

Die Medienforschung der SRG und die Senioren

Autor(en): **Steinmann, M.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales**

Band (Jahr): - **(1983)**

Heft 2

PDF erstellt am: **01.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-790578>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

IV. Die Medienforschung der SRG und die Senioren

von PD Dr. M. Steinmann, Delegierter für Publikumsforschung der SRG

Situation der empirischen Sozialforschung in der Schweiz

Hinsichtlich der Bedeutung der Massenmedien für die Senioren präsentiert sich die Situation der empirischen Sozialforschung in der Schweiz bedeutend besser als dies Hanspeter Stalder in der Einleitung zu seinem Artikel moniert. Zum einen gibt es zwei kontinuierliche Medienstudien in der Schweiz (AG für Werbemittelforschung WEMF mit jährlich 8600 persönlichen Interviews und +SRG mit 5600 persönlichen Interviews), die auch die Senioren repräsentativ erfassen; dazu kommt noch die +SRG-Zuschauerforschung mit jährlich 150 000 telefonischen Interviews. Daneben gibt es ungezählte Spezialstudien von Verlagen und anderen Auftraggebern, die im Zusammenhang mit Medien auch die Älteren erfassen; auch die Universitäten sind – wenn auch nicht regelmässig – auf diesem Gebiet tätig.

Über das Hör-, Seh- und Leseverhalten der Senioren in der Schweiz sind also reiche wissenschaftliche Datensammlungen vorhanden. Das Problem besteht mehr darin, dass es an Sonderauswertungen und Interpretationen mangelt, die sich speziell mit den älteren Menschen befassen.

Ergebnisse der kontinuierlichen +SRG-Medienstudie

Betrachten wir die Ergebnisse der +SRG-Medienstudie, die auch die Tätigkeiten der Befragten im Tagesablauf (Zeitbudget) ausweisen, dann zeigen sich für die über 64jährigen seit 1976 folgende Tendenzen (für die Werkzeuge von 6 bis 24 Uhr):

a) Zeitbudget (vgl. Tab. 1 und 2)

Verglichen mit der übrigen Bevölkerung verbringen die Senioren zwischen 6 Uhr früh und Mitternacht einen Drittel mehr Zeit mit Schlafen und halten sich etwa halb so lange ausserhalb des Haushaltes auf. Sie sind summa summarum länger in wachem Zustand zuhause (10 $\frac{3}{4}$ Std.) als die unter 65jährigen (8 $\frac{1}{4}$ Std.) und haben demzufolge auch mehr Musse, die Medien zu nutzen. An diesem Zustand hat sich seit 1976 praktisch nichts geändert.

+SRG Medienstudie Deutschschweiz Jahresbericht (April-März des folgenden Jahres)

Tagesablauf (Tätigkeiten) an einem Durchschnittswerktag (Montag-Freitag)

Tätigkeitsdauer in Minuten pro Kopf der Bevölkerung

TABELLE 1: Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren

JAHR	BASIS VIEWS	I M H A U S					A U S S E R H A U S					
		IN- TER	SCHLA- FEN	ESSEN	HAUS/ BERUF ARB.	FREIE ZEIT SONST	IM H. OHNE SCHLF	EIN- AUTO- FAHR.	KAUF SPAZ.	BERUF ESSEN ARB.	FREIE ZEIT SONST	AUS- SER HAUS
1976	:4018	161	: 77	: 195	: 245	517	24	: 42	: 11	: 222	: 105	402
1979	:2012	164	: 80	: 180	: 251	510	23	: 37	: 12	: 229	: 110	407
1982	:2000	158	: 77	: 186	: 244	503	25	: 35	: 15	: 228	: 123	400

TABELLE 2: 65 Jahre und älter

JAHR	BASIS VIEWS	I M H A U S					A U S S E R H A U S					
		IN- TER	SCHLA- FEN	ESSEN	HAUS/ BERUF ARB.	FREIE ZEIT SONST	IM H. OHNE SCHLF	EIN- AUTO- FAHR.	KAUF SPAZ.	BERUF ESSEN ARB.	FREIE ZEIT SONST	AUS- SER HAUS
1976	: 595	218	: 89	: 221	: 330	640	7	: 67	: 5	: 35	: 108	222
1979	: 298	222	: 93	: 194	: 344	629	11	: 65	: 9	: 21	: 125	229
1982	: 296	218	: 86	: 213	: 346	643	8	: 65	: 6	: 25	: 119	214

b) Mediennutzung (vgl. Tab. 3 und 4)

Die Senioren nutzen die Medien etwa gleich lange wie die unter 65jährigen (allerdings mit unterschiedlichem Gewicht der einzelnen Medien), d. h. insgesamt 4 ½ Std. pro Werktag oder weniger als die Hälfte der zuhause in wachem Zustand verbrachten Zeit (10 ¾ Std.). Dieser Anteil ist ebenfalls seit 1976 stabil, wobei die insgesamt mit Mediennutzung verbrachte Zeit nur unwesentlich zugenommen hat.

Mediennutzung an einem Durchschnittswerktag (Montag–Freitag)
Nutzungsdauer in Minuten pro Kopf der Bevölkerung

TABELLE 3: Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren

JAHR	FERNSEHEN			L E S E N			RADIOHÖREN			SCHAL	MEDIENNUTZG	
	TOTAL	C H	AUSL.	TOTAL	ZEITG	AND.	TOTAL	C H	AUSL.	LPLAT	INSGRSAMT	
										TEN/	OHNE	MIT
										KASS.	PLATT/KASS.	
1976	76	49	27	47	28	19	140	113	27	*	263	*
1979	83	51	32	39	24	15	130	93	37	8	252	260
1982	87	61	26	40	25	15	137	107	30	7	264	271

* erst ab 1979 erhoben

TABELLE 4: 65 Jahre und älter

JAHR	FERNSEHEN			L E S E N			RADIOHÖREN			SCHAL	MEDIENNUTZG	
	TOTAL	C H	AUSL.	TOTAL	ZEITG	AND.	TOTAL	C H	AUSL.	LPLAT	INSGRSAMT	
										TEN/	OHNE	MIT
										KASS.	PLATT/KASS.	
1975	94	70	24	69	42	27	102	94	8	*	265	*
1976	95	66	29	59	40	19	102	97	5	*	256	*
1977	:	:	:	:	:	:	:	:	:	*	:	*
1978	:	:	:	:	:	:	:	:	:	*	:	*
1979	119	87	32	60	37	23	91	85	6	2	270	272
1980	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
1981	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
1982	122	95	27	51	31	20	100	93	7	1	273	274
1983	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:

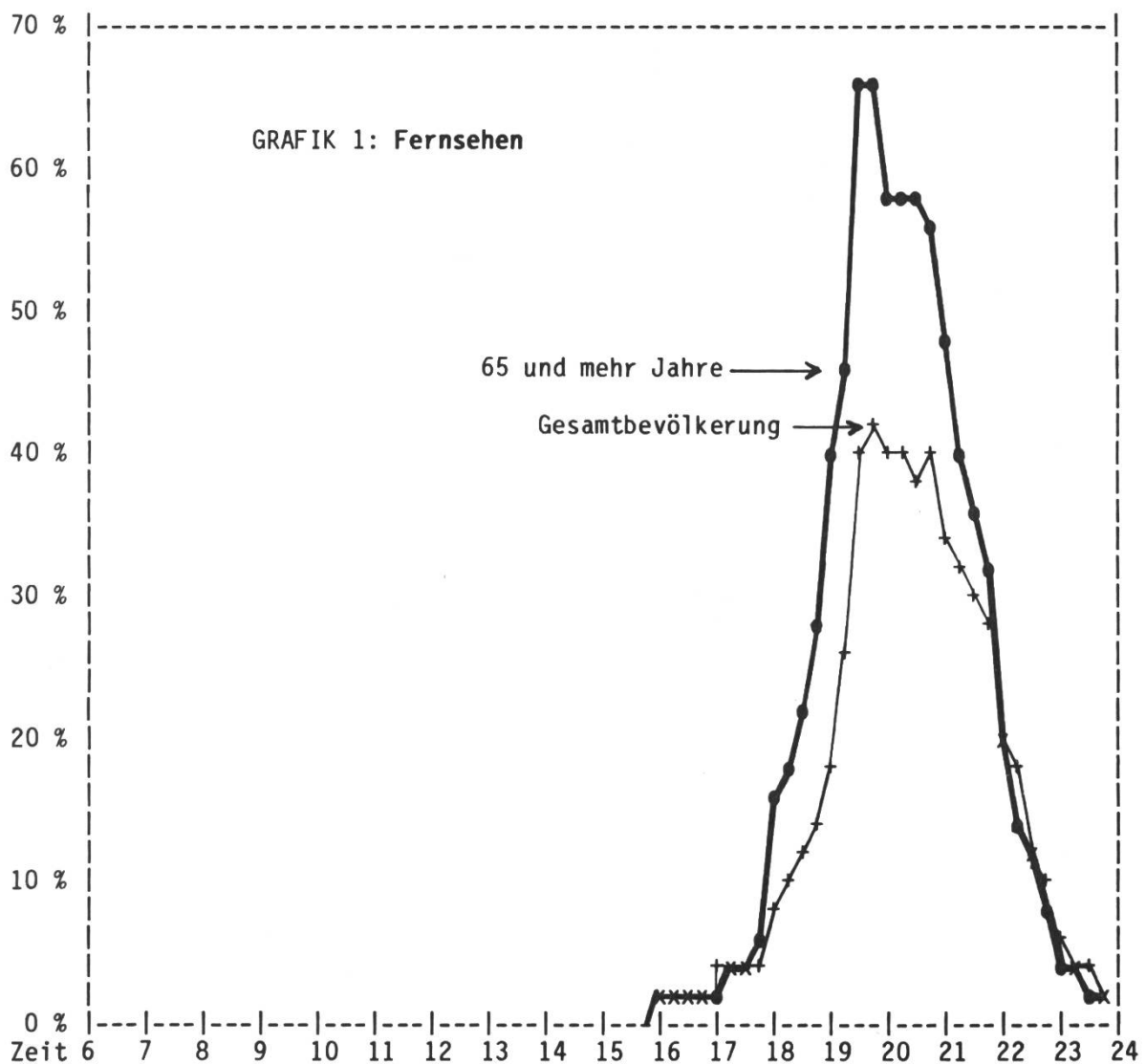
* erst ab 1979 erhoben

Fernsehen und Lesen haben vom Konsum her gesehen bei den Senioren mehr, das Radiohören hat weniger Gewicht als bei den übrigen Altersklassen. Die Senioren verbringen mehr Zeit mit Fernsehen und Lesen (zusammen fast zwei Drittel der mit Mediennutzung verbrachten Zeit) als die übrige Bevölkerung, die ihrerseits mehr als die Hälfte dieser Zeit dem Radiohören widmet.

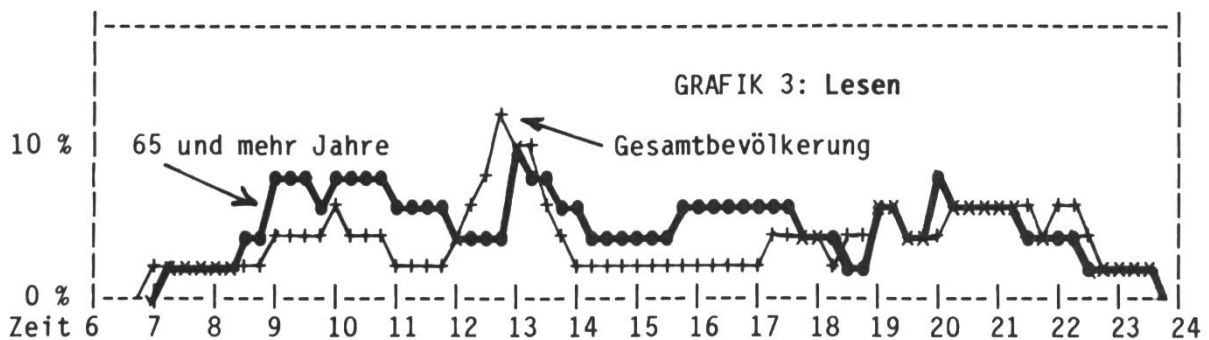
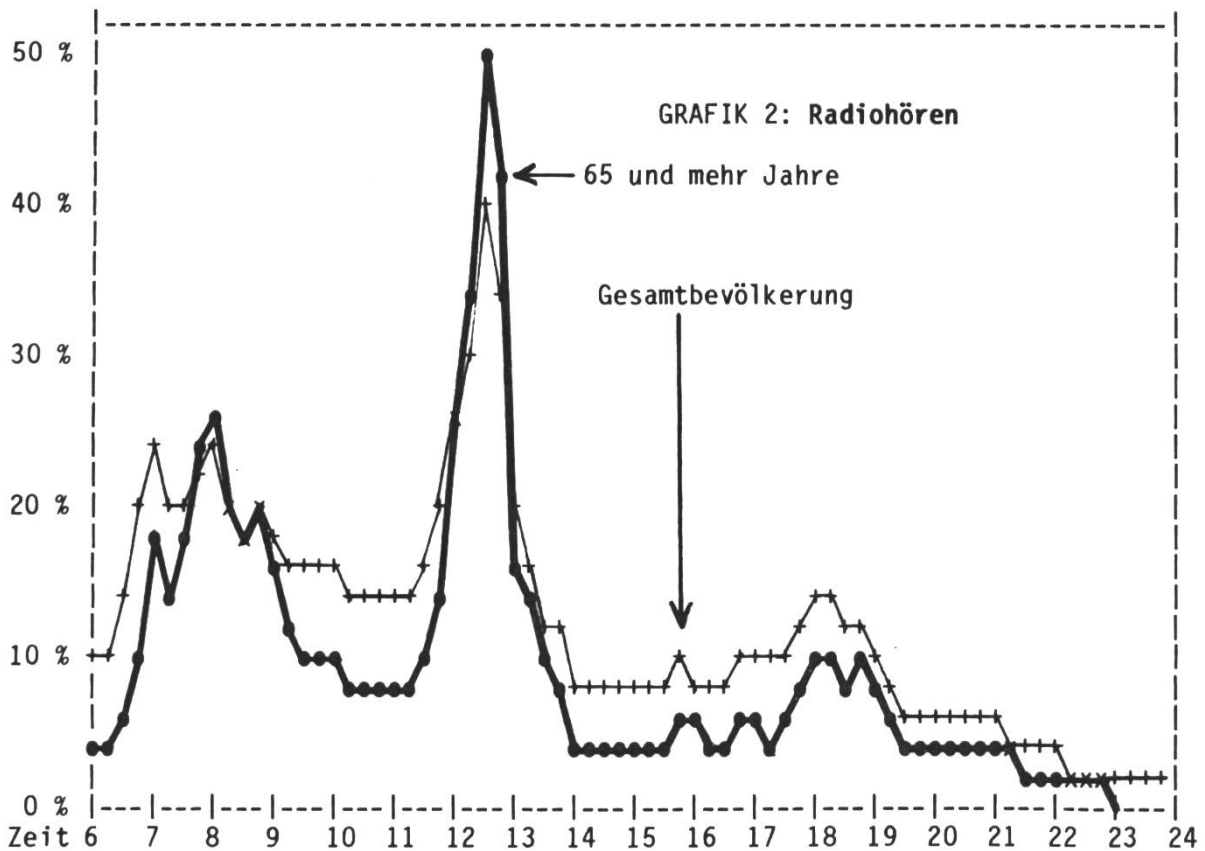
Seit 1976 hat sich das Zeitbudget der Bevölkerung für die einzelnen Medien zugunsten des Fernsehens etwas verschoben, bei den Senioren noch etwas deutlicher als beim Rest. Das Fernsehen hat seinen Anteil an der gesamten Mediennutzung der Senioren von 37 % im Jahre 1976 (entsprechend 1 ½ Std.) auf 45 % 1982 (2 Std.) erweitert, während umgekehrt der Anteil des Radiohörens von 40 % 1976 (1 ¾ Std.) auf 37 % (ebenfalls 1 ¾ Std.) zurückging. Ähnliches gilt für die Presse, deren Anteil sich von 23 % 1976 (1 Std.) auf 19 % (50 Min.) im letzten Jahr verminderte.

Die Grafiken 1–3 illustrieren den Verlauf der Nutzung von Radio, Fernsehen und Presse im Ablauf eines durchschnittlichen Werktages.

Mediennutzung an einem Durchschnittswerktag (Montag–Freitag)
Nutzungsdauer in Minuten pro Kopf der Bevölkerung



Mediennutzung an einem Durchschnittswerktag (Montag–Freitag)
Nutzungsdauer in Minuten pro Kopf der Bevölkerung



Spezielle Publikationen des +SRG Forschungsdienstes

a) Grundlagenstudien

- «Das Fernsehen und die Betagten» (Juni 1972)
- «Die älteren Hörer und Zuschauer in der Schweiz» (Sept. 1974) Grundlagenstudie auf Anregung der SRG-Kommission zum Studium der Altersprogramme (Präsident: F. Vitali). Im Zentrum standen die folgenden Fragen:

1. Wie gross ist der Anteil älterer Personen in der Schweiz und wie setzt sich dieser Bevölkerungsteil zusammen? Wie lässt sich die Situation älterer Menschen, von der Demographie her gesehen, beschreiben?
2. Wie beurteilen ältere Menschen ihre Lebenssituation?
3. Wie leben ältere Menschen und wie verbringen sie ihre Zeit?
4. Was bedeuten die Massenmedien den älteren Menschen und wie verhalten sich die «Alten» gegenüber diesen Medien, insbesondere gegenüber Radio und Fernsehen?
5. Welche Funktionen erfüllen die Massenmedien, insbesondere Radio und Fernsehen für ältere Personen?
6. Welches sind die Programmpräferenzen älterer Menschen?
7. Wie informieren sich ältere Menschen über das Programmangebot?
8. Gibt es «typische» Interessen und Gewohnheiten bezüglich Radio und Fernsehen bei den älteren Generationen?
9. Wie stellt sich die ältere Bevölkerung zu bestehenden oder zu schaffenden Alterssendungen?

Spezialstudien

- «Kafichränzli», Analyse der Radiosendung (Sept. 1977)
- «Seniorama», Kurzanalyse der Fernsehsendung (März 1979)
- «Da capo», Kurzanalyse der Fernsehsendung (Mai 1982)
- Qualitative Studie zu den Nachmittagssendungen des Fernsehens DRS «Treffpunkt» und «Da capo» (Juni 1982)

Die beiden andern Sprachregionen haben keine Sendungen, die sich primär an die Senioren richten.