
Die Wahrnehmung des Medienwandels

Philipp Müller

Die Wahrnehmung des Medienwandels

Eine Exploration ihrer Dimensionen,
Entstehungsbedingungen
und Folgen

Philipp Müller
Mainz, Deutschland

Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München, 2015

ISBN 978-3-658-12811-1 ISBN 978-3-658-12812-8 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-12812-8

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Vorwort

Meine vorliegende Dissertation befasst sich mit Veränderungen im Medienbereich und deren Wahrnehmung durch die Mediennutzer. Wenn ich auf den Entstehungsprozess dieser Studie zurück blicke, kommen mir ebenfalls viele Veränderungen in den Sinn. Ich habe mich als Mensch und Wissenschaftler weiterentwickelt und auch das Forschungsprojekt ist kontinuierlich herangewachsen und hat sich dabei immer wieder verändert. An diesen Entwicklungen waren jedoch nicht nur Werk und Autor beteiligt. Eine ganze Reihe von Personen hat zum Gelingen dieser Arbeit auf verschiedenliche Weise beigetragen. Ihnen möchte ich an dieser Stelle danken.

Zuvorderst will ich Wolfram Peiser nennen. Er hat die Entstehung dieser Arbeit als Doktorvater von Beginn an begleitet und in wesentlichem Maße unterstützt. Er war mir ein unverzichtbarer Berater und hat mir stets die nötigen Freiräume zur Verwirklichung meiner Ideen gelassen. Neben ihm haben am Promotionsverfahren Christoph Neuberger als Zweit- und Carsten Reinemann als Drittgutachter sowie Paul W. Thurner als Nebenfachprüfer mitgewirkt. Auch ihnen gilt mein herzlicher Dank für ihre Unterstützung und ihre Anregungen zum Weiterdenken.

Wichtige Anregungen verdanke ich zudem dem Austausch mit meinen Lehrbereichskolleginnen und -kollegen am Münchner Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung: Annika Franzetti, Karin Knop, Benjamin Krämer und Cornelia Wallner. Fertig gestellt habe ich die vorliegende Arbeit letztlich am Mainzer Institut für Publizistik, wo ich seit 2014 arbeite. Meine dortigen Lehrstuhlkollegen Stefan Geiß und Svenja Schäfer haben mir in der Endphase der Promotion sowohl als fachliche Ratgeber als auch als moralische Stützen sehr geholfen. Auch auf meinen Mainzer Vorgesetzten Christian Schemer trifft beides zu. Er hatte zudem großes Verständnis für meine Absorption durch die Arbeit an der vorliegenden Studie und hat ihre Verwirklichung so wesentlich unterstützt. Wichtige Begleiter in fachlichen und persönlichen Dingen waren über all die Jahre hinweg auch meine zahlreichen weiteren Kolleginnen und Kollegen an den Instituten in Mainz und München. Sie alle aufzuzählen, würde den Rahmen dieses Vorwortes sprengen. Stellvertretend seien daher Sebastian Scherr und Thomas Wiedemann genannt.

Bei der empirischen Arbeit wurde ich von einer sehr engagierten und motivierten Gruppe studentischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützt, die sich als Interviewer um die durchgeführte telefonische Befragung verdient gemacht haben: Tarek Fohrer, Julia Frisch, Sebastian Gratz, Lena Hornstein, Karolina Huber, Tobias Knieper, Roland Römhildt, Sophia Rossmann, Saskia Steyrer und Max Windhorst. Danken möchte ich auch den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Seminars Kommunikationsforschung an der LMU München im Sommersemester 2012, mit deren Unterstützung ich die Vorstudie zur telefonischen Befragung durchgeführt habe. Zu danken habe ich zudem Siegfried Gabler vom Mannheimer *GESIS*-Institut, der die Nummernstichprobe für die telefonische Befragung bereitgestellt hat, sowie Adam Zammit vom *Australian Consortium for Social and Political Research*, dessen Open-Source-Software *quexs* als Tool zur Durchführung der telefonischen Befragung sehr hilfreich war. In diesem Zusammenhang gilt mein Dank ich auch dem IT-Team am Münchner IfKW unter der Leitung von Wolfgang Eichhorn, das die Durchführung der Telefonstudie in technischer Hinsicht begleitet hat.

Last, but not least: Meine Eltern, meine Schwester, meine Großmutter und meine Freunde standen mir schon vor Beginn der Promotionsphase in jeder Lebenslage mit Rat und Tat zur Seite. Das war auch in den zurückliegenden fünf Jahren so und darüber freue ich mich sehr. Ganz besonders möchte ich Josephine Schmitt danken, die mir nicht nur eine unersetzliche fachliche Ratgeberin ist, sondern auch die wesentliche Stütze, ohne die ich in den letzten Jahren so manches Mal verzweifelt wäre.

Mainz, im November 2015

Philipp Müller

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Einleitung | 17 |
| 2. Medienwandel als Gegenstand der Forschung | 25 |
| 2.1 Der Begriff „Medienwandel“ – eine Arbeitsdefinition..... | 25 |
| 2.2 Die Struktur des Forschungsfeldes Medienwandel | 33 |
| 2.3 Die Berücksichtigung der Mediennutzer | 41 |
| 2.4 Plädoyer für eine Wahrnehmungsperspektive | 48 |
| 3. Die Wahrnehmung von Wandel | 63 |
| 3.1 Grundlegende Mechanismen | 65 |
| 3.1.1 Mechanismen der Beobachtung von Wandel | 65 |
| 3.1.2 Kognitive Mechanismen der Bewertung von Wandel | 75 |
| 3.1.3 Affektive Mechanismen der Bewertung von Wandel..... | 81 |
| 3.1.4 Zwischenfazit..... | 86 |
| 3.2 Forschungsstand | 90 |
| 3.2.1 Untersuchte Dimensionen der Wahrnehmung | 90 |
| 3.2.2 Untersuchte Entstehungsbedingungen der Wahrnehmung | 92 |
| 3.2.3 Untersuchte Folgen der Wahrnehmung | 100 |
| 3.3 Methodische Probleme | 105 |
| 3.3.1 Probleme der Datenerhebung zu kognitiven Strukturen | 106 |
| 3.3.2 Belastbarkeit erhobener Wahrnehmungen des Wandels..... | 108 |
| 3.3.3 Umgang mit der Mehr-Ebenen-Struktur des Gegenstandes..... | 113 |

| | |
|---|------------|
| 4. Die Wahrnehmung des Medienwandels | 119 |
| 4.1 Dimensionen der Wahrnehmung des Medienwandels..... | 120 |
| 4.1.1 Arten und Qualitäten der Wahrnehmung | 120 |
| 4.1.2 Gegenstände und Inhalte der Wahrnehmung..... | 124 |
| 4.2 Entstehungsbedingungen der Wahrnehmung des Medienwandels..... | 129 |
| 4.2.1 Bestehende medienbezogene Dispositionen | 131 |
| 4.2.2 Informationen und Informationsquellen | 136 |
| 4.2.3 Persönlichkeit | 148 |
| 4.2.4 Lebensalter, Medienbiographie und -sozialisation | 152 |
| 4.2.5 Sozioökonomischer Status und Geschlecht | 158 |
| 4.2.6 Soziale Einflüsse in Beruf und Privatleben | 161 |
| 4.3 Ein Prozessmodell der Wahrnehmung des Medienwandels | 166 |
| 4.4 Folgen der Wahrnehmung des Medienwandels..... | 170 |
| 4.4.1 Folgen auf verschiedenen Ebenen und ihre Verbindungen..... | 170 |
| 4.4.2 Exemplarische Anwendungsfelder | 179 |
| 4.4.2.1 Stress und psychische Belastung | 180 |
| 4.4.2.2 Teilnahme am Medienwandel..... | 182 |
| 4.4.2.3 Medienfinanzierung..... | 185 |
| 4.4.2.4 Medienerziehung und Medienkompetenzförderung | 187 |
| 4.4.2.5 Gesellschaftlicher Zusammenhalt | 190 |
| 5. Zusammenfassung des Erkenntnisinteresses | 195 |
| 6. Untersuchungsanlage | 211 |
| 6.1 Festlegung des methodischen Zugangs | 211 |
| 6.2 Methodischer Ansatz der Vorstudie | 217 |
| 6.2.1 Erhebungsverfahren und Stichprobe..... | 217 |

| | |
|---|------------|
| 6.2.2 Erhebungsinstrument | 220 |
| 6.3 Methodischer Ansatz der Hauptstudie | 226 |
| 6.3.1 Erhebungsverfahren und Stichprobe | 226 |
| 6.3.2 Erhebungsinstrument | 234 |
| 7. Ergebnisse | 249 |
| 7.1 Dimensionen der Wahrnehmung des Medienwandels | 250 |
| 7.1.1 Die Beobachtung des Medienwandels | 250 |
| 7.1.2 Die Bewertung des Medienwandels | 262 |
| 7.2 Entstehungsbedingungen der Wahrnehmung des Medienwandels | 266 |
| 7.2.1 Faktoren der Beobachtung des Medienwandels | 266 |
| 7.2.2 Faktoren der Bewertung des Medienwandels | 298 |
| 7.3 Folgen der Wahrnehmung des Medienwandels | 316 |
| 7.3.1 Stress und psychische Belastung | 317 |
| 7.3.2 Teilnahme am Medienwandel | 321 |
| 7.3.3 Medienfinanzierung | 327 |
| 7.3.4 Medienerziehung und Medienkompetenzförderung | 334 |
| 7.3.5 Gesellschaftlicher Zusammenhalt | 339 |
| 7.4 Zusammenfassung und Diskussion der empirischen Ergebnisse | 348 |
| 8. Fazit | 359 |
| Literaturverzeichnis | 371 |
| Anhang | 423 |
| Anhang I: Ergänzende Tabellen | 423 |
| Anhang II: Fragebogen der Hauptstudie | 431 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Abbildung 1: Hartmut Essers (1999) Modell der soziologischen Erklärung..... | 50 |
| Abbildung 2: Prozessmodell der Entstehungsbedingungen, Dimensionen und Folgen der Wahrnehmung des Medienwandels | 167 |
| Abbildung 3: Pfadmodell zur Erklärung der wahrgenommenen Stärke des Medienwandels..... | 290 |
| Abbildung 4: Pfadmodell zur Erklärung der Bewertung des Medienwandels..... | 309 |
| Abbildung 5: Pfadmodell zum Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf das Stressniveau | 318 |
| Abbildung 6: Pfadmodell zum Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf die Einstellung zur Medienerziehung | 336 |
| Abbildung 7: Pfadmodell zum Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf Forderungen nach Medienkompetenzprogrammen für Erwachsene und die Politikverdrossenheit. | 345 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Tabelle 1: <i>Übersicht über die übergeordneten Forschungsfragen der empirischen Studie</i> | 196 |
| Tabelle 2: <i>Quotenplan der Vorstudie</i> | 219 |
| Tabelle 3: <i>Ausschöpfungsübersicht der Hauptstudie</i> | 231 |
| Tabelle 4: <i>Soziodemographische Merkmale der Stichprobe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung</i> | 233 |
| Tabelle 5: <i>Erklärung der wahrgenommenen Gesamtstärke des Medienwandels durch unterschiedliche Felder von Veränderungen</i> | 258 |
| Tabelle 6: <i>Erklärung der wahrgenommenen Gesamtstärke des Medienwandels durch die am besten abrufbaren Veränderungen im Medienbereich</i> | 260 |
| Tabelle 7: <i>Erklärung der wahrgenommenen Stärke des Medienwandels durch medienbezogene Dispositionen</i> | 267 |
| Tabelle 8: <i>Erklärung des Nachdenkens über den Medienwandel durch medienbezogene Dispositionen</i> | 270 |
| Tabelle 9: <i>Clusteranalyse der Informationsrepertoires zum Medienwandel</i> | 272 |
| Tabelle 10: <i>Faktoren der Nutzung von Online-Medien als Informationsquelle zum Medienwandel</i> | 274 |
| Tabelle 11: <i>Erklärung der Beobachtung des Medienwandels und der medienbezogenen Innovationsbereitschaft durch die genutzten Informationsrepertoires</i> | 276 |
| Tabelle 12: <i>Erklärung der Beobachtung des Medienwandels und der medienbezogenen Innovationsbereitschaft durch die Persönlichkeit</i> | 277 |
| Tabelle 13: <i>Erklärung der Beobachtung des Medienwandels und der medienbezogenen Innovationsbereitschaft durch biographische Faktoren</i> | 279 |

| | |
|---|-----|
| Tabelle 14: <i>Erklärung der Beobachtung des Medienwandels und der medienbezogenen Innovationsbereitschaft durch soziodemographische Faktoren</i> | 281 |
| Tabelle 15: <i>Erklärung der Beobachtung des Medienwandels und der medienbezogenen Innovationsbereitschaft durch soziale Einflüsse</i> | 282 |
| Tabelle 16: <i>Faktoren der wahrgenommenen Stärke des Medienwandels</i> | 285 |
| Tabelle 17: <i>Faktoren der Häufigkeit des Nachdenkens über den Medienwandel</i> | 287 |
| Tabelle 18: <i>Faktoren der medienbezogenen Innovationsbereitschaft</i> | 289 |
| Tabelle 19: <i>Indirekte Einflüsse auf die wahrgenommene Stärke des Medienwandels</i> | 292 |
| Tabelle 20: <i>Berufliche Faktoren der wahrgenommenen Stärke des Medienwandels</i> | 294 |
| Tabelle 21: <i>Berufliche Faktoren der Häufigkeit des Nachdenkens über den Medienwandel</i> | 295 |
| Tabelle 22: <i>Faktoren der Bewertung des Einflusses des Medienwandels auf das eigene Leben</i> | 301 |
| Tabelle 23: <i>Faktoren der Bewertung des Einflusses des Medienwandels auf die Gesellschaft</i> | 306 |
| Tabelle 24: <i>Indirekte Einflüsse auf die Bewertung des Medienwandels</i> | 310 |
| Tabelle 25: <i>Berufliche Faktoren der Bewertung des Medienwandels im beruflichen Kontext</i> | 312 |
| Tabelle 26: <i>Berufliche Faktoren der Bewertung des Medienwandels im privaten Kontext</i> | 314 |
| Tabelle 27: <i>Berufliche Faktoren der Bewertung des Medienwandels im gesellschaftlichen Kontext</i> | 315 |
| Tabelle 28: <i>Indirekte Zusammenhänge mit dem generellen Stressniveau</i> | 320 |
| Tabelle 29: <i>Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf die Investition von Zeit in die Teilnahme am Medienwandel</i> | 323 |

| | |
|---|-----|
| Tabelle 30: <i>Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf die Investition von Geld in die Teilnahme am Medienwandel</i> | 325 |
| Tabelle 31: <i>Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf die Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte</i> | 330 |
| Tabelle 32: <i>Einfluss der Wahrnehmung des Medienwandels auf die Forderung nach Subventionierung von Qualitätsjournalismus</i> | 331 |
| Tabelle 33: <i>Soziodemographische Einflüsse auf die Wahrnehmung gesellschaftlicher Folgen des Medienwandels</i> | 341 |
| Tabelle 34: <i>Wahrgenommene Stärke des Medienwandels in einzelnen Feldern</i> | 423 |
| Tabelle 35: <i>Faktorenanalyse über die Felder des wahrgenommenen Medienwandels</i> | 426 |
| Tabelle 36: <i>Faktoren der Nennung von Veränderungen des Internets</i> | 428 |
| Tabelle 37: <i>Faktoren der Nennung von Veränderungen der Telefonie</i> | 429 |
| Tabelle 38: <i>Faktoren der Nennung von technischen Veränderungen</i> | 430 |