

3. Kapitel: Medien im Alltag

Um einzuordnen, wie Medien im politischen Entscheidungsprozeß entscheiden, muss vorab der empirische Stand zur Mediennutzung, zur Massenkommunikation dargestellt werden.

Dazu aktuell: Christa-Maria Ridder/Bernhard Engel, Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich.

3. Medien im Alltag

Leitmedien: (Meinungsführermedien)

- starke Verbreitung, Reichweite
- Struktur des Publikums (Entscheidungsträger)
- intensive Nutzung durch Journalisten und Meinungsführer
- Zitierhäufigkeit in anderen Medien
- Agendasetting-Häufigkeit des Mediums
- Qualitätsbegriff /Exklusivität

3. Medien im Alltag

Auflagenzahlen Abo- und Verkaufszeitungen

Zeitungen	Anzahl	Auflage
lokale und regionale Abonnementzeitungen	341	15,15 Mio.
überregionale Zeitungen	10	1,65 Mio.
Straßenverkaufszeitungen	8	4,86 Mio.
Tageszeitungen gesamt	359	21,66 Mio.
Wochenzeitungen ²	27	1,91 Mio.
Sonntagszeitungen ³	6	3,83 Mio.
Gesamtauflage der Zeitungen		27,40 Mio.
Zeitungsausgaben insgesamt	1.538	
Publizistische Einheiten	138	
Auf je 1.000 Einwohner über 14 Jahre kommen in Deutschland 308 Zeitungsexemplare		

Quelle: BDVZ

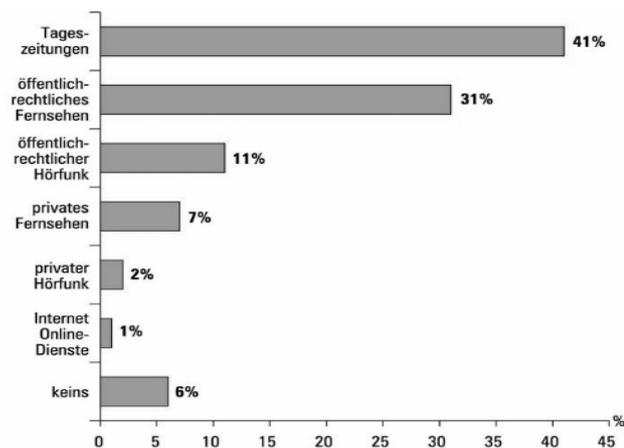
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

3

3. Medien im Alltag

Glaubwürdigkeit der Mediengattungen in Prozent



Quelle: BDVZ

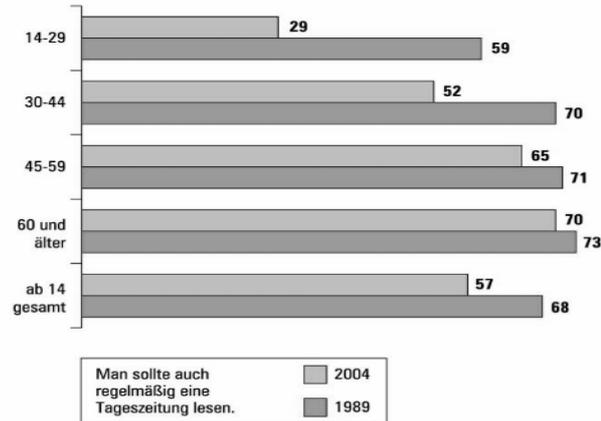
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

4

3. Medien im Alltag

Entwicklung Leseeigenschaften nach Altersgruppen



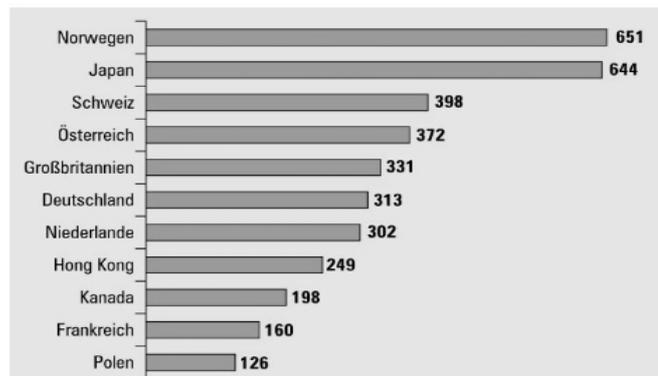
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: BDVZ
5

3. Medien im Alltag

Verbreitung von Tageszeitungen international in Tausend



Quelle: BDVZ

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

6

3. Medien im Alltag

Nutzungsdauer von tagesaktuellen Medien in Minuten pro Tag

	1970	1974	1980	1985	1990	1995	2000	2005
Gesamt	k.A.	k.A.	346	351	380	393	502	600
TV	113	125	125	121	135	158	158	220
Hörfunk	73	113	135	154	170	162	206	221
Tageszeitung	35	38	38	33	28	30	30	28
Internet	-	-	-	-	-	-	13	44

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung

7

3. Medien im Alltag

Nutzungsdauer sonstige Medien in Minuten pro Tag

	1970	1974	1980	1985	1990	1995	2000	2005
Zeitschriften	k.A.	k.A.	11	10	11	11	10	12
Bücher	k.A.	k.A.	22	17	18	15	18	25
CD/MC/MP3	k.A.	k.A.	15	14	14	14	36	45
Video/DVD	k.A.	k.A.	-	2	4	3	4	5

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung

8

3. Medien im Alltag

Nutzungsdauer von tagesaktuellen Medien in Minuten pro Tag;
Vergleich alte und neue Bundesländer

Alte Bundesländer Neue Bundesländer

	1990	1995	2000	2005	1990	1995	2000	2005
TV	135	150	181	213	171	191	198	247
Hörfunk	170	152	197	219	182	200	242	226
Tageszeitung	28	29	30	27	33	32	30	30
Internet	-	-	14	46	-	-	10	34

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung

9

3. Medien im Alltag

Reichweite der tagesaktuellen Medien in Prozent

	1970	1974	1980	1985	1990	1995	2000	2005
TV	72	78	77	72	81	83	85	89
Hörfunk	67	70	69	76	79	75	85	84
Tageszeitung	70	73	76	73	71	65	54	51
Internet	-	-	-	-	-	-	10	28

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung

10

3. Medien im Alltag

Ausstattung der Haushalte mit Medien in Prozent

	1970	1974	1980	1985	1990	1995	2000	2005
TV	85	95	97	97	98	98	98	98
Zwei und mehr TV-Geräte	-	12	27	26	31	33	49	45
Radio	95	96	98	98	98	98	98	97
PC	-	-	-	-	-	23	54	71

03.07.06

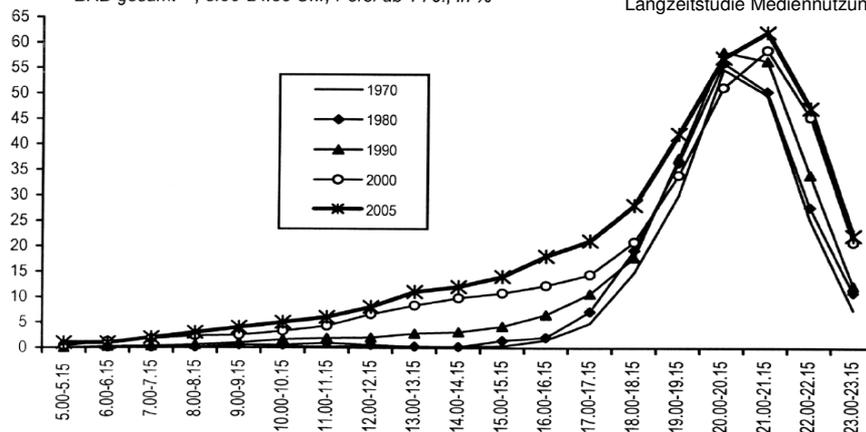
Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung

11

Abb. 1 Fernsehnutzung im Tagesverlauf, Montag bis Sonntag¹⁾
BRD gesamt²⁾, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung



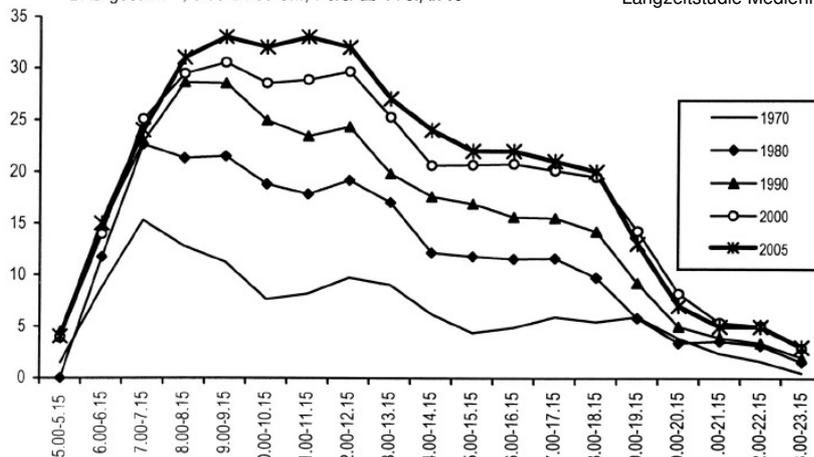
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

12

Abb. 2 Hörfunknutzung im Tagesverlauf, Montag bis Sonntag¹⁾
BRD gesamt²⁾, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung



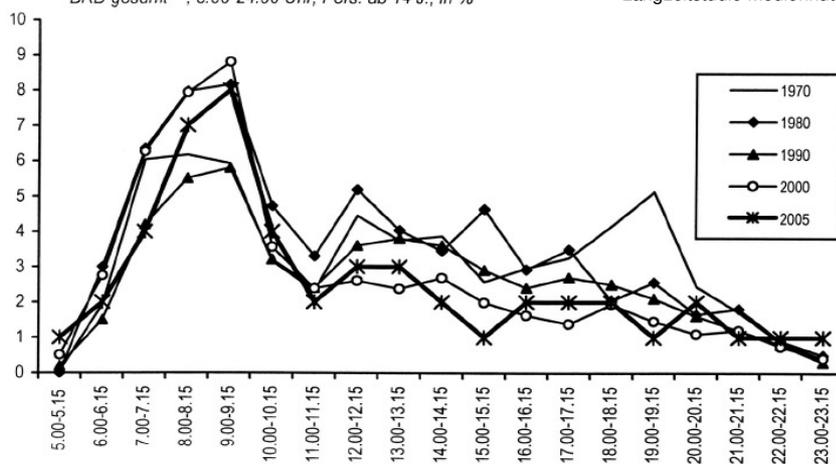
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

13

Abb. 3 Zeitungsnutzung im Tagesverlauf, Montag bis Sonntag¹⁾
BRD gesamt²⁾, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung



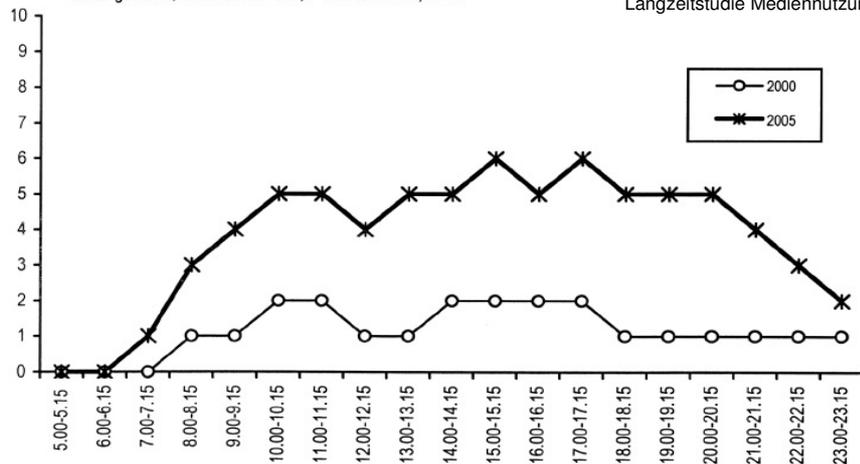
03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

14

Abb. 4 Internetnutzung im Tagesverlauf, Montag bis Sonntag
BRD gesamt, 5.00-24.00 Uhr, Pers. ab 14 J., in %

Quelle: ARD/ZDF
Langzeitstudie Mediennutzung



03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

15

3. Medien im Alltag

Schlussfolgerungen: Reichweite, Nutzung,
Konsumverhalten; Informationstypen

Leitmedium Fernsehen



03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“



16

3. Medien im Alltag

Leitmedium Fernsehen

Ausdifferenzierendes Publikum

Qualitative Veränderungen und quantitativ im Verhältnis zum expandierenden Gesamtprogramm aller Sender verringert (Prozentuale Marginalisierung der pol. Berichterstattung)

03.07.06

Prof. Dr. Dr. Korte
SS 2006 Vorlesung:
„Medien im politischen Entscheidungsprozess“

17

Genres der Politikdarstellung im Fernsehen

Grad der Politisierung	Grad der Mediatisierung		
	nicht mediatisiert	teil-mediatisiert	voll-mediatisiert
niedrig		Fernsehshows	
mittel		Infotainment-sendungen	Nachrichtenmagazine
hoch	Wahlkampfspots	– Interview-sendungen – Politische Fernseh-diskussionen	– Nachrichten-sendungen – Politische Magazine

Quelle: nach Tenscher 1998: Politik für das Fernsehen, in: Sarcinelli, S. 184-208.)