

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I: Einführung

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.  | Zur Einführung: Daily Soaps und Daily Talks<br>in der öffentlichen und in der wissenschaftlichen Diskussion<br><i>Udo Göttlich, Uwe Hasebrink und Jörg-Uwe Nieland</i> ..... | 15 |
| 1.1 | Anlässe.....   | 15 |
| 1.2 | Fragestellungen.....   | 17 |
| 1.3 | Vorgehen und Struktur dieses Bandes .....  | 18 |

## Teil II: Genrespezifische Untersuchungen zu Soaps und Talks

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 2.    | Inszenierungs- und Rezeptionsweisen von Daily Soaps<br><i>Udo Göttlich und Jörg-Uwe Nieland</i> ..... | 23 |
| 2.1   | Daily Soaps im deutschen Fernsehen: Etablierung, Inhalt<br>und Vermarktung .....                      | 24 |
| 2.1.1 | Genrecharakteristika und -entwicklung .....   | 24 |
| 2.1.2 | Etablierung und Platzierung der deutschen Daily<br>Soaps.....   | 26 |
| 2.1.3 | Neue Produktionsabläufe und Inszenierungsstrategien   | 31 |
| 2.1.4 | Beschreibung der vier deutschen Daily Soaps.....  | 33 |
| 2.1.5 | Dramatisierungsweisen der Daily Soaps.....  | 39 |
| 2.1.6 | Lebensstilpräsentation .....  | 41 |
| 2.1.7 | Ausgewählte inhaltsanalytische Befunde<br>zu deutschen Daily Soaps .....                              | 42 |
| 2.1.8 | Vermarktung der deutschen Daily Soaps.....  | 50 |
| 2.2   | Befunde zur Daily-Soap-Nutzung auf Basis der GfK-<br>Nutzungsdaten .....                              | 53 |
| 2.2.1 | Sendetreue und Audience flow am Vorabend.....   | 53 |
| 2.2.2 | Zuschauer gesamt .....  | 56 |
| 2.2.3 | Zuschauer nach Altersgruppen .....  | 59 |

|  |   |     |
|--|---|-----|
| 2.2.4  | Daily-Soap-Nutzung von Frauen .....   | 63  |
| 2.2.5  | Daily-Soap-Nutzung von Kindern und Jugendlichen ...   | 66  |
| 2.2.6  | Zwischenfazit.....  | 72  |
| 2.3  | Materialbasis, Zugang und methodisches Vorgehen.....  | 73  |
| 2.3.1  | Materialbasis.....  | 73  |
| 2.3.2  | Untersuchungsschritte.....  | 76  |
| 2.3.3  | Auswertung der Gruppendiskussionen und<br>Einzelinterviews .....  | 79  |
| 2.4  | Jugendbezogene Rezeptionsmodi der Daily Soaps.....  | 80  |
| 2.4.1  | Zentrale Dimensionen der Rezeption von Daily Soaps  | 80  |
| 2.4.2  | Gruppendiskussionen.....  | 86  |
| 2.4.3  | Einzelinterviews .....  | 118 |
| 2.4.4  | Zur Modellbildung der Rezeptionshaltungen .....   | 133 |
| 3.   | Talkshows im Alltag von Jugendlichen: Zusammenfassung<br>der ‚Talkshow-Studie‘<br><i>Ingrid Paus-Haase und Uwe Hasebrink</i> .....                      | 137 |
| 3.1  | Zum Gegenstand der Studie.....  | 137 |
| 3.2  | Design der Untersuchung:<br>Jugendliche kamen selbst zu Wort.....   | 138 |
| 3.3  | Produktanalyse:<br>Daily Talks bieten unterschiedliche ‚Lesarten‘ an .....  | 139 |
| 3.4  | Nutzungsdaten:<br>Daily Talks - Attraktive Angebote vor allem für Mädchen ...   | 141 |
| 3.5  | Methode und Materialbasis der qualitativen Studien.....   | 145 |
| 3.6  | Ausgewählte Ergebnisse der qualitativen Studien:<br>Die Medienhandlungstypen .....  | 146 |
| 3.6.1  | Daily Talks zwischen Lustigmachen<br>und Wunsch nach Selbstverortung.....   | 149 |
| 3.6.2  | Die ausschließliche Suche nach Information<br>und Orientierung.....   | 150 |
| 3.6.3  | Ambivalenzen im Umgang mit Daily Talks .....  | 152 |
| 3.7  | Schlussfolgerungen.....   | 153 |
| <br><b>Teil III:</b>   |   |     |
| <b>Untersuchungen zum Zusammenspiel zwischen Soaps und Talks</b> |   |     |
| 4.   | Der repräsentative Überblick: Merkmale der Talk- und Soap-<br>Nutzung bei 12- bis 17-jährigen Jugendlichen in Deutschland<br><i>Uwe Hasebrink</i> ..... | 157 |
| 4.1  | Fragestellung.....  | 157 |
| 4.2  | Datenerhebung und Stichprobe.....   | 158 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4.3   | Daily Soaps und Daily Talks im Kontext der sonstigen Fernsehnutzung .....   | 159 |
| 4.3.1 | Fernsehdauer .....  | 159 |
| 4.3.2 | Genrepräferenzen .....  | 159 |
| 4.3.3 | Lieblingssendungen .....  | 161 |
| 4.3.4 | Zusammenhänge zwischen verschiedenen Genres .....   | 162 |
| 4.4   | Zur Rezeptionssituation bei der Nutzung von Talks und Soaps .....   | 164 |
| 4.5   | Zur Soap-Nutzung verschiedener Talkshow-Nutzertypen .....   | 166 |
| 4.6   | Fazit .....   | 169 |
| 5.    | Soaps und Talks auf der Basis der Talkshow-Interviews   |     |
|       | <i>Ingrid Paus-Haase und Ulrike Wagner</i> .....  | 171 |
| 5.1   | Fragestellung .....   | 171 |
| 5.2   | Materialbasis .....   | 172 |
| 5.3   | Methodische Herangehensweise .....  | 173 |
| 5.4   | Codierung und Auswertung .....  | 175 |
| 5.4.1 | Analyse-System WinMax .....   | 175 |
| 5.4.2 | Das Kategoriensystem (Codewortbaum) .....   | 176 |
| 5.4.3 | Vorgehen bei der Codierung .....  | 178 |
| 5.5   | Ergebnisse der Sekundäranalyse .....  | 179 |
| 5.5.1 | Ergebnisse der Gruppendiskussionen .....  | 179 |
| 5.5.2 | Ergebnisse der Einzelinterviews .....   | 192 |
| 5.6   | Vergleich der beiden Genres Daily Soaps und Daily Talks ...   | 208 |
| 5.6.1 | Fokussierte Analyse .....   | 208 |
| 5.6.2 | Kontextuelle Analyse .....  | 211 |
| 6.    | Soaps und Talks auf der Basis der Soap-Interviews   |     |
|       | <i>Udo Göttlich und Jörg-Uwe Nieland</i> .....  | 213 |
| 6.1   | Fragestellung .....   | 213 |
| 6.2   | Materialbasis und methodisches Vorgehen .....   | 214 |
| 6.3   | Ergebnisse der Gruppeninterviews zur Daily-Soap-Nutzung .   | 215 |
| 6.3.1 | Fragebogenauswertung .....  | 215 |
| 6.3.2 | Fokussierte Analyse der Gruppendiskussionen<br>mit Blick auf die Daily-Talk-Rezeption .....                                     | 218 |
| 6.4   | Kontextuelle Gruppendiskussionen mit Talk-Impuls .....  | 229 |
| 6.4.1 | Materialbasis .....   | 229 |
| 6.4.2 | Zur Durchführung der Gruppendiskussionen .....  | 230 |
| 6.4.3 | Kontextuelle Analyse zur Rezeption von Daily Soaps<br>und Daily Talks im Vergleich .....  | 230 |
| 6.5   | Die Rezeption der Daily Talks und von Big Brother<br>in den Einzelinterviews im Vergleich mit der<br>Daily-Soap-Rezeption ..... | 238 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 6.5.1 | Fokussierte Analyse der Einzelinterviews .....  | 238 |
| 6.5.2 | Kontextuelle Analyse der Einzelinterviews ..... | 242 |
| 6.6   | Fazit .....                                     | 260 |

#### **Teil IV: Anschlusskommunikation im Internet**

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 7.    | „... fast interessanter und spannender als VL selbst, aber das ist im Moment ja keine allzu große Kunst“. Anschlusskommunikation zu Daily Talks und Daily Soaps im Internet<br><i>Friedrich Krotz</i> ..... | 265 |
| 7.1   | Fragestellung und Vorgehen im Überblick .....   | 265 |
| 7.2   | Das Internet als Integrationsmedium und die Transformation von fernsehbezogener Kommunikation in internetvermittelte Kommunikation .....  | 268 |
| 7.2.1 | Das Internet kommunikationswissenschaftlich gesehen .....   | 269 |
| 7.2.2 | Anschlusskommunikation als Kommunikation von gleichen Akteuren oder gleichen Bezugspunkten .....  | 271 |
| 7.2.3 | Genres der Anschlusskommunikation im Hinblick auf Soaps und Talks .....   | 273 |
| 7.2.4 | Websites im World Wide Web als Auftritte .....  | 274 |
| 7.2.5 | Internet-Genres der interpersonalen Kommunikation...  | 276 |
| 7.2.6 | Zum Verhältnis der nutzerbezogenen Aktivitäten im Hinblick auf Soaps und Talks im Fernsehen zu den daran anschließenden Internetaktivitäten .....   | 279 |
| 7.3   | Internetkommunikation über Daily Talks und Soaps – Exemplarische Ergebnisse .....   | 282 |
| 7.3.1 | Senderseitige Internetangebote zu Talkshows .....   | 283 |
| 7.3.2 | Senderseitige Internetangebote zu Soaps .....   | 283 |
| 7.3.3 | Senderunabhängige Sites .....   | 285 |
| 7.3.4 | Kommentare, Beschreibungen und Thesen zu den Angeboten .....  | 287 |
| 7.3.5 | Elemente der Nutzung des Angebots .....   | 291 |
| 7.4   | Einzelne Problemfelder .....  | 299 |
| 7.4.1 | Internetkommunikation als organisierte Alltagsgestaltung .....  | 299 |
| 7.4.2 | Rechtliche Probleme .....   | 302 |
| 7.4.3 | Soziale Beziehungen via Internet? .....   | 304 |
| 7.4.4 | Forschungsethische Fragen .....   | 305 |
| 7.4.5 | Abschließende Anmerkungen .....   | 306 |

## **Teil V: Schlussfolgerungen**

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 8.  | Schlussfolgerungen: Daily Talks und Daily Soaps<br>als Foren der Alltagskommunikation           |     |
|     | <i>Ingrid Paus-Haase</i> .....  | 311 |
| 8.1 | Zur Bedeutung der Genres für Jugendliche .....  | 311 |
| 8.2 | Talks und Soaps aus der Rezeptionsperspektive: Ein<br>Vergleich der Genres .....                | 317 |
|     | 8.2.1 Daily Talks.....  | 318 |
|     | 8.2.2 Daily Soaps.....  | 319 |
|     | 8.2.3 Funktionsvergleich zwischen den Genres Daily Talks<br>und Daily Soaps.....                | 322 |
| 8.3 | Talks und Soaps im Internet: Anschlusskommunikation<br>bedeutet „Sowohl-als-auch-Nutzung“ ..... | 327 |
|     | Literaturverzeichnis.....   | 331 |
|     | Anhang I: winMAX-Codebäume zu Kapitel 2.4 und Kapitel 6.....                                    | 341 |
|     | 1. winMAX Codewortbaum: Gruppendiskussionen .....   | 341 |
|     | 2. winMAX Codewortbaum: Einzelinterview .....   | 348 |
|     | Anhang II: winMAX-Codebäume zu Kapitel 5 .....  | 357 |
|     | 1. winMAX-Codewortbaum zur Sekundäranalyse .....  | 359 |
|     | 2. Materialsynopse .....  | 364 |
|     | 3. Einzelfalldarstellungen .....  | 371 |