

Fragmentierte Publika in der Transformationsgesellschaft Estlands

*Tendenzen der Mediennutzung**

Ragne Kõuts-Klemm

Der Artikel beleuchtet die Situation der estnischen Medienlandschaft vor und nach der Unabhängigkeit des Landes von der Angebots- und vor allem der Nutzerseite her. Er zeigt, dass sich nach der in sowjetischen Zeiten weitgehend einheitlichen Mediennutzung, bei der sich das Publikum lediglich durch die Nutzung der estnisch- bzw. russischsprachigen Medienangebote unterschied, heute eine Medienlandschaft etabliert hat, in der es durch die größere Angebotsvielfalt und die bei Anbietern und Nutzern veränderte wirtschaftliche Situation vielfältig unterschiedene Nutzergruppen gibt. Eine Analyse repräsentativer Umfragedaten des Fachbereichs für Journalismus und Kommunikation der Universität Tartu aus den Jahren 2002 und 2005 zeigt, dass die Nutzung der Massenmedien in Estland vor allem abhängig von der Muttersprache, dem Alter und dem Bildungsniveau ist, wenngleich sich bei einzelnen Medienangeboten unterschiedliche Zusammenhänge zeigen. Es ist nicht nur eine digitale Spaltung der Bevölkerung, sondern in mindestens dem gleichen Umfang auch eine Spaltung im Hinblick auf die Nutzung der traditionellen Medien zu konstatieren.

Schlagwörter: Estland, Mediennutzung, Medienangebot, gesellschaftliche Transformation, digitale Spaltung

1. Einleitung

Der Zerfall des Kommunismus und der Übergang zu Demokratie und Marktwirtschaft haben auch auf dem Medienmarkt und im Hinblick auf die Mediennutzung der Bevölkerung in den Transformationsländern enorme Änderungen mit sich gebracht. In Estland hat sich mit der Angebotsvielfalt ein fragmentiertes Publikum entwickelt; es gibt kein Massenmedium mehr, das für die Bevölkerung eine integrierende oder mobilisierende Rolle spielt, wie es noch vor 15 Jahren während der Freiheitsbewegung der Fall war.

Die 50-jährige Phase des Sozialismus hat in allen postsozialistischen Gesellschaften deutliche Spuren hinterlassen, und es gibt mehrere soziale Problembereiche, die vom so genannten kommunistischen Erbe geprägt sind. Dazu zählen generelle Phänomene wie die Abnahme an Solidarität und ein geringes Vertrauen in interpersonale Kommunikation (Sztompka 1995), die Politikverdrossenheit der Osteuropäer (Fuchs/Roller/Wessels 2002), Korruption und Schattenwirtschaft (Müller 1998), eine Schwäche der Zivilgesellschaft (Wessels 2003) usw. Im Medienbereich haben sich als negative Nachwirkungen der Geschichte ernsthafte Probleme entwickelt, wie die finanziellen Schwierigkeiten auf dem Medienmarkt, die Abhängigkeit von ausländischen Investoren, die politische Parteilichkeit der Herausgeber, mangelndes Fachwissen der Journalisten und Probleme mit der journalistischen Ethik, die Boulevardisierung der Qualitätsmedien und das

* Die Untersuchung wurde unterstützt von der Estnischen Wissenschaftsstiftung (Bewilligung Nr. 4637 und Nr. 6526) und vom Bildungs- und Wissenschaftsministerium Estlands (bewilligtes Forschungsthema Nr. 1774)

wachsende Interesse der Leser an Skandalberichterstattung u. v. m. (Splichal 1994; Paletz/Jakubowicz 2003).

Zu den am häufigsten betrachteten postsozialistischen Gesellschaften Polen, Tschechische Republik, Ungarn, Russland oder Rumänien und Bulgarien gibt es etliche tief greifende Analysen der Transformation der Mediensysteme, die negative wie auch positive Tendenzen beleuchten (vgl. Aumente et al. 1999, Kopper et al. 1999, Nordenstreng et al. 2001, Paletz et al. 1995, Paletz/Jakubowicz 2003, Thomaß/Tzankoff 2001). Auch die Situation der baltischen Staaten wurde bereits untersucht (Vihalemm 2002). Das, was Hasebrink und Herzog (2004) über Tendenzen in den Mediensystemen Europas schreiben, gilt auch für das postsozialistische Estland: „Gleichzeitig haben die verschiedenen weltweiten Distributionssysteme für Medienangebote, insbesondere Satelliten und das Internet, sowie die beschleunigte Globalisierung und internationale Konzentration der Medienwirtschaft zur Folge, dass selbst die Mediensysteme einzelner Länder kaum noch ohne die Berücksichtigung ihrer internationalen Einbettung zu beschreiben sind und dass sich – trotz aller Unterschiede im Detail – durchaus auch Parallelen und Übereinstimmungen zwischen verschiedenen Ländern zeigen“ (Hasebrink/Herzog 2004: 136).

Zu Beginn der gesellschaftlichen Transformation in der nördlichsten der baltischen Sowjetrepubliken gab es ein geringes und von den sowjetischen Machtstrukturen zentral kontrolliertes Medienangebot. Das Mediensystem Estlands war nach Nutzungssprache klar getrennt, und infolgedessen gab es auch zwei Nutzergruppen – das estnisch- und das russischsprachige Publikum. Für die während der Sowjetzeit nach Estland immigrierten Russen, die mehr als 30 Prozent der Bevölkerung bildeten, war das estnischsprachige Medienangebot wegen der bestehenden Sprachbarriere von geringem Interesse – sie lebten im Einflussbereich der zentralen russischsprachigen Sowjetmedien (Zeitungen, Zeitschriften sowie Fernsehkanäle). Die Esten hat die sowjetische Journalismustradition trotz aller Russifizierungsversuche kulturell nicht ansprechen können, so dass die estnischsprachigen Medien eine gewisse Distanz gegenüber dem System ermöglichten (vgl. Ruutsoo 2004; Hoyer et al. 1993). Die muttersprachlichen Medienangebote waren wichtig als Träger der estnischen Kultur: „cultural protection, development and survival have been, either consciously or subconsciously, the primary collective aim“ (Høyer et al. 1993: 15).

Mittlerweile ist der Kulturkampf gegen großrussische Assimilationsversuche ausgestanden und prägt die Mediennutzung der Bevölkerung des Landes, das nunmehr seit 2004 EU-Mitglied ist, nicht mehr. Mit den letzten 15 Transformationsjahren haben sich sowohl das Angebot als auch die Nutzung der Massenmedien stark verändert. Estland hat heute ein buntes, größtenteils estnischsprachiges Medienangebot: Die Presselandschaft ist vielfältig, für verschiedene Zielgruppen der 1,3 Mio. Einwohner gibt es in der Nationalsprache drei überregionale Fernsehkanäle und zahlreiche Radioprogramme. Für die russischsprachigen Einwohner, die nach wie vor etwa ein Drittel der Bevölkerung bilden und von denen ein Großteil kein Estnisch spricht, stehen ca. 20–30 Zeitungen und Zeitschriften, 20–30 Minuten russischsprachige Informationssendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramm täglich sowie vier bis fünf Radioprogramme zur Verfügung. Die estnischen Russen schauen aber überwiegend die russischen Fernsehsender (Vihalemm 1999), während russische Zeitungen und Zeitschriften nicht mehr am Kiosk erhältlich und auch nur noch mit großem Aufwand und mit deutlicher Zeitverzögerung zu abonnieren sind.

Die Öffnung des Landes für die globalen Prozesse hat in Verbindung mit der estnischen Kultur und der sozialistischen Geschichte in Estlands Medienlandschaft eine besondere Situation geschaffen: Nicht nur die Muttersprache kennzeichnet die Medien-

nutzung, auch andere soziodemographische Merkmale können als die Mediennutzung fragmentierende Faktoren angesehen werden.

Wie sich die Fragmentierung des Publikums heute konkret darstellt, wird dieser Beitrag beleuchten. Dabei wird die Situation der Medienlandschaft von zwei Seiten her betrachtet: von der Angebots- und von der Nutzungsseite. Um die gegenwärtigen Prozesse besser verstehen und erklären zu können, soll zunächst ein kurzer Überblick über den Ausgangspunkt der Transformationen gegeben werden, über das Medienangebot und die -nutzung vor der „Wende“. Als Datenquelle dienen repräsentative Befragungen der Universität Tartu¹ sowie des Umfrageinstituts TNS Emor.

2. Medienangebot und -nutzung im sowjetischen Estland

Während des Sowjetregimes (1940–41 und 1944–1990) standen alle Medien unter der Kontrolle und Aufsicht der kommunistischen Partei (Lauk/Shein 2004: 269). Um die inhaltliche Zensur effizient durchführen zu können, wurde ein hierarchisches Mediensystem etabliert, wobei ein Zusammenhang zwischen der Bedeutung des Mediums und dem Umfang der Kontrolle bestand: je wichtiger die Publikation für die kommunistische Partei, desto strenger die Zensur (Vihalemm/Lauristin 1997). Die Ideologie war offen ersichtlich, und die gewünschte Funktion des Mediums als ideologische Waffe zeigte sich zudem in künstlich forcierten hohen Auflagen der Printmedien. Hieraus ließ sich eine einfache Regel ableiten: je größer die Auflage bzw. der Leserkreis, desto stärker die Kontrolle.

Die nationalen Tageszeitungen unterstanden höchster Kontrolle und Zensur; sie veröffentlichten hauptsächlich administrative Informationen, die dem gewünschten bzw. geforderten „richtigen“ ideologischen Diskurs entsprachen. Als Organ des Zentralkomitees der Kommunistischen Partei gehörte die estnischsprachige nationale Tageszeitung mit dem schon zynisch klingenden Titel *Rahva Hää* (*Volksstimme*) zur am stärksten kontrollierten Ebene; ihr Pendant in russischer Sprache war *Sovjetskaja Estonija* (*Sowjetisches Estland*). Etwas weniger streng kontrolliert wurden auf der zweiten Ebene die Organe der Komsomol, *Noorte Hää* (*Stimme der Jugend*) auf Estnisch und *Molodjož Estonii* (*Die Jugend Estlands*) auf Russisch. Der geringsten Kontrolle unterstanden lokale Zeitungen (jeder Kreis bzw. jede Stadt verfügte über eine Lokalzeitung), die auch publikumsrelevantere Themen behandeln konnten – Familie, Kultur, Alltagsprobleme, Reisereportagen usw.

Im Zuge der großen Immigrationswellen aus der Sowjetunion wurden für die Einwanderer auch lokale und andere kleinere Zeitungen gegründet, die meist als Gewerkschafts- und Betriebszeitungen erschienen. Die russischsprachigen Leser versorgten sich daher in erster Linie über die nationalen russischsprachigen Tageszeitungen mit Informationen auf sowjetischer Ebene, darüber hinaus durch Printmedienangebote der Arbeitsstelle und der beruflichen Ebene, danach kamen lokale Informationen und erst als letztes Informationen über Freizeit, Kultur, Menschen, Familie (Jakobson 2004: 210). Es

1 Die Umfragen wurden vom Fachbereich Journalismus und Kommunikation der Universität Tartu in Zusammenarbeit mit der Firma Gallup Faktum im November 2002 und November 2005 durchgeführt (im Folgenden zitiert als Umfrage 2002 und Umfrage 2005). Es wurden 1.470 (2002) bzw. 1.475 (2005) Personen, die einen repräsentativen Ausschnitt der Gesamtpopulation bilden, in persönlichen Interviews befragt. Der Fragebogen erhub Angaben zur Mediennutzung, zur Einschätzung des gesellschaftlichen Transformationsprozesses, zur persönlichen und gesellschaftlichen Aktivität, zum Kulturkonsum u. v. m.

gab damit eine Art „duales Pressesystem“, das für beide Sprachgemeinschaften jeweils auf jeder gesellschaftlichen Ebene bestimmte Informationen bot.

Während die Bevölkerung also durch Zeitungen mit recht vielfältigen tagesaktuellen Informationen versorgt war, war das Zeitschriftenangebot sowohl in Estnisch als auch in Russisch ziemlich gering. Es erschienen einzelne Kulturmagazine und Zeitschriften für verschiedene Berufsgruppen (Fischer, Landwirte, Bauarbeiter usw.). Das sowjetische Propagandasystem brauchte nur wenige Zeitschriften, hauptsächlich jene, die republikweit veröffentlicht wurden (Vihalemm/Kõuts 2004: 78). Die Leser kompensierten den Mangel durch Zeitschriften aus Moskau, die nicht nur intensiv von Russen in der baltischen Republik abonniert wurden, sondern auch von den Esten. Durch die starken Subventionen für Printmedien war es für weite Teile der Bevölkerung selbstverständlich, mehrere Zeitungen und Zeitschriften zu beziehen (Lauristin/Vihalemm 2002).

Das Printmedienangebot veränderte sich im Laufe der sowjetischen Phase nicht sehr, die Zahl der Zeitungen und Zeitschriften blieb konstant, nur die Auflagen der Zeitungen stiegen wegen des größeren Publikumsinteresses ein wenig. Tabelle 1 zeigt die Anzahl der Zeitungs- und Zeitschriftentitel in den Jahren 1970–1985 in beiden Sprachen; dazu zum Vergleich die Einwohnerzahl.

Tabelle 1: Anzahl der in Estland erschienenen Zeitungs- und Zeitschriftentitel² 1970 bis 1985 in Estnisch und Russisch verglichen mit den Einwohnerzahlen

	Estnisch			Russisch		
	1970	1977	1985	1970	1977	1985
Anzahl der Zeitungs- titel	27	28	28	8	10	16
tägliche Auflagen der Zeitungen	901 000	–	1 136 000	126 000	–	224 000
Anzahl der Zeit- schriftentitel	24	27	31	6	6	11
Einwohnerzahl	925 000	948 000	963 000	432 000	516 000	602 500

Quellen: Jakobson 2002, 2004; Vihalemm/Kõuts 2004

Die ganze sowjetische Zeit über bildeten – vor dem Hintergrund des beschränkten Angebotes – die nationalen Tageszeitungen das Leitmedium, das die estnischsprachige Bevölkerung untereinander verband (Vihalemm et al. 1997). Anfang der 1980er Jahre wurden mehr als 90 Prozent der Esten von einer Tageszeitung erreicht³. Das Interesse der Russen am Zeitunglesen war hingegen geringer – von den Russen wurden zur gleichen Zeit 75 Prozent von einer Tageszeitung erreicht, wobei es sich meist um Moskauer Zentralzeitungen handelte, die wenig über das Leben in Estland berichteten (Bericht

2 Unter einer Zeitung wird hier verstanden: eine mindestens 50 Mal im Jahr erscheinende periodische Publikation, die alle Merkmale einer Zeitung aufweist (Format, Titel, Struktur, Layout), über eine eigene Redaktion verfügt und deren Inhalt ein allgemeines Interesse bedient. Die Definition einer Zeitschrift ist weit umfassender: Eine Zeitschrift erscheint mindestens ein Mal im Jahr und hat bestimmte thematische Richtlinien. Als periodische Publikationen veröffentlichte wissenschaftliche Arbeiten von Universitäten und Akademien werden hier nicht unter Zeitschriften gezählt.

3 Hier sind Stammleser und Gelegenheitsleser aller Tageszeitungen zusammengerechnet (siehe Fn. 4).

... 1987). Nur ein kleiner Teil der Esten las die einheimischen russischsprachigen oder in Moskau veröffentlichten Printangebote (1–2 % der Esten im Jahr 1986), das Gleiche galt umgekehrt für die estnischen Russen, von denen nur 7 Prozent estnischsprachige Presseangebote rezipierten (Bericht ... 1987).

In Angebot und Nutzung entsprachen die elektronischen Medien eher gemeinsamen Interessen und boten mehr Berührungspunkte zwischen Esten und der russischsprachigen Bevölkerung. Es standen ein staatlicher Fernsehkanal in estnischer Sprache und drei überregionale staatliche Radioprogramme zur Verfügung, zudem wurden in den meisten Teilen des Landes die russischsprachigen zentralen Fernsehprogramme weiterverbreitet, die wegen ihres größeren Filmangebots in beiden Sprachgruppen populär waren. Im Norden Estlands waren zudem das verbotene finnische Fernsehen und ausländische Radiokanäle zu empfangen.

Die von der Sprache und soziokulturellen Unterschieden abhängige unterschiedliche Mediennutzung der beiden Bevölkerungsgruppen hatte im sowjetischen System zwei getrennte Medienpublika zur Folge.

3. Verändertes Medienangebot nach der „Wende“

Mit der Wende vergrößerte sich das Angebot an Medieninhalten für beide Sprachgruppen entscheidend. Bereits kurz nach Beginn der Unabhängigkeitsbewegung im Jahr 1987 wurde der Medienbereich nach marktwirtschaftlichen Grundlagen umgebaut. Die ersten Jahre der Umbruchszeit werden auch als Phase der Expansion des Pressemarktes bezeichnet (Lauk/Shein 2004: 270). Nach Abschaffung der Zensur entstanden zahlreiche neue, meist politisch unabhängige Zeitungen und Zeitschriften für verschiedene Zielgruppen – angefangen von politischen und Kulturmagazinen bis hin zur Regenbogenpresse. Nach größeren Fluktuationen hat sich die Presselandschaft heute als eine der vielfältigsten in Europa etabliert: Sowohl im Hinblick auf die Anzahl der Tageszeitungen als auch der Anzahl der nicht täglich erscheinenden Zeitungen gehört das Land neben den skandinavischen Ländern zu den Top Ten in Europa (World Press Trends 2004).

Da in Estland weiterhin ein Drittel der Bevölkerung Russen sind, besteht weiterhin Bedarf an russischsprachigen Medienangeboten. Mit der Wende wurde die Grenze zwischen Estland und Russland geschlossen, womit Russlands Pressemarkt bis zur Entstehung und Expansion der Online-Zeitungen für die estnischen Russen fast unerreichbar blieb (das änderte sich erst in den Jahren 2004–2005). Auch die russischsprachigen Presseangebote Estlands mussten sich somit einer inhaltlichen wie auch finanziellen Erneuerung unterziehen. Die einheimischen Herausgeber der russischsprachigen Zeitungen waren lange mit der Suche nach der eigenen Nische und einer speziellen Zielgruppe beschäftigt. Dies spiegelte sich in den steten Veränderungen in der Anzahl der Zeitungen und deren Auflagen wider. Erst in den letzten Jahren hat sich der russischsprachige Zeitungsmarkt wirklich herausgebildet und stabilisiert, allerdings in wesentlich geringerem Maße als der estnischsprachige (Jakobson 2004).

Die Zeitschriftenlandschaft Estlands ist insgesamt nach wie vor weniger vielfältig als die der Zeitungen. Besonders gering ist das Angebot an Fachzeitschriften und russischsprachigen Zeitschriften (Vihalemm/Kõuts 2004).

Eine deutliche Unausgewogenheit im Angebot von estnischen und russischsprachigen Medien herrscht im Bereich der elektronischen Medien. Nach der Wende wurde in Estland ein duales Rundfunksystem aufgebaut: Neben den ehemaligen staatlichen Fernseh- und Radiokanälen entstanden zahlreiche kommerzielle Angebote, deren Markt sich Mitte der 1990er stabilisiert hat. Heute stehen den etwa eine Million Esten ein öffentlich-

rechtliches Fernsehprogramm, zwei überregionale kommerzielle Fernsehkanäle, drei öffentlich-rechtliche Radioprogramme und zahlreiche kommerzielle Radioanbieter zur Verfügung. Für die Russen hingegen gibt es lediglich ein „eigenes“ öffentlich-rechtliches Radioprogramm und fünf regionale kommerzielle Radiostationen (TNS Emor 2005). Ein regionales Fernsehprogramm auf Russisch ist über Kabel zu empfangen, und das estnische öffentlich-rechtliche Fernsehen bietet jeden Tag etwa zehn Minuten Nachrichten auf Russisch an.

Für die Nutzer von Satelliten- und Kabelanlagen beschränkt sich das Programmangebot natürlich nicht nur auf die landeseigenen Medien, sie können Hunderte von elektronischen Medienangeboten aus aller Welt empfangen. Weil fast 95 Prozent der Russen zu Hause einen Kabel- oder Satellitenanschluss haben, sind deren Mediennutzungsmöglichkeiten letztlich vielseitiger als die der Esten, von denen nur 34 Prozent über die gleiche technische Ausrüstung verfügen (Suni 2005). Die estnischen Russen können russischsprachiges Fernsehen aus ganz Europa empfangen und leben folglich – nach wie vor – in einer ganz eigenen Medienwelt, die mit der estnischen wenig verbunden ist (Vihalemm 1999).

Das angesichts eher pessimistischer Prognosen für andere Teile Europas überraschend starke Wirtschaftswachstum und der rasche Anstieg der Lebensqualität in Estland während der letzten fünf Jahre haben u. a. dazu geführt, dass heute weite Bevölkerungsteile über Informations- und Kommunikationstechnologien verfügen und diese auch vielfältig nutzen. Sowohl die Esten als auch die estnischen Russen sind mit den neuen Geräten recht gut ausgestattet (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Ausstattung mit Informations- und Kommunikationstechnologie in den beiden Bevölkerungsgruppen (in % der entsprechenden Gruppe)

zu Hause verfügbar ...	Gesamt (n = 1475)	Sprache	
		Estnisch (n = 1033)	Russisch (n = 442)
Fernsehgerät	97	97	97
Musikanlage	59	61	55
Videorekorder	52	50	56
CD-Player	64	68	55
DVD-Player	34	32	38
Computer (PC / Mac)	59	60	56
Internetanschluss	54	54	53
Laptop/Notebook	14	16	9
Drucker	37	40	30

Quelle: Umfrage 2005

Tabelle 2 enthält keine Angaben zur Ausstattung mit Radiogeräten, weil diese bereits Ende der 1990er Jahre eine fast 100-prozentige Verbreitung hatten (Baltic Media Book 2001). Interessant sind in der Tabelle die Angaben zur Ausstattung mit neueren Informationstechnologien. Während die Unterschiede zwischen Esten und Russen im Jahr 2002 besonders beim privaten Computer und Internetanschluss noch groß waren, sind diese Differenzen heute fast verschwunden.

In den letzten Jahren wird besonders für die jüngeren Gruppen eine tendenzielle Annäherung beider Sprachgemeinschaften sowohl in Bezug auf die Mediennutzung als auch allgemein im Hinblick auf Werte und Einstellungen konstatiert (Vihalemm/Köuts

2004; Vihalemm et al. 2004). „Die Umfrageergebnisse der letzten zehn Jahre deuten darauf hin, dass sich die Unterschiede zwischen den Medienräumen der Esten und Russen verringern, und dies besonders innerhalb der jüngeren Generationen“ (Vihalemm et al. 2004: 133).

Um zu zeigen, welche Mediennutzungsfaktoren die Lebenswelten der Bevölkerung Estlands trennen bzw. verbinden, soll im Folgenden die Nutzung der einzelnen Medien nach Muttersprache, Alter, Bildungsniveau und teils nach Einkommen analysiert werden. All diese Items sind hier als die Mediennutzung beeinflussende Variablen zu behandeln (Sig. $\leq 0,001$, einfaktorielle ANOVA; Umfrage 2002); das Geschlecht spielt nur bei einzelnen Medienangeboten eine Rolle und wird nicht gesondert dargestellt.

4. Printmedien und Lesegewohnheiten – die Nutzung nimmt ab

Heute verbringt jeder Europäer einen großen Teil seiner täglichen Zeit mit der Nutzung von Massenmedien. Zeitungen und Zeitschriften nehmen dabei einen geringeren Teil der Nutzungszeit ein, etwa 85 Prozent der durchschnittlich sechs Stunden täglich, die mit Mediennutzung verbracht werden, entfallen auf Fernsehen, Radio und Internet.⁴ Dennoch war gerade die auf das gedruckte Wort verwandte Zeit für die Entstehung der europäischen Kulturen und Demokratien bedeutsam (Anderson 1983; Habermas 1962), die Printmediennutzung soll hier daher als erstes analysiert werden.

Estland gilt als Land mit langer Lesetradition und großem Interesse an tagesaktuellen Informationen – „since the end of the 18th century journalism has played an important role in the social development of this nation“ (Hoyer et al. 1993: 15). Die durchschnittliche Zahl der Presseangebote, die von Estlands Bevölkerung gelesen werden, ist vergleichsweise hoch und liegt auf dem Niveau der skandinavischen Länder: Im Jahr 2004 lasen die Esten regelmäßig⁵ zwei Zeitungen und zwei Zeitschriften (Nordic Baltic Media Statistics 1999; TNS Emor 2005). Im Hinblick auf das Leseverhalten der beiden Bevölkerungsgruppen sind dabei wesentliche Unterschiede zu beobachten. Die das Leseverhalten am stärksten beeinflussenden Variablen sind die Muttersprache und das Alter, während das Bildungsniveau und das Einkommen nur in bestimmten soziodemographischen Gruppen Einfluss haben. Zur Gruppe derer, die weniger Zeitung lesen, gehören die russischsprachigen Einwohner, Personen mit niedrigerem Einkommen und die jüngste Gruppe der Befragten (15–19 Jahre); weniger Zeitschriften werden gelesen von älteren Personen (50–74 Jahre) und von den russischsprachigen Befragten (Kalmus et al. 2004; Umfrage 2005).

Heute lassen sich im Zuge der soziokulturellen und informationstechnischen Veränderungen erste leichte Tendenzen beobachten, dass sich die Rolle des Zeitungslens im Alltag verändert und seine Bedeutung zurückgeht.

4 Die Berechnungen basieren auf den angegebenen Länderdaten in: World Press Trends 2003; in Estland ist ein Medientag etwa sieben Stunden lang und damit eine Stunde länger als im internationalen Durchschnitt (Vihalemm 2006: 21).

5 Als „regelmäßige Leser“ (auch Stammleser genannt) werden von TNS Emor Leser definiert, die mindestens 4 der letzten 6 Ausgaben gelesen haben, „gelegentliche Leser“ sind Leser, die weniger als 4 der letzten 6 Ausgaben gelesen haben.

4.1 Der Stammleserkreis der Zeitungen wird kleiner

Ein leichter Abwärtstrend beim Zeitunglesen in Estland, der in den vergangenen fünf Jahren in allen Altersgruppen zu beobachten war (TNS Emor 2004), scheint nach der letzten Umfrage der Universität Tartu derzeit gestoppt (Umfrage 2005).

Untersuchungen über die Leserschaft in anderen EU-Ländern haben darauf hingewiesen, dass insbesondere die Jugendlichen weniger lesen (Gustafsson/Weibull 1997; Schönbach et al. 1999). Auch in Estland sind die Befürchtungen der Medienwissenschaftler vor einer wachsenden Gruppe nicht lesender Jugendlicher nicht grundlos. Der Anteil der Jugendlichen am „weitesten Leserkreis“ (die Befragten, die mindestens 1 der letzten 6 Exemplare der Zeitung gelesen haben) hat sich über die letzten fünf Jahre zwar nicht signifikant verändert, der Anteil der Stammleser (die Befragten, die mindestens 4 der letzten 6 Exemplare der Zeitung gelesen haben) ist jedoch besonders in den jüngeren Altersgruppen erheblich gesunken – von 79 auf 54 Prozent (vgl. Tab. 3).

Tabelle 3: Stammleser von Tageszeitungen nach Altersgruppen 2000–2004 (in %)

Altersgruppe	2000 (n = 1483)	2001 (n = 1501)	2002 (n = 1506)	2003 (n = 1508)	2004 (n = 1500)
15–19	79	74	66	64	54
20–29	76	75	77	71	61
30–39	82	78	81	75	72
40–49	80	78	80	78	75
50–59	84	78	82	78	80
60–74	76	72	77	77	75

Quelle: TNS Emor 2005

Ein leichter Rückgang der Stammleser lässt sich auch in den anderen Altersgruppen beobachten, wenn auch nicht in so großem Umfang. Daher wäre zu prüfen, ob die positive Korrelation zwischen der Regelmäßigkeit des Lesens und dem Abonnement einer Zeitung zu Hause entsteht, was bei den jüngeren Altersgruppen der Fall sein könnte. Untersuchungen in den skandinavischen Ländern weisen darauf hin, dass das Lesen einer Tageszeitung mit der Tagesroutine verbunden ist (Gustafsson/Weibull 1997). Jüngere Leute, die keine Partner oder Kinder haben und mobiler sind, begrenzen ihren sozialen Raum nicht mit ortsgebundenen Zeitungsabonnements. Ob sie dies später tun werden, ist aber nicht absehbar. Es gibt Studien in Estland unter kleineren Schulkindern, die zeigen, dass ein weiteres Anwachsen der nicht lesenden Jugend prognostiziert werden kann (Kalmus 2001).

4.2 Estnische Russen als Leser

Während unter den Esten 16 Prozent der Befragten keine Zeitung lesen, ist die Gruppe der Nichtleser unter den Russen deutlich höher – 39 Prozent von ihnen lesen keine Zeitung (Umfrage 2005). Dieser Befund ist allerdings nicht neu, er war bei den russischsprachigen Einwanderern bereits zu sowjetischen Zeiten zu beobachten (Hion et al. 1988). Ein Grund dafür mag in der soziodemographischen Zusammensetzung der während der Sowjetzeit eingewanderten Immigranten liegen, bei denen es sich eher um Arbeiter aus der Großindustrie mit niedrigerem Bildungsniveau handelte denn um Vertreter der

russischen Intelligenz (Tammaru 1999). Auch heute ist regelmäßiges Zeitunglesen für Esten üblicher als für die russischsprachigen Befragten (s. Tab. 4).

Tabelle 4: Anteil der Stammleser von Zeitungen und Zeitschriften in der estnisch- und russischsprachigen Bevölkerung (% der entsprechenden Gruppe)

	Sprache		
	Gesamt (n = 1470)	Estnisch (n = 983)	Russisch (n = 487)
Stammleser mindestens einer überregionalen Tageszeitung	60	74	36
Stammleser mindestens einer Wochenzeitung	49	56	38
Stammleser mindestens einer lokalen Zeitung	62	69	52
Stammleser mindestens einer Zeitschrift	51	63	31

Quelle: Umfrage 2002

Die estnischen Russen lesen hauptsächlich russischsprachige Zeitungen, nur vier Prozent geben an, dass sie Stammleser einer estnischsprachigen Zeitung sind (Umfrage 2005). Hier stellt sich die Frage, wie sich dieses Medienverhalten auf die Integration der russischen Minderheit in die estnische Gesellschaft auswirken kann, besonders in diesem Falle, da sich die Inhalte der russischsprachigen Presseangebote wesentlich von den estnischsprachigen unterscheiden (Media Reflections ... 2004).

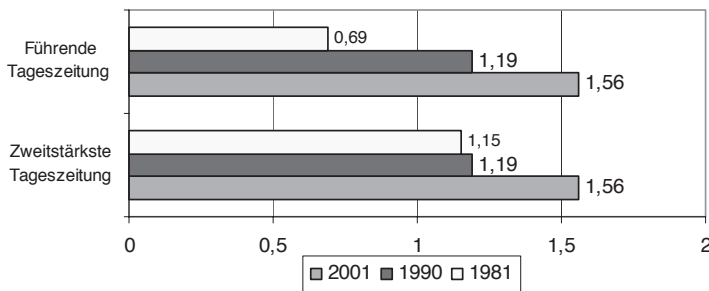
4.3 „Elitisierung“ des Zeitunglesens

Vergleicht man die Lesegewohnheiten von Personen mit unterschiedlichem Bildungsniveau, so ist eine deutliche Tendenz zu beobachten, die wir als „Elitisierung“ des Zeitunglesens bezeichnen: Unter der Leserschaft der zwei größeren Qualitätstageszeitungen sind Personen mit höherem Bildungsniveau überproportional vertreten (Vihalemm/Kõuts 2004: 73–74; Vihalemm 2006). Trends zeigen, dass diese Elitisierung zunimmt. Bereits im Jahr 2001 lag der Anteil der Leser mit höherem Bildungsniveau bei beiden führenden Tageszeitungen, *Postimees* (Postbote) und *Eesti Päevaleht* (Estnische Tageszeitung)⁶ 1,56-mal höher als ihr Anteil an der Gesamtpopulation (Abb. 1).

Dieser Prozess kann als Elitisierung bezeichnet werden, da es bei der Leserschaft der Regenbogenpresse und den lokalen Zeitungen keine Unterschiede bezüglich des Bildungsniveaus gibt – diese Zeitungen werden sowohl von Menschen mit Grundschulausbildung oder mit Abitur als auch mit Hochschulausbildung in ähnlich starkem Maße gelesen. Dass Qualitätszeitungen überwiegend von den höheren sozialen Schichten gelesen werden, wurde auch bereits in der englischen Presselandschaft in Bezug auf die Tageszeitung *Times* bestätigt (Golding 1999).

6 Im Jahr 1981 hatten die Tageszeitungen noch andere Namen: *Eesti Päevaleht* hieß *Noorte Hääl* (Stimme der Jugend) und war eine ziemlich streng kontrollierte nationale Tageszeitung des Komsomol; *Postimees* hieß *Edasi* (Weiter) und war eine in der Bevölkerung sehr populäre regionale Tageszeitung. Es gab mehrere Versuche, ihre Auflage und ihr Verbreitungsgebiet zu beschränken. Weil *Edasi* als Rayonzeitung herausgegeben wurde und dadurch in der Hierarchie niedriger stand, war sie inhaltlich weniger normativ/ideologisch, und sie konnte auch stärker solche Themen behandeln, die die Leser wirklich interessierten. Zum Index der höher gebildeten Leserschaft ist noch zu bemerken, dass im Jahr 1981 die Leserschaften der Zeitungen nicht differenziert wurden, weder anhand des Bildungsniveaus noch durch andere soziodemographische Merkmale (außer der Muttersprache).

Abbildung 1: Anteil der Personen mit höherem Bildungsniveau an der Leserschaft
verglichen mit ihrem Anteil in der Gesamtbevölkerung 1981–2001



Anm.: Die führende Tageszeitung ist *Postimees* (Postmann), deren Angaben hier berechnet wurden, zweitstärkste Tageszeitung ist die *Eesti Päevaleht* (Estnische Tageszeitung). Quelle: Viilemm/Köuts 2004.

Das Zeitunglesen generell scheint die estnische Bevölkerung in weitere Schichten auszudifferenzieren – und ebenso sind umgekehrt die Lesegewohnheiten mit der sozialen Schicht, der sozialen Umgebung der Personen verbunden (Köuts-Klemm 2005). Wir gehen davon aus, dass das Lesen allgemein und das Lesen der Tageszeitung speziell eine aktive Grundorientierung voraussetzt (den Willen und die Fähigkeit zu lesen, die Kenntnis der Interpretationscodes etc.), ja dass vor allem der sozialpolitisch aktivere Teil der Bevölkerung liest. Es besteht eine starke Korrelation zwischen intensivem Zeitunglesen einerseits und der hohen Selbstpositionierung der Individuen in der sozialen Hierarchie andererseits (Lauristin 2004: 270–271). Menschen, die viel Zeitung lesen, schätzen ihre Position in der sozialen Hierarchie höher ein, auf den untersten Stufen hingegen gibt es prozentual mehr Personen, die wenig oder gar keine Zeitung lesen (Tab. 5).

Tabelle 5: Intensität des Zeitunglesens und Selbstpositionierung in der sozialen Hierarchie

Intensität des Zeitunglesens*	Selbstpositionierung in der sozialen Hierarchie**					
	Gesamt (n=1470)	5. Stufe (hoch) (n=192)	4. Stufe (n=338)	3. Stufe (n=470)	2. Stufe (n=294)	1. Stufe (niedrig) (n=176)
Intensive Zeitungsleser (%)	35	46	39	35	29	20
Mäßige Zeitungsleser (%)	32	27	36	33	33	36
Gering lesende Personen oder Nichtleser (%)	33	26	25	33	38	45
Gesamt (%)	100	100	100	100	100	100

* Die Befragten wurden diesen Gruppen aufgrund der Zahl der gelesenen Zeitungen und der Regelmäßigkeit des Lesens zugeordnet. Eher große Intensität charakterisiert Individuen, die Stammleser von mindestens 4 Zeitungen sind, mittelstark ist die Intensität bei mindestens 2 Zeitungen und zu den geringen Zeitungslern oder Nichtlesern werden Personen gezählt, die keine Zeitung regelmäßig bzw. gar keine Zeitung lesen.

** Für die Selbstpositionierung wurde gefragt: „Die Menschen in der Gesellschaft befinden sich in verschiedenen Schichten. Das kann man sich als eine Treppe vorstellen, auf der es möglich ist, ganz nach oben oder ganz nach unten zu gehen. Auf der höchsten Stufe der Treppe steht die Elite der Gesellschaft, die wohlhabenden und einflussreichsten Menschen. Auf der niedrigsten Stufe stehen die Menschen, die sich praktisch aus der Gesellschaft ausgestoßen fühlen. Auf welcher Ebene der vorgezeichneten 5-stufigen Treppe positionieren Sie sich selbst?“
Quelle: Umfrage 2002

Mit intensivem Zeitunglesen sind sowohl Politikinteresse, gesellschaftliches Engagement als auch optimistische Weltorientierung verbunden. Die Personen, deren Leseintensität hoch ist, schätzen die in Estland stattgefundenen Transformationen der letzten 15 Jahren viel positiver ein als andere Gruppen, sind politisch aktiver und engagieren sich überdurchschnittlich oft in Organisationen der Zivilgesellschaft (Lauristin 2004).

Als ein Ergebnis der sozialen Transformationen der letzten 15 Jahre ist eine wesentliche Änderung im Leseverhalten der estnischen Bevölkerung zu konstatieren. Aus dem ehemals in allen Schichten gleichermaßen stark verbreiteten Zeitunglesen ist ein die Bevölkerung differenzierendes Merkmal geworden. Die Zeitungsläser bilden heute den aktiveren Teil der Bevölkerung, der eine klare Meinung zu gesellschaftlichen Veränderungen hat und der in der Gesellschaft stärker engagiert ist. Das gilt sowohl für Esten als auch für Russen.

5. Radio- und Fernsehnutzung

Ganz andere Zusammenhänge als beim Zeitunglesen zeigen sich in der estnischen Bevölkerung im Hinblick auf die Nutzung von Radio und Fernsehen. Beide Medien bilden unabhängig von der sozialen Differenzierung gemeinsame Medienräume für alle Bevölkerungsgruppen, weil die Nutzungsdauer und auch die zugemessene Bedeutung von Fernsehen oder Radio in allen sozialen Schichten ziemlich ähnlich sind (Lauristin 2004: 270). Alle Bevölkerungsgruppen verbringen ähnlich viel Zeit vor dem Bildschirm: Im Jahr 2005 sah die gesamte Bevölkerung täglich durchschnittlich 3 Stunden und 52 Minuten fern (TNS Emor 2005) – damit steht Estland weltweit nahezu an erster Stelle (Television 2003).

Wengleich sich die Nutzergruppen somit kaum in der vor dem Fernseher verbrachten Zeitdauer unterscheiden, so bilden sie dennoch keine homogene Einheit. Von großer Bedeutung ist die inhaltliche Orientierung der Nutzung, die entweder mehr auf Unterhaltung oder aber stärker auf sozial-politische Informationen ausgerichtet ist (Umfrage 2005). Hier sind klar die Altersunterschiede ausschlaggebend – bei den Jugendlichen ist der Nachrichtenbedarf wesentlich geringer als bei den älteren Befragten (Tab. 6).

Tabelle 6: Wie oft sehen die Befragten Nachrichten? (in % der entsprechenden Gruppe)

	Gesamt (n=1475)	15–19J (n=151)	20–29J (n=273)	30–44J (n=393)	45–54J (n=263)	55–64J (n=209)	65–74J (n=186)
Selten, nicht jeden Tag	35	56	49	34	31	26	22
Ein Mal am Tag	26	33	24	30	28	16	22
Mehrmals am Tag	38	10	27	37	42	58	55

Quelle: Umfrage 2005

Wenn die jüngeren Befragten überhaupt Nachrichtensendungen im Fernsehen verfolgen, dann meist die Nachrichten kommerzieller Kanäle im *Infotainment*-Form und kaum die des öffentlich-rechtlichen Programms ETV. Die Älteren, von denen mehr als die Hälfte mehrmals am Tag Nachrichten schaut, sind deutlich stärker an sozial-politischen Diskussionssendungen und Foren interessiert, die wesentlich zum Programm des estnischen öffentlich-rechtlichen Fernsehens gehören.

Einen ähnlichen Zusammenhang zwischen inhaltlichen Präferenzen und der Al-

tersgruppe gibt es auch bei der Radionutzung: Die Älteren interessieren sich mehr für Nachrichten und Diskussionen, die Jüngeren hören, wenn sie das Radio anschalten, fast nur Musik.

Die russischsprachigen Esten zeigen eine geringfügig stärkere Vorliebe in Richtung Unterhaltung, doch die Unterschiede sind marginal. Ein markanter Unterschied findet sich aber im Hinblick auf die Ursprungsländer der Nachrichten: Für die russischsprachigen Befragten stehen die Nachrichten der russischen Fernsehprogramme (RTR, NTV, STV u. a.) und des Baltikums (Pervoi Baltiskii Kanal) an erster Stelle. Die Hälfte der estnischen Russen rezipiert aber auch Nachrichten aus Estland – ein Viertel von ihnen sogar auf Estnisch (Tab. 7).

Tabelle 7: Nachrichtennutzung der russischsprachigen Esten (in %)

Nachrichtensendungen im Fernsehprogramm ...	Russischsprachige Befragte (n = 442)
Vremja (RTR)	68
Novostii Estonii (Pervoi Baltiskii Kanal)	66
Sevodnja (NTV)	52
Russischsprachige Nachrichten des estnischen öffentlich-rechtlichen Programms (ETV)	49
Estnischsprachige Nachrichten (ETV, TV3, Kanal 2)	25
Nachrichten westeuropäischer Kanäle (CNN, BBC u. a.)	17

Anm.: Es wurde nach der regelmäßigen (= mehrmals in der Woche) Nutzung gefragt. Quelle: Umfrage 2005

Fragt man die Bevölkerung, welches Medium sie als vertrauensvolle Nachrichtenquelle am meisten schätzen, so ist die Antwort in der Regel: das Fernsehen (Umfrage 2002). Gleiches belegen Umfragen in Mittel- und Ost-Europa (Candidate Countries Eurobarometer 2003.4), wo die Zeitungen mit der raschen Entwicklung der Kommunikationstechnologien ihre Führungsposition als wichtigstes Nachrichtenmedium verloren haben. Besonders im Falle von Krisenkommunikation zeigt sich, dass die elektronischen Medien mit ihren Nachrichten das Publikum schneller und effizienter erreichen.

Andere Studien weisen aber schon heute darauf hin, dass das Fernsehen seine Spitzenposition bei der Meinungsführerschaft wahrscheinlich nicht immer wird behalten können – besonders in den jüngeren Gruppen konkurriert das Internet bereits sehr stark mit dem Fernsehen als Anbieter tagesaktueller Informationen. Für 54 Prozent der 15- bis 19-Jährigen ist das Internet die wichtigste Nachrichtenquelle und lässt damit alle anderen Medien weit hinter sich (Umfrage 2002). Diejenigen Gruppen, die das Internet sehr häufig und viel nutzen, haben deutlich weniger Zeit für das Fernsehen (Vihalemm 2006).

6. Nutzung der traditionellen Medien im Internet

Ende 2005 hatten 35 Prozent der Befragten noch keinen Kontakt mit dem Internet. Die Nichtnutzer waren in den Bevölkerungsgruppen allerdings sehr ungleichmäßig verteilt. Alter und Bildungsniveau gehören zu den stärker differenzierenden Variablen – je älter eine Person oder je niedriger ihr Bildungsniveau ist, desto mehr Offliner gibt es in der Gruppe. Während fast alle 15- bis 19-Jährigen das World Wide Web nutzen und nur vier

Prozent ohne Interneterfahrung sind, ist der Anteil jener, die das Netz nicht nutzen, in den älteren Bevölkerungsgruppen wesentlich größer: Bei den 45- bis 54-Jährigen sind 35 Prozent offline, bei den 55- bis 64-Jährigen bereits 55 Prozent und in der Gruppe der 65- bis 74-Jährigen nutzen 87 Prozent kein Internet (Umfrage 2005). Der gleiche lineare Zusammenhang zeigt sich im Hinblick auf unterschiedliche Bildungsniveaus: Unter den Befragten mit Hochschulabschluss gibt es 17 Prozent Offliner, bei den Befragten mit Abiturabschluss liegt der Nicht-User-Anteil schon bei 35 Prozent und bei den Personen, die kein Abitur hatten, gibt es 54 Prozent Nichtnutzer.

Nun stellt sich die Frage, ob die Internetnutzer im Web auch Zugangsmöglichkeiten zu „traditionellen Medien“ suchen – zu Online-Zeitungen, Radio und Fernsehen. Online-TV ist noch wenig verbreitet, das Radio und besonders die Zeitungen haben es in Estland jedoch erfolgreich verstanden, ihr Publikum in der Gemeinde der Internetnutzer zu etablieren. Online-Zeitungen werden von 35 Prozent der Gesamtbevölkerung gelesen, 13 Prozent hören täglich oder mehrfach wöchentlich Radio im Internet (Tab. 8).

*Tabelle 8: Nutzung der traditionellen Medien Zeitung und Radio im Internet
(in % der entsprechenden Gruppe)*

		Größe der Gruppe (n = ...)	lesen regelmäßig* Zeitung im Internet (%)	hören regelmäßig* Radio im Internet (%)
Gesamt		1475	35	13
Sprache	Estnisch	1033	39	13
	Russisch	442	25	14
Alter	15–19 J.	151	31	30
	20–29 J.	273	44	23
	30–44 J.	393	45	14
	45–54 J.	263	37	8
	55–64 J.	209	26	4
	65–74 J.	186	8	1
Bildungsniveau	kein Abitur	281	17	11
	Abitur	817	32	14
	Hochschule	340	55	14

* regelmäßig = jeden Tag oder mehrmals in der Woche

Quelle: Umfrage 2005

Das Radiohören über das Internet ist besonders üblich in den jüngeren Gruppen, die das Online-Radio oft als Hintergrundmusik bei anderen Tätigkeiten im Internet laufen lassen.

Die Nutzer von Online-Zeitungen sind sehr klar zu beschreiben. Erstens lesen Befragte mit Hochschulabschluss viel häufiger Zeitungen im Internet als der Bevölkerungsdurchschnitt: 55 vs. 35 Prozent. Zweitens werden Online-Zeitungen besonders viel von Menschen in der aktiven Lebensphase gelesen, von den 20- bis 44-Jährigen. In dieser Altersgruppe ist die Internetnutzung oft auch beruflich bedingt. Im Moment scheint es, dass beim Lesen von Online-Zeitungen die gleichen Zusammenhänge gelten wie beim Lesen traditioneller Zeitungen.

7. Zusammenfassung und Diskussion

Der Beitrag hat die Situation der estnischen Medienlandschaft von der Angebots- und Nutzerseite her beleuchtet. Es wurde gezeigt, dass sich nach der in sowjetischen Zeiten weitgehend einheitlichen Mediennutzung, bei der sich das Publikum lediglich durch die Nutzung der estnisch- bzw. russischsprachigen Medienangebote unterschied, heute eine Medienlandschaft etabliert hat, in der es durch die größere Angebotsvielfalt und die bei Anbietern und Nutzern veränderte wirtschaftliche Situation vielfältig unterschiedene Nutzergruppen gibt.

Die Nutzung der Massenmedien ist generell abhängig von der Muttersprache, dem Alter und dem Bildungsniveau (und damit dem Beschäftigungs- und Lebensniveau), wenngleich sich bei einzelnen Medienangeboten unterschiedliche Zusammenhänge zeigen.

Im Hinblick auf das Lesen sind die Muttersprache, das Alter und das Bildungsniveau ausschlaggebend. Die estnischen Russen lesen nach wie vor weniger Zeitung als die Esten, es gibt jedoch insgesamt in allen Bevölkerungsgruppen einen leichten Abwärtstrend beim Lesen von Tageszeitungen. Diese Tendenz geht vor allem auf das Konto der Stammleser, deren Anteile sich besonders in den jüngeren Altersgruppen drastisch verringern. Das Lesen von Qualitätstageszeitungen gehört mittlerweile zu einem die Bevölkerung klar differenzierenden Merkmal – es ist deutlich ein Kennzeichen der höher gebildeten und höheren sozialen Schichten.

Die Nutzungsdauer von Radio und Fernsehen in Estland ist generell in allen Bevölkerungsgruppen hoch, aber ein wichtiges, die Nutzung differenzierendes Merkmal ist die inhaltliche Orientierung der Nutzer – die generelle Ausrichtung auf Unterhaltung oder auf Informationen. Dabei sind die älteren Generationen wesentlich stärker interessiert an tagesaktuellen und sozial-politischen Informationen; mehr als die Hälfte von ihnen schaut mehrmals am Tag Fernsehnachrichten. Das Interesse der jüngeren Generationen richtet sich hauptsächlich auf die unterhaltenden Inhalte der Fernsehprogramme, Fernsehnachrichten haben in dieser Gruppe kaum eine Bedeutung. Als Nachrichtenquelle schätzen die Jüngeren das Fernsehen und das Internet gleichermaßen. Und besonders in dieser Gruppe ist zu sehen, dass jene, die das Internet stark nutzen, deutlich weniger Zeit für das Fernsehen haben.

Die Internetnutzung ist stark abhängig vom Alter und Bildungsniveau, wobei die jüngere Generation dank der guten Ausstattung mit Informations- und Kommunikationstechnologie in Schule und Privathaushalt besonders gut für den schnellen Zugang ins weltweite Datennetz gerüstet ist. Bei den Älteren variiert die Internetnutzung abhängig von der beruflichen Verwendung.

Weil in Estland der Anteil der das Internet nutzenden Bevölkerung sehr hoch ist, ist für die traditionellen Medien die eigene Internet-Präsenz eine Grundbedingung für die weitere Entwicklung. In dieser Hinsicht sind die Online-Zeitungen – zumindest gemessen an den Nutzeranteilen – erfolgreicher gewesen als Radio oder TV: Mehr als ein Drittel der estnischen Bevölkerung liest regelmäßig Tageszeitungen im Internet.

Die genannten Trends zeigen für Medienforscher westlicher EU-Länder sicher wenig Überraschungen, da sich in den dortigen Medienlandschaften schon länger ähnliche Entwicklungen zeigen. Im Kontext einer Transformationsgesellschaft hingegen sind sie ein wichtiger Indikator dafür, dass die Zeit der großen sozialen Fluktuationen vorbei ist und die Gesellschaft eine gewisse Stabilitätsphase erreicht hat.

Die digitale Spaltung der Bevölkerung sowie die zunehmende Differenzierung in der Nutzung der herkömmlichen Medien werden die Medienwissenschaftler in Europa wei-

ter beschäftigen. Die Nutzung traditioneller Medien in neuen digitalen Umgebungen wirft etwa die Frage auf, ob und inwiefern ihre Rolle durch die Digitalisierung verändert wird. Die Nutzung des Internets hat tendenziell zur Folge, dass tagesaktuelle Informationen in Zeitungen nur noch sporadisch gelesen werden. Wie wird diese Entwicklung die Einstellungen und Interessen des Einzelnen im Hinblick auf sein soziales und politisches Lebens beeinflussen? Man könnte die Hypothese aufstellen, dass mit steigenden individuellen Entscheidungsmöglichkeiten im Hinblick auf die Informationsauswahl die Schnittmenge gemeinsamer Informationen stetig abnimmt. Der Anteil an Informationen, die bislang jeden Menschen mit verschiedenen Bevölkerungssegmenten, sei es eine Nation oder eine kulturelle Gruppe, verband, geht deutlich zurück. Die zunehmende Fragmentierung macht es immer schwieriger, größere Bevölkerungsgruppen für eine Idee oder ein gemeinsames Ziel zu mobilisieren. Diesen Fragen wird in folgenden Untersuchungen nachzugehen sein.

Literatur

- Aumente, J.; Gross, P.; Hiebert, R.; Johnson, O. V. & Mills, D. (1999): *Eastern European Journalism: Before, During and After Communism*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Anderson, B. (1983): *Imagined Communities*. London: Verso.
- Baltic Media Book 2001*. Tallinn, Riga, Vilnius: TNS Emor.
- Bericht des Journalismus-Lehrstuhls der Universität Tartu* (1987). Manuskript.
- Candidate Countries Eurobarometer 2003.4* – http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/cceb/2003/cceb2003.4_full_report.pdf [2.11.2006].
- Fuchs, D.; Roller, E. & Wessels, B. (Hrsg.) (2002): *Bürger und Demokratie in Ost und West. Studien zur politischen Kultur und zum politischen Prozess*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Golding, P. (1999): The Political and the Popular: Getting the Measure of Tabloidization. In: *Proceedings of the Association of Media, Communication and Cultural Studies Annual Conference*. Sheffield, pp. 50–66.
- Gustafsson, K. E. & Weibull, L. (1997): European Newspaper Readership: Structure and Development. In: *Communications*, 22 (3), pp. 249–273.
- Habermas, J. (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Hasebrink, U. & Herzog, A. (2004): Mediennutzung im internationalen Vergleich. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Internationales Handbuch Medien 2004/2005*. Baden-Baden: Nomos, S. 136–158.
- Hion, E., Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1988): *Life-Styles in Contemporary Estonia*. Tallinn: Perioodika.
- Høyer, S., Lauk, E. & Vihalemm, P. (eds.) (1993): *Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom*. Tartu: Baltic Association of Media Research.
- Jakobson, V. (2002): *Role of the Estonian Russian-language Media in the Integration of the Russian-speaking Minority into Estonian Society*. Academic Dissertation. Tampere: Tampere University Press.
- Jakobson, V. (2004): Venekeelse media areng Eestis 1987–2004 [Die Entwicklung der russischsprachigen Massenmedien in Estland 1987–2004]. In: P. Vihalemm (Hrsg.), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004 [Mediensystem und Mediennutzung in Estland 1965–2004]*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, S. 209–232.
- Kalmus, V. (2001): Eesti teismeline telepurgi ees – kas uinuv tiigrikutsu? Vana ja uue meedia kasutamise õpilaste poolt [Etnische Jugendliche vor dem Fernsehgerät – das schlafende Tigerjunge? Nutzung der alten und neuen Medien von Schülern]. Vortrag auf der II. Jahreskonferenz der Estnischen Sozialwissenschaftlern, Tartu, Estland, 23.–24. Nov. 2001.
- Kalmus, V., Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (Hrsg.) (2004): *Eesti elavik 21. sajandi algul [Etnische Lebenswelt zu Beginn des 21. Jahrhunderts]*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

- Kopper, G., Rutkiewicz, I. & Schliep, K. (Hrsg.) (1999): *Medientransformation und Journalismus in Polen 1989–1996*. European Journalism Review Series Nr. 4. Berlin: Vistas.
- Köuts-Klemm, R. (2005): Media and social stratification in the post-socialist society. Paper presented at the 7th Conference of the European Sociological Association. Torun, Poland: 9–12 Sept. 2005.
- Lauk, E. & Shein, H. (2003): Medien in Estland. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Internationales Handbuch Medien 2003/2004*. Baden-Baden: Nomos, S. 268–288.
- Lauristin, M. (2004): Eesti ühiskonna kihistumine [Differenzierung der estnischen Gesellschaft]. In: V. Kalmus, M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (Hrsg.), *Eesti elavik 21.sajandi algul [Estonische Lebenswelt zu Beginn des 21. Jahrhunderts]*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, S. 251–285.
- Lauristin, M. & Vihalemm, P. (2002): The Transformation of Estonian Society and Media: 1987–2001. In: P. Vihalemm (ed.), *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press, pp. 17–63.
- Media Reflections on Integration Concept: Monitoring of Estonian Media 1999–2003* (2004). Tartu: Baltic Association for Media Research.
- Müller, K. (Hrsg.) (1998): *Postsozialistische Krisen. Theoretische Ansätze und empirische Befunde*. Opladen: Leske + Budrich.
- Nordic Baltic Media Statistics 1998* (1999). Göteborg: NORDICOM.
- Nordenstreng, K., Vartanova, E. & Zassoursky, Y. (eds.) (2001): *Russian Media Challenge*. Helsinki: Kikimora Publications.
- Paletz, D. L. & Jakubowicz, K. (eds.) (2003): *Business as Usual. Continuity and Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Paletz, D. L., Jakubowicz, K. & Novosel, P. (eds.) (1995): *Glasnost and After: Media and Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Ruutsoo, R. (2004): The Cultural Profile of Estonia, Latvia and Lithuania between Two World Wars. In: P. Lotman & T. Vilberg (eds.), *The 20th Century Libraries in the Baltic Sea Region*. Acta Bibliotheca Nationalis Estoniae. Tallinn, pp. 13–59.
- Schönbach, K., Lauf, E. & Feiser, W. (1999): „Wer liest wirklich Zeitung? Eine explorative Untersuchung.“ In: *Publizistik*, 44, 2, S. 131–148.
- Splichal, S. (1994): *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press.
- Suni, R. (2005): Pavel Krolik ja Eesti televisioon [Pavel Krolik und estnisches Fernsehen]. In: *Telekääja*, Sept. 2005.
- Sztompka, P. (1995): Vertrauen: Die fehlende Ressource in der postkommunistischen Gesellschaft. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Sonderheft 35, S. 254–276.
- Tammaru, T. (1999): *Venelased Eestis: Ränne ja kohanemine [Die Russen in Estland: Einwanderung und Adaptation]*. Tallinn: Sisekaitseakadeemia.
- Thomaß, B. & Tzankoff, M. (Hrsg.) (2001): *Medien und Transformation in Osteuropa*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Television 2003 – International Key Facts* (2003). Köln: IP, RTL Group/International Marketing Committee.
- TNS Emor 2004, 2005. www.emor.ee
- Vihalemm, P. (ed.) (2002): *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press.
- Vihalemm, P. (2005): *Postkommunistlike siirdeühiskondade võrdlev analüüs [Vergleichende Analyse der postkommunistischen Transformationsgesellschaften]*. Forschungsbericht zum Projekt Nr. 4637, finanziert durch die Estnische Wissenschaftsstiftung. Manuskript. Tartu: FB Journalismus und Kommunikation.
- Vihalemm, P. (2006): Media Use in Estonia: Trends and Patterns. In: *Nordicom Review* 27 (1), pp. 17–29.
- Vihalemm, P. & Lauristin, M. (1997): Political Control and Ideological Canonisation. The Estonian Press During the Soviet Period. In: E. Mühle (Hrsg.), *Vom Instrument der Partei zur „vierten Gewalt“*. Marburg: Herder-Institut.
- Vihalemm, P. & Köuts, R. (2004): Trüksõna ja lugejaskond Eestis 1965–2004 [Druckmedien und Leserschaft in Estland 1965–2004]. In: P. Vihalemm (Hrsg.), *Meediasüsteem ja meediakasutus*

- Eestis 1965–2004 [Mediensystem und Mediennutzung in Estland 1965–2004]*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, S. 61–90.
- Vihalemm, P., Lauk, E. & Lauristin, M. (1997): Estonian Media in the Process of Change. In: M. Lauristin, P. Vihalemm, K. E. Rosengren & L. Weibull (eds.), *Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, pp. 227–240.
- Vihalemm, P., Lõhmus, M. & Jakobson, V. (2004): Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia [Gesellschaft im Medienraum: traditionelle Massenmedien]. In: V. Kalmus, M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (Hrsg.), *Eesti elavik 21. sajandi algul [Estnische Lebenswelt zu Beginn des 21. Jahrhunderts]*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, S. 131–146.
- Vihalemm, T. (1999): Global and local orientations of media use in Estonia. In: *Estonian Human Development Report 1999*. Tallinn: UNDP.
- Wessels, B. (2003): Die Entwicklung der Zivilgesellschaft in Mittel- und Osteuropa: intermediäre Akteure, Vertrauen und Partizipation. In: D. Gosewinkel, D. Rucht, W. van den Daele & J. Kocka (Hrsg.), *Zivilgesellschaft – national und transnational*. WZB-Jahrbuch 2003. Berlin: Sigma, S. 173–198.
- World Press Trends 2004*. Paris: World Association of Newspapers.