

Sekundäranalyse zur Langzeitstudie Massenkommunikation

→ Vielseher im dualen Rundfunksystem

Von Winfried Schulz*

Der Wandel des Fernsehens zum dualen System brachte eine deutliche Ausweitung der Fernsehnutzung mit sich. Seit Mitte der 80er Jahre verbringen die Bundesbürger (West) täglich fast eine halbe Stunde länger vor dem Fernsehapparat. Das entspricht einer Steigerungsrate von rund 20 Prozent. Diese Ergebnisse der Studie Massenkommunikation (1), die aus Stichtagermittlungen in mündlichen Interviews stammen, decken sich recht gut mit den GfK-Werten aus technischen Messungen. In seiner Replikation der Vielseherstudie von 1979/80 errechnet Michael Buß bis zum Jahr 1995 eine Zunahme der Fernsehnutzung von einer halben Stunden für die Zeit zwischen 15.00 und 1.00 Uhr. (2) Vor allem die Fülle an Unterhaltungsprogrammen hat anscheinend die Attraktivität des Fernsehens erhöht. Die im Jahr zwei des dualen Systems gewagte, damals empirisch nur schwach gestützte Prognose, „daß mit der Erweiterung des Angebots an trivialer Unterhaltung ... der Umfang der Fernsehnutzung zunehmen wird“, war offenbar zutreffend. (3)

Privatfernsehangebot kommt Bedürfnissen der Vielseher entgegen

Nicht alle Bundesbürger haben ihre Fernsehzeit gleichermaßen ausgeweitet. Marie-Luise Kiefer stellt in ihrer Analyse eine weit überdurchschnittliche Zunahme des Fernsehkonsums bei jugendlichen Nutzern (Altersgruppe 14-19 Jahre), Personen mit geringer formaler Bildung und politisch Desinteressierten fest. (4) Die Vermutung, daß die Angebote des privaten Fernsehens speziell den Bedürfnissen dieser Nutzergruppen entgegenkommen, findet ihre Bestätigung in der Verteilung der Nutzungszeiten dieser Gruppen auf die öffentlich-rechtlichen und privaten Kanäle. (5) Das Bild wird noch schärfer, wenn man die Merkmale, die offenbar zur Nutzung des privaten Fernsehens prädestinieren, in Kombination betrachtet. Es hat den Anschein, als habe das private Fernsehen einen neuen Vielsehertyp kultiviert.

Daß es so etwas wie ein Vielseher-Syndrom gibt, ist bekannt und gut belegt. Vielseher des herkömmlichen Typs sind unter anderem charakterisiert durch höheres Alter, niedrigen sozioökonomischen Status (geringe Bildung, Arbeitermilieu) und besondere Lebensumstände (Rentner, verwitwet). Diese Beschreibung bezieht sich noch auf die Zeit des öffentlich-rechtlichen Fernsehmonopols. (6) Der Wandel im Nutzungsverhalten,

der sich aus der Studie Massenkommunikation 1995 ablesen läßt, gibt Anlaß zu der Vermutung, daß sich die Charakteristik der Vielseher geändert haben könnte.

Die Studie eröffnet nun die Möglichkeit, das Vielseher-Phänomen unter den veränderten Bedingungen des dualen Systems zu betrachten. Dabei stehen hier die Gründe des Vielfernsehens im Vordergrund.

Vielseher und andere Nutzertypen

Die herkömmliche Vielseherforschung bedient sich meist der Logik des Vergleichs, und zwar des Vergleichs von Personengruppen mit unterschiedlich starkem Fernsehkonsum. In der klassischen Studie zum Beispiel von George Gerbner und Larry Gross waren es zwei Kontrastgruppen, Light viewers und Heavy viewers. Letztere waren dadurch definiert, daß sie täglich vier Stunden oder länger fernsehen, erstere durch eine tägliche Nutzungsdauer von zwei Stunden oder weniger.

Ausgehend von diesem Ansatz führte der Versuch, das Analysemodell auf deutsche Verhältnisse zu übertragen, gelegentlich zu der naiven Frage, welchen Grenzwert ein Fernsehnutzer in Deutschland denn überschreiten müsse, um als Vielseher zu gelten. Tatsächlich war die amerikanische Einteilung völlig willkürlich, und auch der Kontrastgruppenvergleich war eigentlich nur der Versuch, die Logik der Analyse zu vereinfachen und zu veranschaulichen.

Letztlich geht es darum, korrelative oder kausale Zusammenhänge zwischen dem Umfang der Fernsehnutzung und bestimmten kognitiven Merkmalen – meist Realitätsvorstellungen – zu untersuchen. Viele neuere Untersuchungen haben sich dem auch methodisch angepaßt und arbeiten statt mit Kontrastgruppenvergleichen mit Korrelations- oder Regressionsanalysen. Es lohnt sich jedoch, die kausalanalytische Betrachtung zunächst einmal zurückzustellen und den typologischen Ansatz weiterzuverfolgen.

In der herkömmlichen Forschung gibt es Typisierungen der Fernsehnutzer, die sich von der nur am Umfang der Sehdauer orientierten Betrachtung unterscheiden. So berücksichtigen verschiedene amerikanische Autoren zusätzlich oder alternativ zur Sehdauer (exposure) Konzepte wie Medienorientierung oder Medienpräferenz oder auch Medienabhängigkeit (reliance oder dependency). Eine häufig verwendete Operationalisierung dieser Konzepte ist die Frage danach, welches Medium für die Befragten – nach eigener Auskunft – die wichtigste (politische) Informationsquelle ist. (7) John P. Robinson beispielsweise, der die These von der Video malaise, der Entstehung von Politikverdrossenheit durch Fernsehabhängigkeit, aufstellte, definierte die Fernsehabhängigen als Personen, die sich auf das Fernsehen als Quelle politischer Information verlassen.

In weiteren Analysen erwies es sich als nützlich, neben quantitativen Aspekten der Medienutzung auch Programmpräferenzen bzw. die

Einteilung als Vielseher ist willkürlich

Verschiedene Typisierungen der Fernsehnutzer

* Professor für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Universität Erlangen-Nürnberg.

Inhalte der genutzten Programme zu berücksichtigen. (8) So kontrastierte Christina Holtz-Bacha u.a. Personen mit geringer und hoher Nutzung informierender bzw. unterhaltender Fernsehsendungen. Diese Unterscheidung leistete bessere Dienste zur Erklärung von politischer Entfremdung und politischer Partizipation als der bloße Umfang der Mediennutzung. Auch diese Untersuchungen beziehen sich noch auf das öffentlich-rechtliche Fernsehmonopol.

**Erhebliche Vermehrung des Programm-
volumens durch
private Veranstalter**

Mit der Öffnung des Fernsehsystems für private Veranstalter wurden neben der Vermehrung des Programmolumens auch die Wahlmöglichkeiten der Nutzer erheblich ausgeweitet. Während Anfang der 80er Jahre die meisten Fernsehnutzer nur zwischen drei oder vier (terrestrisch verfügbaren) Programmen wählen konnten, stehen ihnen heute zwischen 23 und über 50 Programme zur Auswahl. (9) Über diese Breite der Wahlmöglichkeiten verfügten 1995 in den alten Bundesländern 77 Prozent der Bevölkerung mit Kabel- oder Satellitenanschluß, in den neuen Bundesländern sogar 87 Prozent.

Allerdings nutzt nur eine Minderheit der Zuschauer die Wahlmöglichkeiten auch in voller Breite aus. Verschiedene Untersuchungen zeigen sowohl für Deutschland wie auch für die USA, daß sich das Programmrepertoire (Channel repertoire) der Zuschauer – das heißt die Menge der tatsächlich genutzten Fernsehprogramme (Kanäle) – in weit geringerem Maße erweitert, als das aufgrund des gesteigerten Angebots zu erwarten wäre. (10)

**Weitere
Differenzierung der
Vielseher**

Man kann diesen Befund auch anders betrachten und den Umfang des Programmrepertoires zur Definition eines neuen Wenig- bzw. Vielsehertyps heranziehen. Neben die Vielseher herkömmlicher Art, die definiert sind durch einen weit überdurchschnittlichen Umfang der täglichen Sehdauer, treten damit die Vielkanalseher, die sich durch ein großes Senderrepertoire auszeichnen, das heißt durch Nutzung einer weit überdurchschnittlichen Zahl unterschiedlicher Fernsehprogramme.

Eine andere Veränderung, die mit dem Wandel zum dualen Rundfunksystem eingetreten ist, hat Buß zu einer Untergliederung der Gruppe der Vielseher eingesetzt. Mit der Erweiterung des Angebots vergrößerte sich die Spannweite der Fernsehnutzungsdauer. Als Folge davon nutzen einige Vielseher das Fernsehen geradezu exzessiv. Buß unterscheidet daher Vielseher verschiedenen Grades. Die Extremseher, die er Vielseher dritten Grades nennt, haben im Durchschnitt eine tägliche Fernsehnutzungsdauer von sechseinviertel Stunden. (11)

Schließlich kann – neben anderen Indikatoren des Fernsehverhaltens – auch eine Differenzierung für die Vielseherforschung fruchtbar gemacht werden, die in den Analysen der Studie Massenkommunikation seit 1990 eine Rolle spielt, nämlich die Unterscheidung von Personengruppen mit einer Präferenz für öffentlich-rechtliche Programme einerseits und private Pro-

gramme andererseits bzw. einem Nutzungsschwerpunkt bei dem einen oder anderen Angebotstyp. (12) Dieser Aspekt wird im folgenden aufmerksamer betrachtet.

Das Profil der Vielseher 1995

Zunächst sollen anhand der Daten der Studie Massenkommunikation die Vielseher 1995 im Vergleich zur Kontrastgruppe der Wenigseher etwas näher charakterisiert werden.

Um Personen nach ihrer Fernsehsehndauer zu gruppieren, wäre es nützlich, wenn man möglichst genau ihre Fernsehgewohnheiten kennen würde. Dazu wurde aber in der Studie Massenkommunikation nur die Häufigkeit des Fernsehens anhand sehr grober verbaler Kategorien erfragt. (13) Über die Sehdauer liefert die Stichtagermittlung exaktere Angaben, die Teil der Studie ist. Bei der Stichtagermittlung wird die Mediennutzung für den Tag vor dem Interview viertelstundenweise abgefragt, so daß man aus der Anzahl der vom Befragten genannten Viertelstundenabschnitte, in denen ferngesehen wurde, ungefähr die Sehdauer am Stichtag errechnen kann.

Aber auch diese Form der Ermittlung ermöglicht nur eine unscharfe Personengruppierung. Zum einen sind die Angaben nur nach einem groben Viertelstundenraster erhoben, und da es sich dabei um Selbsteinschätzungen im mündlichen Interview handelt, sind sie längst nicht so präzise wie die technischen Messungen der GfK. (14) Zum anderen werden hier Personen anhand ihrer Sehdauer an einem einzigen Stichtag gruppiert, und dies kann ein Tag sein, der untypisch ist im Vergleich zur gewohnheitsmäßigen Fernsehnutzung. Aus den Analysen von Buß geht allerdings hervor, daß der Umfang des Fernsehkonsums habitualisiert und damit zeitlich weitgehend stabil ist. Wer also an einem Tag beim Vielsehen „erwischt“ wird, der hat mit hoher Wahrscheinlichkeit auch an anderen Tagen einen hohen Fernsehkonsum. (15)

Anhand der Angaben zur Fernsehnutzung am Stichtag wurden die Befragten in drei annähernd gleich große Gruppen von Wenig-, Mittel- und Vielsehern eingeteilt. (16) Daß diese Einteilung nicht nur das Verhalten am (vielleicht untypischen) Stichtag widerspiegelt, sondern – zumindest in den meisten Fällen – die gewohnheitsmäßige Fernsehnutzung, belegt der Zusammenhang zwischen dieser Vielsehergruppierung und anderen Fragen nach dem Fernsehverhalten, auf die noch einzugehen sein wird.

Vergleicht man zunächst die Gruppen im Hinblick auf ihr demographisches Profil, zeigen sich in etwa die gleichen Unterschiede, wie sie schon in den 80er Jahren an den Sehertypen festgestellt wurden. (17) Vielseher sind vielfach ältere Perso-

Studie Massenkommunikation ermöglicht Ermittlung der Sehdauer pro Tag

**Profil der Vielseher:
Ältere Personen,
untere soziale
Schichten, geringes
Einkommen**

nen, häufig Rentner und verwitwet; Angehörige der unteren sozialen Schichten (wenig formale Bildung, oft Arbeitermilieu, unterdurchschnittliches Einkommen), sie leben in Ein- oder Zwei-Personen-Haushalten und oft in den neuen Bundesländern.

Vielseher haben stärkere Bindung zu Fernsehen

Vielseher geben auch bei allen Indikatoren der Medienorientierung, von denen es in der Studie Massenkommunikation mehrere gibt, eine starke Fernsehabhängigkeit zu erkennen. So würden beispielsweise 71 Prozent der Vielseher, aber nur 38 Prozent der Wenigseher das Fernsehen den anderen Medien (Radio, Zeitung, Zeitschrift) vorziehen, wenn sie nur noch eines haben könnten. Von den Vielsehern würden 33 Prozent das Fernsehen „sehr stark“ vermissen, wenn sie zum Beispiel durch technische Umstände längere Zeit nicht mehr fernsehen könnten. Von den Wenigsehern haben nur elf Prozent eine so starke Medienbindung. Diese Daten deuten darauf hin, daß extensive Fernsehnutzung eine starke Gewohnheit ist, für die es wichtige Gründe in der sozialen Situation und in der Motivlage der Nutzer gibt.

Vielseher nutzen deutlich mehr Programmsparten als die eher informationsorientierten Wenigseher

Das läßt eine etwas genauere Betrachtung des Nutzungsverhaltens erkennen. Fernsehen erfüllt offenbar für die verschiedenen Nutzergruppen unterschiedliche Funktionen. Die regelmäßig oder häufig genutzten Programmsparten der Wenigseher sind überwiegend Informationssendungen. Vielseher dagegen sind weniger wählerisch, sie konsumieren das Programmangebot sehr breit und unspezifisch. Ihr Spartenrepertoire besteht etwa zu gleichen Anteilen aus Unterhaltungs- und Informationssendungen. (18) Wenn man es rein quantitativ betrachtet, so nutzen Vielseher deutlich mehr Programmsparten als Wenigseher (7,8 gegenüber 4,7 Sparten im Durchschnitt). Wenigseher spezialisieren sich stärker, sie sehen weniger und selektiver. Das drückt sich auch im unterschiedlichen Programmrepertoire aus. Vielseher nennen im Durchschnitt 5,5 Programme (Kanäle), die sie regelmäßig oder häufig sehen, Wenigseher nur 3,5. Vielseher verteilen dabei den überwiegenden Teil ihrer Fernsehzeit auf das Angebot der privaten Sender, Wenigseher geben eher den Öffentlich-rechtlichen den Vorzug. Dies sind Selbsteinstufungen der Befragten, die sich auf ihre Fernsehgewohnheiten beziehen. Bei Durchschnittsberechnungen anhand der GfK-Daten, also der tatsächlich pro Tag genutzten Programme, liegen die Werte naturgemäß niedriger. (19)

Fernsehenthusiasmus verbindet die Vielseher

Wenn man die verschiedenen Indikatoren des Fernsehverhaltens - Häufigkeit des Fernsehens, Sehdauer, Programmrepertoire, Spartenrepertoire und Fernsehabhängigkeit - faktorenanaly-

tisch auf ihre Zusammenhänge überprüft, erweisen sie sich als eindimensional, das heißt sie haben eine gemeinsame Komponente, die man Fernsehenthusiasmus nennen könnte. (20) Dieses Ergebnis bestätigt einmal mehr, daß die Stichtagermittlung der Sehdauer ein gültiger Indikator für die Identifikation von Vielsehern ist.

Die unterschiedlichen Vorlieben der Viel- und Wenigseher kann man anhand der Antworten auf die Frage, welche Sender regelmäßig oder häufig genutzt werden, noch etwas genauer beschreiben. Vielseher nennen im Vergleich zu Wenigsehern deutlich häufiger SAT.1, RTL, RTL 2, PRO SIEBEN, VOX (in dieser Reihenfolge). In der Nennung der öffentlich-rechtlichen Sender gibt es nur relativ geringe Unterschiede zwischen Viel- und Wenigsehern. Die Unterschiede sind auch nicht so groß, wenn man die Befragten vor die Aufgabe stellt, das Programm zu nennen, das sie am liebsten behalten würden, falls sie nur noch ein einziges haben können. Hier nennen Viel- und Wenigseher am häufigsten das Erste Programm der ARD. Von Vielsehern wird dann RTL am zweithäufigsten genannt, von Wenigsehern das ZDF.

Der Zusammenhang zwischen den verschiedenen Indikatoren des Fernsehverhaltens ist zwar relativ stark, aber sie sind keineswegs untereinander austauschbar. Das wird besonders dann deutlich, wenn man Sehdauer und Programmrepertoire aufgliedert und genauer berücksichtigt, ob am Stichtag überwiegend öffentlich-rechtliche oder private Programme genutzt wurden.

Gründe des Vielfernsehens

Worin besteht die besondere Anziehungskraft des Fernsehens für die Vielseher und warum läßt es - auf der anderen Seite - die Wenigseher kalt? Um die Untersuchung dieser Fragen möglichst anschaulich zu halten, werden die wichtigsten Ergebnisse im Kontrastgruppenvergleich der Vielseher und Wenigseher dargestellt. In die Vergleiche wurden selbstverständlich immer auch die Durchschnittsseher einbezogen. Bei den folgenden Ergebnissen liegen ihre Werte zwischen denen der beiden Kontrastgruppen, das heißt, es handelt sich immer um lineare Zusammenhänge. Diese Zusammenhänge sind hier teilweise auch in Form von Korrelationskoeffizienten ausgewiesen. Dabei wird zusätzlich nach der Nutzung von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen unterschieden.

Es liegt nahe anzunehmen, daß Viel- und Wenigseher unterschiedliche Interessen haben. Das deutete sich schon bei der Betrachtung der Präferenzen für verschiedene Programmsparten an. Wenigseher, die das Fernsehen entsprechend selektiv nutzen, haben eine Vorliebe für Informationssendungen, insbesondere auch für Politik. Aber Vielseher sind auf der anderen Seite nicht gleichzusetzen mit Unterhaltungssehern. Sie nutzen zwar in großem Umfang Unterhaltung, scheinen aber die Fernsehinformation im allgemeinen nicht zu meiden. Dieses nicht ganz eindeutige Bild

Vielseher nutzen häufiger private Programme

Wenigseher haben Vorliebe für (politische) Informationssendungen

zeichnet sich auch ab, wenn man die Sehertypen im Hinblick auf ihr Interesse für Politik und ihre politische Beteiligungsbereitschaft vergleicht. Tabelle 1 weist die Ergebnisse auf drei Fragen zu diesem Interessenbereich aus.

Geringere politische Beteiligungsbereitschaft beim Publikum privater Programme

Das Antwortverhalten der Viel- und Wenigseher läßt keine klaren Unterschiede erkennen. Wenn man allerdings alle drei Fragen zu einem Index zusammenfaßt, korreliert dieser leicht negativ mit der Sehdauer. (21) Neben der Korrelation mit der gesamten Sehdauer am Stichtag ($r_1 = -.06$) ist in der Tabelle auch jeweils der entsprechende Wert für die Sehdauer öffentlich-rechtlicher ($r_2 = .02$) bzw. privater Programme ($r_3 = -.08$) ausgewiesen. Diese Differenzierung zeigt, daß politische Beteiligungsbereitschaft signifikant negativ nur mit dem Umfang der Nutzung privater Programme zusammenhängt. Wer also in größerem Umfang private Fernsehprogramme nutzt, zeigt eine im Vergleich zu den Vielsehern öffentlich-rechtlicher Programme geringere politische Beteiligungsbereitschaft.

Wenigseher haben regeres Freizeitverhalten als Vielseher

Weitere Aufschlüsse über die Interessenlage der Fernsehzuschauer gibt eine relativ umfangreiche Abfrage ihrer Freizeitbeschäftigungen. Die Ergebnisse scheinen auf den ersten Blick eine verbreitete Annahme zu bestätigen, nämlich daß Vielfernsehen die Menschen vereinsamt. Tatsächlich haben Wenigseher ein viel regeres Freizeitverhalten als Vielseher, sie besuchen häufiger Vereinsabende, wandern und treiben Sport, gehen häufiger aus und treffen sich öfter mit Freunden. Wenigseher sind nicht nur geselliger und mobiler, sie gehen auch häufiger als Vielseher Beschäftigungen wie Bücher lesen, kulturelle Veranstaltungen besuchen und musizieren nach. Außer im Fernsehen und in der Nutzung anderer Unterhal-

tungsmedien (wie Video und Videospiele) übertreffen die Vielseher die Wenigseher nur in einem deutlich: im Ausruhen, Nichtstun, Tagträumen.

Tabelle 2 zeigt im einzelnen die Unterschiede zwischen Viel- und Wenigsehern. Zwar wurde im Interview explizit nach Beschäftigungen gefragt. Aber es ist durchaus plausibel, die Antworten auch als Ausdruck von Interessen zu interpretieren. Um die relativ lange Liste der Beschäftigungen überschaubar zu machen (und auch zur Vorbereitung einer multivariaten Analyse) wurden diese aufgrund einer Faktorenanalyse zusammengefaßt. (22) Zu den einzelnen Faktoren wurde jeweils die am höchsten aufladende Beschäftigung ausgewiesen, da sie die Bedeutung des Faktors am besten repräsentiert und veranschaulicht. Zusätzlich wurden einige weitere Beschäftigungen aufgeführt, in denen sich Wenig- und Vielseher besonders stark unterscheiden.

Die Korrelation der Faktoren (Faktorwerte) mit der Sehdauer in der ersten Spalte der Tabelle läßt erkennen, daß Vielseher vor allem durch ein geringes Interesse an kulturellen und musischen Betätigungen charakterisiert sind. Das gilt mehr noch für die Vielseher privater Programme ($r = .21$) als für die Vielseher öffentlich-rechtlicher Programme ($r = -.16$). Ein weiterer Unterschied zwischen diesen beiden Typen ist beim Interesse für Unterhaltungsmedien – Videos, Videospiele, Tonträger – zu erkennen. In dieser Hinsicht sind die Interessen diametral entgegengesetzt. Je größer das Interesse dafür, desto umfangreicher die Nutzung privater Programme ($r = .23$), je geringer das Interesse, desto umfangreicher die Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme ($r = -.25$). Es handelt sich hier offensichtlich um einen Faktor, der die Freizeitinteressen jugendlicher Fernsehzuschauer kennzeichnet. (23)

Vielseher (vor allem privater Programme) haben geringes Interesse an kulturellen und musischen Betätigungen

① **Politische Beteiligungsbereitschaft bei Wenig- und Vielsehern**

Faktor (Korrelation mit Sehdauer)*	Fragen	In %	
		Wenigseher	Vielseher
Politische Beteiligungsbereitschaft ($r_1 = -.06$, $r_2 = .02$, $r_3 = -.08$)	Wie stark interessieren Sie sich persönlich für die aktuellen Ereignisse aus der Politik und dem öffentlichen Leben?		
	- sehr stark	18	20
	- ziemlich stark	29	24
	Beteiligen Sie sich oft, manchmal, selten oder nie an politischen Diskussionen?		
	- oft	12	11
	- manchmal	27	23
	Versuchen Sie oft, manchmal, selten oder nie andere für Ihre eigenen politischen Ansichten zu gewinnen?		
	- oft	6	6
	- manchmal	21	18

* Korrelation der Faktorwerte mit Sehdauer insgesamt (r_1), Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme (r_2) und Sehdauer private Programme (r_3).

Lesehilfe: $r = 1.00$ steht für einen perfekten positiven Zusammenhang, -1.00 für einen perfekten negativen Zusammenhang; 0.00 bedeutet, daß kein Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen besteht.

② Freizeitinteressen und -beschäftigungen von Wenig- und Vielsehern

Faktor (Korrelation mit Sehdauer)*	Frage: Auf dieser Liste stehen einige Freizeitbeschäftigungen. Sagen Sie mir bitte zu jeder Tätigkeit, wie oft Sie das im allgemeinen tun.	In % Wenig- seher	Viel- seher
Kulturelle und musische Betätigungen ($r_1 = -.29, r_2 = -.16, r_3 = -.21$)	Theater, Konzerte, kulturelle Veranstaltungen besuchen	9	5
	Bücher lesen (auch Fachliteratur, Schulbücher oder etwas nachschlagen) - mehrmals in der Woche	35	22
	Musizieren, Instrument spielen - mehrmals im Monat	13	5
Sport und Geselligkeit ($r_1 = -.08, r_2 = -.07, r_3 = -.04$)	Sportveranstaltungen besuchen - mehrmals im Monat	17	18
	Wandern, Sport treiben, sich trimmen - mehrmals im Monat	46	30
	Sich mit Freunden, in der Clique treffen - mehrmals im Monat	57	43
	Ausgehen (Essen, Tanzen, Kneipe, Jugendtreffs) - mehrmals im Monat	50	36
Unterhaltungsmedien ($r_1 = .03, r_2 = -.25, r_3 = .23$)	Videokassetten anschauen - mehrmals im Monat	16	23
Neue Medien ($r_1 = .04, r_2 = -.02, r_3 = .06$)	Bildschirmtext/Datex-J nutzen - mehrmals im Monat	6	5
Häusliche Hobbys ($r_1 = -.01, r_2 = .08, r_3 = -.07$)	Im Garten arbeiten - mehrmals in der Woche	15	20
Muße ($r_1 = .09, r_2 = .04, r_3 = .07$)	Ausruhen, Nichtstun, Tagträumen - mehrmals in der Woche	24	35

* Korrelation der Faktorwerte mit Sehdauer insgesamt (r_1), Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme (r_2) und Sehdauer private Programme (r_3).

Lesehilfe: $r = 1.00$ steht für einen perfekten positiven Zusammenhang, $- 1.00$ für einen perfekten negativen Zusammenhang; 0.00 bedeutet, daß kein Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen besteht.

Vielseher geben sich besonders gern dem Nichtstun und Tagträumen hin

Die Korrelation des Faktors Muße mit dem Umfang des Fernsehkonsums paßt in das verbreitete Bild von den Vielsehern. Sie geben sich besonders gern dem Nichtstun und Tagträumen hin. Zu diesem Faktor gehören weitere geruhsame Beschäftigungen wie Spazierengehen und Zeitschriftenlesen eine Rolle. Vielseher neigen weniger zu außerhäuslichen und geistig anspruchsvollen Aktivitäten. Die passive, rezeptive Betätigung des Fernsehens entspricht offenbar eher ihren Bedürfnissen.

Vielseher neigen eher zu einer fatalistisch-pessimistischen Lebensauffassung

Die psychische Disposition zum Vielfernsehen läßt sich anhand einiger Indikatoren noch direkter untersuchen, die schon früher in der Vielseherforschung verwendet und jetzt erstmals auch in die Studie Massenkommunikation aufgenommen wurden. Diese Ermittlungen wurden angeregt durch Beobachtungen in Großbritannien, daß Vielseher zu einer externalen Kontrollüberzeugung

neigen, das heißt - einfacher ausgedrückt - zu einer fatalistisch-pessimistischen Lebensauffassung. (24) Den Befund wiesen auch Vielseher in der Bundesrepublik Mitte der 80er Jahre auf, (25) und er läßt sich nun ebenfalls an den Vielsehern im dualen System bestätigen (vgl. Tabelle 3).

Vielseher haben deutlich häufiger als Wenigseher das Gefühl, daß ihr Leben von anonymen Mächten bestimmt wird. Das kommt in Aussagen zum Ausdruck, die sich faktorenanalytisch zu der Dimension fatalistisch-pessimistische Lebensauffassung zusammenfassen lassen. (26) Die Aussage „Im Leben hängt das meiste vom Zufall ab“ repräsentiert die Dimension am besten.

Anhaltspunkte für die Gründe des Vielfernsehens liefert ferner eine Ermittlung zu den publizistischen Funktionen der Medien, die schon seit der ersten Studie Massenkommunikation 1964 Teil des Erhebungsprogramms sind. Sie orientiert sich an der empirischen Nutzen- und Gratifikationsforschung der 60er Jahre. Wenn man diese Aussagen faktorenanalytisch überprüft, bilden sich recht klar drei Dimensionen der Funktionszuschreibung heraus: 1. eine Funktion der allgemeinen Orientierung, am besten repräsentiert durch

③ Fatalistisch-pessimistische Lebensauffassung der Vielseher

Faktor (Korrelation mit Sehdauer)*	Frage: Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie dieser Aussage zustimmen oder nicht zustimmen.	„Stimme zu“ in %	
		Wenig- seher	Viel- seher
Fatalistisch-pessimistische Lebensauffassung ($r_1 = .12$, $r_2 = .09$, $r_3 = .07$)	Im Leben hängt das meiste vom Zufall ab	15	23
	Eigentlich hat man wenig Einfluß auf sein eigenes Schicksal	22	32
	Heutzutage verändert sich alles so schnell, daß man kaum folgen kann	39	51
	Es gibt mehr Schlechtes und Trauriges als Schönes und Erfreuliches in der Welt	27	34
	Um im Leben voranzukommen, braucht man vor allem Glück und gute Beziehungen	53	64

* Korrelation der Faktorwerte mit Sehdauer insgesamt (r_1), Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme (r_2)
und Sehdauer private Programme (r_3).

Lesehilfe: $r = 1.00$ steht für einen perfekten positiven Zusammenhang, -1.00 für einen perfekten negativen Zusammenhang;
0.00 bedeutet, daß kein Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen besteht.

die Aussage „Das Fernsehen hilft vielen Menschen, sich in der heutigen Welt zurechtzufinden“; 2. eine Funktion der umfassenden Information („Das Fernsehen gibt einen vollständigen Überblick über alle wichtigen Entwicklungen in der Politik und im Zeitgeschehen“); sowie 3. eine Funktion der Entspannung und Anregung („Das Fernsehen sorgt für Entspannung und Ablenkung“).

Tabelle 4 faßt die wichtigsten Ergebnisse dieses Analyseschritts zusammen. (27) An der Korrelation der Faktorwerte läßt sich ablesen, daß Vielseher am Fernsehen am meisten schätzen, daß es für Entspannung und Anregung sorgt. Aber auch die Orientierungsfunktion ist für sie kaum minder wichtig. Einen etwas geringeren Vorzug sehen sie in der Informationsfunktion des Fernsehens. Dieser Aspekt ist bedeutsam für die Vielseher

Vielseher schätzen am Fernsehen Entspannung und Anregung, aber auch Orientierungs- und Informationsfunktion

④ Publizistische Funktionen des Fernsehens bei Wenig- und Vielsehern

Faktor (Korrelation mit Sehdauer)*	Frage: Auf diesen Kärtchen hier stehen verschiedene Sätze über das Fernsehen. Bitte sagen Sie mir zu jedem Satz, ob es Ihrer Meinung nach für das Fernsehen zutrifft, nur teilweise zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft.	„Trifft zu“ in %	
		Wenig- seher	Viel- seher
Allgemeine Orientierung ($r_1 = .12$, $r_2 = .09$, $r_3 = .07$)	Das Fernsehen hilft vielen Menschen, sich in der heutigen Welt zurechtzufinden	16	32
	Das Fernsehen bringt viele interessante Dinge, über die man anderswo kaum etwas erfahren kann	30	45
	Das Fernsehen trägt dazu bei, daß man die Sorgen und Probleme anderer Menschen kennenlernt	34	50
Umfassende Information ($r_1 = .09$, $r_2 = .08$, $r_3 = .05$)	Das Fernsehen gibt einen vollständigen Überblick über alle wichtigen Entwicklungen in der Politik und im Zeitgeschehen	45	61
	Das Fernsehen berichtet nicht nur einfach, was sich alles ereignet hat, sondern gibt bei allen wichtigen Fragen klar und deutlich hierzu vertretene Meinungen wieder	29	45
Entspannung und Anregung ($r_1 = .13$, $r_2 = .07$, $r_3 = .09$)	Das Fernsehen sorgt für Entspannung und Ablenkung	52	71
	Das Fernsehen gibt einem Anregungen und Stoff zum Nachdenken	34	48

* Korrelation der Faktorwerte mit Sehdauer insgesamt (r_1), Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme (r_2)
und Sehdauer private Programme (r_3).

Lesehilfe: $r = 1.00$ steht für einen perfekten positiven Zusammenhang, -1.00 für einen perfekten negativen Zusammenhang;
0.00 bedeutet, daß kein Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen besteht.

öffentlich-rechtlicher Programme, weniger für die der privaten Programme. Durchgängig neigen die Vielseher dazu, allen Aussagen, die zu dieser Ermittlung gehören, eher zuzustimmen als die Wenigseher. Es sind schließlich alles positive Aussagen über das Fernsehen.

Weitere Anhaltspunkte über die Gründe des Vielfernsehens liefert schließlich eine Ermittlung, die 1995 neu in die Studie Massenkommunikation aufgenommen wurde. Es handelt sich um eine Aussagenbatterie, die – wie es Kiefer umschreibt – emotionale und situative Aspekte der Mediennutzung erfassen soll. (28) Die Befragten wurden gebeten, die Aussagen nicht dem Medium abstrakt, sondern dem Fernsehprogramm zuzuordnen, das sie am häufigsten einschalten.

Es folgen hier die gleichen Analyseschritte wie zuvor bei den publizistischen Funktionen. Die Faktorenanalyse der Aussagen zeigt, daß diese überwiegend dasselbe, ziemlich diffuse Konzept messen. Es handelt sich um einen umfassenden Nutzen des Fernsehens, der am besten in den Listenvorgaben zum Ausdruck kommt: „Trägt viel zu meinem Wohlbefinden bei“, „Hilft einem, seine Zeit sinnvoll zu verbringen“ und „Ist fast wie ein Freund“. (29) Drei weitere Aussagen formen einen weiteren Faktor, der auf die Thematisierungsleistung des Fernsehens abstellt und damit auf einen Nutzen, den man – etwas anspruchsvoll formuliert – auch als Teilhabe an der Öffentlichkeit umschreiben könnte. Ein dritter Faktor schließlich gruppiert zwei Aussagen über die Nachteile des Fernsehens.

Fernsehen trägt zum Wohlbefinden der Vielseher bei

Tabelle 5 faßt die Analyse zusammen und zeigt, daß sich Vielfernseher von Wenigsehern vor allem darin unterscheiden, daß erstere dem Fernsehprogramm, das sie am häufigsten einschalten, einen sehr umfassenden Nutzen zuschreiben. Das Fernsehen trägt ganz allgemein zum Wohlbefinden der Vielseher bei, und dabei scheint die Stimula-

tion eine wichtige Rolle zu spielen: Sie finden das Fernsehen deutlich interessanter und anregender als Wenigseher. Diese positive Einschätzung des Fernsehens ist unter den Vielsehern privater Programme ausgeprägter als unter den Vielsehern der öffentlich-rechtlichen Programme. Auch die Thematisierungsleistung des Fernsehens, die am besten in der Aussage „Faßt heiße Eisen an“ zum Ausdruck kommt, ist ein von den Vielsehern recht hoch geschätzter Nutzen. Dagegen schreiben die Wenigseher – und zwar nur die Wenigseher öffentlich-rechtlicher Programme – dem Fernsehen häufiger Nachteile zu: Das Fernsehen nimmt zu viel Zeit in Anspruch und führt zur Vereinsamung.

Um an dieser Stelle die Ergebnisse zu den Gründen des Vielfernsehens etwas pointiert zusammenzufassen: Vielseher neigen zu innerhäuslichen Aktivitäten. Sie zeigen ein geringeres Interesse an kulturellen und musischen Betätigungen. Das Fernsehen sehen sie als besonders geeignet an, ihr Bedürfnis nach Orientierung, Information und Teilhabe an der Öffentlichkeit, vor allem aber nach Entspannung und Anregung zu befriedigen. Darin liegt in ihren Augen der umfassende Nutzen des Fernsehens, den sie viel höher einschätzen als Wenigseher. Aus dem Programmrepertoire der Vielseher kann man schließen, daß die Angebote der privaten Programme ihren Dispositionen und Nutzererwartungen eher entsprechen als die der öffentlich-rechtlichen.

Zusammenfassung: Profil der Vielseher

Die kompensatorische Funktion des Vielfernsehens

Nun liegt der Verdacht nahe, daß es sich bei den Ergebnissen, die aus dem Vergleich der Kontrastgruppen abgeleitet wurden, nicht um spezifische Gründe und Motive des Vielfernsehens handelt, sondern um Unterschiede, die zurückgehen auf die unterschiedliche demographische Zusammensetzung der Nutzergruppen. Anders gesagt: Die Nutzergruppen unterscheiden sich im Hinblick

⑤ Nutzen und Nachteile des Fernsehens

Faktor (Korrelation mit Sehdauer)*	Frage (gekürzt): Auf dieser Seite stehen noch einmal Aussagen zu den Medien. Denken Sie dabei bitte an das Fernsehprogramm, das Sie am häufigsten einschalten ... Kreuzen Sie doch bitte an, inwieweit die Aussage ... zutrifft ... (Vorgaben: voll und ganz, überwiegend, teils - teils, weniger, gar nicht)	„Voll und ganz“ in %	
		Wenig- seher	Viel- seher
Umfassender Nutzen ($r_1 = .31, r_2 = .17, r_3 = .21$)	Trägt viel zu meinem Wohlbefinden bei	5	17
	Finde immer etwas, was mich interessiert	16	39
	Ist in vieler Hinsicht anregend	9	22
Thematisierung ($r_1 = .15, r_2 = .08, r_3 = .11$)	Faßt heiße Eisen an	20	35
	Greift Alltagsprobleme auf, die viele interessieren	11	28
Nachteile ($r_1 = -.03, r_2 = -.04, r_3 = .00$)	Nimmt eigentlich zu viel Zeit in Anspruch	19	17
	Führt zur Vereinsamung der Menschen	26	17

* Korrelation der Faktorwerte mit Sehdauer insgesamt (r_1), Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme (r_2) und Sehdauer private Programme (r_3).

Leschilfe: $r = 1.00$ steht für einen perfekten positiven Zusammenhang, $- 1.00$ für einen perfekten negativen Zusammenhang; 0.00 bedeutet, daß kein Zusammenhang zwischen den untersuchten Variablen besteht.

auf ihre Lebenssituation und soziale Lage, und diese Unterschiede bestimmen ihr Fernsehverhalten einerseits wie auch ihre psychische Disposition, ihre Interessen, Motive und Nutzenerwartungen andererseits.

Ermittlung der tatsächlichen Unterschiede zwischen Viel- und Wenigsehern durch Drittvariablenkontrolle

Dieser Verdacht ließe sich durch den Nachweis entkräften, daß die Unterschiede zwischen Viel- und Wenigsehern auch bestehen bleiben, wenn man die Nutzergruppen demographisch egalisiert, also im Prinzip jeweils Viel- und Wenigseher in gleicher Lebenslage und sozialer Situation miteinander vergleicht. Dies läßt sich statistisch durch eine sogenannte Drittvariablenkontrolle erreichen. Die dafür heute verfügbaren Verfahren lassen es zu, eine große Anzahl von Variablen gleichzeitig zu kontrollieren. Ein zu diesem Zweck gängiges Verfahren ist die multiple Regression. Damit beginnt im Anschluß an den typologischen Ansatz eine kausalanalytische Betrachtung.

Die Analyse verfolgt nur ein relativ bescheidenes Ziel, nämlich die Ausschaltung etwaiger Scheinbeziehungen zwischen den verschiedenen Variablen, die zur Erklärung des Vielfernsehens herangezogen wurden. Es geht also nicht darum, ein Regressionsmodell zur Vorhersage des Vielfernsehens mit seinen Parametern quantitativ zu bestimmen. Bescheidenheit (z. B. auch im Hinblick auf die zu erreichende Varianzaufklärung) ist nicht zuletzt angesichts der teilweise recht unscharfen Indikatoren angebracht. Das betrifft insbesondere die abhängige Variable in der Regressionsrechnung, die Sehdauer am Stichtag.

Die Regressionsrechnung ist hierarchisch angelegt, das heißt nacheinander werden Variablengruppen mit ähnlicher Bedeutung – aber unterschiedlicher Erklärungspriorität – in die Rechnung eingefügt: Zuerst die demographischen Variablen als Indikatoren für die soziale Lage und Lebenssituation, dann die psychische Disposition, für die nur der Indikator fatalistisch-pessimistische Lebensauffassung zur Verfügung steht, danach die Indikatoren des Interesses und schließlich die auf das Fernsehen bezogenen Funktions- und Nutzenzuschreibungen. (30) Zualtererst geht jedoch eine Variable in die Rechnung ein, die anzeigt, ob am Wochenende (Samstag, Sonntag) oder an anderen Tage ferngesehen wurde. Diese dient hauptsächlich zur Kontrolle von Unterschieden, die allein auf den unterschiedlichen Stichtagsbezug zurückgehen. (31) Das hierarchische Verfahren stellt sicher, daß Variablen mit geringerer Erklärungspriorität erst dann herangezogen werden, wenn die logisch vorrangigen Gründe berücksichtigt wurden. Es wird dann gut deutlich, welchen zusätzlichen Erklärungsbeitrag die nachrangigen Gründe leisten.

Die aus einer Reihe von Rechenschritten resultierenden Ergebnisse sind in Tabelle 6 zusammengestellt. Diese Tabelle weist die Ergebnisse von vornherein getrennt für die Sehdauer öffentlich-rechtlicher bzw. privater Programme aus. Die Regressionsrechnungen haben bestätigt, was auch schon die bivariaten Vergleiche andeuteten,

daß nämlich die Gründe des Vielfernsehens von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen teilweise verschieden sind. (32)

An der unterschiedlichen Größe der Variablen „Wochenende“ wird zunächst deutlich, daß die Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme deutlicher zwischen Wochenende und anderen Tagen variiert als die Nutzung privater Programme.

Von den Gründen, die in der Lebenssituation und sozialen Lage der Zuschauer zu suchen sind, hat das Lebensalter die mit Abstand größte Bedeutung für den Umfang der Fernsehnutzung. Die Variable Alter unterscheidet zugleich sehr deutlich zwischen den beiden Nutzungsorientierungen. Mit zunehmendem Alter nimmt die Disposition zu einer ausgiebigen Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme zu. Und umgekehrt gilt: Je jünger die Zuschauer, desto ausgeprägter die Disposition zum Vielfernsehen privater Programme. Eine – allerdings nur leichte – Tendenz zur umfangreichen Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme ist darüber hinaus zu beobachten bei Personen, die nicht berufstätig sind, die in kleinen Haushalten und in größeren Gemeinden (Städten) leben sowie bei Männern.

Anders ist die Konstellation, die eine umfangreiche Nutzung privater Programme erklärt. Sie hängt – außer vom Alter – auch stark von der Schulbildung ab: Je geringer die Bildung, desto mehr werden private Programme gesehen. Die dritt wichtigste Determinante ist der Wohnsitz in den neuen Bundesländern – ein Indikator für bestimmte Lebensumstände. Darüber hinaus ist die umfangreiche Nutzung privater Programme zu beobachten bei Arbeitern, Arbeitslosen und (aus anderen Gründen) nicht Berufstätigen, bei niedrigem Haushaltseinkommen und (tendenziell eher) bei Männern. Es soll noch einmal ausdrücklich darauf hingewiesen werden, daß die gewählte Methode der Regression jeden einzelnen dieser Faktoren als spezifische Ursache ermittelt.

Um es sehr vereinfacht auf den Punkt zu bringen: Vielfernsehen öffentlich-rechtlicher Programme ist ein Verhalten, das vor allem mit Alter und sozialer Isolierung zusammenhängt. Vielfernsehen privater Programme dagegen ist einerseits ein Unterschichtphänomen, hängt vor allem aber auch mit Situationen zusammen, die aus den sozialen Umbrüchen in der ehemaligen DDR oder aus Arbeitslosigkeit resultieren. Extensiver Fernsehkonsum dient offenbar in vielen Fällen dazu, Einschränkung und Verletzungen, die aus den Beschwerden des Alters, aus wirtschaftlichen Schwierigkeiten oder gesellschaftlicher Zurücksetzung resultieren, zu kompensieren. Einsamkeit macht Vielfernseher (nicht umgekehrt), und gleiches gilt auch für Arbeitslosigkeit und finanzielle Sorgen.

Mit zunehmendem Alter ausgiebigere Nutzung ö.-r. Programme

Je geringer die Bildung, desto mehr werden private Programme gesehen

Extensiver Fernsehkonsum dient der Kompensation sozialer Probleme

⑥ Gründe des Vielfernsehens

Multiple hierarchische Regression, signifikante Beta-Werte

Unabhängige Variablen	Abhängige Variablen	
	Sehdauer öffentlich-rechtliche Programme	Sehdauer private Programme
Wochenende	.11	.04
Geschlecht männlich	.03	.03
Alter	.35	-.20
Schulbildung		-.16
nicht berufstätig	.08	.04
arbeitslos		.08
Berufsgruppe: Arbeiter		.07
Haushaltseinkommen		-.04
Anzahl der Personen im Haushalt	-.04	
Wohnsitz: Ortsgröße	.04	-.03
Wohnsitz: neue Bundesländer		.11
Externale Kontrollüberzeugung		.04
Politische Beteiligungsbereitschaft	.07	
Kulturelle, musische Interessen	-.07	-.15
Interesse für Sport und Geselligkeit		-.03
Interesse für Unterhaltungsmedien	-.07	.18
Interesse für neue Medien		.07
Interesse für häusliche Hobbys		-.06
Interesse für Muße		.07
TV-Funktion: Entspannung und Anregung	.03	.03
TV-Nutzen umfassend	.09	.14
TV-Nutzen: Thematisierung	.05	.08
Erklärte Varianz (R ²)	.162 .169 .183	.096 .098 .152 .178

6000 ≥ n > 5231 (Die Anzahl der Befragten liegt bei paarweisem Ausschluß zwischen 5231 und 6000).

Lesebeispiel: Der positive Beta-Wert von .35 für die Beziehung zwischen Alter und der Sehdauer öffentlich-rechtlicher Programme weist auf einen relativ starken Einfluß des Alters auf den Umfang der Fernsehnutzung, und zwar: Je höher das Alter, desto länger werden öffentlich-rechtliche Programme gesehen. Dagegen sagt der negative Beta-Wert von -.20 für die entsprechende Beziehung zwischen Alter und Sehdauer privater Programme aus: Je geringer das Alter, desto länger werden private Programme gesehen. Beide Beziehungen sind vom Einfluß anderer demographischer Variablen unabhängige Effekte des Alters auf die Sehdauer.

Die Annahme, daß Vielseher darüber hinaus in besonderer Weise psychisch disponiert sind, daß sie eine fatalistisch-pessimistische Lebensauffassung haben, läßt sich nur – und auch nur schwach ausgeprägt – für die Vielseher privater Programme bestätigen. Die bivariaten Zusammenhänge dieser Lebensauffassung mit dem Umfang des Fernsehkonsums, die aus Tabelle 3 abzulesen sind, gehen offenbar zu größeren Anteilen auf die Lebenssituation und soziale Lage zurück. Diese Interpretation ist durchaus plausibel angesichts der zuvor beschriebenen Charakteristika der Vielseher.

Unterschiedliche Interessen der Vielseher ö.-r. und privater Programme

Was die Interessen der Vielseher betrifft, so gibt es Gemeinsamkeiten, aber auch ausgeprägte Unterschiede zwischen den Nutzern der beiden Programmsysteme. Gemeinsam ist den Nutzergruppen ihr geringes Interesse für kul-

turelle und musische Betätigungen. Dieses Desinteresse spielt für die umfangreiche Nutzung privater Programme eine deutlich größere Rolle als für die Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme. Dafür interessieren sich die Vielseher öffentlich-rechtlicher Programme besonders für Politik, aber nicht für Unterhaltungsmedien. Bei den Vielsehern privater Programme ist die Interessenlage zum Teil entgegengesetzt. Sie interessieren sich stark für Unterhaltungsmedien, auch für neue Medien und für Muße in der Freizeit. Das Interesse für Sport und häusliche Hobbys sind dagegen eher Gründe, private Programme nicht oder nicht ausgiebig zu nutzen.

Insgesamt läßt sich das Vielsehen privater Programme weit mehr auf spezifisches Interesse (oder Desinteresse) zurückführen als das Vielsehen öffentlich-rechtlicher Programme. Das ist auch ablesbar an der unterschiedlichen Steigerung der Varianzaufklärung (letzte Zeile in Tabelle 6). Das Vielsehen öffentlich-rechtlicher Programme ist demgegenüber vor allem durch die Lebenssituation (im wesentlichen durch das Alter) bestimmt.

Weitgehende Übereinstimmung bei der Einschätzung von Funktionen und Nutzen des Fernsehens

In der Einschätzung von Funktionen und Nutzen des Fernsehens schließlich stimmen die Vielseher öffentlich-rechtlicher und privater Programme weitgehend überein. Je ausgeprägter die Meinung, das Fernsehen solle für Entspannung und Anregung, desto umfangreicher der Fernsehkonsum. Und ebenso disponieren die Zuschreibung eines umfassenden Nutzens wie auch eines Thematisierungsnutzens (Teilhabe an der Öffentlichkeit) zum Vielseher sowohl öffentlich-rechtlicher wie privater Programme. Diese Ergebnisse sind nicht überraschend, fast schon trivial. Sie bekommen jedoch etwas mehr Aussagekraft vor dem Hintergrund, daß Funktionszuschreibungen wie allgemeine Orientierung und umfassende Information keinen eigenständigen Beitrag zur Erklärung des Vielsehens leisten.

Marktstellung ö.-r. und privater Programme wird durch unterschiedliche Publika getragen

Diese in der Perspektive der herkömmlichen Vielseherforschung interpretierten Ergebnisse kann man auch als eine Art Markt- und Akzeptanzanalyse sehen. Schließlich sind es vor allem die Vielseher, die den Programmen Quote und Marktanteile bringen. Die Positionierung der beiden Programmsysteme unterscheidet sich unter diesem Aspekt nicht nur darin, daß sie jeweils verschiedenartige Interessen befriedigen. Noch deutlicher ist die Differenzierung im Hinblick auf die Lebenssituation und soziale Lage der Zuschauer. Die Marktstellung der öffentlich-rechtlichen Programme wird vor allem durch ihre Akzeptanz bei den älteren Generationen getragen, die der privaten Programme durch ihre Akzeptanz bei jüngeren, bei Personen in einfachen und in problematischen sozialen Verhältnissen.

Anstieg des Fernsehkonsums hat auch soziale Ursachen

Der Anstieg des Fernsehkonsums innerhalb der letzten Dekade ist daher nur zum Teil darauf zurückzuführen, daß die Programmangebote des Mediums attraktiver geworden sind. Er hat seine Ursache wohl auch darin, daß Einschränkungen und Entbehrungen der Bevölkerung zugenommen haben. Aussagen wie „das Fernsehen sorgt für Entspannung und Ablenkung“ und „trägt viel zu meinem Wohlbefinden bei“, mit denen sich viele Vielseher identifizieren, deuten weniger auf eine ausgeprägt hedonistische Haltung hin als vielmehr auf das Bedürfnis, die Beschwerden des Alltags durch Fernsehen erträglicher zu machen.

- 7) Vgl. die Forschungssynopse bei Christina Holtz-Bacha: Ablenkung oder Abkehr von der Politik? Mediennutzung im Geflecht politischer Orientierungen. Opladen 1990.
- 8) Vgl. Espe, Hartmut/Margarete Seiwert/Hans-Peter Lang: Eine Typologie von deutschen Fernsehzuschauern nach Programmpräferenzen. In: Publizistik 50/1985, S. 471-484; Holtz-Bacha (Anm. 7).
- 9) Vgl. Kiefer (Anm. 1), S. 26.
- 10) Vgl. etwa Webster, James G./Lawrence W. Lichty: Ratings analysis. Theory and practice. Hillsdale, N.J. 1991; Stipp, Horst: Welche Folgen hat die digitale Revolution für die Fernsehnutzung? Die amerikanische Debatte über die Zukunft des Fernsehens. In: Media Perspektiven 8/1994, S. 392-400; Hasebrink, Uwe/Friedrich Krotz: Wie nutzen Zuschauer das Fernsehen? Konzept zur Analyse individuellen Nutzungsverhaltens anhand telemetrischer Daten. In: Media Perspektiven 11-12/1993, S. 515-527; Jäckel, Michael: Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen 1996, S. 178ff.
- 11) Vgl. Buß (Anm. 2), S. 134.
- 12) Vgl. Kiefer (Anm. 1), insbes. S. 83ff. sowie den Artikel von Harald Berens, Marie-Luise Kiefer und Arne Meder in diesem Heft.
- 13) Die Vorgaben auf einer Liste lauteten hier: regelmäßig, häufig, gelegentlich, selten, (fast) nie.
- 14) Theoretisch müßte durch die Stichtagermittlung die wahre Sehdauer überschätzt werden, da jeder Sekundär- oder Viertelstundenintervall mit vollen 15 Minuten verrechnet wird, auch wenn er kürzer dauerte. Faktisch liegen die Werte aus der Studie Massenkommunikation aber deutlich unter den GfK-Werten. Offensichtlich neigen die Befragten dazu, bei den Angaben zum Fernsehen am Stichtag zu untertreiben. Zu Unschärfen führt ferner der Umstand, daß sich ein Teil der Stichtagermittlungen auf Werkstage, ein anderer Teil auf das Wochenende bezieht. Die Ermittlungen der Sehdauer für Personen, die am Sonntag oder Montag befragt wurden, sind mit den übrigen Ermittlungen nicht direkt vergleichbar, da am Wochenende üblicherweise länger ferngesehen wird. Bei der Gruppierung nach der Sehdauer behandeln wir daher die Sonntag- und Montaginterviews getrennt von den übrigen Interviews. Die Repräsentativität der Ergebnisse wird dadurch nicht beeinträchtigt, sofern die Interviews nach Zufallskriterien auf die Wochentage verteilt wurde oder auf andere Weise sichergestellt wurde, daß die Teilstichproben für die einzelnen Wochentage jeweils für sie repräsentativ sind. Diese Bedingungen sind nach Auskunft des Infratest-Instituts, das die Erhebung durchführte, erfüllt. Kontrollrechnungen vor und nach Ausschluß der Sonntag- und Montaginterviews zeigen, daß durch den Ausschluß die Unterschiede in der Verteilung der Wochentage zwischen den Sehergruppen beseitigt wurden.
- 15) Vgl. Buß (Anm. 2), S. 139f.
- 16) Die Vielseher haben nach dieser Einteilung am Stichtag 210 Minuten (Montag bis Freitag) bzw. 240 Minuten (am Wochenende) oder länger ferngesehen, die Wenigseher bis zu 75 Minuten (am Wochenende bis zu 90 Minuten). Bei dieser Einteilung entsteht keine exakte Drittelung der Verteilung. Vielmehr sind die beiden Kontrastgruppen der Wenig- und Vielseher mit einem Anteil von 31,7 bzw. 30,7 Prozent an der Gesamtbevölkerung kleiner als die Gruppe der Durchschnittsseher mit 37,6 Prozent. Für die Analyse hat das den Vorteil, daß beim Gruppenvergleich die Kontraste etwas schärfer herauskommen. Die Gruppe der Wenigseher schließt auch die rund 1,5 Prozent der Bevölkerung ein, die angaben, (fast) nie fernzusehen, sowie alle Personen, die am Stichtag nicht ferngesehen haben. Die Zeitangaben bilden die tatsächliche Sehdauer nur grob ab, da die Methode der Stichtagermittlung nur ein Zeitraster mit einer Auflösung nach 15-Minuten-Einheiten zuläßt.
- 17) Vgl. Schulz (Anm. 3); Buß, Michael: Vielseher und Fernseh-muffel. In: Media Perspektiven 5/1985, S. 378-389.
- 18) Diese Berechnung sagt - ähnlich wie die programmtypische Spezialisierung (vgl. den Artikel von Berens/Kiefer/Meder in diesem Heft) - etwas über den Anteil der Informations- bzw. Unterhaltungssendungen an allen von den Befragten regelmäßig oder häufig genutzten Programmkategorien aus.
- 19) Buß gibt dazu folgende Werte für 1995 an: Wenigseher 1,8 Programme pro Tag, Vielseher - je nach Typ - zwischen 3,9 und 5 Programme; vgl. Buß (Anm. 2), S. 140.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Kiefer, Marie-Luise: Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995. Baden-Baden 1996, S. 49.
- 2) Vgl. Buß, Michael: Fernsehen in Deutschland: Vielseher 1979/1980 und 1995 im Vergleich. In: Fünfgeld, Hermann/Claudia Mast (Hrsg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen 1997, S. 133.
- 3) Schulz, Winfried: Das Vielseher-Syndrom. Determinanten der Fernsehnutzung. In: Media Perspektiven 12/1986, S. 762.
- 4) Vgl. Kiefer (Anm. 1), Tab. 2-A3, S. 294.
- 5) Vgl. Kiefer (Anm. 1), Tab. 21, S. 56.
- 6) Vgl. Schulz (Anm. 3); vgl. auch Buß, Michael: Die Vielseher. Fernseh-Zuschauerforschung in Deutschland. Theorie - Praxis - Ergebnisse. Frankfurt a.M. 1985.

- 20) Auf dem Faktor (da der Variablenstet cindimensional ist, kann nur ein Faktor extrahiert werden) laden die einzelnen Indikatoren mit folgendem Gewicht auf: Häufigkeit des Fernsehens (.73), Sehdauer am Stichtag (.59), Programmrepertoire (.73), Spartenrepertoire (.76) und Fernsehabhängigkeit (.54; man würde sich für das Medium Fernsehen entscheiden, wenn man nur noch eines haben könnte).
- 21) Dieser Index besteht aus den sogenannten Faktorwerten, die nach Faktorisierung aus der Interkorrelation der Variablen extrahiert wurden. Die Faktorenanalyse wurde nach dem gleichen Verfahren durchgeführt wie unter Anmerkung 22 beschrieben. Ausgangswerte waren die ordinalskalierten Antworten. Die drei Variablen korrelieren vergleichsweise hoch und bilden nur einen Faktor.
- 22) Die Befragten konnten zu den Listenitems mit einer von vier Antwortvorgaben reagieren: Fast täglich/mehrmals in der Woche, einmal in der Woche/mehrmals im Monat, seltener, nie. Die Faktorenanalyse wurde über diese ordinalskalierten Antworten gerechnet (Hauptkomponentenmethode, Extraktion nach Kaiser-Kriterium, Varimaxrotation). Zu den sechs extrahierten Faktoren wurden Faktorwerte berechnet, die mit der Sehdauer korreliert wurden.
- 23) Erkennbar auch daran, daß neben den erwähnten drei Unterhaltungsmedien die Listenvorgabe „Mit Kindern spielen/Schularbeiten beaufsichtigen“ auf dem Faktor auflädt, d. h. eine Rolle spielt.
- 24) Vgl. Wober, Mallory/Barrie Gunter: Television and personal threat: fact or artifact? A British survey. In: British Journal of Social Psychology 21/1982, S. 239-247.
- 25) Vgl. Schulz, Winfried: Das Vielseher-Syndrom. Determinanten der Fernsehnutzung. In: Media Perspektiven 12/1986, S. 762-775. Damals wurde auch gezeigt, daß Vielseher eine pessimistisch-depressive Haltung haben. Dieser Befund kann leider nicht überprüft werden, da die entsprechenden Ermittlungen in der Studie Massenkommunikation fehlen.
- 26) Die Faktorenanalyse wurde nach dem gleichen Verfahren durchgeführt wie unter Anmerkung 22 beschrieben, allerdings mit dichotomisierten Ausgangswerten. Dabei wurde die Antwort „stimme zu“ mit den Antworten „stimme nicht zu“ oder „unentschieden/keine Angabe“ kontrastiert.
- 27) In der Tabelle sind zu jeder Medienfunktion nur die Aussagen aufgeführt, bei denen sich das Ausmaß der Zustimmung von Viel- und Wenigsehern am stärksten unterscheidet.
- 28) Vgl. Kiefer (Anm. 1), S. 255.
- 29) Auf diesem Faktor laden elf der 16 Aussagen auf und absorbieren damit rund zwei Drittel der erklärten Varianz.
- 30) Innerhalb der hierarchischen Blöcke wurden die Variablen nach den üblichen Kriterien mit der Methode Stepwise aufgenommen.
- 31) Die Notwendigkeit dieses Vorgehens, die aus der Methode der Stichtagerhebung resultiert, wurde oben bereits begründet. Hier wurde eine Dummy-Variablen verwendet. Alle demographischen Variablen sind entweder metrisch (Alter, Anzahl der Personen im Haushalt), ordinal (Bildung, Haushaltseinkommen, Ortsgröße) oder dichotom. Bei den übrigen Variablen handelt es sich jeweils um die (metrischen) Faktorwerte (vgl. dazu im einzelnen die vorstehenden Tabellen).
- 32) Hier ist übrigens zu beachten, daß in Tabelle 6 genau genommen nicht verschiedene Personengruppen miteinander verglichen werden, sondern der Umfang der Fernsehnutzung öffentlich-rechtlicher und privater Programme, und zwar an denselben Personen. Faktisch werden die Ergebnisse jedoch von verschiedenen Personentypen geprägt, da die Zuschauer wie erwähnt – oft einen Nutzungsschwerpunkt entweder bei den öffentlich-rechtlichen oder den privaten Programmen haben.

