

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | Einleitung | 9 |
| 2 | Reality-TV - Das Genre | 15 |
| 2.1 | Zum Problem einer terminologischen Präzisierung | 15 |
| 2.2 | Die programmgeschichtliche Entwicklung | 18 |
| 2.2.1 | Reality-TV international | 18 |
| 2.2.2 | Reality-TV in Deutschland | 20 |
| 2.3 | Redakteure und Moderatoren deutscher Reality-TV-Sendungen | 24 |
| 2.4 | Reality-TV als Ware oder die Macht der Einschaltquote | 27 |
| 3 | Zur Darstellung von "Realität" im Fernsehen | 31 |
| 3.1 | Konstruktion von <i>Realität</i> | 31 |
| 3.1.1 | Die Rolle der Medien im Rahmen subjektiver Realitätskonstruktion | 35 |
| 3.1.2 | Die Rolle interpersonaler Kommunikation | 36 |
| 3.2 | Medienrealität | 36 |
| 4 | Fernsehen und Emotionen | 43 |
| 4.1 | Die Psychologie der Emotionen | 43 |
| 4.2 | <i>Emotion</i> als mediales Gestaltungsmittel | 45 |
| 4.3 | Eskapismus versus Realitätsorientierung | 47 |
| 5 | Charakteristische Merkmale des Genres | 51 |
| 5.1 | Personalisierung - die Faszination des Intimen | 52 |
| 5.1.1 | Personalisierung als mediales Gestaltungsmittel - Die Sicht der Produzenten | 55 |
| 5.1.2 | Personalisierung als mediales Gestaltungsmittel - Die Wirkung beim Rezipienten | 58 |
| 5.2 | Die Darstellung von Gewalt | 63 |
| 5.2.1 | Die Definition des Gewaltbegriffs | 64 |
| 5.2.2 | Gewalt, Dramatik und action - die Wirkung beim Rezipienten | 66 |
| 5.2.3 | Gewalt, Dramatik und action - die Sicht der Produzenten | 72 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 5.3 | Stereotypisierung - Zur Reduktion von Komplexität durch die Darstellung stereotyper Handlungsmuster | 75 |
| ○ 5.3.1 | Stereotype | 75 |
| 5.3.2 | Der mediale Gebrauch stereotyper Darstellungsmuster | 77 |
| 6 | Inhaltsanalyse | 81 |
| 6.1 | Erkenntnisziele und Methodik der Analyse | 83 |
| 6.2 | Definition des Samples | 87 |
| 6.3 | Pretest und Datenauswertung | 88 |
| 7 | Darstellung und Interpretation der Ergebnisse | 89 |
| 7.1 | Analyse der Moderationsbeiträge | 89 |
| 7.1.1 | "Retter" | 89 |
| 7.1.2 | "Notruf" | 92 |
| 7.1.3 | "Augenzeugen-Video" | 95 |
| 7.2 | Analyse der Filmbeiträge | 97 |
| 8 | Die Rezipienten | 121 |
| 8.1 | Die Einschätzung des Publikums durch die Produzenten | 121 |
| ○ 8.2 | Die tatsächlichen Zuschauer | 123 |
| ○ 8.2.1 | Zuschauer - differenziert nach Geschlecht | 131 |
| ○ 8.2.2 | Zuschauer - differenziert nach Alter | 132 |
| ○ 8.2.3 | Kinder als Rezipienten von Reality-TV | 134 |
| ○ 8.2.4 | Zuschauer - differenziert nach Bildung | 135 |
| 9 | Resümee und Ausblick | 137 |
| 9.1 | Die Dynamik transaktionaler Wirkungsprozesse | 137 |
| 9.2 | Reality-TV - Der Weg zum Erlebnisfernsehen? | 143 |
| 10 | Schlußwort | 153 |
| | Literaturverzeichnis | 157 |
| | Anhang 1: Halbstrukturierter Interview-Leitfaden | 163 |
| | Anhang 2: Codierung und Kategoriensystem | 165 |