

# Inhalt

<b>Vorbemerkung . . . . .</b>	<b>11</b>
<b>I. Vielsehen als Symptom . . . . .</b>	<b>13</b>
1. <i>Die Kultivierungshypothese . . . . .</i>	<i>13</i>
1.1 Von der Gewalt zur Kultivierung . . . . .	13
1.2 Gerbners Kultivierungshypothese . . . . .	15
1.3 Die Vielseher . . . . .	18
1.4 Das Vielsehersyndrom . . . . .	21
1.4.1 Angst . . . . .	21
1.4.2 Anomie, Entfremdung und „erbärmliche Welt“ . . . . .	22
1.4.3 Passivität . . . . .	23
1.4.4 Soziale Isolation . . . . .	24
1.4.5 Selbstwertgefühl . . . . .	25
1.4.6 Konformität und Konventionalität . . . . .	26
1.4.7 Neue Ergebnisse . . . . .	27
1.5 Kritik an den Gerbnerschen Schlußfolgerungen . . . . .	28
1.5.1 Inhaltsanalyse (Wer bestimmt, was Gewalt ist?) . . . . .	29
1.5.2 Rezipientenvariablen . . . . .	31
1.5.3 Kausalität . . . . .	32
2. <i>Medienforschungsansätze . . . . .</i>	<i>34</i>
2.1 Wirkungsansatz . . . . .	34
2.2 Der Nutzen- und Belohnungsansatz . . . . .	38
3. <i>Psychologische Konzepte für die Medienforschung . . . . .</i>	<i>40</i>
3.1 Das Locus-of-Control-Konzept von Julian B. Rotter . . . . .	41
3.1.1 Die Entstehung von Kontrollüberzeugungen . . . . .	45
3.2 Familienklima und Fernsehkonsum . . . . .	48
3.3 Der Einfluß des Fernsehkonsums auf die Haltung zur Welt . . . . .	51
3.4 Das Konzept der „gelernten Hilflosigkeit“ von Martin E.P. Seligman . . . . .	53

3.4.1 Unkontrollierbarkeit . . . . .	54
3.4.2 Unvorhersagbarkeit . . . . .	57
3.4.3 Gelernte Hilflosigkeit beim Menschen . . . . .	60
<b>II. Das Experiment in der Medienforschung . . . . .</b>	<b>65</b>
1. <i>Provozierte Hilflosigkeit</i> . . . . .	65
1.1 Ein „getarntes“ Experiment – Untersuchung Nr. 1 von Vitouch und Klein (1984) . . . . .	67
1.1.1 Ergebnisse . . . . .	69
2. Entfremdung . . . . .	73
2.1 Psychologischer und soziologischer Ansatz . . . . .	74
3. Grundlagen der Programmwahl . . . . .	76
3.1 Anstrengung . . . . .	77
3.2 Intelligenz . . . . .	78
3.3 Der Zauber der Wiederholung . . . . .	80
4. Arbeit und Vergnügen – Untersuchung Nr. 2 von Vitouch und Schweinzer (1986) . . . . .	81
4.1 Ergebnisse . . . . .	85
4.2 Zusammenfassende Diskussion . . . . .	90
5. Stereotyp . . . . .	92
5.1 Psychologische Ansätze . . . . .	93
5.2 Stereotyp versus Vorurteil . . . . .	94
5.3 Die Theorie der Reizklassifikation . . . . .	95
5.4 Aufdeckende versus verdeckende Stereotype . . . . .	96
5.5 Stereotype als Wissensersatz und unterschobene Objektivierung . . . . .	97
6. Das Fernsehen in den Vereinigten Staaten . . . . .	98
6.1 Die Struktur des amerikanischen Fernsehens . . . . .	99
6.2 Pay-TV . . . . .	101
6.3 Das öffentliche Rundfunksystem . . . . .	101
6.4 Das Programm . . . . .	101
6.5 Die Thesen von Neil Postman . . . . .	102
6.5.1 Die formalen Angebotsweisen . . . . .	103
6.5.2 Wie beschreibt Postman die Wirkung des Fernsehens? . . . . .	104
6.5.3 Kontextlose Information . . . . .	106

<b>7. Zur Wirkung und Verarbeitung von Nachrichtensendungen . . . . .</b>	<b>109</b>
7.1 Das „origin-pawn“ Konzept . . . . .	109
7.2 Die „just-world“-Theorie . . . . .	111
7.3 Kontrollverlust durch stellvertretende Erfahrung . . . . .	113
<b>8. Die Macht der Werbung . . . . .</b>	<b>116</b>
8.1 Inferenzprozesse in der Werbung – Untersuchung Nr. 3 von Vitouch und Jaeger (1986) . . . . .	118
8.1.1 Versuchsplan . . . . .	119
8.1.2 Ergebnisse . . . . .	121
8.1.3 Der Einfluß von Intelligenz und Persönlichkeit . . . . .	123
8.1.4 Zusammenfassung . . . . .	127
<b>9. Fernsehen und Angst . . . . .</b>	<b>128</b>
9.1 Die Angst der Kinder und das Fernsehen – Untersu- chung Nr. 4 von Vitouch und Mikosz (1987) . . . . .	131
9.1.1 Versuchsplan . . . . .	131
9.1.2 Ergebnisse . . . . .	134
9.1.3 Diskussion . . . . .	136
<b>III. Zur Typologie des Zuschauerverhaltens . . . . .</b>	<b>138</b>
<b>1. Der Einfluß von Angstabwehr und Umweltkomplexität auf die Informationsverarbeitung . . . . .</b>	<b>138</b>
1.1 Die Informationsverarbeitungsfähigkeit als Persön- lichkeitsvariable . . . . .	139
1.2 Das konzeptuelle Niveau . . . . .	140
1.3 Umweltkomplexität . . . . .	142
1.4 Das „R-S-Konstrukt“ . . . . .	143
1.5 Das R-S-Konstrukt und Informationsverarbeitungs- prozesse . . . . .	145
1.6 Die Akzeptanz von „social advertising“ – Untersu- chung Nr. 5 von Vitouch (1991) . . . . .	147
1.6.1 Ergebnisse . . . . .	149
1.6.2 Zusammenfassung und Interpretation . . . . .	152
<b>2. Ein lerntheoretischer Ansatz zur Erklärung interindividueller Niveauunterschiede bei der Informationsverarbeitung . . . . .</b>	<b>153</b>
2.1 Das Zweiprozeß-Modell elterlicher Erziehungswir- kung . . . . .	155

<b>2.2 Vom Umgang mit konfliktbesetzten Medieninhalten – Untersuchung Nr. 6 von Vitouch (1989) . . . . .</b>	<b>159</b>
<b>2.2.1 Ergebnisse . . . . .</b>	<b>164</b>
<b>2.2.2 Die Ergebnisse im einzelnen . . . . .</b>	<b>165</b>
<b>2.2.3 Zusammenfassung . . . . .</b>	<b>171</b>
<b>IV. Ein Interaktives Kompensations- und Verstärkungsmodell . . . . .</b>	<b>173</b>
<b>1. Interaktion . . . . .</b>	<b>174</b>
<b>2. Kontrollverlust, Hilflosigkeit, Entfremdung . . . . .</b>	<b>174</b>
<b>3. Defensive Angstbewältigung . . . . .</b>	<b>177</b>
<b>4. Represser . . . . .</b>	<b>179</b>
<b>5. Sensibilisierer . . . . .</b>	<b>180</b>
<b>6. Die „emotionale Kluft“ (emotional gap) . . . . .</b>	<b>181</b>
<b>7. Interne Kontrollüberzeugung und nicht-defensive Angstbewälti- gung . . . . .</b>	<b>183</b>
<b>8. Resümee . . . . .</b>	<b>185</b>
<b>V. Anhang . . . . .</b>	<b>188</b>
<b>Die Untersuchungen Nr. 1 bis Nr. 6 . . . . .</b>	<b>188</b>
<b>Tabellen zu Untersuchung Nr. 3 . . . . .</b>	<b>192</b>
<b>Tabellen zu Untersuchung Nr. 4 . . . . .</b>	<b>201</b>
<b>Literatur . . . . .</b>	<b>205</b>
<b>Sachregister . . . . .</b>	<b>219</b>