

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 Beziehungssows	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 Fernschwirkungen.....	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 (Gary Bente, Christian Bahß, Georg Dorando und Birgit Hündgen).....	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 (Gary Bente, Maria D'Alessandro, Mirjam Fürtjes und Nicole Krämer).....	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 (Ansgar Feist, Gary Bente und Birgit Hündgen)	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 (Paul Burian und Gerd Hoor unter Mitarbeit von: Silke Detering, Michael Gotthardt, Jürgen Kaiser und Anja Vollmer)	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