



Freizeit und Erholung

Dittrich, Gerhard G.

Nürnberg, 1974

3.1.2 Das Fernsehen

[urn:nbn:de:hbz:466:1-80914](#)

nur situationsgebunden und sachgebunden, sondern auch eine Struktur von Tatbeständen und Tatbefunden"¹⁾.

Die Untersuchung zeigt bezüglich der Nutzung der Freizeit, daß in der Großstadt Köln der Anteil der zu Hause verbrachten freien Zeit mit 54,4 v.H. Indexanteilen niedriger ist als in Bergneustadt (59,5 v.H.), und daß die Unterschiede der Tätigkeitsmerkmale einen höheren Informations- und Kommunikationsbedarf bei den Kölner Befragten vermuten lassen. Die Tätigkeiten außerhalb des Wohnbereichs zeigen ebenfalls für die Kölner einen höheren Gesamtanteil sowie relativ stärkere Unterschiede bei den kommunikativen Tätigkeiten (Besuche, Theater, Kino, Restaurant, Wirtschaft, Vereinsveranstaltungen). Gleiche Tendenzen zeigen sich bei den Antworten auf die Frage der Nutzung vermehrter Freizeit. Zusätzliche freie Zeit würde in beiden Untersuchungsgebieten mehr außerhalb des Hauses verbracht werden, der Großstädter hat eher das Bedürfnis "irgendwo hinzugehen, wo was los ist" als der Kleinstädter, der zielungebundener ist.

3.1.2 DAS FERNSEHEN²⁾

Die Befragung wurde 1968 vom Amt für Statistik und Wahlen der Stadt Oberhausen (251 000 E) mit 23 standardisierten Fragen durchgeführt, die zusammen mit dem Kölner Institut für Soziologie ausgearbeitet wurden. Die Fragen umfaßten folgende Themen:

1. demographische Merkmale
2. Freizeitaktivitäten und Einstellungen gegenüber dem Fernsehen bei Besitzern von Fernsehgeräten
3. wie 2. bei Nichtbesitzern von Fernsehgeräten

Befragt wurden 4 948 Haushaltsvorstände, die Rücklaufquote betrug 77,4 %. Die Stichprobe wurde auf 2 472 Befragte beschränkt, d.h., jeder vierzigste Haushalt von Oberhausen wurde einbezogen.

Hier interessiert der Teil der Befragungsauswertung, der sich mit Fernsehen im Verhältnis zu anderen Freizeitaktivitäten befaßt. Von den Befragten sehen 57,1%

¹⁾ "Vom Wohnen der Deutschen", S. 123.

²⁾ Amt für Statistik und Wahlen der Stadt Oberhausen (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut für Soziologie der Universität Köln (Prof. Dr. A. Silbermann): "Fernsehen und Freizeitverhalten in Oberhausen, 1968", Oberhausen 1970 (im folgenden: "Fernsehen und Freizeitverhalten....").

täglich, 25,1 % mehr als dreimal in der Woche und 17,3 % bis dreimal in der Woche Teile des Fernsehprogramms. Dabei nimmt das Fernsehen mit steigendem Alter einen immer größer werdenden Raum ein. Der Umfang der Freizeit, der zu Hause verbracht wird, ändert sich nach Anschaffung des Fernsehgerätes unwe sentlich, jedoch ist das Fernsehen Anlaß, die zur Verfügung stehende Freizeit anders zu nutzen. Jüngere Leute, die sonst öfter ausgehen (Theater, Konzert, Kino), wurden durch das Fernsehen am meisten beeinflußt; 35 % gehen seltener aus.

Die Fernsehaktivität wirkt sich bezüglich des Lesens von Büchern bei den verschiedenen sozialen Gruppen unterschiedlich aus. Mit höherem sozialem Status sinkt der Anteil der Fernsehzeit zugunsten des Bücherlesens. Auf die Frage nach dem Lesen von Büchern nach dem Erwerb eines Fernsehgerätes sagten alle Gruppen, daß sie weniger lesen, und zwar:

Selbständige, Beamte, Angestellte	19,1 %
Arbeiter	27,8 %
Rentner	24,9 %

40,7 % der Befragten lasen mehr oder weniger regelmäßig Bücher. Bei großer Fernsehhäufigkeit nimmt mit zunehmendem Alter und relativ niedrigem sozialem Status der Aufwand für übrige Freizeitaktivitäten ab.

In einer Zusammenfassung der Dateninterpretation sagen die Verfasser¹⁾: "Die häufig anzutreffende Vorstellung, daß die meisten Fernsehzuschauer ihr Gerät planlos anschalten, ist falsch. Durchgängig werden vorher Programminformationen eingeholt, vor allem durch Programmzeitschriften und Tageszeitungen.

Die Fernsehhäufigkeit nimmt mit steigendem Alter zu, und zwar in Abhängigkeit von der Stellung im Beruf. Rentner entwickeln insofern die stärkste Fernsehaktivität, als das Fernsehen für sie offenbar einen Ersatz für andere Freizeitaktivitäten darstellt.

Mit steigender Sehfrequenz nehmen spezielle Programmpräferenzen ab, d.h., eine differenziertere Auswahl wird nicht mehr getroffen. Programmvorlieben sind abhängig von vielen Faktoren, wie demographischen Merkmalen und Sehfrequenz.

¹⁾ "Fernsehen und Freizeitverhalten....", S. 36ff.

Ein Verhaltenswandel im Rahmen der Freizeit zugunsten des Fernsehens ist allgemein festzustellen. Am wenigsten beeinflußbar zeigen sich die Gruppen mit 'höherem sozialem Status'. Bei Befragten mit schwacher Sehfrequenz sind die stärksten außerhäuslichen Aktivitäten zu finden; mit steigendem Fernsehkonsum zeigen alle Befragten eine Umverteilung des Freizeitbudgets zugunsten des Fernsehens.

Wird ein gleichbleibendes Volumen an Freizeit unterstellt, so müssen bei steigendem Fernsehkonsum andere Freizeitaktivitäten abnehmen.

Bei den Gruppen mit 'höherem sozialem Status' stehen neben dem Fernsehen andere Aktivitäten (Lesen, Kino-, Theater- und Konzertbesuche) im Vordergrund.

Fernsehzuschauer, die eine mittlere Sehhäufigkeit aufweisen, haben gleichzeitig die umfangreichsten Allgemeininteressen. Obwohl das auf alle 'Schichten' zu trifft, sind besonders auffällig die relativ starken Aktivitäten der Arbeiter. In der Gruppe mit mittlerer Sehfrequenz, unabhängig von der Stellung im Beruf und damit verbundenen zahlreichen anderen Freizeitaktivitäten, können Meinungsführer gesehen werden, die nach Ergebnissen anderer Forschungen einen breiten Rahmen verschiedener Freizeitaktivitäten aufweisen¹⁾.

Festzustellen war weiterhin, daß bei zunehmendem Alter oder 'niedrigerer sozialer Schicht' - besonders stark aber bei Vorhandensein beider Merkmale - die kognitive Dissonanz zwischen Fernsehen als negativer Freizeitbeschäftigung und tatsächlichem Freizeitverhalten abnimmt. Je höher dabei die Fernsehfrequenz ist, desto konfliktfreier scheint die Beziehung zum Fernsehen.

In der Einschätzung der Wirkung des Fernsehens unterscheiden sich Fernsehgerätbesitzer und Nichtbesitzer im Hinblick auf die demographischen Merkmale nur geringfügig. Insgesamt sind die Wertungen der Nichtbesitzer ausnahmslos negativer.

Anhand dieser konzentriert vorgetragenen Ergebnisse zeigt sich besonders deutlich, daß ein wesentlicher Wert der Studie in dem Nachweis liegt, wie vielfältig die Faktoren sind, die Verhalten und Einstellung der Menschen gegenüber dem Medium Fernsehen beeinflussen."

Die Untersuchung ergab, daß ein großer Teil der Freizeit, die in der Wohnung verbracht wird, dem Fernsehen zufällt. Dabei ist jedoch nicht gesagt, daß die

¹⁾ Vgl. F. Lazarsfeld u.a.: "The People's Choice". New York 1948, S. 50f.

ganze Familie gleichzeitig oder mit gleicher Frequenz fernsieht. Sicher sind andere häusliche Freizeitaktivitäten möglich. Das ist jedoch abhängig vom Alter der übrigen Familienmitglieder (befragt wurde nur der Haushaltvorstand) und dem Wohnungszuschnitt.

3.1.3 ASPEKTE DER GRÜNPLANUNG¹⁾

Am Thema der Grünplanung wird versucht, die sozialen Leitbilder, die die bisherige Grünpolitik bestimmt haben, auf ihre gesellschaftlichen Voraussetzungen hin, zu denen auch ideologische Prägungen gehören, zu untersuchen, um sie dann mit den Ergebnissen der empirischen Sozialforschung zu konfrontieren. Die Studie stützt sich in ihrem empirischen Teil auf Untersuchungen, die vom Sozialwissenschaftlichen Seminar der Technischen Hochschule Hannover im Auftrag des Stadtplanungsamtes Hannover durchgeführt worden sind.

Die Aussagen beruhen im wesentlichen auf einer repräsentativen Befragung von Haushalten in Hannover (574 700 E) im Mai 1960. Interviewer waren die Verfasser und 13 Studenten und Studentinnen aus Frankfurt, Göttingen und Hannover. Die Zahl der befragten Haushalte betrug $n = 650$, die Interviewdauer war ca. 45 Min. Es wurden Standardfragen sowie die Form des gelenkten Gespräches verwendet.

Der Privatgarten

Die Frage nach dem Grün in der Großstadt soll die Benutzung des Grünangebots klären und zwar im öffentlichen (Parks, Wälder, freie Landschaften) und im privaten Bereich (Hausgärten, Kleingärten). Jede vierte Familie Hannovers hat einen Garten, den z.T. auch Verwandte und Bekannte mitbenutzen; die Hälfte der Familien ohne Garten wünschen sich einen solchen. Das sind zwei Fünftel aller Familien. Etwa je zur Hälfte wünscht man sich einen Kleingarten oder ein Haus mit Garten, und zwar als Zuflucht vor Überforderung (Befreiung und Entlastung von beruflicher Tätigkeit) und als Raum zum Wohnen (Suche nach Geborgenheit, der Wunsch privat zu sein). Die Prozentuierung der Antworten auf die Frage "was meinen Sie, wozu hat man einen Garten?" gibt das Bild, wie es Tab. 7 zeigt.

Über die Hälfte aller befragten Gartenbesitzer und Gartenwünschenden suchen im Garten Erholung und einen Ort ihrem Hobby nachzugehen. Der Garten hat also für die Befragten im wesentlichen zwei Funktionen

¹⁾ P. Gleichmann: "Sozialwissenschaftliche Aspekte der Grünplanung in der Großstadt". Stuttgart 1963 (=Plessner/Bahrdt (Hrsg.): "Göttinger Abhandlungen zur Soziologie", Bd. 8). (Im folgenden: "Sozialwissenschaftliche Aspekte....".)