

*Aleksander Kozłowski*

## MASSEMEDIIEN IN DEUTSCHLAND. ALLGEMEINE ÜBERSICHT

Im Alltag der Menschen spielen Presse, Hörfunk und Fernsehen in Deutschland sowie auch in anderen Ländern eine erhebliche Rolle. Die statistischen Umfragen geben an, daß die Bürger der Bundesrepublik in Durchschnitt über fünf Stunden werktäglich dafür widmen, Radio zu hören, fernzusehen oder Zeitung zu lesen. Diese Situation entspricht übrigens der Welttendenz in diesem Bereich, denn in heutiger Industriegesellschaft kann sich niemand den Medien entziehen. Es gibt heute keinen Haushalt, der nicht in irgendeiner Weise an das Informationsnetz aus Kabeln und Anschlüssen angebunden ist.

Die rasch wachsende Bedeutung der Medien ist nicht nur auf die technische Entwicklung zurückzuführen, sondern auch auf die besondere Stellung der Massemedien in den demokratischen Gesellschaften. In der Demokratie werden nämlich den Massenmedien drei einander zum Teil stark überschneidende Funktionen zugeordnet:

- 1) Information,
- 2) Mitwirkung an der Meinungsbildung,
- 3) Kontrolle und Kritik.<sup>1</sup>

Diese Funktionen können als positiv aber auch negativ beurteilt werden. Unabhängig von der Bewertung dieser Funktionen wird der Begriff „Massenmedien“ zum Schlagwort unserer Epoche. Die Medien sind längst überall in Politik und Wirtschaft, Kunst und Bildung, Arbeit und Freizeit, in der Öffentlichkeit ebenso wie in Privatleben – also in allen Sphären des Lebens – anwesend. Menschen in den modernen Industriegesellschaften

---

<sup>1</sup> H. Meyn, *Die politischen Funktionen der Massenmedien in der Demokratie*, „Informationen zur politischen Bildung“ (208/209) 1990, Bonn, S. 1.

– wie ich am Anfang erwähnt habe – verbringen die meiste Zeit in ihrem Leben – neben Schlafen und Arbeiten – mit den Angeboten der Massenkommunikation. Aus diesem Grunde werden Gesellschaften unserer Zeit auch unter anderem als „Informationsgesellschaften“ bezeichnet, was noch zusätzlich die ständig wachsende Bedeutung der Medien betont.

„Verstärkt worden ist die Wirkung der Massenmedien durch technische Neuerungen, indem Buch, Zeitung und Zeitschrift, Film, Radio und Fernsehen ergänzt wurden durch sogenannte ‚neue Medien‘ wie Videorecorder, Videotext, Kabel und Satelitenfunk. Der Übergang zum dualen Rundfunk und Einführung von privaten Radio und Fernsehen sowie die enorme Ausweitung der Programmangebote führten in den letzten Jahren (nicht nur in Deutschland) zu einem Umbruch in der Medienlandschaft ...“.<sup>2</sup>

Da das Thema „Medien“ sehr umfangreich ist, kann ich mich im folgenden Aufsatz nur auf einige Aspekte dieser Problematik konzentrieren. Somit sollen diese Erwägungen als Einführung in die gesamte Thematik verstanden werden.

Zu den ältesten Massenmedien gehören, historisch gesehen, Zeitungen. Es dauerte über 150 Jahre seit der Erfindung des Buchdruckes von Johann Gutenberg, bis die ersten Zeitungen und Zeitschriften entstanden sind. Die ersten gedruckten Zeitungen, die die Merkmale dieser Art Veröffentlichungen<sup>3</sup> hatten, sind „Aviso“, die im Jahre 1609 in Wolfenbüttel herausgegeben wurde und „Relationen“, die in Straßburg im 1605 erschienen worden ist. „Vier Jahrzehnte später kam die erste deutsche Tageszeitung in Leipzig heraus. Ihr Titel war ‚Einkommende Zeitungen‘. Das bedeutete etwa eingehende Nachrichten oder Kunde. Da diese drei die ersten in regelmäßigen Zeiträumen erscheinenden Zeitungen in Europa waren, bezeichnet man Deutschland als Ursprungsland der Presse“.<sup>4</sup>

Es folgten weitere Zeitungsgründungen. Um 1700 gab es bereits 60 bis 70 deutschsprachige Zeitungen. So war der Anfang der gedruckten Massenmedien in Deutschland.

In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts kamen zu den Zeitungen noch Zeitschriften hinzu, die im längeren Abständen erschienen und für ein bestimmtes Zielpublikum vorausgesehen waren.

Ich muß in dieser allgemeinen Bearbeitung die weitere Geschichte der Presse in Deutschland überspringen und hier nur die kurze Skizze der heutigen Zeitungen- und Zeitschriftenlandschaft in diesem Land darstellen.

<sup>2</sup> E. Noelle-Neumann, W. Schulz, J. Wilke, *Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation*, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt a.M. 1994, S. 9.

<sup>3</sup> Es werden vier Merkmale der Zeitungen und Zeitschriften in der Medienwissenschaft genannt: Publizität, Aktualität, Periodizität und Universalität.

<sup>4</sup> L. Maaßen, *Massenmedien. Fakten – Formen – Funktionen in der Bundesrepublik Deutschland*, Hüthig Verlag, Heidelberg 1996, S. 20.

„Die heutige Situation der Presse ist durch die Zusammenschlüsse von früher unabhängigen Zeitungsverlagen zu größeren Gruppen, den Ankauf kleinerer Lokal- und Regionalblätter durch größere Pressekonzerne gekennzeichnet. Die meisten deutschen Zeitungs- und Zeitschriftentitel sind in den Händen folgender Pressekonzerne: Axel Springer Verlag AG, Verlagsgruppe WAZ, Verlagsgruppe Süddeutscher Verlag/Friedmann Erben, Verlag M. DuMont Schauberg, Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung usw. Der deutsche Pressemarkt von heute wird außerdem durch den intensiven Zuwachs der Frauenzeitschriften und Programmzeitschriften sowie auch durch den ständigen Rückgang der Tagespresse mit Ausnahme der Boulevardzeitungen gekennzeichnet. Trotzdem wurden fast 30 Millionen Tageszeitungsexemplaren 1996 in der Bundesrepublik Deutschland wöchentlich vertrieben. Rund 20 Millionen davon waren Abonnementzeitungen, die per Post ins Hause gebracht werden, 6 Millionen davon waren Boulevardzeitungen und den Rest bildete der Einzelverkauf“.<sup>5</sup>

Die Zeitungen werden meistens in die regionale, überregionale Tagespresse, Boulevardzeitungen, Wochenzeitungen und Anzeigenblättern geteilt. Die regionale Tagespresse ist wegen ihrer Zahl (täglich mehr als 1600 Zeitungsausgaben) schwierig zu analysieren. Sie ist auch im Ausland wenig bekannt. Eine andere Situation ist im Bereich der überregionalen Tagespresse. Zu den größten und bekanntesten Titeln dieser Presseart, die man auch in Polen gut kennt, gehören: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Die Welt“, „Frankfurter Rundschau“, „Süddeutsche Zeitung“ u.a. Eine besondere Stellung auf dem deutschen Pressemarkt haben sogenannte „Boulevardzeitungen“. Sie orientieren sich bei Themen- und Bilderauswahl an Neugier und Sensationshunger des Publikums. Ihre sprachliche Mittel sind: Schlagzeilen in großen Buchstaben, Themenmischung aus Politik, Klatsch, Sex und Krimigeschichten. Das unterhaltende Element dieser Presseart erfreut sich unter den Lesern immer größerer Popularität. Zu den bekanntesten gehören hier: „Bild“ (Hamburg), „Express“ (Köln), „BZ“ (Berlin), „Abendzeitung“ (München) u.a.

Anzeigenblätter haben in den letzten Jahren einen echten Boom erlebt, so daß heute mehr als 1000 Titel mit einer Gesamtauflage von über 40 Millionen Exemplaren verteilt werden. Neben reinen Geschäftsanzeigen, die fast 70% des gesamten Umfangs ausmachen, enthalten sie Informationen zur unter anderem Freizeitgestaltung, Kochrezepte usw.

„Während die Tages- und Wochenpresse sich seit Jahren auf einem recht stabilen Niveau von Auflagen bewegt, zeigt der Zeitschriftenmarkt einen beachtlichen und anhaltenden Aufwärtstrend. Hinzu kommt eine große Vielfalt des Zeitschriftenangebots mit rund 660 Blättern bei einer

---

<sup>5</sup> Ebd., S. 33.

Gesamtauflage von über 250 Millionen Exemplaren; den Löwenteil daran halten die Frauenzeitschriften und Programmzeitschriften mit allein fast 100 Millionen Stück“.<sup>6</sup>

Zu den bekanntesten deutschen Zeitschriften gehören ohne Zweifel: „Stern“, „Der Spiegel“, „Focus“, „Neue Revue“, „Bunte“ usw.

Wie ich früher erwähnt habe, werden immer populärer die Programmzeitschriften, was die wachsende Bedeutung der audiovisuellen Massenmedien widerspiegelt. Zu den bekanntesten gehören hier: „Bild + Funk“, „Hör Zu“, „Funk-Uhr“ und viele andere.

Die traditionellen gedruckten Medien werden in unserem Jahrhundert, besonders in der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts immer mehr durch die audiovisuellen, elektronischen Medien, vor allem Hörfunk und Fernsehen, verdrängt.

Während die Presse in Deutschland privatrechtlich organisiert ist, sind Fernsehen und Rundfunk „Anstalten öffentlichen Rechts“. Diese rechtliche Stellung des Rundfunks entspricht völlig der Situation der audiovisuellen Massenmedien in meisten demokratischen Ländern. Auch in Deutschland ist Rundfunk eine unabhängige öffentlich-rechtliche Einrichtung mit eigener Rechtspersönlichkeit. „Erst seit Mitte der 80er Jahre gibt es auch privates Fernsehen und Radio. Das Angebot und die Vielfalt von privatrechtlich-organisierten Medien wird durch marktwirtschaftliche Mechanismen geregelt. Davon unterscheiden sich die ‚Anstalten öffentlichen Rechts‘ grundlegend: sie sind weder in Privatbesitz noch gehören sie dem Staat; sie sind selbständige Institutionen, die aber unter öffentlicher Kontrolle stehen“.<sup>7</sup>

Unter dem breiten Begriff „Rundfunk“ verstehen wir Hörfunk und Fernsehen.

Überblicken wir jetzt kurz die Geschichte des Hörfunks und des Fernsehens.

Der Hörfunk ist wie das Fernsehen ein Medium des 20. Jahrhunderts, wengleich seine technischen Grundlagen schon vor Jahrhundertwende bekannt waren. Zu der Entstehung des Radios haben der deutsche Physiker Heinrich Hertz (1888), der die Existenz elektromagnetischer Welle nachgewiesen hat und Italiener Guglielmo Marconi, der 1897 telegraphische Nachrichten auf drahtlose Weg erstmals übermittelte, beigetragen. Der Bau von Röhrensendern und Röhrenempfänger war aber erst 1914 möglich. Der Erste Weltkrieg hat die weitere Entwicklung des Radios gestört.

„Die Geburtsstunde des deutschen Rundfunks schlug am 29. Oktober 1923. Aus dem Studio der Deutschen Radiostunde AG in Berlin ertönte

<sup>6</sup> K. Wenger, *Kommunikation und Medien in der Bundesrepublik Deutschland*, Indicum Verlag, München 1988, S. 31.

<sup>7</sup> K. Lill, *Medienlandschaft*, Max Hueber Verlag, München 1998, S. 7.

die Ansage: „Hier Sendestelle Berlin, Voxhaus, Welle 400“. Es folgte ein Konzert mit klassischer Musik“.<sup>8</sup> Erwähnenswert ist hier, daß in der Schweiz, Österreich und in Polen die ersten regelmäßigen Radioprogramme schon im Jahre 1922 gesendet wurden.

„Das neue Massenmedium entwickelte sich unvorstellbar rasch. Die Zahl der lizenzierten Rundfunkgeräte stieg von ungefähr 500 Geräten im Dezember 1923 über 100 000 in Juli 1924 auf über eine halbe Million ein Jahr später. 1926 nahm der einzige über ganz Deutschland empfangbare Sender Deutsche Welle seinen Programmienst auf“.<sup>9</sup>

Ich muß hier wiederum die höchst interessante Geschichte des Hörfunks in Deutschland in den Zeiten der Weimarer Republik, des Dritten Reiches, der Nachkriegszeit und der DDR überspringen und mich nur auf kurze Darstellung des Rundfunks in der Gegenwart konzentrieren.

Nach dem öffentlich-rechtlichen Prinzip sind in der Bundesrepublik Deutschland 11 Landesrundfunkanstalten organisiert: Bayerischer Rundfunk (BR), Hessischer Rundfunk (HR), Mitteldeutscher Rundfunk (MDR, für die Bundesländer: Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen), Norddeutscher Rundfunk (NDR, für die Bundesländer: Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein), Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg (ORB), Radio Bremen (RB), Saarländischer Rundfunk (SR), Sender Freies Berlin (SFB), Süddeutscher Rundfunk (SDR), Südwestfunk (SWF, für die Bundesländer: Rheinland-Pfalz und Teil von Baden-Württemberg) und Westdeutscher Rundfunk (WDR, für das Bundesland Nordrhein-Westfalen) und die nationalen Hörfunksender Deutsche Welle (DW) und Deutschlandradio. Diese allen Landesrundfunkanstalten sind in der Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) zusammengeschlossen, die im Juni 1950 gegründet wurde. Diese Arbeitsgemeinschaft sollte zuerst nur den Austausch und die gemeinsame Herstellung von Hörfunkprogrammen ermöglichen.

Anfang der 80er Jahre fielen in vielen europäischen Ländern mit der Entwicklung der Kabel- und Satelitentechnik die technischen Barrieren, auf denen das Monopol der staatlichen oder öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten beruhte. „Auch in der Bundesrepublik Deutschland wurden seit Anfang der 80er Jahre durch Kabel, Satelliten und terrestrische Restfrequenzen sowie den neuerschlossenen Frequenzbereich zwischen 100 und 108 MHz für die Verbreitung von UKW-Hörfunk die übertragungstechnischen Voraussetzungen geschaffen, auf Grund derer sich private, kommerziell orientierte Programmanbieter etablieren konnten“.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> L. Maaßen, *Massenmedien*, S. 44.

<sup>9</sup> Alle Angaben nach: E. Noelle-Neumann, W. Schulz, J. Wilke, *Fischer Lexikon*, S. 480.

<sup>10</sup> K. Wenger, *Kommunikation...*, S. 61.

Deutschland hat – sowie übrigens sonstige Länder Europas – in dem Zeitraum 1980–1990 eine wahre Springflut lokaler sogenannter „freier Radios“ erlebt. Im Jahre 1995 gab es in Deutschland mehr als 200 private Hörfunkanbieter ausgenommen RTL Radio Luxemburg, das schon seit 1957 gesendet hat. Seit dieser Zeit spricht man von Dualen Radiosystem, d.h. von öffentlich-rechtlichen und von den privaten Radiosendern.

Die rasch steigende Popularität der privaten Radiosender ist auf das Prinzip zurückzuführen: „Hunderte private Lokalsender in Deutschland schaffen nach dem Motto: Immer gut gelaunt, immer lebensfroh, think positive! und berieseln sie ihre Hörer mit leichter Musik, Ratespielen und Small talk. Probleme hat sowieso jeder mehr also genug, die müssen nicht auch noch im Radio kommen. [...] Dazu noch eine große Portion flotter Werbesendungen aller Art“.<sup>11</sup>

Gerade in diesen Radiosendern verwirklichen sich die Worte Bertolt Brechts am besten: „Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen“.<sup>12</sup> Private Radiosender haben große Chancen, sich weiter auf dem kommerziellen Medienmarkt intensiv zu entwickeln.

Ein anderes bedeutendes Medium unseres Zeitalters ist das Fernsehen. Noch lange vor dem Zweiten Weltkrieg begann in mehreren Ländern gleichzeitig die Entwicklung des Fernsehens. Die technischen Voraussetzungen dafür wurden schon im 19. Jahrhundert durch die Forschungen und Konstruktionen von Paul Nipkow und Ferdinand Braun geschaffen.

Am Ende der 20er Jahre führte die Industrie auf Funkausstellung in Berlin erste öffentliche Demonstration des Fernsehens vor.

Im März 1935 wurde der erste regelmäßige Fernsehprogrammbetrieb der Welt eröffnet. Die Post richtete in Berlin, Leipzig und Potsdam insgesamt 28 Fernsehstuben ein, in denen Bilder von den Olympischen Spielen 1936 empfangen wurden.

Die damaligen Fernsehgeräte waren aber sehr teuer und das gesendete Bild war weitgehend unzulänglich. Auch das Programmangebot war sehr schlicht und für das breitere Publikum wenig interessant. Darauf ist wahrscheinlich geringes Interesse an Fernsehen zurückzuführen. Es wird geschätzt, daß bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges in Deutschland ungefähr 500 Fernsehempfänger<sup>13</sup> waren.

Die elf früher von mir genannten Rundfunkanstalten veranstalteten gemeinsam das erste Fernsehprogramm, daß offiziell im November 1954 eröffnet wurde. Es wurde eben unter der Bezeichnung „ARD“ bekannt.

<sup>11</sup> K. Lill, *Medienlandschaft*, S. 38.

<sup>12</sup> B. Brecht, *Rede über die Funktion des Rundfunks*. In: ders., *Gesammelte Werke 18, Schriften zur Literatur und Kunst*, Suhrkamp-Verlag, Frankfurt a.M. 1967, S. 127.

<sup>13</sup> Vgl. E. Noelle-Neumann, W. Schulz, J. Wilke, *Fischer Lexikon*, S. 482.

Nach vielen politischen und wirtschaftlichen Auseinandersetzungen wurde das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mit Sitz in Mainz gegründet. Die regelmäßigen Sendungen begannen am 1. April 1963. Die beiden öffentlichen Fernsehsender werden von den Gebühren der Zuschauer und der Werbung finanziert. ARD und ZDF boten 1994 in Struktur und Profil ähnliche Programme an. Der Informationsanteil betrug über ein Drittel, ein weiteres Drittel machten Fernsehspiele und Serien aus. Kinderprogramme kamen auf einen Anteil von 10 Prozent.<sup>14</sup>

Ähnlich wie im Fall des Hörfunks wurden die privaten Fernsehsender für die öffentlichen eine große Konkurrenz. Der Start für das privatwirtschaftliche Fernsehen fand in Deutschland im Jahre 1984 statt. Es war der Beginn des elektronischen kommerziellen Medienmarktes, der in folgenden Jahren explodierte. 1995 gab es als Konkurrenten der beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten die Privat-Riesen RTL und SAT 1, daneben die kleineren Fernsehsender wie Pro Sieben, RTL 2 und Vox, die Spartenprogramme wie Deutsches Sportfernsehen, Premiere, Viva I und Viva II, Kabelkanal und viele andere. Das Institut für deutsche Wirtschaft zählte insgesamt 116 Privatsender in Deutschland. Die meisten Fernsehanstalten senden ihre Programme rund um die Uhr. Die privaten Fernsehprogramme setzen auf hohe Unterhaltungsanteile und senden vor allem Filme, Musikprogramme und viel Werbung. Sie werden ausschließlich von der Werbung finanziert. In das private Fernsehen investieren große und bedeutende Industriekonzerne, darunter in Deutschland zum Beispiel: Bertelsmann, Springer, Burda, Deutsche Bank und andere.

Die Entwicklungsmöglichkeiten des privaten Fernsehens sind sehr groß und wie die Fachleute aus dem Bereich der Medienwissenschaft einschätzen, gehört die Zukunft der audiovisuellen Medien eben den privaten Fernsehanbietern, denn die Zahl der Zuschauer dieses Fernsehens wächst vom Jahr zu Jahr im erheblichen Grade. Davon zeugen zum Beispiel folgende Angaben: „Aufgrund der neuen Angebote hat sich der individuelle Satellitendirektempfang in Deutschland ab 1989 rasant entwickelt. Die Anzahl an Empfangsanlagen ist von 135 000 Ende 1989 sprunghaft auf fast 3 Millionen Ende 1992 angestiegen. Weitere ca. 2,8 Millionen Haushalte empfangen Satellitenfernsehen über Gemeinschaftsanlagen (Kabel)“.<sup>15</sup>

In den obigen Ausführungen konnte ich nur einige Aspekte der Massenmedien und zwar auf eine sehr allgemeine und kurze Weise besprechen. Ich habe diese gewählt, die traditionell als populärste gelten. Zu den Medien im breiten Sinne dieses Wortes gehören noch: Bücher, Filme, Comic und auch die letzten elektronischen wie z.B. Internet.

<sup>14</sup> Vgl. L. Maaßen, *Massenmedien*, S. 58.

<sup>15</sup> E. Noelle-Neumann, W. Schulz, J. Wilke, *Fischer Lexikon*, S. 513.

Viele Probleme, die ich in meiner Bearbeitung nur kurz angedeutet habe, sollen noch breiter und ausführlicher besprochen werden. Sie können aber zu Themen nächster Aufsätze sein.

Parallel zu der raschen Entwicklung der Massenmedien entwickelt sich auch intensiv eine neue Wissenschaftsdisziplin und zwar Medienwissenschaft. Die Aufgabe der Mediaforschung ist unter anderem, die Nutzung und Wirkung der Medien auf die Gesellschaft zu untersuchen. Auch die Aufgaben und Methoden der Medienwissenschaft könnten ebenso zum Thema einer gesonderten Bearbeitung sein.

Der von mir oben dargestellte Beitrag soll nur als eine kurze und allgemeine Einführung in die breite und vielseitige Problematik der heutigen Massenmedien betrachtet werden.

*Aleksander Kozłowski*

#### MASS MEDIA W NIEMCZECH. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Mass media, także i w Republice Federalnej Niemiec, zyskują coraz większe znaczenie w informowaniu i funkcjonowaniu społeczeństw. Najstarszym środkiem masowego przekazu społecznego jest prasa. Pierwsze gazety na świecie zostały wydane na początku XVII w. w Wolfenbüttel i Strasburgu, a więc na ówczesnych terenach niemieckich. Nosiły one tytuły: „Aviso“ i „Relationen“. Aktualnie wydaje się w Niemczech 30 milionów egzemplarzy prasy codziennej (w ogólnym nakładzie). Zwiększa się także liczba gazet zawierających programy telewizyjne oraz czasopism kobiecych.

Mediami XX w. są niewątpliwie radio i telewizja.

Pierwsze audycje radiowe były nadawane w Niemczech w roku 1923. Nowy wynalazek zyskał wkrótce duże uznanie i już w rok później w Niemczech było zarejestrowanych ponad pół miliona odbiorników. Aktualnie w RFN działa ok. 11 radiostacji publicznych i ponad 200 prywatnych. Powstanie prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych było możliwe dzięki rozwiązaniom technologicznym lat osiemdziesiątych.

Telewizja była znana już przed II wojną światową. W roku 1935 były nadawane regularne audycje telewizyjne w Niemczech. W rok później telewizja niemiecka transmitowała igrzyska olimpijskie, które odbywały się wtedy w Berlinie.

Po II wojnie światowej stworzono w RFN dwie publiczne stacje telewizyjne: ARD (1954) i ZDF (1963). Od połowy lat osiemdziesiątych poważną konkurencją dla publicznych stacji telewizyjnych jest telewizja prywatna, która przekazuje swoje programy za pośrednictwem transmisji satelitarnych i łączy kablowych. Do najbardziej znanych niemieckich stacji telewizji prywatnej, odbieranych także i w Polsce należą: RTL i SAT 1, a także Pro Sieben, Vox, RTL 2, Premiere, Viva itd.

Przyszłość elektronicznych mediów audiowizualnych, nie tylko w RFN, ale także i w innych krajach jest ogromna i rozwija się niezwykle intensywnie i dynamicznie, zaspokajając głównie potrzeby ludyczne społeczeństw.