

# **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>0. Einleitung</b>	<b>1</b>
 <b>ERSTER HAUPTTEIL</b>	
 <b>THEORIE</b>	
<b>I. THEORETISCHE VORAUSSETZUNGEN DER ARBEIT</b>	<b>9</b>
1. Einführende Bemerkungen	9
2. Erkenntnis- und kognitionstheoretische Voraussetzungen	9
<b>II. DARSTELLUNG UND KRITIK DER RELEVANTEN THEORETISCHEN ANSÄTZE</b>	<b>15</b>
1. Textverstehensforschung	15
1.1. Einführende Bemerkungen	15
1.2. Leser-Text-Relation in psychologischen Verstehensmodellen	16
1.3. Beschreibung kognitiver Strukturen	17
1.3.1. Schemata	17
1.3.2. Wissensstrukturen - Wissensrepräsentation	21
1.4. Beschreibung kognitiver Prozesse	25
1.4.1. Inferenzen - Elaborationen	25
1.4.2. Verstehensstrategien - Verstehensziele	27
1.5. Herrmanns Modell der Sprachrezeption	28
1.6. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	30
2. Text-Bild-Forschung	33
2.1. Einleitende Bemerkungen	33
2.2. Bildverarbeitung und Bildrepräsentation	34
2.3. Verarbeitung von Text-Bild-Kombinationen	37
2.3.1. Der Einfluß von Bildern auf die Textverarbeitung	37
2.3.2. Der Einfluß von Texten auf die Bildverarbeitung	38
2.4. Verarbeitung von Texten und Bildern im Rahmen audiovisueller Kommunikation	40

2.5. Zusammenfassende Beurteilung des Forschungsstandes	45
---	----

## ZWEITER HAUPTTEIL

### PRODUKTIONSANALYSE

<b>I. WIRTSCHAFTSBERICHTERSTATTUNG IM FERNSEHEN</b>	51
1. Einführende Bemerkungen	51
2. Informationsbedürfnisse	52
3. Informationsangebot	53
3.1. Sendungen mit integrierten Wirtschaftsthemen	54
3.2. Spezielle Wirtschaftssendungen	55
<b>II. DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN PLUSMINUS</b>	58
1. Allgemeine Programmdaten	58
2. <i>Plusminus</i> ausgestrahlt vom Westdeutschen Rundfunk in Köln	60
2.1. Zielsetzung und Intention der empirischen Untersuchung	60
2.2. Methode	61
2.3. Auswertung	63
2.4. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	63
2.4.1. Generelle Aussagen zur Produktion des Wirtschaftsmagazins <i>Plusminus</i>	63
2.4.1.1. Externe Bedingungen, die den Produktionsprozeß und die Produkteinschätzung steuern	63
Die Redaktion <i>Wirtschafts- und Sozialpolitik (Fernsehen)</i> des WDR in Köln - die Organisation des Produktionsprozesses von <i>Plusminus</i>	63
2.4.1.2. Individuelle Annahmen der Redakteure, die den Produktionsprozeß und die Produkteinschätzung steuern	67
Generelle Zielvorstellungen - Verhältnis zum Rezipienten - Allgemeine Aspekte zur Magazinform - Produktionsprinzipien	67
2.4.1.3. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	74
2.4.2. Zur Konzeption und Produktion der <i>Plusminus</i> -Sendung vom 15. Februar 1985	78
2.4.2.1. Einführende Bemerkungen	78
2.4.2.2. BEITRAG 1 <i>Marktmacht und Reisepreise</i>	80

	VII
2.4.2.2.1. THEMA und Inhalt	80
Kriterien der Themenauswahl - Intentionen, Zielsetzungen - geplanter Ablauf	80
2.4.2.2.2. Gestaltung	81
Eingesetzte Präsentationsmittel - Gestaltungsgrundsätze - Bilder - Text/Ton - Text-Bild-Relation	81
2.4.2.2.3. Herausragende Besonderheiten der Produktion, die einen Einfluß auf die Fertigstellung des Beitrags ausgeübt haben	82
2.4.2.2.4. Abschließende Einschätzung des Beitrags durch den Redakteur	83
2.4.2.2.5. Adressaten	83
Rezipientenzielgruppe - Fragen des Redakteurs an die Versuchspersonen	83
2.4.2.3. Beitrag 2 <i>Spritzen für den Doktor</i>	84
2.4.2.3.1. Thema und Inhalt	84
Kriterien der Themenauswahl - Intentionen, Zielsetzungen - geplanter Ablauf	84
2.4.2.3.2. Gestaltung	86
Eingesetzte Präsentationsmittel - Gestaltungsgrundsätze - Bilder - Text/Ton - Text-Bild-Relation	86
2.4.2.3.3. Herausragende Besonderheiten der Produktion, die einen Einfluß auf die Fertigstellung des Beitrags ausgeübt haben	88
2.4.2.3.4. Abschließende Einschätzung des Beitrags durch den Redakteur	89
2.4.2.3.5. Adressaten	89
Rezipientenzielgruppe - Fragen des Redakteurs an die Versuchspersonen	89
2.4.2.4. Beitrag 3 <i>Süd-Nord (Strukturpolitik)</i>	90
2.4.2.4.1. Thema und Inhalt	90
Kriterien der Themenauswahl - Intentionen, Zielsetzungen - geplanter Ablauf	90
2.4.2.4.2. Gestaltung	94
Eingesetzte Präsentationsmittel - Gestaltungsgrundsätze - Bilder - Text/Ton - Text-Bild-Relation	94
2.4.2.4.3. Herausragende Besonderheiten der Produktion, die einen Einfluß auf die Fertigstellung des Beitrags ausgeübt haben	97

2.4.2.4.4.	Abschließende Einschätzung des Beitrags durch den Redakteur	99
2.4.2.4.5.	Adressaten	100
	Rezipientenzielgruppe - Fragen des Redakteurs an die Versuchspersonen	100
2.4.2.5.	Interview von Jochen Bäumel mit Friedrich Farthmann	101
2.4.2.6.	Beitrag 4 <i>HEW-Strompreise</i>	101
2.4.2.6.1.	Thema und Inhalt	101
	Kriterien der Themenauswahl - Intentionen, Zielsetzungen - geplanter Ablauf	101
2.4.2.6.2.	Gestaltung	104
	Eingesetzte Präsentationsmittel - Gestaltungsgrundsätze - Bilder - Text/Ton - Text-Bild-Relation	104
2.4.2.6.3.	Herausragende Besonderheiten der Produktion, die einen Einfluß auf die Fertigstellung des Beitrags ausgeübt haben	107
2.4.2.6.4.	Abschließende Einschätzung des Beitrags durch den Redakteur	108
2.4.2.6.5.	Adressaten	108
	Rezipientenzielgruppe - Fragen des Redakteurs an die Versuchspersonen	108
2.4.2.7.	Moderation	109
2.4.2.8.	Technischer Produktionsablauf	109
2.4.2.9.	Abnahme der Sendung	110
2.4.2.10.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	111

### **DRITTER HAUPTTEIL**

#### **REZEPTIONSANALYSE**

I.	ZUR ZIELSETZUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	121
II.	ZUR METHODE UND ANLAGE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	125
1.	Auswahl der Versuchspersonen	125
2.	Auswahl der Testsendung	126
3.	Verwendete Methoden	126
4.	Durchführung der Untersuchung	129
4.1.	Ablauf der Datenermittlung	129

	IX	
4.1.1.	Videotest	129
4.1.2.	Quantitative und qualitative Einzelerhebungen (Hauptuntersuchung)	130
4.2.	Anmerkungen zur Methodenauswahl und Datenermittlung	131
4.3.	Versuchsauswertung	132
<b>III.</b>	<b>DARSTELLUNG UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE</b>	<b>134</b>
1.	Vorbemerkungen	134
2.	Videotest	134
2.1.	Vorbemerkungen	134
2.2.	Zusammenfassung der Ergebnisse	135
3.	Quantitative und qualitative Einzelerhebungen (Hauptuntersuchung)	136
3.1.	Vorbemerkungen	139
3.2.	Zum personalen Kontext der Versuchspersonengruppen	140
3.2.1.	Rezeptionsniveau (ohne Vorwissen)	140
3.2.1.1.	Detailergebnisse	140
	Alter - Ausbildung - Beruf bzw. berufliche Stellung - Mediennutzungsgewohnheit - Medienpräferenz	140
3.2.1.2.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	143
3.2.2.	Rezeptionsbereitschaft (generelle Erwartungen an eine Wirtschaftssendung/Moderation)	147
3.2.2.1.	Detailergebnisse	147
3.2.2.2.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	151
3.3.	Zur Rezeptionssituation (Fernsehverhalten in gewohnter Umgebung/Experimentalsituation)	154
3.3.1.	Detailergebnisse	154
3.3.2.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	156
3.4.	Zur Wirkung der Plusminus-Sendung auf die Versuchspersonengruppen	159
3.4.1.	Vorbemerkungen	159
3.4.2.	Gesamtsendung	160
3.4.2.1.	Detailergebnisse	160
	Vorwissenstest - Emotionale Einschätzung der Sendung während der Rezeption - Assoziative und emotionale Einschätzung der Sendung nach der Rezeption - Qualitatives Interview - Verständnis der Sendung	160

3.4.2.2.	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	167
3.4.3.	Detailergebnisse zum 1. Beitrag <i>Marktmacht und Reisepreise</i>	171
	Intention des Redakteurs - Vorwissens- test - Emotionale Einschätzung des Bei- trags während der Rezeption - Asso- ziative und emotionale Einschätzung des Beitrags nach der Rezeption - Quali- tatives Interview - Verständnis des Bei- trags	171
3.4.4.	Detailergebnisse zum 2. Beitrag <i>Spritzen für den Doktor</i>	179
	Intention des Redakteurs - Vorwissens- test - Emotionale Einschätzung des Bei- trags während der Rezeption - Asso- ziative und emotionale Einschätzung des Beitrags nach der Rezeption - Quali- tatives Interview - Verständnis des Bei- trags	179
3.4.5.	Detailergebnisse zum 3. Beitrag <i>Süd-Nord (Strukturpolitik)</i>	189
	Intention des Redakteurs - Vorwissens- test - Emotionale Einschätzung des Bei- trags während der Rezeption - Asso- ziative und emotionale Einschätzung des Beitrags nach der Rezeption - Quali- tatives Interview - Verständnis des Bei- trags	189
3.4.6.	Interview von Jochen Bäumel mit Friedhelm Farthmann	202
3.4.6.1.	Vorbemerkungen	202
3.4.6.2.	Detailergebnisse	203
	Emotionale Einschätzung des Inter- views während der Rezeption - Qua- litatives Interview - Verständnis des Interviews	203
3.4.7.	Detailergebnisse zum 4. Beitrag <i>HEW-Strompreise</i>	204
	Intention des Redakteurs - Vorwissens- test - Emotionale Einschätzung des Bei- trags während der Rezeption - Asso- ziative und emotionale Einschätzung des Beitrags nach der Rezeption - Quali- tatives Interview - Verständnis des Bei- trags	204
3.4.8.	Detailergebnisse zur Moderation	214
	Intention des Moderators - Emotionale Einschätzung der Moderation wäh- rend der Rezeption - Assoziative und emotionale Einschätzung der Modera-	

	tion nach der Rezeption - Qualitatives Interview	214
3.5.	Abschließende Diskussion zur Wirkung der <i>Plusminus-Sendung</i> auf die Versuchspersonengruppen	218
<b>IV.</b>	<b>SCHLUßBEMERKUNG</b>	<b>244</b>
1.	Zusammenfassende Beurteilung der erzielten Ergebnisse	244
2.	Ausblick	252
	<b>ANHANG</b>	
1.	Interviewleitfaden (1) (Produktion)	257
2.	Interviewleitfaden (2) (Produktion)	258
3.	Sendungsprotokoll zur <i>Plusminus-Sendung</i> (WDR) vom 15.2.1985	260
4.	Fragebogen-Muster Rezeption	287
5.	Interviewleitfaden Rezeption	296
6.	Kategorienschema zur Auswertung der qualitativen Interviews	300
7.	Abbildung 1: Videotest - Bewertung der Sendung im Minutenraster	302
8.	Abbildung 2: Bewertung der Sendung im Minutenraster (Gewerkschaftler)	303
9.	Abbildung 3: Bewertung der Sendung im Minutenraster (Unternehmer)	304
10.	Abbildung 4: Bewertung der Sendung im Minutenraster (alle Versuchspersonen)	305
11.	Abbildung 5: Bewertung der Sendung im Minutenraster (Gewerkschaftler und Unternehmer im Vergleich)	306
	Literaturverzeichnis	307