

---

## INHALTSVERZEICHNIS

1	THEORETISCHE GRUNDLAGEN .....	1
1.1	Einführung in die Fragestellung .....	1
1.2	Forschungsstand der Medienwirkungsforschung .....	4
1.3	Grundpositionen der Forschungsperspektive.....	7
1.4	Begründung der Forschungsperspektive (I).....	9
1.4.1	Forschungsstand zur Multimodalen Charakterisierung von Medienpublika .....	9
1.4.2	Relevanzaspekte der Merkmalskonfiguration Persönlichkeit, Soziodemographie und Fernsehkonsum .....	14
1.4.3	Auswahlkriterien für die Merkmale der Multimodalen Typenbildung.....	17
1.5	Begründung der Forschungsperspektive (II) .....	20
1.5.1	Forschungsstand zur Personenwahrnehmung im Fernsehen .....	20
1.5.2	Forschungsstand zur Analyse von Interdependenzen zwischen Multimodalen Rezipienten-Typologien und der Personenwahr- nehmung im Fernsehen .....	22
1.5.3	Relevanzaspekte für Interdependenzanalysen zwischen Multi- modalen Rezipienten-Typen und der Personenwahrnehmung im Fernsehen.....	27
1.5.4	Auswahl der untersuchten Bereiche der Akteurwannehmung .....	29
1.6	Zusammenfassung der Untersuchungsziele.....	30
2	UNTERSUCHUNGSMETHODEN .....	32
2.1	Genereller Untersuchungsablauf.....	32
2.1.1	Design und Versuchsdurchführung .....	32
2.2	Erhebungsinstrumente .....	33

2.2.1	Fragebogen zur Erfassung Soziodemographischer Merkmale und zu Fernsehgewohnheiten (FB-SDM/FG) .....	34
2.2.2	Persönlichkeitsinventare und -fragebogen .....	35
2.2.3	Fragebogen zur Wahrnehmung von Fernsehakteuren (FB-WFA).....	41
2.3	Auswahl der Fernsehausschnitte .....	44
2.4	Personenstichproben.....	45
2.5	Untersuchungsbereiche im Überblick .....	49
3	<b>BEFUNDE I: MULTIMODALE TYPENBILDUNG</b> .....	52
3.1	Erkenntnisinteresse.....	52
3.2	Methodisches Vorgehen .....	52
3.3	Grundlegende Dimensionen der Persönlichkeit.....	54
3.3.1	Faktorenanalytische Dimensionierung und Interpretation der Persönlichkeitsmerkmale.....	54
3.3.2	Konstruktvalidierung der Persönlichkeits-Dimensionen .....	60
3.4	Multimodale Rezipienten-Typen .....	62
3.4.1	Überlegungen zur Typenbildung .....	62
3.4.2	Typenbildung und Typendeskription .....	63
3.4.3	Hinweise zur Stabilität und Validität der Rezipienten-Typen .....	75
3.4.4	Typenbefunde der Merkmalskonfiguration Soziodemographie/Fernsehkonsum [SF] sowie Persönlichkeit [P] .....	77
3.5	Resümee: Multimodale Typenbildung .....	80

---

4	<b>BEFUNDE II: GRUNDLEGENDE DIMENSIONEN DER AKTEURWAHRNEHMUNG</b> .....	82
4.1	Erkenntnisinteresse.....	82
4.2	Methodisches Vorgehen.....	82
4.3	Grundlegende Dimensionen der Akteurwahrnehmung.....	83
4.3.1	Faktorenanalytische Dimensionierung und Interpretation der Akteurwahrnehmung.....	83
4.3.2	Robustheit der Befunde zur Akteurwahrnehmung.....	90
5	<b>BEFUNDE III: ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN MULTIMODALEN REZIPIENTEN-TYPEN UND AKTEURWAHRNEHMUNG</b> .....	94
5.1	Übersicht zum Auswertungsrational.....	94
5.2	Generelle Befundlage.....	97
5.3	Merkmalskonfigurationen in Interdependenz zur Akteurwahrnehmung.....	117
5.3.1	Übersicht zum Auswertungsrational.....	117
5.3.2	Interdependenzbefunde im Vergleich.....	120
5.3.3	Hinweise zur Statistischen Validität der Interdependenzbefunde zwischen den Typen [PSF] und der Akteurwahrnehmung.....	130
5.4	Zusammenfassende Betrachtung der Befundlage.....	133
6	<b>DISKUSSION UND AUSBLICK</b> .....	136
6.1	Grundannahmen.....	136
6.2	Diskussion des forschungsmethodischen Vorgehens.....	139
6.2.1	Erfassung typenbildender Indikatoren.....	139
6.2.2	Erfassung medialer Personenwahrnehmung.....	143

6.3	Ergebnisbewertung.....	145
6.4	Schlußfolgerungen .....	152
6.5	Ausblick.....	160
	LITERATUR.....	164
	AUTORENREGISTER.....	178
	ANHANG I.....	185
	ANHANG II.....	188