

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	13
Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	19
1 Einführung und Problemstellung	21
2 Radio und Fernsehen	27
2.1 Strukturmerkmale des Schweizer Fernsehmarktes	27
2.2 Das duale Ordnungsmodell für Radio und Fernsehen	30
2.2.1 Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft	32
2.2.2 Private Rundfunkveranstalter	33
2.3 Normative Rahmenbedingungen	35
2.3.1 Verfassungsrechtliche Grundlagen	35
2.3.2 Radio- und Fernsehgesetz	36
2.3.3 SRG-Konzession	41
2.4 Die Programme der SRG als Service public	44
2.4.1 Die medienpolitische Debatte um den Service public	45
2.4.2 Der Funktionsauftrag des Service public	47
2.5 Folgerungen aus den normativen Qualitätsvorgaben	48
3 Qualitätsbegriff	51
3.1 Grundlagen	51
3.1.1 Kriterien der inhaltlich-thematischen Qualität	52

3.1.2	Qualität von Fernsehunterhaltung	56
3.1.3	Perspektiven der Qualitätsbewertung	57
3.2	Vielfalt	60
3.2.1	Strukturelle Vielfalt	60
3.2.2	Inhaltliche Vielfalt	61
3.3	Journalistische Professionalität	63
3.3.1	Deskriptive Qualität	64
3.3.2	Analytische Qualität	72
3.3.3	Formale Professionalität	76
3.4	Relevanz	78
3.5	Glaubwürdigkeit	83
3.6	Verantwortungsbewusstsein	87
3.7	Akzeptanz	89
3.8	Qualität von Unterhaltungssendungen	92
3.8.1	Theorie der Fernsehunterhaltung	93
3.8.2	Qualitätskriterien für fiktionale Unterhaltungsangebote ...	95
3.8.3	Qualitätskriterien für nonfiktionale Unterhaltungsangebote	102
3.8.4	Sport	106
3.9	Schlussfolgerungen Qualitätsbegriff	108
3.9.1	Fernsehpublizistik	109
3.9.2	Fiktionale und nonfiktionale Unterhaltung	110
3.9.3	Medienethik und Medienqualität	110
4	Konzeptionelle Schlussfolgerungen	113
4.1	Fernsehpublizistik	114
4.2	Fiktionale Unterhaltung	121
4.3	Nonfiktionale Unterhaltung	124
4.4	Akzeptanzanalyse	127
5	Konzeption und Methode	129
5.1	Forschungskontext	129
5.1.1	Untersuchungsanlage der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung	130
5.1.2	Der Qualitätsbegriff der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung	134
5.1.3	Anknüpfungspunkte	135
5.2	Untersuchte Programme und Stichprobe	137
5.2.1	Fernsehpublizistik	137
5.2.2	Fiktionale Unterhaltung	139

5.2.3	Nonfiktionale Unterhaltung	140
5.3	Akzeptanzanalyse	142
5.3.1	Methodik und Messverfahren der Mediapulse AG	142
5.3.2	Akzeptanzdaten	144
5.4	Anlage der Untersuchung	145
5.4.1	Untersuchungsanlage Fernsehpublizistik	145
5.4.2	Untersuchungsanlage fiktionale Unterhaltung	155
5.4.3	Untersuchungsanlage nonfiktionale Unterhaltung	162
5.5	Datenerhebung	168
5.6	Die Reliabilität der Programmcodierung	169
5.7	Statistische Methoden	172
5.7.1	Explorative Varianzanalyse	173
5.7.2	Darstellung der Ergebnisse	175
6	Ergebnisse	177
6.1	Fernsehpublizistik	177
6.1.1	Pluralität der Argumente	178
6.1.2	Wohlbegründetheit der Argumente	185
6.1.3	Unparteilichkeit	186
6.1.4	Relevanz	201
6.2	Fiktionale Unterhaltung	201
6.2.1	Qualität von Form und Inhalt	202
6.2.2	Unterhaltungswert	205
6.2.3	Vielfalt	209
6.2.4	Relevanz	213
6.2.5	Akzeptanz	214
6.3	Nonfiktionale Unterhaltung	217
6.3.1	Professionalität	217
6.3.2	Originalität	218
6.3.3	Vielfalt	221
6.3.4	Relevanz	221
6.3.5	Glaubwürdigkeit	223
6.3.6	Verantwortungsbewusstsein	224
6.3.7	Akzeptanz	225
6.4	Synthese der Qualitätskriterien	227
6.4.1	Professionalität	228
6.4.2	Relevanz	229
6.4.3	Glaubwürdigkeit	230
6.4.4	Verantwortungsbewusstsein	231

6.4.5	Akzeptanz	232
6.4.6	Konklusion	233
7	Diskussion der Ergebnisse	235
8	Schlussbetrachtung	245
	Literaturverzeichnis	253
A	Codierpläne	267
A.1	Fernsehpublizistik	267
A.2	Fiktionale Unterhaltung	274
A.3	Nonfiktionale Unterhaltung	282
A.4	Argumente	290

Fernsehen als Service public

Eine Analyse der Qualität der SRG-Fernsehprogramme

Lischer, S.

2014, XX, 276 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05035-1