

Inhalt

Vorwort	11
1 Einführung und Begriffsklärung	13
1.1 Problemstellung und Vorgehensweise	13
1.1.1 Erfahrungen mit Medienrealität	13
1.1.2 Die Frage nach der Motivation.....	14
1.1.3 Reality-TV	16
1.1.4 Überblick über einzelne Kapitel.....	18
1.2 Schlüsselbegriffe	18
1.2.1 Medien und Massenmedien.....	18
1.2.2 Rezipient und Nutzer, Medienrezeption und -nutzung.....	20
1.2.3 Motivation und verwandte Begriffe	21
2 Befunde zur Fernsehnutzung Jugendlicher	27
2.1 Allgemeine deskriptive Befunde	27
2.1.1 Stellenwert der Fernsehnutzung	27
2.1.2 Dauer der Fernsehnutzung	27
2.1.3 Individuelle Unterschiede in der Nutzungsdauer	29
2.1.4 Bevorzugte Inhalte	31
2.1.5 Anteile verschiedener Sender.....	33
2.1.6 Generelle Hinweise auf die Nutzungsmotivation	34
2.2 Forschungsergebnisse über Faktoren der individuellen Rezeptionsmotivation	35
2.2.1 Integration der Mediennutzung in den Alltag.....	36
2.2.2 Persönlichkeitseigenschaften.....	40
2.2.3 Bedingungen der individuellen Lebenssituation	45
2.2.4 Resümee.....	48
3 Theoretische Ansätze zur Rezeption von Fernsehsendungen	49
3.1 Die Modellvorstellung vom reagierenden Rezipienten	51
3.1.1 Medienzentrierte Modellvorstellungen und Forschungsansätze.....	51
3.1.2 Die Kultivierungshypothese Gerbners - ein vieldiskutiertes Beispiel für den Stimulus-Response-Ansatz	53
3.1.3 Ergebnisse stimulusorientierter Medienwirkungsforschung.....	54
3.1.4 Kritik am Stimulus-Response-Modell	61
3.2 Die Modellvorstellung vom aktiven Mediennutzer	65
3.2.1 Uses-and-Gratifications-Ansatz	66
3.2.2 Bewertung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes.....	68
3.2.3 Einschlägige Forschungsergebnisse	74

3.3 Ansätze zur Integration beider Modelle	80
3.3.1 Erweiterung der Wirkungsdimension – der dynamisch-transaktionale Ansatz	83
3.3.2 Erweiterungen um kognitionspsychologische Erkenntnisse	86
3.3.3 Erlebnistheoretische Erweiterungen	94
3.3.4 Erweiterung der Handlungstheorie	103
3.4 Zusammenfassung und Diskussion	115
4 Motivationspsychologische Hinweise	117
4.1 Intrinsische und extrinsische Motivationsanteile an der Medienrezeption	118
4.1.1 Theorien intrinsischer und extrinsischer Motivation	118
4.1.2 Intrinsische und extrinsische Anteile an der Motivation der Mediennutzung	122
4.2 Bedeutung handlungsleitender Kognitionen für die Mediennutzung	125
4.2.1 Entscheidung für oder gegen eine einzelne Handlung	126
4.2.2 Entscheidung für oder gegen Handlungsalternativen	128
4.3 Interesse und Mediennutzung	132
4.3.1 Begriff Interesse	133
4.3.2 Interesseanteile an der Nutzungsmotivation	135
4.4 Tätigkeitsspezifische Vollzugsanreize der Mediennutzung	138
4.4.1 Flow-Erleben	138
4.4.2 Flow-Erleben in der Mediennutzung	144
4.4.3 Soziale Situierung als Erlebniskomponente	148
4.4.4 Diskussion der Erlebnisqualität medialer und unmittelbarer Erfahrung	149
4.5 Zusammenfassung der Erkenntnisse aus Rezeptionstheorien unter Einbezug der Motivationsforschung	151
4.6 Forschungsfragen zur generellen Fernsehnutzung und zu ihrer Motivation	155
4.6.1 Art und Umfang der Nutzung	155
4.6.2 Suche intensiver Erlebnisse in der Mediennutzung	156
4.6.3 Entscheidungsverhalten	157
4.6.4 Einfluß spezifischen Interesses	158
4.6.5 Einfluß unspezifischen Interesses	160
4.6.6 Selektivität der Nutzung	160

5 Empirische Untersuchung 1: Fernsehnutzung Jugendlicher in vergleichbarer Lebenssituation und motivationale Erklärungen unterschiedlicher Nutzung	163
5.1 Ziele und Modus der Erhebung	163
5.1.1 Fragestellung	163
5.1.2 Methode	165
5.1.3 Design	165
5.1.4 Auswertung	166
5.1.5 Vor- und Nachteile des gewählten Vorgehens	168
5.2 Befunde über Art und Umfang der Fernsehnutzung	168
5.2.1 Durchschnittliche Sehdauer	169
5.2.2 Individuelle Unterschiede in der Sehdauer	169
5.2.3 Bevorzugte Tageszeiten	171
5.2.4 Bevorzugte Sendeanstalten	171
5.2.5 Inhaltliche Ausrichtung der Fernsehnutzung	172
5.2.6 Reality-TV-Nutzung der Jugendlichen	180
5.3 Befunde zur motivationalen Erklärung der unterschiedlichen inhaltlichen Ausrichtung	186
5.3.1 Suche intensiver Erlebnisse in der Mediennutzung	186
5.3.2 Einfluß spezifischer Interessen auf die inhaltliche Ausrichtung der Fernsehnutzung	189
5.3.3 Fallbeispiele zum Zusammenhang von Interesse und Mediennutzung	191
5.3.4 Rezeptionsvorlieben einzelner Jugendlicher	192
5.3.5 Zusammenfassung der Ergebnisse über motivationale Hintergründe der unterschiedlichen inhaltlichen Ausrichtung	193
5.4 Befunde zur motivationalen Erklärung der unterschiedlichen Sehdauer	194
5.4.1 Bei Rezeptionsentscheidungen berücksichtigte Kriterien	195
5.4.2 Selektivität der Nutzung	198
5.4.3 Einfluß unspezifischen Interesses auf die Dauer der Fernsehrezeption	200
5.5 Zusammenfassung und Diskussion	201
5.5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	201
5.5.2 Diskussion	204
6 Reality-TV – inhaltsanalytische und motivationale Aspekte	207
6.1 Reality-TV – Definition, Formen, Genre	208
6.1.1 Verbreitung eines neuen Typs von Sendungen	208
6.1.2 Reality-TV – Begriffsklärung und allgemeine Definition	211
6.1.3 Formen des Reality-TV	212
6.1.4 Reality-TV – ein Genre?	217

6.2 Auswahlkriterien in Informationsprogrammen	219
6.2.1 Nachrichtenwert von Ereignissen.....	219
6.2.2 Thematik Unfall und Tod.....	222
6.2.3 Instrumentalisierung der Medien.....	223
6.2.4 Kehrseite der Auswahl	225
6.3 Inhalte und Charakteristika der Darstellung im Reality-TV	226
6.3.1 Inhalte	227
6.3.2 Charakteristika der Darstellung.....	239
6.3.3 Zusammenfassung	246
6.4 Reality-TV – Etablierung eines Genres und Einfluß auf andere Genres	247
6.4.1 Reality-TV - Etablierung eines Genres	247
6.4.2 Reality-TV – Einfluß auf andere Genres.....	248
6.5 Schwierigkeit der Einordnung und Verarbeitung von Inhalten im Grenzbereich zwischen Realität und Fiktion	251
6.5.1 Zum Begriff Realität	251
6.5.2 Schwierigkeiten der Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion.....	253
6.5.3 Unterscheidung von Realität und Fiktion beim Reality-TV	257
6.6 Forschungsergebnisse und Forschungsfragen	260
6.6.1 Ergebnisse über die Rezeption von Reality-TV	261
6.6.2 Ergebnisse zur Motivation der Reality-TV-Rezeption	263
6.6.3 Forschungsfragen	266
7 Empirische Untersuchung 2: Motivationale Aspekte der Reality-TV- Rezeption	273
7.1 Ziele und Modus der Datenerhebung	274
7.1.1 Fragestellung.....	274
7.1.2 Methode	274
7.1.3 Design	275
7.1.4 Beschreibung des Beitrags	275
7.1.5 Auswertung	278
7.2 Befunde zur Motivation der Reality-TV-Rezeption	278
7.2.1 Attraktivität genretypischer Darstellungsformen.....	278
7.2.2 Involvement während der Rezeption.....	287
7.2.3 Interesse an der Sendereihe	292
7.2.4 Lernen aus den Beiträgen.....	293
7.2.5 Ängstlichkeit und Angstbewältigung.....	297
7.2.6 Sensationslust.....	299

7.3 Zusammenfassung und Diskussion	299
7.3.1 Zusammenfassung	300
7.3.2 Diskussion.....	302
7.4 Konsequenzen für die weitere Forschung	306
8 Pädagogische Konsequenzen.....	309
8.1 Situationsanalyse	309
8.1.1 Positive und negative Ergebnisse	310
8.1.2 Hinweise zur Bewertung der Fakten	311
8.1.3 Begründung des pädagogischen Handlungsbedarfs	313
8.2 Medienerziehung – Ziele, Voraussetzungen, Maßnahmen.....	314
8.2.1 Ziele	314
8.2.2 Voraussetzungen selbstbestimmter und sozial verantworteter Mediennutzung.....	316
8.2.3 Maßnahmen.....	316
8.3 Folgerungen für Erziehungsinstitutionen.....	318
8.3.1 Einfluß der Eltern, Lehrer und außerschulischen Erzieher	318
8.3.2 Bedeutung der Handlungsalternativen	319
8.3.3 Konsequenzen für das Lernen in Erziehungsinstitutionen.....	319
8.4 Zusammenfassung	320
Literaturverzeichnis	323