

VI Hörfunk, Fernsehen und andere Bildschirmmedien

Heinrich Anker: Wertwandel und Mediennutzung in der Schweiz. Die Radionutzung 1975 bis 1992 im Spiegel der Publikumsforschung der SRG

Aarau, FrankfurtM., Salzburg: Sauerländer 1995 (Dokumentation zur Kommunikations- und Medienpolitik, Bd. 3), 225 S., 214 S. Anh., ISBN 3-7941-3806-6, DM 79,-

Die Schweizerische Rundfunkgesellschaft (SRG) zeichnet sich durch kontinuierliche und seriöse Medienforschung aus. Seit 1975 werden beinahe jährlich Studien zur Fernseh- und Radionutzung vorgelegt, deren methodischer und theoretischer Anspruch weit über das bloße Sammeln von Datenmaterial hinausgeht.

Heinrich Anker hat im Rahmen seiner Dissertation, die hiermit in publizierter Form vorliegt, die Ergebnisse der SRG-Studien zur Radionutzung von 1975 bis 1992 aufgearbeitet und zum Teil einer eingehenden weiterführenden Analyse unterzogen. Er verbindet dabei soziologische Konzepte zum Wertewandel, zur Erlebnisgesellschaft und zu Lebensstilen mit dem Uses-and-Gratifications-Approach, fragt also nach dem Nutzen, den Angehörige unterschiedlicher kultureller Milieus der Radiorezeption zuschreiben, und danach, welche Veränderungen zu beobachten sind.

Besonderes Augenmerk galt natürlich der Frage, welche Auswirkungen die Deregulierung der Schweizerischen Radiolandschaft in diesem Zusammenhang mit sich gebracht hat (seit 1982 sind private Lokalradios zugelassen).

Aus der Fülle von Ergebnissen, die der Autor vor dem Hintergrund der Wertewandel-These präsentieren kann, seien nur einige erwähnt:

Die SRG als große gesellschaftliche Institution erfährt eine 'Entzauberung', die sich vor allem in Publikumseinbußen ausdrückt. Musik gewinnt bei der Beurteilung von Programmen deutlich an Gewicht, und die neuen Lokalradios werden vor allem in bezug auf die Programmanteile von Musik besser beurteilt. Radio wird vermehrt als Instrument von „Mood Management“ eingesetzt, Radionutzung wird stärker durch Kohorteneffekte denn durch Lebenszykluseffekte geprägt, insgesamt findet eine Zunahme der täglichen Nutzdauer statt (z.B. in der Deutschen Schweiz von 146 Minuten pro Tag im Jahr 1980 auf 190 Minuten pro Tag im Jahr 1992), es lassen sich unterschiedliche Nutzungsmuster in bezug auf „neue Radios“ (Hedonismus, Autonomie) und „traditionelle Radios“ (Systembezug, Konformität) festmachen, wofür der in den siebziger Jahren einsetzende Wertewandel als Erklärung dienen kann usw.

Insgesamt gelingt es dem Autor also, neue Nutzungsformen des Radios mittels des Wertewandel-Modells zu erklären, und zwar in einer gelungenen Verbindung von ambitionierten theoretischen Überlegungen mit empirischem Datenmaterial. Daneben dokumentiert und faßt die übersichtlich gestaltete Arbeit die Ergebnisse von beinahe 20 Jahren SRG-Radioforschung zusammen (u.a. auch

durch den umfangreichen Tabellenanhang). Damit bietet die Publikation einen fundierten Überblick, der aber auch als Ausgangspunkt für weiterführende Studien genutzt werden kann.

Alfred Smudits (Wien)