

Medienpluralität geht nicht auf Kosten der Printmedien: Mediennutzung und Bedeutung der Medien im Vergleich

Kramer, Caroline

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kramer, C. (1996). Medienpluralität geht nicht auf Kosten der Printmedien: Mediennutzung und Bedeutung der Medien im Vergleich. *Informationsdienst Soziale Indikatoren*, 15, 12-15. <https://doi.org/10.15464/isi.15.1996.12-15>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Medienpluralität geht nicht auf Kosten der Printmedien

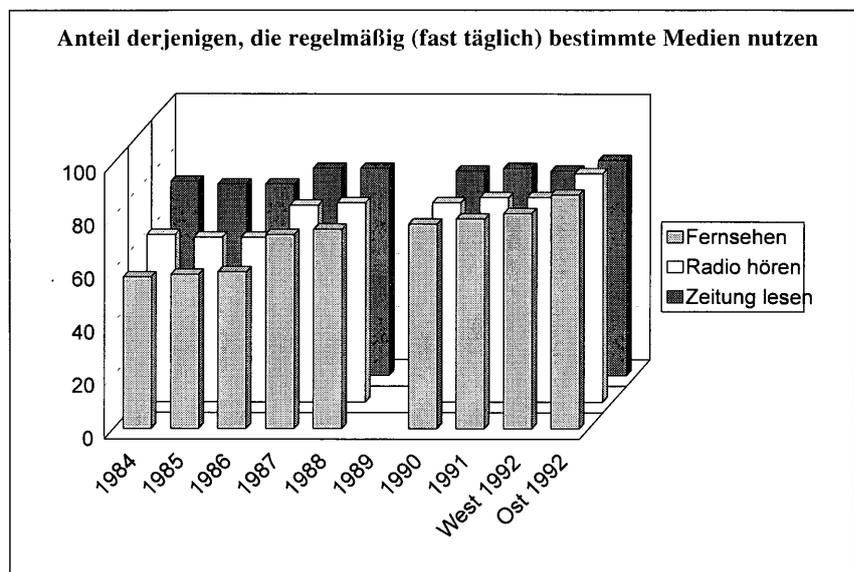
Mediennutzung und Bedeutung der Medien im Vergleich

Der Wandel von der Industriegesellschaft zur Informationsgesellschaft ging nicht zuletzt mit der Entwicklung neuer Medien einher, denen auch erhebliche gesellschaftliche und gesellschaftspolitische Bedeutung zukommt. Massenmedien besitzen entscheidenden Einfluß auf die öffentliche Meinungsbildung und erfüllen Kontrollfunktionen für politische Prozesse. Gerade in der jüngsten Zeit hat die Erweiterung der Medienlandschaft um weitere elektronische - z.T. interaktive - Medien und die Privatisierung der Funkmedien zu einem Medienpluralismus geführt, in dem Printmedien und elektronische Medien miteinander in Konkurrenz treten. Auch für die Artikulation gesellschaftlicher Bedürfnisse und Interessen sind Medien und ihre Rezeption in der Gesellschaft von entscheidender Bedeutung. In diesem Beitrag soll die Nutzung der Medien besonders für verschiedene Altersgruppen und über einen Zeitraum von fast dreißig Jahren differenziert betrachtet werden. Neben den tagesaktuellen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen wurde auch das Buch in die Betrachtung miteinbezogen. Bücher nehmen bezüglich ihrer Funktion eine Sonderrolle ein und sind dahingehend nicht unmittelbar mit den anderen Medien vergleichbar, dennoch treten Bücher im Hinblick auf die Verwendung des Zeitbudgets auch in Konkurrenz mit Medien oder mit der Zeitverwendung am Computer.

Um einen Überblick über die Mediennutzung in Deutschland zu erhalten, ist es notwendig, verschiedene Indikatoren in die Analyse einzubeziehen. Neben den Anteilen der Personen, die überhaupt bestimmte Medien häufiger, d.h. mindestens mehrmals pro Woche nutzen, geht in die Untersuchung auch die Dauer der Mediennutzung ein, d.h. wieviel Zeit pro Tag für Zeitunglesen, Fernsehen und Radiohören verwendet wird. Es werden somit nicht nur die Anteile derjenigen, die überhaupt bestimmte Medien in Anspruch nehmen, berücksichtigt, sondern auch die Zeit, die die Bevölkerung für Medien aufbringt. Ebenso wird der Frage nachgegangen, wie wichtig für die Befragten ein bestimmtes Medium ist, das heißt, auf welches der Medien man am ehesten verzichten könnte. Diese Einschätzung der „Unentbehrlichkeit“ bestimmter Medien bezieht eine Dimension der Relevanz ein, die zusätzlich zu den bisher aufgeführten objektiven Indikatoren (wie z.B. der Nutzungsdauer) eine subjektive Einschätzung oder Beurteilung der Bevölkerung zur „Wichtigkeit“ bestimmter Medien darstellt. Sie wird als Anteil derjenigen ermittelt, die angeben, sie würden ein Medium (Zeitung, Fernsehen oder Radio) stark/sehr stark vermissen. Die Daten stammen im wesentlichen aus der Media-Analyse,

einer großen regelmäßigen Repräsentativerhebung, die von kommerziellem Interesse der Medien geleitet ist. Auch die Langzeitstudie „Massenkommunikation“ der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten liegt in vier Wellen vor, so daß hier mit Daten von 1964 bis 1992 gearbeitet werden kann.

Graphik 1:



Quelle: Media-Analyse 1992

Am häufigsten wird ferngesehen

Das Medium Fernsehen wurde sowohl in den alten als auch in den neuen Bundesländern 1992 von 81% der Westdeutschen und 88% der Ostdeutschen fast täglich genutzt und steht damit an erster Stelle der Häufigkeit der Mediennutzung insgesamt. Im Westen gaben 77% der Befragten an, fast täglich Radio zu hören und Zeitung zu lesen. Diese Werte wurden im Osten mit 86% der Befragten, die Radio hören und 81% Zeitungsleser deutlich übertroffen (Graphik 1). Abgeschlagen ist dagegen das häufige Lesen von Büchern oder Zeitschriften; nur 13% West und 12% Ost lesen fast täglich Bücher und 16% West und 15% Ost lesen fast täglich Zeitschriften.

Betrachtet man die Entwicklung der Mediennutzung seit 1984, so wurde noch Anfang der achtziger Jahre von einem größeren Anteil der Bevölkerung täglich Zeitung gelesen als ferngesehen. Ende der achtziger Jahre lag die Nutzung von Tageszeitung und Fernsehen in den alten Bundesländern bereits gleichauf und seit 1991 liegt die Fernsehnutzung an erster Stelle. Allerdings ist die häufige Nutzung des Fernsehens offensichtlich nicht auf Kosten der anderen Medien gegangen, denn die Anteile der Radiohörer und die der Zeitungsleser stiegen ebenfalls an, so daß die Mediennutzung insgesamt zugenommen hat.

Mit zunehmendem Alter mehr Zeitungsleser

Differenziert man die Anteile der Zeitungsleser weiter nach ihrem Alter, so werden deutlich Unterschiede erkennbar. Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil der Leser einer Tageszeitung von 55% der 14-19-Jährigen auf über 90% der 50-59 und der 60-69-Jährigen zu (Tabelle 1). Zudem ist seit Ende der 80er Jahre der Anteil derer, die mindestens eine Tageszeitung lesen, in den alten Bundesländern von 80% auf 85% angestiegen. Es kann also in diesem Fall nicht von einer Verdrängung der Printmedien durch elektronische Medien in der bundesdeutschen Bevölkerung gesprochen werden. Der Effekt, daß der Anteil der Zeitungsleser unter den über 50-Jährigen zunimmt, ist bereits in früheren Studien zu unterschiedlichen Zeitpunkten festgestellt worden. Mit zunehmendem Alter gehen häufig eine abnehmende Mobilität und schließlich bei den über 60-Jährigen auch deutlich mehr verfügbare Zeit einher. Dies alles stellen Faktoren dar, die die (meist lokale oder regionale) Tageszeitung offensichtlich attraktiv werden lassen. Es bleibt allerdings offen, inwieweit dieser Effekt ein Lebenszyklus- oder ein Kohorteneffekt ist.

Abonnement-Tageszeitung besonders in den kleinen Gemeinden verbreitet

Neben der zeitlichen Dimension bei der Nutzung von Tageszeitungen stellt auch die räumliche Dimension, d.h. die Größe und Lage des Wohnortes, ein differenzierendes Merkmal dar. Besonders in den ländlichen Regionen ist die Tageszeitung zentraler Bestandteil der Medienwelt. Dies läßt sich an der Verbreitung von Tageszeitungsabonnements ablesen, die in ländlichen Kreisen über 80% Reichweite (Anteil der Bevölkerung, der durch eine im Haushalt abonnierte Tageszeitung erreicht wird), dagegen in Städten nur 55% bis 65% Reichweite erreichen. Am Beispiel des Regierungsbezirks Stuttgart und des Neckar-Odenwaldkreises, für die jüngere Daten der Media-Analyse zur Verfügung standen, ist sichtbar, daß mit zunehmendem Alter und abnehmender Größe des Wohnortes die Anzahl der Personen zunimmt, die eine Tageszeitung abonniert haben (Tabelle 2). Besonders niedrige Werte erreicht die Verbreitung des Abonnements von Tageszeitungen in der Altersgruppe der 20-29-Jähri-

Tabelle 1: Anteil derjenigen, die mehrmals in der Woche bestimmte Medien nutzen (1994)

	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 - 69 Jahre	70 Jahre und älter
Mediennutzung mehrmals in der Woche: (in %)							
Fernsehen	87,1	83,5	88,1	89,6	92,4	92,3	90,3
Radio hören	82,6	84,3	85,9	83,0	85,0	83,4	75,2
Zeitung lesen	55,2	75,2	85,3	89,3	91,3	91,7	89,0
Buchlesen	40,9	27,4	21,7	17,4	14,6	15,3	16,6

Quelle: Media-Analyse '94 (Regierungsbezirk Stuttgart und Neckar-Odenwald-Kreis)

gen. Während die 14-19-Jährigen vermutlich noch die Tageszeitung im Haushalt der Eltern nutzen, so ist diese Altersgruppe in der Ausbildung, damit hoch mobil und nicht bereit, sich auf eine Tageszeitung „festzulegen“. Mit zunehmender „Etablierung“ und abnehmender Wohnmobilität nimmt der regionale/lokale Bezug zu und damit auch der Wunsch, über das Geschehen im unmittelbaren Wohnumfeld informiert zu werden.

Buchlektüre besonders in den neuen Ländern verbreitet

Die Frage nach der Verdrängung des Buches als dem klassischen Medium des geschriebenen Worts durch andere Medien ist eine der ältesten Fragestellungen in der Medienforschung. Allerdings nimmt die Buchlektüre als nicht-tagesaktuelles Medium sicher auch eine Sonderrolle ein. Daher besteht die Konkurrenz nicht in der

konkurrierenden Funktion, sondern eher darin, daß bei der Verwendung der freien Zeit Buchlektüre und Mediennutzung in Konkurrenz treten können. Als differenzierende Merkmale der Nutzung zeigen sich neben Alter und Schulbildung (ältere Menschen lesen seltener Bücher als jüngere, Abiturienten mehr als Hauptschulabsolventen) auch Geschlecht und Zugehörigkeit zu den alten oder neuen Bundesländern als aufschlußreich. In diese Betrachtung wurden nun besonders die „häufigen Buchleser“, d.h. diejenigen, die mindestens einmal pro Woche ein Buch lesen, einbezogen. Seit 1968 hat in den alten Bundesländern der Anteil der „Viel-Leser“ von 42% auf 49% im Jahr 1991 stetig zugenommen, zugleich sank der Anteil derjenigen, die im Befragungsjahr überhaupt kein Buch gelesen hatten im gleichen Zeitraum von 32% auf 27%. Unterscheidet man dieses Leseverhalten weiter nach dem Geschlecht, so wird deut-

Tabelle 2: Anteil derjenigen, die im Haushalt über eine Abonnement-Tageszeitung verfügen nach Alter und Gemeindegröße des Wohnorts

Alter	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 - 69 Jahre	70 Jahre und älter
Abonnement einer Tageszeitung in %	70,8	50,2	63,8	72,6	78,4	78,6	76,9
Gemeindegrößenklasse (Einwohnerzahl)	<2000	2000- <5000	5000- <20.000	20.000 <50.000	50.000 <100.000	100.000 <500.000	500.000
Abonnement einer Tageszeitung in %	75%	69%	71%	70%	71%	65%	53%

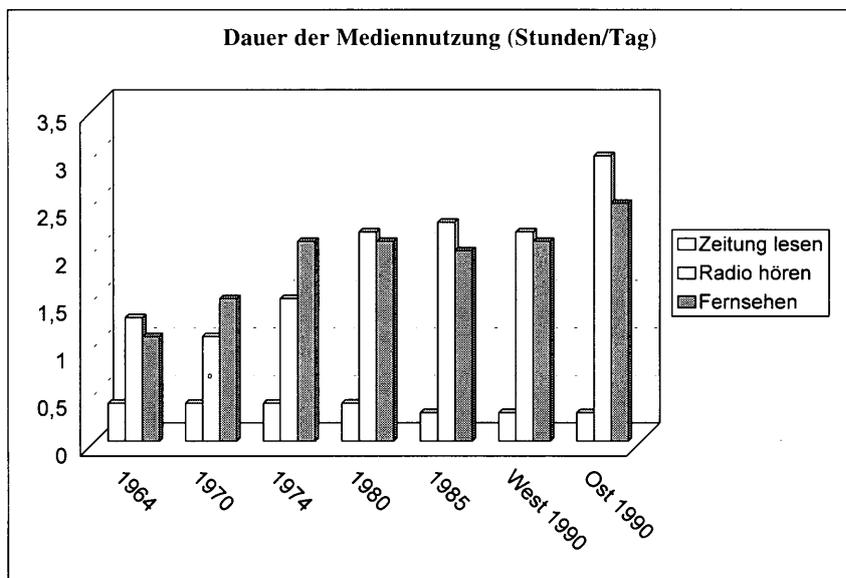
Quelle: Media-Analyse '94 (Regierungsbezirk Stuttgart und Neckar-Odenwald-Kreis)

lich, daß Frauen häufiger zu der Gruppe zählen, die mindestens einmal in der Woche ein Buch liest, als Männer. Zudem bestehen deutliche Unterschiede zwischen den alten und den neuen Bundesländern. Im Rahmen der Repräsentativstudie der Stiftung Lesen 1992 gaben 53% der Frauen an, mindestens einmal pro Woche ein Buch zu lesen, während dies nur für 48% der Männer galt. Umgekehrt zählen 18% der Frauen und 20% der Männer zu denen, die nie ein Buch lesen. Die Gruppe derer, die häufig Bücher lesen umfaßt im Osten sogar 68%, während dies im Westen nur für 46% der Befragten zutrifft. In den neuen Ländern gaben auch nur 8% der Befragten an, nie zu lesen, während dies immerhin für 23% der Westdeutschen galt. Dennoch gab es keine Unterschiede zwischen Ost und West hinsichtlich der Zahl der gelesenen Bücher, so daß anzunehmen ist, daß es sich nicht um einen deutlich geringeren Konsum, sondern in erster Linie um andere Lesegewohnheiten handelt. Was die Ansprüche an die Buchlektüre angeht, so fand die Stiftung Lesen dahingehend Unterschiede, daß die Erwartungen der Männer sich eher als kognitiv, die der Frauen als affektiv oder sozial charakterisieren lassen.

Radiohören nimmt die meiste Zeit in Anspruch

Für die Analyse der Dauer der Mediennutzung wurden nur die zeitintensivsten Medien, nämlich Zeitung, Fernsehen und Radio näher betrachtet. Hiermit wird zusätzlich zum Anteil derer, die diese Medien überhaupt nutzen, der durchschnittliche Zeitaufwand dargestellt, den der Medienkonsum am Tag in Anspruch nimmt (Graphik 2). Vergleicht man die Dauer der Mediennutzung, d.h. den durchschnittlichen Zeitaufwand in Stunden/Minuten pro Tag, so nahm in West wie in Ost Radiohören die meiste Zeit in Anspruch. Im Westen hörte man 1990 pro Tag 2,2 Stunden, im Osten sogar 3,0 Stunden Radio. Im Zeitverlauf wird deutlich, daß seit Mitte der 60er Jahre in den alten Bundesländern länger Radio gehört wurde (1,3 Std./Tag) als ferngesehen (1,1 Std./Tag). Zu Anfang der 80er Jahre wurde dem Fernsehen dann mehr Zeit gewidmet (2,1 Std./Tag) als dem Radio (1,5 Std./Tag), dann nahm das Radiohören wieder mehr Zeit in Anspruch (2,3 Std./Tag). Allerdings ist davon auszugehen, daß Radiohören zunehmend eine Nebentätigkeit darstellt, da es nicht soviel Aufmerksam-

Graphik 2:



Quelle: Kiefer, M.-L. (1987); Berg, K. & Kiefer, M.-L. (1992): Massenkommunikation III und IV.

keit erfordert wie audiovisuelle Medien. Aus ersten Ergebnissen der Zeitbudgetstudie des Statistischen Bundesamtes geht hervor, daß mindestens eine Stunde und 15 Minuten Radiohören „Sekundärtätigkeit“ darstellt, wobei durch die Erhebungsmethode eher mit einer Untererfassung zu rechnen ist.

Fernsehkonsument der älteren Ostdeutschen deutlich höher als im Westen

Betrachtet man extreme Fernseh-Nutzergruppen, wie z.B. „Viel-Seher“ (vier und mehr Stunden täglich) so hat ihr Anteil in den alten Bundesländern von 6% seit 1982 auf 5% 1992 abgenommen, was ausschließlich auf einen deutlichen Rückgang in den Altersklassen unter 60 Jahren zurückzuführen ist. Hier haben sich die Anteile halbiert, während unter den 60-Jährigen und älteren der Anteil der „Viel-Seher“ von 7% auf 11% angestiegen ist. Ergebnisse der jüngsten Studie Massenkommunikation IV zeigen, daß in den neuen Ländern 1991 der Anteil derjenigen, die vier und mehr Stunden im Durchschnitt täglich fernsehen, mit 9% fast doppelt so hoch lag wie im Westen. Besonders hoch ist hier mit 18% der Anteil der 60-Jährigen und älteren, die täglich vier und mehr Stunden mit Fernsehen verbringen. Während die Anteile der anderen Altersgruppen in Ostdeutschland der Situation in Westdeutschland vor mehr als

10 Jahren entsprechen, so ist der extrem hohe Fernsehkonsum der älteren Ostdeutschen eine neue Erscheinung. Dieser hohe Fernsehkonsum der Älteren läßt die Frage aufkommen, inwieweit er einen Ersatz für andere Aktivitäten oder für Kommunikation darstellt. Allerdings ist in den neunziger Jahren auch der Fernsehkonsum der Jüngeren gestiegen, so daß sich die Unterschiede zwischen den Kohorten insgesamt verringern. Besonders die privaten Sender finden in Ost und West bei den jüngsten Kohorten Anklang, insbesondere bei den formal weniger Gebildeten. Für den Ost-West-Vergleich läßt sich aufgrund der geringen Vergleichszahlen nur ein allgemeiner Eindruck formulieren: fast alle Medien werden in Ostdeutschland häufiger und durchschnittlich länger genutzt als in Westdeutschland. Eine Erklärung könnte ein „Nachholbedürfnis“ an Medienkonsum sein, aber auch das Interesse an der neuen Medienvielfalt, das - so umstritten der Inhalt mancher Medien sein mag - zu einer erhöhten Nutzung führen könnte.

Tageszeitung würde man am stärksten vermissen

Obwohl die im Zeitverlauf zunehmende Nutzung der Film- und Funkmedien schließen lassen könnte, daß diese Medien auch wichtiger geworden seien, wird bei der Frage nach der Medienbindung, d.h. in-

wieweit man eines dieser Medien stark bzw. sehr stark vermissen würde, der Tageszeitung immer noch ein hoher Stellenwert eingeräumt. Seit 1964 hat für alle Medien die Wichtigkeit zugenommen. Dennoch liegt 1990 der Anteil derer, die in den alten Bundesländern eine Tageszeitung vermissen würden (63%) deutlich höher als der Anteil für das Fernsehen (51%) und den Hörfunk (56%). Seit Beginn der 80er Jahre besteht diese Reihenfolge in „Unentbehrlichkeit“ in den alten Bundesländern, während zwischenzeitlich, vor allem Anfang der 70er Jahre, das Fernsehen mit 60% „Unentbehrlichkeit“ den höchsten Wert erreicht hatte.

Trotz aller Befürchtungen, die Film- und Funkmedien würden die Printmedien gänzlich vom Markt verdrängen, so zeigt dieser Indikator, daß in den alten Bundesländern die Befragten eine Tageszeitung am meisten vermissen würden. Offensichtlich besteht zur Tageszeitung eine feste und vermutlich auch emotional-traditionelle Verbindung, die nicht durch andere tagesaktuelle Medien aufgelöst oder ersetzt werden kann. Die Verbundenheit mit einer Tageszeitung - häufig ist damit ja auch eine ganz bestimmte lokale/regionale Tageszeitung gemeint - ist in den vergangenen Jahren wieder deutlich angestiegen und betrifft in besonderem Maße die ländlichen peripheren Regionen. Sicherlich ist ein wesentlicher Faktor für die Verbundenheit mit der Tageszeitung dieser lokale/regionale Bezug, da die Tageszeitung in hohem Maße lokale/regionale Identität vermittelt.

In den neuen Bundesländern würden 64% das Fernsehen, 69% den Hörfunk und 66% die Tageszeitung sehr stark/stark vermissen, d.h. hier sind keine so großen Unterschiede zwischen den einzelnen Medien wie in den alten Bundesländern auszumachen. Dennoch nimmt auch hier das Fernsehen den letzten Rang ein, stellt also trotz der hohen Nutzung das Medium dar, auf das am ehesten noch verzichtet werden könnte. Allerdings befinden sich in den neuen Bundesländern insgesamt die Werte für die „Unverzichtbarkeit“ der Medien auf einem höheren Niveau als im Westen. Eine mögliche Interpretation für Ost-West-Unterschiede in der Dauer der Mediennutzung wurde bereits erwähnt, nämlich daß unabhängige Medien als eine Errungenschaft der politischen Freiheit sicher große Bedeutung

besitzen und als ein relativ „neues“ Element größere Attraktivität erlangen konnten. Die Unverzichtbarkeit der Medien könnte daher 1990 kurz nach der Wende in den neuen Bundesländern ein Ausdruck der veränderten politischen Verhältnisse sein.

Der Widerspruch zwischen der außerordentlich hohen und tageszeitlich intensiven Nutzung des Fernsehen und der relativ niedrigen „Unentbehrlichkeit“ dieses Medium könnte auch damit zusammenhängen, daß es in zunehmendem Maße zu den Nebentätigkeiten zählt. Gleichzeitig hängt dieser Widerspruch sicherlich damit zusammen, daß „passives Fernsehen“ in einer leistungs- und aktivitätsorientierten Freizeitwelt keine gesellschaftliche Anerkennung findet. Unter der Gruppe der 30-49-Jährigen bezeichnen nach Umfragen des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitutes 73% Fernsehen als „Zeitverschwendung“, was allerdings nicht bedeutet, daß sie es dann nicht trotzdem tun. Insofern sind die objektiven Zahlen zu Nutzungsdauer und -intensität immer wieder durch subjektive Einschätzungen von Wichtigkeit und Bewertungen zu ergänzen.

Bürger in den neuen Ländern nutzen Medien stärker

Die Mediennutzung ist im beobachteten Zeitraum für nahezu alle Medien angestiegen, so daß zwar mittlerweile das Fernsehen das am häufigsten genutzte Medium darstellt, jedoch gleich hohe Werte für Radio und etwas niedrigere - aber stabile Werte - für Zeitungen festzustellen sind. Es tritt demnach keine Verdrängung der Printmedien durch die elektronischen Medien ein, sondern es hat die Mediennutzung und auch die Dauer der Mediennutzung insgesamt zugenommen. Es wird damit bei einem durchschnittlichen Zeitaufwand von knapp siebeneinhalb Stunden an Werktagen doch eine erhebliche Zeitspanne mehr oder weniger aktiv mit der Rezeption des dargebotenen Programmes verbracht, wobei in dieser Ziffer allerdings auch die Nebentätigkeiten wie Radiohören beim Autofahren oder bei der Haushaltsarbeit enthalten sind. Abgesehen von den kommerziellen Interessen, die zweifelsohne bei der Mediengestaltung eine Rolle spielen, werden über die Medien Menschen unterhalten, gebildet und über Politik und Weltgeschehen informiert. Gerade in den neuen Ländern ist

die Verfügbarkeit freier Medien eine Errungenschaft, die sich in einer extensiven Nutzung niederschlägt.

Betrachtet man die inhaltlichen Interessen der Mediennutzer, so wird deutlich, daß die Ansprüche sehr unterschiedlich sind: vom Fernsehen erwartet man in erster Linie aktuelle Nachrichten in deutlichem Abstand folgen in den Erwartungen unterhaltende Sendungen, wie z.B. Spielfilme, Familienserien und Unterhaltungs-/Quizsendungen. Die Tageszeitung ist für die Information aus der Region, sowie für Lokales, Vermischtes und Sport zuständig, während das Radio sowohl für ganz aktuelle Nachrichten als auch für die Hintergrundberieselung zuständig ist. Das Buch wird jedoch von all diesen Medien oder gar den neuen elektronischen Medien offensichtlich nicht verdrängt, da sich die „Lesemuffel“ nicht unter den Jüngeren „multi-medialen“ Nutzern, sondern unter den Älteren befinden.

Der Medienpluralismus hat zumindest unter den Jüngeren die Folge, daß sie immer mehr Zeit auf die zahlreicher werdenden Medien verwenden. Zusätzlich gilt zu berücksichtigen, daß in der Beurteilung der Medien durch die Befragten selbst, die rein passiv konsumorientierten Medien zunehmend negativ eingeschätzt werden. All diejenigen, die Fernsehen als „Zeitverschwendung“ betrachten, sind die Nutzer der interaktiven Medien von morgen, aber auch die Buchleser/-innen von heute.

*Caroline Kramer, ZUMA
(Tel.: 0621-1246-244)*