

Inhalt

Vorwort von Fernsehdirektor Horst Jaedicke	7
<i>Einleitung</i> : Psychologische Fernsehforschung	9

Erster Teil

Psychologie des Fernsehens

<i>1. Kapitel</i> : Fernsehanstalten	17
A. Organisationsformen	17
B. Sendevoraussetzungen	20
C. Rufcharakteristik	21
D. Fernsehmitarbeiter	24
<i>2. Kapitel</i> : Fernseherlebnis	27
A. Fernseh Wahrnehmung	27
B. Fernsehvorstellungen	35
C. Aufmerksamkeitsbedingungen	40
D. Erlebnisverlauf	43
<i>3. Kapitel</i> : Fernsehzuschauer	49
A. Zuschauercharakterologie	50
B. Zuschauergemeinschaft	56
C. Zuschauer motivation	64
D. Fernsehauswirkungen	72
<i>4. Kapitel</i> : Fernsehprogramm	77
A. Fernsehsendung	78
B. Fernseh gattung	86
C. Fernseh stilistik	92
D. Fernseh beurteilung	101

Zweiter Teil

Methoden der Fernsehpsychologie

<i>5. Kapitel</i> : Untersuchungsmethodik	106
A. Forschungsgegenstände	106
B. Forschungspraxis	109
C. Methodenordnung	113

6. Kapitel: Extemporalverfahren	115
A. Retrospektive Verfahren	116
B. Anterograde Verfahren	122
C. Lizente Verfahren	125
7. Kapitel: Simultanverfahren	128
A. Biotische Verfahren	128
B. Reaktive Verfahren	132
C. Konstruktive Verfahren	133

Dritter Teil

Untersuchung einer Unterhaltungssendung

8. Kapitel: Untersuchungsziel	136
A. Experimentelle Fernsehmotivforschung	136
B. Beschreibung des Fernsehfilms	139
C. Zielsetzung	141
9. Kapitel: Untersuchungsablauf	143
A. Methodenübersicht	143
B. Versuchsdurchführung	150
C. Auswertung	152
10. Kapitel: Untersuchungsbefunde	155
A. Versuchsgruppe I	155
B. Versuchsgruppe II	159
C. Versuchsgruppe III	183
11. Kapitel: Untersuchungsüberblick	194
A. Grundhaltung	194
B. Erlebnisverlauf	197
C. Bedürfnislage	202
D. Show als Unterhaltung	206
Namenregister	217
Stichwortregister	221