

# Inhalt

## Marie-Luise Kiefer Massenkommunikation III

<b>1. Einführung</b> .....	9
1.1 Zur Geschichte der Untersuchung .....	9
1.2 Untersuchungsziel und Anlage .....	12
1.3 Zu den Ergebnissen der Studie und deren Darstellung .....	15
1.4 Zur Zukunft der Studie .....	18
<b>2. Die Nutzung der Medien</b> .....	20
2.1 Die Versorgung der Bevölkerung mit den Medien .....	20
2.2 Allgemeine Nutzungsdaten .....	22
2.3 Die Reichweite der Medien am Stichtag .....	25
2.3.1 Die Fernsehnutzung im Vergleich zu den Ergebnissen der Fernseh-Standardforschung .....	25
2.3.2 Die Entwicklung der Medien-Gesamtreichweiten .....	27
2.3.3 Die Entwicklung der Reichweiten in einzelnen Rezipientengruppen .....	29
2.4 Der Zeitaufwand für die Mediennutzung am Stichtag .....	30
2.5 Überschneidungen in der Mediennutzung .....	35
2.6 Mediennutzung im Tagesablauf .....	36
2.7 Ergebnisse im Überblick .....	41
<b>3. Dimensionen des Publikums der Medien</b> .....	44
3.1 Soziodemographische Strukturen der Medienpublika .....	44
3.2 Werte, Orientierungen, allgemeine Einstellungen der Medienpublika 1985 .....	46
3.3 Ergebnisse im Überblick .....	57
<b>4. Mediennutzung – Freizeit – Freizeitaktivitäten</b> .....	59
4.1 Mediennutzung in und außerhalb der Freizeit .....	59
4.2 Freizeitaktivitäten: Frequenz und Zeitaufwand .....	64
4.3 Freizeitbeschäftigungen am Abend .....	74
4.4 Ergebnisse im Überblick .....	80
<b>5. Vielnutzer und Wenignutzer der tagesaktuellen Medien</b> .....	82
5.1 Vorbemerkung .....	82
5.2 Medienvielnutzer und Medienwenignutzer im Vergleich .....	83
5.3 Ergebnisse im Überblick .....	91

<b>6. Mediennutzung 1974-1985: Versuch einer Kohorten-Analyse</b> .....	94
6.1 Vorbemerkung .....	94
6.2 Trends im Umgang der Kohorten mit den Medien .....	97
6.3 Ergebnisse im Überblick .....	103
<b>7. Die Nutzung des politischen Informationsangebotes der Medien</b> ....	105
7.1 Die Reichweite der politischen Informationsangebote .....	105
7.2 Die Nutzung verschiedener Arten politischer Informationsangebote der Medien .....	111
7.3 Die Nutzung politischer Information im Kohorten-Vergleich .....	118
7.4 Exkurs: Politisches Interesse der Bevölkerung .....	119
7.5 Ergebnisse im Überblick .....	125
<b>8. Die besondere Position des Lokalteils der Tageszeitung</b> .....	128
8.1 Regelmäßige Lektüre und Reichweite am Stichtag .....	128
8.2 Ergebnisse im Überblick .....	131
<b>9. Die Bindung an die Medien und ihre Angebote</b> .....	133
9.1 Die Entwicklung der Medienbindung .....	133
9.2 Die Bindung an die publizistischen Angebotskategorien der Medien	137
9.3 Die Bindung an die Medien und ihre publizistischen Angebote im Kohorten-Vergleich .....	140
9.4 Ergebnisse im Überblick .....	143
<b>10. Die Einstellung der Bevölkerung zu den Medien</b> .....	146
10.1 Meinungsbilder von den Medien .....	147
10.2 Funktionsbereich Information .....	162
10.3 Funktionsbereich Unterhaltung .....	170
10.4 Medien-Images im Kohorten-Vergleich .....	173
10.5 Ergebnisse im Überblick .....	175
<b>11. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse</b> .....	179
11.1 Zum Wettbewerbsverhältnis der Medien .....	179
11.2 Zum „Ertrag“ der Trendstudie .....	182
<b>Anmerkungen</b> .....	186
<b>Übersicht der Tabellen im Text</b> .....	194
<b>Tabellenanhang</b> .....	199

**Bernhard Engel / Bernward Frank**  
**Die Fernsehzuschauer 1985**

<b>1. Einführung</b> .....	263
<b>2. Voraussetzungen für die Fernsehnutzung</b> .....	264
2.1 Gerätebesitz und Empfangsmöglichkeit .....	264
2.2 Zeit .....	265
2.3 Programmangebot .....	268
<b>3. Programminteressen der Fernsehzuschauer</b> .....	270
3.1 Zur Problematik von Befragungen der Programmsparteninteressen	270
3.2 Interessenprofile der Fernsehzuschauer .....	271
<b>4. Nutzung des Mediums Fernsehen</b> .....	283
4.1 Nutzung durch verschiedene Zuschauergruppen .....	283
4.2 Fernsehnutzung und Nutzung anderer Medien .....	284
4.3 Fernsehnutzung und Aktivitätsprofil .....	287
4.4. Fernsehnutzung im Tagesablauf .....	287
<b>5. Kulturelle Interessen und kulturelle Aktivitäten</b> .....	294
5.1 Das Kulturpublikum – demographisch und in seinen Grundeinstellungen .....	295
5.2 Fernseh-Kulturinteressen und Fernseh-Kulturrezeption .....	297
<b>Übersicht der Tabellen im Text</b> .....	301
<b>Autoren</b> .....	303