

Michael Bentlage und Jürgen Rauh

### **„Alte“ und „neue“ Medien in Deutschland – Angebot, Nutzung und Anwendungen in einer räumlichen Perspektive**

Die vielfältige Nutzung und Anwendung von Medien steht seit geraumer Zeit im Fokus soziologischer und medienwissenschaftlicher Forschungen. Der vorliegende Beitrag möchte einen Einblick in die Mediennutzung und -anwendungsformen aus einer räumlichen Perspektive geben. Zu diesem Zweck wird die Datenbank Media-Analyse verwendet, die detaillierte Informationen zur Anwendung von Internet, Radio, Fernsehen und Tageszeitungen sowie soziodemographische Daten liefert.

Disparitäten in den Zugänglichkeiten zu neuen Medien (insbesondere Internet) zwischen städtisch und ländlich strukturierten Räumen sind weiterhin vorhanden, auch wenn in den vergangenen Jahren teilweise Konvergenzen festgestellt werden konnten. Allerdings können auch neue Trennlinien in Formen und Umgebung der Medienanwendung festgestellt werden.

So weisen ländliche Räume vergleichsweise hohe Abonnentenquoten bei Tageszeitungen auf, die u.a. mit fehlenden Alternativen im Medienangebot erklärt werden können. Aber auch das Leseinteresse an regionalen Nachrichten ist bei Bewohnern ländlich geprägter Räume signifikant höher als bei Abonnenten in städtischen Räumen.

*Deutschland, Mediennutzung, Internet, Tageszeitungen, Raumtypisierung*

Michael Bentlage and Jürgen Rauh

### **“Old” and “New” Media in Germany – The Offer Range, Utilisation and Applications from a Spatial Perspective**

The usage and application of media is a complex and multidimensional phenomenon, which was mainly explored within sociology and media sciences. This contribution tries to give an insight into usage and application of media from a spatial point of view. Therefore the database Media-Analyse is used, which provides detailed information on employment of internet, radio, TV and newspapers as well as socio-demographic aspects. Gaps in the accessibility to new media (here: internet) between urban and rural structured spaces still exist. Partly, these gaps converged in recent years and new parting lines can be detected. These lines are defined by the modes in which new media are applied, which in turn depend on socio-demographic and spatial aspects. Accordingly, in rural areas traditional media like newspapers are subscribed to a relatively high degree. Sparse supply and minor business competition cause these effects. Furthermore, the regional context provides explanations as well. Regional news are significantly more often read in rural than in urban areas.

*Germany, media utilisation, internet, daily papers, spatial typification*

Bentlage, Michael et Rauh, Jürgen

### **«Anciens» et «nouveaux» médias en Allemagne: Marché de l'offre, utilisations et applications dans une perspective spatiale**

Depuis longtemps déjà, les médias retiennent l'attention des chercheurs en sociologie et spécialistes de la communication, particulièrement en ce qui concerne la diversité des utilisations et des applications. Dans le présent article, les auteurs se sont efforcés de dégager l'utilisation et les applications des médias dans une perspective spatiale. A cette fin, ils utilisent la base de données allemande Media-Analyse qui donne accès à une information détaillée sur les applications d'Internet, de la radio, de la télévision et de la presse quotidienne, à côté de nombreux éléments d'information sociodémographiques.

L'accès aux nouveaux médias (en particulier Internet) reste marqué par une disparité très nette entre les régions urbaines et rurales, encore que l'on puisse constater une certaine évolution vers l'égalisation entre la ville et la campagne pendant les dernières années. La principale conclusion qui se dégage de cette étude est que de nouvelles lignes de séparation se font jour quant aux modalités et à l'environnement général des applications des médias. Par exemple, les régions rurales se caractérisent par un taux relativement élevé d'abonnements aux quotidiens, ce qui s'explique en partie par une certaine pénurie au niveau de l'offre des médias. Concernant l'intérêt pour les informations locales, on

constate que les populations des régions rurales manifestent une grande curiosité qui est beaucoup plus affirmée que dans les villes.

*Allemagne, utilisation des médias, Internet, presse quotidienne, typification spatiale*

Михаил БЕНТЛАГЕ, Юрген РАУ

**«Старые» и «новые» СМИ в Германии – предложение, доступ и использование в целях пространственного анализа**

Различные формы доступа к СМИ и их использование уже продолжительное время находятся в фокусе социологических и медийных исследований. В предлагаемой статье делается попытка соответствующего обзора СМИ с точки зрения пространственной перспективы. Для этой цели используется банк данных анализа СМИ, предоставляющий детальную информацию из интернета, радио, телевидения, а также социально-демографические данные.

Различия в области доступа к новым СМИ (в частности к интернету) между городскими и сельскими территориями сохраняются, даже учитывая тот факт, что в последние годы можно констатировать частичную конвергенцию в этом вопросе. В то же время появляются новые линии разграничений в формах и сфере использования СМИ.

Так, сельские территории характеризуются сравнительно большой долей подписчиков ежедневных газет, что среди прочего может объясняться недостатком альтернативных СМИ. К тому же интерес читателей к региональным новостям в сельских районах существенно выше, нежели среди городских абонентов.

*Германия, доступ к СМИ и их использование, интернет, ежедневные газеты, типизация пространства*