

Gerd G. Kopper

## Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (Hg.): Massenkommunikation II

1988

<https://doi.org/10.17192/ep1988.2.6231>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kopper, Gerd G.: Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (Hg.): Massenkommunikation II. In: *medienwissenschaft: rezeptionen*, Jg. 5 (1988), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1988.2.6231>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation II. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 bis 1980.- Frankfurt: Metzner 1987 (Schriftenreihe Media Perspektiven, Nr. 2), 237 S., DM 19,80**

Mit dieser Arbeit wird eine Trendfortschreibung zum Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung der Bundesrepublik über einen Zeitraum von 16 Jahren fortgesetzt. Grundlage bilden - ausgehend von einer ersten Studie 1964 - insgesamt vier repräsentative Befragungen zum Mediennutzungs- und Freizeitverhalten im Auftrage der öffentlichrechtlichen Rundfunkanstalten. Verwendet wurde die Stichtagmethode, bei der für einen angegebenen Zeitraum ein vorgegebener Bestand an Verhaltensweisen erhoben wird. Dieser bezieht sich hier auf die Befragung des jeweils gestrigen Tagesablaufes, jeweils von montags bis samstags.

Die Erhebungswellen und ihre Analyse stellen für die Bundesrepublik eine der wenigen Quellen dar, langfristige Änderungen im Mediennutzungsverhalten sowie zu Freizeitgewohnheiten ablesen zu können. Im Vergleich zu vielen Daten, die im Rahmen von Marktforschungsuntersuchungen gerade im Mediensektor erhoben werden, stellt die hier vorliegende Analyse eine Ausnahme insofern dar, als die Studie 'Massenkommunikation 1964-1980' (Autorin: Marie-Luise Kiefer) sich erstens bemüht, die Befunde in einen theoretisch fundierten Rahmen einzubetten, und zweitens vor jeder Form von vorschneller Verallgemeinerung deutlich warnt.

Hilfreich ist insbesondere, daß die Ergebnisse an vielen Stellen mit Erkenntnissen aus vergleichbaren Untersuchungen, insbesondere auch den Ergebnissen der US-Fernsehforschung, verglichen werden. Die betont behutsame Interpretation des Datenmaterials trägt somit dazu bei, eilfertige Schlußfolgerungen, die insbesondere auch mit der Rezeption der vorausgehenden Untersuchungsergebnisse einhergingen, vermeiden zu helfen. An der jetzt vorgelegten Studie neu ist insbesondere die Betonung der sozio-demographischen Gruppenzuordnungen des Publikums. Daraus ergeben sich eine Reihe zusätzlich erhellender Aspekte über die ursprünglich - dem gesamten Vorhaben seit der zweiten Hälfte der siebziger Jahre zugrundeliegende - zentrale Ausgangshypothese hinaus, daß durch die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowohl im Fernsehen wie im Hörfunk keine Substitution der Mediennutzung der Printmedien erfolge. Diese Hypothese ist inzwischen nachgerade verifiziert, und auch das jetzt vorliegende neue Material aus dem Erhebungsjahr 1980 läßt keine anderen Schlußfolgerungen zu.

Das beigelegte Tabellenmaterial ist auf wesentliche Aspekte hin verdichtet, die Tabellen selbst sind übersichtlich gehalten und insofern einprägsam. Angesichts der zunehmenden Beschweris, die das Fachpublikum in der empirischen Kommunikationswissenschaft mit Direktkopien von Computerausdrucken erfährt, gilt es, die Wohltat hervorzuheben, hier ein ansprechend gesetztes Buch in der Hand zu haben.

Eine der Schlußfolgerungen Kiefers besteht darin, Paradigmen insbesondere der US-amerikanischen Sozialforschung aufzugreifen und durch das für die Bundesrepublik erhobene Zahlenmaterial belegt zu finden: z.B. daß Gesellschaften vom postindustriellen Typus sich von der Mas-

senkommunikation zur Zielgruppenkommunikation hin bewegen. Für theoriegeleitete Schlußfolgerungen auf diesem Verallgemeinerungsniveau allerdings fehlt es an detaillierten datenbezogenen Nachweisen. Um in diesem Sinne bündig argumentieren zu können, müßten künftighin die Untersuchungen auf solche theoriegeleiteten Langzeitfragen hin stärker operationalisiert werden.

Für den Bereich der Freizeitaktivitäten ist dies in einem schon bei der vorausgehenden Untersuchung von 1974 angestregten zusätzlichen Erhebungsmodus zur Ermittlung von Unterschieden zwischen den Wochenabschnitten (a) Montag bis Freitag und (b) samstags durchgeführt worden. Die hierzu möglichen ersten Verallgemeinerungen werden von Michael Darkow in einem kleineren Schlußbeitrag ('Weitere Bemerkungen zum Tagesablauf 1974/80 und zu Freizeitaktivitäten 1980') zusammengefaßt.

Die Veröffentlichung wird sich sicher erneut den Status eines nützlichen, knapp gefaßten und präzisen Arbeitshandbuches zu Fragen der Mediennutzung und der Freizeitaktivitäten in der Fachwelt erwerben.

Gerd G. Kopper