

Bernhard Zimmermann

Frank, Bernward/Klingler, Walter: Die veränderte Fernsehlandschaft

1988

<https://doi.org/10.17192/ep1988.2.6336>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zimmermann, Bernhard: Frank, Bernward/Klingler, Walter: Die veränderte Fernsehlandschaft. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 5 (1988), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1988.2.6336>.

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.

Bernward Frank und Walter Klingler: Die veränderte Fernsehlandschaft.- Frankfurt: Metzner 1987 (Media Perspektiven 7), 179 S., DM 19,80

Die große Resonanz, die Neil Postmans Schriften Mitte der achtziger Jahre auch hierzulande fanden, darf gewiß auch als Indiz für die Verunsicherung interpretiert werden, mit der beträchtliche Teile der bundesrepublikanischen Öffentlichkeit auf die sich abzeichnenden Ver-

änderungen der Fernsehlandschaft reagierten. Dreh- und Angelpunkt des kommerziellen Fernsehsystems US-amerikanischer Prägung ist bekanntlich der Verkauf von Zuschauern an Werbeagenturen. Die Resultate sind bekannt und auch auf unseren Bildschirmen zu bewundern.

So ist gewiß zu begrüßen, daß sich die Medienforschung schon jetzt mit potentiellen Auswirkungen der Programmvermehrung auseinandersetzen beginnt - auch wenn zum gegenwärtigen Zeitpunkt von einem quantitativen Angebotsvolumen US-amerikanischen Zuschnitts mangels Verkabelungseuphorie noch nirgendwo die Rede sein kann. Die zweijährige ARD/ZDF-Begleitforschung zu den Kabelprojekten, deren Resultate der vorliegende Band vorstellt, hat insofern durchaus noch prognostischen Charakter. Daß es sich nicht um gänzlich 'zweckfreie' Forschung handelt, verschweigen die Urheber der Studie auch keineswegs, denn ihre Untersuchungen sollen den öffentlich-rechtlichen Anbietern auch als eine Art "Frühwarnsystem" dienen, das Anhaltspunkte für die Konzeption der mittel- und langfristigen Programmplanung liefern soll. Insofern handelt es sich um Forschung auch im Interesse der Gebührenzahler.

Beim Start des Kabel- und Satellitenfernsehens in der Bundesrepublik galt das Interesse der ARD/ZDF-Begleitforschung primär den folgenden Untersuchungskomplexen:

1. der Programmvermehrung und Nutzungsdauer (der Frage also, "ob die Ausweitung der Programmangebote zu einer Ausdehnung der für das Fernsehen verwendeten Zeit führen würde und damit zu einer Verdrängung anderer Freizeit- und Feierabendtätigkeiten" (S. 15),
2. der Programmvermehrung und den Angebotsstrukturen (speziell mit Blick auf die Fragestellung, wie sich "strukturell und inhaltlich die Angebote neuer privater Anbieter von denen öffentlich-rechtlicher Herkunft unterscheiden" (S. 16),
3. der Programmvermehrung und Programmischung (wobei vor allem die Frage von Interesse ist, ob Angebotserweiterung und -veränderung eine sich verstärkende Unterhaltungsorientierung nach sich zieht) sowie
4. der Akzeptanz neuer Programme und ihrer Auswirkung auf die Nutzung und Bewertung der bisherigen Programme.

Ungeachtet des relativ kurzen Untersuchungszeitraums und der insgesamt noch geringen Zahl verkabelter Haushalte, fördert die Studie interessante Einzelbefunde zutage. Zwischen der ersten Telefonbefragung im Januar/Februar 1984 und der dritten und letzten Befragung im Januar 1986 hat sich die subjektive Einstellung der Befragten zu den Kabelpilotprojekten durchaus gravierend verändert: Waren 1984 noch rund zwei Drittel aller Befragten an Programmvermehrung desinteressiert, so bekundeten 1986 bereits mehr als die Hälfte eine grundsätzlich positive Einstellung zur Verkabelung (ohne jedoch aus diesem Einstellungswandel automatisch auch praktische Konsequenzen zu ziehen). In den bereits verkabelten Haushalten wurde im Untersuchungszeitraum insgesamt nur geringfügig mehr ferngesehen als vor der Verkabelung, bei Kindern jedoch stieg der Fernsehkonsum nach der Verkabelung erheblich an. Der Programmvermehrung entspricht keine gravierende Steigerung der zusätzlich aufgewendeten Fernsehzeit (und

auch noch keine signifikante Verdrängung anderer Freizeitaktivitäten). Es zeichnet sich in den verkabelten Gebieten jedoch eine Nutzungsverschiebung zugunsten einer erweiterten Nutzung von Unterhaltungsprogrammen ab. Betroffen von dieser Umschichtung sind am stärksten Bildungs-, Informations- und anspruchsvollere Kultursendungen. So liegen z.B. in den verkabelten Haushalten die Zuschauerzahlen für 'heute-journal', 'Tagesthemen' und 'aspekte' um rund 33 % niedriger als im Bundesdurchschnitt. Obwohl speziell durch öffentlich-rechtliche Zusatzangebote für die verkabelten Haushalte das Programmangebot in den Sparten Politik, Wirtschaft, Kultur und Bildung quantitativ anwächst, deutet sich im Nutzungsverhalten eine verschärfte Marginalisierung von sog. Minderheitssendungen an. Die Programmanalysen des Forschungsteams weisen 'RTL plus' und 'Sat 1' als die konsequentesten "Programmvermehrer" US-amerikanischen Vorbilds aus: Mehr als 80 % der Gesamtsendezeit von 'RTL plus' ist der Ausstrahlung von Unterhaltungsprogrammen vorbehalten. Und das Restprogramm wird - wie die Inhaltsanalysen zur Nachrichtensendung '7 vor 7' dokumentieren - in seiner Machart dem primären Programmziel (Erzeugung eines werbefreundlichen Umfelds) durchaus gerecht. - Bleibt zu hoffen, daß die ARD/ZDF-Begleitforschung auf absehbare Zeit noch tatsächlich Grund zu der Annahme hat, als eine Art "Frühwarnsystem" zu fungieren.

Bernhard Zimmermann