

# Inhalt

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>BIG BROTHER UND GRAN HERMANO</b> .....	<b>12</b>
2.1	ENDEMOL UND DAS FORMAT BIG BROTHER.....	12
2.1.1	ENDEMOL UND ZEPPELIN.....	12
2.1.2	DAS FORMAT BIG BROTHER.....	13
2.2	DAS FERNSEHEREIGNIS BIG BROTHER.....	14
2.2.1	AUSSTRAHLUNGSDATEN.....	14
2.2.2	DIE MODERATOREN.....	16
2.2.3	DIE MARKANTEILE VON BIG BROTHER UND GRAN HERMANO.....	18
2.3	DIE EREIGNISSE BEI BIG BROTHER.....	21
<b>3</b>	<b>MEDIEN IN DEUTSCHLAND UND SPANIEN</b> .....	<b>26</b>
3.1	ALLGEMEINE MEDIENNUTZUNG.....	27
3.2	FERNSEHEN.....	27
3.2.1	ALLGEMEINE FERNSEHNUTZUNG.....	27
3.2.2	DAS FERNSEHSYSTEM.....	29
3.2.3	DIE SENDER.....	31
3.2.4	MEDIENRECHT UND KONTROLLE DER PRIVATEN FERNSEHSENDER.....	33
3.3	PRESSESYSTEM.....	40
3.3.1	DIE DIKTATUR FRANCOS UND IHRE AUSWIRKUNGEN AUF DEN SPANISCHEN PRINTJOURNALISMUS.....	41
3.3.2	PRESSEMARKT UND PRESSENU TZUNG.....	42
3.3.3	DIE ÜBERREGIONALEN QUALITÄTSZEITUNGEN SÜDDEUTSCHE ZEITUNG UND EL PAÍS.....	43
3.3.4	DIE NACHRICHTENMAGAZINE FOCUS UND CAMBIO16.....	45
3.3.5	DIE PEOPLE-MAGAZINE DIE BUNTE UND PRONTO.....	47
3.3.6	DIE BOULEVARDPRESSE BILD UND INTERVIÚ.....	48

<b>4</b>	<b>HYPOTHESEN UND FORSCHUNGSFRAGEN.....</b>	<b>51</b>
4.1	ALLGEMEINE HYPOTHESEN UND FORSCHUNGSFRAGEN ZU BIG BROTHER .....	51
4.2	HYPOTHESEN UND FORSCHUNGSFRAGEN ZUR DISKUSSION UM BIG BROTHER .....	53
4.3	FORSCHUNGSFRAGE ZUR BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM FERNSEHERFOLG VON BIG BROTHER UND DER PRESSEBERICHTERSTATTUNG .....	55
<b>5</b>	<b>METHODE.....</b>	<b>56</b>
5.1	ANALYSIERTE PRINTMEDIEN.....	56
5.2	UNTERSUCHUNGSZEITRAUM .....	57
5.3	CODEBUCH.....	57
5.4	RESONANZANALYSE – ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DEM FERNSEHERFOLG VON BIG BROTHERUND DER PRESSEBERICHTERSTATTUNG .....	62
5.5	BESCHREIBUNG DER STICHPROBE .....	63
<b>6</b>	<b>ERGEBNISSE.....</b>	<b>65</b>
6.1	ALLGEMEINE ERGEBNISSE ZU BIG BROTHER .....	65
6.2	ERGEBNISSE ZUR DISKUSSION UM BIG BROTHER .....	80
6.3	DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM FERNSEHERFOLG VON BIG BROTHER UND DER PRESSEBERICHTERSTATTUNG.....	102
6.3.1	SÜDDEUTSCHE ZEITUNG UND EL PAÍS.....	103
6.3.2	FOCUS UND CAMBIO16.....	105
6.3.3	BUNTE UND PRONTO .....	105
6.3.4	BILD UND INTERVIÚ.....	107
<b>7</b>	<b>FAZIT UND AUSBLICK.....</b>	<b>110</b>
7.1	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE UND FAZIT .....	110
7.2	AUSBLICK .....	114
<b>8</b>	<b>LITERATUR.....</b>	<b>118</b>
<b>9</b>	<b>ANHANG.....</b>	<b>125</b>
9.1	ABBILDUNGEN/TABELLEN .....	125
9.2	CODEBUCH.....	130