

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort.....	11
2	Einführung.....	13
2.1	Super-Nannys – International vertreten	16
2.2	Die Person der Super Nanny	17
2.3	Konzept der Serie Super Nanny und Ableitung der Fragestellung.....	18
2.3.1	Zielgruppe der Super Nanny	18
2.3.2	Aufgabe der Super Nanny	18
2.3.3	Inhalt der Sendung.....	19
2.3.4	Selbstanspruch und Ziel der Serie Super Nanny ..	19
2.4	Wertewandel und die Notwendigkeit von Lebenshilfe	21
3	Rezipienten.....	23
3.1	Rechtliche Aspekte der Erziehung.....	23
3.2	Die Bedeutung der Erziehung in der Familie	24
3.2.1	Elternschaft mit Sozialisationsfunktion und Erziehungsverantwortung.....	24
3.3	Alltags- und Erziehungsprobleme heutiger Eltern	25
3.3.1	Fehlende Erziehungsvorbilder und Unsicherheit in der Erziehung.....	26
3.3.2	Der Kinderwunsch wird zum Wunschkind.....	28
3.3.3	Familie als Sozialisationsinstanz verliert an Bedeutung	28
3.3.4	Wandel der Familienformen.....	29
3.3.5	Erwerbstätigkeit der Mütter	30
3.3.6	Wirtschaftliche Probleme.....	31
3.3.7	Wandel der Erziehungsstile und Werte.....	31
3.4	Informationsstrategien der Eltern und die Rolle der Medien.....	32

3.5	Für die Serie SN relevante psychologische Lernmethoden ...	34
3.5.1	Lernen am Modell: Soziales Lernen mit der sozialkognitiven Theorie.....	34
3.5.2	Lernen am Effekt: Die operante Konditionierung	35
3.6	Zuschauerprofil der Super Nanny	37
3.6.1	Soziostrukturelle Bedingungen.....	37
3.6.2	Lebensweltliche Variablen.....	38
3.6.3	„Um-zu-Motive“ des Super-Nanny-Sehens	38
3.6.4	„Weil-Motive“ - Psychosoziale Eigenschaften der SN-Seher	39
3.6.5	„Weil-Motive“ - Wertorientierung der SN-Seher	40
3.6.6	Modell der Hinwendung zum Nanny-TV	40
4	Das Fernsehen	41
4.1	Fernsehen und dessen lebensweltliche Orientierung.....	41
4.2	Fernsehen als Lebenshilfe.....	41
4.3	Genre und Fernsehformat der Super Nanny	43
4.3.1	Genre der Super Nanny	43
4.3.2	Fernsehformat der Super Nanny	44
4.4	Rahmenbedingungen der Sendung Super Nanny	44
4.4.1	Bewerbung	44
4.4.2	Entscheidung über den Fall.....	45
4.4.3	Casting	45
4.4.4	Aufenthalt der Super Nanny in der Familie	46
4.4.5	Nachbetreuung.....	46
4.5	Die Super Nanny als Erziehungsberatung im Kontext medialer Präsentation	46
4.5.1	Mediale Inszenierung der Serie Super Nanny.....	46
4.5.2	Sendungsaufbau und Dramaturgie.....	47
4.5.3	Montage der Serie	49
4.5.4	Stereotypisierung der Sendung.....	49

4.5.5	Emotionalisierung der Zuschauer	50
4.5.6	Mediale Umsetzung einzelner Konzeptpunkte.....	51
4.5.7	Zwischenfazit.....	52
5	Die Super Nanny	53
5.1	Rechtliche Grundlage der Hilfe der Super Nanny	53
5.2	Das Erziehungskonzept der Super Nanny	54
5.2.1	Phasen des Hilfeprozesses und Arbeitsweise der Super Nanny	54
5.2.2	Triple P - die Grundlage des Erziehungskonzepts der Super Nanny.....	58
5.2.3	Video-Home-Training	62
5.2.4	Systemtherapeutische Ansätze	62
5.2.5	Arbeit an der Eltern-Kind-Interaktion	62
5.2.6	Kommunikationstipps.....	63
5.2.7	Liebe	63
5.2.8	Strukturiertes Familienleben	64
5.2.9	Deeskalation von Konfliktsituationen	64
5.2.10	Menschenbild der Super Nanny	65
5.2.11	Autoritative Erziehung.....	65
5.2.12	Aufgaben für Eltern	66
5.2.13	Drei Säulen der Erziehung.....	67
5.2.14	Wieso verwendet die Super Nanny dieses Konzept?.....	75
5.2.15	Hat sich das Konzept der Super Nanny im Laufe der Sendungen verändert?.....	75

6	Fazit zur Serie „Die Super Nanny“	77
6.1	Wirksamkeitsprüfung der Serie Super Nanny	77
6.1.1	Vier Prinzipien zum Therapieerfolg	77
6.1.2	Mit welcher Elterngruppe arbeitet die SN?	78
6.1.3	Ist das Konzept übertragbar auf deutsche Zuschauerfamilien?	80
6.2	Diskussion des Hilfeprozesses der SN unter verschiedenen Kriterien.....	83
6.2.1	Zeitfaktor	83
6.2.2	Ethische Kriterien der Serie Super Nanny.....	84
6.2.3	Eignung des Fernsehens als Lebenshilfeplattform.....	90
6.2.4	Potential der Super Nanny	92
7	Forschungsteil	95
7.1	Ziel einer empirischen Untersuchung.....	95
7.2	Hinführung zum Thema und Problemstellung der Forschung.....	95
7.3	Forschungsleitende Fragestellung und Ziel der Forschung..	96
7.4	Hypothesen und Bezug zum Thema.....	96
7.4.1	Hypothese eins	97
7.4.2	Hypothese zwei.....	97
7.4.3	Hypothese drei	98
7.4.4	Hypothese vier.....	98
7.4.5	Hypothese fünf.....	98
7.5	Kategoriensystem	99
7.6	Forschungsdesign.....	101
7.6.1	Vorgehensweise.....	102
7.6.2	Untersuchungsart.....	106
7.6.3	Erhebungsinstrument.....	106
7.6.4	Durchführung.....	115
7.6.5	Auswertungsmethode	116

7.7	Interpretation der Interviews.....	123
7.7.1	Quellenkritik.....	123
7.7.2	Eingangsfrage: Motive des Sehens der Super-Nanny-Sendung.....	124
7.7.3	Hypothese eins: Weniger Verunsicherung der Rezipienten durch Fernsehen.....	127
7.7.4	Hypothese zwei: Muster erkennen, verstehen und durchbrechen.....	137
7.7.5	Hypothese drei: Hinweise und Denkanstöße für den Alltag erhalten.....	145
7.7.6	Hypothese vier: Entspannung der familiären Situation.....	152
7.7.7	Hypothese fünf: Hemmschwellenabbau für Erziehungsberatung	156
7.7.8	Leere Kategorie.....	164
7.8	Folgerungen.....	166
7.8.1	Für die Sendung	166
7.8.2	Für die Zuschauer	168
7.8.3	Für die Soziale Arbeit	168
7.9	Fazit zur Lebenshilfefunktion der Serie Super Nanny	170
7.9.1	Anregungen für die Serie "Die Super Nanny"	172
8	Literaturverzeichnis	173
8.1	Literaturquellen	173
8.2	Bilderverzeichnis	180

9	Anhang	181
9.1	Anschreiben für die Einladung zum Interview	181
9.2	Interviewleitfaden	183
9.2.1	Angaben zur Sozialstatistik	186
9.2.2	Protokollbogen.....	186
9.3	Transkriptionen	187
9.3.1	Transkriptionszeichen	187
9.3.2	Interview 1.....	188
9.3.3	Interview 2.....	195
9.3.4	Interview 3.....	205
9.3.5	Interview 4.....	215
9.3.6	Interview 5.....	226
9.4	Analytisches Kategoriensystem der Datenauswertung	242
9.4.1	Blanko-Kategoriensystem	242
9.4.2	Paraphrasen-Kategoriensystem der Datenauswertung.....	245