

Inhalt

1.	Vorwort	1
2.	Erläuterungen zur Forschungsfrage	3

TEIL I: Phänomenbeschreibung

3.	Das Medium Video	11
3.1	Der Videomarkt	11
3.1.1	Video-Hardware	12
3.1.2	Video-Software	15
3.2	Dramaturgie- und Inhaltsmuster von Videofilmen	18
3.2.1	Filmgewalt im Spiegel inhaltsanalytischer Forschung	21
3.2.2	Filminhalte und Ideologiemuster	28
3.2.2.1	Gewaltexzesse und physische Vernichtung	28
3.2.2.2	Sadismus und Diskriminierung von Frauen	30
3.2.2.3	Machokult und Selbstjustiz	33
3.2.3	Darstellungsformen und Inszenierungstechniken	36
3.3	Exkurs: Die Zerstückelung des menschlichen Körpers. Kultur- und kunstsoziologische Überlegungen zu einer Ästhetik der Gewalt und des Schreckens	41

TEIL II: Theoretische Grundlegung

4.	Begriffliche Vorstrukturierungen	57
4.1	(Massen-)Kommunikation	57
4.1.1	Kommunikation als soziologische Basiskategorie	57
4.1.2	Interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation	59
4.1.3	Massenkommunikationsmodelle	60
4.2	Motive und Bedürfnisse	63
4.2.1	Abgrenzung: Motiv vs Bedürfnis	64
4.2.2	Klassifikation von Bedürfnissen	65
4.2.3	Entstehung und Veränderung von Bedürfnissen	67
4.3	Medien-Wirkungen	68
4.3.1	Wirkungsbegriff	68
4.3.2	Wirkungsarten	70
4.3.3	Wirkungsbereiche	71
4.4	Integrative Theoriebildung	76

5.	Erforschung und Erklärung der Effekte medialer Gewaltdarstellung	81
5.1	Entwicklung und Stand der Medienwirkungsforschung	81
5.2	Historische Wurzeln medialer Gewaltwirkungsforschung	94
5.3	Erklärungen zur Relation zwischen medialer und realer Aggressivität	101
5.3.1	Katharsisthese	101
5.3.2	Inhibitionsthese	101
5.3.3	Stimulationsthese	102
5.3.4	Habitualisierungsthese	103
5.3.5	These der Wirkungslosigkeit	103
5.4	Ausgewählte wissenschaftliche Studien	104
5.5	Kritische Würdigung der Forschungsergebnisse	110
6.	Forschungsleitende Theorie-Perspektiven	117
6.1	Veralltäglicung der Mediennutzung	117
6.2	Mediensozialisation als Wirklichkeitskonstitution	120
6.3	Medienbezogene Nutzungsmotive	125
6.4	Aufnahme und Verarbeitung von Medienbotschaften	130
6.5	Vom monistischen zum holistischen Wirkungsverständnis	135
6.6	Exkurs: Jugend- und Medienkulturen als Folge der Pluralisierung der Lebenswelt	141

TEIL III: Empirische Ergebnisse

7.	Anlage und Durchführung der Untersuchungen	157
7.1	Mehr-Methoden-Design	157
7.1.1	Problemzentrierte Interviews	158
7.1.2	Standardisierte Befragungen	162
7.2	Statistische Methoden	164
8.	Video im jugendlichen (Medien-)Alltag	165
8.1	Video-Konsumrealität: eine sozialstatistische Annäherung	167
8.1.1	Ausmaß und Intensität des Konsums	167
8.1.2	Geschlechtsspezifische Nutzung	168
8.1.3	Altersstruktur der Konsumenten	170
8.1.4	Bildungsstatus und Rezeption	171
8.2	Videogenres und Präferenzbildung	173
8.2.1	Genrespektrum	173
8.2.2	Genrekombination	175
8.2.3	Action- und Horrorfilme	177

8.3	Rezeptionssetting und die Rolle der Eltern	181
8.3.1	Konsumort	181
8.3.2	Konsumsituation	182
8.3.3	Die Rolle der Eltern	183
8.4	Stellenwert von Video im Freizeitraum	185
8.4.1	Freizeitmuster: Mediale und nicht-mediale Aktivitäten im Vergleich	185
8.4.2	Interdependenzen zwischen Videonutzung und Freizeitverhalten	189
9.	Videomotivationen, Erlebnisdimensionen und jugendeigene Videomilieus	193
9.1	Filmtricks, Thrills und naturalistische Körperzerstörungen als Spannungsgeneratoren	194
9.1.1	Das Interesse an technischen Feinessen	195
9.1.2	Schock-Bilder und die Induktion von Aufmerksamkeit und Affekten	199
9.1.3	Veranschaulichungsmaximierung durch Hyperrealismus und Körperzerstörung	203
9.1.4	Video-Erlebnis-Karriere: Die Veralltäglicung der Schockreizung	208
9.2	Vidorezeption als soziale Veranstaltung	213
9.2.1	Fancliquen und Videofeten	214
9.2.2	Kommunikationsanlaß und Selbstpräsentation	218
9.2.3	Gruppenkonflikte und Konformitätsdruck	223
9.3	Videokonsum als Ausdruck jugendkultureller Stile	228
9.3.1	Filmkompetenz und Beschaffungsautonomie	229
9.3.2	Distanzierung und Provokation	235
9.3.3	Orte der Außeralltäglichkeit, kleine Fluchten und mediale Ventilritten	241
10.	Fazit: Der Video-E.T. ist eine Mär. Oder: 'Man muß die Ebenen auseinanderhalten'	257
	Literatur	275