

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers . . . . .	9
Vorwort . . . . .	11
<i>I. Schriftliche Befragung von Redakteuren zum Thema Fernsehkritik in Tageszeitungen . . . . .</i>	<i>13</i>
1. Methodische Anlage der Untersuchung . . . . .	13
1.1 Theoretische Vorüberlegungen . . . . .	13
1.2 Zielsetzung der Untersuchung . . . . .	14
1.3 Bestimmung der Grundgesamtheit . . . . .	15
1.4 Durchführung der schriftlichen Befragung . . . . .	17
1.5 Gültigkeit und Verlässlichkeit der Untersuchungsergebnisse . . . . .	19
2. Ergebnisse der schriftlichen Befragung . . . . .	20
2.1 Der Standort der Tageszeitung in der Kommunikationslandschaft . . . . .	20
2.2 Die wertorientierten Handlungsmuster . . . . .	21
2.2.1 Kulturkritische Handlungsstrukturen . . . . .	21
2.2.2 Fernsehen als Konkurrenz . . . . .	24
2.3 Die technischen Abhängigkeiten . . . . .	24
2.3.1 Der Zeitfaktor . . . . .	24
2.3.2 Platz- und Plazierungsprobleme . . . . .	25
2.3.3 Materialbeschaffung . . . . .	26
2.3.4 Personalprobleme . . . . .	26
2.4 Die ökonomische Situation . . . . .	27
2.5 Typologie der Tagespresse . . . . .	29
2.5.1 Tageszeitungen mit einer Auflage bis zu 10.000 Exemplaren . . . . .	29
2.5.2 Tageszeitungen mit einer Auflage über 10.000 bis zu 30.000 Exemplaren . . . . .	30
2.5.3 Tageszeitungen mit einer Auflage über 30.000 bis zu 100.000 Exemplaren . . . . .	31
2.5.4 Tageszeitungen mit einer Auflage über 100.000 Exemplaren . . . . .	32
2.5.5 Die Abhängigkeit zwischen Auflagenhöhe und der Aufnahme fernseh- bezogenen Materials . . . . .	32
2.6 Stellenwert der intervenierenden Variablen . . . . .	34
2.7 Die Fernsehkritik in kleinen Zeitungen (bis 50.000 Auflage) . . . . .	36
2.8 Die Fernsehkritik in großen Zeitungen (über 50.000 Auflage) . . . . .	39

<b>II.</b>	<b><i>Inhaltsanalyse der Tagespresse zum Thema Fernsehen in der Tageszeitung</i></b>	<b>44</b>
1.	Methodische Anlage der Untersuchung	44
1.1	Methodische und theoretische Vorüberlegungen	44
1.2	Zielsetzung und Durchführung der Untersuchung	45
1.2.1	Quantitative Inhaltsanalyse der Tagespresse	45
1.2.2	Quantitative Inhaltsanalyse ausgewählter Zeitungen	46
1.2.3	Quantitative Inhaltsanalyse ausgewählter Fernsehkritiken	47
1.3	Bestimmung der Grundgesamtheit	48
1.4	Gültigkeit und Verlässlichkeit der Ergebnisse	51
2.	Experimente zur Anwendung von Stichprobenverfahren	52
2.1	Methodische Versuche zur Stichprobenbildung aus kleinen Grundgesamtheiten	53
2.2	Methodische Versuche zur Stichprobenbildung in Abhängigkeit von der Zahl der Stichtage	54
3.	Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse	55
3.1	Die Ergebnisse der ersten Stufe der quantitativen Inhaltsanalyse	56
3.2	Ergebnisse der zweiten Stufe der quantitativen Inhaltsanalyse	57
4.	Vergleich und Gegenüberstellung der Ergebnisse der dritten Stufe der Inhaltsanalyse mit den Daten aus der Zuschauerforschung	58
4.1	Die Sendung „Sich selbst der Nächste“	59
4.2	Die Sendung „Novemberverbrecher“	60
4.3	Die Sendung „Elektra“	60
4.4	Die Sendung „Unwiederbringlich“	61
4.5	Die Sendung „Der Moor ist uns noch was schuldig“	62
4.6	Die Sendung „Berliner Antigone“	63
4.7	Die Sendung „Die Söhne“	64
5.	Zusammenfassung	65
<b>III.</b>	<b><i>Mündliche Befragung von Fernsehzuschauern zum Thema Fernsehkritik in Tageszeitungen</i></b>	<b>67</b>
1.	Methodische Anlage der Untersuchung	67
1.1	Methodische und theoretische Vorüberlegungen	67
1.2	Zielsetzung der Untersuchung	69
1.3	Bestimmung der Grundgesamtheit und Durchführung der Untersuchung	70
1.4	Gültigkeit und Zuverlässigkeit der Untersuchungsergebnisse	70
2.	Kritische Anmerkungen zur Fernsehzuschauerforschung in der Bundesrepublik	71
2.1	Die Methode der quantitativen Zuschauerforschung (Infratam) und ihre Zielsetzung	71

2.2	Die Kritik an der quantitativen Zuschauerforschung . . . . .	72
2.3	Die Methode der qualitativen Zuschauerforschung (Infratest) und ihre Zielsetzung . . . . .	75
2.4	Die Kritik an der qualitativen Zuschauerforschung . . . . .	77
2.5	Schlußfolgerungen . . . . .	78
3.	Die Problematik der Gewichtung bzw. Justierung von Umfrage- ergebnissen in der Sozialforschung . . . . .	79
4.	Allgemeine Medianutzung und Image der Medien . . . . .	80
4.1	Hörfunk . . . . .	81
4.2	Publikumszeitschriften . . . . .	82
4.3	Tageszeitungen . . . . .	85
4.4	Fernsehen . . . . .	87
5.	Ergebnisse der Befragung . . . . .	88
5.1	Vorbemerkungen und Kritik an der derzeitigen Mediaforschung . . . . .	88
5.2	Rezipientenverhalten auf dem Gebiet der fernsehbezogenen Information . . . . .	89
5.2.1	Programmzeitschriften . . . . .	91
5.2.2	Tageszeitungen . . . . .	92
5.3	Zusammenfassung . . . . .	94
IV.	<i>Einordnung der Daten in den theoretischen Bezugsrahmen der Gesamtuntersuchung</i> . . . . .	97
1.	Die theoretische Konzeption . . . . .	97
2.	Die Daten . . . . .	98
3.	Schlußfolgerungen . . . . .	99
V.	<i>Anmerkungen</i> . . . . .	102
VI.	<i>Literaturanhang</i> . . . . .	124
VII.	<i>Datenanhang</i> . . . . .	129
	Vorwort zum Datenanhang . . . . .	130
1.	Die schriftliche Kommunikatorbefragung . . . . .	131
1.1	Fragebogen der schriftlichen Befragung . . . . .	131
1.2	Ergebnisse der schriftlichen Befragung . . . . .	146
2.	Inhaltsanalyse der Tagespresse . . . . .	162
2.1	„Redaktionelle Einheiten“ in der Bundesrepublik Deutschland . . . . .	162
2.2	Die Grundgesamtheit der Inhaltsanalyse . . . . .	175
2.3	Methodische Versuche zur Stichprobenbildung aus kleinen Grundgesamtheiten . . . . .	177

2.4	Methodische Versuche zur Stichprobenbildung in Abhängigkeit von der Zahl der untersuchten Stichtage . . . . .	182
2.5	Ergebnisse der ersten Stufe der Inhaltsanalyse . . . . .	185
2.6	Ergebnisse der zweiten Stufe der Inhaltsanalyse . . . . .	194
3.	Die mündliche Befragung von Fernsehzuschauern . . . . .	199
3.1	Fragebogen der mündlichen Befragung . . . . .	199
3.2	Ergebnisse der Zuschauerbefragung . . . . .	205
3.3	Sonderkorrelationen aus der Zuschauerbefragung . . . . .	231
 <i>VIII. Register</i> . . . . .		 239