

Qualität der Medien

**Wie Mediennutzer in die Welt schauen:
Die Newsrepertoires der Schweizerinnen
und Schweizer und ihre Themenagenden**

Schweiz Suisse Svizzera

Diese Studie erscheint als ePublikation im Zusammenhang mit dem *Jahrbuch Qualität der Medien* 2016, herausgegeben vom fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich. Studie und Jahrbuch sind zu beziehen unter www.schwabeverlag.ch.

Die ePublikation verfügt u.a. über folgende Funktionen: Volltextsuche und Verlinkungen zu Internetseiten.

Copyright © 2016 Schwabe AG, Verlag, Basel, Schweiz, und fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Das Werk einschliesslich seiner Teile darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages und des fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich in keiner Form reproduziert oder elektronisch verarbeitet, vervielfältigt, zugänglich gemacht oder verbreitet werden.

Gestaltung: Thomas Lutz, Schwabe

Gesamtherstellung: Schwabe AG, Druckerei, Muttenz/Basel, Schweiz

ISBN 978-3-7965-3653-3

ISSN 2296-5114

rights@schwabe.ch

www.foeg.uzh.ch

www.schwabeverlag.ch

Studien

2/2016

Qualität der Medien

Schweiz – Suisse – Svizzera

Wie Mediennutzer in die Welt schauen: Die Newsrepertoires der Schweizerinnen und Schweizer und ihre Themenagenden

Jörg Schneider, Mark Eisenegger

Herausgegeben vom
fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich
im Auftrag der Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität

Schwabe Verlag Basel

Zusammenfassung

Die Frage, wie Mediennutzer in die Welt schauen bzw. welches Bild sie von der Welt haben, untersuchen wir anhand einer Langzeitstudie, die seit 2009 einmal jährlich die Mediennutzung der Bevölkerung in der Schweiz untersucht und die Mediennutzung mit der Agenda der intensiv verfolgten Themen verknüpft. Aus den Daten zur Mediennutzung von inzwischen über 27 000 Befragten werden sogenannte Newsrepertoires gebildet. Newsrepertoires erfassen die Kombination und die Nutzungsintensität der verschiedenen Medienangebote, die von einer einzelnen Person zu Informationszwecken konsumiert werden. Aus den individuellen Newsrepertoires lassen sich sechs Repertoiretypen aggregieren und soziodemografisch verorten. Stark in der traditionellen Medienwelt verhaftet sind die Repertoiretypen «Homeland Oriented», «Old World Boulevard» und «Old World & Online», wobei der letztgenannte Typ die grösste Öffnung hin zur neuen, digitalisierten Medienwelt aufweist. In beiden Welten ist der Repertoiretyp der «Intensivnutzer» verankert, der sowohl traditionelle als auch online vermittelte Newsangebote ausgiebig in Anspruch nimmt. Am stärksten in der neuen Medienwelt beheimatet sind die Repertoiretypen der «Global Surfer» und «News-Deprivierten». Es zeigt sich, dass diese beiden Typen in den letzten Jahren einen massiven Zuwachs verzeichnen und inzwischen die Mehrheit der Bevölkerung repräsentieren. Das ist deshalb bedenklich, weil in diesen beiden Newsrepertoires die konsumierte Medienqualität abfällt, d.h. eine unterdurchschnittliche Qualitätsbilanz zu konstatieren ist. Die «News-Deprivierten» sind heute sogar die grösste Nutzungsgruppe überhaupt. Es handelt sich dabei um Nutzerinnen und Nutzer, die professionelle Newsangebote weit unterdurchschnittlich oft nutzen, und wenn, dann vor allem solche von minderer Qualität. Vor allem junge Frauen unter 30 Jahren sind in diesem Newsrepertoire überdurchschnittlich oft vertreten. Die Effekte der unterschiedlichen Newsrepertoires und der konsumierten Newsqualität zeigen sich in den Themenagenden, die die Repertoiretypen stark beachten. Die «Global Surfer» bevorzugen eine international ausgerichtete Themenagenda, aus der schweizerischen Medienarena ziehen sie sich zurück. Die «News-Deprivierten» nehmen vor allem Einzelereignisse und Bedrohungsszenarien wahr. Den Gegenpol zu diesem Repertoiretyp bilden die «Intensivnutzer», die aufgrund ihrer breiten Nutzung von qualitativ hochwertigen Informationsmedien eine vielfältige Themenagenda aufweisen und insbesondere auch Themenzusammenhänge wahrnehmen.

1. Newsrepertoires als Instrumente der Medienwirkungsforschung

Im Zuge der Digitalisierung wächst die Anzahl der Medienangebote durch die Vervielfachung der Inhalte und die Ausdifferenzierung der Formate, in denen diese Inhalte verbreitet werden. Die Angebote konkurrieren somit unter den Bedingungen einer verschärften Aufmerksamkeitsökonomie um die Nutzer. Die Nutzer sehen sich ihrerseits aufgefordert, Strategien und Muster der Medienauswahl auszuprägen, um angesichts der vielfältigen Optionen und der eigenen beschränkten Zeitbudgets ihre Mediennutzung zu organisieren (Frank 2007, Webster 2014). Als Resultat dieser Prozesse differenziert sich die Mediennutzung entlang der individuellen Bedürfnisse und Präferenzen immer weiter aus, indem Medienangebote unterschiedlich stark

genutzt und individuell miteinander kombiniert werden. Das Publikum fragmentiert sich, getrieben von selbstgewählten Mediennutzungsmustern, und wird zum multiplen Publikum (Hasebrink 2008). Doch die freie Wahl des Angebots hat ihre Grenzen: Nicht alle Angebote sind gratis verfügbar. Gerade Qualität hat ihren Preis. Und die Kompetenz zur Nutzung der neuen Onlineangebote ist vor allem über die Alterskohorten unterschiedlich verteilt. Ebenso mündet die Fragmentierung nicht in einer totalen Vereinzelnung der Nutzer: Inhaltliche und formale Präferenzen sind nach wie vor stark milieuspezifisch vermittelt. Ökonomische Ressourcen und kulturelles Kapital bleiben also weiterhin relevante Faktoren, die den Rahmen abstecken, in dem die individuellen Mediennutzungsmuster entwickelt werden (Weiß 2009a, Weiß 2009b).

Das Konzept der Medienrepertoires bietet ein leistungsstarkes Instrument zur Erfassung der unter-