

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung		1
1.	Begriffsbestimmung: Massenmedien/Massenkommunikation	1
2.	Massenkommunikation und moderne Gesellschaft	2
3.	Die Erforschung von Massenkommunikation: unterschiedliche Forschungstraditionen	4
4.	Zielsetzung, Anlage und Aufbau der Arbeit	5
Kapitel I Akademische Massenkommunikationsforschung		9
1.	<u>Die geisteswissenschaftliche Tradition der Kommunikationswissenschaft in Deutschland</u>	9
1.1.	Die Institutionalisierung der Zeitungskunde an deutschen Hochschulen	9
1.2.	Publizistik als normative Geisteswissenschaft	12
1.3.	Von der Publizistik zur Kommunikationswissenschaft	13
1.4.	Kommunikationswissenschaft als empirische Sozialforschung	15
2.	<u>Die Anfänge empirischer Massenkommunikationsforschung in den Vereinigten Staaten</u>	20
2.1.	Institutionalisierung empirischer Massenkommunikationsforschung	20
2.2.	Massenkommunikationsforschung als Publikums- und Wirkungsforschung	23
2.3.	Modelle von der Wirkung der Massenkommunikation	25
2.3.1.	Ausgangspunkt: Das Stimulus-Response-Modell der Massenkommunikation	25
2.3.2.	Revidierung des Stimulus-Response-Modells durch empirische Studien	28
2.3.2.1.	Die Yale-Studien zur Einstellungsänderung durch Massenkommunikation	28

2.3.2.1.1.	Merkmale der Aussage	29
2.3.2.1.2.	Merkmale der Kommunikationsquelle	29
2.3.2.1.3.	Persönlichkeitsmerkmale der Rezipienten	30
2.3.2.1.4.	Zusammenfassende Kritik an den Yale-Studien	30
2.3.2.2.	Konsistenztheoretische Arbeiten	31
2.3.2.3.	Soziologische Studien: Die Hypothese des Two-Step-Flow der Massenkommunikation	33
2.3.3.	Resümee aus den ersten Jahrzehnten Wirkungsforschung	34
3.	<u>Neuere Ansätze der Massenkommunikationsforschung</u>	38
3.1.	Mediennutzung und Bedürfnisbefriedigung	39
3.1.1.	Der Uses-and-Gratifications-Approach	39
3.1.1.1.	Überblick	39
3.1.1.2.	Massenkommunikation aus der Perspektive des Nutzenansatzes	41
3.1.1.3.	Empirische Studien	43
3.1.1.4.	Zusammenfassung und Kritik	45
3.1.2.	Der dynamisch-transaktionale Ansatz	46
3.2.	Neuere Konzepte der Wirkungsforschung	49
3.2.1.	Die These von der wachsenden Wissenskluff	49
3.2.1.1.	Theoretische Einordnung	49
3.2.1.2.	Empirische Überprüfung	50
3.2.2.	Die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien	52
3.2.2.1.	Grundzüge	52
3.2.2.2.	Empirische Studien	54
3.2.3.	Umweltbeobachtung durch Massenmedien	57
3.2.3.1.	Meinungsklima und Schweigespirale	58
3.2.3.2.	Empirische Prüfung der Schweigespirale	60
3.3.	Resümee	65

4.	<u>Zur gegenwärtigen Situation akademischer Massenkommunikationsforschung in der Bun- desrepublik</u>	68
4.1.	Institutionalisierung kommunikationswissen- schaftlicher Forschung	68
4.2.	Forschungsstand: Die DFG-Enquete Medienwir- kungsforschung	72
4.2.1.	Zielsetzung und Vorgehensweise	72
4.2.2.	Ergebnisse	72
4.2.3.	Kritik an der Dokumentationsmethode	77
4.3.	Kommunikationswissenschaft als problemati- sches institutionelles System	78
4.3.1.	Unzureichende Institutionalisierung	78
4.3.2.	Diversifikation	78
4.3.3.	Fragmentierung nach Ansätzen, Schulen und Disziplinen	79
4.3.4.	Mangelnde Autonomie	79
4.3.5.	Ungelöste Identitätsproblematik	80
Kapitel II Medienforschung der Rundfunkanstalten		81
1.	<u>Die Institutionalisierung von Hörer- und Zuschauerforschung</u>	81
1.1.	Erste Feed-Back-Aktivitäten	81
1.2.	Aufbau einer Hörerforschung nach englischem und amerikanischem Vorbild	82
1.3.	Stagnation der Medienforschung	85
1.4.	Demoskopische Rezipientenforschung	86
1.5.	Neuorientierung der Rundfunkforschung zu Beginn der 70er Jahre	88
1.5.1.	Verändertes Verständnis von Forschung	88
1.5.2.	Verstärkte Institutionalisierung	89

2.	<u>Die Standardreichweitenforschung der Rundfunkanstalten</u>	92
2.1.	Die kontinuierliche Fernseh Zuschauerforschung	92
2.1.1.	Wissenschaftliche Kritik am Infratest/ Infratam-System	92
2.1.1.1.	Die Gutachten zur Fernsehforschung	93
2.1.1.2.	Die Grundlagenstudie des Hans-Bredow-Instituts	97
2.1.1.3.	Das ZDF-Forschungsprojekt zur Erweiterung der Fernseh-Zuschauerforschung	100
2.1.2.	Das teleskopie-System der Fernseh-Zuschauerforschung	101
2.1.3.	Die GfK-Fernsehforschung: das aktuelle System der Fernseh Zuschauerforschung	104
2.2.	Hörfunk-Reichweitenforschung	111
2.3.	Vereinheitlichung der Standardforschungssysteme	113
2.4.	Leistungen und Grenzen der Standardreichweitenforschung	114
3.	<u>Gemeinschaftsprojekte mit medienpolitischem Hintergrund</u>	117
3.1.	Überblick	117
3.2.	"Fernsehen als Sozialisationsfaktor"	118
3.2.1.	Medienpolitischer Hintergrund: die Wirkung von "Fernseh-Gewalt"	118
3.2.2.	Konzeption der Sozialisationsstudie	120
3.2.3.	Zentrale Ergebnisse	121
3.2.4.	Resonanz	124
3.3.	"Fernsehen und Alltag"	124
3.3.1.	Medienpolitischer Hintergrund: die "wahlentscheidende Wirkung" des Fernsehens	124
3.3.2.	Anlage und Konzeption des Projekts	125
3.3.3.	Zentrale Ergebnisse	126
3.3.3.1.	Die Tagebuch-Panel-Untersuchung	126

3.3.3.2.	Die Trendstudie	128
3.3.3.3.	Die Inhaltsanalyse	129
3.3.4.	Öffentliche Diskussion der Ergebnisse	130
3.4.	Die Langzeitstudie "Massenkommunikation"	131
3.4.1.	Entstehungshintergrund und Überblick	131
3.4.2.	Anlage der Langzeitstudie	132
3.4.3.	Ergebnisse	133
3.4.3.1.	Massenkommunikation 1964 - 1974	133
Exkurs	Kommunikationswissenschaftliche Anregungen zur Erweiterung der Studie "Massenkommunikation"	134
3.4.3.2.	Massenkommunikation 1964 - 1985	136
3.4.4.	Leistungen und Grenzen der Trendstudie "Massenkommunikation"	139
3.5.	Rundfunkeigene Begleitforschung zum Kabel-pilotprojekt Ludwigshafen/Vorderpfalz	140
3.5.1.	Zielsetzung	140
3.5.2.	Konzeption der ZDF/SWF-Begleitforschung	141
3.5.3.	Ergebnisse	142
3.5.3.1.	Die Angebotsseite	142
3.5.3.2.	Nutzungstendenzen	144
3.5.4.	Wertung der Ergebnisse	146
3.6.	Resümee	147
4.	<u>Programmbezogene Forschung</u>	149
4.1.	Übersicht	149
4.1.1.	Programmbezogene Forschung als Akzeptanz- und Bedürfnisforschung	149
4.1.2.	Organisation	150
4.1.3.	Methoden	151
4.2.	Regionalstudien	153
4.2.1.	Hintergrund	153

4.2.2.	"Kurpfalz-Radio"	153
4.2.2.1.	Vorstudien	153
4.2.2.2.	Begleitforschung	155
4.2.3.	Landesprogramme von Hörfunk und Fernsehen in Hamburg	156
4.3.	Musikstudien	160
4.3.1.	WDR-Musikstudie	161
4.3.2.	ZDF-Musikstudie	164
4.4.	Zusammenfassung und Ausblick	165
Kapitel III Massenkommunikationsforschung zwischen Wissenschaft und Anwendung		168
1.	<u>Akademische Massenkommunikationsforschung und Medienforschung der Rundfunkanstalten: Zwei Systeme kommunikationswissenschaftlicher Forschung</u>	168
1.1.	Parallelen, Differenzen und Interdependenzen	168
1.1.1.	Zielsetzung	168
1.1.2.	Entwicklung	169
1.1.3.	Institutionelle Bedingungen	171
1.1.4.	Inhalte	172
1.1.5.	Methoden	174
1.1.6.	Leistungen	177
1.2.	Wechselseitige Images und Beziehungen	178
1.3.	Zusammenfassende Thesen	181
2.	<u>Akademische Forschung und Rundfunkpraxis: eine problematische Beziehung</u>	183
2.1.	Einleitung	183
2.2.	Kommunikationswissenschaft im Urteil der Rundfunkpraxis	183
2.2.1.	Wechselseitige Images	183

2.2.2.	Konflikte zwischen Wirkungsforschung und Journalisten	186
2.3.	Probleme von Wissenschaft und Anwendersystem	188
2.4.	Intermediäre Institutionen	191
2.4.1.	Medienreferenten	191
2.4.2.	ARD-Forschungsdienst	192
2.4.3.	Zentralstelle Fortbildung Programm	194
2.4.4.	Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen	194
2.4.5.	Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen	195
2.5.	Zusammenfassung	196
3.	<u>Medienforschung und Rundfunkpraxis: Anwendung</u>	197
3.1.	Funktionsbestimmung der Medienforschung	197
3.1.1.	Medienforschung als reflexiver Mechanismus	197
3.1.2.	Medienforschung zwischen Programmauftrag und Marktanforderungen	198
3.2.	Zur Vermittlung von Forschung und Rundfunkpraxis: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung	201
3.2.1.	Untersuchungsanlage und Methodik	201
3.2.2.	Akzeptanz von Medienforschung	202
3.2.3.	Die Vermittlungsrolle der Medienreferenten	204
3.2.3.1.	Berichte als Output der Forschung	205
3.2.3.2.	Mündliche Präsentation	207
3.2.3.3.	Beratung	208
3.3.	Fallstudien zur Verwendung von Forschungsergebnissen bei Programmstrukturinnovationen	210
3.3.1.	Das ARD/ZDF-Programmschema 1973/74	210
3.3.1.1.	Ausgangssituation	210

3.3.1.2.	Theoretische Grundlagen der Neustrukturierung	210
3.3.1.2.1.	Die Tagesablaufstudien 1970/71	210
3.3.1.2.2.	"Fernsehen in den 70er Jahren"	212
3.3.1.3.	Die Diskussion von Modellen im ZDF	213
3.3.1.4.	Reaktionen der ARD auf die ZDF-Pläne	214
3.3.1.5.	Gesellschaftspolitische Diskussion im ZDF-Fernsehrat	215
3.3.1.6.	Detailberatungen	216
3.3.1.7.	Die Rolle der Medienforschung bei der Entwicklung des Programmschemas 73/74	217
3.3.2.	Die Strukturreform im WDR-Hörfunk 1985/86	218
3.3.2.1.	Die Elektronische Medienanalyse 83/84	218
3.3.2.2.	Die Präsentation und Diskussion der Ergebnisse im WDR	219
3.3.2.3.	Die Verwendung der Forschungsergebnisse	223
3.3.3.	Die Programmstrukturreform im Deutschlandfunk 1986	224
3.3.3.1.	Erste Ansätze zu einer Reform	224
3.3.3.2.	Die Infratest-Untersuchung	225
3.3.3.3.	Das Rahmenkonzept des Intendanten	226
3.3.3.4.	Der Einsatz eines "Change Agent"	227
3.3.3.5.	Das neue Programmschema	229
3.3.3.6.	Die Rolle der Medienforschung	230
3.4.	Zusammenfassung	231
	Schlußbetrachtung	233
	Anmerkungen	240
	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	254
	Literaturverzeichnis	256