
INHALTSVERZEICHNIS

1	THEORETISCHE GRUNDLEGUNGEN	1
1.1	Zum Begriff der Medienwirkung	1
1.2	Zur Situation der empirischen Medienwirkungsforschung: Grundpositionen des persönlichkeitszentrierten Forschungsansatzes	4
1.3	Drei Phasen der empirischen Medienwirkungsforschung: Zum Stellenwert des Rezipienten	9
1.4	Zur Frage der Relevanz von Persönlichkeitsmerkmalen für die Medienwirkungsforschung	18
1.4.1	Psychologische Argumente für die Untersuchung der Persönlichkeit	18
1.4.2	Persönlichkeit in der Medienwirkungsforschung	19
1.4.3	Auswahl der untersuchten Persönlichkeitsmerkmale	28
1.5	Interdependenzen zwischen Persönlichkeit und medialer Personwahrnehmung als Forschungsgegenstand	31
1.5.1	Warum Personwahrnehmung?	31
1.5.1.1	Psychologische Erkenntnisse zur Sozialen Wahrnehmung .	35
1.5.2	Forschungssituation zur Personwahrnehmung im Fernsehen	38
1.5.3	Auswahl der untersuchten Bereiche der Akteurwahrnehmung	42
1.6	Zusammenfassung der Untersuchungsziele	45
2	UNTERSUCHUNGSMETHODEN	47
2.1	Genereller Untersuchungsablauf	47

2.2	Erhebungsinstrumente	48
2.2.1	Persönlichkeitsinventare und -Fragebogen	48
2.2.2	Fragebogen zur Wahrnehmung von Fernsehakteuren (FB-WFA)	56
2.2.3	Fragebogen zur Soziodemographie und zu Fernsehgewohnheiten (FB-SOZ)	59
2.3	Auswahl der Fernsehausschnitte	59
2.4	Personenstichproben	65
2.5	Design und Versuchsdurchführung	68
3	ERGEBNISSE I: GRUNDLEGENDE DIMENSIONEN DER PERSÖNLICHKEIT UND DER PERSONWAHRNEHMUNG . . .	71
3.0	Methodisches Vorgehen	71
3.1	Elementare Dimensionen der Zuschauerpersönlichkeit	79
3.1.0	Vorüberlegungen	79
3.1.1	Faktorenanalytische Dimensionierung	82
3.1.1.1	Extraktion, Rotation und Interpretation	82
3.1.1.2	Konfirmatorische Absicherung	96
3.1.1.3	Validierung an der Big-Five-Superstruktur	101
3.1.2	Identifikation von Persönlichkeitstypen	108
3.1.2.1	Typenbildung	108
3.1.2.2	Typendeskription	110
3.2	Elementare Dimensionen der Akteurwahrnehmung	118
3.2.0	Vorüberlegungen	118

3.2.1	Separate Analysen von vier heuristischen Wahrnehmungsbereichen	119
3.2.1.1	Extraktion, Rotation und Interpretation	119
3.2.1.2	Konfirmatorische Absicherung	130
3.2.2	Gemeinsame Analyse von sechs heuristischen Wahrnehmungsbereichen	132
3.2.2.1	Extraktion, Rotation und Interpretation	133
3.2.2.2	Konfirmatorische Absicherung	141
4	ERGEBNISSE II: ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN REZIPIENTENPERSÖNLICHKEIT UND PERSONWAHRNEHMUNG	145
4.0	Auswertungsrationale	145
4.1	Globale Befundlage	150
4.2	Befunde zur Wahrnehmung des Gesprächs- und Sozialverhaltens	152
4.2.1	Gesprächsverhalten	152
4.2.2	Sozialverhalten	155
4.3	Befunde zur Wahrnehmung von Gefühlen und Stimmungen sowie der Interaktionsatmosphäre	158
4.3.1	Gefühle und Stimmungen	158
4.3.2	Interaktionsatmosphäre	162
4.4	Zusammenfassende Befunde auf der Ebene der Persönlichkeitsfaktoren und -skalen	164
4.5	Zusammenfassende Befunde auf der Ebene der Persönlichkeitstypen	167

5	DISKUSSION UND AUSBLICK	172
5.1	Grundannahmen	172
5.2	Methodenauswahl	176
5.2.1	Persönlichkeitserfassung	176
5.2.2	Wahrnehmungserfassung	176
5.3	Ergebnisbewertung	180
5.4	Schlußfolgerungen	189
	Literatur	203
	Autorenregister	239
	Anhang I	252
	Anhang II	273