

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
1. Forschungsauftrag und Gegenstandsbestimmung	19
1.1 Charakteristika des Genres „Affektfernsehen“.....	19
1.2 Affekt-TV-Formate und verwandte Genres.....	21
1.2.1 Affekt-Talks	22
1.2.2 Beziehungsshow.....	23
1.2.3 Suchsendungen.....	24
1.2.4 Spielshows.....	25
1.2.5 Konfro-Talks	26
1.2.6 Infotainment	28
1.2.7 Reality-TV	29
2. Stand der Forschung	31
2.1 Intimes und Privates in der Massenkommunikation: Sozialwissenschaftliche Positionen	32
2.1.1 Veröffentlichung des Privaten: Makro- und mikrosoziale Aspekte	32
2.1.2 Teletherapie: Lebenshilfe über den Bildschirm?.....	35
2.2 Sozio-emotionale Wirkungen des (Affekt-)Fernsehens: Psychologische Konzepte	38
2.2.1 Die Macht des Bildes: Emotionale Fernsehwirkungen.....	40
2.2.2 Fernsehen als Mittel zur Stimmungsregulation	41
2.2.3 Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Bildschirmakteuren	44
2.3 Motive, Wirkungen und Angebotsweisen: Ausgewählte Forschungsbefunde	48
2.3.1 Psychosoziale Funktionen und Nutzungsmotive.....	49
2.3.2 Inszenierungsvariablen des Affektfernsehens und verwandter Formate.....	54
2.3.3 Zuschauermerkmale, Rezeptionsmuster und Wirkungen.....	66

3.	Forschungsziele und Untersuchungsansatz.....	73
3.1	Fragestellungen und Untersuchungsebenen	74
3.2	Datenbasis	76
4.	Untersuchungsergebnisse.....	79
4.1	Angebot und Nachfrage auf dem Affektfernsehmarkt <i>(Gary Bente, Daniela Jochlik, Claudia Adameck und Tomris Grisard).....</i>	79
4.1.1	Methode.....	80
4.1.1.1	Datenbasis.....	80
4.1.1.2	Kategorisierung von Affekt-Talk-Themen	82
4.1.1.3	Erfassung sprachlicher Stilmittel in der Titelgestaltung	83
4.1.2	Ergebnisse	85
4.1.2.1	Allgemeine Merkmale der erfaßten Affektfernsehsendungen	85
4.1.2.2	Entwicklung des Affektfernsehangebotes	88
4.1.2.3	Themenschwerpunkte und Themenentwicklung im Affekt-Talk	94
4.1.2.4	Formal-sprachliche Merkmale der Titelgestaltung im Affekt-Talk	101
4.1.2.5	Sehbeteiligung und Zuschauermerkmale im Genre „Affektfernsehen“	102
4.1.2.6	Themenwahl und Einschaltverhalten beim Affekt-Talk	110
4.1.3	Zusammenfassung	111
4.2	Zur Funktion des öffentlichen Auftritts aus Gastperspektive <i>(Bettina Fromm, Daniela Jochlik und Ralf Muckel)</i>	113
4.2.1	Methode.....	116
4.2.1.1	Stichprobe	116
4.2.1.2	Verfahren	117
4.2.2	Ergebnisse	118
4.2.2.1	Die Idee zum Auftritt	118
4.2.2.2	Motivtypen	119
4.2.2.3	Wirkungen des Auftritts	127
4.2.2.4	Sonderfall „Suchsendungen“	134
4.2.2.5	Studiogäste und ihre interpersonellen Probleme	135
4.2.3	Zusammenfassung	138

4.3	Zuschauermerkmale und Affekt-TV-Konsum <i>(Gary Bente, Christian Bahß, Georg Dorando und Birgit Hündgen)</i>	142
4.3.1	Methode.....	146
4.3.1.1	Stichprobe	146
4.3.1.2	Untersuchungsvariablen und Meßinstrumente	147
4.3.1.3	Durchführung.....	151
4.3.1.4	Datenanalyse.....	152
4.3.2	Ergebnisse	153
4.3.2.1	Merkmale des Fernsehverhaltens.....	153
4.3.2.2	Soziodemographische Variablen	162
4.3.2.3	Fernsehmotive.....	166
4.3.2.4	Persönlichkeitsfaktoren und soziale Situation.....	170
4.3.2.5	Werthaltungen und Lebensstile	173
4.3.2.6	Das Profil des Affektfernsehzuschauers	180
4.3.3	Zusammenfassung	183
4.4	Formale Angebotsweisen und interpersonelle Kommunikationsmuster im Affekt-Talk <i>(Gary Bente, Maria D'Alessandro, Mirjam Fürtjes und Nicole Krämer)</i>	186
4.4.1	Methode.....	189
4.4.1.1	Untersuchungsmaterial	189
4.4.1.2	Inhaltsanalysen nach dem Prinzip der Zeitreihennotation.....	190
4.4.1.3	Formale Angebotsweisen.....	192
4.4.1.4	Nonverbales Verhalten	193
4.4.1.5	Verbalverhalten.....	193
4.4.1.6	Datenanalyse	198
4.4.2	Ergebnisse	199
4.4.2.1	Dynamik der Bildpräsentation: Merkmale des Kameraverhaltens	199
4.4.2.2	Visuelle Präsenz der Protagonisten.....	202
4.4.2.3	Quantitative Merkmale der Sprechaktivität	209
4.4.2.4	Nonverbale Verhaltensmuster von Moderatoren und Studiogästen	211
4.4.2.5	Beziehungsangebote und interpersonelle Beeinflussungsmuster	220
4.4.2.6	Quasi-therapeutische Interaktionsmuster im Affekt-Talk	223

4.4.3 Zusammenfassung	239
4.5 Sozio-emotionale Wirkungsdimensionen des Affektfernsehens	
(<i>Ansgar Feist, Gary Bente und Birgit Hündgen</i>).....	242
4.5.1 Methode.....	245
4.5.1.1 Versuchspersonen	245
4.5.1.2 Stimulusmaterialien	246
4.5.1.3 Meßverfahren.....	246
4.5.1.4 Experimentelle Versuchsanordnung	250
4.5.2 Ergebnisse	252
4.5.2.1 Gesamtbewertung der gezeigten Beiträge	252
4.5.2.2 Rezipientenmerkmale und Bewertung der Beiträge	253
4.5.2.3 Die Bedeutung der Akteure für die Bewertung der Beiträge.....	257
4.5.2.4 Emotionale Wirkungsdimensionen und Urteilsverhalten.....	260
4.5.2.5 Peinlichkeitsgrenze und Bewertung der Beiträge.....	270
4.5.2.6 Typologie der gezeigten Beiträge aus Zuschauersicht	272
4.5.2.7 Psychophysiologische Reaktionsmuster, emotionale Befindlichkeit und Urteilsverhalten.....	277
4.5.3 Zusammenfassung	282
4.6 Juristische Aspekte des Affektfernsehens	
(<i>Paul Burian und Gerd Hoor unter Mitarbeit von: Silke Detering, Michael Gotthardt, Jürgen Kaiser und Anja Vollmer</i>)	286
4.6.1 Methode.....	287
4.6.1.1 Untersuchungsansatz	287
4.6.1.2 Rechtlicher Prüfungsmaßstab	287
4.6.1.3 Untersuchungsmaterialien	290
4.6.2 Ergebnisse	290
4.6.2.1 Die Suche nach vermißten Personen.....	290
4.6.2.2 Der Umgang mit den Kandidaten der Spielshows	295
4.6.2.3 Die Gespräche mit Studiogästen der Talk-Shows über deren persönliche Angelegenheiten	297

4.6.2.4	Die Gespräche mit Studiogästen der Talk-Shows über persönliche Angelegenheiten Dritter.....	299
4.6.2.5	Die Verleihung des „Goldenen Feiglings“	303
4.6.2.6	Die Einblendung von Bildunterschriften (Inserts)	304
4.6.2.7	Das Vorführen sexualbezogener Gegenstände.....	305
4.6.2.8	Die Kameraführung	306
4.6.2.9	Das Zeigen von Menschen in emotional bewegten Situationen.....	310
4.6.2.10	Die überraschende Einbeziehung von Zuschauern in die Sendung.....	311
4.6.2.11	Das Aufsuchen von Personen in deren persönlichem Umfeld.....	312
4.6.2.12	Die Schaffung eines Forums für Äußerungen über Dritte.....	313
4.6.2.13	Der Einsatz der versteckten Kamera.....	314
4.6.3	Zusammenfassung	316
5.	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	319
6.	Literaturverzeichnis	331
Anhang 1:	Ergebnisse der Interviews mit Redaktionen/ Produktionsfirmen.....	345
Anhang 2:	Interviewleitfaden für die Gastinterviews	389
Anhang 3:	Fragebogeninstrumente	393
Anhang 4:	Kodiersysteme zur Erfassung quasi-therapeutischen Verhaltens	451