

→ Zusammenfassungen

ARD-Projektgruppe
Teletext
**Teletext – das unter-
schätzte Medium**
Ergebnisse einer
quantitativen und
qualitativen Nutzer-
studie zu Rezeption
und Zukunft von
Teletext.
MP 2/2001, S. 54-64

Die von Internet- und digitaler Fernsehtechnik ausgehende Faszination lässt oft vergessen, dass Interaktivität in Form des analogen, nicht multimedialen Teletextes längst Einzug in den Nutzungsalltag der Fernsehzuschauer gehalten hat. Durch die aktive Navigation via Fernbedienung vermittelt Teletext erste Erfahrungen im Umgang mit Abrufdiensten am TV-Bildschirm und könnte eine Art Pionierfunktion für interaktives Fernsehen haben. Ob und in welcher Form Teletext diese Rolle übernommen hat und welche Zukunftsperspektiven dem Medium im digitalen und Internetzeitalter zugerechnet werden, wurde im Rahmen eines Projektes der ARD-Medienkommission mittels quantitativer und qualitativer Nutzerbefragungen untersucht.

82 Prozent der Fernsehhaushalte können Anfang 2001 Teletext empfangen, und die Teletextangebote der Fernsehsender werden täglich von 9,5 Mio Personen genutzt, durchschnittlich 7,5 Minuten lang. Im Tagesverlauf liegt die Nutzungsspitze für Teletext bei 20.00 Uhr, im Wochenverlauf mit deutlichem Übergewicht auf dem Wochenende. Im Vergleich zum Fernsehpublikum präsentieren sich die Teletextleser als eher jünger, männlich und höher gebildet. Meist genutztes Angebot ist der ARD-Text mit einem Marktanteil von 18,5 Prozent, gefolgt von n-tv und SAT.1.

83 Prozent der Befragten sehen Teletext als „modernes Informationsmedium“, gelobt wird vor allem die hohe Aktualität. Entsprechend liegen die Nutzungsschwerpunkte bei Informations- und nicht bei Unterhaltungsangeboten, zum Beispiel bei tagesaktueller und regionaler Information, bei Sport und Wetter sowie bei Programminformation. Negativ zu Buche schlagen hingegen die langen Wartezeiten beim Seitenwechsel und die Unterschiede der Seitenzuordnungen zwischen den verschiedenen Teletexten. Weniger als 20 Prozent der Befragten erwarten eine Ablösung des Teletextes durch das Internet, da Teletext als kostenloses und einfaches Medium für die „kurze und schnelle Information“ eigenständigen Charakter habe. In mit den Vorteilen der Digitaltechnik weiterentwickelter Form dürfte Teletext demnach auch in Zukunft seinen Stellenwert im Nutzungsalltag der Fernsehzuschauer behalten.

Maria Gerhards/
Walter Klingler
**Jugend und Medien:
Fernsehen bleibt
dominierend**
Nutzung und Bedeutung
des Fernsehens
für Jugendliche im
Jahr 2000.
MP 2/2001, S. 65-74

Auch im Jahr 2000 erwies sich das Fernsehen als dominierendes Leitmedium für Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Rund 61 Prozent aller Jugendlichen saßen an einem durchschnittlichen Wochentag zumindest kurz vor dem Fernsehgerät. Die durchschnittliche Sehdauer betrug 118 Minuten, die Verweildauer (tatsächliche Nutzungszeit) lag bei 188 Minuten. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen leichten Rückgang, der in erster Linie auf den gesunkenen Fernsehkonsum älterer Jugendlicher (16 bis 19 Jahre) in den neuen Bundesländern zurückzuführen ist. Die TV-

Nutzung Jugendlicher in West- und Ostdeutschland nähert sich weiter an.

Jüngere Jugendliche im Alter von zwölf bis 15 Jahren sehen häufiger, aber kürzer fern, während sich Ältere (16 bis 19 Jahre) etwas seltener, dann aber länger dem Fernsehen widmen. Wie Kinder und Erwachsene sehen auch Jugendliche am Wochenende (Freitag bis Sonntag) intensiver fern als an gewöhnlichen Werktagen, und es gibt leichte Anzeichen, dass das Fernsehen von Jugendlichen trotz einer klaren Dominanz in der Prime Time zunehmend tagesbegleitend genutzt wird.

Die Hitlisten der meistgesehenen Sendungen von Jugendlichen werden durch Unterhaltung und Fiction geprägt, wobei alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede zu beobachten sind. Im Gesamtfernsehkonsum der Zwölf- bis 19-Jährigen bleibt Fiction die am meisten genutzte Programmkategorie.

Im Vergleich der Medien liegen bei Jugendlichen Fernsehen und CDs/Musikkassetten vor dem Radio in der Nutzungsfrequenz vorn. Die PC- bzw. Internetnutzung hat deutlich zugenommen, sodass sich Zwölf- bis 19-Jährige dem PC/Computerbereich inzwischen häufiger widmen als der Zeitungs- und Zeitschriftenlektüre. Ob die leicht rückläufige Nutzungsfrequenz für das Fernsehen auf den Einfluss des Internets zurückzuführen ist, kann heute noch nicht beurteilt werden.

Die Studie versucht die Bedeutung des Fernsehens als Informationsmedium Jugendlicher aus deren konkreten Lebensbedingungen heraus zu begreifen (sog. kontextuelles Verstehen). Dazu wurden 210 Jugendliche in Face-to-Face Interviews befragt sowie ergänzend 25 Intensivinterviews durchgeführt.

Deutlich wird, dass das Informationsspektrum Jugendlicher von Politischem bis zu Privatem reicht und dementsprechend auch Boulevardsendungen und Daily Talks den Informationsangeboten des Fernsehens zugeordnet werden. Führende, regelmäßig zur Information genutzte Genres sind nach Angaben der Jugendlichen Nachrichten- (35%) und Boulevardsendungen (32%). Politische Magazine und Polit-Talks werden dagegen kaum genutzt. Nach der Bewertung der informativen Genres befragt, schreiben 37 Prozent der Jugendlichen Boulevardmagazinen gute Information zu, 30 Prozent attestieren dies den Nachrichten. Am stärksten polarisieren offenbar die Talkshows: 29 Prozent fühlen sich hier gut, 39 Prozent schlecht informiert.

In welchen Sendungen Jugendliche sich informieren und welches Informationsverständnis sie vorrangig haben, wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Solche Chancen und Barrieren sind das Lebensalter (jüngere sind tendenziell eher infotainmentorientiert), die Peer-Group, das Weltbild sowie die eigene Bildung und Sozialstatus bzw. Bildung der Eltern. So sind Jugendliche aus gehobenen Milieus eher an gesellschaftlichen Zusammenhängen interessiert, sehen eigene Einflussmöglich-

Susanne Eggert
Fernsehen als Informationsmedium Jugendlicher: Präferenzen und Barrieren
Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung bei Zwölf- bis 17-Jährigen.
MP 2/2001, S. 75-83

keiten und zählen eher zu den Nutzern beispielsweise der „Tagesschau“. Elternhäuser mit niedrigem Sozialstatus begünstigen dagegen eine „Versorgungshaltung“ gegenüber der Politik, Fernsehinformation vorrangig aus Boulevard- und Talksendungen nutzen solche Jugendlichen, um zu erfahren, wie andere Menschen leben und mit ihrer Situation zurechtkommen.

Die Ergebnisse machen eine Kluft deutlich zwischen Jugendlichen, die für die Allgemeinheit relevante Information klar von Einzelpersonen betreffenden Schicksalsschlägen unterscheiden (können), und Jugendlichen, die diese Fähigkeit nicht besitzen. Vor diesem Hintergrund sind Pädagogik, Politik und auch das Fernsehen gefordert, das Bewertungsvermögen Jugendlicher zu verbessern.

Jürgen Barthelmes
Funktionen von Medien im Prozess des Heranwachsens
 Ergebnisse einer Längsschnittuntersuchung bei 13- bis 20-Jährigen.
 MP 2/2001, S. 84-89

Für die Längsschnittuntersuchung wurden 22 Jugendliche und ihre Familien zwischen 1992 und 1998 dreimal befragt. Ziel war es, die (sich verändernde) Funktion der Medien, insbesondere des Fernsehens, im Prozess des Heranwachsens näher zu untersuchen. Ausgangsüberlegung war, dass sich die Bedeutung der Medien für Jugendliche nur dann erschließt, wenn man von deren Alltag und persönlichen Entwicklungs- und Lebensthemen ausgeht. Erhoben wurden deshalb jeweils die persönlichen Entwicklungsphasen, Themen und Lebenssituationen der Jugendlichen und Eltern, der Medienbesitz und Umgang mit Medien, sonstige kulturelle Aktivitäten, Freundschaftsbeziehungen u. a.

Die ganze Jugendzeit hindurch gilt: Das Zusammensein mit Freunden rangiert vor Mediennutzung. Im Verlauf des Älterwerdens nimmt der Stellenwert des Fernsehens ab, schulische und berufliche Belange sowie andere Freizeitaktivitäten rücken in den Vordergrund.

Insbesondere am Beispiel der Spielfilme wird der Zusammenhang von Lebens- und Medienthematen deutlich. So sind die Inhalte der Lieblingsfilme Heranwachsender quasi ein Schlüssel zur Situation der Befragten. Bei der Herausbildung der eigenen Persönlichkeit setzen sie sich mit Männer- und Frauenbildern in den Filmen auseinander, die Verlässlichkeit von Beziehungen ist wichtiges Thema. Die Jugendlichen finden neue Aspekte „ihres“ Themas in den Filmen und entwickeln sich daran weiter.

In den befragten Familien sind die Medieninhalte häufig Gesprächsthema. Den Jugendlichen dient das Reden über Filme und Serien als Vehikel für eigene Probleme, die Eltern sehen darin häufig

eine Möglichkeit, Zugang zu den Fragen ihrer Kinder zu finden. Die Familie erweist sich als prägend für den Umgang Jugendlicher mit Medien. Selbstbildung über Medien hängt vom kulturellen Kapital der Eltern ab. Wie Eltern selbst mit Medien umgehen, was sie ihren Kindern anbieten und vorschlagen, hinterlässt Spuren auch bei den späteren Mediengewohnheiten.

Nach den Ergebnissen der Studie „Leseverhalten in Deutschland“ der Stiftung Lesen liegen die Leseaktivitäten insgesamt im Aufwärtstrend, allerdings gilt dies bei näherer Betrachtung nur für den ohnehin lesenden Teil der Bevölkerung. Somit öffnet sich die Schere zwischen viel lesenden „Informationsreichen“ und nicht oder kaum lesenden „Informationsarmen“ weiter. Die Studie beruht auf einer persönlich-mündlichen Repräsentativbefragung von 2530 Personen aus der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren sowie 120 Leitfadeninterviews. Wie in früheren Lesestudien zeigt sich, dass Vielleser weniger frei verfügbare Zeit haben als Wenigleser, sodass nach wie vor gilt: Wer lesen will, nimmt sich auch die Zeit dazu.

Im Vergleich zum Jahr 1992 behaupten im Jahr 2000 weniger Bundesbürger von sich, dass sie täglich Bücher lesen, und mehr bezeichnen sich als Nichtleser. Dies betrifft vor allem die jüngeren Jahrgänge bis 30 Jahre. Dagegen ist die Zahl der gelesenen Bücher gestiegen, was insbesondere für die Vielleser zutrifft. Im Aufwind befinden sich in erster Linie Sach- und Fachbücher, deren Lektüre in allen Bevölkerungsgruppen zugenommen hat. In Bezug auf die Motive des Bücherlesens sind Weiterbildungsleser, Informationsleser, Themen- und Hobbyleser sowie Leser von Romanen, Erzählungen und Gedichten zu unterscheiden.

Seit 1992 haben sich die Lesestrategien der Deutschen tiefgreifend verändert. Vor allem bei Jugendlichen hat das überfliegende Lesen stark zugenommen, was auf einen Trend zum „Lesezapping“ hinweist. Als Lesehindernisse gelten heute vornehmlich die Unübersichtlichkeit des Buchmarktes und Medien wie Radio und Fernsehen etwa als Informationsquelle in Konkurrenz zur Zeitung. Jugendliche haben ein geringeres Interesse an Literatur als der Bevölkerungsdurchschnitt.

Die vorgelegte Studie ermöglicht darüber hinaus erstmals genauere Aussagen zum Verhältnis zwischen Computernutzung und Buchlektüre. Demnach besitzen PC-Nutzer ein größeres Interesse an Fachliteratur und Belletristik. Generell sehen Leseinteressierte in PC und Internet keine Konkurrenz zur Buchlektüre, da das Lesen am Bildschirm offensichtlich keine zufriedenstellende Alternative darstellt.

Bodo Franzmann
Lesezapping und Portionslektüre
 Veränderungen des Leseverhaltens, besonders bei Jugendlichen.
 MP 2/2001, S. 90-98

