Inhalt

Vorwort	5
1. Einleitung	13
1.1 Erkenntnisinteresse.....	14
1.2 Aufbau der Studie	19
2. Angewandte Medienforschung – Funktionsbestimmung	23
2.1 Definition	23
2.2 Theoretische Verortung.....	26
2.3 Medienforschung als Grenzstelle.....	31
2.4 Medienforschung als reflexiver Mechanismus.....	34
2.5 Normative Anforderungen an die Medienforschung.....	38
2.6 Dimensionen der Medienforschung	43
2.6.1 Anzeigenmarktforschung versus redaktionelle Forschung.....	43
2.6.2 Planungsforschung versus Programmforschung.....	45
2.6.3 Standardforschung versus Spezial- und Sonderanalysen	48
2.7 Akteure der Medienforschung	51
2.8 Geschichte der angewandten Medienforschung	53
2.8.1 Vorläufer	54
2.8.2 Einflussfaktoren	57
2.8.3 Institutionalisierung der Publikumsforschung	60
2.8.4 Leserforschung	61
2.8.5 Hörerforschung	64
2.8.6 Zuschauerforschung	69
EXKURS: Leistungsindikatoren und Programmwertziffern	75
2.9 Funktionen der Medienforschung – Zusammenfassung	82
3. Journalismus zur Jahrtausendwende – Funktionsbestimmung	87
3.1 Probleme einer Journalismustheorie(-bildung).....	88
3.2 Zur funktionalen Verortung des Journalismus.....	92
3.3 Journalistische Leistungen auf Organisations- und Programmebene	99
3.4 Zur Kritik der systemtheoretischen Journalismusforschung	102
3.5 Vermittlungsversuche.....	106
3.5.1 Akteur – Organisation – System.....	107
3.5.2 Handlung – Kommunikation	112
3.5.3 Autopoiesis – Heteropoiesis	117
3.5.4 Empiriefähigkeit der systemtheoretischen Journalismusforschung	119
3.6 Folgerungen: Journalismus als Institutionensystem der Publizistik.....	122
4. Journalismus und Publikum	131
4.1 Publizistische Binnendifferenzierung	131

4.2 Medienforschung als Inklusionsinstrument.....	136
5. Transfer angewandter Medienforschung in den Journalismus.....	143
5.1 Forschungstransfer im Lichte der Verwendungsforschung.....	143
5.2 Abgrenzungsproblematik zwischen akademischer und angewandter Forschung.....	151
5.3 Das Wissenschaft-Praxis-Verhältnis aus Sicht der Kommunikationswissenschaft ...	156
5.4 Das Wissenschaft-Praxis-Verhältnis aus Sicht der Medienforschung	161
5.5 Das Wissenschaft-Praxis-Verhältnis aus Sicht des Journalismus.....	165
5.6 Zusammenfassung	168
6. Forschungsexplorationen	171
6.1 Angewandte Forschung in der Berichterstattung der Presse	172
6.2 Journalisten als Autoren medienwissenschaftlicher Fachzeitschriften	179
6.3 Evaluation eines Fortbildungsseminars für Volontäre	189
6.4 Leitfadengespräche.....	193
6.5 Forschungsfragen	196
7. Beruf: Medienforscher – Erste soziodemographische Annäherungen an eine unbekannte Berufsgruppe	203
7.1 Anlage der Befragung: Ermittlung der Grundgesamtheit	203
7.2 Bewertung des Rücklaufs.....	206
7.3 Medienforscher im Berufsprofil.....	209
7.3.1 Alter, Geschlecht, Ausbildung, Berufserfahrung	209
7.3.2 Arbeitsschwerpunkte, Tätigkeitsfelder, Qualifikationen	212
8. Postalische Journalistenbefragung – Anlage und Methode.....	221
8.1 Bestimmung der Grundgesamtheit	221
8.2 Stichprobenbildung.....	223
8.3 Rücklaufkontrolle	227
8.4 Entwicklung des Fragebogens.....	230
8.5 Maßnahmen zur Erhöhung des Rücklaufs.....	231
8.6 Recherche des Bruttoansatzes.....	234
8.7 Bilanz des Rücklaufs.....	236
8.7.1 Verweigerungen	237
8.7.2 Bewertung des Rücklaufs	238
8.8 Zusammenfassende Bewertung der Stichprobenziehung und Samplebildung	241
9. Das Publikum als journalistische Referenzgröße	247
9.1 Festigkeit des Publikumbildes	249
9.2 Das journalistische Publikumbild im Polaritätenprofil.....	251
9.3 Relevanz der Publikumspräferenzen	255
9.4 Quellen der Publikumbilder	256
9.5 Zusammenfassung	263

10. Zwei Berufsgruppen in Kontakt	265
10.1 Berührungspunkte zwischen Journalismus und Medienforschung	265
10.1.1 Kontakthäufigkeit	265
10.1.2 Art des Kontaktes	270
10.1.3 Zusammenfassung	275
10.2 Integration der Forschung in journalistische Entscheidungsprogramme	275
10.2.1 Vertrautheit mit Techniken und Methoden der Medienforschung	277
10.2.2 Vertrautheit mit konkreten Untersuchungen der Medienforschung	285
10.2.3 Zusammenfassung	289
10.3 Zufriedenheit mit der Verschränkung zwischen Praxis und Forschung	290
10.3.1 Zufriedenheit mit den Schnittstellen	290
10.3.2 Zufriedenheit mit der Information über das Angebot	293
10.4 Interesse an der Medienforschung – Ansprüche an die Medienforscher	296
10.5 Zusammenfassung	305
11. Medienforschung als journalistische Handlungsoption	309
11.1 Die redaktionelle Instrumentalisierung der Forschung	311
11.2 Die individuelle Instrumentalisierung der Forschung	318
11.3 Zusammenfassung	329
12. Konfliktlinien zwischen Praxis und Forschung	333
12.1 Die quantitative Dimension	334
12.2 Anlass und Gründe für Zweifel	338
12.3 Studien und Kritik	341
12.4 Art der Kritik	344
12.5 Methodische Einwände	346
12.6 Zusammenfassung	355
13. Ökonomische Aspekte angewandter Medienforschung – Systemreferenzen von Journalismus und Medienforschung	359
13.1 Systemreferenzen der Medienforschung in Fremd- und Selbstbeschreibung	359
13.2 Die Relevanz von Forschungserkenntnissen in Akzeptanz-Klassen	367
13.3 Zusammenfassung	371
14. Resümee	373
Literatur	381
Anhang	409

Tabellen und Grafiken

Grafik 2.1	Forschungsorganisation.....	37
Grafik 4.1	Grenzstelle Medienforschung zwischen Journalismus und Publikum	140
Tabelle 5.1	Differenzierung von Wissenschaft, Anwendungsforschung und Praxis.....	153
Tabelle 6.1	Themenfelder sozialwiss. Studien in d. Berichterstattung der Presse	175
Tabelle 6.2	Publikationsstandards.....	177
Tabelle 6.3	Funktion der Autoren von Aufsätzen in Fachzeitschriften.....	184
Tabelle 6.4	Art der Veröffentlichung bei Autorengruppen	185
Tabelle 6.5	Thematische Schwerpunkte in den Fachzeitschriften der Kommunikationswissenschaft.....	187
Tabelle 6.6	Übersicht über die Leitfadengespräche.....	194
Tabelle 6.7	Dimension 1 – Orientierung an Publikumserwartungen.....	197
Tabelle 6.8	Dimension 2 – Integration der Forschung in Entscheidungsprogramme ...	198
Tabelle 6.9	Dimension 3 – Annahmebedingungen	199
Tabelle 6.10	Dimension 4 – Ökonomische Orientierung – Marketingfunktion	199
Tabelle 7.1	Rücklaufstatistik der befragten Medienforscher.....	206
Tabelle 7.2	Alter, Berufsjahre und Geschlecht der Medienforscher.....	210
Grafik 7.3	Regelmäßige Forschungsarbeit für Medien	212
Tabelle 7.4	Verwendete Methoden	213
Grafik 7.5	Berufliche Tätigkeiten der Medienforscher.....	215
Tabelle 7.6	Wichtigkeit von Qualifikationen – „hard skills“.....	217
Tabelle 7.7	Wichtigkeit von Qualifikationen – „soft skills“.....	219
Grafik 8.1	Rücklauf vom 6.10 – 29.12. 2000	237
Tabelle 8.2	Verweigerungsgründe.....	238
Tabelle 8.3	Verteilung des Rücklaufs absolut.....	239
Tabelle 8.4	Ausschöpfungsquote	241
Tabelle 8.5	Temporale Response – Vergleich der Früh- und Spätantwortenden.....	244
Tabelle 9.1	Vorstellung vom Publikum	250
Tabelle 9.2	Journalistische Publikumsbilder	252
Tabelle 9.3	Wichtigkeit der Publikumswünsche.....	256
Tabelle 9.4	Quellen und Faktoren des journalistischen Publikumsbildes	257
Grafik 9.5	Quellen journalistischer Publikumsbilder	258
Tabelle 9.6	Medienforschung als Bindeglied (aus Journalistensicht).....	261
Tabelle 9.7	Medienforschung als Bindeglied (aus Forschungssicht).....	263
Tabelle 10.1	Berührung mit Ergebnissen der Medienforschung	266
Tabelle 10.2	Kontakt mit Medienforschern.....	268
Tabelle 10.3	Kontakt zu recherchierenden Journalisten.....	269
Tabelle: 10.4	Kontakt zu Journalisten (Programmverantwortliche/Blattmacher)	270
Tabelle 10.5	Formen des Kontaktes mit der Medienforschung I.....	271
Tabelle 10.6	Formen des Kontaktes mit der Medienforschung II.....	273
Tabelle 10.7	Eigene Medienforschung im Haus.....	274

Tabelle 10.8	Eigene Medienforschung im Haus mit Kontakt mit Medienforschern	275
Tabelle 10.9	Journalistische Kenntnisse der Techniken und Methoden	278
Tabelle 10.10	Kenntnisse der redaktionellen Arbeitsprozesse.....	279
Tabelle 10.11	Bekanntheit der Methoden und Verfahren	281
Grafik 10.12	Bekanntheit der Methoden und Techniken	283
Tabelle 10.13	Bekanntheit konkreter Studien und Untersuchungen.....	286
Grafik 10.14	Bekanntheit von Studien.....	288
Tabelle 10.15	Bewertung der Schnittstellen Redaktion/Medienforschung	292
Tabelle 10.16	Über das Leistungsangebot der Medienforschung informiert	295
Tabelle 10.17	Interesse an den Untersuchungsbereichen der Medienforschung.....	298
Tabelle 10.18	Umgang mit Daten.....	301
Grafik 10.19	Umgang mit Daten – Alter der Journalisten.....	302
Grafik 10.20	Umgang mit Daten – Journalisten und Medienforscher.....	303
Tabelle 11.1	Instrumentalisierung der Medienforschung in den Redaktionen	312
Grafik 11.2	Instrumentalisierung – Vergleich Journalisten/Medienforscher	313
Tabelle 11.3	Medienforschung in Neukonzeption einbezogen?	316
Grafik 11.4	Kumulierter Anteil der Medienforschung am "Journalistenbauch"	319
Tabelle 11.5	Anteil der Medienforschung am "Journalistenbauch"	321
Tabelle 11.6	<i>Positive</i> Statements zur Relevanz der Medienforschung	323
Tabelle 11.7	<i>Negative</i> Statements zur Relevanz der Medienforschung	326
Tabelle 11.8	Relevanz der Forschung – Medienforscher und Journalisten	328
Tabelle 12.1	Zweifel an Ergebnissen und Sinn – Journalistensicht.....	335
Tabelle 12.2	Zweifel an Ergebnissen und Sinn – Forschersicht.....	337
Tabelle 12.3	Kritische Ansprüche und Anforderungen an Medienforschung	340
Grafik 12.4	Angezweifelte Untersuchungen/Studien – aus Journalistensicht	343
Grafik 12.5	Angezweifelte Bezugsebene – aus Journalistensicht.....	345
Tabelle 12.6	Angezweifelte methodische Aspekte – aus Journalistensicht.....	347
Tabelle 12.7	Angezweifelte Aspekte – aus Forschersicht.....	351
Tabelle 13.1	Systemzugehörigkeit der Medienforschung – Journalisten und Medienforscher.....	360
Tabelle 13.2	Priorisierung von Berufsrollen der Medienforschung	363
Tabelle 13.3	Gesellschaftliche Teilbereiche und Vermittlungsformen	365
Tabelle 13.4	Medienforschung ist in erster Linie ein Marketinginstrument I	365
Tabelle 13.5	Medienforschung ist in erster Linie ein Marketinginstrument II	366
Tabelle 13.6	Akzeptanzklassen nach Auflagen und Marktanteilen – Ausschöpfung.....	368
Tabelle 13.7	Wichtigkeit der Medienforschungserkenntnisse für die journalistische Arbeit.....	369
Tabelle 15.1	Subsample Publikumszeitschriften.....	410
Tabelle 15.2	Subsample Fernsehsender.....	413
Tabelle 15.3	Subsample Hörfunksender.....	415
Tabelle 15.4	Alter, Berufsjahre, Geschlecht der Befragtengruppe.....	417
Tabelle 15.5	Ressortzugehörigkeit.....	419

Tabelle 15.6	Journalisten bei Zeitschriften – Erscheinungsart.....	424
Tabelle 15.7	Journalisten bei Zeitschriften – Auflagengrößen.....	424
Tabelle 15.8	Journalisten bei Zeitschriften – Periodizität.....	425
Tabelle 15.9	Journalisten beim Fernsehen – Art des Senders.....	426
Tabelle 15.10	Journalisten beim Fernsehen – Reichweite und Periodizität.....	427
Tabelle 15.11	Journalisten beim Hörfunk – Art des Senders	428
Tabelle 15.12	Journalisten beim Hörfunk – Reichweite und Periodizität	429