

# INHALTSVERZEICHNIS

1. Teil:	GRUNDLAGEN	
	UNTERHALTUNG DURCH MASSEN MEDIEN ...	11
1.	WAS IST UNTERHALTUNG ? .....	11
1. 1.	Aspekte der Anthropologie .....	12
1. 1. 1.	Unterhaltung als Arbeit und Daseinstechnik .....	12
1. 1. 2.	Unterhaltung als Ritual .....	14
1. 2.	Kultursoziologische Aspekte .....	17
1. 2. 1.	Kultur- und Gesellschaftskritik .....	20
1. 2. 2.	Kultur und gesellschaftliches Handeln .....	24
1. 3.	Sozialpsychologische Aspekte .....	31
1. 3. 1.	Daseinsthematik und Daseinstechnik .....	32
1. 3. 2.	Milieusozialisation .....	34
1. 3. 3.	Soziostrukturelle Problemzonen zwischen Elite und Subkultur .....	38
1. 4.	Aspekte der Kommunikationswissenschaft .....	42
1. 4. 1.	Bedingungen der Bildung eines Kommunikationsbegriffs .....	43
1. 4. 2.	Einfache Modelle der Bedeutungszuweisung .....	45
1. 4. 3.	Diskursives Verfahren .....	46
1. 4. 4.	Das pragmatische Axiom .....	49
1. 4. 5.	Kommunikation als symbolisch vermittelte Interaktion .....	51
1. 4. 6.	Konsentierung und Identitätsaufbau .....	52
1. 4. 7.	Kommunikative Grundstruktur der Unterhaltungstypen .....	54
2.	UNTERHALTUNG IM MASSENKOMMUNIKATIONSSYSTEM .....	57
2. 1.	Publizistische Funktionen der Unterhaltung .....	57
2. 2.	Psychologische Funktionen der Unterhaltung .....	61
2. 2. 1.	Bedürfnissteuerung .....	61
2. 2. 2.	Das Spiel von Distanz und Nähe .....	65
2. 2. 3.	Identifikationsprozesse .....	67
2. 3.	Soziologische Dimensionen der gesellschaftlichen Unterhaltung .....	68
2. 3. 1.	Sozialisation durch Massenkommunikation .....	69
2. 3. 2.	Ideologiegehalt und Ideologietransport .....	76
2. 3. 3.	Realitätsdefizit und Entfremdung .....	80
2. 3. 4.	Konsumhaltung und Warencharakter .....	83
2. 3. 5.	Manipulation und Unterhaltsamkeit .....	86
2. 4.	Zur Wirkung von Unterhaltungskommunikation .....	92
2. 4. 1.	Variablen im Forschungsansatz .....	92
2. 4. 2.	Wirkungsvariablen .....	96
2. 4. 3.	Reichweite des Wirkungsfeldes .....	99
2. 4. 3. 1.	Enger Wirkungsbegriff .....	99
2. 4. 3. 2.	Weiter Wirkungsbegriff .....	100
2. 4. 4.	Zur Wirkungsstruktur von massenmedialer Unterhaltung .....	109
2. 4. 4. 1.	Verdachtsmomente und Verdächtigungen .....	110
2. 4. 4. 2.	Hoffnungen .....	111
2. 5.	Kritik aus der Perspektive der Medienpädagogik .....	115
2. 5. 1.	Entwicklungspsychologische Differenzierungen .....	115
2. 5. 2.	Kritik des Einfluß-Paradigmas .....	118
2. 5. 3.	Rezipientenzentrierter Ansatz als Alternative .....	123
2. 5. 3. 1.	Nutzenansatz in der Kommunikationsforschung .....	124
2. 5. 3. 2.	Erlebnisansatz in der Kommunikationspädagogik / Medienpädagogik ..	129

2. Teil: PRAXISMODELLE  
UNTERHALTUNG DURCH MASSEN MEDIEN ...

FALLBEISPIEL A: MEDIENKONSUM

1.	PROBLEMSTELLUNG .....	131
1. 2.	Freizeit als Problem .....	135
1. 2. 1.	Freizeit – freie Zeit ? .....	136
1. 2. 2.	Medienkonsum .....	144
1. 2. 2. 1.	Medien im allgemeinen Zeitbudget .....	146
1. 2. 2. 2.	Medienkonsum bei Kindern und Schülern .....	154
2.	DIDAKTISCHES MODELL ZUM THEMA MEDIENKONSUM ...	163
2. 1.	Generelle Zielsetzungen .....	163
2. 1. 1.	Das Konzept der „Medienabstinenz“ .....	165
2. 1. 2.	Das Konzept des „kritischen Konsumenten“ .....	167
2. 1. 3.	Das Konzept der Realisierung des „Kommunikationssinns“ .....	167
2. 2.	Konkretes Unterrichtsprogramm .....	168
2. 2. 1.	Konsumanalyse .....	168
2. 2. 2.	Persönliches Zeitbudget und Medienuwendung .....	182
2. 2. 3.	Zeitnutzungsprofil .....	189
2. 2. 4.	Mediennutzungsprofil .....	197
2. 2. 5.	Medienprioritäten und Medienpräferenzen .....	203
2. 2. 6.	Individuelle Unterhaltungspräferenzen .....	208

FALLBEISPIEL B: COMICS

1.	PROBLEMSTELLUNG .....	219
1. 1.	Der Wandel in der Qualifikation der Comics .....	219
1. 2.	Empirische Daten zur Comic-Rezeption .....	221
1. 3.	Die gesellschaftliche Funktion und der Gratifikationswert von Comics ..	225
1. 4.	Die Formal- und Inhaltsstruktur von Comics .....	226
1. 4. 1.	Allgemeine Merkmale .....	228
1. 4. 2.	Textmerkmale .....	228
1. 4. 3.	Bildmerkmale .....	229
1. 4. 4.	Filmische Erzählstruktur .....	231
1. 4. 5.	Inhaltsmerkmale .....	233
1. 5.	Die Formalstruktur als Ideologiereproduktion .....	236
1. 6.	Identifikationslernen und Modellwirkung .....	242
1. 6. 1.	Herrschaftsideologie .....	242
1. 6. 2.	Gewaltideologie .....	245
1. 6. 3.	Leitbildideologie und Modellernen .....	247
2.	DIDAKTISCHES MODELL ZUM THEMA COMICS .....	251
2. 1.	Generelle Zielsetzungen .....	251
2. 2.	Mediendidaktische Zugänge (Fachübergreifend) .....	252
2. 3.	Konkretes Unterrichtsprogramm .....	259
2. 3. 1.	Lösungen entwickeln .....	259
2. 3. 2.	Form- und Inhaltsanalysen .....	264
2. 3. 2. 1.	Die filmische Erzählstruktur .....	264
2. 3. 2. 2.	Bild- textliche Suggestion rhetorik .....	267
2. 3. 2. 3.	Heldenstereotyp und Rollenstereotypen .....	269
2. 3. 2. 4.	Der Held als polit-romantische Autorität .....	273

2. 3. 3.	Nutzen-Analysen .....	279
2. 3. 3. 1.	Kompensation von Alltagsfrustration .....	279
2. 3. 3. 2.	Trivialunterhaltung .....	284
2. 3. 3. 3.	Gewalt in Comics .....	290
<b>FALLBEISPIEL C: KARIKATUR – POLITISCHER COMIC</b>		
1.	HUMORESKE WIRKUNG TRIVIALER POLIT-CARTOONS .....	294
2.	ENTMYSTIFIZIERUNG POLITISCHEN ELITEHANDELNS .....	295
<b>FALLBEISPIEL D: KOMMERZIELLE JUGENDPRESSE</b>		
1.	DER MARKTMECHANISMUS .....	300
2.	TRIVIALITÄT, KLISCHEES UND STEREOTYPEN .....	305
3.	UNTERRICHTSPROGRAMM: ANALYSE VON KLISCHEES UND STEREOTYPEN .....	309
<b>FALLBEISPIEL E: FILM- UND FERNSEHANALYSE</b>		
1.	ANSATZORIENTIERUNG .....	316
1. 1.	Bewahrungspädagogik .....	317
1. 2.	Eingriffspädagogik .....	321
1. 3.	Operative Pädagogik .....	321
2.	METHODENORIENTIERUNG .....	322
2. 1.	Inhaltsanalytische Zugänge .....	322
2. 2.	Semiologische Analyse .....	331
2. 3.	Erlebnisanalyse .....	342
3.	UNTERRICHTSPROGRAMM: FILMGESPRÄCHSMODELLE .....	347
3. 1.	Bewertungsprofil zur Bestimmung des didaktischen Werts eines Films ..	348
3. 2.	Marktwertanalyse .....	349
3. 3.	Erlebnisanalyse – Emotionen .....	350
3. 4.	Erlebnisanalyse – Inhaltsinterpretationen .....	351
3. 5.	Stummer Dialog .....	352
3. 6.	Stummer Dialog zu Sachfilmen .....	353
3. 7.	Rollenklischees in Fernsehserien .....	354
3. 8.	Rollenklischee – Polaritätsprofil .....	355
3. 9.	Konflikt – und Konfliktlösungsmodelle .....	356
3. 10.	Wirkungen auf das Einstellungssystem .....	357
3. 11.	Gesellschaftlicher Bezug .....	358
3. 12.	Stimulation von Themen-Interpretationen .....	359
3. 13.	Ideologietransport .....	360
3. 14.	Identifikationsangebote .....	361
3. 15.	Das Klischee von Kriminalität und Gesetz .....	362
3. 16.	Gewalt im Film (Gerichtssitzung) .....	363
3. 17.	Selektionsmechanismen (Kommunikationskette) .....	364
3. 18.	Filmdramaturgie .....	365
3. 19.	Drehbuchkonstruktion: Dramatisierte Dokumentation einer Zeitschriftenreportage .....	366
3. 20.	Filmportrait über historische/zeitgeschichtliche Persönlichkeit .....	367
3. 21.	Drehbuchkonstruktion: Verbrechendarstellung in der Tageszeitung ..	368
3. 22.	Gegenstands-dramatisierung .....	369
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>		<b>370</b>