

Wolling, Jens:

**Auswirkungen des Internets auf Integration und
Pluralität : konzeptionelle Überlegungen und
empirische Befunde**

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-2015200255

Retrodigitalisierung der gleichnamigen Druckausgabe:

Erschienen in:

Maier-Rabler, Ursula; Latzer, Michael (Hrsg.): Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel : universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft ; [Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) und der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK) vom 31. Mai bis 2. Juni 2000 zum Thema 'Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel']. - Konstanz : UVK-Verl.-Ges., 2001, S. 127-143.

(Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ; 28)

ISBN (print): 3-89669-312-3

ISSN (print): 1433-7665

[Digitalisierungsjahr: 2015]

Auswirkungen des Internets auf Integration und Pluralität Konzeptionelle Überlegungen und empirische Befunde

I Einleitung

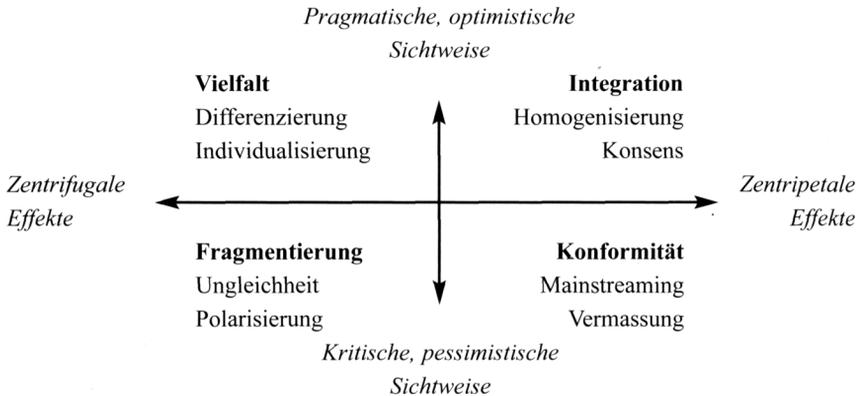
Welche Auswirkungen die Medien auf die Gesellschaft haben, ist eine Frage, die immer wieder gestellt wird, wenn sich die Medienlandschaft verändert. Sowohl neu aufkommende Medien und Kommunikationsformen als auch organisatorische Neuordnungen und Ausweitungen des Angebots bilden Anlass für die wissenschaftliche und öffentliche Diskussion über die gesellschaftlichen Folgen dieser Veränderungen. Insbesondere die vermuteten Effekte auf Integration und gesellschaftliche Pluralität werden dabei erörtert. „Die Debatte über Integration und Desintegration gehört gleichsam zum Dauerthema moderner Gesellschaften“ (Jarren 2000: 25). Der Einfluss von Medien auf Integration und Pluralität ist zwar auch Gegenstand einiger empirisch gestützter Theorien (vgl. Schulz 1999), häufig beruhen die Argumentationen aber vor allem auf Plausibilitätsüberlegungen. Eher selten werden bei diesen Debatten Chancen und Risiken der jeweils „neuen“ Medien gegeneinander abgewogen (vgl. Schulz 1997). Es werden im Allgemeinen überwiegend pessimistische Erwartungen mit den veränderten Kommunikationssituationen verbunden. So äußern z.B. verschiedene Autoren die Befürchtung, dass die Kommerzialisierung des Fernsehens und die Einführung neuer Telekommunikationsdienste, speziell die Verbreitung des Internets, negative Auswirkungen auf die gesellschaftliche Integration haben könnten (vgl. Stolte 1985; Behrendt 1985; Holtz-Bacha 1998). Ob die Vermutung begründet ist, dass das Internet einen Einfluss auf den Grad der sozialen *Integration* der Nutzer und/oder den Grad der *Pluralität* innerhalb dieser Gruppe hat, soll im Folgenden untersucht werden.

II Integration und Pluralität: Dimensionen und Indikatoren

Bei der Diskussion über die Entwicklungstendenzen moderner Gesellschaften werden zum einen Begriffspaare wie *Integration vs. Fragmentierung* und zum anderen – mit umgekehrten Vorzeichen – *Vielfalt vs. Konformität* verwendet. Diese Begriffspaare sind normativ aufgeladen, was an der von Schulz (1999: 91) in

Anlehnung an McQuail vorgeschlagenen zweidimensionalen Darstellung deutlich wird.

Abbildung 1: Diagnosen gesellschaftlicher Entwicklungstendenzen



Folgt man dieser Einteilung, dann unterscheiden sich die beiden Begriffspaare nur hinsichtlich der impliziten normativen Bewertung, nicht aber hinsichtlich ihres empirischen Gehalts. Es gibt nach dieser Darstellung nur eine *empirische* Dimension, auf der zwischen zentrifugalen und zentripetalen Effekten unterschieden wird, sowie eine normative Dimension, auf der zwischen einer optimistischen und einer pessimistischen Sichtweise unterschieden wird. Die vier Felder des Schaubilds sind jeweils mit mehreren Begriffen besetzt, was die Schlussfolgerung nahe legt, dass es sich dabei jeweils um Synonyme handelt. Die Begriffe sind jedoch überwiegend in bestimmte theoretische Zusammenhänge eingebunden und keineswegs austauschbar. Sie werden allerdings auch außerhalb dieser Theorien mit anderem Bedeutungsgehalt verwendet.

Die Begriffsvielfalt ist mit dieser Aufstellung auch bei weitem nicht erschöpft. Als Beispiel für verwandte und in ähnlichen Zusammenhängen verwendete Begriffe seien nur *Segmentierung*, *Selbstverwirklichung*, *Autonomieverlust* oder *Pluralität* genannt. Eine ausführliche Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Begriffen und den dazugehörigen Phänomenen und theoretischen Zusammenhängen kann an dieser Stelle nicht geleistet werden. Die folgenden Ausführungen beschränken sich darauf zu zeigen, wie die Begriffe *Integration*

und *Pluralität*, mit denen im Folgenden gearbeitet wird, in dieser Untersuchung konzeptionalisiert werden. Es wird dabei davon ausgegangen, dass es sich um zwei empirische Dimensionen handelt und nicht um die gegensätzlichen Pole einer Dimension. Diese beiden Dimensionen werden im Folgenden als *Grad der Integration* und *Grad der Pluralität* bezeichnet.

Friedrichs und Jagodzinski (1999) unterscheiden zwischen einem systemischen und einem relationalen Integrationsbegriff. Der relationale Integrationsbegriff bildet die konzeptionelle Grundlage für die vorliegende Untersuchung. Integration beschreibt danach die Relation zwischen den einzelnen Teilen und dem Ganzen. Die einzelnen Teile sind in dieser Untersuchung die *einzelnen Personen*, die sich zu verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen in Beziehung setzten. Unterschieden werden drei verschiedene gesellschaftliche Ebenen, zu denen eine Integrationsrelation bestehen kann.

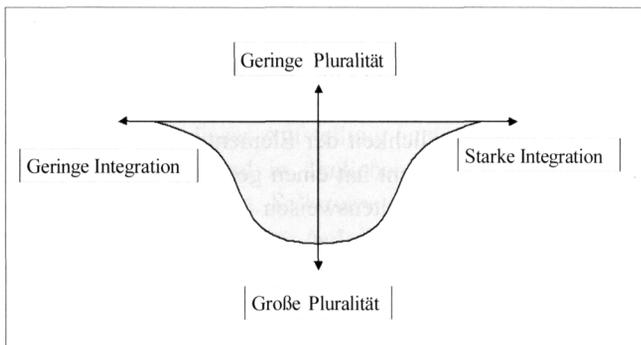
- *Mikroebene*: z.B. die Beziehung zur Familie und zu Nachbarn.
- *Mesoebene*: z.B. die Mitgliedschaft und Aktivität in Vereinen, Verbänden oder in den Kirchen.
- *Makroebene*: das Verhältnis zum Staat und zur Gesamtgesellschaft.

Als Indikatoren für Integration werden sowohl innere Zustände (Einstellungen, Kognitionen) als auch äußeres Verhalten angesehen. Einerseits werden also die Aktivitäten untersucht, mit denen sich die Individuen zu den verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen aktiv in Beziehung setzen, und andererseits werden die Orientierungen der Personen zu den verschiedenen Objekten analysiert (vgl. Friedrichs & Jagodzinski 1999: 11 ff.). Wenn es um soziale Integration geht, treten also die Individuen als Akteure auf. Sie setzen sich selbst zu den unterschiedlichen gesellschaftlichen Einheiten in Beziehung. Der Grad der Integration wird aus der Individualperspektive untersucht.

Die Pluralität einer Gesellschaft oder einer gesellschaftlichen Gruppe ergibt sich hingegen unabhängig vom Willen und bewussten Handeln der Einzelnen. Mit Pluralität wird die Unterschiedlichkeit der Elemente einer Gruppe gekennzeichnet. Ein gesellschaftliches Segment hat einen geringen Grad an Pluralität, wenn sich die Einzelnen in ihrem Verhaltensweisen oder in ihren Einstellungen nicht oder nur wenig unterscheiden und sie hat einen hohen Grad an Pluralität, wenn sich innerhalb der Gruppe sehr unterschiedliche Verhaltensweisen und Einstellungen feststellen lassen. Der Begriff der Pluralität impliziert also eine gesellschaftliche Perspektive.

Wie können die Konzepte in empirische Messungen umgesetzt werden? Wie kann überprüft werden, ob die drei Gruppen, um die es im Folgenden gehen wird – die Viel-, Wenig- und Nichtnutzer des Internet – sich hinsichtlich ihrer Integration und Pluralität unterscheiden? Um festzustellen, ob sich die Gruppen im Grad der *Integration* unterscheiden, muss zunächst der Grad der Integration jedes *einzelnen* Gruppenmitglieds ermittelt und dann für jede der Gruppen zu einem Kennwert zusammengefasst werden. Als Kennziffer hierfür bietet sich das arithmetische Mittel an. Ein Beispiel wäre die Kontakthäufigkeit mit Freunden. Je häufiger und intensiver die Kontakte der Gruppenmitglieder mit ihren Freunden im Durchschnitt sind, desto stärker ist die Integration der Gruppe. Für die Bestimmung der *Pluralität* ist es hingegen bei dem genannten Beispiel nicht so wichtig, wie intensiv die Kontakte der Personen im Durchschnitt sind, sondern wie groß die *Unterschiede* in der Kontaktintensität *innerhalb* einer Gruppe sind. Die Pluralität ist groß, wenn die Gruppenmitglieder sehr unterschiedliche Verhaltensweisen und Einstellungen haben, sie ist hingegen gering, wenn es innerhalb der Gruppe kaum Abweichungen gibt. Wir schauen also auf die Varianz bzw. Standardabweichung in der Gruppe.¹ Für die Ermittlung der Pluralität einer Gruppe ist also zunächst der durchschnittliche Grad der Integration der Gruppenmitglieder zu ermitteln. In einem zweiten Schritt wird dann untersucht, wie stark die Verhaltensweisen und Einstellungen der einzelnen Gruppenmitglieder vom Gruppendurchschnitt abweichen. Die gesellschaftliche Perspektive (Pluralität) ist in dieser Konzeption aus der individuellen Perspektive abgeleitet. Integration und Pluralität sind demnach zwei unterscheidbare aber theoretisch nicht völlig unabhängige Dimensionen.

Abbildung 2: Kombination der beiden empirischen Dimensionen



Die Mitglieder einer Gruppe können im Durchschnitt relativ stark integriert sein und gleichzeitig *kann* die Gruppe intern relativ plural sein, sie *kann* aber auch völlig homogen sein. Logisch und konzeptionell ist es jedoch nicht möglich, dass eine Gruppe, in der (fast) *alle* Mitglieder sehr stark integriert sind, oder eine Gruppe, in der (fast) *alle* Mitglieder sehr wenig integriert sind, gleichzeitig intern sehr plural ist. Das Schaubild verdeutlicht, dass die Pluralität bei einem mittleren Grad der durchschnittlichen Integration in einer Gruppe am stärksten sein *kann*, aber nicht sein *muss*, während die theoretisch mögliche Pluralität sowohl mit abnehmender als auch mit zunehmender Integration geringer wird. Die möglichen Kombinationen veranschaulicht die graue Fläche.

III Wirkungsmodelle: Einfluss der Medien auf Integration und Pluralität

Wie kann die Vermutung, dass die Nutzung des Internets einen Einfluss auf den Grad der sozialen Integration einer Person und auf den Grad der Pluralität innerhalb der Gruppen hat, theoretisch begründet werden? Es sind im Kern zwei Argumentationslinien, die in verschiedenen Varianten und mit unterschiedlicher Komplexität der Argumentation verfolgt werden. Erstens werden die Wirkungsannahmen mit Veränderungen des *Zeitbudgets* begründet und zweitens wird auf die Wirkung bzw. ausbleibende Wirkung von *Medienangeboten* Bezug genommen.

Zeitbudget: Für die Nutzung des Internets wird Zeit benötigt – Zeit die für andere Aktivitäten fehlt. Solche Verdrängungsprozesse sind vor allem bei Vielnutzern zu erwarten. Nie und Erbring (2000) fanden z.B. heraus, dass mit zunehmender Dauer der wöchentlichen Internetnutzung ein Rückgang sozialer Kontakte zu verzeichnen ist. Döring (1999: 330 ff.) stellt die möglichen Konsequenzen einer intensiven Netznutzung für die soziale Integration sowie die dazu vorliegenden empirischen Befunde differenziert dar. Sie unterscheidet dabei zwischen Auswirkungen auf bestehende Beziehungen und das Potential des Netzes für die Entwicklung neuer Beziehungen. Netzkommunikation kann demnach nicht nur in Konkurrenz zu bestehenden Beziehungen treten, sondern auch zu deren Pflege und zur Anknüpfung neuer Kontakte dienen. Höflich (1995, 525f), der hierin durchaus die Chance zur Entstehung neuer „elektronischer Gemeinschaften“ sieht, verweist aber auch auf die Gefahr der Segmentierung und zitiert zahlreiche kritische Stimmen zur fragwürdigen Qualität solcher „Pseudo-Gemeinschaften“. Die auf das Zeitbudget bezogene Argumentation zielt primär auf die soziale Inte-

gration auf der Mikroebene. Holtz-Bacha (1998: 224) stellt jedoch auch eine Verbindung zur Makroebene her: Entscheidend sei, ob die Zeit, die mit computervermittelter Kommunikation verbracht wird, den Umfang der Nutzung herkömmlicher Medien verändere. Wenn die Nutzung komplementär zum Konsum der anderen Medien erfolge, dann ändere dies nichts an deren Integrationspotential.

Angebote: Der Ausgangspunkt der zweiten Argumentationslinie ist die Feststellung, dass es eine Differenzierung der Lebensstile in der Gesellschaft gibt. Auf diese Veränderung reagieren die Medien mit Marktsegmentierung und Zielgruppenprodukten. Durch die Differenzierung und Ausweitung der Angebotspalette werden die Reichweiten einzelner Angebote immer kleiner. Die dadurch entstehende Segmentierung (teilweise auch als Fragmentierung, Spezialisierung oder Differenzierung bezeichnet) des Publikums – das nun nur noch bestimmte Ausschnitte des Angebots nutzt oder sich bestimmten Anbietern zuwendet – führt dazu, dass weniger gemeinsame Erfahrungen gemacht werden und die Themen für den gesellschaftlichen Diskurs und die interpersonale Kommunikation verloren gehen. In diesem Zusammenhang werden vor allem die einseitige Orientierung auf unterhaltende vs. informierende Inhalte und/oder auf das private vs. öffentlich-rechtliche Fernsehen sowie die Polarisierung der Nutzungsintensität diskutiert und untersucht (vgl. Berens/Kiefer/Meder 1997: 82 ff.). Die Medien verlieren unter diesen Bedingungen die Möglichkeit, den Menschen Orientierung hinsichtlich der gesellschaftlich anerkannten Werte und Verhaltensweisen zu geben. Das Zusammenführen unterschiedlicher Lebensstile wird nicht mehr ermöglicht (vgl. Stolte 1985; Holtz-Bacha 1998: 219 ff.; Holtz-Bacha/Peiser 1999: 41). Hinter diesem Argument steht die Annahme, dass der Empfang thematisch homogener Botschaften, die dem herrschenden Wertegefüge entsprechen und ein möglichst großes Publikum erreichen, gesellschaftlich integrierend wirkt (vgl. Saxer 1974: 26 ff.). Genannt werden in diesem Zusammenhang häufig zentrale Medienereignisse wie staatliche Gedenkfeiern oder sportliche Großereignisse, die die Nation zu einem gemeinsamen Erlebnis vor dem Fernseher versammeln und damit zur Integration beitragen (vgl. Holtz-Bacha 1997). Folgt man dieser Argumentation, dann sind es nicht *bestimmte* Medienangebote, sondern es ist die Nutzung *unterschiedlicher* Medienangebote, die die Gesellschaft desintegriert.

Andere Argumentationen zielen weniger auf die Unterschiedlichkeit der rezipierten Angebote sondern darauf, *was* rezipiert wird. Jäckel (1999: 14) schreibt, dass

es für die Integrationsleistung der Medien entscheidend sei, ob der Gesellschaft durch das Mediensystem das Bewusstsein für die relevanten Themen vermittelt werde. Rühl (1985: 28) sieht die gesellschaftliche Integrationsleistung in der „Vorwegnahme und in der Vermeidung von Problemerzeugung durch optimale Information“.

VI Wirkungsmodell: Einfluss des Internets

Auf den vorgestellten Überlegungen aufbauend, werden im Folgenden die möglichen Effekte systematisiert. Es wird dabei davon ausgegangen, dass durch das Hinzutreten eines neuen Mediums (Angebots, Kommunikationsraums etc.) sich vor allem Veränderungen bei den Nutzern ergeben. Die Erfahrungen der Nichtnutzer verändern sich nicht oder nur indirekt, indem sich die Beziehungen zu den Nutzern verändern. Da es sich hierbei um Veränderungen auf der Individualebene handelt, müssen zunächst die möglichen Folgen für die soziale Integration diskutiert werden, daraus lassen sich dann die Folgen für die gesellschaftliche Pluralität ableiten.

Die möglichen Veränderungen im Grad der Integration sind prinzipiell auf Veränderungen im Zeitbudget zurückzuführen, die durch die Internetnutzung hervorgerufen werden. Diejenigen, die das Internet zur Verfügung haben, nutzen dies in unterschiedlicher Intensität. Je mehr Zeit sie damit verbringen, desto geringer ist ihr verbleibendes Zeitbudget für *nichtmediale* und/oder *sonstige mediale* Aktivitäten.

Die Veränderung des Zeitbudgets auf der Ebene der *nichtmedialen* Aktivitäten kann drei Konsequenzen haben:

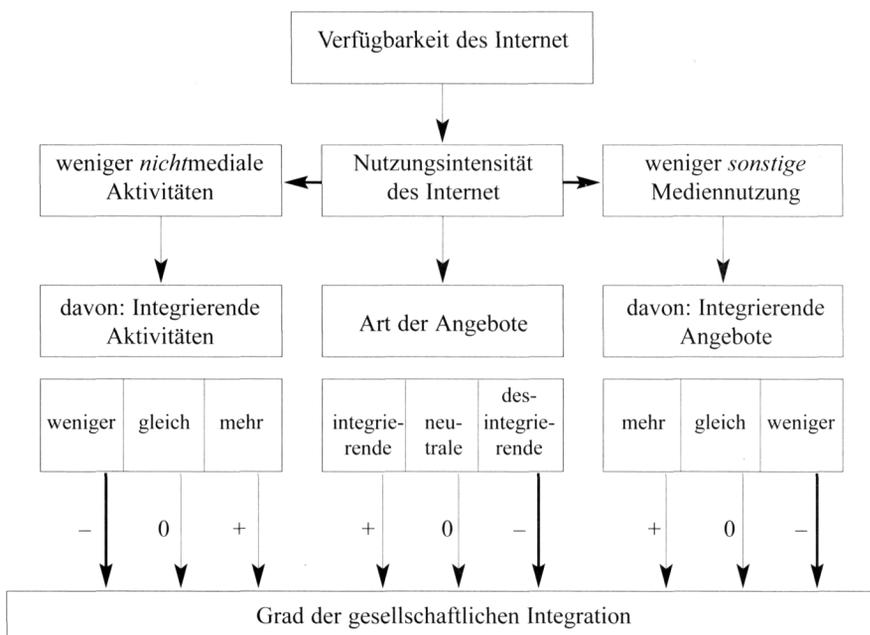
- 1) die Intensität integrierender Aktivitäten (z.B. Familienkontakte, Vereinsaktivitäten, politische Partizipation etc.) wird verringert;
- 2) die Häufigkeit integrierender Aktivitäten bleibt gleich, aber die sonstigen Aktivitäten werden verringert;
- 3) das knappere Zeitbudget wird umstrukturiert: Die Intensität integrierender Aktivitäten wird sogar gesteigert, dafür werden aber die sonstigen Aktivitäten deutlich verringert.

Die folgenden beiden Argumentationslinien setzen voraus, dass es Wirkungen der *Medienangebote* auf den Grad der sozialen Integration der Menschen gibt. Es

wird davon ausgegangen, dass die Nutzung *bestimmter* Angebote integrierend wirkt, während andere desintegrieren. Von dieser Annahme ausgehend, kann auch die Veränderung des Zeitbudgets für die sonstigen medialen Aktivitäten drei Effekte haben: 1) die Intensität der Nutzung integrierender Medienangebote wird verringert, 2) sie bleibt gleich oder 3) sie weitet sich in Folge von Umstrukturierungen aus. Schließlich sind auch noch die Angebote des Internets, die nun zusätzlich genutzt werden, zu berücksichtigen. Auch hier können wieder drei Varianten unterschieden werden: Diese Angebote können entweder 1) integrierend, 2) desintegrierend oder 3) neutral sein.

Die Veränderungen im Zeitbudget können also auf drei Wegen zur Veränderung der sozialen Integration führen und auf allen drei Wegen sind – zumindest theoretisch – sowohl integrierende als auch desintegrierende Folgen möglich. Diejenigen, die negative Effekte des Netzes vermuten, gehen aber davon aus, dass einige Wirkungspfeile stärker sind (Abbildung 3).

Abbildung 3: Effekte des Internets auf soziale Integration



Hieran anschließend kann nun auch erläutert werden, wie Unterschiede in der Pluralität zwischen der Gruppe der Netznutzer und Nichtnutzer zustande kommen können: Veränderungen im Hinblick auf die Pluralität setzen voraus, dass sich innerhalb der Gruppe der Internetnutzer unterschiedliche Entwicklungen vollziehen, dass also die verschiedenen Gruppenmitglieder auf das Hinzutreten des Internets als weiteres Medienangebot unterschiedlich reagieren und das in systematischer Weise: *Mehr Pluralität* in der Gruppe der Internetnutzer kann dadurch entstehen, dass a) diejenigen Internetnutzer, die zuvor eine integrationsrelevante Aktivität *unterdurchschnittlich* oft realisiert haben, sie jetzt *noch seltener* ausführen und sich damit von den Aktiveren noch weiter entfernen und/oder b) dass diejenigen, die früher diese *überdurchschnittlich* häufig ausführten, sie nach dem Hinzutreten des Internets *noch häufiger* ausführen und sich damit von den weniger Aktiven noch weiter entfernen. Bestehende Prädispositionen werden verstärkt. *Weniger Pluralität* in der Gruppe der Internetnutzer kann z.B. dadurch entstehen, dass a) diejenigen Internetnutzer, die zuvor eine integrierende Aktivität *unterdurchschnittlich* häufig realisiert haben, sie jetzt *häufiger* ausführen und sich damit den Aktiveren annähern und/oder b) dass diejenigen, die früher diese Aktivität *überdurchschnittlich* häufig ausführten, sie nach dem Hinzutreten des Internets als neues Medium weniger oft ausführen und sich damit den weniger Aktiven annähern. Bestehende Prädispositionen werden abgebaut.

Die hier vorgeschlagene Operationalisierung von Pluralität unterscheidet sich von Untersuchungen, die mögliche Homogenisierungseffekte der Medien in Anlehnung an das Mainstreamingkonzept von Gerbner et al. (1980) untersuchen. Bei diesen Analysen geht es darum, Interaktionen zwischen der Mediennutzung und bestimmten soziodemographischen Variablen (Alter, Bildung, Geschlecht, Wohnort etc.) im Hinblick auf die zu erklärenden Variablen (Einstellungen, Werthaltungen etc.) zu ermitteln. Untersucht wird, ob durch die Mediennutzung die Unterschiede in den Einstellungen etc., die zwischen den verschiedenen soziodemographisch definierten Gruppen bestehen, verstärkt oder abgeschwächt werden (vgl. Schulz 1999, Mendelsohn & Nadeau 1996). In dieser Untersuchung geht es hingegen um die Pluralität jeweils innerhalb der drei Gruppen (Viel-, Wenig- und Nichtnutzer). Die durch die Soziodemographie bedingten Unterschiede werden dabei kontrolliert, es wird aber nicht angenommen, dass durch die Netznutzung Unterschiede zwischen soziodemographischen Gruppen verstärkt oder verringert werden.

V Methode

Um zu überprüfen, ob die Nutzung des Internets Einfluss auf Integration und Pluralität hat, wurde eine Sekundäranalyse der „Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften“ (ALLBUS) durchgeführt.² Die Internetnutzung wurde in der Befragung folgendermaßen gemessen: „Nun einige Fragen zu ihrer Freizeit. Geben Sie bitte zu jeder der Tätigkeiten auf dieser Liste an, wie oft Sie das in ihrer Freizeit machen.“ Eine der 10 abgefragten Aktivitäten war: „Das Internet oder spezielle Online-Dienste nutzen.“ Für die Auswertung werden die Antworten „täglich“ und „mindestens einmal pro Woche“ zur Gruppe „Vielnutzer“ zusammengefasst. Die das Internet „mindestens einmal im Monat“ oder „seltener“ nutzen, werden als „Wenignutzer“ klassifiziert und die das Internet „nie“ nutzen, werden im Folgenden als „Nichtnutzer“ bezeichnet. Die nachfolgenden Analysen beruhen auf dem Vergleich dieser drei Gruppen.

Ein Problem des angestrebten Gruppenvergleichs besteht darin, dass sich die Gruppen nicht nur im Hinblick auf das Kriterium Internetnutzung unterscheiden, sondern auch hinsichtlich ihrer soziodemographischen Zusammensetzung. Wesentliche Unterschiede in den Zugangsmöglichkeiten waren und sind – wenn auch weniger ausgeprägt – heute noch vor allem zwischen den Alters- und Bildungsgruppen sowie hinsichtlich der Berufstätigkeit und des Geschlechts festzustellen (vgl. Eimeren & Gerhard 2000). Um dieses Problem zu *verringern* wurden jene soziodemographischen Teilgruppen aus der Stichprobe herausgenommen, in denen keine oder nur sehr wenige Internetnutzer zu finden sind. Dabei handelt es sich um Personen über 50 Jahre und um Personen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss als den Realschulabschluss. Die Stichprobe ist damit repräsentativ für die deutschsprachigen Personen, die in der Bundesrepublik in Privathaushalten leben, mindestens einen Realschulabschluss haben und zwischen 18 bis einschließlich 50 Jahre alt sind.³ Auch nachdem die Stichprobe auf diesen Ausschnitt begrenzt wurde, sind noch soziodemographische Unterschiede zwischen den Gruppen festzustellen, so dass bei den Analysen zusätzlich Alter, Bildung und Geschlecht statistisch kontrolliert werden.

Nicht erhoben wurde in der Umfrage, welchen Diensten oder Angeboten sich die Nutzer im Netz zuwenden. Es kann also nicht überprüft werden, ob Integration und Pluralität mit der Nutzung bestimmter Dienste oder Angebote (oder sehr unterschiedlicher Angebote) im Netz einhergehen. Untersucht werden kann

jedoch, ob die Nutzung des Internets Auswirkungen auf die Nutzung anderer Medien hat. Wenn sich in der Nutzung anderer Medien Unterschiede zwischen den Gruppen nachweisen lassen, dann wäre dies ein Hinweis darauf, dass sich über den Umweg einer veränderten Nutzung der sonstigen Medien Effekte auf den Grad der Integration und der Pluralität ergeben. In einem ersten Analyse-schritt wird deswegen überprüft, ob bei den Internetnutzern eine andere Nutzungsintensität und/oder -pluralität der sonstigen Medienangebote festzustellen ist bzw., ob sie sich in den Sendungs- und Genrepräferenzen von den Nichtnutzern unterscheiden. Danach wird dann der Grad der Integration und der Pluralität auf den drei Ebenen analysiert und dabei jeweils zwischen Verhaltensindikatoren und Einstellungen unterschieden.

VI Ergebnisse

Im Datensatz stehen eine Vielzahl von möglichen Indikatoren für die Medien-nutzung, die Genrepräferenzen und den Grad der soziale Integration zur Ver-fügung. Aus Platzgründen können hier nur ausgewählte Ergebnisse vorgestellt werden.⁴

Mediennutzung und Präferenzen: Die Häufigkeit der *Zeitungs-nutzung* steigt mit zunehmender Internetnutzung, d.h. diejenigen, die das Internet viel nutzen, lesen auch viel Zeitung. Es gibt keine Hinweise auf eine Verdrängung durch das Internet. Betrachtet man die Unterschiede in der Zeitungs-nutzung innerhalb der Gruppen, dann stellt man fest, dass die Pluralität bei den Internetnutzern signifi-kant geringer ist, d.h. die Nutzer lesen nicht nur im Durchschnitt häufiger, son-dern sie sind in dieser Hinsicht auch homogener als die Nichtnutzer. Bei der *Fernsehnutzungsdauer* verhält es sich anders: Die Nutzer des Internets schauen deutlich weniger Fernsehen als die Nichtnutzer. Das spricht aber nur bedingt für einen Verdrängungseffekt, da zwischen Wagnutzern und Vielnutzer kaum ein Unterschied festzustellen ist. Auch hier finden wir bei den Netznutzern eine geringere Pluralität, die Unterschiede zwischen den Nutzern sind geringer als zwischen den Nichtnutzern.

Bei den Genrepräferenzen findet man unterschiedliche Tendenzen. Das Interesse an *leichter Unterhaltung* im Fernsehen unterscheidet sich weder hinsichtlich der Intensität noch hinsichtlich der Pluralität der Präferenzen signifikant zwischen den Gruppen. Deutlich anders sieht es aus, wenn wir das Interesse an *Politik und Kultur im Fernsehen* betrachten. Hier finden wir mit zunehmender Internetnut-

zung ein größeres Interesse. Und auch hier zeigt sich, nun bereits zum dritten Mal, eine geringere Pluralität bei den Internetnutzern. Die Gruppe der Internetnutzer ist offenbar im Hinblick auf die Nutzung und die Präferenzen für andere Medien intern homogener und nicht heterogener.

Mikroebene: Die soziale Integration im Nahbereich wurde über die Anzahl der Besuche von *Familienangehörigen und Verwandten* sowie die Anzahl der Besuche von *Nachbarn und Freunden* operationalisiert. Es zeigt sich bei beiden Indikatoren, dass sich die Integration der Netznutzer und Nichtnutzer nicht signifikant unterscheiden. Hinsichtlich der Familienbesuche findet man bei den Vielnutzern des Netzes eine geringere Pluralität dieses Verhaltens. In dieser Beziehung sind die Vielnutzer homogener als die anderen beiden Gruppen. Hingegen unterscheidet sich die Pluralität bei den Freundesbesuchen nicht signifikant zwischen den Gruppen. Anders verhält sich die Situation, wenn man die Integration hinsichtlich der *Einstellungen* betrachtet. Hier stellt sich heraus, dass den Netznutzern Familie und Verwandtschaft weniger wichtig sind. Unterschiede in der Pluralität findet man jedoch nicht. Die Streuung in den Gruppen ist ähnlich groß.

Mesoebene: Auf dieser Ebene wurden die Häufigkeit *ehrenamtlicher Tätigkeiten* und die *Kirchgangshäufigkeit* als handlungsbezogene Indikatoren gewählt. Die Daten zeigen keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den Gruppen, weder im Hinblick auf die Integration, noch hinsichtlich der Pluralität. Auch beim Einstellungsindikator *Wichtigkeit von Kirche und Religion* zeigen sich weder in Bezug auf die Integration noch beim Vergleich der Pluralität auffällige Unterschiede.

Makroebene: Als Indikatoren für Handlungen, die sich auf die Makroebene beziehen, wurden die *konventionelle* und die *unkonventionelle politische Partizipation* gewählt. Hinsichtlich der unkonventionellen Partizipation findet man deutliche Unterschiede zwischen den drei Gruppen. Vor allem die Vielnutzer sind in dieser Hinsicht wesentlich stärker engagiert als die Nichtnutzer. Bei der konventionellen Partizipation zeigen die Unterschiede in die gleiche Richtung, erreichen aber nicht das Niveau statistischer Signifikanz. Gleichzeitig finden wir aber bei beiden Indikatoren eine deutlich größere Pluralität innerhalb der Gruppe der Netznutzer, insbesondere bei den Vielnutzern. Auch auf der Einstellungsebene zeigt sich bei den Netznutzern eine stärkere Integration. Die Nutzer haben eine signifikant positivere *Einstellung zum politischen System der Bundesrepublik*. Hinsichtlich der Pluralität sind keine Unterschiede festzustellen.

Tabelle 1: Mediennutzung, Integration und Pluralität in Abhängigkeit von der Internetnutzung

Indikatoren	Mittelwerte (geschätzt) F-Test				Mittelwerte (geschätzt) F-Test			
	Nicht-nutzer	Wenig-nutzer	Viel-nutzer	Signifi-kanz	Nicht-nutzer	Wenig-nutzer	Viel-nutzer	Signifi-kanz
N =	890-910	135-140	171-180		890-910	135-140	171-180	
Mediennutzung und Präferenzen	Intensität				Pluralität			
Tageszeitungsnutzung in Tagen pro Woche	4,90	5,14	5,36	.049	2,00	1,70	1,73	.005
Fernsehnutzungsdauer in Minuten	131	104	109	.000	67	48	53	.000
Interesse an leichter Unterhaltung im TV	2,42	2,47	2,34	.329	0,71	0,64	0,66	.133
Interesse an Politik und Kultur im TV	3,20	3,27	3,41	.004	0,66	0,54	0,52	.000
Mikroebene	Integration				Pluralität			
Besuchshäufigkeit Familie und Verwandte	4,79	4,38	4,42	.532	4,51	4,17	3,90	.014
Besuchshäufigkeit Nachbarn, Freunde...	6,24	6,40	6,07	.852	4,78	4,84	4,70	.865
Wichtigkeit von Familie u. Verwandten	5,55	5,34	5,23	.008	1,03	0,94	1,08	.318
Mesoebene	Integration				Pluralität			
Häufigkeit ehrenamtlicher Tätigkeiten	1,07	1,22	1,29	.700	1,66	1,88	2,03	.265
Häufigkeit Kirchgang	1,17	1,11	1,29	.865	1,71	1,52	1,76	.661
Wichtigkeit von Religion und Kirche	2,83	3,07	2,94	.384	1,69	1,50	1,66	.116
Makroebene	Integration				Pluralität			
Konventionelle politische Partizipation	0,15	0,14	0,22	.106	0,25	0,24	0,36	.000
Unkonventionelle politische Partizipation	0,33	0,43	0,52	.002	0,48	0,61	0,62	.000
Einstellung zum politischen System	3,00	3,08	3,16	.005	0,47	0,42	0,43	.197

VII Resümee

Die vorgestellten Ergebnisse werden durch weitere hier nicht präsentierte Analysen mit anderen Indikatoren weitgehend bestätigt. Die Befunde können folgendermaßen zusammengefasst werden:

Hinsichtlich der Intensität der Mediennutzung sind die Befunde nicht einheitlich: Die Printmedien werden von den Internetnutzern häufiger, die elektronischen Medien werden seltener genutzt. Bei den Genrepräferenzen gibt es entweder keine Unterschiede oder die Internetnutzer haben stärkere Präferenzen für bestimmte Genres, speziell für die informierenden Angebote. Die Pluralität der Mediennutzung ist innerhalb der beiden Nutzergruppen des Internets geringer. Tendenziell trifft dies auch auf die Präferenzen zu.

In Bezug auf den Grad der Integration und der Pluralität erhalten wir eindeutige Befunde, wenn wir die drei Ebenen unterscheiden. Nur auf der Mikroebene gibt es gewisse Anzeichen für eine geringere Integration und eine geringere Pluralität der Netznutzer. Auf der Mesoebene spricht die überwiegende Zahl der Befunde dafür, dass es keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den Gruppen gibt. Auf der Makroebene zeigen die Ergebnisse deutlich, dass die Gruppe der Netznutzer besser integriert ist, sich aber als intern heterogener erweist. Das bedeutet, dass mit zunehmender Internetnutzung im Durchschnitt eine stärkere Integration der Nutzer in die Gesellschaft (Makro) festzustellen ist. Hinter diesem generellen Zusammenhang verbergen sich aber unterschiedliche Tendenzen: Es ist nur ein Teil der Netznutzer, der sich stärker integriert, ein anderer – allerdings kleinerer Teil – ist hingegen schlechter integriert.

Die Unterschiede zwischen den Gruppen der Viel-, Wenig- und Nichtnutzer sind insgesamt betrachtet nicht dramatisch, weder hinsichtlich der Integration noch hinsichtlich der Pluralität. Vor allem aber findet man so gut wie keine Belege für die Befürchtung, dass die Internetnutzer weniger gut integriert sind, oder dass die Gruppe intern weniger plural ist. In methodischer Hinsicht hat sich die konzeptionelle Unterscheidung von Pluralität und Integration als sinnvoll erwiesen. Gerade auf der Makroebene zeigt sich, dass eine stärkere Integration mit einer stärkeren Pluralität einhergehen kann. Es handelt sich also auch empirisch um zwei Dimensionen und nicht um Gegensätze auf einer Dimension.

Anmerkungen

- 1 Nicht unterschieden werden kann auf diese Weise, wie die Standardabweichung zustande kommt. Eine mittelgroße Abweichung kann beruhen auf: a) einer mittleren Abweichung aller Gruppenmitglieder, b) einer breiten Streuung der individuellen Abweichungen von sehr gering bis sehr groß oder c) einer starken Abweichung des einen Teils und einer geringen Abweichung des anderen Teils. Als Alternative zur Standardabweichung können auch andere Maßzahlen zur Bestimmung der Heterogenität von Verteilungen berechnet werden. Das Entropie-Maß oder der Diversity-Index (vgl. Franzmann & Wagner 1999) sind für die Berechnung der Heterogenität von Nominalskalen sehr geeignet. Sie berücksichtigen aber nicht, dass bei höherem Skalenniveau die Unterschiede zwischen nebeneinander liegenden Kategoriensprägungen sinnvoller Weise geringer als die Unterschiede zwischen weit auseinander liegenden Ausprägungen bewertet werden sollten.
- 2 Die Befragung wurde 1998 durchgeführt. Die Daten sind beim Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (Köln) erhältlich. Die vorgenannte Institution trägt keine Verantwortung für die Verwendung der Daten in diesem Beitrag.
- 3 Die disproportionale Schichtung der Stichprobe wurde mit dem Ost-West-Gewicht ausgeglichen.
- 4 Pluralität wird hier auf die unterschiedliche Verteilung jeweils *eines* Merkmals innerhalb der Gruppen bezogen. Interessant – aber hier nicht zu leisten – wäre auch die Kombination verschiedener Merkmale um zusätzlich die intrapersonale Varianz zu berücksichtigen. Vgl. dazu im Hinblick auf die Mediennutzung Hasebrink (1999).

Die präsentierten Ergebnisse beruhen auf Varianzanalysen mit Alter, Bildung und Geschlecht als Kovariaten. Die abhängigen Variablen wurden folgendermaßen operationalisiert:

Fernsehnutzungsdauer „Zahl der Nutzungstage pro Woche“ * „Durchschnittliche Nutzungsdauer an Nutzungstagen“ / 7.

Tageszeitungsnutzung Zahl der Nutzungstage pro Woche.

Interesse an „leichter Unterhaltung“ Index (Mittelwert) aus: Interesse an „Fernsehshows, Quizsendungen“, „Heimatfilmen“, „Familien- und Unterhaltungsserien“.

Interesse an „Politik und Kultur“ Index (Mittelwert) aus: Interesse an „Nachrichten“, „Politischen Magazinen“, „Interesse an Kunst- und Kultursendungen“ (Beide Interessensskalen von „überhaupt nicht“=1 bis „sehr stark“=5).

Besuchshäufigkeit Familie und Verwandte in Tagen pro Monat.

Besuchshäufigkeit Nachbarn, Freunde, Bekannte in Tagen pro Monat.

Häufigkeit ehrenamtlicher Tätigkeiten in Vereinen, Verbänden oder sozialen Diensten in Tagen pro Monat.

Häufigkeit Kirchgang sowie Besuch von religiösen Veranstaltungen in Tagen pro Monat.

(Bei allen vier zuvor genannten Häufigkeitsskalen „täglich“=20 „mindestens einmal pro Monat“=10 „mindestens einmal jeden Monat“=2 „seltener“=0,5 „nie“=0).

Wichtigkeit von Familie und Verwandten Index (Mittelwert) aus: Wichtigkeit der Lebensbereiche „Eigene Familie und Kinder“ & „Verwandtschaft“.

Wichtigkeit von Religion und Kirche (ein Item).

(Beide Wichtigkeitsskalen von „unwichtig“=1 bis „sehr wichtig“=7).

Konventionelle politische Partizipation. Index (additiv) aus „Sich in Versammlungen an öffentlichen Diskussionen beteiligen“, „In einer Partei aktiv mitarbeiten“, „Als Wahlhelfer einen Kandidaten unterstützen“.

Unkonventionelle politische Partizipation. Index (additiv) aus „Mitarbeit in einer Bürgerinitiative“, „Teilnahme an einer genehmigten Demonstration“, „Beteiligung an einer Unterschriften-sammlung“.

(Beide Partizipationsskalen: Zahl der Aktivitäten von jeweils drei möglichen in den letzten zwei Jahren).

Einstellung zum politischen System. Index (Mittelwert) aus „Alles in allem gesehen, kann man in einem Land wie Deutschland sehr gut leben“, „In einer Demokratie ist es Pflicht jedes Bürgers, sich regelmäßig an den Wahlen zu beteiligen“, „Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie – alles in allem – mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?“ (Skala: von „negative Einstellung“=1 bis „positive Einstellung“=4).

Literatur

- Behrendt, Erich (1985): Neue Medien und ihre sozialen Folgen. Gelsenkirchen.
- Berens, Harald/Kiefer, Marie-Luise/Meder, Arne (1997): Spezialisierung der Mediennutzung im dualen Rundfunksystem. In: Media Perspektiven (2), S. 80-91.
- Döring, Nicola (1999): Sozialpsychologie des Internet. Göttingen.
- Eimeren, Birgit van/Gerhard, Heinz (2000): ARD/ZDF-Online-Studie 2000. In: Media Perspektiven (8), S. 338-349.
- Franzmann, Gabriele/Wagner, Michael (1999): Heterogenitätsindizes zur Messung der Pluralität von Lebensformen und ihre Berechnung in SPSS. In: ZA-Information 44, S. 75-95.
- Friedrichs, Jürgen/Jagodzinski, Wolfgang (1999): Theorien sozialer Integration. In: Dies. (Hrsg.): Soziale Integration. Opladen, S. 9-43.
- Gerbner, George/Gross, Larry/Morgan, Michael/Signorielli, Nancy (1980): The Mainstreaming of America. In: Journal of Communication 30, S. 10-27.
- Hasebrink, Uwe (1999): Woran lassen sich Individualisierung und Integration in der Medienrezeption erkennen? In: Ders/Rössler, Patrick (Hrsg.): Publikumsbindungen. München, S. 57-72.
- Höflich, Joachim R. (1995): Vom dispersen Publikum zu „elektronischen Gemeinschaften“. In: Rundfunk und Fernsehen 43 (4), S. 518-537.
- Holtz-Bacha, Christina/Peiser, Wolfgang (1999): Verlieren die Massenmedien ihre Integrationsfunktion? In: Hasebrink, Uwe/Rössler, Patrick (Hrsg.): Publikumsbindungen. München, S. 41-53.
- Holtz-Bacha, Christina (1997): Das fragmentierte Medien-Publikum. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B 42), S. 13-21.
- Holtz-Bacha, Christina (1998): Fragmentierung der Gesellschaft durch das Internet? In: Gellner, Winand/Korff von, Fritz (Hrsg.): Demokratie und Internet. Baden-Baden, S. 219-226.
- Jäckel, Michael (1999): Individualisierung und Integration. In: Hasebrink, Uwe/Rössler, Patrick (Hrsg.): Publikumsbindungen. München, S. 11-19.
- Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? In: Medien & Kommunikationswissenschaft 48 (1), S. 22-41.
- Mendelsohn, Matthew/Nadeau, Richard (1996): The Magnification and Minimization Of Social Cleavages By The Broadcast And Narrowcast News Media. In: International Journal Of Public Opinion Research 8 (4), S. 374-389.

- Nie, Norman H/Erbring, Lutz (2000): Internet and Society. URL: http://www.stanford.edu/group/sigss/press_release/preliminary_report.pdf.
- Rühl, Manfred (1985): Integration durch Massenkommunikation? In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? München, S. 19-32.
- Saxer, Ulrich (1974): Publizistik und Unterhaltung. In: Kurzrock, Ruprecht (Hrsg.): Medienforschung. Berlin, S. 77-89.
- Schulz, Winfried (1997): Neue Medien – Chancen und Risiken. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (B42), S. 3-12.
- Schulz, Winfried (1999): Fernsehen und sozialer Wandel. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Konstanz, S. 90-105.
- Stolte, Dieter (1985): Verändern neue Fernsehprogramme Zuschauer und Gesellschaft? In: Rundfunk und Fernsehen 33 (2), S. 161-170.