe ich die Resultate der Mädchen und der Knaben getrennt ausgewertet, um eventuelle Unterschiede aufzudecken.

Wertbegriff	Total (93)	♀ (42)	♂ (51)
Freiheit	2,92	3,14	2,74
Vertrauen	3,36	2,74	3,78
Geborgenheit	4,15	3,57	4,65
Sicherheit	4,53	4,55	4,52
Wohlbefinden	5,40	5,76	5,08
Verständnis	6,27	6,00	6,51
Wissen	6,32	7,17	5,60
Unterhaltung/Fun	6,57	6,93	6,27
Toleranz	7,02	7,00	7,04
Reichtum	8,44	8,67	8,24



Die Signifikanz dieses Resultats

Hier gelten die selben Definitionen wie schon bei der Grafik 7. Signifikant ist eine Abweichung von mehr als einem Rang. Somit sind die Abweichungen zwischen den Mädchen und den Knaben bei den Werten Vertrauen (1,04), Geborgenheit (1,08) und Wissen (1,57) signifikant. Alle anderen Werte sind wiederum nicht signifikant und somit zufällig. Die Aussage, dass die Knaben den Wert Unterhaltung wichtiger einschätzen als Mädchen, ist nicht erlaubt, da diese Abweichung nicht signifikant und nur aus Zufall entstanden ist.

5 Die Auswertung und Interpretation der Umfrageergebnisse

Nun werden alle Ergebnisse meiner Umfrage gewertet, gedeutet und mit den bestehenden Studien verglichen. Zudem versuche ich, interessante und aussergewöhnliche Erkenntnisse zu erklären und mögliche Ansatzpunkte für weiterführende Studien zu zeigen. Zum Schluss möchte ich natürlich auf die Ausgangsthese, dass sich Wert- und Normvorstellungen von Jugendlichen in ihrem Fernsehverhalten widerspiegeln, eingehen.

5.1 Die Fragen zum Fernsehkonsum

Alle Jugendlichen, die ich befragt habe, geben an, einen Fernseher im Haushalt zu haben. Dies entspricht genau meinen Erwartungen, da ein Studie aus Deutschland eine ähnliches Resultat ergab:

„Eine Studie aus dem Jahr 1994 in Deutschland bestätigt, dass schon 96% aller deutschen Haushalte ein Fernsehgerät besitzen.“¹

Aus welchen Gründen bei meiner Umfrage 100% der Befragten angeben, einen Fernseher im Haushalt zu haben (*siehe Grafik 1*), ist reine Spekulation. Vielleicht, weil die Studie aus Deutschland doch schon sechs Jahre zurückliegt und heute offensichtlich mehr Haushalte einen Fernsehapparat besitzen.

Bei der nächsten Frage nach dem eigenen Fernseher ergibt meine Umfrage ein für mich erstaunliches Resultat. 40% der Jugendlichen sagen aus, einen eigenen Fernsehapparat zu besitzen (*siehe Grafik 2*). Dies hat mich erstaunt, da ich mir nicht vorstellen konnte, dass heutzutage so viele Jugendliche einen eigenen Fernsehapparat besitzen. Die restlichen 60%, welche keinen eigenen Fernsehapparat besitzen, müsste man konsequenterweise befragen, ob sie sich manchmal Sendungen mit ansehen, welche von anderen Familienmitgliedern geschaut werden und an denen sie eigentlich kein Interesse haben. Wenn dies so ist, und andere Familienmitglieder möglicherweise das Fernsehprogramm bestimmen, kann dies mein Resultat verfälschen. Diese potentielle Resultat

¹ Datenreport 1994: Zahlen und Fakten 123.

tateverzerrung habe ich in Kauf genommen, denn eine Berücksichtigung dieses Aspektes hätte den Rahmen meiner Umfrage gesprengt.

Bei beiden Fragen nach dem Besitz eines Fernsehapparates gibt es sieben Personen, die keine Aussage gemacht haben. Nun kann man zu spekulieren beginnen, ob diese Personen aus Angst, der Minderheit oder einer sozialen Unterschicht angehörig zu sein, nicht angeben, dass sie kein Fernsehgerät besitzen, oder ob sie diese Frage einfach übersehen haben. Die zweite Vermutung wird wohl eher zutreffen, da diese beiden Fragen in einem Block stehen (*siehe 8. Anhang: Der Fragebogen*) und alle sieben Personen jeweils beide Fragen nicht beantworteten.

Die Fernsehgewohnheiten bei den befragten Jugendlichen scheinen auf den ersten Blick ein ernüchterndes Bild zu zeigen. Man könnte den Eindruck bekommen, dass die Jugend in Emmen und Umgebung nicht viel fern sieht. Doch meine Umfrage lässt einen solchen Schluss nicht zu, da ich nur Sendungen aus ausgewählten Sparten erfragte, die das Bildungsbedürfnis decken oder der Informationsbeschaffung dienen. Die Palette der Fernsehsendungen müsste demnach vollständig sein, um eine Aussage über die Menge des Fernsehkonsums der Jugendlichen zu machen. Ich habe die Jugendlichen zu vier Sparten von Fernsehsendungen erfragt. Es sind dies politisch-informative Sendungen, Sportsendungen mit Resultaten und Fakten zu sportlichen Themen, informative Sendungen zu gesundheitlichen- und medizinischen Themen, und Serien, die Freundschaft, Liebe, Beziehung und die damit verbundenen Probleme thematisieren. In meiner Liste gibt es auch Sendungen, die man nicht eindeutig in eine der erwähnten Sparten einordnen kann. Es sind dies zum Beispiel die Sendungen „Emergency Room“ und „Dr. Stefan Frank“, welche medizinische- sowie zwischenmenschliche Themen aufgreifen.

Bei den Knaben scheinen die Sportsendungen auf spezielles Interesse zu stossen. Immerhin etwa 35% der Knaben geben an, die Sendung „Sport“ täglich zu schauen und 50% sehen sich wöchentlich „Sportpanorama“ an. Zudem fällt auf, dass sich die männlichen Jugendlichen vorwiegend sportliche Informationssendungen auf den Sendern SF 1 und SF 2 ansehen (*siehe Grafiken 4 und 6*). Das liegt wahrscheinlich daran, dass sie mehrheitlich an sportlichen Resultaten aus der Schweiz interessiert sind. Bei den politischen Sendungen werden von den Knaben „10 vor 10“ und die „Tagesschau Hauptausgabe“ noch am meisten geschaut, wobei man erwähnen muss, dass die genannten Sendungen bei weitem nicht immer politisch sind. Sie berichten auch über kulturelle Ereignisse und zeigen Betroffenheitsberichte.

Bei den Mädchen sind die Sportsendungen überhaupt nicht im Trend. Nur gerade 2% der Mädchen schalten täglich „Sportpanorama“ ein. Sie schauen im Gegensatz zu den Knaben häufig „Unter uns“ oder „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“. Zum Beispiel 23% der Mädchen (Knaben: 4%) schauen täglich „Unter uns“. Auch „10 vor 10“ oder die „Tagesschau Hauptausgabe“ schalten die Mädchen ziemlich oft ein, doch nur wenige tun dies täglich (*siehe Grafik 5*). Alle anderen aufgeführten Sendungen werden von den Mädchen und den Knaben nur sporadisch oder aber hauptsächlich nie geschaut.

Weshalb es so frappante Unterschiede zwischen den Mädchen und den Knaben gibt, ist sehr schwierig zu beurteilen. Diese Tatsache könnte ein Ausgangspunkt für eine weiterführende Untersuchung über die generellen Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben, beziehungsweise zwischen Frauen und Männern sein.

5.2 Die Werte der Emmer Jugendlichen im Vergleich zu den aufgeführten Deutschen- und Schweizer Studien

Die Familie ist in meiner Umfrage von den Knaben sowie den Mädchen als oberste Priorität aufgeführt (*siehe Grafik 7*). Die Jugendlichen begründen dies mit diversen positiven Eigenschaften einer Familie wie beispielsweise Wertvermittlung, Hilfeleistung, Zuwendung, Unterstützung, Geborgenheit, Sicherheit oder Rückhalt, um nur einige zu nennen. Dass die Geborgenheit oder die Sicherheit im Leben der Jugendlichen wichtig ist, bestätigen sie in der nächsten Frage. Diese beiden Begriffe kommen an dritter und vierter Stelle (*siehe Grafik 8*) und sind demnach ziemlich wichtig. Das Resultat, dem zufolge die Familie an der Spitze der Wertbegriffe steht, weicht ab von der Studie der Arbeitsgemeinschaft der evangelischen Jugend in Niedersachsen (*siehe 3.1.1*), welche die Werte Gesundheit und Geld an der Spitze hat und weicht zudem ab von der Schweizer Untersuchung aus dem Jahre 1991 (*siehe 3.2.1*), in der die Familie nur an dritter Stelle erscheint. Auf dem zweiten und dritten Platz kommen in meiner Umfrage die Gesundheit, gefolgt vom Wert Freundschaft/Liebe. Die weiblichen Befragten, im Gegensatz zu den Knaben, sehen Freundschaft und Liebe vor der Gesundheit. Als Gründe für die Wichtigkeit der Gesundheit sehen die Jugendlichen vor allem die Tatsache, dass viele andere Werte nutzlos sind, wenn die Gesundheit nicht gewährleistet ist und sie sehen zudem ein, dass man die Gesundheit meist nicht direkt beeinflussen kann und somit vom Schicksal abhängt. Die befragten Person antworten mit den Sätzen: „Die Gesundheit eines Menschen ist unbezahlbar“ respektive „wenn man nicht ge-

sund ist, kann man das Leben nicht geniessen,“ oder mit ähnlichen Wortlauten. Die Gründe für die Wichtigkeit von Freundschaft und Liebe erklären die Jugendlichen mit inhaltlich ähnlichen Sätzen wie bei der Familie. Sie weisen auf das Verständnis oder das Vertrauen hin, welches ein guter Freund oder eine gute Freundin entgegenbringt. Das Vertrauen steht bei der nächsten Frage nach der Freiheit an zweiter Stelle (*siehe Grafik 8*) und zeigt demnach auch dessen Wichtigkeit.

Beim Sport scheiden sich die Meinungen der Knaben von denen der Mädchen. Für Knaben scheint der Sport eindeutig einen höheren Stellenwert als für Mädchen zu haben. An letzter Stelle erscheint die Politik (*siehe Grafik 7*). Diese Tatsache korreliert mit der Studie der Arbeitsgemeinschaft der evangelischen Jugend in Niedersachsen (*siehe 3.1.1*), bei welcher die Politik auch an letzter Stelle erscheint. Über das Interesse kann ich nichts aussagen, weil die Jugendlichen in Emmen durchaus an Politik interessiert sein könnten, sie aber an die letzte Stelle setzen, weil viele andere Werte ihnen wichtiger oder gar lebenswichtiger sind.

5.3 Die Werte der Emmer Jugendlichen verglichen mit ihrem Fernsehverhalten

Ich erkenne drei Trends zwischen den Wert- und Normvorstellungen der Jugendlichen und ihren Fernsehgewohnheiten, welche meine Hypothese der möglichen Korrelation bestätigen. Der erste Trend, den man aus beiden Fragestellungen herauslesen kann, ist das grössere Interesse der Knaben am Sport. Die Mädchen schauen weniger informative Sportsendungen als Knaben und schätzen den Sport an sich weniger wichtig ein (*siehe Grafiken 3, 4, 5, 6 und 7*). Als zweiten Trend erkenne ich, dass Mädchen im Gegensatz zu Knaben mehr Serien schauen, die sich mit Liebe und Freundschaft befassen. Diesen Trend bestätigen die Mädchen, indem sie die Wertbegriffe Freundschaft, Vertrauen und Geborgenheit wichtiger einschätzen als Knaben (*siehe Grafiken 3, 4, 5, 6 und 8*). Der dritte Trend liegt bei der Politik, welche an letzter Stelle erscheint bei der Wichtigkeitsskala (*siehe Grafik 7*). Auch beim Fernsehkonsum werden Sendungen, die sich ausschliesslich mit der Politik befassen wie „Arena“ oder „Rundschau“, sehr wenig geschaut.

Es gibt aber auch eine Diskrepanz, welche meine Hypothese zu widerlegen scheint. Die Jugendlichen sind sich einig, dass Gesundheit sehr wichtig im Leben ist (*siehe Grafik 7*). Doch wenn man die Fernsehgewohnheiten betrachtet, werden jene Sendungen, die über gesundheitliche- und

medizinische Themen informieren, sehr wenig geschaut (*siehe Grafiken 3, 4, 5, und 6*). Dies bedeutet, die heutige Jugend findet es wichtig, gesund zu sein, informiert sich aber nicht am Fernsehen über die Gesundheit und deren Erhaltung. Hier gibt es keinen Zusammenhang zwischen den Werten und dem Fernsehkonsum.

Einen möglichen Erklärungsansatz für diese Diskrepanz ist, dass die Jugendlichen es langweilig finden, sich am Fernsehen über gesundheitliche Fragen zu informieren, da wahrscheinlich die wenigsten von ihnen mit wirklich ernsthaften Krankheiten wie zum Beispiel Blutarmut zu rechnen haben. Viele gesundheitlich-informative Sendungen richten sich an ältere Leute, da diese mehr mit altersbedingten- und anderen Krankheiten zu kämpfen haben. Die wenigsten Jugendlichen interessieren sich für Herzkrankheiten oder für die Alzheimer-Krankheit, weil sie einfach nicht davon betroffen sind. Wenn es Gesundheitssendungen gäbe mit Themen für Jugendliche, wie zum Beispiel Berichte über Skate- und Snowboardunfälle, dann würden diese höchstwahrscheinlich mehr geschaut.

Bei dieser These gehe ich jedoch davon aus, dass von Krankheiten betroffene Menschen diese Sendungen vermehrt schauen. Dies könnte man leicht überprüfen, indem man in einer neuen Umfrage den Zusammenhang zwischen dem spezifischen Fernsehkonsum von gesundheitlichen Sendungen und den durchlebten Krankheiten erfragen würde.

6 Schluss

Es ist mir nun ein Anliegen, eine Gesamtübersicht über die Resultate zu erstellen. Ich werde die Erkenntnisse noch einmal zusammenfassend auführen, Besonderheiten erklären und auf einen möglichen Ansatz für eine weiterführende Untersuchung hinweisen.

In meinem ersten Teil der Untersuchung, in dem ich die Wert- und Normvorstellungen der Jugendlichen in Emmen erfragte und diese mit den gängigen Werten von Jugendlichen aus der Schweiz und Deutschland verglich, ergab es ein unklares Resultat. Die von mir befragten Jugendlichen in Emmen haben zwar ziemlich die gleichen Wert- und Normvorstellungen wie andere Jugendliche in der Schweiz oder in Deutschland, doch es gibt auch geringe Abweichungen, die auffallend sind. Zum Beispiel der Wert Familie, den die Emmer Jugendlichen an der Spitze sehen und die anderen Studien an dritter beziehungsweise an vierter Stelle. Oder eine Untersuchung aus Deutschland ermittelt den Wert Geld zusammen mit Gesundheit an der Spitze, während in meiner Untersuchung Geld an fünfter Stelle erscheint. Ich nehme an, dass diese Abweichung aufgrund meiner kleinen Anzahl an Befragten zustande kam. Mit nur 93 Schülern ist meine Arbeit nicht repräsentativ. Diese Tatsache verbietet mir, die geringen Abweichungen zu gewichten. Bei der Politik gibt es einen scheinbaren Widerspruch. Politik erscheint bei einigen Studien an letzter Stelle, dies auch bei meiner Untersuchung, doch nebenbei ergeben zwei andere Studien, dass 40% der Jugendlichen sich für Politik interessieren. Ich muss daraus schliessen, dass bei einem Fachinteresse nicht automatisch das entsprechende Gebiet als wichtig im Leben angeschaut werden muss. Im Bezug auf die Politik heisst dies, dass politisches Interesse, im Bezug auf andere Werte, nichts über die Wichtigkeit der Politik im Leben aussagt. Man kann sehr wohl daran interessiert sein, doch es muss nicht unbedingt das Wichtigste im Leben sein. Dass zum Beispiel eine gute Gesundheit den meisten Leuten wichtiger als Politik ist, leuchtet ein, da die Gesundheit für die Lebensqualität von höchster Bedeutung ist.

Zu Beginn der Arbeit war ich der Auffassung, dass man anhand des Fernsehkonsums der Jugendlichen ihre Wert- und Normvorstellungen erkennen kann. Ich stellte mir vor, wenn jemand viel und gerne Sport treibt, schaut er auch vermehrt Sportsendungen. Oder wenn jemand die Gesundheit als wichtig erachtet, schaut diese Person automatisch mehr gesundheitlich-informative Sendungen. Doch ich habe mich getäuscht. So einfache Zusammenhänge gibt es bei weitem nicht. Obwohl die Sportsendungen von den Knaben am meisten geschaut werden, setzen sie

den Sport nur an die sechste Stelle. Ein weiteres Beispiel sind die gesundheitlich-informativen Sendungen. Sie werden kaum geschaut, doch der Wert Gesundheit steht an zweiter Stelle.

Die Frage stellt sich nun, ob meine zu Beginn gestellte These vollends absurd war oder nicht. Es steht fest, dass man nicht sagen kann, wenn die Knaben viele Sportsendungen schauen, sehen sie den Sport an oberster Stelle bei den Werten. Solche voreiligen Schlüsse darf man nicht ziehen.

Die Frage stellt sich nun, warum gibt es solche Abweichungen. Ich denke, man müsste sich an dieser Stelle fragen, warum die Jugendlichen überhaupt den Fernseher einschalten. Bei meiner These kann man schnell einmal fälschlicherweise davon ausgehen, dass sich nur einen Zusammenhang zwischen den Wert- und Normvorstellungen und dem Fernsehkonsum ergibt, wenn die persönlichen Werte über die Wahl der Fernsehsendung bestimmen. Dies trifft bestimmt nicht zu, denn obwohl Sport bei den Werten an sechster Stelle erscheint, werden Sportsendungen häufig geschaut. Umgekehrt ist es bei den gesundheitlich-informativen Sendungen. Sie werden kaum geschaut, aber der Wert Gesundheit wird an zweiter Stelle aufgeführt. Somit muss ein anderer Faktor über die Wahl der Fernsehsendung bestimmen. Ich kann mit meiner Umfrage belegen, dass dieser Faktor bei den Jugendlichen der Gemeinde Emmen und Umgebung der **Grad an Unterhaltung** ist. Politisch- und gesundheitlich-informativ Sendungen werden kaum geschaut, denn sie sind für die Jugendlichen wahrscheinlich nicht unterhaltsam genug. Nebenbei werden Sportsendungen von Knaben und Serien mit Beziehungs- und Liebesthemen von Mädchen deutlich häufiger zugeschaltet, denn diese Sendungen sind nach meiner Erfahrung erheblich unterhaltsamer und dienen mehr der Ablenkung und Zerstreuung. Wenn nun tatsächlich bei den Jugendlichen der Grad an Unterhaltung über die Wahl einer Fernsehsendung bestimmt, dann ist es Zufall, wenn das Fernsehverhalten mit den Wert- und Normvorstellungen korreliert. Wenn meine These lauten würde: „Bestimmen die Wert- und Normvorstellungen von Jugendlichen ihr Fernsehverhalten?“, dann wäre die Antwort klar nein.

Als weiterführende Untersuchung könnte man nun bestimmen, welche Faktoren eine Sendung für Jugendliche unterhaltsam machen. Man müsste den Begriff Unterhaltung „operationalisieren, dies bedeutet, man müsste die Definition von Unterhaltung auf das Beobachtbare zurückführen“¹. Sind es spektakuläre Bilder, junge Moderatoren oder die Diskussionsarmut, welche eine Sendung unterhaltsam machen? Auf solche und andere Fragen sollte eine Untersuchung einge-

¹ „Nach“: Hobmair, Psychologie 50.

hen, wenn sie die Frage nach den Gründen für eine unterhaltsame Sendung für Jugendliche beantworten möchte.

Da ich aber in meiner These nur nach einer möglichen Korrelation zwischen den Wert- und Normvorstellungen und dem Fernsehverhalten bei Jugendlichen fragte, ist das Resultat nicht ganz eindeutig. So, wie ich im *Kapitel 5.3* aufgeführt habe, gibt es einige Korrelationen zwischen dem Fernsehverhalten der Jugendlichen und ihren Wert- und Normvorstellungen. Man kann Phänomene erkennen, die sich beim Fernsehkonsum und den Werten zeigen. Knaben neigen in beiden Fragestellungen zu einem grösseren Interesse an Sport als Mädchen, oder Politik spielt beim Fernsehkonsum, sowie bei den Wert- und Normvorstellungen keine zentrale Rolle im Leben der Jugendlichen. (Warum der Wert der Gesundheit wichtig ist, während gesundheitliche Sendungen kaum geschaut werden, habe ich am Ende des Kapitels 5.3 aufgeführt.) Somit birgt meine These trotzdem einen wahren Ansatz. Man erkennt Tendenzen, die sich in den Wert- und Normvorstellungen sowie im Fernsehverhalten zeigen.

Zusammenfassend kann man sagen, es gibt eine Korrelation zwischen den Wert- und Normvorstellungen und dem Fernsehverhalten bei Jugendlichen der Gemeinde Emmen und Umgebung, doch die Werte bestimmen nicht über die Wahl der Sendungen. Umgekehrt sagt das Fernsehverhalten nichts über die Wert- und Normvorstellungen aus.

7 Literaturverzeichnis

- Datenreport 1994: Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland. Hg. Statistisches Bundesamt; Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 1994.
- Fischer, Arthur; Zinnecker, Jürgen: Jugend '92. Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland. Band 4. Opladen 1992.
- Hobmair, Hermann: Psychologie. Köln ²1997.
- Jugendliche – Trendsetter oder Ausgeschlossene? Ein statistisches Portrait der Jugend in der Schweiz, Hg. Bundesamt für Statistik. Bern 1997.
- Laatz, W.: Empirische Methoden. Ein Lehrbuch für Sozialwissenschaftler. Thun 1993.
- Melich, Anna: Die Werte der Schweizer. Bern 1991.
- Schnell, R. Hill, P. B. Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München ⁵1995.
- Schumann, Siegfried: Repräsentative Umfrage. Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren. München; Wien 1997.
- Schwarz, N. Hippler, H.-I. Noelle-Neumann, E.: Einflüsse der Reihenfolge von Antwortvorgaben bei geschlossenen Fragen. in: ZUMA Nachrichten 25, 1989: 24-38.

8 Anhang: Der Fragebogen

Untersuchung des Fernsehkonsums bei Jugendlichen der dritten Oberstufen im Raum Emmen

Für meine Untersuchung innerhalb der Maturaarbeit brauche ich möglichst genaue und zuverlässige Angaben über deinen spezifischen Fernsehkonsum. Damit das Resultat nicht verfälscht wird bitte ich dich, den Fragebogen vollständig, ehrlich und leserlich auszufüllen!

Adrian Kuhn

Weiblich: Männlich:

Jahrgang: _____

Wohnort: _____

Nationalität: _____

Konfession: _____

Schulhaus: _____

Klasse: _____

Habt ihr Zuhause einen Fernseher? Ja Nein

Hast du einen eigenen Fernseher für dich? Ja Nein

1. Diese Sendung schaue ich:	wöchentlich	etwa 2x/Monat	etwa 1x/Monat	nie
„Arena“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Arztvisite“ (TV 3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Der Report“ (ORF 2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Dr. Stefan Frank“ (RTL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Emergency Room“ (PRO 7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Gesundheit Sprechstunde“ (SF 2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Lindenstrasse“ (ARD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Puls“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Rundschau“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Sportpanorama“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Sportstudio“ (ZDF)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Sporttribüne“ (B 3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Stadtklinik“ (RTL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Time Out“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Diese Sendung schaue ich:	täglich	wöchentlich	monatlich	nie
„1 x täglich“ (SAT 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„10 vor 10“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Die Schule im Grünen“ (ORF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Forsthaus Falkenau“ (ORF 2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ (RTL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Marienhof“ (ARD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Sport“ (SF 2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„St. Angela“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Tagesschau Hauptausgabe“ (SF 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Täglich ran“ (SAT 1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Unter uns“ (RTL) (VOX)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Verbotene Liebe“ (ARD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. In der nächsten Frage solltest du die aufgelisteten Werte ordnen. Beginne mit dem Wort, das für dich die grösste Bedeutung im Leben hat und gib ihm die Nummer 1. Das zweitwichtigste Wort kriegt die Nummer 2, usw. (Am Schluss sollten die Zahlen 1-10 vorkommen. Wenn du noch ein Wort hinzufügst die Zahlen 1-11)

Schönheit	Geld	Familie
Religion	Politik	Kunst/Kultur
Sport	Ausbildung (Schule/Berufsausbildung)	Gesundheit
Freundschaft/Liebe	_____	

4. Nun solltest du angeben, warum du die Werte genau so verteilt hast!

a) Für mich ist Rang 1 wichtig, weil...: _____

b) Für mich ist Rang 2 wichtig, weil...: _____

c) Für mich ist Rang 3 wichtig, weil...: _____

5. Hier solltest du eine weitere Liste mit Wörtern ordnen. Beginne wie oben mit dem Wort, welches in deinem Leben den grössten Wert hat und gib ihm wieder die Nummer 1. Fahre fort und gib dem zweitwichtigsten Wort die Nummer 2, usw. (Am Schluss müssen die Zahlen 1-10 vorkommen. Wenn du selber noch ein Wort hinzufügst, müssen die Zahlen 1-11 vorkommen)

Geborgenheit	Vertrauen	Reichtum
Toleranz	Wissen	Wohlbefinden
Sicherheit	Unterhaltung/Fun	Verständnis
Freiheit	_____	

6. Nun solltest du wieder angeben, warum du die Werte genau so verteilt hast!

a) Für mich ist Rang 1 wichtig, weil...: _____

b) Für mich ist Rang 2 wichtig, weil...: _____

c) Für mich ist Rang 3 wichtig, weil...: _____
