Thema: Stellenwert des Fernsehformates Scripted Reality im Alltag von Jugendlichen

Bachelorarbeit

im Studiengang Medienmanagement
an der
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Eingereicht von: Moor, Kristina
Matrikelnummer: 40998438
Email: k.moor@ostfalia.de
Tel.: 015774571301

Erster Prüfer: Prof. Dr. Olaf Hoffjann
Zweiter Prüfer: Philine Hachmeister
Eingereicht am: 22.11.2013
Inhaltsverzeichnis

Abbildungverzeichnis .................................................................................................................. 4
Abkürzungverzeichnis .................................................................................................................. 5

1 Einleitung ................................................................................................................................. 6
1.1 Ziel dieser Arbeit ..................................................................................................................... 6

2 Scripted Reality ....................................................................................................................... 6
2.1 Definition Scripted Reality .................................................................................................... 7
2.2 Einordnung von Scripted Reality in der Sparte Reality TV .................................................. 8
2.3 Die Dramaturgie von Scripted Reality Sendungen ................................................................. 10
2.4 Realitätsbildung aufgrund der Fernsehrealität ..................................................................... 11
  2.4.1 Fiktive Realität - mit welchen Mitteln Scripted Reality den Eindruck von Realität erreicht ................................................................. 12
  2.4.2 Eindruck von Realität mit Hilfe von Social Media am Beispiel von Berlin Tag und Nacht und Familien im Brennpunkt ......................................................... 13
2.5 Beliebtheit von Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen ............................................. 13
  2.5.1 Nutzungsmotive für Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen ................................. 15
  2.5.2 Wahrnehmung von Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen ................................ 17

3 Parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehungen ......................................................... 19
3.1 Definition von parasozialer Interaktion und parasozialen Beziehungen .............................. 19
3.2 Gemeinsamkeiten und Unterschiede von parasozialer Interaktion mit anderen Konzepten .......................................................................................................................... 20
  3.2.1 Identifikation ................................................................................................................... 20
  3.2.2 Uses and Gratification Ansatz ....................................................................................... 21
3.3 Entstehung der parasozialen Interaktion ............................................................................. 21
3.4 Parasoziale Interaktion und Beziehung mit einer Persona .................................................. 23
3.5 Wie und warum parasoziale Interaktion und Beziehungen bei Scripted Reality Sendungen entstehen .................................................................................................................. 24
3.6 Der Vielseher und parasoziale Interaktion .......................................................................... 25
  3.6.1 Die Kultivierungshypothese ......................................................................................... 25
  3.6.2 Wie parasoziale Interaktion und Beziehung sich beim Vielseher auswirken .............. 26

4 Kommunikation über Medieninhalte im Alltag ................................................................... 27
4.1 Gruppenkonformität und Deutung der sozialen Realität ........................................ 28
4.2 Kommunikation über Fernsehinhalte mit verschiedenen Instanzen .......................... 29
  4.2.1 Einfluss der Schule ......................................................................................... 29
  4.2.2 Einfluss der Familie ....................................................................................... 29
  4.2.3 Einfluss der Freunde ..................................................................................... 30
4.3 Gespräche über Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen ............... 31

5 Zusammenfassung des Forschungsstandes ................................................................. 32
  5.1 Hypothese 1 ...................................................................................................... 32
  5.2 Hypothese 2 ...................................................................................................... 33
  5.3 Hypothese 3 ...................................................................................................... 33

6 Methodischer Teil ...................................................................................................... 34
  6.1 Indikatorenbildung ............................................................................................. 34
  6.2 Bildung des Fragebogens ................................................................................. 35
    6.2.1 Die PSI-Skala .............................................................................................. 35
  6.3 Aufbau des Fragebogens .................................................................................... 36
  6.4 Fragetypen und Skalenniveaus ........................................................................ 36
  6.5 Definition der Stichprobe .................................................................................. 37
  6.6 Datenerhebung .................................................................................................. 37
  6.7 Pretest ................................................................................................................ 38
  6.8 Gütekriterien ....................................................................................................... 38

7 Auswertung ................................................................................................................ 38
  7.1 Der Vielseher und parasoziale Interaktion und Beziehung – Hypothese 1 .......... 39
  7.2 Wahrgenommener Realitätsgehalt bei Scripted Reality Sendungen und parasoziale Interaktion und Beziehung – Hypothese 2 ......................... 43
  7.3 Auswirkung der parasozialen Interaktion und Beziehung auf die Kommunikation über Scripted Reality Sendungen – Hypothese 3 ................. 48

8 Stellenwert von Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen -
Zusammenfassung und Fazit ...................................................................................... 51

Anhangverzeichnis ....................................................................................................... 48
Literaturverzeichnis ...................................................................................................... 70
(Eidesstattliche) Erklärung .......................................................................................... 74
Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Genre des Reality TV heute ................................................................. 9
Abbildung 2: Offizielle Facebook Fanpage von Berlin Tag & Nacht............................. 13
Abbildung 3: Liebstes Fernsehprogramm 2012. ........................................................... 15
Abbildung 4: Nutzung von Scripted Reality Formaten (zumindest ab und zu) ............... 16
Abbildung 5: Welche Vorstellung von Herstellungsprozess von Familien im Brennpunkt haben Kinder und Jugendliche ................................................................. 18
Abbildung 6: Bewertung des Realitätsgehalts von Berlin Tag und Nacht .................... 19
Abbildung 7: Beziehungsqualität Freund versus TV-Person in Anhängigkeit von Bildung und Fernsehkonsum ................................................................. 27
Abbildung 8: Verteilung der Befragten nach Alter und Klasse .................................. 39
Abbildung 9: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Vielsehern ......................... 41
Abbildung 10: Ausprägung von parasozialer Beziehung bei Vielsehern von Scripted Reality Sendungen ................................................................................... 42
Abbildung 11: Wahrgenommener Realitätsgehalt bei Scripted Reality Sendungen .......... 44
Abbildung 12: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei einem sehr starken wahrgenommenen Realitätsgehalt ................................................................. 45
Abbildung 13: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Probanden ohne einen wahrgenommenen Realitätsgehalt ................................................................. 45
Abbildung 14: Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Probanden mit einem sehr starken wahrgenommenen Realitätsgehalt ................................................. 46
Abbildung 15: Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Probanden ohne einen wahrgenommenen Realitätsgehalt ................................................................. 47
Abbildung 16: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen. Vergleich zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen der parasozialen Interaktion .............. 49
Abbildung 17: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen. Vergleich zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen der parasozialen Beziehung .......... 51
### Abkürzungsverzeichnis

<table>
<thead>
<tr>
<th>Abkürzung</th>
<th>Definition</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NDR</td>
<td>Norddeutscher Rundfunk</td>
</tr>
<tr>
<td>Ca.</td>
<td>Circa</td>
</tr>
<tr>
<td>ebd.</td>
<td>ebenda</td>
</tr>
<tr>
<td>mpfs</td>
<td>Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest</td>
</tr>
<tr>
<td>s.</td>
<td>siehe</td>
</tr>
<tr>
<td>PSI</td>
<td>Parasocial Interaction</td>
</tr>
<tr>
<td>JIM</td>
<td>Jugend, Information, (Multi-)Media</td>
</tr>
<tr>
<td>bzw.</td>
<td>beziehungsweise</td>
</tr>
</tbody>
</table>
1 Einleitung


In dieser Arbeit soll vorerst untersucht werden, ob Scripted Reality Sendungen eine Wirkung auf Jugendliche haben und wie stark diese ausfällt. In den weiteren Schritten wird untersucht welchen Stellenwert Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen einnehmen.

1.1 Ziel dieser Arbeit


2 Scripted Reality

2.1 Definition Scripted Reality

In diesem Kapitel soll der Begriff Scripted Reality definiert werden. Es werden die Eigen-schaften und Besonderheiten einer Scripted Reality Sendung vorgestellt.


2.2 Einordnung von Scripted Reality in der Sparte Reality TV


Weiß und Ahrens (2012, 64) teilen die Sparte Reality TV, aus welcher auch die Doku-Soaps stammen, in narrative und performative Formate des Reality TVs. Klaus und Lücke (2003, 199) definieren die beiden Formen folgendermaßen: „Narratives Reality TV umfasst jene Sendungen, die ihre ZuschauerInnen mit der authentischen oder nachgestellten Wie-
dergabe realer oder realitätsnaher außergewöhnlicher Ereignisse nicht-prominenter Darsteller unterhalten. Performatives Reality TV umfasst jene Sendungen, die eine Bühne für nicht-alltägliche Inszenierungen sind, jedoch zugleich direkt in die Alltagswirklichkeit nichtprominenter Menschen eingreifen.“ (ebd.199).

Zum narrativen Reality TV gehören vier Genretypen, diese behandeln „außergewöhnliche Ereignisse des Alltags“ (ebd. 199) unter anderem Verbrechen, Unfälle und Familien- oder Beziehungskonflikte.


Abbildung 1: Genre des Reality TV heute

Die Zuordnung der Doku-Soaps zu dem performativen Reality TV wird jedoch von Weiß und Ahrens kritisiert (2012, 64). Laut Klaus und Lücke war die erste Doku-Soap eine Sen-
dung über eine amerikanische Familie die von einem Kamerateam 7 Monate begleitet wurde. Während der Dreharbeiten trennte sich das Ehepaar, was zu Diskussionen über den Einfluss des Kamerateams führte. (vgl. Klaus/Lücke, 2003, 202) In diesem Fall ist es streitig, ob in die Sendung seitens der Produzenten oder des Kamerateams eingegriffen wurde, oder ob die Trennung ohne Einfluss geschah und in diesem Fall einfach ein Familienkonflikt entstand. Im ersten Fall würde diese Sendung zu der Gattung performatives Reality TV gehören, weil hier in die Alltagswirklichkeit eingegriffen wurde. Im zweiten Fall wäre dies eine Sendung des narrativen Reality TV. Auch an diesem Beispiel sieht man, dass die Doku-Soap eine Hybridform ist.


2.3 Die Dramaturgie von Scripted Reality Sendungen

Wie bereits festgestellt sind Scripted Reality Sendungen Hybridformen von Doku-Soaps und des Reality TV und zeigen soziale Arrangements in einer möglichen fiktiven Welt. Wichtig für Scripted Reality Sendungen ist, dass die Themen möglichst real auf den Rezipi-
enten wirken. (vgl. Mikos, 2013, 129f) Scripted Reality Sendungen zeigen also eine fiktive Welt, die möglichst realistisch wirken soll, welcher ein Skript zugrunde liegt. In diesem Kapitel soll näher auf den Skript und die Dramaturgie solcher Sendungen eingegangen werden.


2.4 Realitätsbildung aufgrund der Fernsehrealität


In den weiteren Kapiteln soll die Darstellung der Fernsehrealität bei Scripted Reality Sendungen definiert werden und wie diese wirkt.

2.4.1 Fiktive Realität - mit welchen Mitteln Scripted Reality den Eindruck von Realität erreicht

Wie bereits festgestellt, will eine Scripted Reality Sendung ganz bewusst den Eindruck vermitteln, dass was in den Sendungen gezeigt wird sei Realität. Wie dieser Eindruck erreicht wird, wird in diesem Kapitel behandelt.


Bei Scripted Reality Sendungen werden Personen in Alltagssituationen mit ihren Problemen gezeigt. Wie bereits erwähnt, gibt es zu Anfang immer einen Konflikt, welcher im Laufe


2.4.2 Eindruck von Realität mit Hilfe von Social Media am Beispiel von Berlin Tag und Nacht und Familien im Brennpunkt


Jochen Starke, der Geschäftsführer von RTL, begründet den Vorteil von einer Facebook Fanpage dadurch, dass hier ein ständiger Kontakt zu den Fans besteht. Die User können auf diesem Kanal komplett zeitunabhängig etwas über die Sendung erfahren, oder diese im
Internet ansehen. Durch diesen ständigen Kontakt vermittelt man ihnen, dass sie immer dabei sein können. (vgl. Mikos, 2013, 136) Betrachtet man die Posts auf der offiziellen Facebook Fanpage stellt man fest, dass diese wie persönliche Nachrichten an die Fans sind. Akteure der Sendung geben ihre Meinungen zu kürzlichen Ereignissen preis, oder sie wünschen den Fans einen schönen Tag. ²


Auch die Posts auf der offiziellen „Berlin Tag und Nacht“ Fanpage schaffen den Eindruck, die WG-Bewohner würden diese selbst schreiben und ihre persönlichen Meinungen preisgeben. Alles erweckt den Eindruck, dass ein reales WG-Leben dargestellt wird.

Auf der offiziellen Facebook Fanpage von Familien im Brennpunkt wird nichts zu dem Genre der Sendung gesagt. Es werden lediglich die Themen der nächsten Sendungen gepostet, z.B. „Monika macht sich Sorgen um ihren Sohn Lukas. Sie durchsucht zusammen mit Björn heimlich sein Zimmer und macht eine erschreckende Entdeckung. Was verheimlicht Lukas ihr?“ (Post vom 15.11.2013) ⁴

Der Zuschauer kann durch Social Media noch mehr an diese Sendung gebunden werden. Dies ist ein zusätzlicher Kanal auf welchem die Fernsehwirklichkeit in die Alltagwirklichkeit der Zuschauer eindringen kann. (vgl. Mikos, 2013, 136)

---


2.5 Beliebtheit von Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen

Laut einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (2012, 25) besitzen 60% der 12 bis 19-Jährigen ein eigenes Fernsehgerät und die Nutzungsduer liegt durchschnittlich bei 111 Minuten pro Tag. Anhand Abb. 3 erkennt man, dass die die privaten Sendeanstalten, die beliebtesten Fernsehsender sind. (ebd. 25f)

In diesem Kapitel werden anhand von 2 durchgeführten Studien zum einen die Nutzungs motive für Scripted Reality und zum anderen die Wahrnehmung von Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen beschrieben.


2.5.1 Nutzungs motive für Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen


werden. Sie sind der Meinung sie würden so lernen, wie man sich in problematischen Situationen verhalten soll. (vgl. Götz et al. 2012, 55ff)

Darüber hinaus spielt das Motiv der Belustigung eine Rolle. Durch Abgrenzung und Selbst erhöhung können die Kinder und Jugendlichen belustigt der Sendung folgen, da diese den Konflikt schon durchschaut haben während die Darsteller immer noch nach einer Lösung suchen. Dies gilt besonders fürs 17 bis 18-Jährige Gymnasiasten. (vgl. ebd. 57)


Die Motive zur Nutzung von Scripted Reality Sendungen sind zum einen die kurzen und spanenden Konflikte, zum anderen aber der gegebene Vergleich mit seiner eigenen Realität. Familienkonflikte in der Sendung „Familien im Brennpunkt“ werden überspitzt dargestellt und geben dem jungen Rezipienten so den Eindruck, die eigenen Konflikte wären harmlos.

Im folgenden Kapitel soll auf die Wahrnehmung von Scripted Reality Sendungen eingegangen werden. Es wird erläutert wie Jugendliche diese Sendungen verstehen.

2.5.1 Wahrnehmung von Scripted Reality Sendungen bei Jugendlichen


Reality Sendungen unterschiedlich ein, wie man in Abbildung 6 deutlich erkennen kann. (vgl. mpfs-Studie, 2012, 28f)

Abbildung 6: Bewertung des Realitätsgehalts von „Berlin – Tag & Nacht“


3 Parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehungen

3.1 Definition von parasozialer Interaktion und parasozialen Beziehungen

Parasoziale Interaktion und Beziehung ist ein Konzept, welches von Horton und Wohl (1956) entwickelt wurde. Horton und Wohl (1982, 188) „call this a para-social relationship because it is based upon an implicit argument between the performer and the viewer that they will pretend the relationship is not mediated – that it will be carried on as though it were a face-to face-encounter“ (Horton/Wohl, 1982, 188). Dieses Konzept bezieht sich auf


### 3.2 Gemeinsamkeiten und Unterschiede von parasozialer Interaktion mit anderen Konzepten


#### 3.2.1 Identifikation


3.2.2 Uses and Gratifications Ansatz


3.3 Entstehung der parasozialen Interaktion


Zur Entstehung einer parasozialen Interaktion ist es also wichtig, dass der Rezipient das im Fernsehen Gesehene mit Interaktionen aus dem realen Leben kennt und diese richtig decodieren kann.


Das soziale Umfeld dient dem Rezipienten nicht nur dazu sich über die Medieninhalte auszutauschen, sondern er bietet dem Rezipienten Vergleichsmöglichkeiten zwischen einer Interaktion mit Fernsehfiguren und der Interaktion mit Personen. Die Erfahrung mit den Persönlichkeiten aus dem sozialen Umfeld überträgt sich also auch auf die Fernsehpersonen. (vgl. ebd. 15)

Ein Grundlegender Unterschied zwischen Figuren und Personen ist die Kommunikationsart. Mit Personen ist die Kommunikation wechselseitig und unmittelbar und mit Figuren ist die Kommunikation medial vermittelt, mittelbar und einseitig. Eine Figur hat eine feste Typisierung, der immer bestimmte soziale und individuelle Züge zugewiesen sind. Die Festsetzung zu einem bestimmten Typus ist die Voraussetzung für die Bildung von Vertrautheit zu den Fernsehfiguren seitens des Rezipienten. (vgl. ebd.15f)

Eine parasoziale Interaktion mit Fernsehfiguren bildet sich zuerst durch die Decodierung und Erkennung, dass die Fernsehperson mit dem Rezipienten kommuniziert, wobei diese
Decodierung durch die bisherigen Lebenserfahrungen des Rezipienten stattfindet. Die parasoziale Interaktion bleibt zum einen bestehen wenn die Fernsehfigur die Erwartungen des Rezipienten in irgendeiner Art erfüllt. Zum anderen aufgrund der Einfachheit der parasozialen Interaktion, denn die Kenntnis der Fernsehperson erlaubt dem Rezipienten, die Handlungen der Figur vorauszusehen und ermöglicht ihm somit einen freizügigen Umgang, da der Rezipient keinen Handlungszwängen unterliegt. (vgl. ebd. 16)

3.4 Parasoziale Interaktion und Beziehung mit einer Persona

Im vorherigen Kapitel wurde beschrieben, wie eine parasoziale Interaktion entstehen kann. In diesem Kapitel soll darauf eingegangen werden was während einer parasozialen Interaktion und weiterführend einer parasozialen Beziehung zwischen der Fernsehperson und dem Rezipienten passiert. Die Fernsehperson wird in diesem Kapitel entsprechend der Definition von Horton und Wohl (1982, 190) als Persona bezeichnet.


Durch die regelmäßige Erscheinung der Persona und die regelmäßige Verfolgung durch den Rezipienten, kann eine parasoziale Beziehung entstehen. Der Rezipient fängt an, an die Persona Erwartungen zu stellen und baut die Persona gleichzeitig in sein Leben ein. Laut Horton und Wohl (ebd. 191) ist dies der Zeitpunkt, an welchem der Rezipient den Eindruck bekommt, die Persona sehr gut zu kennen und zu verstehen. Durch die Illusion einer Beziehung sind beim Rezipienten teilweise auch Nachahmungen zu beobachten, zum Beispiel eine bestimmte Wortwahl oder eine Gestik. (vgl. ebd. 190f)

Auf Grund dessen, dass die Persona nur aus einem Drehbuch entsteht, bedacht darauf dem Rezipienten zu gefallen, bleibt der Charakter dieser, im Gegensatz zu realen Menschen, gleich und wird somit vorausschaubar. Diese Vorausschaubarkeit und Problemlosigkeit in der Beziehung zwischen Persona und Rezipient macht diese gleichzeitig sehr einfach und komfortabel. (vgl. ebd. 190f)

Weiterer Vorteil der parasozialen Interaktion und Beziehung für den Rezipienten ist die Möglichkeit des Rezipienten sich dieser so genannten Beziehung zu entziehen, ohne eine

3.5 Wie und warum parasoziale Interaktion und Beziehungen bei Scripted Reality Sendungen entstehen


Parasoziale Interaktion entsteht wenn der Rezipient die Möglichkeit hat, die Fernsehperson mit seinen persönlichen sozialen Mustern und Erfahrungen zu vergleichen. Die sozialen Muster und Erfahrungen bilden sich aus dem sozialen Umfeld heraus und somit aus dem, was der Rezipient mit Freunden oder Familie erlebt hat. (vgl. Horton/Wohl, 1982, 194) Für die Fernsehperson bedeutet das, dass sie eine möglichst authentische Rolle darstellen muss. Die Rolle muss zu der Fernsehperson passen. So erweckt die Fernsehperson einen hohen Authentizitätseindruck und wird vom Rezipienten als realistisch wahrgenommen. (vgl. ebd. 203)


Dadurch, dass bei Scripted Reality Sendungen alltägliche Konflikte dargestellt werden, werden in den Sendungen viele Emotionen, Meinungen und persönliche Informationen über die Fernsehperson preisgegeben (vgl. Kapitel 2.3). Durch den Eindruck die Persönlichkeit der Fernsehperson zu kennen entsteht eine parasoziale Interaktion.

Zusätzlich gibt es noch den Kanal der sozialen Medien, wo die Akteure in Echtzeit mit den Fans kommunizieren. Auf der offiziellen Facebook Fanpage von Berlin Tag und Nacht werden zum Beispiel explizit Meinungen, Eistellungen und Gefühle der Akteure dargestellt. Dazu wird in jeder Mitteilung der Name des Akteurs, der die Nachricht hinterlassen hat, hinzugefügt. (vgl. Kapitel 2.4.2)
3.6 Der Vielseher und parasoziale Interaktion

In diesem Kapitel soll untersucht werden, ob es einen Zusammenhang zwischen dem Vielseher und der Entstehung von parasozialer Interaktion und Beziehung gibt. Es soll aufgezeigt werden, ob parasoziale Interaktion eher bei einem Vielseher entsteht, oder nicht. Zu diesem Zweck soll zuerst kurz die Kultivierungshypothese erklärt werden, welche sich mit der Vielseherforschung beschäftigt.

3.6.1 Die Kultivierungshypothese


Der Kultivierungsprozess ist kein eindimensionaler Vorgang, denn der Rezipient lässt sich nicht nur von Fernsehbotschaften beeinflussen, sondern auch von seinem sozialen Kontext. So kann Kommunikation über Medieninhalte mit dem sozialen Umfeld, Auswirkungen auf den Kultivierungsprozess haben, dies gilt besonders für Kinder und Jugendliche. Die persönlichen Erfahrungen können auch einen positiven Einfluss auf den Kultivierungseffekt haben. (vgl. ebd. 600f)

Zudem besagen Erkenntnisse in der Kognitionsforschung, dass je häufiger ein bestimmtes Konstrukt aufgerufen wurde, desto eher verändert es das Realitätsbild. Somit ist der Vielseher derjenige, welcher eher die Fernsehrealität annimmt. Zum Beispiel würde ein Vielseher die Anzahl der Unfälle in der Realität überschätzen, da diese sehr häufig im Fernsehen gezeigt werden. (vgl. ebd. 603)
3.6.2 Wie parasoziale Interaktion und Beziehung sich beim Vielseher auswirken

Wie aufgezeigt, hat die Dauer der Fernsehnutzung Auswirkungen auf die Übernahme der Fernsehrealität, dies gilt besonders für Jugendliche. In diesem Kapitel soll aufgeklärt werden, ob der Vielseher nicht nur das im Fernsehen gezeigte als Realität annimmt, sondern ob er auch eher zur parasozialen Interaktion und Beziehung geneigt ist.

Wie in Kapiteln 2.5.1 und 2.5.2 aufgezeigt erreichen Scripted Reality Sendungen gerade bei Jugendlichen ein hohes Maß an realistischer Darstellung. Diese Fernsehrealität wird dementsprechend von den Rezipienten, besonders den Jugendlichen, leichter in das eigene Realitätsbild übernommen. Somit kann eine parasoziale Interaktion und weiter eine parasoziale Beziehung einfacher entstehen. Nun soll untersucht werden ob die parasoziale Interaktion eher bei einem Vielseher entsteht.

Laut Rosenmüller (2010, 53f) gibt es einen Zusammenhang zwischen einem Vielseher und der Entstehung von parasozialer Interaktion. Wobei der Vielseher in diesem Fall als ein Vielseher von einer bestimmten Sendung oder einem Sendeformat verstanden wird. Der Vielseher lernt in diesem Fall durch das häufige Sehen die Abläufe und Charaktere der Sendung kennen und versteht diese besser. Wenn der Rezipient z.B. ein Vielseher von Castingshows ist, würde dieser das Verhalten oder die Bemerkungen von Dieter Bohlen, welche teilweise unfreundlich sind, eher verstehen und akzeptieren. (vgl. ebd. 53f)

Auch laut Bente und Backes (1996, 185) hat Vielsehen Auswirkungen auf die parasoziale Interaktion und Beziehung. Hier wird davon ausgegangen, dass „die spezifische Rezeptionssituation“ (ebd. 185) mit einer zunehmenden Dauer eine Anpassung im Verhalten und der Wahrnehmung beim Rezipienten bewirkt. So haben die Medieninhalte eine größere Wirkung auf Vielseher. Dies gilt speziell für Kinder und Jugendliche. Hier besteht die Gefahr, dass sie ihr Verhalten innerhalb sozialer Gruppen nicht erfahren und ausüben können, denn eine parasoziale Beziehung oder Interaktion ersetzt keine soziale Interaktion oder Beziehung, da diese einseitig stattfindet. (vgl. ebd. 185f)

Zusammenfassend lässt sich für das vorliegende Kapitel festhalten, dass bei einem Vielseher eine parasoziale Interaktion eher entstehen kann als bei einem Wenigseher.

4 Kommunikation über Medieninhalte im Alltag

In den vorliegenden Kapiteln wurde aufgezeigt, dass eine parasoziale Interaktion, besonders bei Scripted Reality Sendungen, einige Auswirkungen auf den Rezipienten hat. In diesem Kapitel soll in Verknüpfung zum bisherigen Forschungstand untersucht werden ob Medieninhalte Einflüsse auf die interpersonelle Kommunikation haben. Es soll aufgezeigt werden warum und wie Jugendliche über Fernsehinhalte reden.

4.1 Gruppenkonformität und Deutung der sozialen Realität

Um in späteren Kapiteln erklären zu können wie Kommunikation über Medieninhalte und Fernsehnutzung innerhalb von sozialen Gruppen stattfinden, soll an dieser Stelle definiert werden was eine soziale Gruppe ausmacht und warum soziale Gruppen attraktiv für das Individuum sind.


nungen, der bei der Deutung der sozialen Realität in der Regel erfolgt, erfordert in hohem Maße interpersonale Kommunikation.“ (ebd. 344).

In der Gruppendynamik kann auch sozialer Druck bzw. Gruppendruck entstehen. Dies geschieht, wenn die Diskrepanz zwischen den Gruppenmitgliedern wächst. Also bildet eine Gruppe im Allgemeinen eine Einheit, die zu verschiedenen Themen einen bestimmten Standpunkt vertritt. Wie vorhin erwähnt, kann man durch Konformität seine Position in der Gruppe steigern, also ist davon auszugehen, dass jemand der sich nicht Konform verhält im schlimmsten Fall seine Position in der Gruppe verliert. (vgl. ebd. 345f)

Nach einer kurzen Erläuterung zum Thema Gruppendynamik, soll im Folgenden geklärt werden, wie und warum eine Beeinflussung der Mediennutzung stattfindet und welche sozialen Gruppen einen Einfluss auf die Mediennutzung haben.

4.2 Kommunikation über Fernsehinhalte mit verschiedenen Instanzen.

Die Kommunikation innerhalb einer Gruppe über Massenmedien trägt wesentlich dazu bei, Medien zu verstehen und zu deuten. Besonders einflussreiche soziale Gruppen sind Familie und Freunde. (vgl. Sommer, 2007, 72)

4.2.1 Einfluss der Schule


4.2.2 Einfluss der Familie


In jungen Jahren bestimmen noch die Eltern welche Sendung im Fernsehen angesehen wird. So stellt Schorb (2003, 157) z.B. fest, dass wenn abends die Nachrichten geschaut werden, die meisten Kinder mit sehen. Jedoch nehmen sie es auf unterschiedliche Weisen wahr. Die etwas älteren Kinder aus einem höheren Milieu interessieren sich aus eigener Überzeugung


Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Eltern bei jungen Rezipienten einen starken Einfluss auf die Mediennutzung haben, indem sie sich gemeinsam Sendungen ansehen. Oft entwickeln die Kinder ihre Medienkompetenz aufbauend auf der Medienkompetenz der Eltern. In den späteren Jahren entwickeln Kinder zusätzlich durch andere Einflüsse ihre Medienkompetenz. Der Einfluss der Eltern wird schwächer. Jedoch besteht auch weiterhin eine Art Kontrollinstanz durch die Eltern, dies gilt natürlich nicht für alle Familien.

4.2.3 Einfluss der Freunde

In diesem Kapitel soll der Einfluss der Freunde auf die Mediennutzung untersucht werden.

Die wichtigste Freizeitbeschäftigung für Jugendliche ist es, Zeit mit ihren Freunden zu verbringen und etwas zu unternehmen. Gespräche über Medien finden dabei oft statt, jedoch sind diese ganz normal. Das Reden über Fernsehinhalte bietet den Jugendlichen eine Chance, sich in die soziale Gruppe zu integrieren. Während Mädchen eher über die Inhalte der Fernsehsendungen reden, tauschen männliche Rezipienten sich über die Inhalte eher formal-


4.3 Gespräche über Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen

Wie in Kapitel 3.3 beschrieben hat der soziale Umfeld und Gespräche mit diesem Einfluss auf die Entstehung parasozialer Interaktion, denn der Rezipient ist ein Mitglied einer Massengesellschaft.

Besonders Kinder und Jugendliche haben noch kein festes Wertesystem und eine vollkommen entwickelte Weltanschauung. Auch ihre Medienkompetenz ist noch nicht voll entwickelt gerade deswegen kann die Medienrealität einen so starken Einfluss auf junge Rezipienten haben. (vgl. Lang, 1980, 99)


Zum anderen ist da der Lerneffekt, den junge Zuschauer bei Scripted Reality Sendungen erfahren. Dieser gibt ihnen die Möglichkeit, innerhalb einer sozialen Gruppe mit dem er-

5 Zusammenfassung des Forschungsstandes


In dieser Forschungsarbeit soll untersucht werden, welchen Stellenwert Scripted Reality Sendungen für den Alltag der Jugendlichen haben. Aus diesem Grund wurden folgende Forschungsfragen gebildet:

- Welche Auswirkungen hat die Fernsehnutzungsdauer auf die Entwicklung einer parasozialen Interaktion und Beziehung?
- Entsteh eine parasoziale Interaktion und Beziehung einfacher wenn sie als realistisch bewertet wird?
- Reden Kinder und Jugendliche über Scripted Reality Sendungen?

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, werden Hypothesen gebildet und untersucht. Eine detaillierte Beschreibung der Forschungsuntersuchung findet in weiteren Kapiteln statt.

5.1 Hypothese 1

Wie im Forschungsstand aufgezeigt, sind Vielseher eher dazu geneigt das Konstrukt der Realität im Fernsehen für wahr einzuschätzen. Je öfter der Rezipient sich dem Konstrukt der Fernsehrealität hingibt, desto eher versteht dieser die Zusammenhänge und die Handlungen, und bewertet sie als Realität.

Falls der Rezipient das Gesehene für realistisch einstuft, dann kann eine parasoziale Interaktion und Beziehung eher entstehen, denn er kann das Gesehene mit seiner Realität vergleichen und übernimmt die Fernsehrealität in seine.
Deshalb wird für diese Arbeit davon ausgegangen, dass bei einem Rezipient, der ein Vielseher von Scripted Reality Sendungen ist, eine parasoziale Interaktion und Beziehung eher entstehen kann, da er die Inhalte von Scripted Reality Sendungen besser kennt.

Somit lautet die erste Hypothese: *je mehr der Rezipient Scripted Reality Sendung sieht, desto höher ist bei diesem die Neigung zur parasozialen Interaktion und Beziehung.*

5.2 Hypothese 2

Wie im Forschungsstand aufgezeigt, werden Scripted Reality Sendungen so produziert, dass sie einen sehr realistischen Eindruck beim Rezipienten erwecken. Anhand von bisherigen Forschungen ist bewiesen worden, dass einige Kinder und Jugendliche diese Sendungen für entweder die Realität oder realitätsnah halten. Sie eignen sich die gesehenen Fernsehinhalte an und lernen aus den Sendungen wie man zum Beispiel mit bestimmten Konfliktsituationen umgeht.

Eine parasoziale Interaktion und im weiteren Schritt eine parasoziale Beziehung entsteht, wenn der Rezipient die Möglichkeit hat, die Fernsehperson mit seinen persönlichen sozialen Mustern und Erfahrungen zu vergleichen. Zudem muss für den Rezipienten die Möglichkeit gegeben sein, die Kommunikation der Fernsehperson als eine an ihn gerichtete Kommunikation zu decodieren. Weiterhin entsteht eine parasoziale Interaktion, wenn der Rezipient die persönliche Meinung und den Charakter der Fernsehperson kennen lernen kann.

Da Scripted Reality Sendungen eine Realität konstruieren und Fernsehpersonen in Alltags situationen mit Konflikten zeigen soll in dieser Arbeit untersucht werden, ob gerade bei Scripted Reality Sendungen eine parasoziale Interaktion und Beziehung entstehen kann. Somit lautet die zu untersuchende Hypothese: *als realer eine Sendung bewertet wird, desto eher entsteht eine parasoziale Interaktion und Beziehung.*

5.3 Hypothese 3

Kinder und Jugendliche kommunizieren aus verschiedensten Gründen über Fernsehinhalte. Das besondere bei Kindern und Jugendlichen ist, dass ihre Rezeptionskompetenz noch nicht so ausgereift und festgefügt ist, wie die bei Erwachsenen. Sie reden z.B. oft über Fernsehinhalte, um abzugleichen, ob die Fernsehinhalte ähnlich gedeutet wurden. Zudem wird über Fernsehinhalte geredet, weil es zu der Gruppenkonformität passt, das gilt besonders für die Gruppe der Freunde.

Wie aufgezeigt, sind Scripted Reality Sendungen bei Kindern und Jugendlichen beliebt. Gleichzeitig gibt es aber verschiedene Wahrnehmungen. Die einen verstehen, dass es fiktive

In dieser Arbeit soll untersucht werden, welchen Stellenwert Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen haben, also auch ob sie mit ihren Freunden darüber reden. Somit lautet die dritte Hypothese: je stärker die Bindung zu einem Akteur oder der Sendung, desto öfter wird der Rezipient dieses Thema in seine Kommunikation einbringen.

Mit Bindung ist in diesem Fall, eine parasoziale Interaktion oder Beziehung gemeint, aber auch das Interesse an Scripted Reality Sendungen.

6 Methodischer Teil


6.1 Indikatorenbildung

Um die Theorie mit den zu erforschenden Fragen zu verknüpfen, werden Indikatoren gebildet. Diese Indikatoren sind beobachtbare Sachverhalte an Hand welcher die Auswertung stattfinden kann. Die beobachtbaren Sachverhalte stellen die zu untersuchenden Variablen dar. (vgl. Schnell/Hill/Esser, 2011, 123)

Um die Hypothesen beantworten zu können, werden multiple Indikatoren verwendet, die beobachtbar und vergleichbar sind, sodass Zusammenhänge zwischen dem Forschungsstad und den zu erforschenden Fragen hergestellt werden können. (vgl. ebd. 126) Daher wurden Indikatoren zum einen zur Nutzung und Wahrnehmung von Scripted Sendungen gemacht und zum anderen zu der Ausprägung von parasozialer Interaktion und Beziehung.
6.2 Bildung des Fragebogens

Der in dieser Arbeit verwendete Fragebogen beruht auf der PSI-Skala. Zunächst wird diese erklärt und im Folgenden Schritt werden die Modifikationen, die vorgenommen wurden um die hiesigen Forschungsfragen zu beantworten, dargestellt.

6.2.1 Die PSI-Skala


Ausgangspunkt für die in dieser Arbeit verwendeten Skala ist die modifizierte Skala von Vorderer (1996, 155), welche zur Messung von parasozialer Interaktion und Beziehung bei Serienfiguren eingesetzt wurde. Die Modifikation war notwendig, da der Rezipient sich nicht nur mit der Fernsehperson, sondern auch mit dem Typus der Fernsehperson identifizieren kann. Somit ist eine parasoziale Interaktion und Beziehung zwischen Rezipient und der Fernsehfigur komplizierter als die zwischen einem Rezipienten und einem Moderator. Laut Vorderer besteht eine parasoziale Beziehung, wenn diese auch außerhalb der Rezeptionssituation besteht. So wurde z.B. das Item „Ich denke manchmal an ((Name der Person)), auch wenn ich gar nicht fernsehe, und überlege mir, was er/sie zu bestimmten Dingen sagen würde.“ (ebd. 156) Auch in dieser Studie waren die Antwortmöglichkeiten eine fünfstufige Skala zwischen trifft völlig zu und trifft überhaupt nicht zu. (vgl. ebd. 155ff) Die von Vorderer aufgestellten Items befinden sich im Anhang. (s. Anhang 13)

Da Vorderer wie beschrieben in seiner Skala die parasoziale Interaktion und Beziehung gelichermaßen untersuchte, erschien diese am geeignetsten für die hier vorliegende Forschungsarbeit. Ausgehend von Vorderers Skala wurde der Fragebogen für diese Arbeit entwickelt. Dieser wird im folgenden Kapitel beschreiben.
6.3 Aufbau des Fragebogens

Bei der Erstellung des Fragebogens wurden Fragen zum Teil von der PSI-Skala von Vorderer übernommen und zusätzliche Fragen hinzugefügt. Damit die Antworten differenziert ausfallen können, wurde eine fünfstufige Skala verwendet.

In Anlehnung an die Forschungshypothesen und vor dem Hintergrund der aufgestellten Indikatoren wurden folgende Themenblöcke gebildet:

- Fragen zur Nutzung von Scripted Reality Sendungen
- Mögliche parasoziale Interaktion bei Scripted Reality Sendungen
- Mögliche parasoziale Beziehung bei Scripted Reality Sendungen
- Die Wahrnehmung des realitätsgehaltes bei Scripted Reality Sendungen
- Die Kommunikation mit Freunden über Scripted Reality Sendungen
- Daten zur Allgemeinen Fernsehnutzung
- Erhebung der demografischen Daten

6.4 Fragetypen und Skalenniveaus

Zu Beginn der Befragung wurde diese vom Untersuchungsleiter eingeleitet. Neben dem Thema der Untersuchung wurde den Studienteilnehmern zugesichert, dass diese Befragung anonym und die Teilnahme freiwillig ist.


Im Fragebogen wurden hauptsächlich Intervallskalen benutzt. Diese bieten die Möglichkeit die Fragen zu vergleichen und zu unterscheiden. Zudem besteht die Intervallskala aus einer Rangordnung, wobei die Antwortmöglichkeiten dieselbe Differenz besitzen und somit eine Vergleichsmöglichkeit anbieten. (vgl. Schnell/Hill/Esser 2011, 135)
Weiterhin wurde bei der Erstellung des Fragebogens darauf geachtet, die Fragen präzise aber gleichzeitig auch einfach und verständlich zu gestalten, denn die Befragung wurde mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt.

6.5 Definition der Stichprobe


6.6 Datenerhebung


Der Untersuchungsleiter stellte das Thema zu Anfang kurz vor und gab so den Befragten einen kurzen Überblick. Der Fragebogen wurde so konzipiert, dass dieser selbständig ausgefüllt werden kann. Da die Befragung mit Kindern und Jugendlichen stattfand, erschien es sinnvoll, dennoch während der Befragung, für eventuelle Zwischenfragen, anwesend zu sein. Insgesamt wurden 162 Fragebogen ausgefüllt.
6.7 Pretest
Vor der eigentlichen Befragung muss ein Pretest durchgeführt werden. So kann die Vollständigkeit und Verständlichkeit des Fragebogens überprüft werden. Danach besteht die Möglichkeit einer Modifikation des Fragebogens. (vgl. Mayer, 2013, 59)

Nachdem der Fragebogen erstellt wurde, wurde 3 Personen der Fragebogen vorgelegt. Bezogen auf die zu untersuchende Grundgesamtheit, waren diese 3 Probanden zwischen 13 und 15 Jahren alt. Unter Beisein des Untersuchungsleiters konnten Fragen direkt beantwortet werden. So wurde z.B. die Formulierung des Fragebogens an einigen Stellen angepasst, damit die Probanden die Fragen leichter verstehen.

6.8 Gütekriterien
Für genaue und korrekte Daten für die Auswertung, sind die Art der Messung und die verwendeten Messinstrumente maßgeblich. Eine genaue Messung ist gegeben, sobald die Gütekriterien Objektivität, Validität und Reliabilität erfüllt sind. (vgl. Koch, 2012, 195)


Eine Messung ist reliabel oder zuverlässig, falls die Messung formal genau ist. Das bedeutet, wenn bei einer zweiten Messung die gleichen Ergebnisse zustande kommen würden. (vgl. ebd. 195) Es ist davon auszugehen, dass bei einer zweiten Befragung ohne Veränderung des Fragebogens und einer Gleichbleibenden Grundgesamtheit zumindest ähnliche Ergebnisse erzielt werden.

Eine Validität ist dann gegeben, sobald das Messinstrument tatsächlich das untersucht, was untersucht werden sollte, dann besteht eine materielle Genauigkeit (vgl. ebd. 195f). Es ist davon auszugehen, dass der für diese Arbeit verwendete Fragebogen valide ist, da die Untersuchung auf die Mediennutzung von Scripted Reality Sendungen eingegrenzt wurde. Alle Teilnehmer den gleichen Fragebogen. Zudem bietet der standardisierte Fragebogen kaum Interpretationsraum.

7 Auswertung
In diesem Kapitel sollen die Forschungsergebnisse vorgestellt werden. Im ersten Schritt werden mit Hilfe von verschiedenen Indikatoren die Hypothesen falsifiziert oder verifiziert.
Im nächsten Schritt werden die Ergebnisse bezogen auf die jeweilige Hypothese interpretiert und vorgestellt.

Insgesamt haben 162 Jugendliche an dieser Befragung teilgenommen. Wobei 51,2% männlich und 48,8% weiblich waren. (s. Anhang.1) Die Aufteilung nach Klassen und dem Alter wird in Abbildung 8 dargestellt.

![Abbildung 8: Verteilung der Befragten nach Alter und Klasse](image)

Aus den 162 Fragebögen sind 139 gültig, da hier mindestens selten eine Folge von Scripted Reality Sendungen gesehen wird. (s. Anhang.2)

### 7.1 Der Vielseher und parasoziale Interaktion und Beziehung – Hypothese 1

Wie bereits aufgezeigt, kann bei einem Vielseher eine parasoziale Interaktion und Beziehung viel besser entstehen, als bei einem Wenigseher. Das liegt daran, dass ein Vielseher sich häufig mit der Sendung beschäftigt. Somit versteht es eher die Handlungen und die Darsteller. Zudem ist für die Entstehung von parasozialer Interaktion und Beziehung die Möglichkeit die Fernsehinhalte mit der Realität zu vergleichen ein Maßgebender Aspekt. In diesem Kapitel soll die Hypothese: *je mehr der Rezipient Scripted Reality Sendung sieht, desto höher ist bei diesem die Neigung zur parasozialen Interaktion und Beziehung* beantwortet werden.

Um die parasoziale Interaktion zu messen, wurden die Fragen 3, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 14 und 16 zusammengefasst, denn diese Fragen beziehen sich auf die parasoziale Interaktion.

Um eine Aussage über die Wirkung von parasozialer Interaktion bei Vielsehern machen zu können wurden alle Probanden die Scripted Reality Sendungen sehen in zwei Gruppen aufgeteilt. Diejenigen Probanden, die mindestens eine Scripted Reality Sendung kaum sehen und die restlichen überhaupt nicht verfolgen wurden als Wenigseher definiert. Als Wenigseher konnten insgesamt 27 Fälle definiert werden. Diejenigen, die mindestens eine Scripted Reality Sendung regelmäßig verfolgen, d.h. mehr als 2 Folgen in der Woche oder jede Folge sehen, wurden als Vielseher definiert. Somit konnten insgesamt 100 Vielseher definiert werden. Diese zwei Nutzergruppen werden einzeln auf die Ausprägung der parasozialen Interaktion untersucht.

Betrachtet man die Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Vielsehern sind die Aspekte bei welchen die parasoziale Interaktion am stärksten ist die einfache Handlung und somit auch die einfache Möglichkeit sich in die Charaktere zu versetzen und diese zu verstehen. Weiterhin ist es der Eindruck die Fernsehpersonen würden ganz gewöhnliche Menschen darstellen. Am häufigsten zeigt sich eine parasoziale Interaktion bei Scripted Reality Sendungen wenn die Fernsehperson seine persönlichen Meinungen und Einstellung preisgibt. (s. Abbildung 9) Diese drei Ausprägungen sind auch bei Wenigsehern diejenigen, die am stärksten sind (s. Anhang 5).

Wendet man dieselbe Berechnung auf die Wenigseher an, wird eine parasoziale Interaktion nur bei 23,8% der Probanden sichtbar. Vergleicht man Vielseher und Wenigseher bezogen auf eine starke parasoziale Interaktion, also nur diejenigen die die Antwortmöglichkeit „Trifft völlig zu“ angegeben haben, wird der Unterschied noch deutlicher. Während bei rund 17% der Vielseher eine starke parasoziale Interaktion vorhanden ist, ist es bei den Wenigsehern lediglich bei 5,3% der Fall.

Um die Stärke einer parasozialen Beziehung bei Vielsehern und Wenigsehern zu messen, wurden die Fragen 10, 11, 12, 15 und 17 hinzugezogen, diese beziehen sich alle auf die parasoziale Beziehung.

In Abbildung 10 wird die Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Vielsehern dargestellt. Am stärksten zeigt sich die Ausprägung von parasozialer Beziehung bei Vielsehern darin, dass sie gerne Informationen über die Sendungen lesen, die Sendung vermissen wenn sie längere Zeit nicht ausgestrahlt wird und in dem Wunsch die Darsteller persönlich zu treffen. Ähnliche Ausprägungen sind auch bei den Wenigsehern von Scripted Reality Sendungen zu beobachten. (s. Anhang 6)

Bei 49,6% der Vielseher konnte eine parasoziale Beziehung festgestellt werden. Parasoziale Beziehung wurde dann geltend gemacht, wenn die Probanden bei Fragen zu dieser die Antwortmöglichkeiten „Trifft völlig zu“ oder „Trifft eher zu“ angekreuzt haben.
Bei den Wenigsehern konnte nur bei 24,4% der Fälle eine parasoziale Beziehung festgestellt werden. Betrachtet man die Fälle, bei denen eine parasoziale Beziehung stark ist, also die Probanden die die Antwortmöglichkeit „Trifft völlig zu“ gewählt haben, ergibt sich ein noch größerer Unterschied. Mehr als ein Viertel der Vielseher habe eine starke parasoziale Beziehung (26,8%) bei den Wenigsehern konnte man eine starke parasoziale Beziehung bei nur 7,4% feststellen.

Abbildung 10: Ausprägung von parasozialer Beziehung bei Vielsehern von Scripted Reality Sendungen


Interessanterweise waren die Punkte, an denen die parasoziale Interaktion oder Beziehung greift, sowohl bei Vielsehern als auch bei Wenigsehern ähnlich. Eine parasoziale Interaktion bei Scripted Reality Sendungen entsteht demzufolge, wenn der Rezipient der Handlung einfach folgen kann und die verschiedenen Charaktere einfach zu verstehen waren. Diese werden als ganz normale Menschen gesehen, dies bewirkt die realitätsnahe Darstellung von Scripted Reality Sendungen. Auch die Dramaturgie von Scripted Reality Sendungen kann
eine parasoziale Interaktion zu Folge haben, denn wie die Auswertung aufgezeigt hat, gefällt es den Jugendlichen, wenn die Darsteller ihre persönlichen Meinungen und Einstellungen in der Sendung preisgeben. Die parasoziale Beziehung bei Scripted Reality Sendungen zeigt sich hingegen darin, dass die Rezipienten gerne die Darsteller persönlich treffen würden, sich über die Sendungen Informieren, die Sendung vermissen wenn sie diese nicht gesehen haben und sich überlegen was die Darsteller zu bestimmten Themen sagen würden.

Obwohl die Hypothese verifiziert wurde, ist die Repräsentativität dieser problematisch. Denn hier wurden 100 Vielseher mit 27 Wenigsehern verglichen, somit sind die beiden Gruppen nicht gleich verteilt. Dennoch lässt sich aus dieser Auswertung eine Tendenz erkennen.

7.2 Wahrgenommener Realitätsgehalt bei Scripted Reality Sendungen und parasoziale Interaktion und Beziehung – Hypothese 2

Scripted Reality Sendungen sind so konzipiert, dass sie als realistisch wahrgenommen werden. Sie erwecken den Eindruck es wären Menschen mit alltäglichen Konfliktsituationen. Ebenfalls im Forschungsstand wurde aufgezeigt, dass eine parasoziale Interaktion und Beziehung eher entstehen können, wenn der Rezipient die Fernsehinhalte mit seiner Realität vergleichen kann.

In diesem Kapitel soll untersucht werden, ob der wahrgenommene Realitätsgehalt bei Scripted Reality Sendungen Einfluss auf die parasoziale Interaktion und Beziehung hat.

Für die Auswertung werden alle Probanden die Scripted Reality Sendungen sehen hinzugenommen, dies trifft auf 139 Fälle zu. Der wahrgenommene Realitätsgehalt wird mit den Fragen 18, 19, 20, 21 und 22 geprüft. Die Sendungen werden für realistisch gehalten, wenn die Antwortmöglichkeiten „Trifft völlig zu“ und „Trifft eher zu“ gewählt wurden.

Wie in Abbildung 11 zu erkennen ist, sind die Indikatoren die den Realitätsgehalt prüfen relativ gleich verteilt. Am Häufigsten wurde angegeben, dass die Themen und Geschichten, die in Scripted Reality Sendungen gezeigt werden, der Wahrheit entsprechen. Daran erkennt man schon die Tendenz, dass Scripted Reality Sendungen als realitätsnah eingestuft werden.

Wie im Forschungsstand aufgezeigt, übernehmen Jugendliche aus Scripted Reality Sendungen bestimmte Aspekte in ihr eigenes Leben. Sie lernen z.B. wie man sich in bestimmten Konfliktsituationen verhalten kann. Auch in dieser Auswertung sind rund 39% der Rezipienten, die Scripted Reality Sendungen sehen, der Meinung man könne aus diesen Sendungen was lernen. (s. Abbildung 11)

Wie in Abbildung 12 und 13 ganz deutlich zu erkennen ist, gibt es große Unterschiede in der Ausprägung von parasozialer Interaktion, je nachdem wie realistisch die Scripted Reality Sendungen eingestuft wurden. Während bei rund 59% der Rezipienten, die Scripted Reality Sendungen für sehr realistisch halten, eine Ausprägung der parasozialen Interaktion festgestellt wurde, sind es bei denen die Scripted Reality Sendungen für nicht realistisch halten lediglich 18%. Vergleicht man die Ausprägung einer starken parasozialen Interaktion bei diesen zwei Gruppen wird deutlich, dass bei denen die Scripted Reality Sendungen für sehr realistisch halten eine starke parasoziale Interaktion bei 24% liegt. Bei den Probanden, die Scripted Reality Sendung als nicht realistisch einstufen, kann lediglich bei 5% eine star-
ke parasoziale Interaktion nachgewiesen werden. Als starke parasoziale Interaktion werden alle Fälle definiert, die „Trifft völlig zu“ angekreuzt haben.

Abbildung 12: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei einem sehr starken wahrgenommenen Realitätsgehalt

Abbildung 13: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Probanden ohne einen wahrgenommenen Realitätsgehalt
Abbildung 13: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Probanden ohne einen wahrgenommenen Realitätsgehalt

Bei den zuvor gebildeten Gruppen, diejenigen die Scripted Reality Sendungen für sehr realistisch halten und diejenigen die es nicht tun, wurden auch die Ausprägungen der parasozialen Beziehung untersucht. (s. Abbildung 14 und 15) Bei 61% der Gruppe, die Scripted Reality Sendungen für sehr realistisch halten, konnte eine parasoziale Beziehung festgestellt werden. Eine parasoziale Beziehung bei dieser Gruppe zeigte sich am stärksten in dem Wunsch, die Darsteller persönlich zu treffen, sich über die Sendung zu informieren und das Vermissenden Sendung wenn sie längere Zeit nicht ausgestrahlt wird.

Abbildung 14: Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Probanden mit einem sehr starken wahrgenommenen Realitätsgehalt

In der Gruppe der Rezipienten, die Scripted Reality Sendungen für nicht realistisch halten kann nur bei rund 17% eine parasoziale Beziehung festgestellt werden. Die parasoziale Beziehung bei dieser Gruppe zeigt sich, interessanterweise, am stärksten in den gleichen Punkten wie bei denen die Scripted Reality Sendungen für realistisch halten.

Untersucht man die Ausprägung einer starken parasozialen Beziehung, wird der Kontrast noch deutlicher, eine starke parasoziale Beziehung gilt wenn die Antwortmöglichkeit „Trifft völlig zu“ gewählt wurde. In der Gruppe, die Scripted Reality Sendungen für sehr realis-
tisch halten, kann bei 30% eine starke parsoziale Beziehung festgestellt werden, bei denen die Scripted Reality Sendungen für nicht realistisch halten sind es lediglich 6,5%.

**Abbildung 15: Ausprägung der parsozialen Beziehung bei Probanden ohne einen wahrgenommenen Realitätsgehalt**


Interessanterweise waren bei beiden Gruppen die Aspekte, bei welchen eine parsoziale Interaktion und Beziehung entstehen, sehr ähnlich. Die parsoziale Interaktion bei Scripted Reality Sendungen entsteht am ehesten, wenn der Rezipient die Handlung einfach versteht.
kann, die Darsteller ihre persönlichen Meinungen und Gefühle zum Ausdruck bringen, und wenn der Rezipient den Eindruck hat die Darsteller wären ganz normale Personen. Eine parasoziale Beziehung bei Scripted Reality Sendungen zeigt sich bei beiden Gruppen am stärksten in dem Wunsch die Darsteller der Sendung persönlich zutreffen, das Vermißen der Sendung wenn sie längere Zeit nicht ausgestrahlt wird und in dem Interesse sich über die Sendung Informationen zu beschaffen.

7.3 Auswirkung der parasozialen Interaktion und Beziehung auf die Kommunikation über Scripted Reality Sendungen – Hypothese 3

Kinder und Jugendliche reden aus den verschiedensten Gründen über Fernsehinhalte. Da die Rezeptionskompetenz bei Kindern und Jugendlichen noch nicht vollständig entwickelt ist, kann der Austausch über Fernsehinhalte dem jungen Rezipienten einen Vergleich über die interpretationsweisen geben. So kann dieser überprüfen, ob er die Inhalte richtig verstanden hat. Ein anderer Grund wäre die Beliebtheit einer Sendung innerhalb der Gruppe. Wenn der junge Rezipient sich mit der Sendung besonders gut auskennt und dies mitteilt, kann das eventuell positive Auswirkungen auf seinen Stellenwert innerhalb der Gruppe haben.

In diesem Kapitel soll die 3. Hypothese ausgewertet werden: *je stärker die Bindung zu einem Akteur oder der Sendung, desto öfter wird der Rezipient dieses Thema in seine Kommunikation einbringen.* Hierbei wird untersucht, ob ein Rezipient, der eine parasoziale Interaktion oder Beziehung mit einer der vorgegebenen Scripted Reality Sendungen führt, gleichzeitig häufiger über die Sendung kommuniziert.

Für die Auswertung wurden drei neue Variablen gebildet. Die Fälle, die bei den 9 Fragen zur parasozialen Interaktion (3, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 16), bei mindesten 5 mit „Trifft völlig zu“ oder „Trifft eher zu“ angekreuzt haben werden als diejenigen definiert, die eine starke parasoziale Interaktion haben, diese sind insgesamt 44 Fälle. Diejenigen, die bei 3 oder 4 Fragen zur parasozialen Interaktion „Trifft völlig zu“ oder „Trifft eher zu“ angekreuzt haben, werden definiert als Fälle mit einer mittleren parasozialen Interaktion, dies trifft aus 45 Probanden zu. Die dritte Variable definiert diejenigen, die keine parasoziale Interaktion haben. Diese haben mindestens 7 der Fragen „Trifft ehr nicht zu“ oder „trifft gar nicht zu“ angekreuzt, dies trifft auf 30 Fälle zu.

Aus der Auswertung der Kommunikation über Scripted Reality Sendungen der einzelnen Gruppen (s. Anhang 7 – 9) wurde ein Vergleich zwischen den Gruppen mit verschiedenen Ausprägungen der parasozialen Interaktion gebildet. Wie in Abbildung 16 deutlich zu er-

Ausgehend aus dem Forschungsstand können die Gründe für eine hohe Kommunikationsbereitschaft in Abhängigkeit von parasozialer Interaktion in zwei Aspekten zusammengefasst werden. Der junge Rezipient ist sich der gezeigten Inhalte noch nicht sicher und möchte die Meinung seiner Freunde erfahren oder er hat ein gutes Wissen über sie Sendung und möchte sich seinen Freunden mitteilen. Die Probanden, die eine starke Ausprägung einer parasozialen Interaktion haben, reden zu 86,4% über die Rollen der Darsteller und nicht über den Menschen, der die Rolle spielt. Sie sprechen die Darsteller mit dem Namen an, den sie in der Sendung haben. Dies bedeutet bei Scripted Reality Sendungen bezieht sich die parasoziale Interaktion hauptsächlich auf die Fernsehperson und nicht auf die Schauspieler. (s. Abbildung 16)

Abbildung 17: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen. Vergleich zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen der parasozialen Beziehung


8 Stellenwert von Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen - Zusammenfassung und Fazit


Aus den Erkenntnissen der Auswertung lässt sich zusammenfassen, dass tatsächlich eine parasoziale Interaktion und Beziehung Einfluss auf die Nutzung von Scripted Reality Sendungen haben. Zum einen wird die Wirkung von parasozialer Interaktion und Beziehung

Auf die Frage, welchen Stellenwert Scripted Reality Sendungen im Alltag von Jugendlichen haben, lässt sich festhalten, dass die Rezipienten die eine parasoziale Interaktion und Beziehung zu den Sendungen haben einen sehr hohen Stellenwert haben. Diese Rezipienten nehmen Scripted Reality Sendungen als viel realistischer wahr, als diejenigen die keine Ausprägung der parasozialen Interaktion oder Beziehung haben. Zudem zeigt sich bei denen, die eine parasoziale Interaktion und Beziehung führen, eine viel höhere Bereitschaft, aus den Sendungen etwas zu lernen, z.B. wie man sich in Konfliktsituationen verhalten muss. Weiterhin wurde aufgezeigt, dass der Einfluss einer parasozialen Interaktion und Beziehung starken Einfluss auf die Kommunikationsbereitschaft über Scripted Reality Sendungen hat.

Zusammenfassend lässt sich folgern, dass bei Scripted Reality Sendungen die Möglichkeit zur Entstehung einer parasozialen Interaktion und Beziehung gegeben ist. Diese Sendungen sind sehr realistisch gestaltet und viele der jungen Rezipienten halten diese Sendungen für realistisch. So betrachten viele diese Sendungen als eine Darstellung der Gesellschaft in Deutschland.

Abgesehen von dem Einfluss von parasozialer Interaktion und Beziehung denkt immerhin mehr als die Hälfte der Befragten, dass Scripted Reality Sendungen wahre Themen aufzeigen. 39% der Befragten sind der Meinung, sie könnten aus Scripted Reality Sendungen etwas lernen. Gerade bei Jugendlichen können also diese Sendungen einen starken Einfluss haben, denn bei diesen ist die Rezeptionskompetenz noch nicht vollkommen entwickelt.

41% der Befragten, die zumindest selten eine Scripted Reality Sendungen sehen gaben an, dass sie auch schon ähnliche Situationen wie in den Sendungen gezeigt erlebt haben, oder zumindest von anderen Personen wissen, dass solche erlebt wurden. Dies zeigt wieder die realistische Dramaturgie von Scripted Reality Sendungen. Dies könnte auch der Grund sein, warum bei Jugendlichen Scripted Reality Sendungen so beliebt sind, sie sind sehr realistisch gestaltet.

Anhang

Anhangverzeichnis

Anhang 1: Verteilung der Befragten nach Geschlecht .................................................. 54
Anhang 2: Nutzung von Scripted Reality Sendungen .................................................. 54
Anhang 3: Nutzung von Scripted Reality Sendungen und parasoziale Interaktion (Allgemein) ................................................................. 54
Anhang 4: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei allen Probanden die Scripted Reality Sendungen sehen .................................................. 55
Anhang 5: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Wenigsehern .......................... 55
Anhang 6: Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Wenigsehern .......................... 56
Anhang 7: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer starken parasozialen Interaktion .................................................. 56
Anhang 8: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer mittleren parasozialen Interaktion .................................................. 57
Anhang 9: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten ohne einer parasozialen Interaktion .................................................. 57
Anhang 10: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer starken parasozialen Beziehung .................................................. 58
Anhang 11: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer mittleren parasozialen Beziehung .................................................. 58
Anhang 12: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten ohne einer parasozialen Beziehung .................................................. 59
Anhang 13: Von Vorderer modifizierte PSI-Items .................................................. 59
Anhang 14: Fragebogen .......................................................................................... 61
### Geschlecht

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozent</th>
<th>Kumulierte Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1 männlich</td>
<td>83</td>
<td>51,2</td>
<td>51,2</td>
<td>51,2</td>
</tr>
<tr>
<td>2 weiblich</td>
<td>79</td>
<td>48,8</td>
<td>48,8</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>162</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anhang 1: Verteilung der Befragten nach Geschlecht

### Allg_Nutzung_SR

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Häufigkeit</th>
<th>Prozent</th>
<th>Gültige Prozent</th>
<th>Kumulierte Prozent</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Gültig</td>
<td>139</td>
<td>85,8</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Fehlend</td>
<td>23</td>
<td>14,2</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamt</td>
<td>162</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anhang 2: Nutzung von Scripted Reality Sendungen

### Statistiken

<table>
<thead>
<tr>
<th>Geschlecht</th>
<th>Gültig</th>
<th>Fehlend</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Allg_Nutzung_SR</td>
<td>139</td>
<td>23</td>
</tr>
<tr>
<td>parasoziale_Int</td>
<td>129</td>
<td>33</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anhang 3: Nutzung von Scripted Reality Sendungen und parasoziale Interaktion (Allgemein)
Anhang 4: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei allen Probanden die Scripted Reality Sendungen sehen

Anhang 5: Ausprägung der parasozialen Interaktion bei Wenigsehern
Anhang 6: Ausprägung der parasozialen Beziehung bei Wenigsehern

Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer starken parasozialen Interaktion

Anhang 7: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer starken parasozialen Interaktion
Anhang 8: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer mittleren parasozialen Interkation

Anhang 9: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten ohne einer parasozialen Interkation
Anhang 10: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer starken parasozialen Beziehung

Anhang 11: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten mit einer mittleren parasozialen Beziehung
Anhang 12: Kommunikation über Scripted Reality Sendungen bei Rezipienten ohne einer parasozialen Beziehung

Anhang 13:. Von Vorderer modifizierte PSI-Items


2. Eine lockere Atmosphäre während der Serie, z.B. wenn ((Name der Person)) mal einen kleinen Witz macht oder persönliche Dinge erzählt, gefällt mir gut – es macht das Anschauen der Serie angenehmer.

3. Wenn ((Name der Person)) seine/ihre Meinung oder auch persönliche Gefühle zum Ausdruck bringt, ist die Serie für mich attraktiver.


5. Obwohl ((Name der Person)) prominent und bekannt ist, sehe ich in ihm/ihr eher eine ganz normale Person wie „du und ich“.

6. Ich finde es angenehm, die Stimme von ((Name der Person)) bei mir zu Hause zu hören.
7. ((Name der Person)) ist für mich so etwas wie ein „guter Begleiter“ durch die Serie.

8. Wenn ((Name der Person)) zu einer anderen Serie wechseln würde, dann würde ich ihn mir dort anschauen.

9. Ich finde es angenehm, ((Name der Person)) beim nächsten Mal wieder in der Serie zu sehen, ich freue mich darauf.

10. Ich habe den Eindruck, ((Name der Person)) verhält sich in der Serie so, als wüsste er, worauf es mir und den anderen ankommt.

11. Manchmal passiert es mir, dass ich in Gedanken oder auch tatsächlich irgendwas zu ((Name der Person)) sage.

12. Wenn in Zeitungen oder Zeitschriften etwas über ((Name der Person)) stünde, würde ich es auf jeden Fall lesen.

13. Mir würde sofort auffallen, wenn ((Name der Person)) mal nicht wie gewohnt in einer Folge der Serie mitspielt.

14. Es kommt sogar vor, dass ich ((Name der Person)) vermisste, wenn er/sie längere Zeit nicht auf dem Bildschirm erscheint.

15. Ich habe das Gefühl, ((Name der Person)) ist für mich so etwas wie ein „guter alter Freund“.

16. Ich finde, ((Name der Person)) ist attraktiv.

17. Wenn jemand anderes in einer Folge wichtiger ist als ((Name der Person)), dann bin ich damit nicht so zufrieden wie sonst.

18. Manchmal schäme ich mich für ((Name der Person)), wenn ihm/ihr ein Missgeschick passiert.

19. Ich denke manchmal an ((Name der Person)), auch wenn ich gar nicht fernsehe und überlege mir, was er/sie zu bestimmten Dingen sagen würde.“ (Vorderer, 1996, 156f)

Anhang 14: Fragebogen

1. Welche dieser Sendungen kennst du und wie oft schaust du sie dir an? (bitte bei jeder Sendung ankreuzen)
<table>
<thead>
<tr>
<th>Sendung</th>
<th>Ich sehe jede Folge</th>
<th>Ich sehe mehr als 2 Folgen in der Woche</th>
<th>Ich sehe 1 Folge in der Woche</th>
<th>Ich sehe kaum eine Folge (nur wenn nichts besseres läuft)</th>
<th>Ich sehe diese Sendung nicht</th>
<th>Ich kenne diese Sendung nicht</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Berlin Tag &amp; Nacht (RTL 2)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Köln 50667 (RTL 2)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Hilf mir doch! (VOX)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Familien-Fälle (SAT1)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Schicksale - und plötzlich ist alles anders (SAT1)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Privatdetektive im Einsatz (RTL 2)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Die Trovatos – Detektive decken auf (RTL)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>x-Diaries (RTL 2)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Betrugsfälle (RTL)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Familien im Brenn-</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
2. Warum siehst du diese Sendung so gerne? (Falls du bei einer jede Folge verfolgst)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Welche Sendung: ____________________________</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Warum verfolgst du sie so gerne: ____________________________</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bitte beantworte die folgenden Fragen bezogen auf eine oder mehrere Sendungen, die du oben ausgewählt hast. Falls du keine dieser Sendungen schaust oder kennst mach bitte ab Frage 26 weiter.

3. Es fällt mir einfach der Handlung zu folgen, da ich mich gut in die Charaktere versetzen kann.

- □ Trifft völlig zu
- □ Trifft eher zu
- □ Trifft eher nicht zu
- □ Trifft gar nicht zu

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

5. Wenn die Charaktere in der Sendung seine/ihre Meinung oder auch persönliche Gefühle zum Ausdruck bringen, ist die Sendung für mich attraktiver.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht


☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht


☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht
8. Ich finde es angenehm, die Stimme von der Serienfigur bei mir zu Hause zu hören.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

9. Ich habe den Eindruck, die Sendung (oder Sendungen) greift die Themen auf, die mir und anderen wichtig sind – so, als wüsste sie, worauf es mir und den anderen ankommt.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht


☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

11. Wenn in Zeitungen oder Zeitschriften etwas über die Sendung (oder Sendungen) stünde, würde ich es auf jeden Fall lesen.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

12. Es kommt sogar vor, dass ich die Sendung (oder Sendungen) vermissen, wenn sie längere Zeit nicht auf dem Bildschirm erscheint.

☐ Trifft völlig zu
13. Wenn in einer Folge komplett andere Themen aufgegriffen werden als die die ich gewohnt bin, dann bin ich damit nicht so zufrieden wie sonst.

14. Manchmal schäme ich mich für die Darsteller in der Sendung, wenn ihnen ein Missgeschick passiert.

15. Ich denke manchmal an die Sendung (oder Sendungen), auch wenn ich gar nicht fernsehe und überlege mir, was die Darsteller zu bestimmten Dingen sagen würde, oder was ich zu ihnen sagen würde.

16. Ich habe beim Anschauen der Sendung manchmal den Eindruck, als würden die Darsteller sich direkt an mich wenden und zu mir sprechen.
17. Ich würde gerne die Darsteller der Sendung (oder Sendungen) einmal persönlich treffen.

18. Die Themen die in der Sendung aufgegriffen werden könnten meiner Meinung nach der Wahrheit entsprechen.

19. Ich habe auch schon mal eine ähnliche Situation wie in der Sendung erlebt. (Es kann dir passiert sein oder jemandem den du kennst)

20. Ich denke, dass in der Sendung (oder Sendungen) wahre Begebenheiten nachgespielt werden.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

22. Ich denke die Sendungen spiegeln die Gesellschaft wieder.

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

23. Ich habe Freunde die diese Sendung auch gerne sehen

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht

24. Ich rede gerne mit Freunden über die Sendung (oder Sendungen).

☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
☐ Trifft gar nicht zu
☐ Ich weiß es nicht


☐ Trifft völlig zu
☐ Trifft eher zu
☐ Trifft eher nicht zu
26. Wie viele Stunden siehst du durchschnittlich Fern?
- 3 Stunden täglich oder mehr
- 1 bis 2 Stunden täglich
- 5 bis 7 Stunden in der Woche
- 3 Stunden in der Woche
- Weniger als 3 Stunden in der Woche

27. In welcher Umgebung siehst du meistens Fern?
- In meinem Zimmer alleine
- Im Wohnzimmer alleine
- Mit meinen Freunden
- Mit meinen Eltern
- Mit meinen Geschwistern

28. Geschlecht
- männlich
- weiblich

29. Welche Klasse besuchst du?
- 5. Klasse
- 6. Klasse
- 7. Klasse
- 8. Klasse
- 9. Klasse
- 10. Klasse

30. Wie alt bist du?
- 11 Jahre oder jünger
- 12 Jahre
- 13 Jahre
- 14 Jahre
- 15 Jahre
- 16 Jahre
- 17 Jahre
Literaturverzeichnis


Rosenmüller, Franziska (2010): Spaß am Ärger? - Der Einfluss negativer parasozialer Interaktion auf das Unterhaltungsurteil bei der Rezeption bei Castingshows am Beispiel von „Deutschland sucht den Superstar“. Grin Verlag, München. Online: http://books.google.de/books?id=zlGnSuZgPLkC&printsec=frontcover&dq=franziska+rosenmueller&hl=de&ei=nl6GUrOVHLOK4gTQ4ICABQ&ved=0CGIQ6AEwCA#v=onepage&q=franziska%20rosenmueller%20C3%BCller&f=false (Abrufdatum: 15.11.2013)


(Eidesstattliche) Erklärung


_____________________________________________________________________________________

Ort, Datum                                                                                     Unterschrift