

Inhaltsverzeichnis

1	Medienpsychologie - Definition und Geschichte mikroanalytischer Medienforschung	8
	1.1 „Bleiben Sie gesund“ - Kommunikation und Massenkommunikation	9
	1.2 „Geheimnisse einer Seele“ - Psychologie und Medienpsychologie	20
	1.3 Das Kaffeehaus - Zur Geschichte der medienpsychologischen Forschung	28
2.	Einschalten, Dabeibleiben, Abschalten - Kognitive und emotionale Aspekte der Mediennutzung	37
	2.1 Die magische Zahl 7 - Theorien und Befunde zur Programmauswahl	38
	2.2 Kindchenschema und Neugier - Wahrnehmungspsychologische Untersuchungen zum Fernsehen	47
	2.3 Reizkomplexität und Sekundärtätigkeiten - Variablen des Ausschaltens	53
3.	Affektfernsehen - Emotionale Medienwirkungen	58
	3.1 Kognitive Abwärme? - Emotionspsychologische Theorien	60
	3.2 „In the mood“ - Fernsehen und Stimmungsmanagement	63
	3.3 Flache Gefühle - Zur Kultivierung von Emotionen	70
4.	Informationen und Meinungen - Kognitive Medienwirkungen	74
	4.1 Indianer am Seil - Entwicklungspsychologische Befunde zum Fernsehen	75
	4.2 Wissensillusionen - Wirkungen von Informationssendungen	88
	4.3 „Welcome, Mr. Chance“ – Kultivierungsforschung	98
5.	Gewalt, prosoziales Verhalten und Werbung - Verhaltensbezogene Medienwirkungen	104
	5.1 Sozialemission Gewalt - Fernsehen und aggressives Verhalten	105
	5.2 Ferner Nächster – Medien und prosoziales Verhalten	111
	5.3 Clinton als Ikone - Fernsehen und Wählen	115

6. Medienpsychologische Forschungsergebnisse - Reaktionen, Bilanz und Perspektiven	131
6.1 Individuelle Reaktionen - Möglichkeiten und Grenzen von Medienkompetenz	131
6.2 Wissenschaftliche Bilanz - Befunde und Defizite der medienpsychologischen Forschung	136
6.3 Forschungsperspektiven - Vermutungen zur Entwicklung der empirischen Medienpsychologie	141
7. Literatur	147
7.1 Autorenverzeichnis	172
7.2 Stichwortverzeichnis	179