



Ralf Zoll / Eike Hennig

Massenmedien und Meinungsbildung

Angebot, Reichweite, Nutzung und Inhalt der Medien in der BRD

Juventa Verlag

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung: Massenmedien und Meinungsbildung — Von den Möglichkeiten und Unmöglichkeiten der Theorie zur Massen- kommunikation	11
1. Kapitel: Medienangebot	32
<i>Rundfunk und Fernsehen.</i>	32
<i>Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Filme.</i>	34
<i>Zur ökonomischen Dimension der Massenmedien.</i>	37
2. Kapitel: Medienreichweite	59
<i>Reichweite von Fernsehen und Rundfunk.</i>	60
<i>Reichweite von Tagespresse und Publikumszeitschriften</i>	70
<i>Reichweite des Buches.</i>	77
<i>Buchgemeinschaften, Leihbüchereien und Lesezirkel als Reich- weitenmultiplikatoren.</i>	80
3. Kapitel: Mediennutzung	86
<i>Zur Verteilung der Mediennutzung auf die Freizeit und die Sphäre der Produktion.</i>	89
<i>Die zeitliche Verteilung des Mediengebrauchs werktags und am Wochenende.</i>	99
<i>Zur Mediennutzung verschiedener Bevölkerungsgruppen</i>	105
<i>Der Einfluß des Geschlechts und des Familienstands auf die Mediennutzung.</i>	115
<i>Zur Mediennutzung von Jugendlichen.</i>	i 123

4. Kapitel: Medieninhalte	137
<i>Fernsehen und Rundfunk.</i>	138
<i>Zeitungen.</i>	170
Boulevardpresse — die »BILD-Zeitung«.	170
Überregional-verbreitete Tageszeitungen	183
Lokalpresse.	190
Wochenzeitungen — »Rheinischer Merkur« und »Die Zeit«	192
<i>Zeitschriften.</i>	199
Die »aktuelle« Illustrierte (»Quick«, »Revue«, »Stern«)	205,
Frauenzeitschriften.	225
Regenbogenpresse.	235
Jugendzeitschriften.	240
Das Nachrichtenmagazin — »Der Spiegel«.	247
Anhang	261
<i>Strukturdaten der Bevölkerung als Bezugsgröße für die Einzelangaben der Hauptteile.</i>	261
<i>Die redaktionellen Leitsätze der Neuen Ruhr Zeitung</i>	268
<i>Ergebnisse einer Umfrage unter Journalisten zum Problem der Informationsfreiheit.</i>	270
Anmerkungen	275
Tabellenverzeichnis	309
Literaturverzeichnis.	327