

Zeitschrift: Wohnen
Herausgeber: Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger
Band: 84 (2009)
Heft: 7-8

Artikel: "Fernseher wirken wie Altare" : Gespräch mit dem Medienwissenschaftler Thilo von Pape
Autor: Krucker, Daniel / Pape, Thilo von
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-107805>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

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

GESPRÄCH MIT DEM MEDIENWISSENSCHAFTLER THILO VON PAPE

«Fernseher wirken wie Altare»

INTERVIEW: DANIEL KRUCKER

Ein Leben ohne Unterhaltungselektronik? Unmöglich, werden sich die meisten sagen. Tatsächlich nehmen die stationären und mobilen Geräte einen wichtigen Platz in unserem Alltag ein und beeinflussen das Wohnumfeld, wie der Medienwissenschaftler Thilo von Pape* in einer Studie herausgefunden hat.

wohnenextra: Medienwissenschaftliche Studien befassen sich oft mit den Medieninhalten. Sie dagegen interessierten sich für die Geräte. Was genau haben Sie in Ihrer Studie untersucht?

Thilo von Pape: Wir wollten wissen, wie die Mediennutzung und der häusliche Alltag einander gegenseitig beeinflussen. Inwieweit zum Beispiel die Position eines Gerätes im Haus seine Nutzung beeinflusst und wie weit umgekehrt etwa die Gegenwart eines Fernsehers oder eines Computers das Klima und die Nutzung eines Raumes prägt.

Welches waren die wichtigsten Resultate zu diesen Fragestellungen?

Was den häuslichen Alltag betrifft, so haben wir festgestellt, dass das Kinderzimmer mittlerweile nach dem Wohnzimmer der wichtigste Standort für Medien ist. Zwölf Prozent der Geräte, die wir in sämtlichen Haushalten fanden, standen in einem Kinderzimmer. In der Bandbreite unterschiedlicher Medientypen kommt das Kinderzimmer dem Wohnzimmer sogar gleich. Zum Teil hat das mit den veränderten Familienstrukturen zu tun. In den kleinen und bunt zusammengewürfelten Familien sind Kinder und Jugendliche häufiger auf sich selbst zurückgeworfen und finden in den Medien virtuelle

Partner sowie Kontaktmöglichkeiten zu anderen Gleichaltrigen. Das Wohnzimmer ist nicht mehr die Hauptbühne des Familienlebens, obwohl es nach wie vor eine wichtige Rolle spielt. Interessant waren auch die Befunde in Bezug auf Fernseher und Computer. Der Fernseher stellt den Mittelpunkt vieler Wohnzimmer dar. Bisweilen wirkt er wie ein Altar. Der Computer dagegen scheint unweigerlich eine Schmutzedecke um sich herum zu erzeugen. Da dieses Medium in seiner Nutzung nicht klar definiert ist, sammeln sich auf dem Schreibtisch die unterschiedlichsten Objekte an.

Das Wohnzimmer versammelt also vor allem jene Geräte, die sozial genutzt werden. Wie steht es mit all den anderen Geräten?

Computer oder Telefon, die weniger gemeinsam genutzt werden, sind eher in einem Bürozimmer oder – wenn kein solches zur Verfügung steht – in eine improvisierte Ecke verbannt. Das Zimmer mit der geringsten Mediendichte ist das Schlafzimmer. Noch immer stellt es einen Rückzugsraum dar, der von Störungen aller Art freigehalten werden soll.

Gibt es gesellschaftliche Schichten, die mehr Geld für Geräte ausgeben – weil es eben auch Statussymbole sind?

Wir haben herausgefunden, dass Nutzer mit geringem Haushaltseinkommen nicht erkennbar weniger Geld für ein Gerät ausgeben als Besserverdienende – obwohl ihnen natürlich weniger Geld zur Verfügung steht. Auch zwischen den Bildungsabschlüssen zeigt sich kein signifikanter Unterschied. Aufgrund dieser Ergebnisse kann man sagen, dass auch in weniger gut situierten Haushalten nicht als erstes an der Medienausstattung gespart wird.

Welche Kriterien spielen beim Kauf eines Gerätes die wichtigste Rolle?

Das hängt vom Medium ab. Für die traditionellen Unterhaltungsgeräte wie den Fernseher oder die Stereoanlage spielen die Qualität und die Marke eine grosse Rolle, weil es sich um eine langfristige Anschaffung handelt. Bei MP3-Spielern handelt es sich umgekehrt häufig um Impulskäufe. Die Qualität zählt hier weniger, denn ehe das Gerät kaputt gehen kann, ist ohnehin schon eine neue, leistungsfähigere Version auf dem Markt. Das Mobiltelefon hingegen unterscheidet sich von allen anderen Geräten, weil es vor allem wegen seines Aussehens



***Dr. phil. Thilo von Pape** studierte in München und Paris Kommunikationswissenschaft, neuere deutsche Literatur und politische Wissenschaft. Er promovierte am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ) der Universität Zürich und arbeitete als Postdoktorand am Centre de Recherche sur les Médiations (CREM) der Université Paul Verlaine in Metz (Frankreich). Derzeit forscht und lehrt er am Lehrstuhl für interaktive Medien- und Onlinekommunikation der Universität Hohenheim in Stuttgart.

gekauft wird. Dies wundert kaum, schliesslich ist das Handy von allen Medien am meisten den Blicken der anderen ausgesetzt.

Man hört vielfach, dass heutzutage in den Familien für Kommunikation kaum mehr Platz ist. Wie beurteilen Sie diese landläufige Meinung?

Die Versuchung ist gross, bei den Medien die Schuld für einen gefühlten Mangel an Kommunikation innerhalb der Familien zu suchen. Die Familienstrukturen haben sich in den letzten fünfzig Jahren stark gewandelt. Soziologen sprechen von einer Individualisierung der Gesellschaft, aus der sich erst der erhöhte Bedarf für individuelle Medienangebote ergibt. Man kann also sagen, dass die neuen digitalen Medien nur den Wandel im Zusammenleben widerspiegeln und diesen nicht in erster Linie prägen. Es gibt sicherlich auch Muster, die durch die neuen Medien verfestigt werden. Wenn die Generationen sich einmal auf unterschiedliche Kommunikationsformen und -geräte festgelegt haben, dann wird es schwieriger, sich untereinander auszutauschen. Ich habe das Bild vor mir von den Eltern, die im Wohnzimmer fernsehen, die Kinder net-

worken von ihrem Zimmer aus am Computer, und die Grosseltern wundern sich, dass niemand mehr anruft.

Warum haben gerade die portablen Geräte wie Handy, iPod oder Gameboy ein tendenziell schlechtes Image?

Die Aufstellung stationärer Medien wie Fernseher oder Soundanlage in einem Haushalt folgt in der Regel sehr klaren Konventionen. So ist im Wohnzimmer oder einer Sportbar mit der Anwesenheit von Fernsehern zu rechnen, im Esszimmer und im lauschigen Café aber nicht. Mobile Geräte erlauben es dagegen leicht, sich über solche Konventionen hinwegzusetzen. In den meisten öffentlichen Räumen ist die Frage, ob und wie mobile Medien genutzt werden dürfen, eine Frage der Auslegung. Jugendliche würden vermutlich schon gar nicht von einem schlechten Image sprechen.

Wagen wir noch einen Blick in die Zukunft. Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Nutzung der Unterhaltungselektronik weiterentwickeln?

Im Haus der Zukunft werden die Bewohner nicht sämtliche Medien von allen Zimmern aus intensiv nutzen. Wer das glaubt, verlässt sich blind auf technische Visionen

und vergisst, dass das Haus oder die Wohnung vor allem ein sozialer Raum ist. Das Wohnzimmer etwa ist ganz auf geselliges Beisammensein ausgelegt, auch im Hinblick auf die Mediennutzung. Auch wenn der Fernseher ins Internet gehen kann, wird kaum jemand auf dem Gerät im Wohnzimmer seine Mails lesen wollen. Die Spielkonsole dagegen könnte durchaus im Wohnzimmer Fuss fassen, sofern sie es schafft, alle Generationen zusammenzubringen, wie das früher beim Brettspiel der Fall war. Grundsätzlich gilt, dass die alltäglichen Gewohnheiten der Nutzer stärker in Prognosen über die Medienzukunft einbezogen werden müssen, anstatt den technischen Fortschritt als alleinigen Treiber zu sehen. Die wechselseitigen Einflüsse von sozialen und technischen Faktoren sind aber extrem schwer vorherzusagen. Mit Prognosen haben sich schon viele getäuscht. So gab der Hollywoodproduzent Darryl Zanuck 1946 der Medieninnovation Fernsehen eine Lebenserwartung von sechs Monaten: «Die Menschen werden sich schnell langweilen, jede Nacht auf eine Sperrholzbbox zu starren.»