

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

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Band:** - (1979)

**Heft:** 10

  

**Artikel:** Der gesellschaftspolitische Stellenwert der modernen Kommunikationsmittel

**Autor:** Hunziker, Peter

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790494>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 12.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

DER GESELLSCHAFTSPOLITISCHE STELLENWERT  
DER MODERNEN KOMMUNIKATIONSMITTEL

---

Wir stehen gegenwärtig vor einer rasanten Entwicklung der Kommunikationstechnologie. Diese spielt sich vor allem im Bereich der elektronischen Medien ab und stellt somit technisch gesehen eine Weiterentwicklung des Fernsehens dar. Die heute aktuellen Neuerungen sind das Satelliten-Fernsehen und das Kabel-Fernsehen. Unter Vernachlässigung verschiedener Besonderheiten werde ich mich in den folgenden Ausführungen vor allem auf ein Merkmal der "neuen Medien" konzentrieren, nämlich darauf, dass sie das Angebot an Kommunikationsinhalten erhöhen werden.

Ausgangspunkt meiner Ueberlegungen bilden empirische Befunde der Medienforschung, die den Ist-Zustand des Publikumsverhaltens beschreiben. In einem nächsten Schritt werde ich die durch die Einführung der "neuen Medien" zu erwartenden Änderungen im Programmangebot umreissen. Im Anschluss daran versuche ich aufzuzeigen, inwiefern die bekannten Wirkungen der Medien auf die Individuen und auf die Gesellschaft durch die Erweiterung des Programmangebots, wie sie durch die Einführung der "neuen Medien" zu erwarten ist, möglicherweise verändert werden. Abschliessend skizziere ich einige allge-

meine Folgerungen, die meines Erachtens bei der Einführung des Kabelfernsehens berücksichtigt werden sollten.

### 1. Wirkungen des Fernsehens heute

Das Massenmedium "Fernsehen" spielt im Alltag der Menschen eine grosse Rolle. Die Messung der Geräteeinschaltung, die in der Bundesrepublik Deutschland mit Hilfe des "Teleskopie"-Verfahrens erfolgt, ergab für das vierte Quartal des Jahres 1976 eine durchschnittliche Einschaltdauer von 3 Stunden und 16 Minuten an Werktagen, von 4 Stunden und 42 Minuten an Samstagen und von 4 Stunden und 52 Minuten an Sonntagen (1). Selbstverständlich sitzt nicht die ganze Familie während dieser langen Zeit vor dem Bildschirm; für die Erwachsenen ergibt sich immerhin eine durchschnittliche Nutzung während 2/3 dieser Einschaltzeiten, für die Kinder ist die Beteiligung geringer, sie beträgt 43% an den Werktagen und 51% an den Wochenenden (1a). Entsprechende Zahlen für die Schweiz liegen in dieser Form nicht vor. Vergleichbare Befunde weisen darauf hin, dass die Gerätenutzung in der Schweiz "nur" etwa 2/3 dieser Werte ausmacht (2).

Durch den Fernsehkonsum während eines grossen Teils der Freizeit wird die Lebenssituation der Menschen in zweifacher Hinsicht beeinflusst. Zum einen verdrängt das Fernsehen andere Möglichkeiten, die Zeit zu verbringen, zum anderen findet während des Fernsehens eine Auseinandersetzung mit einer ganz

besonderen Form von Realität statt.

Zunächst zum Aspekt "Fernsehen und Alltagsgestaltung".

Die Gegenüberstellung der Zeitverwendung von vergleichbaren Haushalten mit und ohne Fernsehgerät lässt darauf schliessen, dass die für das Fernsehen aufgewendete Zeit zulasten einer Vielzahl anderer Aktivitäten geht (3). Die grösste Zeitreduktion verzeichnen Schlafen, auswärts Besuche machen, Radio hören und Bücher lesen. Vergleiche der Zeitverwendung zeigen überdies, dass in den Fernsehhaushalten deutlich mehr Zeit zu Hause verbracht wird, und zwar in Gesellschaft anderer Familienangehöriger.

Wie spielt sich nun der gemeinsame Fernsehkonsument in der Familie ab? Welche Auswirkungen hat er auf das Familienleben? In einer grösseren Befragung, die wir vor einigen Jahren in Konstanzer Familien durchführten, fanden wir heraus (4), dass sich aus dem gemeinsamen Fernsehkonsum nur selten Gespräche entwickeln, was zum Teil mit den unterschiedlichen Fernsehvorlieben zusammenhängen dürfte. Untersuchungen, welche auf der Basis von teilnehmender Beobachtung durchgeführt wurden, weisen nach, dass das gemeinsame Fernsehen zwar zu kurzen Gesprächen im Familienkreis anregt (5), aber es bleibt unklar, ob diese Gesprächselemente tatsächlich einen Beitrag zur gemeinsamen Verarbeitung der Fernsehinhalte erbringen. Alle Untersuchungen zu diesem Thema lassen erkennen, dass es wesentlich von der Gestaltung

des Zusammenlebens in der Familie und von den Freizeitgewohnheiten abhängt, wie das Fernsehen genutzt wird. Dies zeigt sich etwa beim Vergleich der sozialen Schichten. In Familien mit niedrigem Bildungsgrad wird durchschnittlich weniger miteinander gesprochen und mehr ferngesehen als in Familien mit höherem Bildungsniveau (4,5). Beide Kommunikationsformen sind ein Ausdruck eines spezifischen familiären Lebensstils. Das Fernsehen ist somit nicht als alleinige Ursache für die beobachtbaren Tendenzen des familiären Auseinanderlebens zu sehen. Es ist aber als Verstärker solcher Tendenzen nicht zu unterschätzen, da es den Familienmitgliedern jederzeit die Möglichkeit des passiven Rückzugs vor den Bildschirm bietet.

Das Fernsehen wirkt sich nicht nur auf das Verhalten innerhalb der Familien aus, es beeinflusst auch die Aussenbeziehungen. Weil es die Menschen an die Wohnung bindet, geht der Besuch von Veranstaltungen im kulturellen und politischen Bereich zurück. Einiges weist zudem darauf hin, dass sich die Beziehungen zum Bekannten- und Freundeskreis sowie die sozialen Aktivitäten in der Nachbarschaft und in der Gemeinde abschwächen.

Nun zum zweiten Beeinflussungszusammenhang, nämlich dem "Fernsehen als Realitätserfahrung".

Mit der Fernsehnutzung wird eine neue Erfahrungswelt in die Familie hineingebracht. Für die Zuschauer stellt sich das Problem, die Fernseherfahrung mit ihrer Alltagsrealität zu verbin-

den. Diese Verbindung wird zwar nicht immer gesucht. Viele Unterhaltungssendungen laden eher zur Flucht vor der eigenen Alltagsrealität ein als dass sie diese durch Denkanstösse bereichern. Das Bedürfnis, innerlich "abzuschalten" gilt denn auch als Hauptmotiv für einen beträchtlichen Teil des Fernsehkonsums (6).

Auch die Inhalte der Informationssendungen können offenbar nicht von allen Zuschauern angemessen in ihre Alltagsrealität integriert werden, was sich darin äussert, dass sie nur beschränkt in Erinnerung behalten und verstanden werden (7). Verantwortlich dafür ist neben der Haltung der Zuschauer gegenüber dem Fernsehkonsum unter anderm auch die Darstellungsform dieser Sendungen.

Obwohl die Bereitschaft und die Fähigkeit der Zuschauer, die Fernsehrealität mit ihrer Alltagsrealität zu verbinden, eher gering sein dürfte, sind als Folge des Fernsehkonsums dennoch einige Lerneffekte beobachtet worden. Dies gilt insbesondere für Kinder und Jugendliche (8), in deren noch relativ eingeschränkter Erfahrungswelt der Fernseherfahrung ein besonderes Gewicht zukommt. Fernsehen beeinflusst nicht nur die Einstellungen und das Wissen, sondern auch das Verhalten, und zwar nicht nur unmittelbar nach dem Betrachten der Sendungen, sondern auch später. Die meisten Untersuchungen zu diesem Thema beziehen sich auf Aggressionen (9); es gibt aber kaum Grund zur Annahme, es könnten nicht auch andere Formen des Verhaltens

bei entsprechend attraktiver Vorgabe von Modellen gelernt werden.

Lerneffekte im Sinne einer Veränderung der Einschätzung der sozialen Realität sind auch für die Erwachsenen nachgewiesen. In einer grösseren amerikanischen Untersuchung wurde festgestellt (10), dass die verzerrte Darstellung der Wirklichkeit durch das Fernsehen von Leuten mit hohem Fernsehkonsum besonders häufig mit der Realität gleichgesetzt wird. Sie schätzen z.B. die Zahl der von der Polizei Beschäftigten und das Risiko, selbst in Gewalttätigkeiten verwickelt zu werden deutlich höher ein als vergleichbare Leute mit geringem Fernsehkonsum. Besondere Aufmerksamkeit verdient der Befund, dass die jüngeren Fernsehzuschauer trotz ihres durchschnittlich höheren Bildungsniveaus die verzerrte Fernsehrealität häufiger übernehmen als die älteren. Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass die unter 30-jährigen im Gegensatz zu den älteren vollständig mit dem Fernsehen aufgewachsen sind.

In diese Richtung weisen die amerikanischen Untersuchungsergebnisse, wonach die Glaubwürdigkeit des Fernsehens seit 1959 mehr oder weniger kontinuierlich angestiegen ist. Gegenwärtig würde rund die Hälfte der Befragten bei widersprüchlicher Berichterstattung in den Medien dem Fernsehen am ehesten Glauben schenken; für knapp 2/3 der Befragten ist es auch die Hauptnachrichtenquelle (11).

Auch bei uns hat sich das Fernsehen zum wichtigsten Informationsmedium entwickelt. Die Tagesschau ist neben den Mittagsnachrichten des Radios das politische Informationsangebot mit der grössten Reichweite. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass die an politischen Fragen stark Interessierten von den Zeitungen stärker angesprochen werden als vom Fernsehen. Der Vorsprung des Fernsehens in der Reichweite des politischen Informationsangebots ist bei den nach eigenen Angaben politisch wenig Interessierten besonders ausgeprägt (12). Es ist anzunehmen, dass ein grosser Teil dieser Bevölkerungsgruppe die Informationssendungen beiläufig neben den Unterhaltungssendungen konsumiert und sich kaum ernsthaft mit den politischen Inhalten auseinandersetzt.

## 2. Veränderungen des Programmangebots durch die "neuen Medien"

Im Vordergrund der folgenden Ueberlegungen stehen, wie bereits erwähnt, das Satelliten- und das Kabelfernsehen. Diese technischen Neuerungen insbesondere die Kabelnetze ermöglichen die Einrichtung einer Vielzahl von Kanälen, welche eine beträchtliche Erweiterung des Programmangebots, die Einführung von Rückkanälen sowie die Einrichtung von Informationsabrufsystemen ermöglichen. Von gesellschaftspolitischer Bedeutung ist meines Erachtens vor allem die Vergrösserung des Programmangebots. Von geringer Bedeutung scheint mir die über den Rückkanal mögliche "Zweiweg-Kommunikation" zu sein (13).



Folgende Arten der Erweiterungen des Programmangebots stehen dabei im Vordergrund:

- Vermehrung der Programme in der bestehenden Form (z.B. durch Uebernahme von Programmen ausländischer Sender)
- Programme, die sich auf eine Sendungsart spezialisieren (z.B. populäre Unterhaltungssendungen, Bildungssendungen)
- Programme, die sich an besondere Zielgruppen richten (z.B. Jugendliche, Senioren)
- Lokalprogramme
- Offene Kanäle (Bürgerkanäle, d.h. Kanäle, welche dem interessierten Publikum zur Verbreitung selbst hergestellter Sendungen zur Verfügung gestellt werden).

Was lässt sich im jetzigen Zeitpunkt zu den Erfolgchancen der verschiedenen Möglichkeiten zur Erweiterung des Programmangebots sagen? Die Spezialisierung auf populäre Sendungstypen, die sich gezielt an besondere Teilpublika richten, verspricht vermutlich hohe Einschaltquoten und wird bei entsprechender Werbemöglichkeit kommerziell attraktiv. Als Verbreitungstechnik bieten sich dabei vor allem die Satelliten. Die Einführung solcher auf wirtschaftlichen Erfolg ausgerichteten Unterhaltungsprogramme birgt, wie die Erfahrungen aus den USA und aus Grossbritannien zeigen, die Gefahr in sich, dass die Programmviel-

falt insgesamt verringert wird. Denn die nicht-kommerziellen Sender werden damit gezwungen, der Abwanderung ihres Publikums durch eine Angleichung ihrer Programme an das populäre Unterhaltungsangebot zu begegnen (14).

Dass ein gewisser Bedarf nach elektronisch vermittelter Massenkommunikation im lokalen Bereich vorhanden ist, steht ausser Zweifel (15). Wo lokale Kabelnetze vorhanden sind, stehen der Befriedigung dieses Bedarfs wenig technische Hindernisse im Weg. Wie gross dieser Bedarf langfristig tatsächlich sein wird, kann aufgrund der bereits realisierten Versuchsprojekte nicht klar gesagt werden (16). Es darf in diesem Zusammenhang nicht übersehen werden, dass auch das Angebot an interessanten Informationen in diesem Sektor beschränkt ist.

Auch das Sendungsangebot und das Publikumsinteresse an den Bürgerkanälen sollte in ihrer Breitenwirkung nicht überschätzt werden. Immerhin bietet diese Einrichtung Minderheitengruppen die Möglichkeit, sich zu artikulieren und ihre kleinen Zielpublika zu erreichen (17).

Die Versuche mit der Einführung eines Rückkanals stecken noch in den Anfängen und ihre Zukunftschancen sind ungewiss (18). Es scheint, dass sich diese technische Möglichkeit eher zur Erleichterung spezifischer kommunikativer Dienstleistungen (Informationsabruf) aus einem Speicher, Benutzung öffentlicher Dienstleistungen, Warenbestellungen etc.) eignet als dass sie

zu einer wesentlichen Intensivierung der Publikumsbeteiligung an öffentlichen Programmen führt.

### 3. Mutmassliche Auswirkungen des erweiterten Programmangebots auf das Publikum

Aufgrund der vielfältigen Erkenntnisse über die Wirkungen des Fernsehens und der wenigen Beobachtungen über die bisherige Nutzung neuer Medienangebote sind einige allgemeine Aussagen über die mutmasslichen gesellschaftlichen Auswirkungen des erweiterten Programmangebots möglich.

Vergleiche von Regionen mit unterschiedlicher Programmversorgung lassen darauf schliessen, dass eine Vermehrung des Programmangebots kaum zu einer zeitlichen Ausdehnung des Fernsehkonsums der Erwachsenen führt. Hingegen konnte beobachtet werden, dass in Gebieten, in denen zusätzliche ausländische Programme zu sehen sind, die Kinder überdurchschnittlich viel fernsehen (19).

Welche Auswirkungen das vielfältigere Programmangebot auf die Programmwahl der Zuschauer hat, ist nicht eindeutig zu sagen. Einiges deutet darauf hin, dass es zu einer verstärkten Zuwendung zu den beliebten Sendungskategorien, namentlich der leichten Unterhaltung, kommt. Der Zuschauer findet immer eine Möglichkeit, Programminhalten, die seiner momentanen Bedürfnislage,

aber auch seinen vorgefassten Ueberzeugungen und Meinungen zuwiderlaufen, auszuweichen. Das "switching", d.h. das Hin- und Herschalten zwischen verschiedenen Programmen wird vermutlich zunehmen (20).

Die Programmwahl beim gemeinsamen Fernsehen in der Familie wird dadurch offensichtlich erschwert. Es ist aufgrund der aktuellen Marktentwicklung anzunehmen, dass in absehbarer Zeit ein beträchtlicher Teil der Haushalte diese Konflikte durch die Anschaffung mehrerer Empfangs- und/oder Wiedergabegeräte umgehen wird. Dies wiederum hat eine Individualisierung der Fernseh-Nutzung zur Folge, wodurch sich etwa der Fernsehkonsum der Kinder noch stärker als bis anhin der Kontrolle der Eltern entziehen dürfte (21).

Die Individualisierung der Programmwahl kann zur Desintegration auf verschiedenen Ebenen führen. In der Familie reduziert sich die gemeinsame Fernseherfahrung von Eltern und Kindern, was der Entfremdung zwischen den Generationen Vorschub leisten dürfte. Diese Tendenz wird noch verstärkt, wenn besondere Zielgruppenprogramme für die verschiedenen Altersgruppen angeboten werden. Ähnliches ist übrigens auf der gesellschaftlichen Ebene zu befürchten, wenn Teilgruppen der Bevölkerung durch eigene Programme angesprochen werden.

Welchen Einfluss das Kabelfernsehen auf die Teilnahme der Bevölkerung am Lokalgeschehen hat, hängt wiederum stark vom kon-

kreten Programmangebot ab. Die vergrösserte Programmauswahl stellt zunächst einmal eine weitere Konkurrenz der kulturellen und geselligen Veranstaltungen im lokalen Bereich dar. Von der Verbreitung von Lokalprogrammen erhofft man sich andererseits eine stärkere Beteiligung der Bürger am öffentlichen Leben ihrer näheren Umgebung. Ob diese Beteiligung über die gelegentliche Rezeption des Lokalprogramms vor dem Bildschirm zu Hause hinausgehen wird, kann aufgrund der vorliegenden Erfahrungsberichte nicht gesagt werden.

Durch die zusätzlichen Programmangebote erweitern sich auch die Lernangebote, wodurch die Lerneffekte des Fernsehens mit einiger Gewissheit verstärkt werden, und zwar im positiven und im negativen Sinne. Positive Lerneffekte sind u.a. vom erweiterten Angebot an Bildungsprogrammen zu erwarten. Die grosse Zahl verfügbarer Kanäle ermöglicht nicht nur die Verbreitung kontinuierlicher Lernprogramme für verschiedene Schulstufen und Schultypen, es ermöglicht auch Weiterbildungsprogramme für einzelne Berufsgruppen. Negative Lerneffekte sind von der verstärkten Verbreitung von Massenprogrammen im Bereich der Unterhaltung zu befürchten. Die Erfahrung zeigt, dass diese Sendungsarten aus dramaturgischen Gründen die Darstellung von Gewalt, Kriminalität und Sex bevorzugen (22). Ganz besonders anfällig für diese negativen Lerninhalte sind Kinder und Jugendliche, aber auch viele Erwachsene bleiben davon nicht verschont.

Die mutmasslichen Auswirkungen der Programmvermehrung auf die politische Meinungsbildung gehen in zwei Richtungen. Auf der einen Seite hat eine Vergrösserung des Programmangebots, insbesondere wenn es unter Konkurrenzbedingungen entsteht, eine erhöhte Meinungsvielfalt zur Folge. In Anbetracht der finanziellen und technischen Gegebenheiten der modernen Nachrichtenproduktion darf jedoch keinesfalls erwartet werden, dass die Meinungsvielfalt proportional zur Zahl der Kanäle zunehme.

Geht man auf der anderen Seite von den Nutzungsgewohnheiten des Publikums aus, so ist zu befürchten, dass eine Ausweitung des Programmangebots zu einer Reduktion der Vielfalt an aufgenommenen Meinungen führt. Die vergrösserte Programmauswahl ermöglicht es nämlich dem Zuschauer, den politischen Informationen insgesamt oder dann jenen, welche der vorgefassten Meinung widersprechen und deshalb als unangenehm erlebt werden, auszuweichen (23). In diesem Sinne wäre etwa die Schaffung parteipolitisch gebundener Sender im Hinblick auf eine umfassende politische Meinungsbildung eher kritisch zu beurteilen.

#### 4. Medienpolitische Leitgedanken zur Einführung "neuer Medien"

Die "neuen Medien" als technische Innovation ermöglichen eine Vielzahl von Varianten in der Programmgestaltung, deren Auswirkungen auf das Publikum sich aufgrund der vorliegenden Befunde der Medienforschung teilweise voraussehen lassen.

Von der Einführung "neuer Medien" ist grundsätzlich zu verlangen dass ihr Programmangebot die bereits erkennbaren schädlichen Auswirkungen des Fernsehens auf einzelne Zuschauergruppen nicht weiter verstärken. Ausserdem sollte man von diesen doch sehr kostspieligen Investitionsvorhaben erwarten können, dass sie zu einer verbesserten Befriedigung der Kommunikationsbedürfnisse des Publikums beitragen.

Der Schwerpunkt meiner Ausführungen lag auf der Auseinandersetzung mit möglichen negativen Wirkungen eines erweiterten Programmangebots. Zusammenfassend seien die dabei angesprochenen Wirkungsbereiche nochmals kurz erwähnt:

- die Ausweitung der Sendezeit und des Programmangebots, welche die alltägliche Zeitverwendung der Individuen und ihr Zusammenleben in der Familie beeinflusst
- die Vergrösserung des Angebots an Programminhalten, von denen negative Lerneffekte ausgehen
- die Vergrösserung des Angebots an Programminhalten, welche es ermöglichen, anspruchsvolleren und von den vorgefassten Einstellungen zuwiderlaufenden Sendungsinhalten auszuweichen.

Diesen möglichen negativen Auswirkungen des erweiterten Programmangebots auf einzelne Publikumsgruppen oder auf das Gesamtpublikum sind bei der Einführung "neuer Medien" nach Möglichkeit Rechnung zu tragen. Jene Gestaltungsformen des Pro-

grammangebots, von denen eindeutig unerwünschte Wirkungen zu erwarten sind, sollten von vornherein ausgeschlossen werden.

Abschliessend einige Bemerkungen zu Versuchsbetrieben, wie sie vor allem für das Lokal-Fernsehen diskutiert werden. Im Rahmen der soeben erwähnten Einschränkungen erscheint es durchaus sinnvoll, in Pilot-Projekten verschiedene Möglichkeiten des erweiterten Programmangebots zu testen. Dabei ist aus meiner Sicht vor allem folgenden Punkten Beachtung zu schenken:

1. Der Aufbau der technischen Infrastruktur sollte zunächst möglichst zurückhaltend erfolgen, sodass es wirtschaftlich vertretbar ist, bei einem allfälligen negativen Ausgang des Experiments die entsprechenden Konsequenzen zu ziehen.
2. Die von den Versuchen betroffenen Menschen sind an der Vorbereitung, der Durchführung und der Auswertung des Projekts zu beteiligen; es sollte ihnen in jeder Phase des Experiments die Möglichkeit gegeben werden, sich dazu zu äussern und sich auch ohne Nachteil daraus zurückzuziehen.
3. Es versteht sich von selbst, dass ein Versuch nur sinnvoll sein kann, wenn er unter realistischen Bedingungen durchgeführt wird. Dies betrifft zum einen die finanzielle Belastung der Teilnehmer, welche den Gebühren eines Normalbetriebs entsprechen sollte. Zum andern gilt dies für das Programmangebot, das qualitativ vom längerfristig durchzuhaltenden



Dauerangebot möglichst wenig abweichen sollte. Diese Bedingung ist freilich im Versuchsbetrieb nur schwer zu verwirklichen, da sich viele zu Beginn attraktive Gestaltungskonzepte und Programminhalte mit der Zeit "verbrauchen" dürften. Hinzu kommt eine unumgängliche Steigerung der Programmvielfalt durch die versuchsbedingten Veränderungen des Programmangebots. Beim Publikum ist überdies für die erste Versuchsphase mit einem besonders grossen Interesse an der Neuerung zu rechnen. Diese Verzerrungen der Ergebnisse, die sich durch eine längere Versuchsdauer mildern lassen, sind bei der Beurteilung der Publikumsreaktionen gebührend zu berücksichtigen.

4. Zur objektiven Erfassung und Auswertung der Versuchsergebnisse sind sozialwissenschaftliche Begleituntersuchungen durchzuführen. Diese müssen das Versuchsangebot und seine Bevölkerung vor, während und nach dem Pilot-Projekt systematisch untersuchen. Zur Kontrolle sind vergleichbare Gebiete ohne Kabelfernsehen mitzuerfassen. Ausserdem wäre es wünschenswert, Vergleichsexperimente mit anderen Medien (lokaler Hörfunk, Datenabrufsysteme über das Telefon etc.) durchzuführen.

Bei der Durchführung von Versuchsprojekten und bei der definitiven Einführung "neuer Medien" sollte man sich stets vor Augen halten, dass das Fernsehen ein wesentlicher Bestandteil der alltäglichen Umwelt des Menschen ist. Es ver-

ändert die Lebensbedingungen von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen nachhaltig und es beeinflusst auch das Zusammenleben der Menschen in der Familie, in der Nachbarschaft und in der Gesellschaft. Diese umfassenden Auswirkungen der Kommunikationstechnologie auf den Menschen sollten bei der Planung und Einführung des Kabelfernsehens stets mitbedacht werden.

Peter Hunziker

### Anmerkungen

- 1 Frank, Bernward (1978): Einschalt- und Sehverhalten in der Familie. Neuere Ergebnisse der teleskopie-Zuschauerforschung. In: Familie und Fernsehen. ZDF-Schriftenreihe, Heft 21. S.7.
  
- 1a Ebd. S. 11 (eigene Berechnungen).
  
- 2 SRG-Forschungsdienst (1979): Jahresbericht der Hörerforschung 1978. S. 34.
  
- 3 Robinson, John P. (1972): Television's Impact on Everyday Life: Some Cross-national Evidence. In: Television and Social Behavior, Vol. IV: Television in Day-to-Day Life: Patterns of Use. Rubinstein, E.A. (Hg.). Washington: Superintendent of Documents S. 410-431.
  
- 4 Hunziker, Peter. Lüscher, K. & Fauser, R. (1975): Fernsehen im Alltag der Familie. In: Rundfunk und Fernsehen, 23. S. 284-315. Hunziker, Peter (1977): Fernsehen in der Familie. Eine Analyse der Gruppenstrukturen. In: Fernsehen und Bildung 11. S. 269-285.
  
- 5 Kellner, Hella (1978): I. Fernsehen als Sozialisationsfaktor; II. Visuelle Aufmerksamkeit und verbale Kommunikation unter dem Einfluss des Fernsehens. In: Familie und Fernsehen. ZDF-Schriftenreihe. Heft 21. S.20-29.

- Teichert, Will (1977): "fernsehen" und Interaktionen. In: Fernsehen und Bildung 11. S. 286-296.
- 6 Katz, Elihu & Foulkes, D. (1962): On the Use of the Mass Media as "Escape": Clarification of a Concept. In: Public Opinion Quarterly, 26. S. 377-388.
- Pearlin, L. (1959): Social and Personal Stress and Escape Television Viewing. In: Public Opinion Quarterly, 23. S. 255-259.
- 7 Strassner, Erich (1975): Produktions- und Rezeptionsprobleme bei Nachrichtentexten. In: Nachrichten. Entwicklungen - Analysen - Erfahrungen. Strassner, E. (Hg.). München: Fink. S. 83-111.
- 8 Murray. John P., Rubinstein, E.A. & Comstock, G.A. (Hg.) (1972): Television and Social Behavior, Vol II: Television and Social Learning. Washington: Superintendent of Documents.
- 9 Kunczik, Michael (1975): Gewalt im Fernsehen. Köln/Wien: Böhlau.
- 10 Gerbner George & Gross, L. (1976): Living with Television: The Violence Profile. In: Journal of Communication. 26, no 2. S. 172-199.
- 11 Fernsehen im Meinungsbild der US-Bevölkerung. Ergebnisse der kontinuierlichen Roper-Umfragen. In: Media Perspektiven 7/1978. S. 498-501.

12 Befunde über die Nutzung des Informationsangebots sämtlicher Medien im Vergleich liegen nur für die Bundesrepublik und für die USA vor.

Kiefer, Marie-Luise (1978): Massenkommunikation 1964-1970-1974. In: Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Berg, K. & Kiefer, M.-L. (Hg.). Mainz: v. Hase & Köhler.

Clarke, Peter & Ruggels. L. (1970): Preferences Among News Media for Coverage of Public Affairs. In: Public Opinion Quarterly, 34. S. 464-471.

13 Vgl. zu diesem Abschnitt auch:

Maletzke, Gerhard (1979): Gesellschaftspolitische Aspekte des Kabelfernsehens. Südfunk-Hefte, Nr. 2. Stuttgart: Süddeutscher Rundfunk.

14 Ebd. S. 22-24.

15 Schukies, Gert (1978): Kommunikation und Innovation. Hamburg: Spiegel-Verlag. S. 49.

16 Paetzold. Ulrich (Hg.) (1978): Kabelkommunikation. Organisation und Programme. München: Oelschläger. S. 59-78 (Berichte von McCron und Stappers).  
Lange, Bernd-Peter (1978): Kabelfernsehprojekte in Japan. In: Media Perspektiven 12/1978. S. 871-876.

- Erfahrungen zur Akzeptanz von Kabel-Diensten. Untersuchungsergebnisse aus Japan, USA und England. In: Media Perspektiven 6/1978. S. 439-445.
- 17 Kellner, Hella (1978): Public Access Kabelfernsehen in New York. Ein Erfahrungsbericht. In: Media Perspektiven 2/78 S. 91-100.
- 18 Kabelfernsehen und Rückkanal. Neue Erfahrungen aus den USA. In: Media Perspektiven 10/1978. S.701-706.
- 19 Der Zusammenhang zwischen Fernsehnutzung und der Zahl der Programme. Ergebnisse einer teleskopie-Sonderuntersuchung. In: Media Perspektiven 12/1978. S. 900-904.
- 20 Maletzke, Gerhard: a.a.O. S. 30-33.
- 21 Eine eindrückliche Darstellung des Fernsehens als Suchtmittel für die Kinder vermittelt:  
Winn, Marie (1979): Die Droge im Wohnzimmer. Reinbek: Rowohlt.
- 22 Gerbner, George: Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions. In: Television and Social Behavior, Vol.I: Media Content and Control. Comstock.  
G.A. & Rubinstein, E.A. (Hg.). Washington: Superintendent of Documents. S. 28-187.
- 23 Diese Vermutung stützt sich auf eine Vielzahl von empirischen Befunden, die sich folgendermassen zusammenfassen

lassen: "Menschen neigen dazu, sich nur solchen Aussagen zuzuwenden, die mit ihren Einstellungen übereinstimmen".

(Lerg, W. (1975): Grundzüge der direkten Kommunikation. In: Dallmer, H. & Thedens, R. (Hg.): Handbuch des Direct-Marketing. Wiesbaden/Darmstadt. S. 118).

Neuere Auswertungen der Sehbeteiligungsforschung zeigen, dass das durch die vergrößerte Programmauswahl stimulierte Programmwahlverhalten der Zuschauer dazu führt, dass die politisch wenig Interessierten die Nachrichtensendungen in zunehmendem Masse umgehen. (Bessler, Hansjörg & Frank, B. (1977): Fernsehnachrichten im Spiegel der kontinuierlichen Zuschauerforschung. In: Publizistik, 22, S. 374).