

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
1. Einleitung	19
2. Scripted Reality-Sendungen	25
2.1 Abgrenzung verwendeter Begriffe	26
2.2 Historische Entwicklung, Verortung im Reality-TV und zentrale Merkmale von Scripted Reality-Sendungen	29
2.3 Scripted Reality-Sendungen in der deutschen Fernsehlandschaft	36
2.4 Scripted Reality-Sendungen in der aktuellen Forschung	39
2.4.1 Das Genre „Scripted Reality“ aus Produzentensicht	40
2.4.2 Medieninhaltsanalytische Betrachtung von Scripted Reality-Formaten	41
2.4.3 Rezeption von Scripted Reality-Formaten	43
2.4.4 Medienpädagogische Handlungsempfehlungen	49
3. Persönliche Werte	52
3.1 Was sind persönliche Werte?	53
3.2 Werte in Fernsehinhalten	58
3.3 Persönliche Werte und individuelle Mediennutzung	60
4. Die Kultivierungshypothese	63
4.1 Grundlagen und Entwicklungen in der Kultivierungsforschung	64
4.2 Aktueller Forschungsstand und Kritik	70
4.3 Genrespezifische Kultivierung	74
4.4 Die Rolle von wahrgenommener Realität	81

5. Ableitung der Forschungsfragen	87
5.1 In episodischen Scripted Reality-Formaten gezeigte Medienrealität	87
5.2 Rezeption und Wirkung von episodischen Scripted Reality-Sendungen	91
6. Wer? Wie? Was? Die gezeigte Medienrealität in episodischen Scripted Reality-Sendungen	95
6.1 Inhaltsanalyse im Längsschnittdesign zur Erfassung der gezeigten Medienrealität	95
6.1.1 Aufbau des Erhebungsinstruments: Das Codebuch	96
6.1.2 Die Reliabilität des erstellten Erhebungsinstruments	105
6.1.3 Beschreibung der Stichprobe	105
6.2 Hinweise auf den Inszenierungscharakter und der Einsatz dokumentarischer Stilmittel	107
6.3 Alltagsprobleme im Familien- und Freundeskreis	115
6.4 Profile der unterschiedlichen Akteursgruppen	123
6.5 Die Familien – der Ursprung vieler Konflikte	141
6.6 Vermittelte Metabotschaften und Werte	148
6.7 Fazit	168
7. Rezeption episodischer Scripted Reality-Formate unter Erwachsenen	171
7.1 Quantitative Online-Befragung von Sehern und Nicht-Sehern	171
7.1.1 Pretest zur standardisierten Online-Befragung	171
7.1.2 Operationalisierung der Konstrukte	172
7.1.3 Befragungen über Online-Access-Panels	178
7.1.4 Beschreibung der bereinigten Stichprobe	179
7.1.5 Verdichtung der verwendeten Skalen	184
7.2 Medienrezeptionsverhalten der befragten Erwachsenen	190
7.2.1 Allgemeine Fernsehnutzung	190
7.2.2 Nutzung episodischer Scripted Reality-Formate	196
7.2.3 Rezeptionsmotive	200
7.2.4 Persönliche Werte der Nutzer episodischer Scripted Reality-Formate	205
7.2.5 Realitätswahrnehmung und Inszenierungscharakter episodischer Scripted Reality-Formate	207

7.3 Kultivierungseffekte	213
7.3.1 Zusammenhang zwischen Kultivierungsaspekten und der Rezeption episodischer Scripted Reality-Sendungen unter Berücksichtigung der Nicht-Seher	215
7.3.2 Zusammenhang zwischen Kultivierungsaspekten und der Rezeption episodischer Scripted Reality-Sendungen unter Sehern	218
7.4 Indirekte Effekte über die wahrgenommene Realität auf die Kultivierung	220
7.4.1 Mediation von Kultivierungseffekten durch die wahrgenommene Realität	221
7.4.2 Moderierte Mediation von Kultivierungseffekten durch den wahrgenommenen Inszenierungscharakter	226
7.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der quantitativen Befragung	229
8. Die Effekte der gezeigten Medienrealität auf erwachsene Rezipienten	235
9. Diskussion und Ausblick	240
9.1 Grenzen und Alleinstellungsmerkmale der Studie	240
9.2 Medienpädagogische Handlungsempfehlungen	245
Literatur	251
Onlineanhang	