

Peter Winterhoff-Spurk

Medienpsychologie

Eine Einführung

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

Verlag W. Kohlhammer

Inhaltsverzeichnis

1	Medienpsychologie – Definition und Geschichte mikroanalytischer Medienforschung	7
1.1	„Bleiben Sie gesund.“ – Kommunikation und Massenkommunikation.....	9
1.2	„Geheimnisse einer Seele“ – Zum Verhältnis von Psychologie und Medienpsychologie.....	20
1.3	Das Kaffeehaus – Zur Geschichte der medienpsychologischen Forschung	31
2	Einschalten, Dabeibleiben, Abschalten – Kognitive und emotionale Aspekte der Mediennutzung	45
2.1	Die magische Zahl 7 – Theorien und Befunde zur TV-Programmauswahl	46
2.2	Kindchenschema und Neugier – Wahrnehmungspsychologische Untersuchungen zum Fernsehen.....	57
2.3	Reizkomplexität und Sekundärtätigkeiten – Variablen des Ausschaltens.....	63
3	Affektfernsehen – Emotionale Medienwirkungen	69
3.1	„Sex and crime“ – Medien und Sensationslust.....	71
3.2	Zwischen Liebe und Angst – Fernsehgefühle	74
3.3	Flache Gefühle – Zur Kultivierung von Emotionen.....	82
4	Informationen und Meinungen – Kognitive Medienwirkungen	85
4.1	Indianer am Seil – Entwicklungspsychologische Befunde zum Fernsehen.....	86
4.2	Wissensillusionen – Wirkungen von Informationssendungen	102
4.3	„Welcome, Mr. Chance“ – Kultivierungsforschung	116
5	Gewalt, prosoziales Verhalten und Werbung – Verhaltensbezogene Medienwirkungen	123
5.1	Sozialemission Gewalt – Fernsehen und aggressives Verhalten.....	124
5.2	Ferner Nächster – Medien und prosoziales Verhalten	135
5.3	Clinton als Ikone – Fernsehen und Wählen.....	140

6 Medienpsychologische Forschungsergebnisse – Reaktionen, Bilanz und Perspektiven	157
6.1 Individuelle Reaktionen – Möglichkeiten und Grenzen von Medienkompetenz	157
6.2 Wissenschaftliche Bilanz – Befunde und Defizite der medienpsychologischen Forschung	163
6.3 Forschungsperspektiven – Zur Entwicklung der empirischen Medienpsychologie.....	168
7 Literatur.....	179
Autorenverzeichnis	208
Stichwortverzeichnis	216