

# Inhalt

## I. AUSGANGSSITUATION

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>15</b>
1.1	Problemstellung .....	15
1.2	Ziele.....	17
1.3	Aufbau der Arbeit und Hinweise .....	18
1.3.1	Aufbau der Arbeit .....	18
1.3.2	Hinweise zu den Kapiteln 11 und 12 .....	19
<b>2</b>	<b>Stand der Forschung</b> .....	<b>22</b>
2.1	Fernsehärger – eine unerforschte Emotion?.....	22
2.2	Ärger rund ums Fernsehen.....	22
2.3	Fernsehinhalte und Ärger.....	24

## II. THEORETISCHE ZUGÄNGE UND BEZUGSRAHMEN

<b>3</b>	<b>Fernsehnutzer und das Fernsehen – Theoretische Ansätze aus der Medienforschung</b> .....	<b>35</b>
3.1	Aufbau und Zweck des Kapitels .....	35
3.2	Uses and Gratifications Approach (UGA) .....	36
3.2.1	Grundzüge.....	36
3.2.2	Gründe für die Medienzuwendung.....	40
3.2.3	Kritik.....	42
3.3	Erweiterung durch den interpretativen Ansatz ('Nutzenansatz') .....	49
3.4	Parasoziale Interaktion und Beziehung.....	51
3.4.1	Grundzüge.....	51
3.4.2	Ausgewählte Studienergebnisse.....	54
3.4.3	Kritik.....	55
3.5	Soziale Vergleichsprozesse.....	57
<b>4</b>	<b>Ärger als Alltagsemotion – Theoretische Ansätze aus der Emotionsforschung</b> .....	<b>60</b>
4.1	Aufbau und Zweck des Kapitels und das Wort 'Ärger' .....	60
4.2	Formen und Entstehung von Ärger.....	61
4.3	Ärgerauslöser und soziale Kognitionen .....	65
4.4	Ärger und Handeln.....	71
4.5	Ärger und subjektives Gefühl .....	76
4.6	Ärger und sinnverwandte Begriffe sowie Aggression.....	82
4.6.1	Ärger und sinnverwandte Begriffe.....	82
4.6.2	Ärger und Aggression .....	84
4.7	Emotion und Interaktion .....	92

<b>5</b>	<b>Alltags- und Medienemotionen: Theoretischer Bezugsrahmen dieser Arbeit .....</b>	<b>97</b>
5.1	Theoretische Ausgangslage.....	97
5.2	Alltags- und Mediensituationen und die Emotionen .....	98
5.3	Fernsehärger als Alltags- und Medienemotion .....	101
5.3.1	Die subjektive und soziale Perspektive.....	101
5.3.2	Aktivität und Bewusstheit.....	107
 III. METHODE – INTERVIEW – DURCHFÜHRUNG		
<b>6</b>	<b>Methode .....</b>	<b>111</b>
6.1	Qualitative Messung von Fernsehärger – Abgrenzung zu anderen Methoden.....	111
6.2	Validität .....	114
6.3	Begründung des qualitativen Vorgehens.....	117
6.3.1	Gründe auf Basis der Ärgerforschung.....	117
6.3.2	Gründe auf Basis der Fernsehforschung .....	118
6.4	Die Grounded Theory als Untersuchungsmethode.....	119
<b>7</b>	<b>Das Interview .....</b>	<b>122</b>
7.1	Das Leitfadeninterview – Vorzüge und Probleme .....	122
7.2	Das Interview – Aufbau, Dauer und Hilfsmittel .....	123
<b>8</b>	<b>Durchführung der Befragung.....</b>	<b>128</b>
8.1	Vorüberlegungen zu den Personenprofilen .....	128
8.2	Rekrutierung der Befragten, Orte und Zeitraum der Erhebung, Besonderheiten zum Interviewzeitpunkt.....	133
8.3	Die Forscherin und ihr Fernsehärger.....	135
<b>9</b>	<b>Datenaufbereitung und Schritte der Analyse.....</b>	<b>136</b>
9.1	Datenaufbereitung.....	136
9.2	Schritte der Analyse.....	137
 IV. ANALYSE UND ERGEBNISSE		
<b>10</b>	<b>Die Stichprobe .....</b>	<b>141</b>
10.1	Soziodemografische Daten .....	141
10.2	Medienausstattung und Sehtyp .....	145
<b>11</b>	<b>Anlässe .....</b>	<b>147</b>
11.1	Kapitelüberblick und Hinweise.....	147
11.2	Fernsehangebote und Ärger .....	148
11.2.1	Programmgestaltung .....	148

11.2.1.1	Werbung .....	148
11.2.1.2	Sendungen fallen aus, weg oder werden wiederholt .....	151
11.2.1.3	Angebotsextreme .....	152
11.2.1.4	Sendezeiten und Wochenendprogramm .....	153
11.2.2	Berichterstattung und Informationsdarbietung .....	155
11.2.3	Intimität und Erotik .....	159
11.2.4	Gewalt, Blut, Katastrophen .....	164
11.2.5	Produktionsseite und Aspekte der Machart .....	166
11.2.6	Personen und Situationen .....	172
11.2.7	Sonstige Fernsehgerätenlässe und aversive Reize .....	178
11.2.8	Ärgerthemen und Anlässe 'hinter' den Themen im Überblick .....	181
11.2.9	Fazit .....	183
11.3	Ärger in der Rezeptionssituation und durch Fernsehen im Allgemeinen .....	185
11.3.1	Störung der Rezeption .....	185
11.3.2	Programmvorlieben oder die Beschneidung der Eigenständigkeit und Freiheit .....	187
11.3.3	Verstöße gegen Fernsehregeln und den Wunsch nach 'gemeinsamer Fernsehzeit' .....	190
11.3.4	Das eigene Fernsehverhalten .....	194
11.3.5	Störung einer Tätigkeit .....	196
11.3.6	Geringschätzung und Missachtung .....	197
11.3.7	Sonstige .....	201
11.3.8	Die Anlässe im Überblick und Fazit .....	204
<b>12</b>	<b>Reaktionen .....</b>	<b>206</b>
12.1	Begriffsklärung: Ärgerreaktion, -bewältigung und -ausdruck .....	206
12.2	Reaktionen auf Ärger über Fernsehangebote .....	208
12.2.1	Programmgestaltung .....	208
12.2.1.1	Werbung .....	208
12.2.1.2	Sendungen fallen aus, weg oder werden wiederholt .....	211
12.2.1.3	Angebotsextreme .....	212
12.2.1.4	Sendezeiten und Wochenendprogramm .....	213
12.2.2	Berichterstattung und Informationsdarbietung .....	215
12.2.3	Intimität und Erotik .....	218
12.2.4	Gewalt, Blut, Katastrophen .....	224
12.2.5	Produktionsseite und Aspekte der Machart .....	225
12.2.6	Personen und Situationen .....	230
12.2.7	Sonstige .....	234
12.2.8	Die Reaktionen im Überblick und Fazit .....	235
12.3	Reaktionen auf Ärger in der Rezeptionssituation und durch Fernsehen im Allgemeinen .....	243
12.3.1	Störung der Rezeption .....	243

12.3.2	Programmvorlieben oder die Beschneidung der Eigenständigkeit und Freiheit .....	246
12.3.3	Verstöße gegen Fernsehregeln und den Wunsch nach 'gemeinsamer Fernsehzeit' .....	251
12.3.4	Das eigene Fernsehverhalten .....	254
12.3.5	Störungen einer Tätigkeit .....	257
12.3.6	Geringschätzung und Missachtung .....	259
12.3.7	Sonstige .....	263
12.3.8	Die Reaktionen im Überblick und Fazit .....	265
<b>13</b>	<b>Vertiefungen .....</b>	<b>271</b>
13.1	Vergleich der Anlässe und Reaktionen .....	271
13.1.1	Anlässe .....	271
13.1.2	Reaktionen .....	273
13.2	Häufigkeit, Intensität und Dauer des Fernsehärgers .....	278
13.2.1	Ziel der Analyse und methodische Anmerkungen .....	278
13.2.2	Ärger über Fernsehangebote .....	280
13.2.3	Ärger rund ums Fernsehen .....	295
13.2.4	Vergleich .....	315
13.3	Über TV-Ärger sprechen .....	323
13.3.1	Kennzeichen und Art der Kommunikation .....	323
13.3.2	Der Meinungs austausch und das Gefühl danach .....	328
13.4	Beschwerde an eine Fernsehanstalt .....	333
13.4.1	Gründe für oder gegen eine Beschwerde .....	333
13.4.2	Wer beschwert sich? – Soziale Merkmale .....	342
13.5	Die Rolle der sozialen Situation für Fernsehärger .....	343
13.6	<i>Exkurs: Ärger und Spaß</i> .....	346
13.7	<i>Exkurs: Fernsehgerät abschaffen</i> .....	358
<b>14</b>	<b>Zusammenfassung und Schluss .....</b>	<b>361</b>
Literatur .....		371
Anhang .....		389