

Publikumsforschung

Jens Wolling

Mittwoch 18-20 Uhr / Raum Oe 1.05

In der Vorlesung werden Methoden der Publikumsforschung, theoretische Ansätze und Modelle zur Beschreibung und Erklärung von Mediennutzung und empirische Befunde zur Nutzung unterschiedlicher Medien vorgestellt.

Sprechstunde: Do 10-11 Uhr in Oe A 1.06

Infos: <http://www.wolling.de>

Fernsehen als Nebenbeimedium

„Heute entwickelt sich das Fernsehen ja immer mehr zum Begleitmedium: Der Zuschauer kann etwas anderes tun. Besonders die Vertalkung des Nachmittagsprogramms führt dazu, dass man nicht mehr hinzugucken braucht. Das Fernsehen wird Radio.“

Friedrich Küppersbusch (Der Spiegel 43/2002)

Hintergrund

- Hinweise auf zunehmende Nebenbeinutzung des Fernsehens
- Forschungsdefizite
- Konsequenzen für Wirkungsforschung
- Konsequenzen für die Nutzung anderer Medien

Begriff Nebenbeinutzung

- Neben dem Fernsehen wird eine weitere Tätigkeit ausgeführt (Berufsarbeit, Hausarbeit, Freizeittätigkeit, Gespräche, Nutzung anderer Medien)
- Grad der Aufmerksamkeit kann variieren, aber dem Fernsehen wird nicht die ganze Aufmerksamkeit geschenkt

- Parallelnutzung
- Nebenbeinutzung
- Marginalnutzung



Grad der Aufmerksamkeit

Varianten der Nebenbeinutzung

- Aufmerksamkeit nur auf visuellem oder auditivem Kanal
- Wahrnehmung nur als Geräusch- oder Bildkulisse
- „Scannen“: Minimalaufmerksamkeit für Schlüsselreize, punktuelle Aufmerksamkeit bei interessierenden Inhalten
- Wechsel zwischen Phasen aufmerksamer und unaufmerksamer Rezeption aufgrund situativer oder medienbedingter Faktoren

Fragestellungen

- Zeitdimension:
Umfang des Nebenbeisehens
- Sozialdimension:
Situationen des Nebenbeisehens
- Inhaltsdimension:
Inhalte des Nebenbeisehens
- Zusammenhang zur übrigen Mediennutzung
- Gründe des Nebenbeisehens

Forschungsstand

- Studien der BAT-Freizeitforschung
- Begleitforschung Kabelpilotprojekte
- Telemetrische Validierungsforschung

- Qualitative Studien

Methode

- Schriftliche standardisierte Befragung mit Tagebuch
- „Quoten“-Stichprobe
Einfachquotierung nach Alter, Geschlecht, Bildung
n = 302
- Durchführung: AMW-Studenten
- Zeitraum: Sommer 2002
- nachtägliche Gewichtung anhand Mikrozensus,
kombiniert für Alter, Geschlecht, Bildung

Operationalisierung

Umfang Nebenberuf (Zeitdimension)

- Abfrage des Gesamtkonsums an Wochentagen und Wochenende
- Skala des Anteils der Nebenberuflichkeit (0, 1/4, 1/2, 3/4, 1); daraus Indexbildung

Operationalisierung Situationen (Sozialdimension)

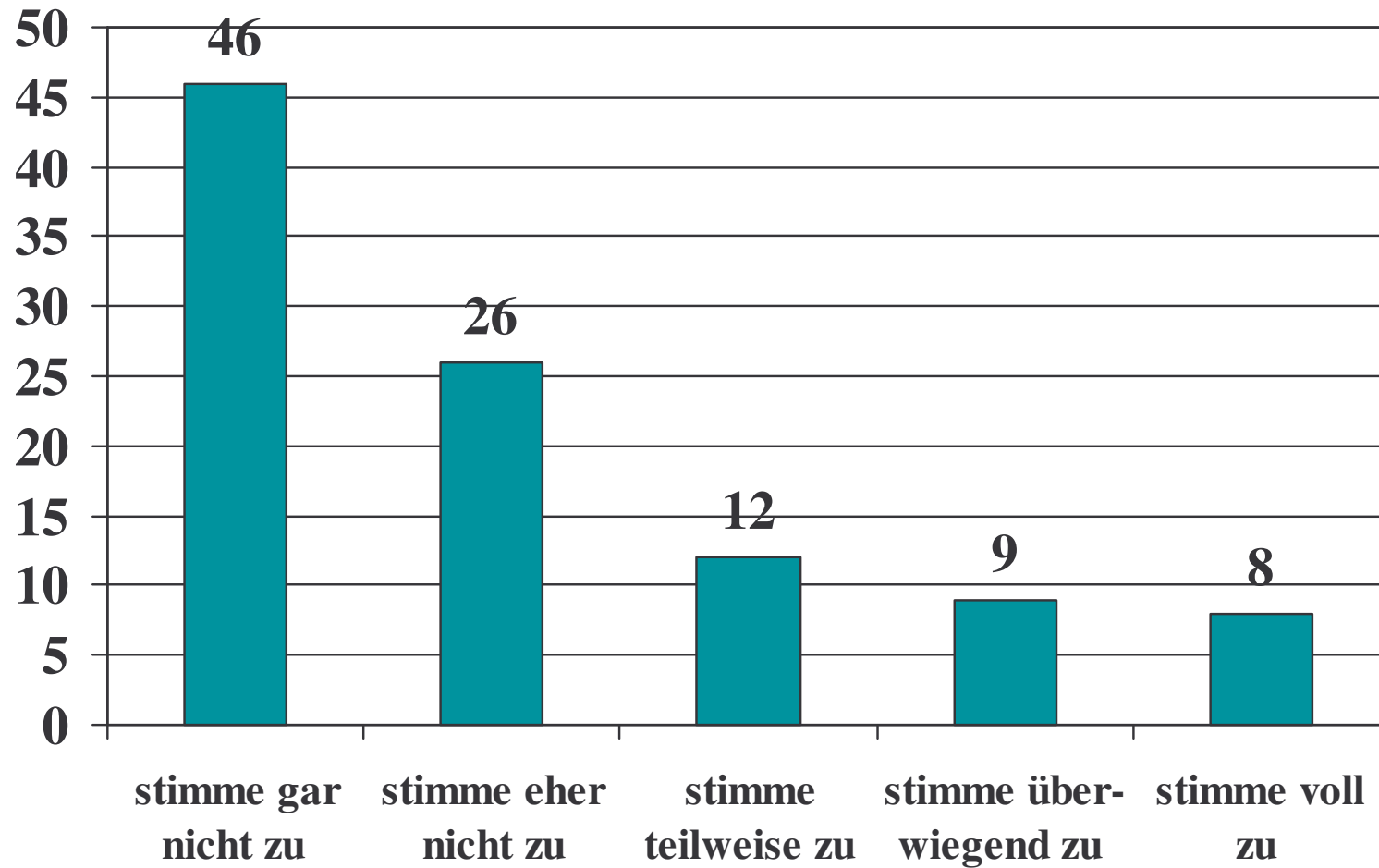
- Liste von Haupttätigkeiten
- 5er-Skala „nie- selten - ab und zu - oft - sehr oft“

Operationalisierung Inhalte (Sachdimension)

- Liste von Fernsehgenres
- 4er-Skala: „schaue ich ... nie - selten - gelegentlich - häufig“
- Wenn „gelegentlich“ oder „häufig“:
4er-Skala: „mache etwas nebenbei ... nie -selten - gelegentlich häufig“

Subjektive Wahrnehmung einer Veränderung der Nebenbeinutzung

„Heute lasse ich den Fernseher häufiger nebenbei laufen als früher.“



Umfang des Nebenbeisehens

Befragung

Tagebuch

$r = .52$

TV-Nutzung: 188 Min/Tag

TV-Nutzung: 185 Min/Tag

Nebenbeinutzung: 52 Min/Tag

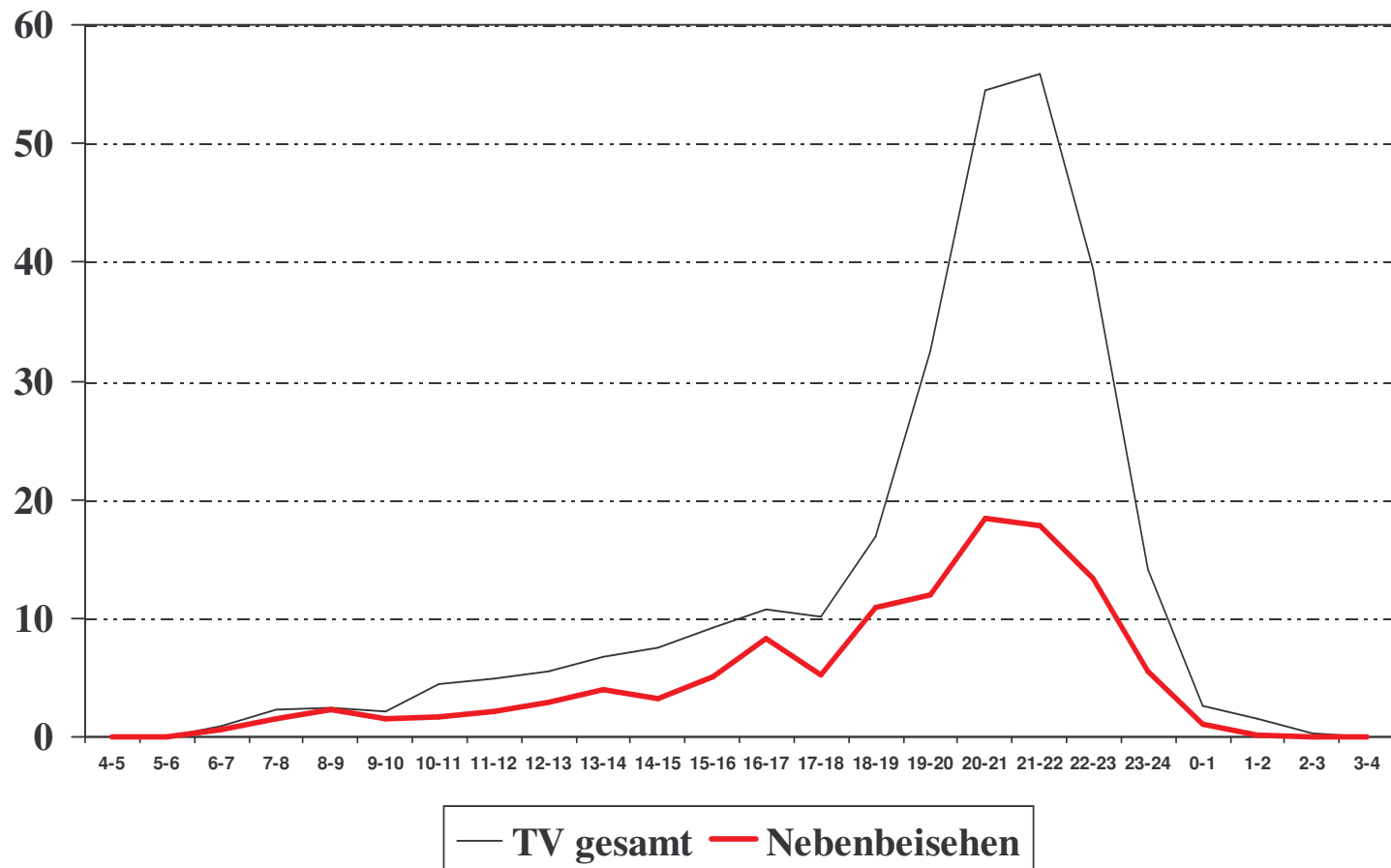
Nebenbeinutzung: 61 Min/Tag

Anteil 28 %

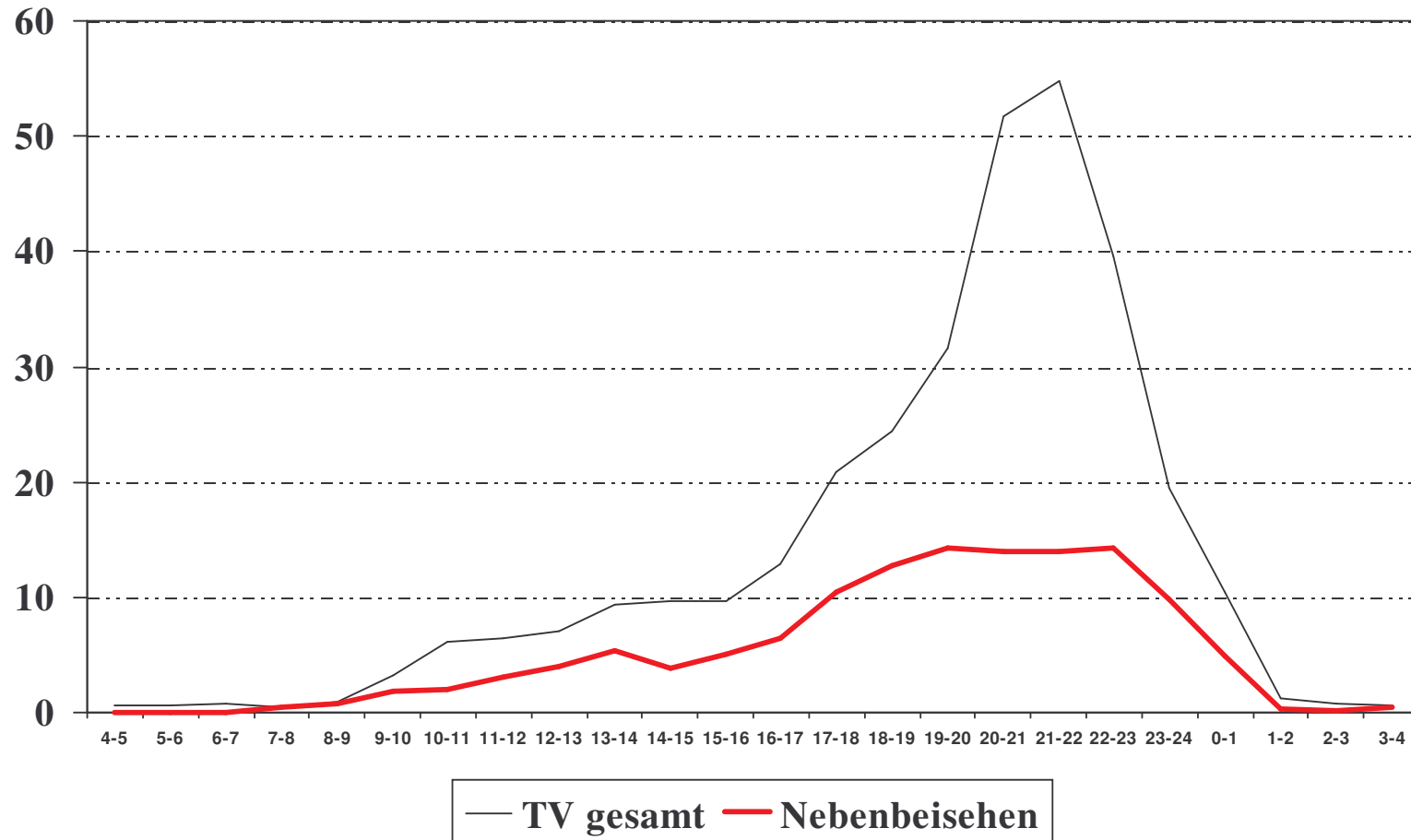
Anteil 33 %

$r = .44$

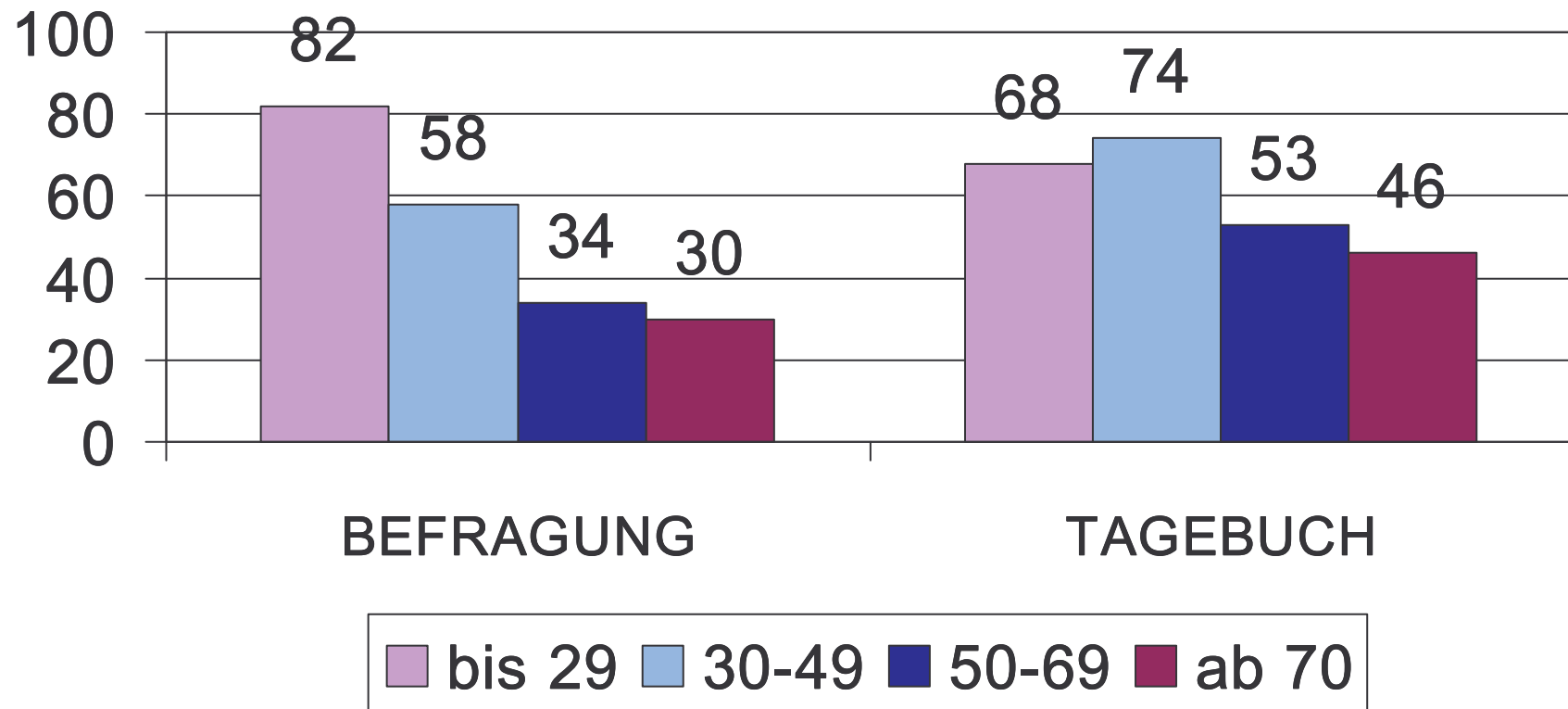
Fernsehen und Nebenbeisehen an Wochentagen (Prozent der Befragten, Tagebuch)



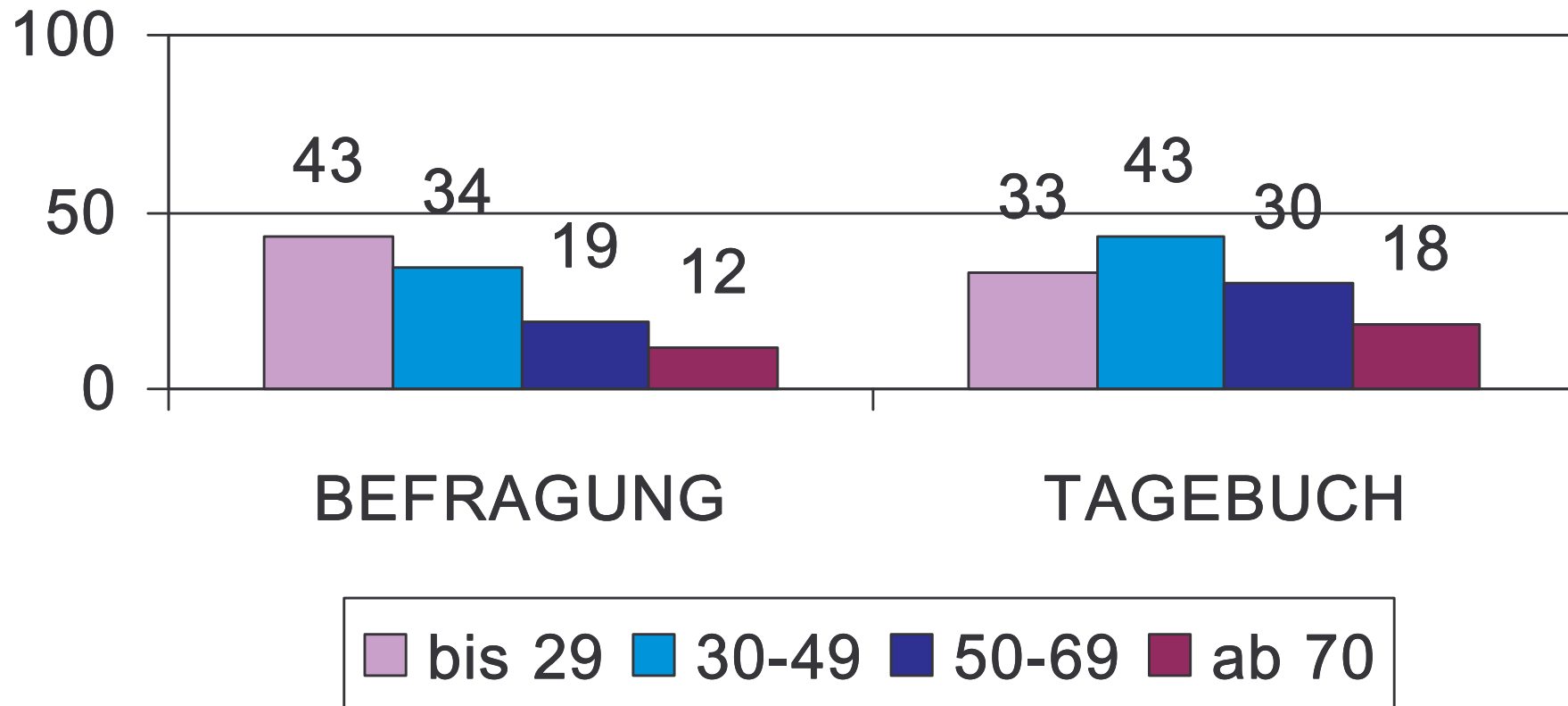
Fernsehen und Nebenbeisehen am Wochenende (Prozent der Befragten, Tagebuch)



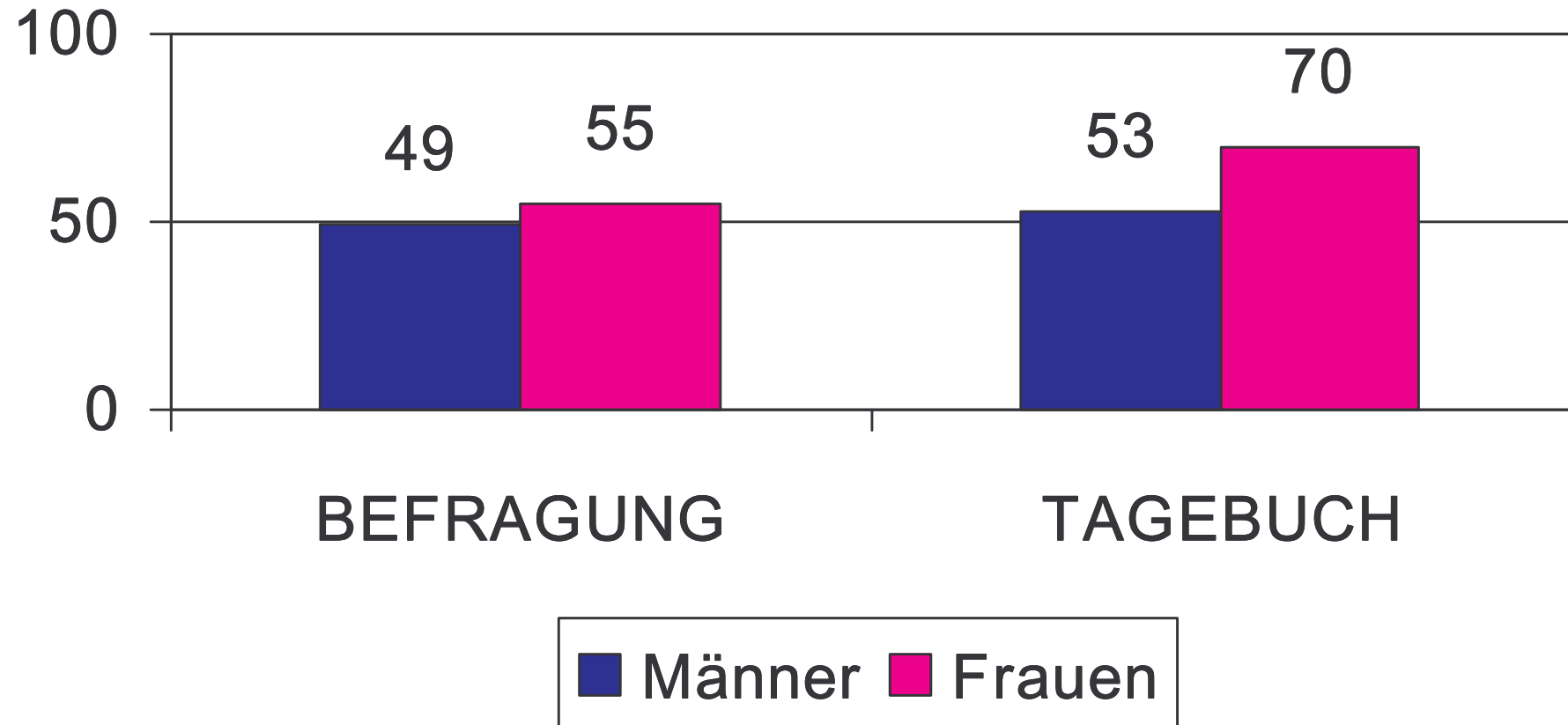
Nebenbeisehen (Min./Tag) nach Alter



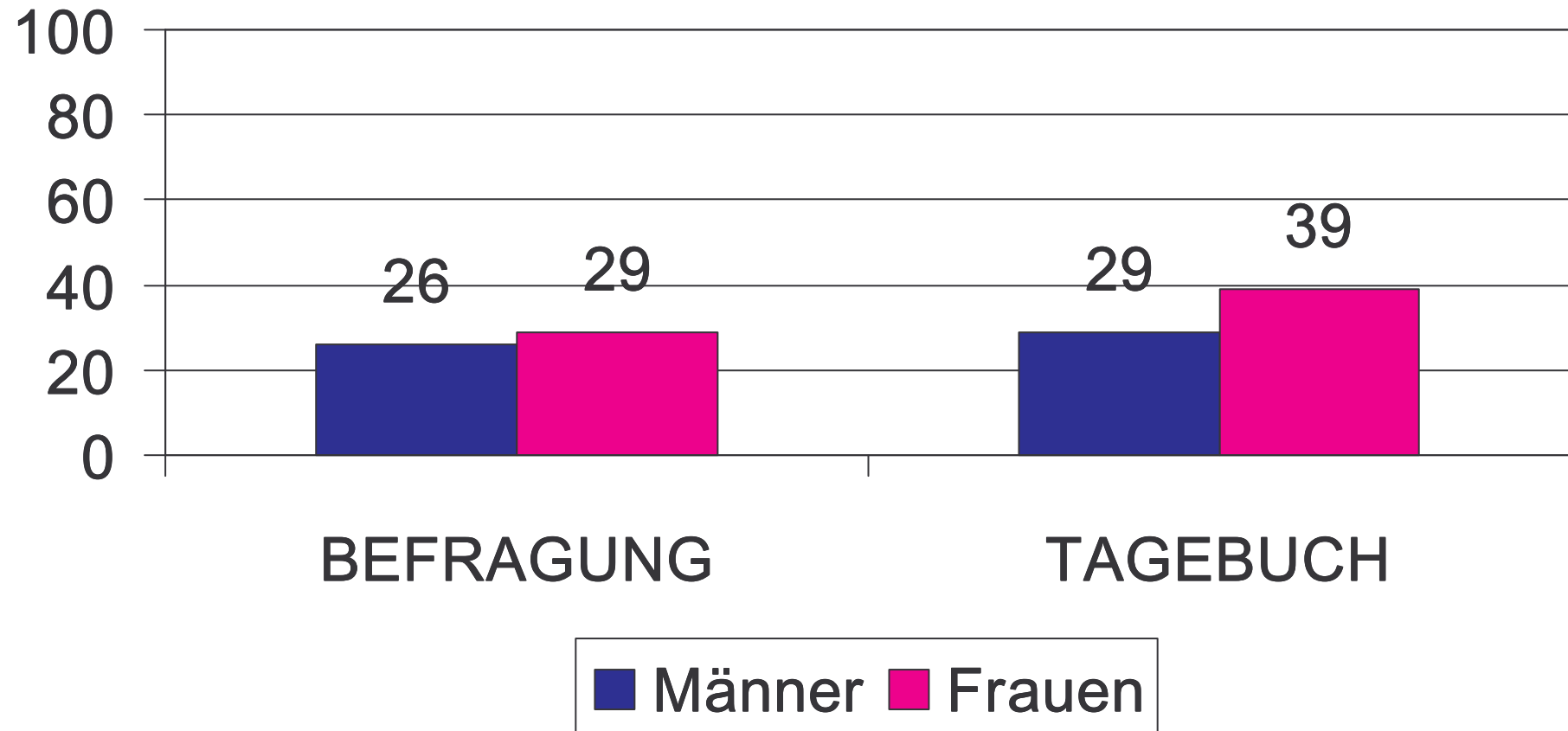
Anteil des Nebenbeisehens (%) nach Alter



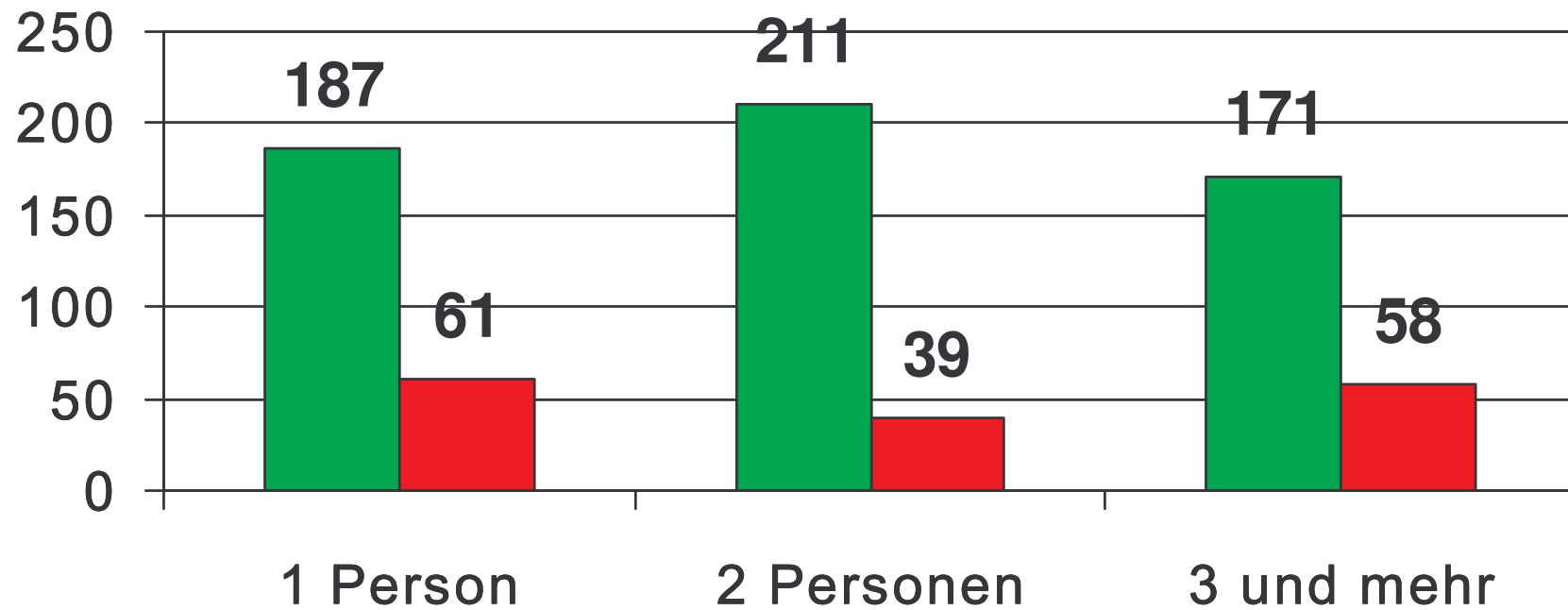
Nebenbeisehen (Min./Tag) nach Geschlecht



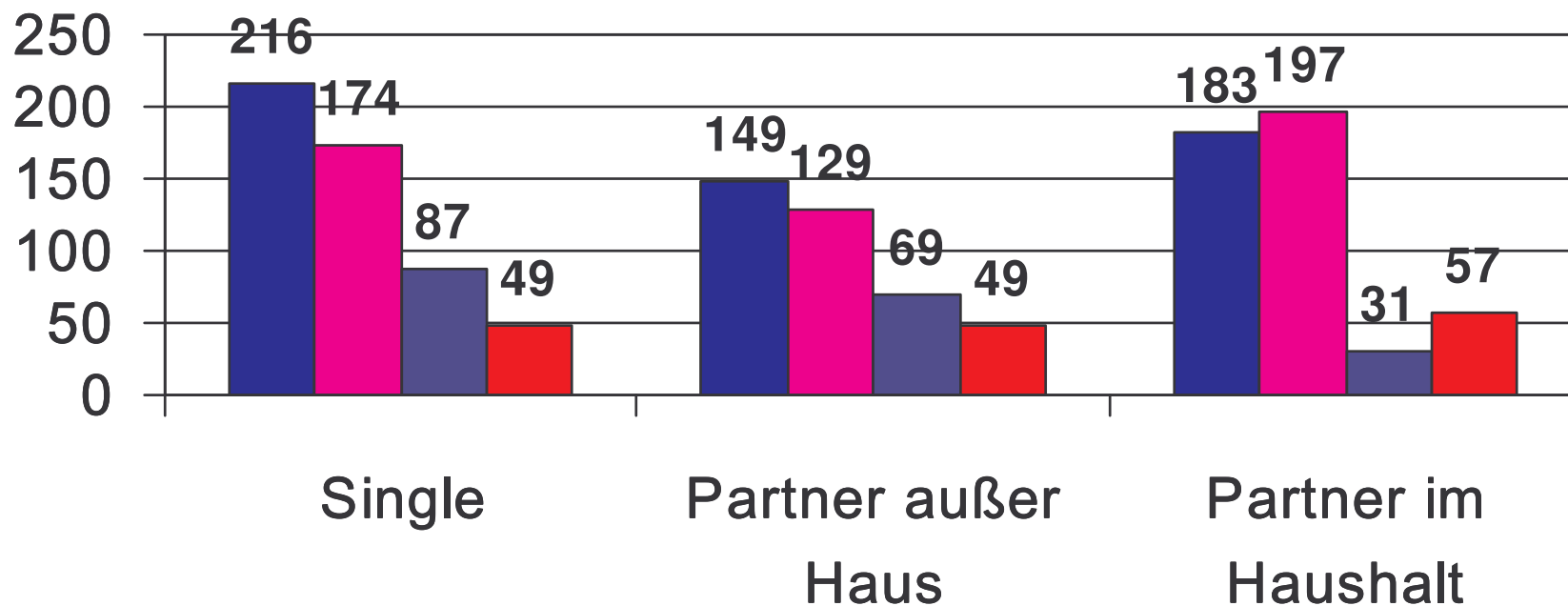
Anteil des Nebenbeisehens (%) nach Geschlecht



Umfang des Fernsehens / Nebenbeisehens (Min./Tag) und Haushaltsgröße (Befragung)



Umfang des Fern- und Nebenbeisehens (Min./Tag) und Partnerschaft (Befragung)



■ Männer TV ■ Frauen TV ■ Männer NBTv ■ Frauen NBTv

Dimensionen der Aufmerksamkeit bei der Fernsehnutzung

Nutzungsmodi des Fernsehens

Nutzungsmodi des Fernsehens

Konzentrierte Nutzung

Ich schalte eine Sendung gezielt ein und schaue sie mir dann von Anfang bis Ende an.

Ich sitze aufmerksam vor dem Fernseher und verfolge die Sendung.

Zapping

Ich schalte einfach den Fernseher ein und schaue mal, was gerade kommt.

Ich schalte hin und her, ohne etwas Bestimmtes zu suchen.

Ich schalte erst durch die Programme und entscheide mich danach, was ich sehen will.

Audioorientierte Nebenbeinutzung

Hin und wieder schaue ich kurz hin, wenn in der Sendung etwas Interessantes kommt.

Der Fernseher läuft und ich passe gar nicht richtig auf, was kommt.

Ich schaue zwar nicht hin, höre aber aufmerksam zu.

Der Fernseher ist wie eine Geräuschkulisse, ich kriege eigentlich nicht mit, was da läuft.

Sozialorientierte Nebenbeinutzung

Wenn mich jemand besuchen kommt, schalte ich den Fernseher aus. (-)

Ich unterhalte mich mit anderen, während der Fernseher läuft.

Videoorientierte Nebenbeinutzung

Wenn mich jemand besuchen kommt, lasse ich den Fernseher laufen, schalte aber den Ton aus.

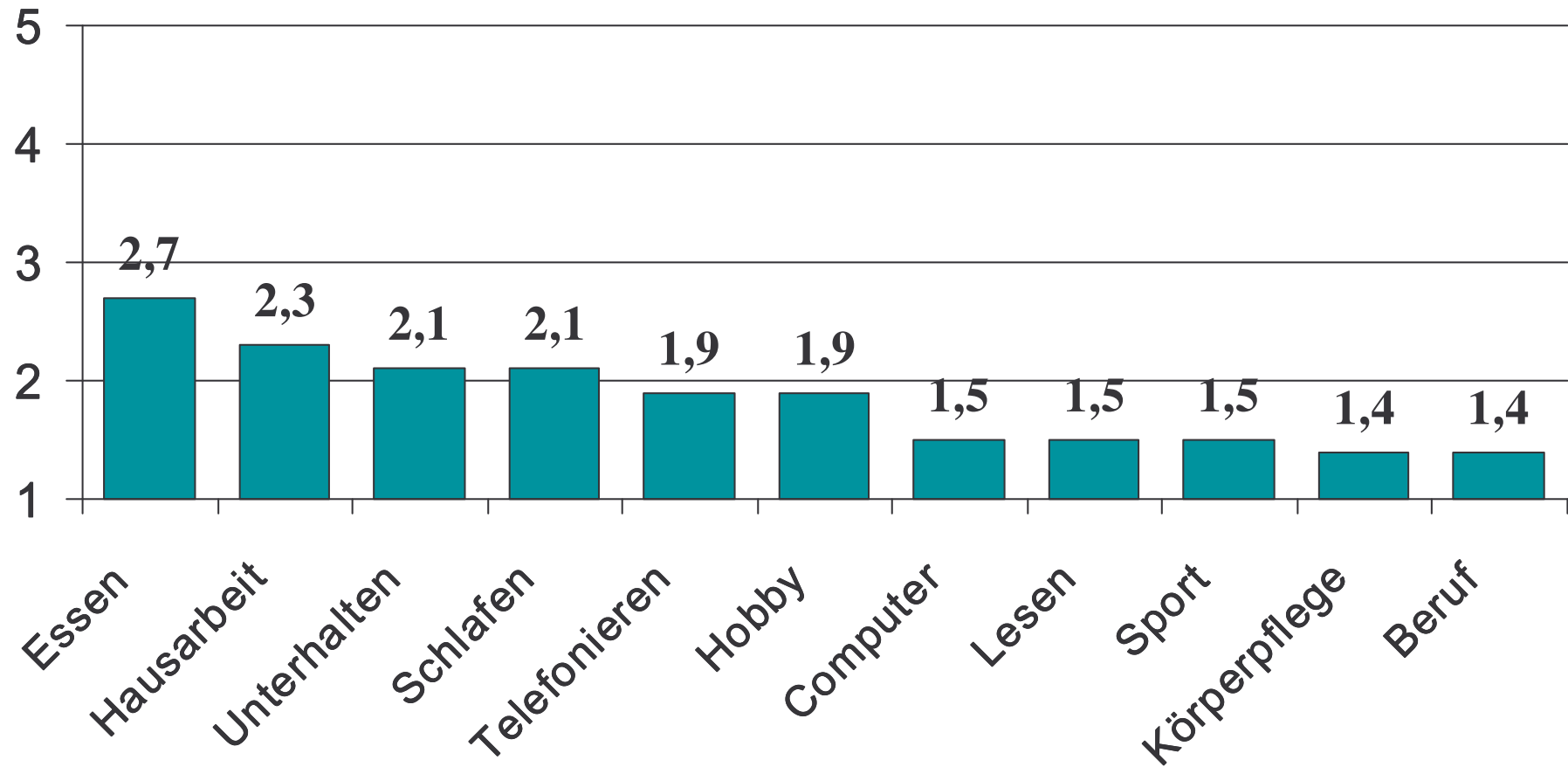
Ich habe den Ton ausgeschaltet und schaue mir nur zwischendurch die Bilder an.

Modus des Fernsehens

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable: Umfang des Nebenbeisehens in Minuten			
	Befragung		Tagebuch	
	<i>Korrelationen</i>	beta	<i>Korrelationen</i>	beta
		R ² = .33		R ² = .24
Audiozentriert	.55	.45***	.41	.27***
Sozialorientiert	.41	.20***	.34	.16*
Zappen	.37		.38	.19**
Videozentriert	.07		-.03	-.13*
Konzentriert sehen	-.23		-.29	

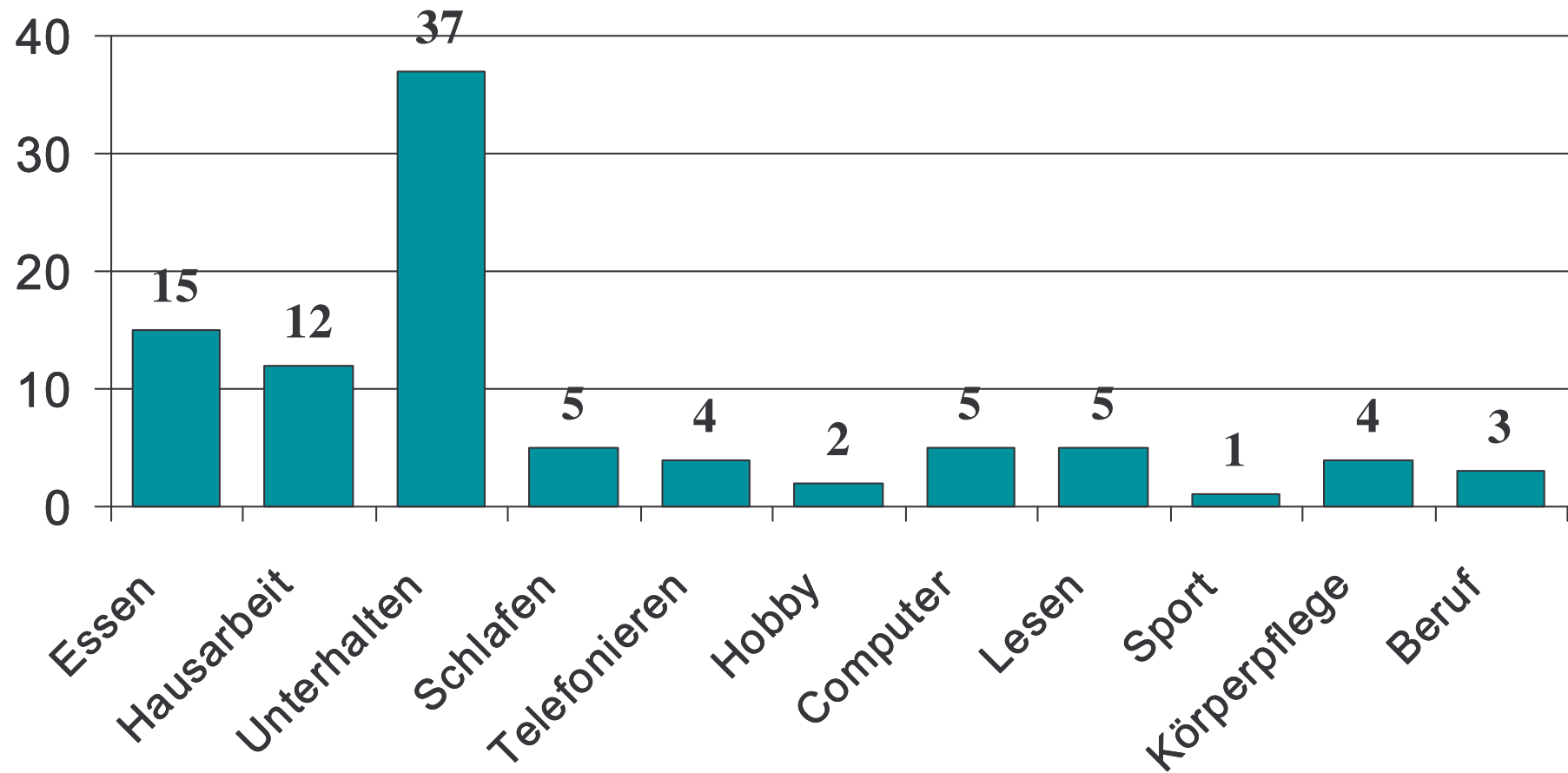
Situationen des Nebenbeisehens

(Skala: 1= nie, selten, ab und zu, oft, 5= sehr oft)



Situationen des Nebenbeisehens

(Angaben in Minuten) (Tagebuch)

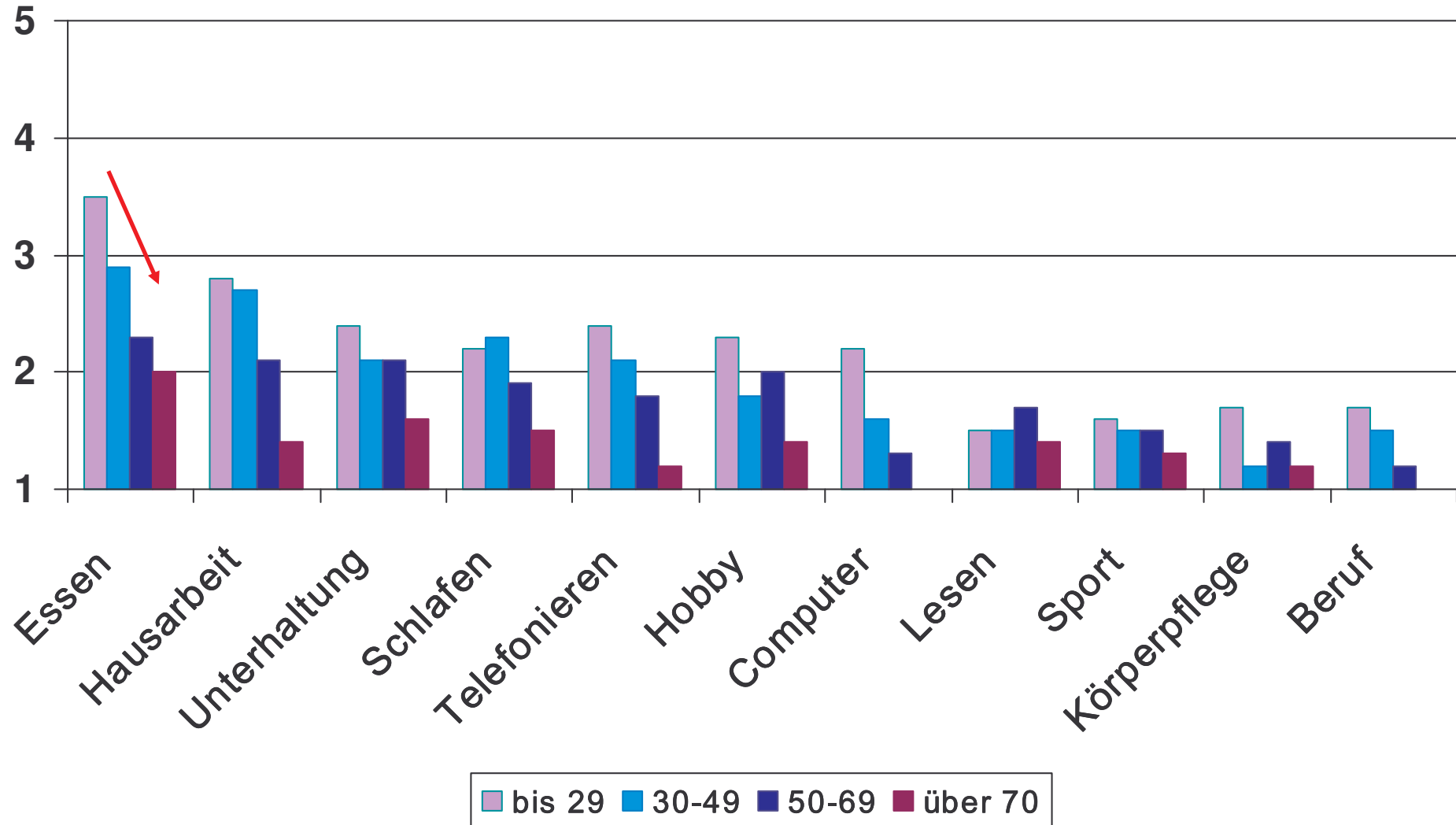


Nebenbeisehen und Situationen des Nebenbeisehens

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable Nebenbeisehen (Befragung)			
	Befragung		Tagebuch	
	<i>Korrelation</i>	$R^2 = .49$ Beta	<i>Korrelation</i>	$R^2 = .34$ Beta
Essen	.58	.33***	.13	
Kochen	.49		--- +)	---
Hobby	.48	.18***	.37	.15*
Spiel	.43	.20***	--- +)	---
Computer	.42	.18***	.25	.25***
Hausarbeit	.39		.42	.16*
Telefon	.37		.32	
Einschlafen	.34	.16***	.06	
Unterhaltung	.31		.46	.19**
Körperpflege	.25		.39	.18**
Beruf	.19		.03	
Lesen	.16		.11	
Sport	.09		.06	

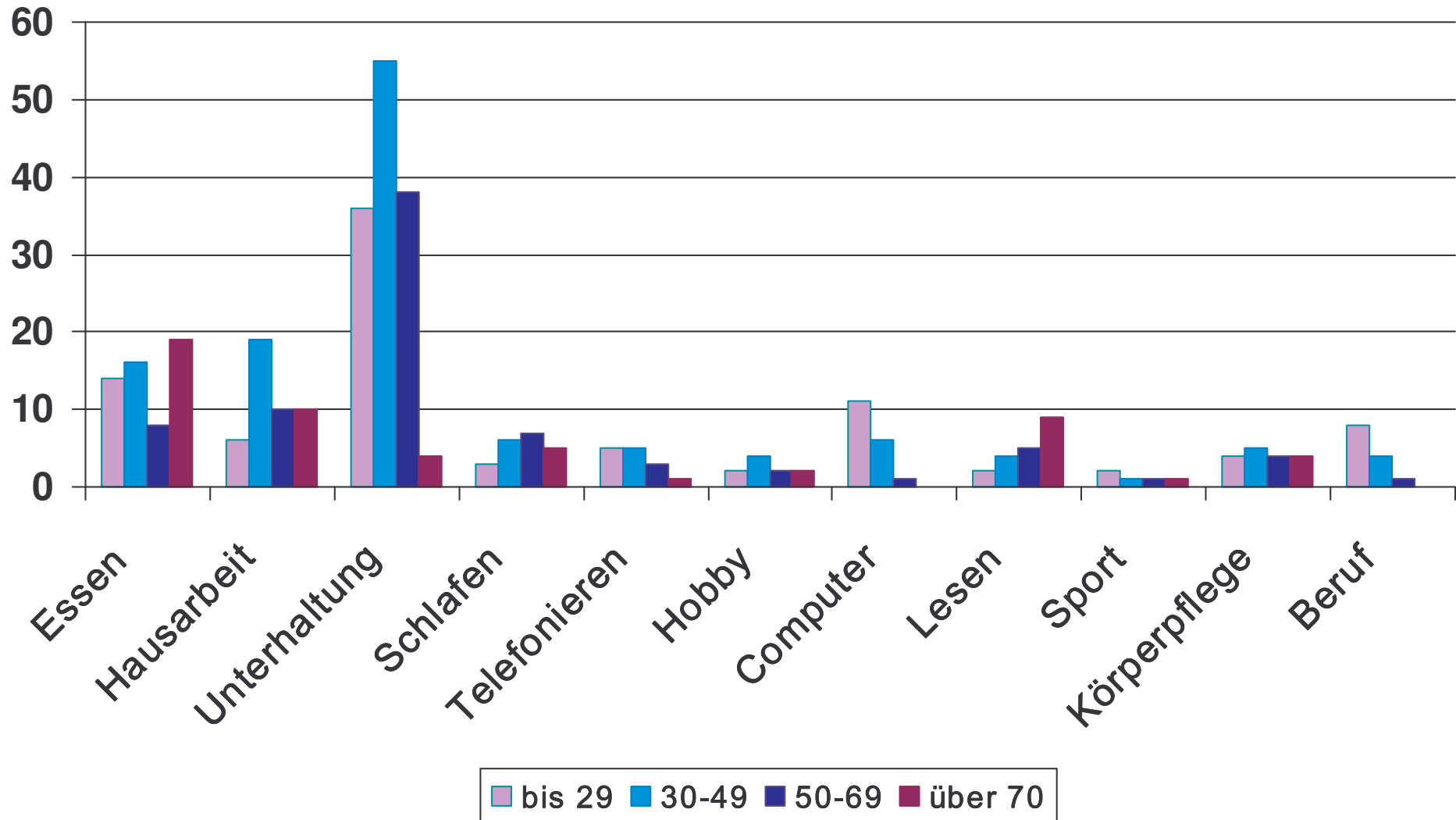
Situation des Nebenbeisehens und Alter

(Skala: 1 = nie, selten, ab und zu, oft, 5 = sehr oft)



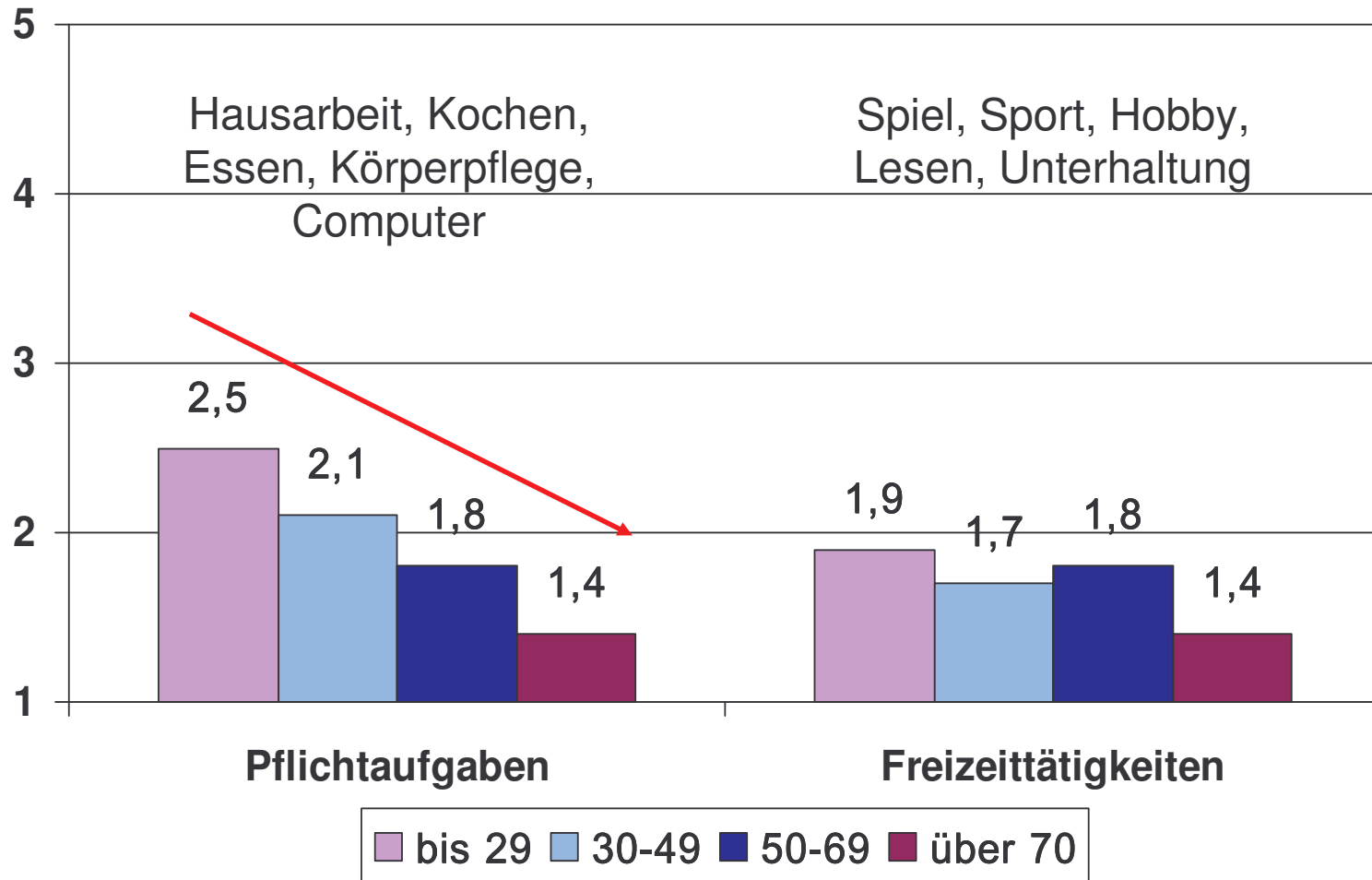
Situation des Nebenbeisehens und Alter

(Angaben in Minuten) (**Tagebuch**)



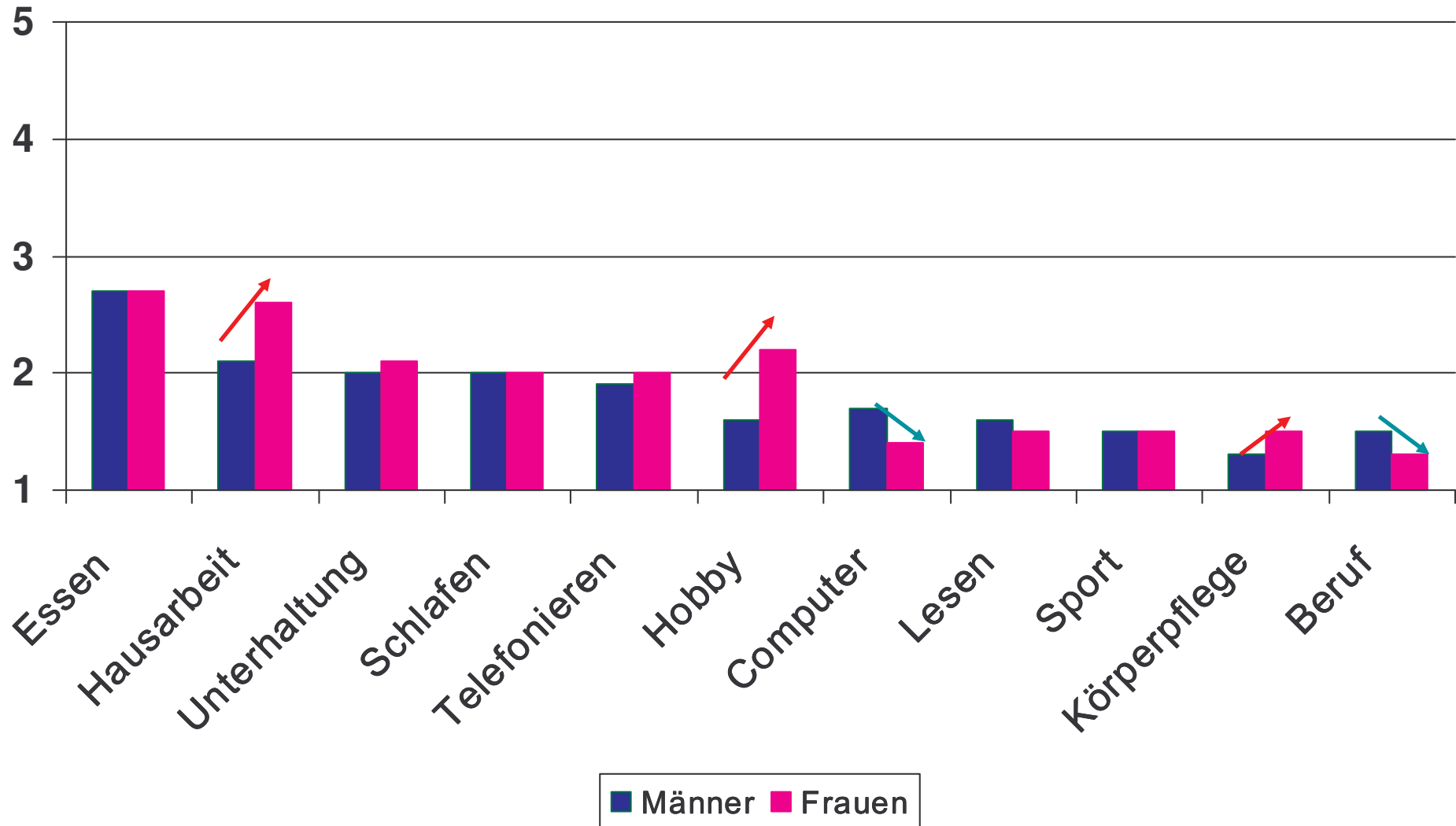
Situation des Nebenbeisehens und Alter

(Skala: nie, selten, ab und zu, oft, sehr oft)

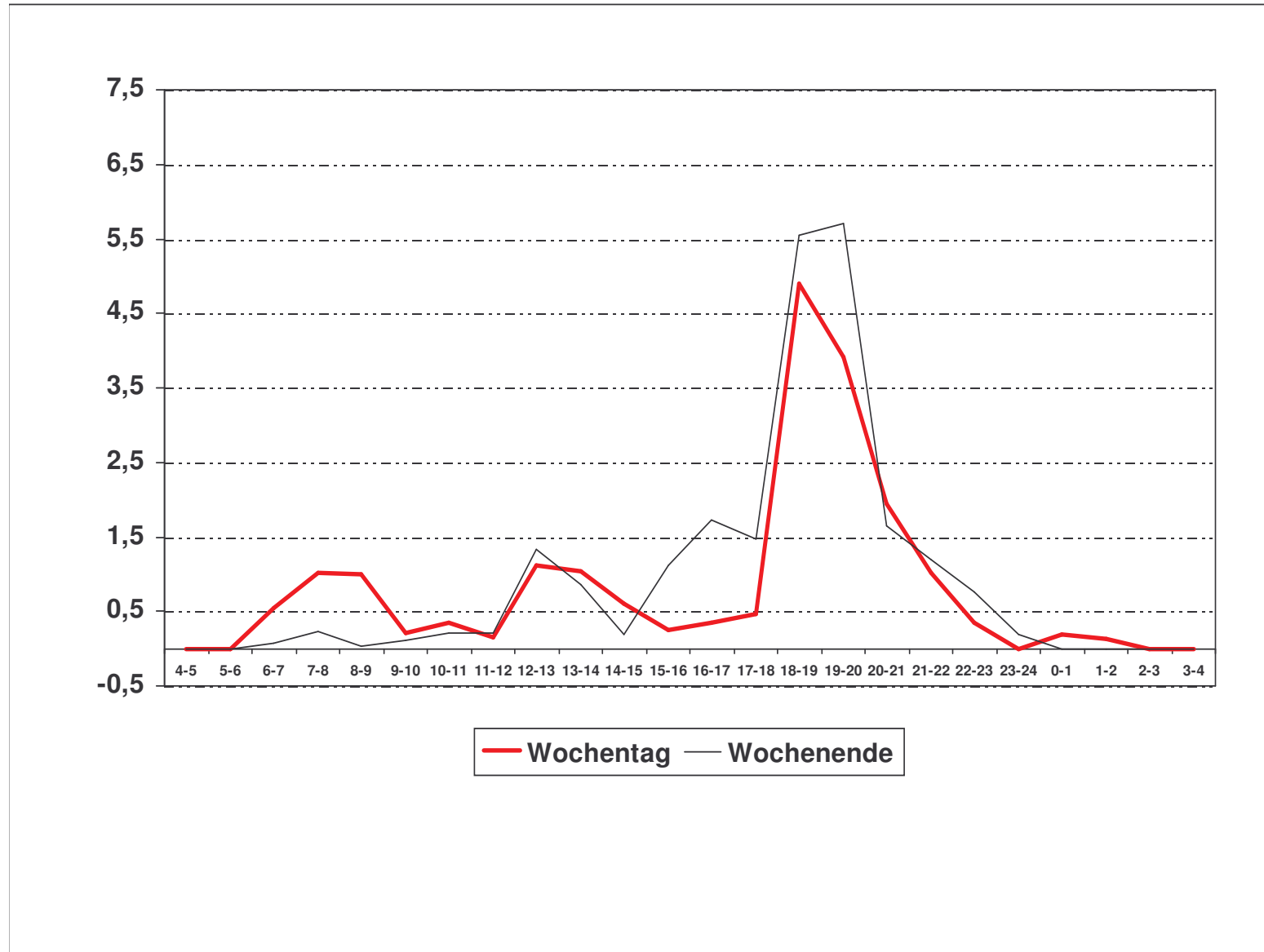


Situation des Nebenbeisehens und Geschlecht

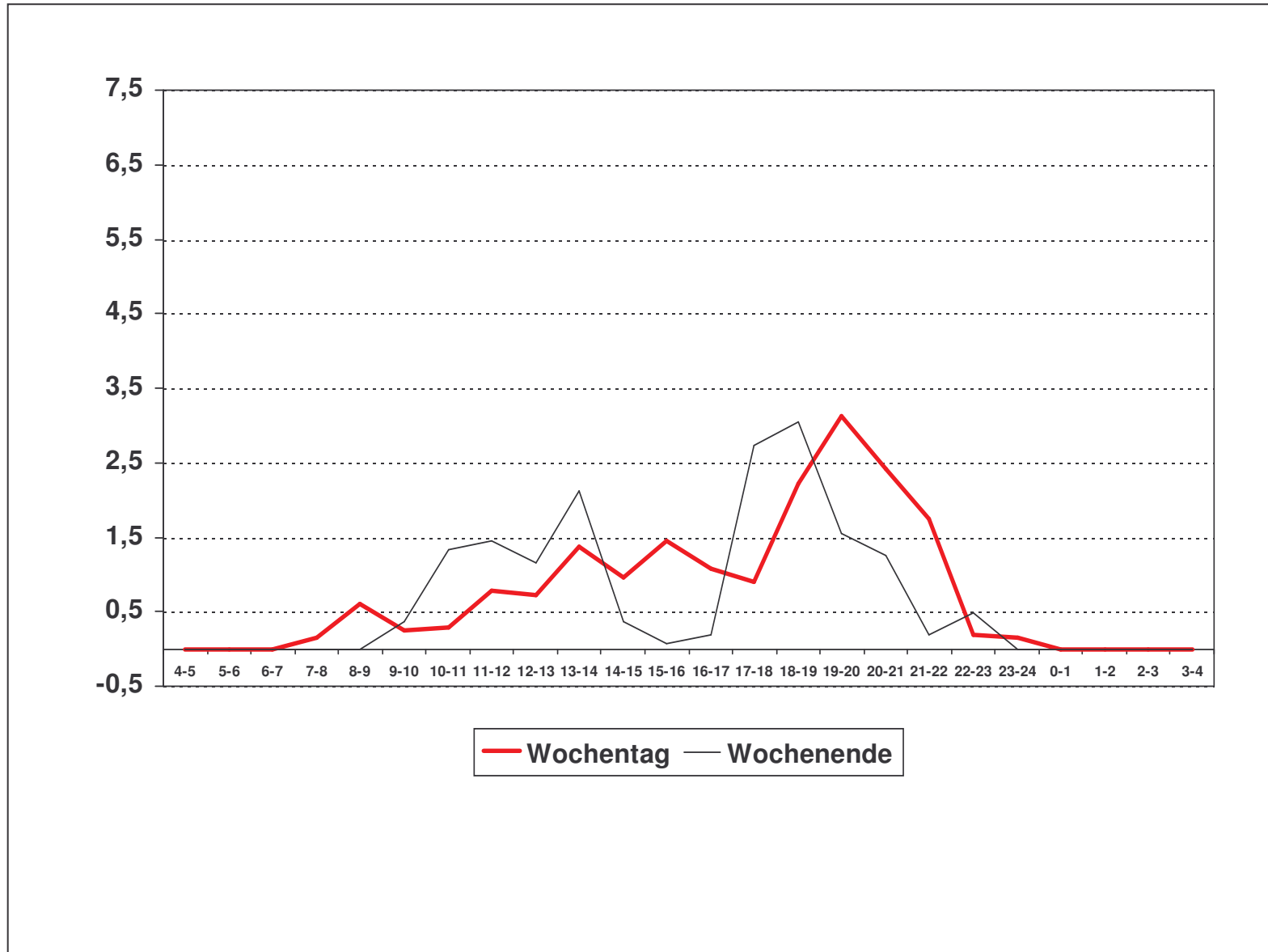
(Skala: nie, selten, ab und zu, oft, sehr oft)



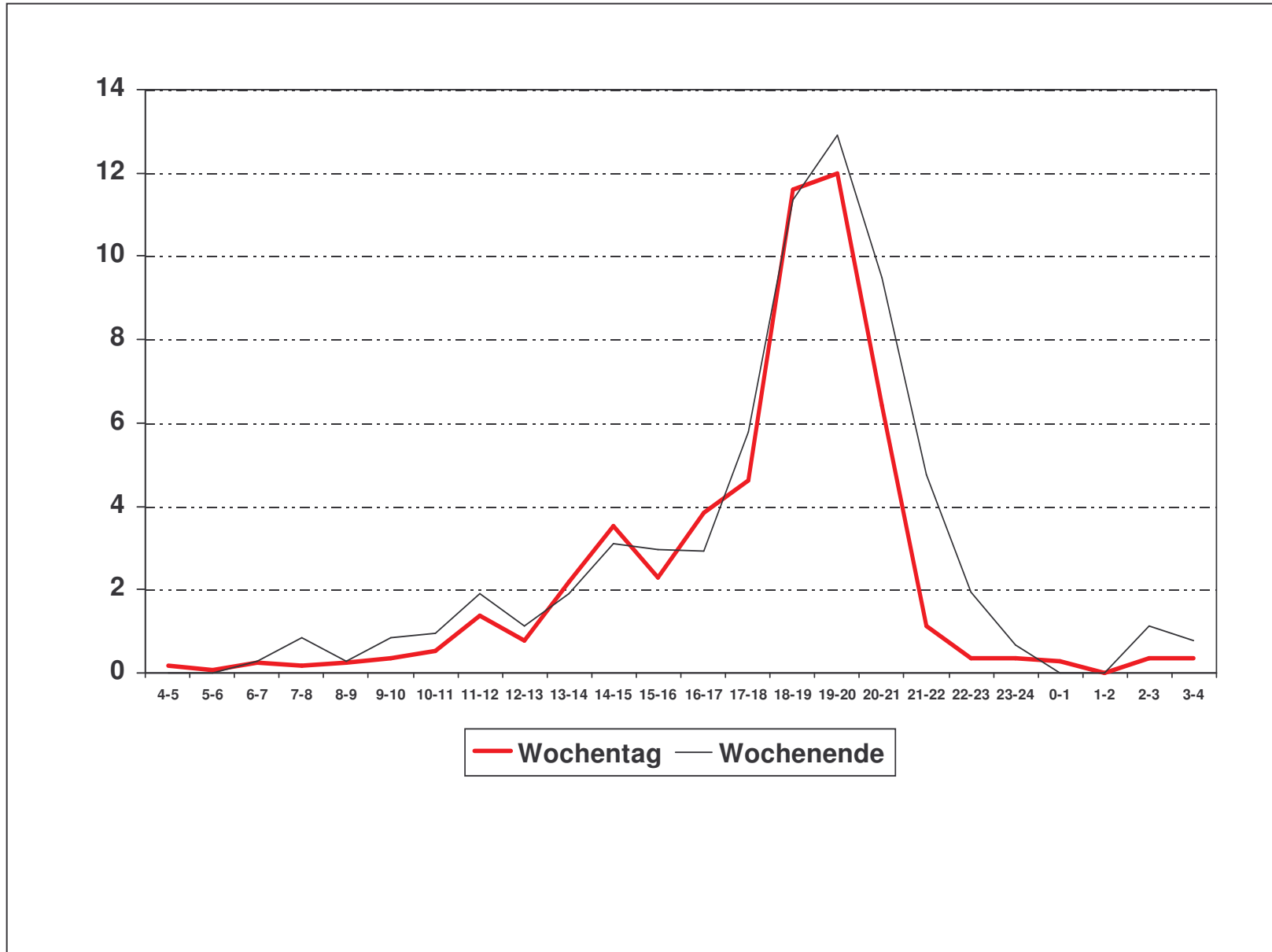
Fernsehen beim Essen im Tagesablauf (Prozent der Befragten, Tagebuch)



Fernsehen bei der Hausarbeit im Tagesablauf (Prozent der Befragten, Tagebuch)

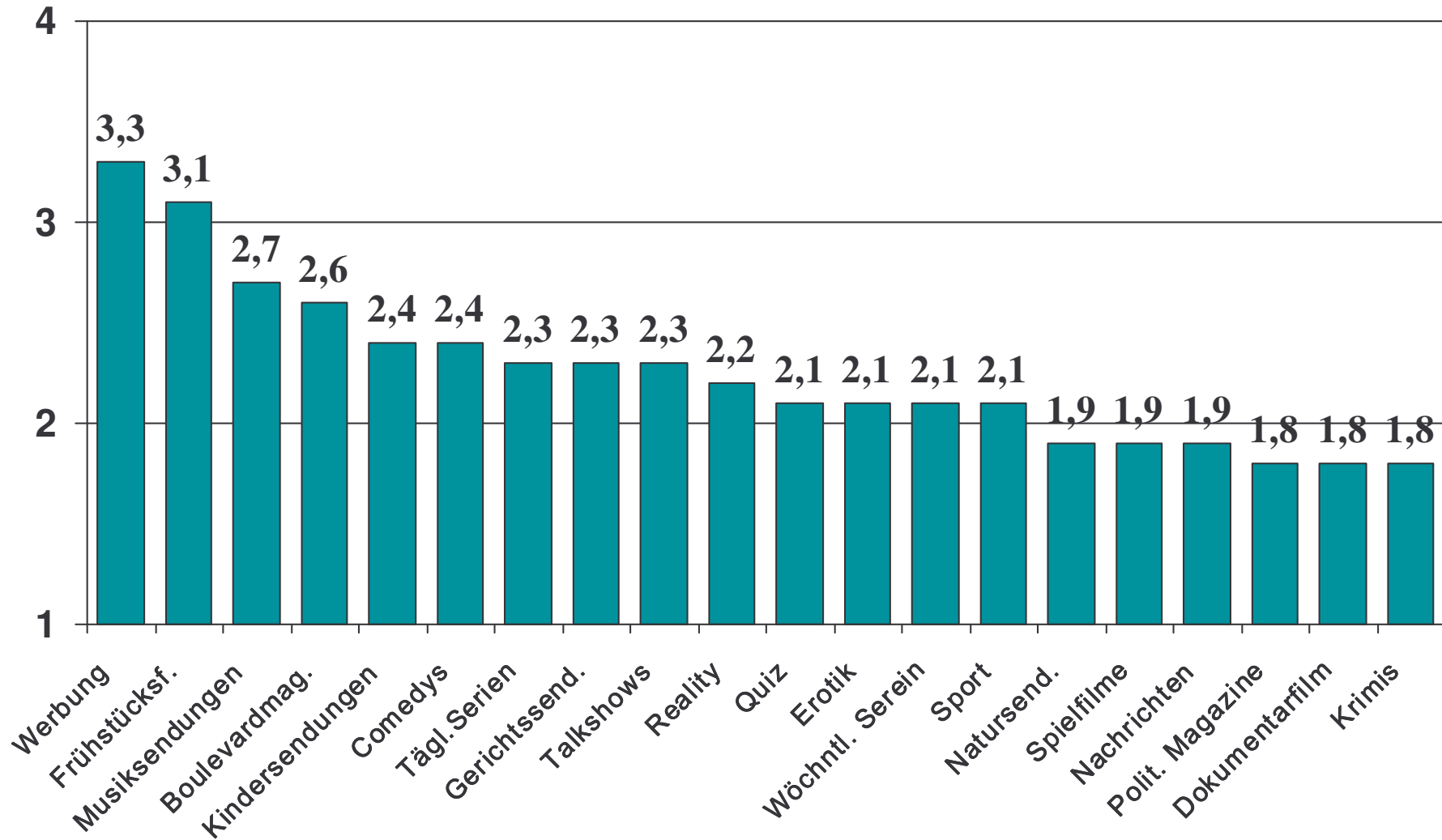


Fernsehen und Unterhalten/Gespräche im Tagesablauf (Prozent der Befragten Tagebuch)



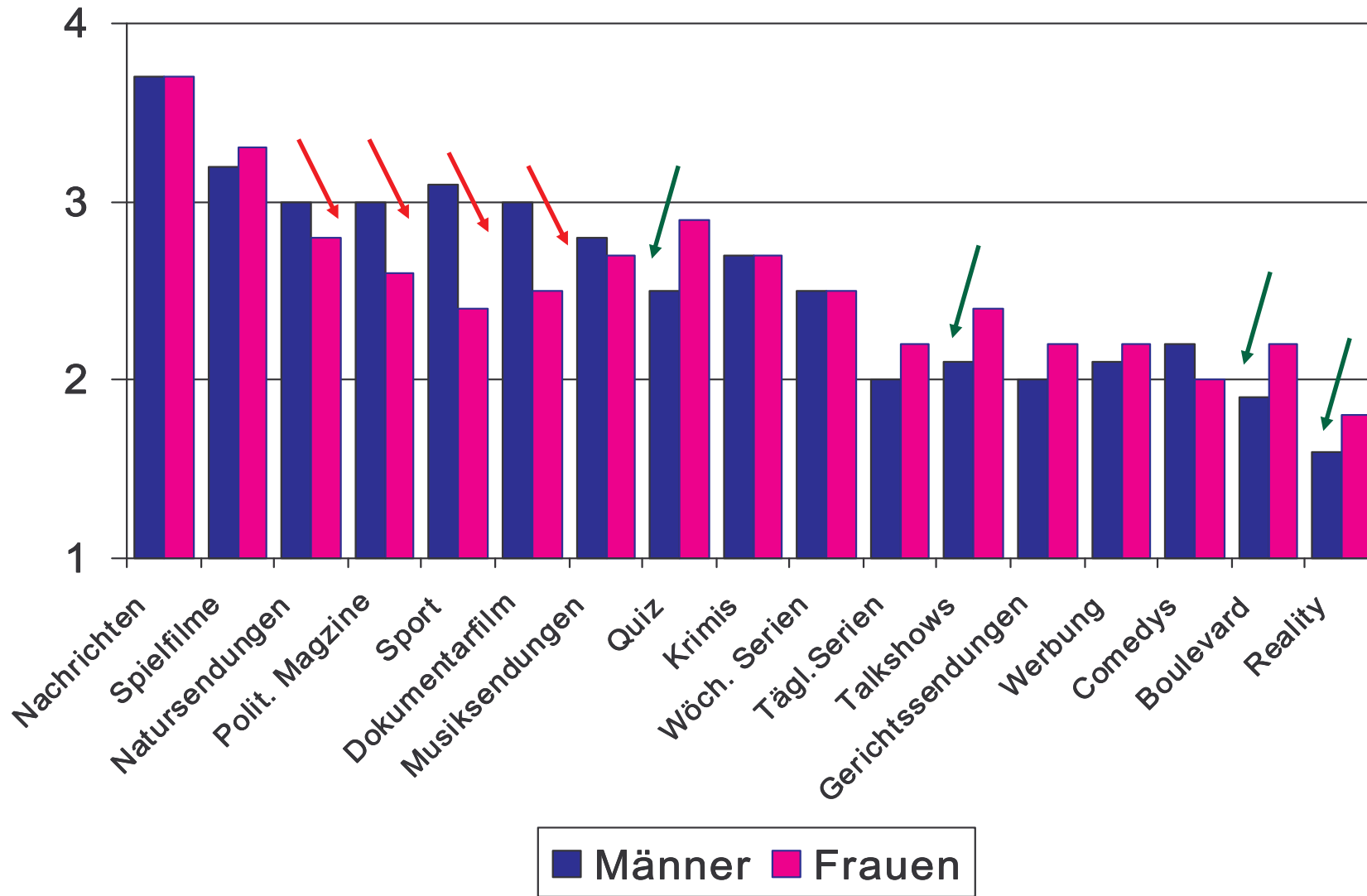
Inhalte des Nebenbeisehens (Skalenmittelwert)

1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich, 4 = häufig



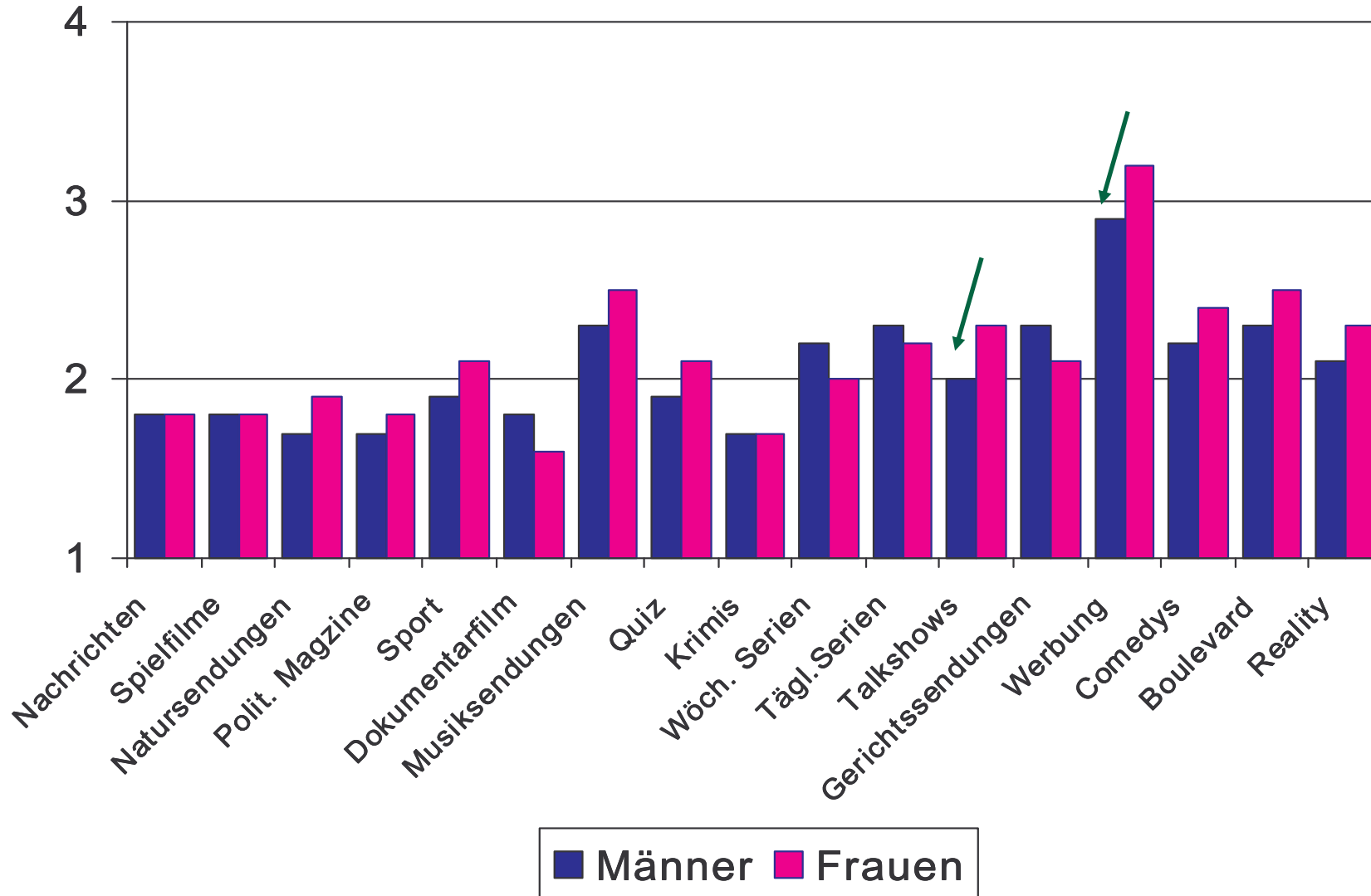
Inhalte des **Fernsehens** nach Geschlecht

1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich, 4 = häufig



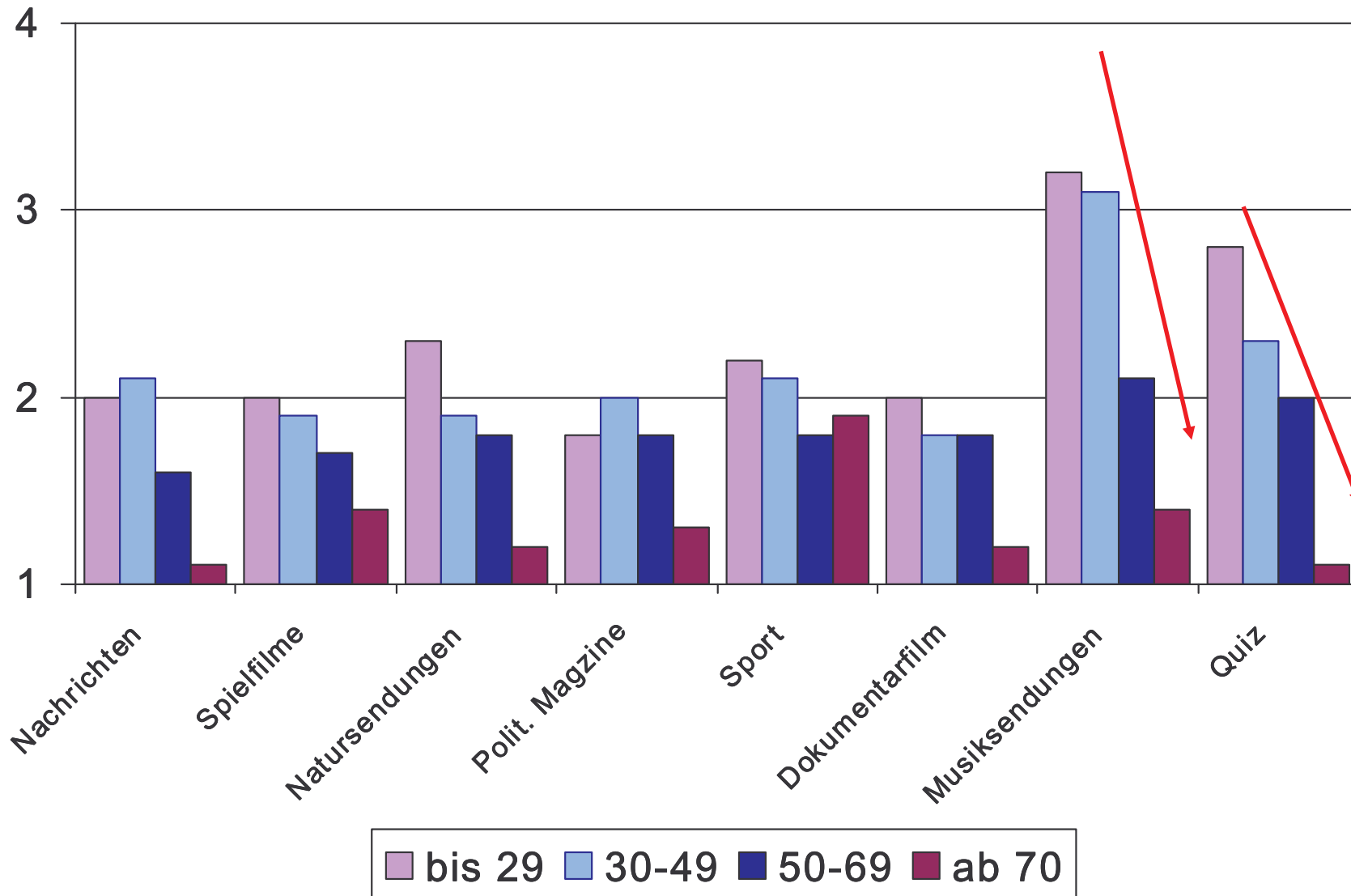
Inhalte des **Nebenbeisehens** nach Geschlecht

1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich, 4 = häufig



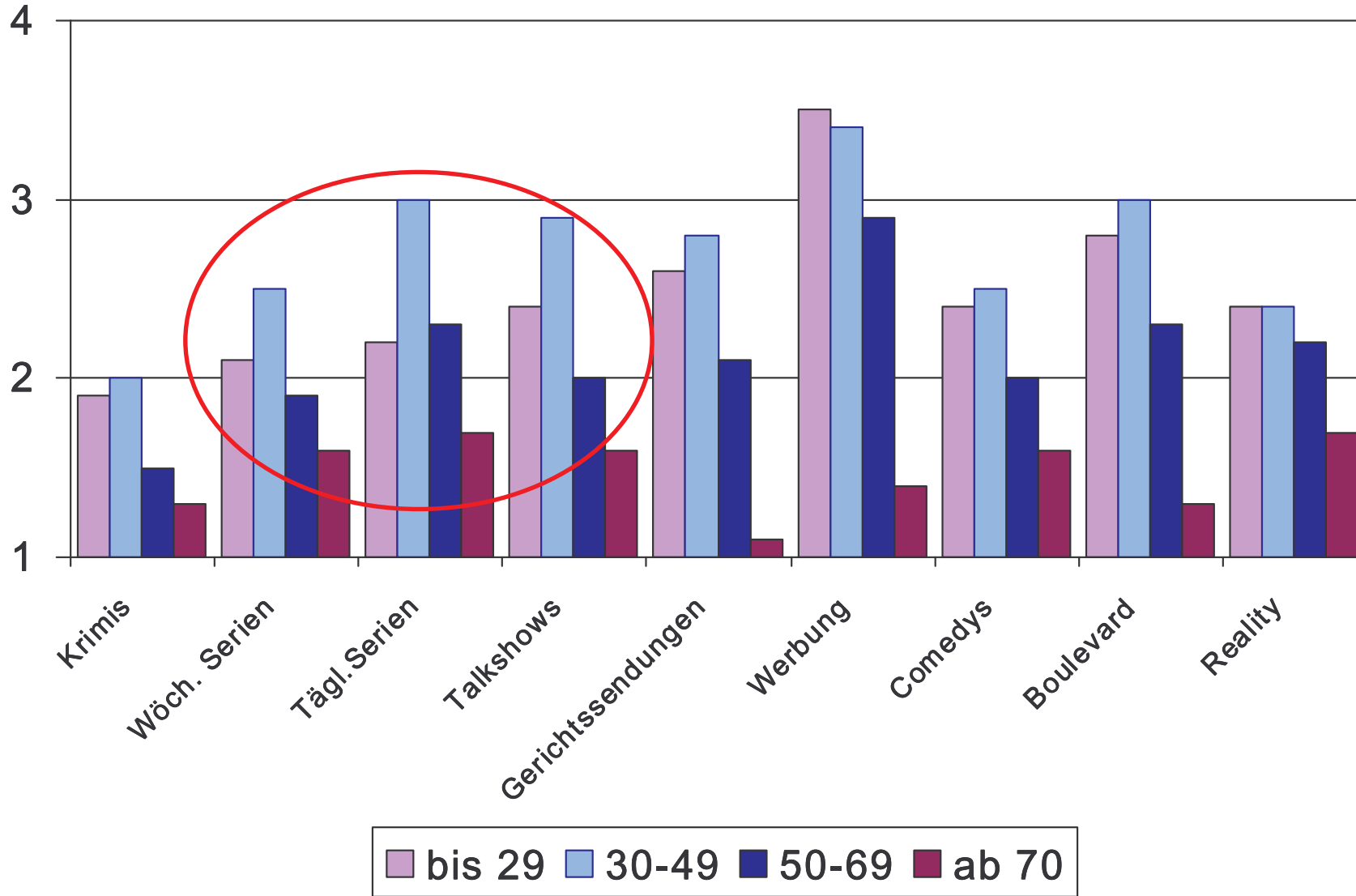
Inhalte des **Nebenbeisehens** nach Alter

1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich, 4 = häufig



Inhalte des **Nebenbeisehens** nach Alter

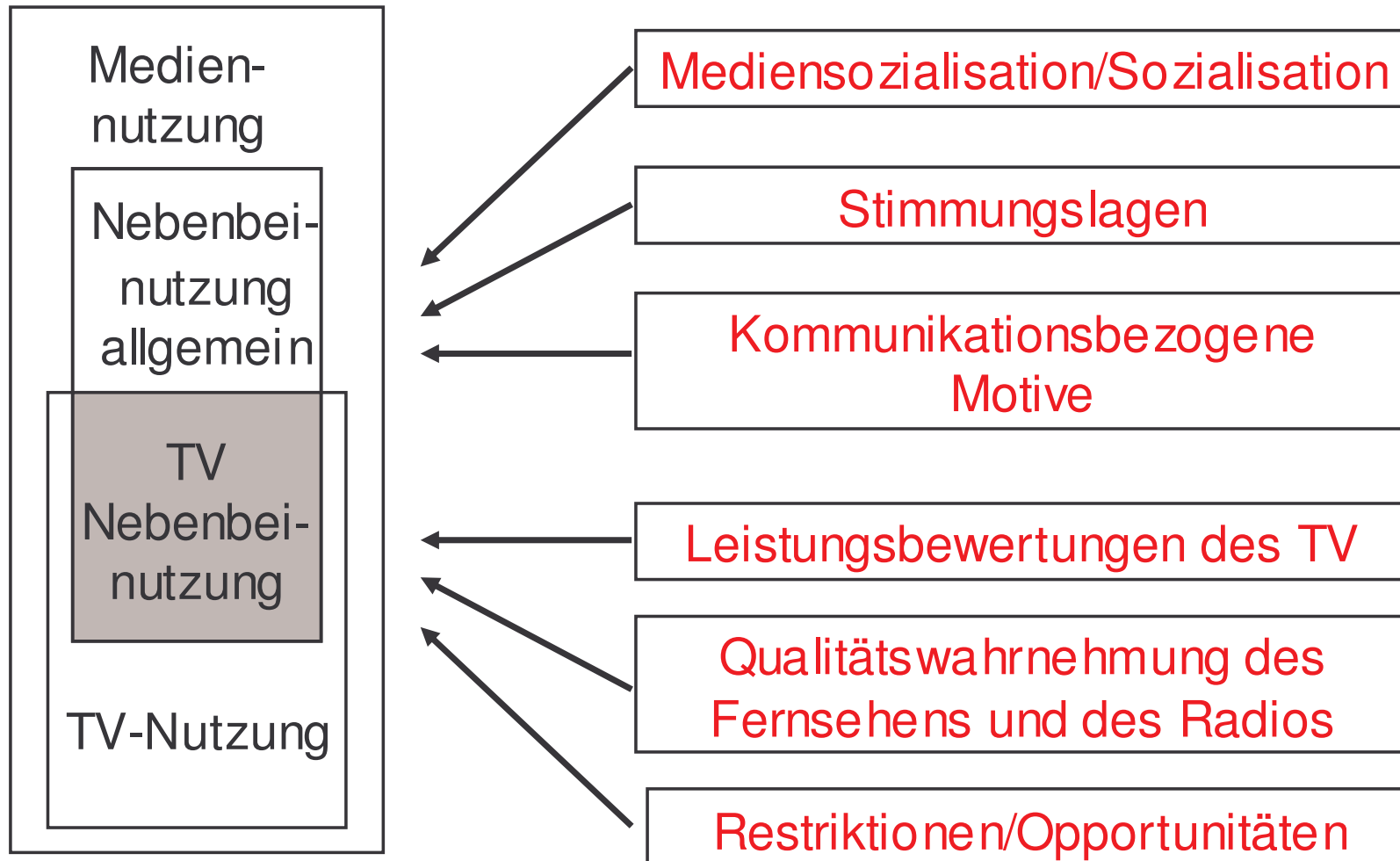
1 = nie, 2 = selten, 3 = gelegentlich, 4 = häufig



Nebenbeisehen und sonstige Mediennutzung (Pearsons-Korrelationen)

	Radio Gesamt- dauer	Nebenbei- radio	Tages- zeitung (Min /Tag)	Zeit- schriften- nutzung	Tonträger- nutzung
Nebenbeisehen (Befragung)	-.05	.08	-.07	.02	.20
Nebenbeisehen (Tagebuch)	-.05	.02	-.14	.09	.14
Nebenbeisehen (Pflicht)	-.06	.23	-.24	.04	.37
Nebenbeisehen (Freizeit)	.12	.43	.04	.06	.23
TV Gesamtdauer	.03	.00	.18	.01	-.08
Radio Gesamtdauer		.58	.12	.04	.07
Nebenbeiradio			-.07	.07	.39
Tageszeitung				.03	-.27
Zeitschriften					.02

Analysemodell: Einflussfaktoren auf die Nebenbeifernsehnutzung



Gründe des Nebenbeisehens

Indikatoren:

Sozialisation/Mediensozialisation

- Alter
- Bildung
- Geschlecht
- Sozialisation: „In meinem Elternhaus wurde viel ferngesehen.“ (Grad der Zustimmung)

Gründe des Nebenbeisehens

Kommunikationsbezogene Motive

Faktorenanalyse

Fluchtmotiv: Manchmal wünsche ich mir, all meine Probleme vergessen zu können (3 Items).

Informationsmotiv: Es ist mir wichtig, über aktuelle Ereignisse umfassend informiert zu werden (3 Items).

Organisationsmotiv Es ist wichtig für mich, mein tägliches Leben optimal zu planen und einzuteilen (3 Items).

Anregungsmotiv Es ist für mich wichtig, Spannendes und Aufregendes zu erleben (3 Items).

Fernsehbindung/Fernsehsucht: Ein Leben ohne Fernsehen kann ich mir sehr gut vorstellen (Ablehnung) (1 Item)

Gründe des Nebenbeisehens

Leistungsbewertungen des Fernsehens

Faktorenanalyse

TV ist Zeitmanager: Manchmal schaue ich Fernsehen nur um die Zeit herzubringen (3 Items).

TV ermöglicht Escape: Das Fernsehen hilft manchmal, die Sorgen und Probleme des Alltags zu vergessen (3 Items).

Leistungen der Nebenbeinutzung: Wenn der Fernseher im Hintergrund läuft, schafft das eine angenehme Atmosphäre (3 Items)

Gründe des Nebenbeisehens

Qualitätswahrnehmung von Fernsehen und Radio

Qualitätswahrnehmung des Fernsehens

Das Fernsehen bringt die neusten Nachrichten besonders schnell. (6 Items)

Wahrgenommene Veränderung der TV-Programmqualität

Das Fernsehprogramm ist in den letzten Jahren immer besser geworden.

Qualitätswahrnehmung des Radios

Das Radio bringt die neusten Nachrichten besonders schnell. (4 Items)

Wahrgenommene Veränderung der Radio-Programmqualität

Das Radioprogramm ist in den letzten Jahren immer besser geworden.

Restriktionen/Optionen

Anzahl TV-Geräte

Anzahl Räume ohne TV

In Einpersonenhaushalt lebend

In Zweipersonenhaushalt lebend

Ohne festen Partner lebend

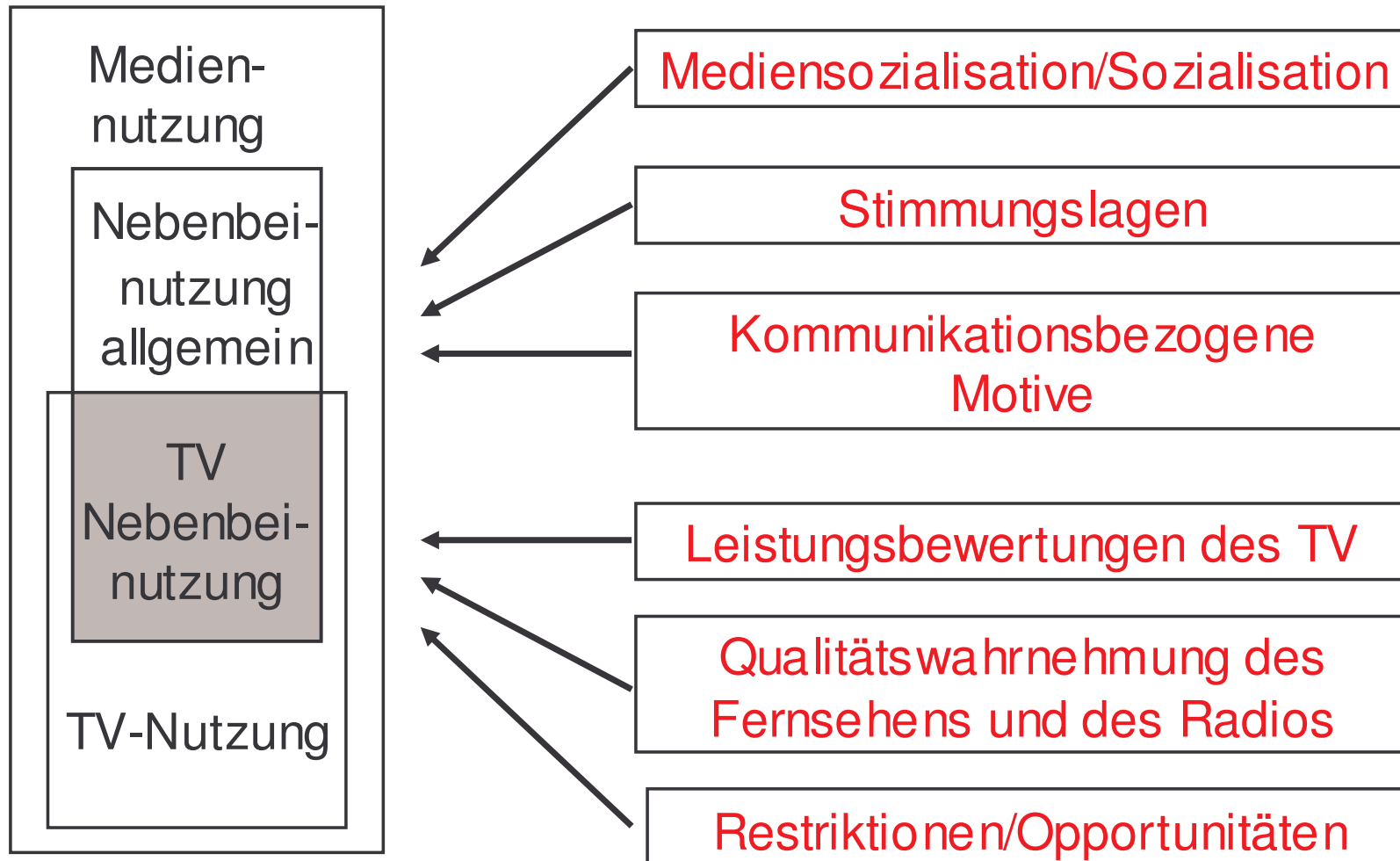
Berufliche Zeitbelastung

Zeitbelastung durch Hausarbeit

Müdigkeit

Kognitive Überlastung: Gleichzeitig fernzusehen und etwas anderes zu tun, finde ich anstrengend (2 Items).

Analysemodell: Einflussfaktoren auf die Nebenbeifernsehnutzung



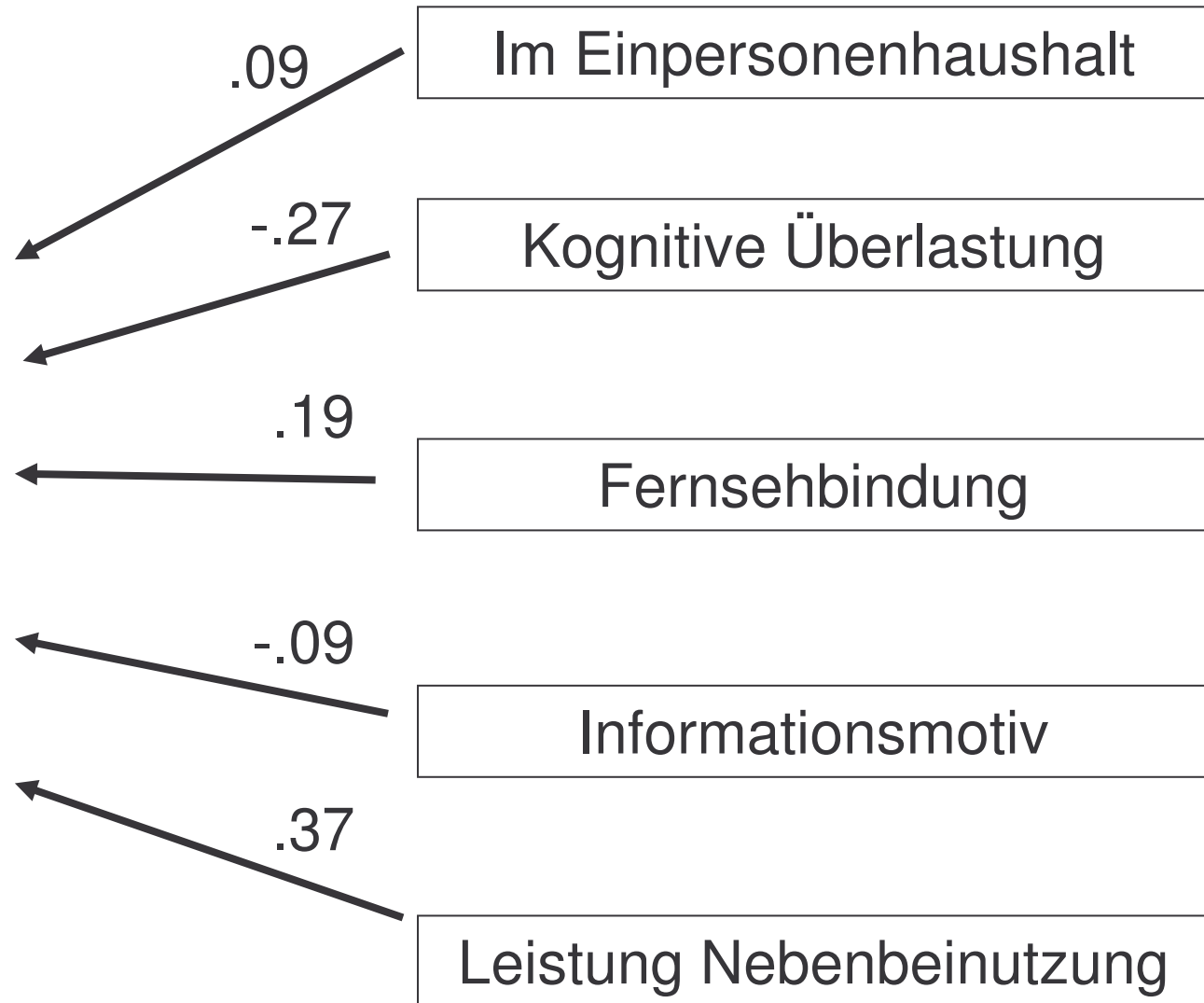
1. Modell

**Erklärung der absoluten Dauer der
Nebenbeifernsehnutzung**

Regressionsmodell

**Nebenbeifernsehnutzung
in
Stunden**

$R^2 = .45$



2. Modell

**Erklärung der
Nebenbeifernsehnutzung von
Enter- und Infotainment am
Nachmittag**

Regressionsmodell

**Nebenbeifernsehnutzung:
Enter- und
Infotainment
am Nachmittag**

$R^2 = .38$

