

Anhänge

Anhänge

Anhang I: Überblick über alle ausgestrahlten Scripted Reality-Sendungen (Stand: 02.01.2014)

	RTL	RTL II	Sat. I	VOX	Kabel eins
09:30-10:00	Familien im Brennpunkt, filmpool			Hilf mir doch!, filmpool	
10:00-10:30			Richterin Barbara Salesch, filmpool		
10:30-11:00	Familien im Brennpunkt, filmpool			mieten, kaufen, wohnen, Fandango GmbH	
11:00-11:30			Richterin Barbara Salesch, filmpool		
11:30-12:00		Family Stories, Janus TV GmbH			
12:00-12:30			Richter Alexander Hold, Constantin Entertainment GmbH	Verlag mich doch, filmpool	
12:30-13:00					
13:00-13:30		Köln 50667, filmpool	Richter Alexander Hold, Constantin Entertainment GmbH		
13:30-14:00					

Anhang 1: Überblick über alle ausgestrahlten Scripted Reality-Sendungen

	RTL	RTL II	Sat.1	VOX	Kabel eins
14:00-14:30	Die Trovatos, film-pool	Berlin – Tag & Nacht, film-pool	Auf Streife, film-pool		
14:30-15:00	Verdachtsfälle, film-pool	Der Trödeltrupp, Good Times Fernsehproduktions-GmbH	Im Namen der Gerechtigkeit – Wir kämpfen für Sie!, Constantin Entertainment GmbH		
15:00-15:30		Der Trödeltrupp, Good Times Fernsehproduktions-GmbH	Anwälte im Einsatz, film-pool		
15:30-16:00	Familien im Brennpunkt, film-pool	Privatdetektive im Einsatz, film-pool	Schicksale – und plötzlich ist alles anders, Constantin Entertainment GmbH		
16:00-16:30	Betrugsfälle, Norddeich TV	X-Diaries – love, fun & sun, film-pool	Schicksale – und plötzlich ist alles anders, Constantin Entertainment GmbH		
16:30-17:00		Köln 50667, film-pool			
17:00-17:30					
17:30-18:00					
18:00-18:30					
18:30-19:00					

Anhänge

	RTL	RTL II	Sat.1	VOX	Kabel eins
19:00-19:30		Berlin – Tag & Nacht, filmpool			Achtung Kontrolle, Janus TV GmbH
19:30-20:00					

Anhang 2: Merkmale aller im Jahr 2014 ausgestrahlten Scripted Reality-Sendungen

Anhang 2: Merkmale aller im Jahr 2014 ausgestrahlten Scripted Reality-Sendungen

	Formalia		Ausstrahlungszeiträume												Quoten		
	Sender	Sendezeit	SR-Typ	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01.13	2014
Achtung Kontrolle	kabel eins	Mo-Fr: 18:55 Sa: 12:30 (12:10) Sa: 13:55 (13:35) Sa: 15:30 (15:00) (Sa: 16:40)	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	3,3	4,5**
Anwälte im Einsatz	Sat.1	Mo-Sa: 16:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12,9*	13,6
Auf Streife	Sat.1	Mo-Fr: 14:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10,9*	15,1
Berlin Models	RTL	Mo-Fr: 17:00	soap-artig	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	7,4
Berlin – Tag & Nacht	RTL II	Mo-Fr: 19:00	soap-artig	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5,5	5,6
Betrugsfälle	RTL	Mo-Fr: 17:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	13,2	9,7
Die Schulermittler	RTL	Mo: 17:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	12,2	8,3

Anhänge

	Formalia		Ausstrahlungszeiträume													Quoten	
	Sender	Sendezeit	SR-Typ	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01.13	2014
Die Trovatos	RTL	Mo-Fr: 14:00 Sa: 16:45 Sa: 17:45	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	13,6	14-15**
Familien im Brennpunkt	RTL	Mo-Fr: 16:00 Sa: 15:45	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14,0	13,6
Im Namen der Gerechtigkeit	Sat.1	Mo-Fr: 15:00 Sa: 14:00 Sa: 15:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12,9*	14,9
In Gefahr – ein verhängnisvoller Moment	Sat.1	Mo-Fr: 18:00	episodisch	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	8,7
Köln 50667	RTL II	Mo-Fr: 18:00	soap-artig	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	4,5	4,6
K11	Sat.1	Sa: 18:00 Sa: 18:30 Sa: 19:00 Sa: 19:30	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8,4*	8,2**
Mein dunkles Geheimnis	Sat.1	Sa: 17:00 Sa: 17:30 Mo-Fr: 17:00	episodisch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	11,6*	15,3**
Mieten – kaufen – wohnen	VOX	Mo-Fr: 17:00 Mo-Fr: 18:00		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5,1	5,2
Next please	RTL II	Mo-Fr: 14:00 Mo-Fr: 17:00		-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7,9*	7,5	

Anhang 2: Merkmale aller im Jahr 2014 ausgestrahlten Scripted Reality-Sendungen

	Formalia		Ausstrahlungszeiträume										Quoten			
	Sender	Sendezeit	SR-Typ	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01.13
Privatdetektive im Einsatz	RTL II	Mo-Fr: 16:25/ 16:05 Mi: 20:15	episo- disch	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	-	3,7	1,9
Richter Alexander Hold	Sat.1	Mo-Sa: 12:00 Mo-Sa: 13:00	episo- disch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7,4*	16,8
Schicksale – und plötzlich ist alles anders	Sat.1	Mo-Fr: 17:30	episo- disch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9,6*	13,6**
Teenager Stories	RTL II	Mo-Fr: 15:00		-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	4,0
Verdachtsfälle	RTL	Mo-Fr: 14:00 (12.00)	episo- disch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12,2	10,0
Verklag mich doch	VOX	Mo-Fr: 13:00 Mo-Fr: 14:00	episo- disch	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8,3	7,2
X-Diaries – love, fund & sun	RTL II	Mo-Fr: 16:00	soap- artig	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	2,8*	1,5

Anmerkung: Die Quoten für Januar 2013 entstammen der GfK-Quotenanalyse (Niemann, 2015), die Daten für 2014 entstammen dem Quotenmeter (QuotenMeter, 2002-2016).

\* Diese Quoten sind ebenfalls dem Quotenmeter entnommen (QuotenMeter, 2002-2016).

\*\* Dieser Wert ist für die Zielgruppe gültig, für die Gesamtzuschauerschaft konnten keine Werte ermittelt werden.

*Anhänge*

*Anhang 3: Coderreliabilitäten Sendungsebene*

	Holsti
Sendungsname	1,00
Ausstrahlungsdatum	1,00
Ausstrahlungsuhrzeit	1,00
Produktionsfirma	1,00
Einblendeinweis	1,00
Verwendung Handkamera	1,00
Verwendung Schwenks	1,00
Natürliche Lichtquelle	1,00
Tonqualität	1,00
Kameraverbot	1,00
Verpixelung Personen	,80
Verpixelung Kennzeichen	,80
Verpixelung Namen	,80
Verpixelung von Sonstigem	1,00
Geheimes Abhören (Ton)	1,00
Wegpiepsen (Ton)	1,00
Einsatz Spionagemittel	,80
Einsatz von Beobachtungen	1,00
Einblendungen	1,00
Erzähler	1,00
Wohnung 1	,80
Wohnung 2	,80
Thema 1	1,00
Thema 2	,60
Thema 3	1,00
Vorkommen Konflikt	1,00
Auftreten Polizei	1,00
Auftreten Experten	1,00
Konfliktlösung	1,00
Art Konfliktlösung	,60
Familienanzahl	,80
Wert: Sozialengagement	1,00

*Anhang 3: Coderreliabilitäten Sendungsebene*

	Holsti
Wert: Partnerschaft	,80
Wert: Familienleben	,80
Wert: Freundschaft	1,00
Wert: Ehrgeiz	1,00
Wert: Verantwortungsbewusstsein	1,00
Wert: Toleranz	1,00
Wert: Gesundheitsbewusstsein	1,00
Wert: Glaube	1,00
Wert: Materialismus	,80
Wert: Gleichheit	1,00
Wert: Gerechtigkeit	1,00
Wert: Aufrichtigkeit	,80
Wert: Fairness	,60
Wert: Hedonismus	1,00
Metabotschaft 1	,80
Metabotschaft 2	,60
Metabotschaft 3	,60

*Anhänge*

*Anhang 4: Coderreliabilitäten Akteursebene*

	Holsti
Akteurstyp	1,00
Genaueres Alter	,94
Geschätztes Alter	,77
Geschlecht	1,00
Statur	,94
Tätowierung	,94
Äußeres Erscheinungsbild	,71
Kleidungsstil	,82
Familienstand	,82
Treue	,88
Schimpfworte	,71
Sprachebene	1,00
Sprachform	,94
Familienmitglied	1,00
Familiäre Rolle	,88
Beruf	,77
Berufshierarchie	,65
Erziehungsinstanz	,77
Erziehungsstil	,91
Soziale Rolle	,77
Schichtzugehörigkeit	,88
Empathie	,94

Anhang 5: Coderreliabilitäten Familienebene

Anhang 5: Coderreliabilitäten Familienebene

	Holsti
Anzahl minderjährige Kinder	1,00
Anzahl minderjährige Kinder im Haushalt	1,00
Anzahl volljährige Kinder	1,00
Anzahl volljährige Kinder im Haushalt	1,00
Familienstruktur	1,00
Dominanz	,82
Konfliktverhalten	,77
Offenheit	,94
Materialismus	,77
Genussbetont	,94
Mut	,82
Verantwortung	,47
Auftreten	,94
Respekt	,82
Vertrauen	,82
Fürsorge	,82
Moralische Rolle	,77
Bestrafung	,77
Schwere der Bestrafung	,88
Lernfortschritt	,71
Wertetyp	,71
Happy End	,88
Emotion 1	,71
Emotion 2	,88
Handlungsempfehlungen	1,00
Background Informationen	1,00
Einbezug in Handlung	1,00
Anzahl Familienmitglieder (Kernfamilie)	1,00
Atmosphäre (Kernfamilie)	,67
Wohnung (Kernfamilie)	1,00
Wohnungseinrichtung	,83
Art der Familie	,67

Anhang 6: Überblick über die codierten Folgen im Untersuchungszeitraum

2014	Achtung Kontrolle (Kabel ems)	Anwälte im Einsatz (Sat.1)	Betrugsfälle (RTL)	Verdachtsfälle (RTL)	Schicksale (Sat.1)	Verlag mich doch (Vox, 13:00 – 14:00)
	06.01.2014	06.01.2014	06.01.2014	07.01.2014*	06.01.2014	06.01.2014
Januar	10.01.2014	10.01.2014	10.01.2014	10.01.2014	10.01.2014	10.01.2014
	16.01.2014	15.01.2014*	16.01.2014	16.01.2014	16.01.2014	16.01.2014
	22.01.2014	22.01.2014	22.01.2014	22.01.2014	22.01.2014	22.01.2014
	28.01.2014	28.01.2014	28.01.2014	28.01.2014	28.01.2014	28.01.2014
	03.03.2014	03.03.2014	03.03.2014	03.03.2014	03.03.2014	03.03.2014
März	07.03.2014	07.03.2014	07.03.2014	07.03.2014	07.03.2014	07.03.2014
	13.03.2014	13.03.2014	13.03.2014	13.03.2014	13.03.2014	13.03.2014
	19.03.2014	19.03.2014	19.03.2014	19.03.2014	19.03.2014	19.03.2014
	25.03.2014	25.03.2014	25.03.2014	25.03.2014	25.03.2014	25.03.2014
	09.07.2014*	07.07.2014	07.07.2014	07.07.2014	07.07.2014	07.07.2014
Juli	11.07.2014	09.07.2014*	11.07.2014	11.07.2014	11.07.2014	11.07.2014
	17.07.2014	17.07.2014	01.07.2014**	17.07.2014	17.07.2014	17.07.2014
	23.07.2014	23.07.2014	04.07.2014**	23.07.2014	23.07.2014	23.07.2014
	29.07.2014	29.07.2014	09.07.2014**	29.07.2014	31.07.2014*	29.07.2014
	10.11.2014**	03.11.2014	03.11.2014	03.11.2014	03.11.2014	03.11.2014
November	14.11.2014**	07.11.2014	07.11.2014	07.11.2014	06.11.2014*	07.11.2014
	13.11.2014	13.11.2014	13.11.2014	13.11.2014	13.11.2014	13.11.2014
	19.11.2014	05.11.2014**	05.11.2014**	19.11.2014	19.11.2014	19.11.2014
	18.11.2014**	11.11.2014**	11.11.2014**	25.11.2014	25.11.2014	25.11.2014

\* Die Sendung war am gezogenen Datum nicht verfügbar, daher wurde per Zufallsauswahl ein neues Datum innerhalb derselben Woche gezogen.

\*\* Die Sendungen waren in den Wochen nicht verfügbar, daher wurden alle codierten Sendungen zufällig innerhalb der verfügbaren Wochen gezogen.

Anhang 7: In der Sendung „Betrugsfälle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 7: In der Sendung „Betrugsfälle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Sozialengage- ment	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Partnerschaft	vermittelt	2	-	2	1
	infrage ge- stellt	1	-	-	1
Familienleben	vermittelt	2	4	4	1
	infrage ge- stellt	1	-	-	-
Freundschaft	vermittelt	1	1	1	3
	infrage ge- stellt	2	2	-	-
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	1
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Verantwortung	vermittelt	-	2	1	1
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	-	1	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Gesundheits- bewusstsein	vermittelt	-	1	-	1
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Materialismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	1	-	1	-

*Anhänge*

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Gleichheit	vermittelt	-	-	-	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gerechtigkeit	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	4	2	5	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Fairness	vermittelt	-	2	-	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gesamt		14	14	14	14

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 8: In der Sendung „Verdachtsfälle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 8: In der Sendung „Verdachtsfälle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Sozialengage- ment	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	1	-	-
Partnerschaft	vermittelt	3	1	1	2
	infrage ge- stellt	-	1	2	2
Familienleben	vermittelt	-	4	-	3
	infrage ge- stellt	1	-	-	-
Freundschaft	vermittelt	3	2	1	1
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Verantwortung	vermittelt	-	-	1	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Gesundheits- bewusstsein	vermittelt	1	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Materialismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	1	-	1

*Anhänge*

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Gleichheit	vermittelt	-	-	-	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gerechtigkeit	vermittelt	1	-	-	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	2	3	4	3
	infrage gestellt	-	-	-	-
Fairness	vermittelt	3	1	1	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gesamt		14	14	10	15
Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich					

Anhang 9: In der Sendung „Schicksale“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 9: In der Sendung „Schicksale“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Sozialengagement	vermittelt	1	1	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Partnerschaft	vermittelt	5	3	1	3
	infrage gestellt	-	-	1	-
Familienleben	vermittelt	1	2	2	3
	infrage gestellt	-	1	2	-
Freundschaft	vermittelt	2	-	2	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Verantwortung	vermittelt	-	2	4	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	-	1	-	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gesundheitsbewusstsein	vermittelt	-	-	1	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Materialismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	1	-	1

*Anhänge*

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Gleichheit	vermittelt	1	-	-	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gerechtigkeit	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	3	2	2	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Fairness	vermittelt	-	1	-	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	1	-	-
Gesamt		13	16	15	14
Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich					

Anhang 10: In „Anwälte im Einsatz“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 10: In der Sendung „Anwälte im Einsatz“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Sozialengage- ment	vermittelt	-	1	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Partnerschaft	vermittelt	2	1	1	1
	infrage ge- stellt	-	1	3	3
Familienleben	vermittelt	3	2	2	4
	infrage ge- stellt	-	1	-	-
Freundschaft	vermittelt	-	-	2	1
	infrage ge- stellt	-	1	-	-
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	1	-	-
Verantwortung	vermittelt	1	3	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	1	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Gesundheits- bewusstsein	vermittelt	1	-	-	-
	infrage ge- stellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	1	-	-	-
Materialismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage ge- stellt	1	1	1	2

*Anhänge*

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Gleichheit	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gerechtigkeit	vermittelt	-	1	1	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	2	2	4	2
	infrage gestellt	-	-	-	-
Fairness	vermittelt	1	-	1	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	1	-	-	-
Gesamt		12	15	15	15
Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich					

Anhang 11: In der Sendung „Verklag mich doch“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 11: In der Sendung „Verklag mich doch“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Sozialengagement	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Partnerschaft	vermittelt	1	-	-	3
	infrage gestellt	3	2	2	-
Familienleben	vermittelt	-	2	1	1
	infrage gestellt	-	-	1	2
Freundschaft	vermittelt	1	2	1	1
	infrage gestellt	-	-	-	1
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	1
Verantwortung	vermittelt	-	1	2	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gesundheitsbewusstsein	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Materialismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	3	2	2	-

*Anhänge*

		Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Gleichheit	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gerechtigkeit	vermittelt	4	3	2	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	2	2	2	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Fairness	vermittelt	1	1	1	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	1	1
Gesamt		14	15	15	14

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 12: In der Sendung „Achtung Kontrolle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

Anhang 12: In der Sendung „Achtung Kontrolle“ vermittelte Werte im Monatsvergleich

		Jan (n = 32)	Mrz (n = 49)	Juli (n = 38)	Nov (n = 62)
Sozialengagement	vermittelt	1	2	1	10
	infrage gestellt	-	-	-	-
Partnerschaft	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	1	-	-	-
Familienleben	vermittelt	-	2	-	1
	infrage gestellt	2	-	-	-
Freundschaft	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	1	-	1	-
Ehrgeiz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Verantwortung	vermittelt	7	46	34	46
	infrage gestellt	-	-	-	-
Toleranz	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Gesundheitsbewusstsein	vermittelt	5	-	2	1
	infrage gestellt	-	-	-	-
Glaube	vermittelt	-	-	-	-
	infrage gestellt	-	-	-	-
Materialismus	vermittelt	3	-	-	-
	infrage gestellt	5	3	6	6

*Anhänge*

		Jan (n = 32)	Mrz (n = 49)	Juli (n = 38)	Nov (n = 62)
Gleichheit	vermittelt	-	1	3	7
	infrage gestellt	-	-	-	3
Gerechtigkeit	vermittelt	15	18	25	32
	infrage gestellt	1	2	-	-
Aufrichtigkeit	vermittelt	7	13	5	13
	infrage gestellt	-	1	-	-
Fairness	vermittelt	2	4	5	9
	infrage gestellt	-	-	-	-
Hedonismus	vermittelt	-	-	3	-
	infrage gestellt	1	6	-	-
Gesamt		51	96	85	128

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 13: Metabotschaften in der Sendung „Betrugsfälle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.	-	-	1	-
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	-	1	1	2
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	-
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	-	-	-
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	-	-	-
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	1	-	2	-
Finanzielle Probleme (allgemein)	1	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	-	-	1
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	1
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	-	-	-	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	1
Schlechte Welt (allgemein)	-	-	-	-
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	-	-	-	1

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	-	-	-	-
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	1	-	-	-
Heile Welt (allgemein)	-	-	-	-
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./Gerechtigkeit siegt.	1	-	-	-
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	5	1	2	1
Wahre Liebe siegt.	-	2	1	2
Das Gute siegt.	-	-	-	1
Falsche Taten rächen sich.	1	-	1	3
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	2	2	2	-
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	1	-	-	-
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	-	2	-	-
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	-	1	1	-
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	-	1	-	-
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	-	-	-	-

Anhang 13: Metabotschaften in der Sendung „Betrugsfälle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	-	1	-
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	1	1	-	-
Bleibe dir selbst treu.	-	-	-	-
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	-	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	1
Gesundheit (allgemein)	-	-	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	14	11	12	14

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 14: Vermittelte Metabotschaften in der Sendung „Verdachtsfälle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	März (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.	-	1	1	-
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	-	2	2	2
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	-
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	-	-	-
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	-	-	-
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	1	1	1	1
Finanzielle Probleme (allgemein)	-	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	-	-	-
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	-
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	1	-	-	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	-
Schlechte Welt (allgemein)	-	-	-	-
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	-	-	-	-
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	2	-	-	-

Anhang 14: Metabotschaften in der Sendung „Verdachtsfälle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	-	1	1	1
Heile Welt (allgemein)	-	-	-	-
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./ Gerechtigkeit siegt.	1	-	1	3
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	1	-	1	5
Wahre Liebe siegt.	3	2	1	-
Das Gute siegt.	-	1	1	-
Falsche Taten rächen sich.	1	-	1	-
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	1	1	1	2
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	-	1	2	1
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	-	-	1	-
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	-	1	-	-
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	-	-	-	-
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	-	-	-	-
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	-	-	-

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	1	2	1	-
Bleibe dir selbst treu.	-	-	-	-
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	-	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	-
Gesundheit (allgemein)	-	-	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	1	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	13	13	15	15

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 15: Metabotschaften in der Sendung „Schicksale“ im Monatsvergleich

Anhang 15: Vermittelte Metabotschaften in der Sendung „Schicksale“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.	-	-	-	-
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	-	-	-	-
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	1
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	1	1	-
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	-	1	1
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	1
Finanzielle Probleme (allgemein)	-	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	-	-	-
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	-
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	-	1	-	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	-
Schlechte Welt (allgemein)	-	-	-	-
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	-	-	1	-
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	-	1	-	-

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	-	-	-	-
Heile Welt (allgemein)	-	-	-	-
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./Gerechtigkeit siegt.	-	-	-	-
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	2	3	1	4
Wahre Liebe siegt.	3	2	1	2
Das Gute siegt.	-	-	-	-
Falsche Taten rächen sich.	-	-	-	-
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	2	1	1	1
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	-	-	-	1
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	1	3	-	-
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	-	-	1	1
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	-	1	1	-
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	1	-	-	-
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	-	-	-
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	-	-	-	-

Anhang 15: Metabotschaften in der Sendung „Schicksale“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Bleibe dir selbst treu.	-	-	2	1
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	-	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	-
Gesundheit (allgemein)	-	-	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	-	-	1	-
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	9	13	11	13

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 16: Vermittelte Metabotschaften in der Sendung „Anwälte im Einsatz“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.	2	1	5	1
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	-	-	1	-
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	-
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	1	-	-
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	1	-	-
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	1	-	1	1
Finanzielle Probleme (allgemein)	-	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	1	-	-
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	-
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	-	-	-	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	-
Schlechte Welt (allgemein)	-	-	-	-
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	1	1	1	-

Anhang 16: Metabotschaften in der Sendung „Anwälte im Einsatz“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	März (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	-	1	-	2
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	1	-	-	1
Heile Welt (allgemein)	-	-	-	-
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./Gerechtigkeit siegt.	-	-	2	2
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	3	5	3	2
Wahre Liebe siegt.	-	1	1	-
Das Gute siegt.	-	-	-	1
Falsche Taten rächen sich.	-	-	-	1
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	1	-	1	2
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	-	-	-	-
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	1	-	-	1
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	2	1	-	-
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	1	-	-	-
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	-	-	-	-

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	-	-	-
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	1	-	-	-
Bleibe dir selbst treu.	-	-	-	-
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	-	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	-
Gesundheit (allgemein)	-	-	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	14	13	15	14

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 17: Metabotschaften in der Sendung „Verklag mich doch“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.	1	1	2	1
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	1	-	2	-
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	-
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	1	-	1
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	-	-	-
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	1	-	-	-
Finanzielle Probleme (allgemein)	-	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	-	-	1
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	-
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	-	-	1	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	1
Schlechte Welt (allgemein)	-	-	-	-
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	-	1	1	2

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	1	3	-	-
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	2	-	1	1
Heile Welt (allgemein)	-	-	-	-
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./Gerechtigkeit siegt.	5	3	1	3
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	1	3	1	3
Wahre Liebe siegt.	-	-	-	1
Das Gute siegt.	1	1	3	-
Falsche Taten rächen sich.	1	-	-	-
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	-	1	-	-
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	-	-	-	-
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	-	-	-	-
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	-	-	-	-
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	1	1	-	-
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	-	-	1	-
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	-	1	-

Anhang 17: Metabotschaften in der Sendung „Verlag mich doch“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 5)	Mrz (n = 5)	Juli (n = 5)	Nov (n = 5)
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	-	-	1	-
Bleibe dir selbst treu.	-	-	-	-
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	-	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	-
Gesundheit (allgemein)	-	-	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	15	15	15	14

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 18: Vermittelte Metabotschaften in der Sendung „Achtung Kontrolle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 32)	März (n = 49)	Juli (n = 38)	Nov (n = 62)
Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabhängig.	-	-	-	-
Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.	-	-	-	1
Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.	-	-	-	-
Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.	-	-	-	-
Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.	-	-	-	-
Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	-
Finanzielle Probleme (allgemein)	-	-	-	-
Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.	-	-	1	-
Harte Arbeit zahlt sich aus.	-	-	-	1
Gute Freunde gehen durch dick und dünn.	-	-	-	-
Freundschaft überwindet alle Hindernisse.	-	-	-	-

Anhang 18: Metabotschaften in der Sendung „Achtung Kontrolle“ im Monatsvergleich

	Jan (n = 32)	Mrz (n = 49)	Juli (n = 38)	Nov (n = 62)
Schlechte Welt (allgemein)	-	1	-	2
Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.	3	6	-	1
Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.	2	-	-	3
Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.	8	15	8	8
Heile Welt (allgemein)	-	1	-	3
Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./ Gerechtigkeit siegt.	17	7	12	19
Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.	-	1	5	6
Wahre Liebe siegt.	-	-	-	-
Das Gute siegt.	-	2	-	2
Falsche Taten rächen sich.	-	-	-	-
Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.	3	3	2	4
Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.	-	-	-	-
Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.	1	2	-	7

	Jan (n = 32)	Mrz (n = 49)	Juli (n = 38)	Nov (n = 62)
Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen.	1	1	-	2
Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen.	1	32	26	15
Der Zweck heiligt nicht die Mittel.	1	2	-	-
Ziehe keine voreiligen Schlüsse.	-	1	-	1
Wende dich von den falschen Einflüssen ab.	2	-	1	-
Bleibe dir selbst treu.	-	-	-	-
Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich.	-	1	-	-
Tattoos sind nicht schön.	-	-	-	-
Gesundheit (allgemein)	2	1	-	-
Achte auf dich und deine Gesundheit.	-	1	3	2
Sonstiges	-	-	-	1
Gesamt	41	76	57	78

Anmerkung: Angaben in absolute Häufigkeiten; Mehrfachcodierungen möglich

Anhang 19: Sendungsprofile der untersuchten episodischen Scripted Reality-Sendungen

Betrugsfälle:

Die in der Sendung *Betrugsfälle (Bf)* gezeigten Ereignisse und Konflikte stammen hauptsächlich aus dem Bereich Ehe, Partnerschaft und Liebe sowie anderen verwandtschaftlichen und sozialen Beziehungen. Es ist somit ein deutlicher Fokus auf den familiären Bereich sowie soziale Beziehungen festzustellen. Dieser Schwerpunkt zeigt sich auch darin, dass die Alltagsmenschen meist in ihrer sozialen Rolle innerhalb der Familie auftreten. Darüber hinaus kennzeichnet sich die Sendung dadurch aus, dass die aufkommenden Konflikte durch die Alltagsmenschen selbst gelöst werden – beispielsweise im Rahmen eines Ausgleichs, der für alle Beteiligten annehmbar ist. Die Akteure bei *Bf* sind vergleichsweise häufig verantwortungsvolle und verständnisvolle Menschen mit empathischem Verhalten, was die Konfliktlösung ohne die Einbindung von außenstehenden Experten, beispielsweise Anwälten oder Polizisten, ermöglicht. Im Allgemeinen sind Werte wie Partnerschaft, Familienleben, Freundschaft und Aufrichtigkeit zentral. Oft bildet eine Partnerschaft jedoch auch den Ausgangspunkt eines Konflikts und wird als Wert somit infrage gestellt. Vergleichsweise häufig wird in *Bf* die Botschaft vermittelt, dass Fremdgehen in einer Partnerschaft ein großes Thema ist – absolut gesehen nimmt diese Metabotschaft aber keine zentrale Rolle ein. Dies spiegeln die Zahlen zu den treuen Akteuren wider.

Verdachtsfälle:

Wie auch bei der Sendung *Bf* dreht sich das Geschehen bei *Verdachtsfälle (Vf)* häufig um die Bereiche Ehe, Partnerschaft und Liebe sowie verwandtschaftliche und soziale Beziehungen. Dass die Familie im Fokus steht, zeigt sich erneut in den eingenommenen sozialen Rollen. Rein harmonische Familien werden allerdings nur verhältnismäßig selten gezeigt, Familienbeziehungen sind eher von Konflikten geprägt. Die Sendung *Vf* unterscheidet sich von *Bf* dahingehend, dass häufig externe Experten in die Konflikte eingebunden sind. Überdies verwenden die Alltagsmenschen bei *Vf* vergleichsweise häufig Schimpfworte im Umgang mit anderen Akteuren. Nichtsdestotrotz sind sie in besonderem Maße verantwortungsvolle und verständnisvolle Alltagsmenschen. Werte wie Partnerschaft, Familienleben, Freundschaft sowie Aufrichtigkeit und Fairness sind zentral. In Be-

## *Anhänge*

zug auf die Thematisierung von Seitensprüngen in festen Partnerschaften zeigen sich ähnliche Ergebnisse wie bei *Bf*.

Schicksale – und plötzlich ist alles anders:

Die Sendung *Schicksale- und plötzlich ist alles anders (Schicksale)* greift nicht auf einen Erzähler zurück, welcher durch die Handlung führt. Stattdessen erleichtern Einblendungen von Ort und Zeit das Verfolgen des Ereignisses. Auch bei diesem Format zeigt sich ein deutlicher Fokus auf die Themen Ehe, Partnerschaft und Liebe sowie verwandtschaftliche Beziehungen, wenn auch nur vergleichsweise selten verheiratete Personen gezeigt werden. Die Alltagsmenschen sind oftmals liierte Akteure, nicht selten aber auch Singles. Weiterhin wohnen die hier gezeigten Familien im Vergleich zu den anderen episodischen Scripted Reality-Formaten häufig in freistehenden Häusern. Bezogen auf das äußere Erscheinungsbild nehmen die Alltagsmenschen bei *Schicksale* insofern eine Sonderstellung ein, als sie auffallend gepflegt und elegant gekleidet sind. Die Wortwahl der Akteure ist sehr bedacht. So wurden innerhalb des Untersuchungszeitraumes keine Akteure erfasst, die Schimpfworte verwenden. Gleichzeitig sprechen die Alltagsmenschen vergleichsweise häufig Hochsprache. Dies alles spricht dafür, dass bei *Schicksale* eher die obere soziale Mittelschicht dargestellt wird. Die auftretenden Alltagsmenschen sind außerdem im besonderen Maße fürsorglich, verantwortungsvoll sowie verständnisvoll und das Familienleben wird nur selten von konflikthaltigem Verhalten dominiert. Insgesamt wird in *Schicksale* ein recht breites Spektrum an Werten vermittelt – von Partnerschaft und Familienleben über Freundschaft bis hin zu Aufrichtigkeit und Verantwortung.

Anwälte im Einsatz:

Auch die Geschichten bei *Anwälte im Einsatz (AiE)* werden ohne Erzähler vermittelt. Neben Ehe, Partnerschaft und Liebe steht auch hier der Themenbereich Straftaten und Gewalt im Fokus des Gezeigten. Im Rahmen der Handlungen tauchen immer feste Experten auf, die zur Konfliktlösung herangezogen werden – oftmals findet die Lösung vor Gericht statt. Der Einsatz von Experten beschränkt sich dabei nicht auf eine Person, vielmehr werden pro Konflikt mehrere Experten eingebunden, darunter Anwälte (feste Experten) und Polizisten (Alltagsmenschen mit Expertenstatus). Selbst innerhalb der Familien ist die Lösung der gezeigten Konflikte ohne die Experten in diesem Format meist nicht möglich. Die Alltagsmen-

*Anhang 19: Sendungsprofile untersuchter episodischen Scripted Reality-Sendungen*

schen sind in ihrem Aussehen vergleichsweise auffallend häufig gepflegt oder gar überdurchschnittlich gut oder gar extravagant geschminkt und gekleidet sowie elegant. Bei *AiE* wird ebenso wie bei *Schicksale* verhältnismäßig häufig die obere soziale Mittelschicht gezeigt. Dies wird auch dadurch untermauert, dass Familien hier vermehrt in freistehenden Häusern leben. Gleichzeitig tauchen im Rahmen der Handlungen aber recht häufig Akteure auf, die Schimpfworte gebrauchen. Im Allgemeinen handelt es sich um verantwortungsvolle Alltagsmenschen. Partnerschaften werden häufig als Konfliktauslöser dargestellt und somit auch gleichzeitig infrage gestellt. Andererseits wird die Familie als wichtiges Gut dargestellt, genauso wie Gerechtigkeit und Aufrichtigkeit.

**Verklag mich doch:**

Wie bei *Schicksale* und *AiE* werden die Geschichten auch bei *Verklag mich doch (Vmd)* ohne Erzähler erzählt. Der Fokus liegt in dieser Sendung auf dem Themenbereich der Straftaten und Gewalt, während Ehe, Partnerschaft und Liebe nur an zweiter Stelle steht. Es gibt feste Experten, die zur Hilfe gerufen werden, um Konflikte zu lösen. Meist ist auch hier ein Gang vor Gericht unausweichlich, selbst wenn es um Konflikte innerhalb der Familie geht. Die Alltagsmenschen werden häufig in ihrer familiären oder beruflichen Rolle gezeigt, was in Einklang mit den behandelten Themen steht. Ebenso sprechen die Akteure neben Umgangssprache (am häufigsten) Hochsprache und Mundart, sodass hier eine relativ große Spannweite bei der verwendeten Sprache auszumachen ist. Das Verhalten der Akteure lässt sich zusammenfassend als verantwortungsvoll beschreiben und Gerechtigkeit, Aufrichtigkeit, Verantwortung sowie Fairness sind zentrale Lebenseinstellungen, welche es zu verfolgen gilt. Partnerschaften hingegen werden als Auslöser von Konflikten häufig infrage gestellt.

**Achtung Kontrolle:**

Das Format *Achtung Kontrolle (AK)* fällt durch den besonders starken Einsatz dokumentarischer Stilmittel jeglicher Art auf. Vor allem Verpixelungen werden hier häufig verwendet. Da meist nur am Ende einer Folge auf den Inszenierungscharakter hingewiesen wird, sind die einzelnen Episoden nicht mit einem Hinweis gekennzeichnet. Dadurch wird das Erkennen des Inszenierungscharakters insbesondere dann erschwert, wenn Rezipienten in das Format „reinzappen“ oder die Zuwendung vorzeitig, beispielsweise nach dem Ende einer Episode, beenden. Thematisch ist bei diesem

### *Anhänge*

Format ein deutlicher Fokus auf Straftaten und Gewalt zu verzeichnen. Auch der Freizeitbereich „Reisen“ ist vergleichsweise häufig Thema der Handlungen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass feste Experten in ihrem Alltag, beispielsweise bei ihrer Arbeit am Flughafen oder im Zoll, begleitet werden. Konflikte werden häufig durch die Macht der Experten oder durch andere Polizisten gelöst. Auffallend ist, dass bei *AK* vergleichsweise häufig Akteure aus der sozialen Unterschicht auftreten. Familien und Beziehungen werden nahezu nie thematisiert, was auch auf den Fokus der Sendung zurückzuführen ist – nämlich die alltägliche Ermittlerarbeit der begleiteten Experten. Hiermit lässt sich auch begründen, warum Alltagsmenschen häufig in der Rolle des Täters und als Einzelperson gezeigt werden. Dennoch treten Alltagsmenschen auffallend respektvoll auf und sofern Familien gezeigt werden, werden diese überwiegend harmonisch dargestellt. Verantwortung und Gerechtigkeit sind zentrale Werte, die bei *AK* vermittelt werden und sich in den Metabotschaften widerspiegeln.

Anhang 20: Verdichtung der abgefragten Formate in rezipierte Fernsehinhalte

Anhang 20: Verdichtung der abgefragten Formate in rezipierte  
Fernsehinhalte

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
Information	2,46	1,11	,674
... Nachrichten (z. B. Tagesschau)	3,99	1,36	
... Politische und Wirtschaftsmagazine (z. B. Frontal 21, Profit)	1,87	1,50	
... Talkshows (z. B. Hart aber Fair, Johannes B. Kerner)	1,52	1,42	
Edutainment	2,08	1,19	,700
... Quizsendungen (z. B. Wer wird Millionär)	2,19	1,43	
... Daily soaps & Serien (z. B. Gute Zeiten Schlechte Zeiten, The Big Bang Theory)	2,41	1,95	
... Reality TV (z. B. Mitten im Leben, Germany's next Topmodel, Das Dschungelcamp)	1,78	1,56	
... Boulevard-Magazine (z. B. Red!, Exklusiv)	1,96	1,60	
Infotainment	2,11	1,07	,800
... Natur-/Tierdokumentationen (z. B. Panda, Gorilla & Co.)	2,13	1,33	
... Technik-/Wissenschaftssendungen (z. B. Quarks & Co.)	1,93	1,41	
... Regionalsendungen (z. B. Hallo Hessen)	1,86	1,66	
... Ratgeber-/Verbrauchersendungen (z. B. Wi-so)	2,08	1,40	
... Kultur-/Bildungssendungen (z. B. Galileo)	2,58	1,40	
Actionthriller	2,08	0,99	,691
... Abenteuerfilme (z. B. Indiana Jones)	2,36	1,25	
... Science Fiction-Filme (z. B. Star Wars)	1,79	1,41	
... Horrorfilme (z. B. Saw, Das Schweigen der Lämmer)	1,68	1,41	
... Krimi/Thriller (z. B. Tatort/Verblendung)	2,51	1,43	
Familie & Komödie	1,84	0,99	,725
... Kinder-/Jugendsendungen (z. B. Die Sendung mit der Maus)	1,41	1,47	
... Familiensendungen (z. B. Unser Charlie)	1,53	1,40	

Anhänge

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
... Liebesfilme (z. B. Titanic, P.S. Ich liebe dich)	1,85	1,28	
... Komödien (z. B. Der Schuh des Manitu, Kevin – Allein zu Haus)	2,56	1,16	
Musik & Erotik	1,16	1,02	,570
... Musiksendungen (z. B. Die ultimative Chart Show)	1,59	1,29	
... Erotiksendungen (z. B. Sexy Sportclips)	0,72	1,16	
Gelöschtes Item			
... Sportsendungen	2,02	1,68	
n = 763; Skala: 0 = <i>nie</i> bis 6 = <i>(fast) täglich</i>			

Anhang 21: Verdichtung der Items zu Rezeptionsmotiven

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
Eskapismus	2,64	1,01	,772
... weil ich mich dabei total entspannen kann.	2,96	1,17	
...weil ich dabei alles um mich herum vergesse.	2,41	1,20	
... weil ich beim Schauen meine eigenen Sorgen und Probleme für eine Weile vergesse.	2,46	1,27	
Lebenshilfe	2,35	1,11	,854
... weil sie mir helfen, mit meinem eigenen Leben klar zu kommen.	1,98	1,14	
... weil ich in den Sendungen manchmal richtig gute Tipps bekomme.	2,64	1,33	
... weil ich in den Sendungen manchmal gute Anregungen für mein eigenes Leben bekomme.	2,42	1,29	
Themeninteresse	2,93	1,12	,845
... weil mich die Themen interessieren.	3,19	1,23	
... weil ich etwas über Dinge erfahre, die mir wichtig sind.	2,60	1,27	
... weil ich etwas über Dinge erfahre, die auch mir passieren könnten.	3,00	1,33	
Zeitvertreib	3,16	1,06	,838

Anhang 22: Verdichtung der Items zu persönlichen Werten zu Mittelwertindizes

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
... um mich zu beschäftigen.	3,11	1,20	
... um die Zeit zu überbrücken.	3,22	1,22	
... damit mir nicht langweilig ist.	3,14	1,24	
Sozialer Vergleich: Lateral	2,24	1,10	,748
... weil ich mich selbst manchmal mit den Menschen, die ich in den Sendungen sehe, vergleiche.	2,33	1,27	
... weil ich mich selbst an den Leuten, die in den Sendungen vorkommen, orientieren kann.	2,16	1,19	
Unterhaltung	3,45	0,97	,701
... weil sie unterhaltsam sind.	3,52	1,11	
... weil es mir Spaß macht.	3,39	1,11	
Sozialer Vergleich: Abwärts			
... weil ich gerne zusehe, wenn sich die Personen in den Sendungen lächerlich machen.	2,78	1,36	

n = 480;  
Skala: 1 = *stimme überhaupt nicht zu*, 5 = *stimme voll und ganz zu*

Anhang 22: Verdichtung der Items zu persönlichen Werten zu Mittelwertindizes, inkl. deskriptiver Angaben

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
Materialismus	2,98	0,92	,762
... Später mal im Reichtum leben.	3,02	1,11	
... Macht und Einfluss haben.	2,69	1,11	
... Dass man sich auch teure Dinge leisten kann.	3,22	1,12	
Soziales Verhalten	4,10	0,57	,796
... Sich stets ehrenvoll zu verhalten.	4,06	0,84	
... Sich bei Konflikten immer um eine friedliche Lösung bemühen.	4,16	0,87	
... Alle Menschen gerecht zu behandeln.	4,16	0,88	
... Ehrlich zu sein.	4,46	0,76	
... Sozial benachteiligten Gruppen helfen.	3,40	1,01	

Anhänge

	MW	SD	Cron- bach's $\alpha$
... Im Umgang mit anderen stets fair zu sein.	4,33	0,77	
... Gesetz und Ordnung respektieren.	4,16	0,85	
Soziale Beziehungen	4,21	0,60	,690
... Einen Partner haben, dem man vertrauen kann.	4,61	0,79	
... Ein gutes Familienleben führen.	4,43	0,82	
... Gute Freunde haben, die einen anerkennen und akzeptieren.	4,33	0,87	
... Einen besten Freund/eine beste Freundin haben.	4,12	0,98	
... Viele Kontakte zu anderen Menschen haben.	3,56	1,02	
Eigenverantwortung	4,13	0,62	,637
... Eigenverantwortlich Leben und Handeln.	4,38	0,77	
... Verantwortung tragen.	4,09	0,84	
... Fleißig und ehrgeizig sein.	3,92	0,85	
Hedonismus	4,00	0,82	,774
... Ein Leben mit viel Vergnügen.	3,90	0,91	
... Das Leben so zu gestalten, dass man viel Spaß hat.	4,10	0,90	
Gelöschte Items			
... Sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen.	3,35	0,95	
... Von anderen Menschen unabhängig sein.	4,08	0,99	
... Nach Sicherheit streben.	4,02	0,86	

n = 763;  
Skala: 1 = *stimme überhaupt nicht zu* bis 5 = *stimme voll und ganz zu*

Anhang 23: Deskriptive Darstellung der vier Dimensionen zur Realitätswahrnehmung

Anhang 23: Deskriptive Darstellung der vier Dimensionen zur Realitätswahrnehmung

	MW	SD	Cronbach's $\alpha$
Plausibilität	3,52	0,99	,881
... Die Ereignisse in den Sendungen könnten im wirklichen Leben passieren.	3,57	1,08	
... Die gezeigten Ereignisse stellen mögliche Situationen im wirklichen Leben dar.	3,41	1,15	
... Die Ereignisse könnten möglicherweise im realen Leben passieren.	3,57	1,06	
Typikalität	3,20	1,01	,891
... Viele Menschen erleben Dinge, die den Ereignissen in den Sendungen ähnlich sind.	3,35	1,08	
... Die Sendungen zeigen Ereignisse, die vielen Menschen widerfahren.	3,14	1,14	
... Die Ereignisse in den Sendungen sind etwas, das viele Menschen erleben	3,10	1,13	
Narrative Konsistenz	2,84	1,00	,781
... Die Inhalte in den Sendungen machen immer Sinn.	3,02	1,14	
... Die Geschichten in den Folgen sind in sich stimmig	2,67	1,06	
Wahrgenommener Inszenierungscharakter			
... Die Geschichten sind frei erfunden.	3,69	1,18	
Gelöschte Items			
... Das Gezeigte passiert wirklich und die Fernsehmacher sind dabei und filmen mit.	1,73	1,13	
... Das Gezeigte ist in der Vergangenheit wirklich passiert und wurde für das Fernsehen nachgespielt.	2,92	1,06	
... Die Ereignisse in den Sendungen haben üblicherweise einen roten Faden.	3,16	1,06	
n = 480;			
Skala: 1 = <i>stimme überhaupt nicht zu</i> , 5 = <i>stimme voll und ganz zu</i>			

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Cohen, J. & Weimann, G. (2000). Cultivation revisited: Some genres have some effects on some viewers. <i>Communication Reports</i> , 13(2), 99-114. doi: 10.1080/08934210009367728	Israel	Schlechte Welt-Sicht	Nein	Paper Pen-cil-Befragung von Schülern jüdischer Schulen im Rahmen einer nationalen Jugendbefragung (n = 4840)	Die Zuwendung zu manchen Genres steht im Zusammenhang zu einer positiveren Einschätzung der Realität; Geschlecht, Alter und Religiosität werden als wichtige Drittvariablen identifiziert	Genre-spezifische Kultivierung (mehrere Genres)
Harrison, K. (2000). The body electric: Thin-ideal media and eating disorders in adolescents. <i>Journal of Communication</i> , 50(3), 119-143. doi: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02856.x	USA	Essstörungen	Nein	Befragung von jungen Erwachsenen (n = 366)	Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Essstörungen bei Frauen, insbesondere älteren; Einzelne Effekte auch bei männlichen Rezipienten	Genre-spezifische Kultivierung (körperbetonende Medieninhalte)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Dixon, T. L. & Linz, D. (2000). Overrepresentation and underrepresentation of African Americans and Latinos as lawbreakers on television news. <i>Journal of Communication</i> , 50(2), 131–154. doi: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02845.x	USA	Darstellung ethischer Gruppen & Kriminalität	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 116 Sendungen)	Nein	Verzerrte Darstellung von Kriminalität unter verschiedenen ethnischen Gruppen im Vergleich zur Realität: Afro-Amerikaner und Latinos häufiger als Täter dargestellt als Weiße; Weiße werden häufiger als Verteidiger dargestellt als Afro-Amerikaner und Latinos	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten)
Mastro, D. E. & Greenberg, B. S. (2000). The portrayal of racial minorities on prime time television. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 44(4), 690–703. doi: 10.1207/s15506878jobem4404_10	USA	Darstellung ethischer Gruppen im Fernsehen	Quantitative Inhaltsanalyse für das Jahr 1996 (eine Prime-Time Woche für jeweils vier Programme)	Nein	Afro-Amerikaner sind die am häufigsten gezeigte Minderheit, allerdings werden diese häufiger negativ dargestellt als Weiße oder Latein-Amerikaner, Latein-Amerikaner sind deutlich unterrepräsentiert	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Mastro, D. E. & Robinson, A. L. (2000). Cops and crooks: Images of minorities on primetime television. <i>Journal of Criminal Justice</i> , 28(5), 385–396. doi: 10.1016/S0047-2352(00)00053-2	USA	Darstellung ethischer Gruppen im Fernsehen	Quantitative Inhaltsanalyse für das Jahr 1997 (zwei Wochen Prime-Time-Programm, n = 330 fiktionale Sendungen)	Nein	Minderheiten sind bei der Polizei überrepräsentiert, unter Kriminalen unterrepräsentiert; Die Polizei neigt eher zu Gewalt, wenn die Täter jung sind und einer ethnischen Minderheit angehört	Allgemeine Kultivierung
Tamborini, R., Mastro, D. E., Chory-Assad, R. M. & Huang, R. H. (2000). The color of crime and the court: A content analysis of and crime index Statistics television. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly</i> , 77(3), 639–653. doi: 10.1177/107769900007700312	USA	Darstellung ethischer Gruppen in der Strafverfolgung	Quantitative Inhaltsanalyse von 4 Programmen (n = 103 Sendungen und 349 Akteure)	Nein	Afro- und Latein-Amerikaner werden ähnlich häufig als Vertreter der Strafverfolgung und Kriminelle dargestellt wie Weiße; auch keine Unterschiede bei den Eigenschaften der verkörperten Rollen	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Brown, N. J. (2001). A comparison of fictional television crime and crime index Statistics. <i>Communication Research Reports</i> , 18(2), 192–199. doi: 10.1080/08824090109384797	USA	Darstellung von Kriminalität im Vergleich zur Realität	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 187 Akteure aus vier Formaten der Jahre 1999/2000)	Nein	Gezeigte Kriminalität, Geschlecht, Alter und sozio-ökonomischer Status in den fiktionalen TV-Inhalten stimmen nicht mit der Realität überein	Genre-spezifische Kultivierung (fiktionale Krimiserien)
Chory-Assad, R. M. & Tamborini, R. (2001). Television doctors: An analysis of physicians in fictional and non-fictional television programs. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 45(3), 499–521. doi: 10.1207/s15506878jobem4503_8	USA	Darstellung von Ärzten	Quantitative Inhaltsanalyse (224,5 h Sendezeit)	Nein	Darstellung der Berufsgruppe ist weniger positiv als noch im Jahr 1992	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Diefenbach, D. L. & West, M. D. (2001). Violent crime and poison regression: A measure and a method for cultivation analysis. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 45(3), 432–445.	USA	Kriminalität & Schlechte Welt-Sicht	Quantitative Inhaltsanalyse, eine Woche network Prime-Time Fernsehen (84 h Sendezeit)	Telefonbefragung (RDD) (n = 410)	Fernsehnutzung steht im positiven Zusammenhang mit gewalttätigen und im negativen Zusammenhang mit nicht-gewalttätigen Verbrechen, dies ist kongruent zu den gezeigten TV-Inhalten	Allgemeine Kultivierung
Hasebrink, U. (2001). Kultivierte Talkshow-Nutzer?: Tägliche Talkshows und die Realitätswahrnehmung Jugendlicher. In C. Schneiderbauer (Hrsg.), <i>Angewandte Medienforschung: Vol. 20. Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis</i> (S. 153–177). München: Fischer.	Deutschland	Homosexualität	Nein	Repräsentativbefragung unter 12- bis 17-Jährigen (n = 657)	Schwach positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und der Meinung gegenüber Homosexualität	Genre-spezifische Kultivierung (Talkshows)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Nabi, R. L. & Sullivan, J. L. (2001). Does television viewing relate to engagement in protective action against crime?: A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective. <i>Communication Research</i> , 28(6), 802–825. doi: 10.1177/009365001028006004	USA	Viktimisierungssangst, Schlechte Welt-Sicht, Handlungsabsichten & Maßnahmen zum persönlichen Schutz	Nein	Paper-Pencil Befragung unter Studierenden (n = 257)	Positive Zusammenhänge zwischen Zuwendung zu Fernseher und Viktimisierungssangst, Schlechte Welt-Sicht sowie Handlungsabsichten und Maßnahmen zum Schutz	Allgemeine Kultivierung
Pfau, M., Moy, P. & Szabo, E. A. (2001). Influence of prime-time television programming on perceptions of the federal government. <i>Mass Communication and Society</i> , 4(4), 437–453. doi: 10.1207/S15327825MCS0404_7	USA	Vertrauen in die Regierung	Nein	CATI-Befragung von Erwachsenen (n = 294)	Signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung und der Einschätzung der Regierung bei folgenden Genres: Science-Fiction, Reality-TV, Dramen und Sitcoms	Genre-spezifische Kultivierung (verschiedene Genres, u. a. Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Rössler, P. & Brosius, H.-B. (2001). Do talk shows cultivate adolescents' views of the world? A prolonged-exposure experiment. <i>Journal of Communication</i> , 51, 143–163. doi: 10.1111/j.1460-2466.2001.tb02876.x	Deutschland	Homosexualität, Transsexualität & Tattoos	Nein	Prolonged-Exposure Experiment mit 14- bis 16-Jährigen (n = 165)	Effekte erster und zweiter Ordnung: Stärkere Überschätzung der Anteile an Homo- und Transsexuellen sowie tätowierten Personen in der Gesellschaft durch Experimentalgruppe; Weniger restriktive Einstellungen gegenüber einzelnen Bevölkerungsgruppen	Genre-spezifische Kultivierung (Talkshows)
Shrum, L. J. (2001). Processing strategy moderates the cultivation effect. <i>Human Communication Research</i> , 27(1), 94–120. doi: 10.1111/j.1468-2958.2001.tb00777.x	USA	Kriminalität, Berufstätigkeit, Wohlstand & Scheidung	Nein	Experimentelle Befragung unter Studierenden (n = 122)	Art der Fragenverarbeitung moderiert Kultivierungseffekte; Kultivierungseffekte bei heuristischer Verarbeitung und der Kontrollgruppe	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Shrum, L. J. & Bischak, V. D. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact: Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. <i>Human Communication Research</i> , 27(2), 187–215.	USA	Viktimisierungsangst	Nein	Paper-pencil-Befragung von Erwachsenen (n = 157)	Bestätigung des „Resonance-Effect“, die eigenen Erfahrungen als Moderator bei Kultivierungseffekten	Allgemeine Kultivierung
Sparks, G. & Miller, W. (2001). Investigating the relationship between exposure to television programs that depict paranormal phenomena and beliefs in the paranormal. <i>Communication Monographs</i> , 68(1), 98–113. doi: 10.1080/036377501280	USA	Glaube an Übersinnliches	Nein	Telefonbefragung von Erwachsenen (n = 200)	Zusammenhang zwischen Zuwendung zu paranormalen TV-Inhalten und Glaube an Übersinnliches bei Befragten, die von persönlicher Erfahrung mit Übersinnlichem berichten	Genre-spezifische Kultivierung (paranormale Inhalte)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Sotirovic, M. (2001). Media use and perceptions of welfare. <i>Journal of Communication</i> , 51(4), 750–774.	USA	Sozialhilfe	Nein	Telefon-Befragungen (RDD) unter Erwachsenen in zwei Welten (n = 416 bzw. 391; vergleichbar mit US-Bevölkerung)	Mediennutzung hat einen Einfluss auf Häufigkeitseinschätzung von Sozialhilfe sowie Bild über Sozialhilfeempfänger	Genre-spezifische Kultivierung (Kabelnachrichten und Unterhaltungsshow)
Woo, H.-J. & Dominick, J. R. (2001). Daytime television talk shows and the cultivation effect among U.S. and international students. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 45(4), 598–614. doi: 10.1207/s15506878jobem4504_4	USA	Soziale Beziehungen (Familie, Paare, Freundschaft)	Nein	Internationale und US-Amerikanische Studierende (n = 320)	Genrespezifische Nutzung hat größeren Einfluss als allgemeine Fernsehnutzung; Größere Kultivierungseffekte bei internationalen als bei US-Amerikanischen Studierenden	Genre-spezifische Kultivierung (Talkshows)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Bilandzic, H. (2002). Genrespezifische Kultivierung durch Krimirezeption. <i>Zeitschrift für Medienpsychologie</i> , 14(2), 60–68. doi: 10.1026//1617-6383.14.2.60	Deutschland	Schlechte Welt-Sicht, Viktimisierungssangst & Toleranz legitimierter Gewalt	Nein	Schriftliche Befragung (n = 319)	Kultivierungsmaße korrelieren mit Kriminulierung entweder schwächer als mit allgemeiner Fernsehnutzung oder negativ; Keine Effekte bezüglich der Intensität der Kriminulierung.	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Krimis)
Busselle, R. & Crandall, H. (2002). Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 46(2), 265–282. doi: 10.1207/s15506878jobem4602_6	USA	Sozioökonomischer Erfolg von Afro-Amerikanern & Rassismus	Nein	Befragung von weißen Studierenden (n = 139)	Zusammenhänge zwischen der Zuwendung verschiedener TV-Inhalte und der Einschätzung des Bildungserfolgs von Afro-Amerikanern und Gründe für limitierten sozioökonomischen Erfolg dieser Bevölkerungsgruppe	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten, Sitcom, Drama)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Kwak, H., Zinkhan, G. M. & Dominick, J. R. (2002). The moderating role of gender and compulsive buying tendencies in the cultivation effects of TV show and TV advertising: A cross cultural study between the United States and South Korea. <i>Media Psychology</i> , 4(1), 77–111. doi: 10.1207/S1532785XMEP0401_04	USA & Südkorea	Kaufverhalten, Viktimisierung & Materialismus	Nein	Paper Pencil-Befragung von Studierenden (USA: n = 298; Südkorea: n = 1136)	Hinweise auf Kultivierung: Stärkere Zuwendung zum Fernseher allgemein bzw. zur Werbung stehen in beiden Ländern in Zusammenhang mit Viktimisierungsbangst bzw. Materialismus; Geschlecht als wichtiger Moderator in beiden Prozessen	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Wertung)
Nisbet, M. C., Scheufele, D. A., Shanahan, J., Moy, P., Brossard, D. & Lewenstein, B. V. (2002). Knowledge, reservations, or promise?: A media effects model for public perceptions of science and technology. <i>Communication Research</i> , 29(5), 584–608. doi: 10.1177/009365002236196	USA	Wissenschaft und Technik	Nein	Telefonbefragung (RDD) (n = 1882)	Zusammenhang zwischen Fernsehnutzung und Bedenken/Zweifel an Wissenschaft und Forschung	Allgemeine Kultivierung

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Segrin, C. & Nabi, R. L. (2002). Does television viewing cultivate unrealistic expectations about marriage? <i>Journal of Communication</i> , 52(2), 247–263. doi: 10.1093/joc/52.2.247	USA	Heiratsabsichten und Meinungen zur Heirat unter Berücksichtigung der wahrgenommenen Realität	Nein	Paper-Pencil-Befragung von unverheirateten Studierenden (n = 285)	Positive und signifikante Zusammenhänge zwischen genrespezifischer TV-Nutzung und Erwartungen an Ehe sowie Heiratsabsicht; Zuwendung zu genrespezifischen TV-Formaten als Prädiktor für idealisierte Ehevorstellung	Allgemeine und genrespezifische Kultivierung (romantische Genres)
Van den Bulck, J. (2002). The impact of television fiction on public expectations of survival following in-hospital cardiopulmonary resuscitation by medical professional. <i>European Journal of Emergency Medicine</i> , 9(4), 325–329. doi: 10.1097/00063110-200212000-00006	Belgien	Überlebenschancen bei Herz-Lungen-Wiederbelebungen	Nein	Befragung von Schülern (n = 820)	Positiver Zusammenhang zwischen der Rezeption von Arztserien und der geschätzten Überlebenschancen	Genrespezifische Kultivierung (Arztserien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Aubrey, J. S., Harrison, K., Kramer, L. & Yellin, J. (2003). Variety versus timing: Gender differences in college students' sexual expectations as predicted by exposure to sexually oriented television. <i>Communication Research</i> , 30(4), 432–460. doi: 10.1177/0093650203253365	USA	Sexuelle Erwartungen	Nein	Befragung von Studierenden (n = 202)	Zuwendung zu den Medieninhalten steht im Zusammenhang zu Erwartungen bzgl. sexuellen Verhaltens (Geschlechterunterschiede)	Genre-spezifische Kultivierung (sexuell orientierte Fernseheinhalte)
Chory-Assad, R. M. & Tamborini, R. (2003). Television exposure and the public's perception of physicians. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 47(2), 197–215. doi: 10.1207/s15506878jobem4702_3	USA	Einstellung gegenüber Ärzten	Nein	Befragung von Studierenden (n = 290)	Negative Zusammenhänge zwischen der Zuwendung von Arztserien und Wahrnehmung von Ärzten; ebenso die Zuwendung zu Nachrichtenmagazine, Nachrichten aus dem Netz und Talkshows als Prädiktor für die Einstellung zu Ärzten	Genre-spezifische Kultivierung (Arztserien, Nachrichten, Talkshows)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Gross, K. & Aday, S. (2003). The scary world in Your living room and neighborhood: Using local broadcast news, neighborhood crime rates, and personal experience to test agenda setting and cultivation. <i>Journal of Communication</i> , 53(3), 411–426. doi: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb02599.x	USA	Kriminalität und Viktimisierungsangst	Nein	Telefon-Befragung von Erwachsenen (RDD) (n = 722)	Agenda Setting-Effekte nachgewiesen, allerdings keine Kultivierungseffekte im Sinne des Schlechten Welt-Bilds oder Viktimisierungssangst durch Rezeption lokaler Nachrichten festgestellt	Genre-spezifische Kultivierung (lokale Nachrichten)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Romer, D., Jamieson, K. H. & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. <i>Journal of Communication</i> , 53(1), 88–104. doi: 10.1093/joc/53.1.88	USA	Viktimisierungsangst	Nein	1. Nationale telefonbefragung von Erwachsenen (RDD) (n = 1204) 2. Regionale zweifachgeschichtete, repräsentative Stichprobe für US-Haushalte (n = 36 Metropolregionen) 3. Lokale Telefonbefragung (RDD) (n = 2369)	Schauen von lokalen Fernsehnachrichten steht im Zusammenhang mit Viktimisierungsangst und Sorgen über Kriminalität	Generalspezifische Kultivierung (lokale Nachrichten)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Rossmann, C. (2003). Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie die Patienten: Eine Studie zur Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien und ihrem Einfluss auf das Arztbild von Patienten. <i>Medien &amp; Kommunikationswissenschaft</i> , 51(3-4), 497-522.	Deutschland	Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien und das Arztbild	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 32 Sendungen)	Befragung von Krankenhauspatienten (1. Welle: n = 157; 2. Welle: n = 83)	Stereotype und idealisierte Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien, diese schlägt sich teilweise in Kultivierungseffekten erster und zweiter Ordnung nieder	Genre-spezifische Kultivierung (Arztserien)
Woo, H.-J. & Dominick, J. R. (2003). Acculturation, cultivation, and daytime TV talk shows. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly</i> , 80(1), 109-127. doi: 10.1177/107769900308000108	USA	Soziale Beziehungen (Familie, Paare, Freundschaft) in Abhängigkeit von Akkulturation	Nein	Internationale und US-amerikanische Studierende (n = 320)	Genrespezifische Nutzung hat größeren Einfluss als allgemeine Fernsehnutzung; Grad der Akkulturation und die Zuwendung zu Talkshows sind wichtige Faktoren bei der Untersuchung von Kultivierungseffekten unter internationalen Studierenden	Genre-spezifische Kultivierung (Talkshows)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Agliata, D. & Tantleff-Dunn, S. (2004). The impact of media exposure on males' body image. <i>Journal of Social and Clinical Psychology, 23</i> (1), 7–22. doi: 10.1521/jscp.23.1.7.26988	USA	Körperbild von Männern	Nein	Experimentelle Befragung von Männern (n = 158)	Rezipienten der idealisierten Werbebilder wahren anschließend deprimierter und äußerten höhere Muskelunzufriedenheit als Rezipienten neutraler Werbeinhalte	Genre-spezifische Kultivierung (Wertung)
Collins, R. L., Elliott, M. N., Berry, S. H., Kanouse, D. E., Kunkel, D., Hunter, S. B. & Miya, A. (2004). Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior. <i>Pediatrics, 114</i> (3), 280–289. doi: 10.1542/peds.2003-1065-L	USA	Sexualverhalten Heranwachsender	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 23 Programme)	Zweiwellige Telefonbefragung Heranwachsender (n = 1792)	Rezeption sexueller TV-Inhalte ist signifikanter Prädiktor für das Sexualverhalten Heranwachsender	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Eschholz, S., Mallard, M. & Flynn, S. (2004). Images of prime time justice: A content analysis of "NYPD Blue" and "Law & Order". <i>Journal of Criminal Justice and Popular Culture</i> , 10(3), 161–180.	USA	Darstellung von Gerechtigkeit	Quantitative Inhaltsanalyse der Staffel 2000/01 von „Law & Order“ und „NYPD Blue“	Nein	Verzerrte Darstellung von Kriminalitätsstatistiken im Vergleich zur Realität, Männer sind deutlich überrepräsentiert, Afro-Amerikaner häufiger Täter als Opfer	Genre-spezifische Kultivierung (Fiktionale Crime-Serien)
Fisher, D. A., Hill, D. L., Grube, J. W. & Gruber, E. L. (2004). Sex on American television: An analysis across program genres and network types. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 48(4), 529–553. doi: 10.1207/s15506878jebem4804_1	USA	Darstellung sexueller Inhalte	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 1276 Folgen aus 13 Programmen)	Nein	Kinder-Zeichentrickfilme enthielten am wenigsten sexuelle Inhalte, Allgefolgelt von Talkshows und Nachrichtenmagazinen; In Comedy-Drama, Fernsehfilmen und Spielfilmen wurden nahezu immer sexuelle Inhalte gezeigt; Allgemein wurde häufiger über Sex gesprochen als sexuelles Verhalten gezeigt	Allgemeine Kultivierung und genrespezifische Kultivierung (mehrere Genres)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hargreaves, D. A. & Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: "Comparing" boys and girls. <i>Body image, 1</i> (4), 351–361. doi: 10.1016/j.bodyim.2004.10.002	USA	Idealisierte Medienbilder & Körperbilder von Kindern	Nein	Experimentelle Befragung von Kindern (n = 595)	Rezeption von idealisierten Werbespots erhöht Körperunzufriedenheit bei Mädchen, nicht bei Jungen; Bei beiden Geschlechtern verstärkt sich negative Stimmung und Vergleich des Aussehens	Genre-spezifische Kultivierung (Werbung)
Holbert, R. L., Shah, D. V. & Kwak, N. (2004). Fear, authority, and justice: Crime-related TV viewing and endorsements of capital punishment and gun ownership. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly, 81</i> (2), 343–363. doi: 10.1177/107769900408100208	USA	Viktimisierung, Angst, Befürwortung der Todesstrafe & Waffensitz	Nein	Zweiwellige Bevölkerungsbefragung, gewichtet nach realer Verteilung (1999: n = 3388; 2000: n = 3122)	Positive Zusammenhänge zwischen Genre-rezeption und den verschiedenen Kultivierungsaspekten	Genre-spezifische Kultivierung (Polizei-Reality-Serien, Nachrichten und Crime-Serien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Letz, M. D., DiPietro, A. L. & Johnson, D. I. (2004). Examining effects of television news violence on college students through cultivation theory. <i>Communication Research Reports</i> , 21(1), 39–46. doi: 10.1080/08824090409359965	USA	Gewalt in Fernsehnachrichten	Nein	Quantitative Befragung von Studierenden (n = 234)	Keine Kultivierungseffekte erster Ordnung, aber Effekte zweiter Ordnung nachgewiesen	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten)
Signorielli, N. (2004). Aging on television: Messages relating to gender, race, and occupation in prime time. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 48(2), 279–301. doi: 10.1207/s15506878jobem4802_7	USA	Darstellung der älteren Bevölkerung im TV	Längsschnittanalyse von 1993-2002 (14 Wochen Prim-Time TV)	Nein	Ältere Personen sind deutlich unterrepräsentiert; Männer werden häufiger als außerhalb des Heims arbeitend dargestellt, dieser Unterschied nimmt mit höherem Alter zu; ältere Männer werden häufiger im Gesetzesvollzug dargestellt als ältere Frauen	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Towbin, M. A., Haddock, S. A., Zimmerman, T. S., Lund, L. K. & Tanner, L. R. (2004). Images of gender, race, age, and sexual orientation in disney feature-length animated films. <i>Journal of Feminist Family Therapy, 15</i> (4), 19–44. doi: 10.1300/J086v15n04_02	USA	Stereotypisierung in Disney-Filmen	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 26 Animationsfilme)	Nein	Stereotypisierte Darstellung von Geschlecht, ethnischen Gruppen und Kulturen	Genre-spezifische Kultivierung (Disney Animationsfilme)
Van den Bulck, J. (2004). The relationship between television fiction and fear of crime: An empirical comparison of three causal explanations. <i>European Journal of Communication, 19</i> (2), 239–249. doi: 10.1177/0267323104042922	Belgien	Viktimisierungsgangst	Nein	Persönliches Befragung (n = 574)	Kultivierungsmodell wird angenommen; Mediated experience (z. B. über TV) ist ein besserer Prädiktor für Viktimisierungsgangst als reale Erfahrungen	Genre-spezifische Kultivierung (Fiktionale Crime-Serien)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Van Mierlo, J. & Van den Bulck, J. (2004). Benchmarking the cultivation approach to video game effects: A comparison of the correlates of TV viewing and game play. <i>Journal of Adolescence</i> , 27(1), 97–111. doi: 10.1016/j.adolescence.2003.10.008	Belgien	Zusammenhang zwischen Nutzung von Videospielen und Fernsehen bei Kultivierungszessen	Nein	Befragung von Schülern (n = 322)	Signifikanter Zusammenhang zwischen Fernsehrezeption und Kultivierungseffekten, kein Zusammenhang zur Nutzung gewalthaltiger Videospiele	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Videospiele)
Zhang, Y. B. & Harwood, J. (2004). Modernization and tradition in an age of globalization: Cultural values in Chinese television commercials. <i>Journal of Communication</i> , 54(1), 156–172. doi: 10.1111/j.1460-2466.2004.tb02619.x	China	Kulturelle Werte in chinesischen Werbespots	Fernsehwerbespots (n = 496)	Nein	Dominante Werte sind Qualität, Familie, Modernität, Schönheit und Freude	Genre-spezifische Kultivierung (Werbung)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hammermeister, J., Brock, B., Winterstein, D. & Page, R. (2005). Life without TV? Cultivation theory and psychosocial health characteristics of television-free individuals and their television-viewing counterparts. <i>Health communication, 17</i> (3), 253–264. doi: 10.1207/s15327027hc1703_3	USA	Psychische Gesundheit	Nein	Online-Befragung von Erwachsenen (n = 430)	Weibliche Nicht- und Wenigseher weisen positivere psychische Gesundheit auf als weibliche Vielseher; Keine Effekte bei Männern	Allgemeine Kultivierung
Kim, K. & Lowry, D. T. (2005). Television commercials as a lagging social indicator: Gender role stereotypes in Korean television advertising. <i>Sex Roles, 53</i> (11-12), 901–910. doi: 10.1007/s11199-005-8307-1	Korea	Geschlechterrollen & Stereotypisierung in der Werbung	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 878 Werbespots)	Nein	Frauen werden stereotypisiert (jung, abhängig, fürsorgliche Kinder) und im Haushaltskontext dargestellt	Genre-spezifische Kultivierung (Werbung)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Mastro, D. E. & Behm-Morawitz, E. (2005). Latino representation on primetime television. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly</i> , 82(1), 110–130. doi: 10.1177/107769900508200108	USA	Darstellung von Latinos im Prime-Time-Fernsehen	Quantitative Inhaltsanalyse aller Prime-Time-Inhalte (n = 67 Sendungen und n = 1488 Akteure)	Nein	Latinos sind in der Fernsehwelt deutlich unterrepräsentiert und werden noch immer stereotypisiert dargestellt	Allgemeine Kultivierung
Pike, J. J. & Jennings, N. A. (2005). The effects of commercials on children's perceptions of gender appropriate toy use. <i>Sex Roles</i> , 52(1-2), 83–91. doi: 10.1007/s11199-005-1195-6	USA	Werbung & geschlechtsspezifische Spielsachen	Nein	Experimentelle Befragung von Kindern (n = 62)	Insbesondere Jungen werden durch die geschlechtsspezifische Werbung bei der Sortierung der Spielsachen beeinflusst	Genre-spezifische Kultivierung (Werbung)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Rossmann, C. & Brosius, H.-B. (2005). Vom hässlichen Entlein zum schönen Schwan? Zur Darstellung und Wirkung von Schönheitsoperationen im Fernsehen. <i>Medien &amp; Kommunikationswissenschaft</i> , 53(4), 507–532.	Deutschland	Schönheitsoperationen	Quantitative Inhaltsanalyse auf drei Analyseebenen (n = 105 Sendungen auf 7 Sendern)	1. Schriftliche Befragung von (jungen) Erwachsenen ab 15 Jahre (n = 194) 2. Laborexperiment mit Studierenden (n = 79)	Medienrealität zu Schönheitsoperationen weicht von der Realität ab, Fernsehen zeichnet positiveres Bild; Teilweise geringe signifikante Effekte erster und schwache signifikante Effekte zweiter Ordnung; Das Experiment zeigt nur Effekte erster Ordnung	Genre-spezifische Kultivierung (Boulevard-For-mate)
Shrum, L. J., Burroughs, J. E. & Rindfleisch, A. (2005). Television's cultivation of material values. <i>Journal of Consumer Research</i> , 32(3), 473–478. doi: 10.1086/497559	USA	Materielle Werte	Nein	1. Befragung von Erwachsenen (n = 314) 2. Experiment unter Studierenden (n = 101)	Kultivierung von materiellen Werten durch Fernsehnutzung; Positiver Zusammenhang zwischen Aufmerksamkeit und Kultivierungsaspekten	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Tiggemann, M. (2005). Television and adolescent body image: The role of program content and viewing motivation. <i>Journal of Social and Clinical Psychology</i> , 24(3), 361–381. doi: 10.1521/jscp.24.3.361.65623	Australien	Körperbild Heranwachsender	Nein	Befragung von Schülern (n = 1452)	Zusammenhang zwischen der Nutzung von Soap Operas und Magerkeit; Keine Zusammenhänge zur allgemeinen Fernsehnutzung	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Soap Opera)
Hetsroni, A. & Tukachinsky, R. H. (2006). Television-world estimates, real-world estimates, and television viewing: A new scheme for cultivation. <i>Journal of Communication</i> , 56(1), 133–156. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00007.x	Israel	Berücksichtigung mehrerer Kultivierungsgruppen zur besseren Differenzierung	Quantitative Inhaltsanalyse (210 h Programmhalte)	Befragung von Studierenden (n = 591)	Identifizierung der folgenden Gruppen: overcultivation, simple cultivation, double distortion, simple no cultivation, distorted no cultivation	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Dramen, Nachrichten)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Thies, Y. & Schreier, M. (2006). Kultivation durch Unterhaltungsangebote: Die stereotype Welt des Vielsehers von St. Angela und Co.? In H. Schramm, W. Wirth & H. Bilandzic (Hrsg.), Reihe Rezeptionsforschung: Vol. 8. <i>Empirische Unterhaltungsfor-</i> <i>schung. Studien zu Rezeption und Wirkung medialer Unterhaltung</i> (S. 191–214). München: Reinhard Fischer.	Deutschland	Krankenhauserien & Stereotype	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 24 Folgen aus sechs Serien)	Befragung von Erwachsenen (n = 137)	Keine signifikanten Zusammenhänge, aber Interaktion zwischen Rezeptionshäufigkeit und dem Herstellen von Bezügen zur Alltagswelt: Gelegentliche Seher mit moderatem bis hohem Bezug zwischen Fiktion und Realität stimmen Klischees besonders häufig zu	Genre-spezifische Kultivierung (Krankenhausserien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Ward, L. M. & Friedman, K. (2006). Using TV as a guide: Associations between television viewing and adolescents' sexual attitudes and behavior. <i>Journal of Research on Adolescence</i> , 16(1), 133–156. doi: 10.1111/j.1532-7795.2006.00125.x	USA	Geschlechterrollen & Einstellung zu sexuelle Beziehungen	Nein	Experiment und Befragung von Schülern (n = 244)	Nachweis von Effekten des Stimulus auf Haltung gegenüber angesprochenen Themen, aber auch Mediennutzung, z. B. von Talkshows und Musikvideos, stehen im Zusammenhang mit eigenen sexuellen Erfahrungen/ sowie Einstellungen/ Meinung zu Geschlechterrollen	Genre-spezifische Kultivierung (Talkshows, Musikvideos, Sexy Prime-Time-Inhalte)
Windzio, M. & Kleimann, M. (2006). Die kriminelle Gesellschaft als mediale Konstruktion? Zum Zusammenhang von Mediennutzung, wahrgenommener Kriminalitätsentwicklung und Einstellung zum Strafen. <i>Soziale Welt: Zeitschrift für sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis</i> , 57(2), 193–216.	Deutschland	Wahrgenommene Kriminalitätsentwicklung & Viktimisierungsgangst	Nein	Postalische Befragung von Erwachsenen (n = 2000)	Positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung privater Nachrichten und der Meinung, dass Kriminalität zugenommen hat, was wiederum im Zusammenhang mit der Meinung steht, dass Strafen zu milde sind	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Williams, D. (2006). Virtual cultivation: online worlds, offline perceptions. <i>Journal of Communication</i> , 56(1), 69–87. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00004.x	USA	Kriminalität & Viktimisierungsangst	Nein	Prolonged-Exposure-Experiment (n = 2013)	Zusammenhang zwischen Spielen des Video-Spiels und Viktimisierungsangst (bezogen auf in dem Spiel dargestelltes Ereignis: bewaffneter Überfall)	Genre-spezifische Kultivierung (Video-Spiel AC2)
Zubriggen, E. L. & Morgan, E. M. (2006). Who wants to marry a millionaire? Reality Dating Television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors. <i>Sex Roles</i> , 54(1-2), 1–17. doi: 10.1007/s11199-005-8865-2	USA	Einstellung gegenüber Sex & sexuellem Verhalten	Nein	Befragung von Studierenden (n = 334)	Positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und verschiedenen Aussagen, bspw. der Meinung, dass Männer sex-orientiert sind, Aussehen wichtig ist und Daten ein Spiel ist; Alle Zusammenhänge sind zumindest teilweise oder vollständig durch das Involvement mediiert	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-Dating-Shows)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Aubrey, J. S. (2007). The impact of sexually objectifying media exposure on negative body emotions and sexual self-perceptions: Investigating the mediating role of body self-consciousness. <i>Mass Communication and Society</i> , 10(1), 1–23. doi: 10.1080/15205430709337002	USA	Körperzufriedenheit & sexuelle Selbstwahrnehmung	Nein	Befragung von Studierenden (n = 384)	Positiver Zusammenhang zwischen sexualisierten Medieninhalten und Kontrolle des eigenen Körpers	Genre-spezifische Kultivierung (sexuell orientierte Fernseh-inhalte)
Dong, Q. & Murrillo, A. P. (2007). The impact of television viewing on young adults' stereotypes towards Hispanic Americans. <i>Human Communication</i> , 10(1), 33–44.	USA	Stereotype über spanischer Herkunft	Nein	Befragung von Studierenden (n = 474)	Tendenz zu negativen Stereotypen, wenn Wissen über Amerikaner spanischer Herkunft aus Fernsehhalten gewonnen wird	Allgemeine Kultivierung
Ferris, A. L., Smith, S. W., Greenberg, B. S. & Smith, S. L. (2007). The content of Reality Dating Shows and viewer perceptions of dating. <i>Journal of Communication</i> , 57(3), 490–510. doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00354.x	USA	Datingverhalten	Quantitative Inhaltsanalyse (64 Pro-gramm-inhalte)	Befragung von jungen Erwachsenen (n = 197)	Männliche Seher, Seher welche dem Gezeigten mehr Realitätsnähe zusprechen und Vielseher vertreten eher Einstellungen, die sich mit den Inhalten der Shows decken	Genre-spezifische Kultivierung (Dating-Shows)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Kubic, K. N. & Chory, R. M. (2007). Exposure to television makeover programs and perceptions of self. <i>Communication Research Reports</i> , 24(4), 283–291. doi: 10.1080/08824090701624155	USA	Selbstwahrnehmung & Körperzufriedenheit	Nein	Befragung von Studierenden (n = 155)	Negativer Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und Selbstbewusstsein; Positiver Zusammenhang zu Perfektionismus und Körperunzufriedenheit	Genre-spezifische Kultivierung (Make-over-Format)
Saito, S. (2007). Television and the cultivation of gender-role attitudes in Japan: Does television contribute to the maintenance of the status quo? <i>Journal of Communication</i> , 57(3), 511–531. doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00355.x	Japan	Einstellungen zu Geschlechterrollen	Nein	Online-Befragung von Erwachsenen (n = 417)	Bestätigung von Kultivierungseffekten im Allgemeinen; Zusammenhang zwischen fernsehen und konservativer Rollenverteilung, gleichzeitig Liberalisierung der konservativen Gruppen/Einstellungen durch das Fernsehen	Allgemeine Kultivierung

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Shrum, L. J. (2007). The implications of survey method for measuring cultivation effects. <i>Human Communication Research</i> , 33(1), 64–80. doi: 10.1111/j.1468-2958.2007.00289.x	USA	Kriminalität, Berufstätigkeit, Wohlstand & Scheidung	Nein	Experimentelle Befragung von Studierenden (n = 291)	Bei der Telefonbefragung höhere Schätzwerte allgemein sowie stärkere Zusammenhänge zwischen Fernsehnutzung und Realitätseinschätzungen als bei der Paper Pencil-Befragung; Stärkere Kultivierungseffekte bei schnellen/spontanen Entscheidungen	Allgemeine Kultivierung
Van den Bulck, J. & Beullens, K. (2007). The relationship between docu soap exposure and adolescents' career aspirations. <i>European Journal of Communication</i> , 22(3), 355–366. doi: 10.1177/0267323107079686	Belgien	Berufswünsche	Nein	Befragung von Heranwachsenden (n = 369)	Regelmäßige Zuwendung zu Docu Soaps über Hebammen und Tierärzte ist Prädiktor für ein positiveres Bild über diese Berufsgruppen	Genre-spezifische Kultivierung (Docu Soap)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Appel, M. (2008). Fictional narratives cultivate just-world beliefs. <i>Journal of Communication</i> , 58(1), 62–83. doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00374.x	Deutschland & Österreich	Gerechte Welt & Schlechte Welt-Sicht	Nein	2 Befragungen (Deutschland: n = 128; Österreich: n = 387)	Häufigkeit der Rezeption fiktionaler Angebote und Glaube an eine gerechte Welt korrelieren positiv; Gesamtnutzungsdauer des Fernsehens und Schlechte Welt-Sicht wiederum korrelieren positiv	Allgemeine und genrespezifische Kultivierung (fiktionaler Fernsehinhalte)
Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. <i>Journal of Communication</i> , 58(3), 508–529. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00397.x	Deutschland & USA	Transportation & Genrespezifische Kultivierung	Nein	Befragung mit experimentell variiertem Stimulus (n = 162 Studierende)	Kein linearer Zusammenhang zwischen Transportability und höheren Kultivierungseffekten; In höheren Levels von Transportability werden signifikante Beziehungen sichtbar	Genrespezifische Kultivierung (mehrere Genres)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Dixon, T. L. (2008). Network news and racial beliefs: Exploring the connection between national television news exposure and stereotypical perceptions of African Americans. <i>Journal of Communication</i> , 58(2), 321–337. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.00387.x	USA	Stereotype über Afro-Amerikaner	Nein	Telefonbefragung (RDD) von Erwachsenen (n = 506)	Negativer Zusammenhang zwischen Zuwendung zu Network News und Einschätzung des Einkommens von Afro-Amerikanern; Positive Zusammenhänge zwischen Konsum von Network News und Stereotypen/rassistischen Einstellungen	Genre-spezifische Kultivierung (Network News)
Glascook, J. (2008). Direct and indirect aggression on prime-time network television. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 52(2), 268–281. doi: 10.1080/08838150801992078	USA	Gewalt im Prime-Time-Fernsehen	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 111 Sendungen)	Nein	Verbale Gewalt kommt am häufigsten vor, gefolgt von physischer und indirekter Gewalt; Physische Gewalt am häufigsten unter Weibern und Männern; Weibliche Akteure häufiger in indirekte Gewalt verstrickt; keine Geschlechterunterschiede bei verbaler Gewalt	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hetsroni, A. (2008). Geo-cultural proximity, genre exposure, and cultivation. <i>Communications</i> , 33(1), 69–90. doi: 10.1515/COMMUN.2008.004	Israel	Berufsgruppen wie Polizisten, Anwälte & Verkäufer und geokulturelle Nähe	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 63 h Sendezeit)	Befragung von Studierenden (n = 655)	Signifikanter Zusammenhang zwischen Rezeption amerikanischer TV-Inhalte und verzerrter Einschätzungen bzgl. der drei Berufsgruppen in den USA; Keine Zusammenhänge bzgl. Israel	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten und Drama)
Hoffner, C. A., Levine, K. J. & Toohy, R. A. (2008). Socialization to work in late adolescence: The role of television and family. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 52(2), 282–302. doi: 10.1080/08838150801992086	USA	Werte und Einstellung bzgl. Arbeit	Nein	Befragung von Studierenden (n = 222)	Sowohl Eltern als auch das Fernsehen haben einen Effekt auf die Sozialisation von Einstellungen und Werten in Bezug auf das Arbeitsleben	Allgemeine Kultivierung

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Lauzen, M. M., Dozier, D. M. & Horan, N. (2008). Constructing gender stereotypes through social roles in prime-time television. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 52(2), 200–214. doi: 10.1080/088338150801991971	USA	Geschlechterstereotype	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 128 Formate auf sechs Sendern)	Nein	Frauen werden verstärkt in interpersonellen Rollen in den Bereichen Romantik, Familie und Freunde dargestellt	Allgemeine Kultivierung
Nabi, R. L. & Riddle, K. (2008). Personality traits, television viewing, and the cultivation effect. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 52(3), 327–348. doi: 10.1080/088338150802205181	USA	Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen auf Kultivierungseffekte	Nein	Befragung von Studierenden (n = 427)	Interaktionseffekte zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Kultivierung	Allgemeine Kultivierung
Punyanunt-Carter, N. M. (2008). The perceived realism of African American portrayals on television. <i>The Howard Journal of Communications</i> , 19(3), 241–257. doi: 10.1080/10646170802218263	USA	Darstellung von Afro-Amerikanern	Nein	Befragung von Studierenden (n = 412)	Die Art der Darstellung von Afro-Amerikanern im Fernsehen kann aufgrund der wahrgenommenen Realität einen Einfluss auf die Rezipienten haben	Allgemeine Fernsehnutzung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Smith Speck, S. K. & Roy, A. (2008). The interrelationships between television viewing, values and perceived well-being: A global perspective. <i>Journal of International Business Studies</i> , 39(7), 1197–1219. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8400359	13 Länder	Werte und wahrgenommenes Wohlbefinden	Nein	Befragung von Studierenden (n = 1211)	Positiver Einfluss von Fernsehrezeption auf materielle Werte, teils direkt und teils indirekt über wahrgenommene Realität	Allgemeine Kultivierung
Abdulrahim, M. A., Al-Kandari, A. A. J. & Hasanen, M. (2009). The influence of American television programs on university students in Kuwait: A synthesis. <i>European Journal of American Culture</i> , 28(1), 57–74. doi: 10.1386/ejac.28.1.57/1	Kuwait	Geschlechterrollen & Einstellung zum Leben	Nein	Befragung von Studierenden (n = 364)	Viele sehen amerikanischen Fernsehhalte ist Prädiktor für die Befürwortung gleichberechtigter Geschlechterrollen und liberalerer Ansichten bzgl. Kuwait	Allgemeine Kultivierung

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Good, J. E. (2009). The cultivation, mainstreaming, and cognitive processing of environmentalists watching television. <i>Environmental Communication</i> , 3(3), 279–297. doi: 10.1080/17524030903229746	USA	Kultivierungszesse bei Umweltschützern	Nein	2 Befragungen (Umweltschützer: n = 421; allgemeine Bevölkerung: n = 295)	Kultivierungs- und Mainstreamingeffekte bei Umweltschützern; Stärkere Effekte bei höherer Aufmerksamkeit auf fiktionale Inhalte	Allgemeine und generellespezifische Kultivierung (fiktion vs. non-fiktion)
Grädler, M. (2009). Lilly Schöner – Werte und Konflikte im Wohlfühlfernsehen (Diplomarbeit), Wien.	Österreich	Wertevermittlung & moralische Botschaften im Wohlfühlfernsehen	Qualitative Inhaltsanalyse (n = 6 Filme)	Nein	Vermittlung vieler moralischer Botschaften sowie von ethischen, gesellschaftlichen und sozialen Werten; Konflikte werden zur Belehrung eingesetzt (Normverletzung)	Genre-spezifische Kultivierung (Wohlfühlfernsehen)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hetsroni, A. (2009). If you must be hospitalized, television is not the place: Diagnoses, survival rates and demographic characteristics of patients in TV hospital dramas. <i>Communication Research Reports</i> , 26(4), 311–322. doi: 10.1080/08824090903293585	USA	Diagnosen, Sterberaten & soziodemografische Verteilungen in Krankenhausserien	Quantitative Inhaltsanalyse je einer ganzen Staffel von drei Sendungen	Nein	Lateinamerikaner, ältere Bürger, Säuglinge und Frauen sind als Patienten unterrepräsentiert; Weiße Männer mittleren Alters sind überdurchschnittlich häufig vertreten; Verstärkt dramatische Krankheiten und erhöhte Sterberate in den Serien	Genre-spezifische Kultivierung (Krankenhausserien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Nabi, R. L. (2009). Cosmetic surgery makeover programs and intentions to undergo cosmetic enhancements: A consideration of three models of media effects. <i>Human Communication Research</i> , 35(1), 1–27. doi: 10.1111/j.1468-2958.2008.01336.x	USA	Schönheitsoperationen	Nein	2 Befragungen von Studierenden (Erwachsene: n = 170; Frauen: n = 271)	Studie 1: Keine signifikanten Zusammenhänge zwischen Rezeption und Körperunzufriedenheit und wahrgenommenen Risiken, aber schwacher positiver Zusammenhang mit dem Wunsch, selbst Schönheitsoperation vorzunehmen; Studie 2: keine signifikanten Zusammenhänge	Genre-spezifische Kultivierung (Makeover-Formate)
Signorielli, N. (2009). Race and sex in prime time: A look at occupations and occupational prestige. <i>Mass Communication and Society</i> , 12(3), 332–352. doi: 10.1080/15205430802478693	USA	Darstellung von Berufsgruppen	Längsschnittanalyse von 1997-2006 (10 Wochen Prime-Time TV, n = 3774 Akteure)	Nein	Programme, die ethnische Gruppen isolieren, stellen Frauen seltener in beruflichen Rollen dar, wohingegen Prestigejobs in den integrierten Programmen häufiger von Männern ausgeführt werden	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Quick, B. L. (2009). The effects of viewing Grey's Anatomy on perceptions of doctors and patient satisfaction. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 53(1), 38–55. doi: 10.1080/08838150802643563	USA	Wahrnehmung von Ärzten & Patientenzufriedenheit	Nein	Befragung von Studierenden (n = 269)	Indirekter Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und Bild über Ärzte, vermittelt durch Glaubwürdigkeit	Genre-spezifische Kultivierung (Grey's Anatomy)
Tsifti, Y., Tukachinsky, R. & Peri, Y. (2009). Exposure to news, political Comedy, and entertainment Talk Shows: Concern about security and political mistrust. <i>International Journal of Public Opinion Research</i> , 21(4), 399–423. doi: 10.1093/ijpor/edp015	Israel	Politisches Misstrauen	Nein	Befragung von jüdischen Erwachsenen (n = 512)	Keine signifikanten Zusammenhänge für Nachrichtenrezeption; Positiver Zusammenhang zwischen Entertainment Talk-Rezeption und Sicherheitssorgen sowie politischem Vertrauen; negativer Zusammenhang zwischen Rezeption politischer Comedy und Sicherheitssorgen sowie politischen Vertrauen	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten, politische Comedy, Talkshows)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Emons, P., Wester, F. & Scheepers, P. (2010). "He works outside the home; She drinks coffee and does the dishes" Gender roles in fiction programs on Dutch television. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 54(1), 40–53. doi: 10.1080/08838150903550386	Niederlande	Geschlechterrollen	Längsschnittanalyse: 1980, 1985, 1990, 1995, 2000, 2005 (n = 503 fiktionale Sendungen, 392 h Sendezeit, 2.104 Akteure)	Nein	Darstellung mehr männlicher Erwachsener, Frauen jünger als Männer und häufiger in die Kindererziehung involviert; Mehr Männer wurden im Kontext der Arbeit gezeigt	Genre-spezifische Kultivierung (fiktionale Fernsehserien)
Giessen, H. (2010). <i>Television's formal properties on social structures</i> . Saarbrücken. Abgerufen von <a href="http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2484661">http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2484661</a>	Tunesien	Familien- & Geschlechterrollen	Nein	Längsschnittbefragung (Interviews) nach Einführung des Fernsehens/Anschluss an das Stromnetz (n = 79)	Fernsehbesitz/-nutzung führt zur Veränderung grundlegender Strukturen in den Orten: Stärkere Orientierung am Konzept der Kleinfamilie und traditionelle Geschlechteraufgaben haben sich verändert	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Keuneke, S., Graß, H. & Ritz-Timme, S. (2010). „CSI-Effekt“ in der deutschen Rechtsmedizin. <i>Rechtsmedizin</i> , 20(5), 400–406. doi: 10.1007/s00194-010-0668-2	Deutschland	Berufsorientierung Jugendlicher	Nein	Qualitative Leitfadenterviews mit Jugendlichen (n = 27)	Hinweise auf einen CSI-Effekt; Jugendliche orientieren sich an der Art der Darstellung rechtsmedizinischer Tätigkeiten	Genre-spezifische Kultivierung (CSI-Genre)
Monk-Turner, E., Heiserman, M., Johnson, C., Cotton, V. & Jackson, M. (2010). The portrayal of racial minorities on prime time: A replication of the Mastro and Greenberg study a decade later. In R. V. Wilcox (Hrsg.), <i>Studies in Popular Culture</i> (S. 101–114). Louisville: Popular Culture Association in the South.	USA	Darstellung ethnischer Gruppen	Quantitative Inhaltsanalyse für das Jahr 2007 (eine Prime-Time Woche für jeweils vier Programme)	Nein	Keine Veränderungen im Vergleich zur Studie von Mastro & Greenberg (2000): Weiße werden am häufigsten gezeigt, Anzahl der Afro-Amerikaner stimmt mit der Bevölkerungsverteilung überein und Latein-Amerikaner sind deutlich unterrepräsentiert; Keine signifikanten Unterschiede zwischen den ethnischen Gruppen bzgl. aggressivem Verhalten	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Niederdeppe, J., Fowler, E. F., Goldstein, K. & Pribble, J. (2010). Does local television news coverage cultivate fatalistic beliefs about cancer prevention? <i>Journal of Communication</i> , 60(2), 230–253. doi: 10.1111/j.1460-2466.2009.01474.x	USA	Fatalistische Überzeugungen zur Krebsprävention	Lokale Fernseh-nachrichten (n = 258) und Zeitungsartikel (n = 2489) über Krebs	Befragung von Erwachsenen (n = 1783)	Lokale Fernsehnachrichten fördern fatalistische Einstellungen zur Krebsprävention	Genre-spezifische Kultivierung (lokale Fernsehnachrichten)
Ter Bogt, Tom F. M., Engels, Rutger C. M. E., Bogers, S. & Kloosterman, M. (2010). "Shake it baby, shake it": Media preferences, sexual attitudes and gender stereotypes among adolescents. <i>Sex Roles</i> , 63(11-12), 844–859. doi: 10.1007/s11199-010-9815-1	Niederlande	Einstellung & Geschlechterstereotype	Nein	Befragung von Schülern (n = 480)	Einstellungen und Stereotype werden eher mit Präferenzen statt mit Rezeptionshäufigkeit assoziiert	Genre-spezifische Kultivierung (Jugendmedien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Zhang, Y. B. & Harwood, J. (2010). Television viewing and perceptions of traditional Chinese values among Chinese college students. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 46(2), 245–264. doi: 10.1207/s15506878jobem4602_5	China	Vorstellungen über traditionelle chinesische Werte	Nein	Befragung von Studierenden (n = 412)	Allgemeine Fernsehnutzung importierter Fernsehinhalte hat größeren Einfluss als die Nutzung chinesischer Formate	Allgemeine Fernsehnutzung
Beullens, K., Roe, K. & Van den Bulck, J. (2011). The impact of adolescents' news and action movie viewing on risky driving behavior: A longitudinal study. <i>Human Communication Research</i> , 37, 488–508. doi: 10.1111/j.1468-2958.2011.01412.x	Belgien	Fahrverhalten & risikoreicher Alkoholkonsum	Nein	Zweiwellige Befragung von Heranwachsenden (n = 426)	Nachrichtenkonsum als indirekter negativer Prädiktor für rücksichtsloses Fahren; Gleichzeitig positiver Zusammenhang zwischen Rezeption von Actionfilmen und risikoreichem Fahrverhalten; Einstellung zur Risikobereitschaft als Mediator	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten, Actionfilme)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Custers, K. & Van den Bulck, J. (2011). Mediators of the association between television viewing and fear of crime: Perceived personal risk and perceived ability to cope. <i>Poetics</i> , 39(2), 107–124. doi: 10.1016/j.poetic.2011.02.004	Belgien	Mediatoren zwischen Fernsehnutzung & Viktimisierungsangst	Nein	Quantitative Befragung von Erwachsenen (n = 711)	Fernsehnutzung steht im Zusammenhang mit Risikowahrnehmung und Bewältigungsfähigkeiten, beides Prädiktoren für Viktimisierungsangst; Crime Drama-Rezeption ist Prädiktor für Risikowahrnehmung und Bewältigungsfähigkeiten, Reality-TV nur für letzteres; Nachrichtennutzung zeigt sich nicht als signifikanter Prädiktor	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Crime Drama, Reality TV, Nachrichten)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Kahlor, L. & Eastin, M. S. (2011). Television's role in the culture of violence toward women: A study of television viewing and the cultivation of rape myth acceptance in the United States. <i>Journal of Broadcasting &amp; Electronic Media</i> , 55(2), 215–231. doi: 10.1080/08838151.2011.566085	USA	Akzeptanz von Vergewaltigungsmymen	Nein	Online-Befragung von Erwachsenen (n = 1064)	Positiver Zusammenhang zwischen allgemeiner TV-Rezeption und Kultivierungseffekten erster und zweiter Ordnung, teils auch für Soap Opera-Nutzung; Negativer Zusammenhang zwischen Crime Show-Rezeption und der Akzeptanz	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (Soap Opera und Crime Serien)
Kort-Butler, L. A. & Sittner Hartshorn, K. J. (2011). Watching the detectives: Crime programming, fear of crime, and attitudes about the criminal justice system. <i>The Sociological Quarterly</i> , 52(1), 36–55. doi: 10.1111/j.1533-8525.2010.01191.x	USA	Viktimisierungsangst & Einstellungen gegenüber dem Strafrechtssystem	Nein	Telefonbefragung von Erwachsenen (n = 784)	Viktimisierungsangst und Einstellung gegenüber Strafrechtssystem wird durch Art der gesehenen Inhalte beeinflusst	Genre-spezifische Kultivierung (Crime-Serien, Nachrichten)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Lee, C.-j. & Niederdeppe, J. (2011). Genre-specific cultivation effects: Lagged associations between overall TV viewing, local TV news viewing, and fatalistic beliefs about cancer prevention. <i>Communication Research</i> , 38(6), 731–753. doi: 10.1177/0093650210384990	USA	Fatalistische Überzeugungen zur Krebsprävention	Nein	Zweiwellige Befragung von Erwachsenen (n = 425-447)	Positiver Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Einstellung zur Krebsprävention; Hinweise, dass Nachrichtenkonsum zum ersten Messzeitpunkt die Einstellungen beim zweiten Messzeitpunkt beeinflusst	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (lokale Nachrichten)
Shrum, L. J., Lee, J. & Burroughs, J. E. & Rindfleisch, A. (2011). An online process model of second order cultivation effects: How television cultivates materialism and its consequences for life satisfaction. <i>Human Communication Research</i> , 37(1), 34–57. doi: 10.1111/j.1468-2958.2010.01392.x	USA	Materielle Werte & Lebenszufriedenheit	Nein	1: Experiment mit Studierenden (n = 142) 2: Online-Befragung von Erwachsenen (n = 314)	Stärkere Transportation während der Rezeption steht in Zusammenhang mit stärkeren Effekten des Stimulus bzgl. materiellen Werten; Materialismus mediiert den Effekt der Fernsehnutzung auf die Lebenszufriedenheit	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Custers, K. & Van den Bulck, J. (2012). The cultivation of fear of sexual violence in women: Processes and moderators of the relationship between television and fear. <i>Communication Research</i> , 40(1), 96–124. doi: 10.1177/0093650212440444	Belgien	Sexuelle Gewalt	Nein	Befragung von erwachsenen Frauen (n = 546)	Positiver Zusammenhang zwischen der Rezeption von flämischen Crime-Dramen und wahrgenommenem Risiko; Sozioökonomischer Status und eigene Erfahrungen als Einflussvariablen	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten, Crime Serien)
Egbert, N. & Belcher, J. D. (2012). Reality bites: An investigation of the genre of Reality Television and its relationship to viewers' body image. <i>Mass Communication and Society</i> , 15(3), 407–431. doi: 10.1080/15205436.2011.583545	USA	Körperbild Heranwachsender	Nein	Online-Befragung von erwachsenen (n = 472)	Wahrgenommene Realität hat keinen Einfluss auf Körperunzufriedenheit und Schlankheitswahn; Positiver Zusammenhang zwischen Rezeption von wettbewerbsorientierten RTV-Sendungen und Körperunzufriedenheit sowie Streben nach Schlankheit; Keine Effekte für allgemeine RTV-Zuwendung	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Kohm, S. A., Waid-Lindberg, C. A., Weinrath, M., Shelley, T. O. & Dobbs, R. R. (2012). The impact of media on fear of crime among university students: A cross-national comparison. <i>Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice</i> , 54(1), 67–100. doi: 10.3138/cjccj.2011.E.01	USA & Kanada	Viktimisierungsangst	Nein	Befragung von Studierenden (n = 1466)	Signifikante Unterschiede zwischen amerikanischen und kanadischen Studierenden; Einfluss durch Medien ist nicht konsistent, aber größere Wirkungsbreite unter amerikanischen Studierenden	Allgemeine Kultivierung
Markey, C. N. & Markey, P. M. (2012). Emerging adults' responses to a media presentation of idealized female beauty: An examination of cosmetic surgery in Reality Television. <i>Psychology of Popular Media Culture</i> , 1(4), 209–219. doi: 10.1037/a0027869	USA	Idealisierte weibliche Schönheitsideale	Nein	Qualitative Befragung von Studierenden mit Stimulus (n = 91)	Sowohl Männer als auch Frauen beurteilen die gesehenen Inhalte positiv und bekräftigen die Bedeutung für das Streben nach Schönheitsidealen; Positiver Zusammenhang zwischen der Bewertung der Inhalte und Bereitschaft für eine Schönheitsoperation bei Frauen	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Martins, N. & Harrison, K. (2012). Racial and gender differences in the relationship between children's television use and self-esteem: A longitudinal panel study. <i>Communication Research</i> , 39(3), 338–357. doi: 10.1177/0093650211401376	USA	Selbstwertgefühl	Nein	Panelbefragung von Kindern (n = 396)	Signifikanter Zusammenhang zwischen Fernsehrezeption und Selbstwertgefühl von Kindern	Allgemeine Kultivierung
Nellis, A. M. & Savage, J. (2012). Does watching the news affect fear of terrorism? The importance of media exposure on terrorism fear. <i>Crime &amp; Delinquency</i> , 58(5), 748–768. doi: 10.1177/001128712452961	USA	Angst vor Terrorismus	Nein	Telefonbefragung von Erwachsenen (n = 532)	Positiver Zusammenhang zwischen Rezeption von Nachrichten über Terror sowie dem wahrgenommenen Risiko für sich selbst und andere sowie Angst für andere	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Van Vonderen, K. E. & Kinnally, W. (2012). Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. <i>American Communication Journal</i> , 14(2), 41–57.	USA	Körperbild Heranwachsender	Nein	Online-Befragung von Studierenden (n = 417)	Medieninhalte scheinen zwar eine Rolle bei der Internalisierung eines Schlankheitswahns zu spielen, haben aber keinen direkten Effekt auf die eigene Körperzufriedenheit; Wichtigere Faktoren sind die Peer-Group sowie das Selbstbewusstsein	Allgemeine Kultivierung
Wünsch, C., Nitsch, C. & Eilders, C. (2012). Politische Kultivierung am Vorabend: Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstraße“. <i>Medien und Kommunikationswissenschaft</i> , 60, 176–196. Abgerufen von <a href="http://www.seer.nomos.de/fileadmin/muk/doc/Aufsatz_MuK_12_02.pdf">http://www.seer.nomos.de/fileadmin/muk/doc/Aufsatz_MuK_12_02.pdf</a>	Deutschland	Politikrelevante Wahrnehmungen, Einstellungen & Verhaltensabsichten	Nein	Prolonged-Exposure-Experiment (n = 172)	Befunde für Effekte erster und dritter Ordnung, keine eindeutigen Befunde für Kultivierungseffekte zweiter Ordnung	Genre-spezifische Kultivierung (fiktionaler Senkung „Lindenstraße“)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Brown, J. D., Zhao, X., Wang, M. N., Liu, Q., Lu, A. S., Li, L., J., Ortiz, R. R., Liao, S. Z. & Zhang, G. (2013). Love is all you need: A content analysis of romantic scenes in Chinese entertainment television. <i>Asian Journal of Communication</i> , 23(3), 229–247. doi: 10.1080/01292986.2012.729148	China	Romantische & sexuelle TV-Inhalte	Quantitative Inhaltsanalyse von 28 Programmen (n = 1112 romantische Szenen)	Nein	Gezeigte Emotionen nehmen eine größere Bedeutung ein als physische sexuelle Interaktionen zwischen Partnern	Allgemeine Kultivierung
Dallessasse, S. L. & Kluck, A. S. (2013). Reality Television and the muscular male ideal. <i>Body image</i> , 10(3), 309–315. doi: 10.1016/j.bodyim.2013.02.004	USA	Muskulöse männliche Körperideale	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 74 männliche Akteure in drei Reality-TV-Programmen)	Nein	Gezeigte Männer sind muskulöser und haben geringeren Körperfettanteil als amerikanische Durchschnittsmänner	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Fahr, A., Modes, J. & Schwarz, S. (2013). Familien als Problem, Ehrlichkeit als Chance: Eine Studie zur Kultivierung durch Scripted-Reality-Sendungen. <i>tv diskurs</i> , 17(66), 68–73. Abgerufen von <a href="http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/66/fahr_familien_068_tvd66.pdf">http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/66/fahr_familien_068_tvd66.pdf</a>	Deutschland	Schlechte Welt-Sicht, Konfliktlösung & Familienbild	Qualitative Inhaltsanalyse zur Identifizierung von Metaschaften (n = 73 Sendungen)	Prolonged-Exposure Experiment (n = 182)	Extraktion von 14 Metaschaften; Beeinflussung der Einschätzung der Realität und Einstellungen zum sozialen Zusammenleben durch eine wiederholte Zuwendung zu Formaten mit einschlägigen Metaschaften	Genre-spezifische Kultivierung (Scripted Reality)
Jain, P. & Slater, M. D. (2013). Provider portrayals and patient-provider communication in drama and reality medical entertainment television shows. <i>Journal of Health Communication</i> , 18(6), 703–722. doi: 10.1080/10810730.2012.757388	USA	Darstellung von Physiotherapeuten	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 109 Episoden von 5 Formaten)	Nein	Frauen sind im Reality-TV in dieser Berufsgruppe unterrepräsentiert, nicht aber in Dramen; In der Patientenbeziehung werden sie in Dramen weniger aktiv dargestellt als Männer	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV, Dramen)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hyll, W. & Schneider, L. (2013). The causal effect of watching TV on material aspirations: Evidence from the “valley of the innocent”. <i>Journal of Economic Behavior &amp; Organization</i> , 86, 37–51. doi: 10.1016/j.jebo.2012.12.030	Deutschland	Materialismus	Nein	Feldexperiment in ehem. DDR unter jungen Erwachsenen (n = 3564)	Zuwendung zu Fernseheinhalten aus Westdeutschland hat einen Einfluss auf alle drei gemessene Dimensionen (Konsum, Einkommen, Hedonismus)	Allgemeine Kultivierung (Westdeutsches Fernsehprogramm)
Kimmerle, J. & Cress, U. (2013). The effects of TV and film exposure on knowledge about and attitudes toward mental disorders. <i>Journal of Community Psychology</i> , 41(8), 931–943. doi: 10.1002/jcop.21581	Deutschland	Psychische Störungen	Nein	Befragung (n = 77) und experimentelle Befragung (n = 39)	Fiktionaler Sendungsausschnitt erzeugt mehr Emotionen als Dokumentation; Fernsehen vermittelt falsches Bild über psychische Störungen, welches zu negativen Einstellungen gegenüber Betroffenen führt	Allgemeine und spezifische Kultivierung (Fiktion vs. Drama)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
McKinley, C. J. (2013). Reexamining the link between cultivation factors and viewer involvement: Investigating viewing amount as a catalyst for the transportation process. <i>Communication Studies</i> , 64(1), 66–85. doi: 10.1080/10510974.2012.731466	USA	Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit & Rezipienten-involvement	Nein	Befragung von Studierenden (n = 314)	Transportation als Mediator zwischen generalisierter Kultivierung und wahrgenommener Realität; Direkter Zusammenhang zwischen allgemeiner TV-Nutzung und Einstellungen	Allgemeine und generalisiertere Kultivierung (Drama)
Prieler, M. & Centeno, D. (2013). Gender representation in Philippine television advertisements. <i>Sex Roles</i> , 69(5-6), 276–288. doi: 10.1007/s11199-013-0301-4	Philippinen	Geschlechterrollen	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 254 Werbespots)	Nein	Stereotype Geschlechterdarstellung in Fernsehwerbung, welche nicht die reale Bevölkerungsverteilung widerspiegelt	Generalisiertere Kultivierung (Werbung)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Riddle, K. & De Simone, J. J. (2013). A snooki effect? An exploration of the surveillance subgenre of reality TV and viewers' beliefs about the "real" real world. <i>Psychology of Popular Media Culture</i> , 2(4), 237–250. doi: 10.1037/ppm0000005	USA	Geschlechterspezifisches Verhalten	Nein	Online-Befragung von Studierenden (n = 145)	Vieleher von Überwachten Frauen häufiger sozial unerwünschtes Verhalten zu als Männern, sie schätzen auch die Häufigkeit von Fremdgehen und Sex in romantischen Beziehungen höher ein	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)
York, C. (2013). Cultivating political incivility: Cable news, network news, and public perceptions. <i>Electronic News</i> , 7(3), 107–125. doi: 10.1177/1931243113507926	USA	Unhöflichkeiten in der Politik	Quantitative Inhaltsanalyse von jeweils drei Cable (FOX, CNN, MSNBC) und drei Network News (ABC, CBS, NBC)	Telefonbefragung von Erwachsenen (n = 844)	Höhere Berichterstattung über politische Grobheiten in Cable als in Network News; Rezipienten von Cable News schätzen Politik als unhöflicher ein	Genre-spezifische Kultivierung (verschiedene Nachrichtentformate)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Vu, H. T. & Lee, T.-T. (2013). Soap operas as a matchmarker: A cultivation analysis of the effects of South Korean TV dramas on Vietnamese women's marital intentions. <i>Journalism &amp; Mass Communication Quarterly</i> , 90(2), 308–330. doi: 10.1177/1077699013482912	Vietnam	Hochzeitserwartungen von Frauen	Nein	Befragung von jungen Frauen (n = 439)	Positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und weniger akkuraten und positiveren Impressionen über Südkorea	Genre-spezifische Kultivierung (Soap Operas aus Südkorea)
Ward, L. M. & Carlson, C. (2013). Modeling meanness: Associations between reality TV consumption, perceived realism, and adolescents' social aggression. <i>Media Psychology</i> , 16(4), 371–389. doi: 10.1080/15213269.2013.832627	USA	Wahrgenommene Realität & Soziale Aggression	Nein	Paper Pencil-Befragung von Schülern (n = 174)	Medienkonsum steht im Zusammenhang mit sozialer Aggression; häufige Zuwendung zu aggressiven Reality TV-Formaten steht in Zusammenhang mit höherer Aggressivität; Wahrgenommene Realität wirkt hierbei außerdem als Moderator	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Ashikali, E.-M., Dittmar, H. & Ayers, S. (2014). The effect of cosmetic surgery reality TV shows on adolescent girls' body image. <i>Psychology of Popular Media Culture</i> , 3(3), 141–153. doi: 10.1037/ppm0000022	USA	Schönheitsoperationen & Körperbild Heranwachsender	Nein	Experimentelle Befragung von Heranwachsenden (n = 99)	Rezeption von Formaten über Schönheitsoperationen führt zu größerer Körperunzufriedenheit bei Mädchen, jedoch keine Einstellungsänderungen zum Thema Schönheitsoperationen	Genre-spezifische Kultivierung (Makeover-Format)
Gehrau, V. (2014). Kultivierung von Berufsvorstellungen durch Fernsehen bei Jugendlichen. <i>Medien &amp; Kommunikationswissenschaft</i> , 62(3), 417–438. doi: 10.5771/1615-634x-2014-3-417	Deutschland	Berufsvorstellungen Jugendlicher	Quantitative Inhaltsanalyse auf 3 Ebenen (n = 11 Serien)	Befragung von Schülern (n = 1200)	Nur geringe Effekte auf die Berufsvorstellung erkennbar, daher werden kaum Kultivierungseffekte auf Berufsvorstellung der Jugendlichen erwartet	Allgemeine und genrespezifische Kultivierung (mehrere Genres)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hefner, V., Woodward, K., Figge, L., Bevan, J. L., Santora, N. & Baloch, S. (2014). The influence of television and film viewing on midlife women's body image, disordered eating, and food choice. <i>Media Psychology, 17</i> (2), 185–207. doi: 10.1080/15213269.2013.838903	USA	Schönheitsideal & Essstörungen	Nein	Online-Befragung von erwachsenen Frauen (n = 166)	Hohe Medienzweckung steht im Zusammenhang mit Essstörungen sowie größerer Diskrepanz zwischen eigener Körperform und Idealbild	Genre-spezifische Kultivierung (Aging Media)
Hetsroni, A. (2014). Ceiling effect in cultivation: General TV viewing, genre-specific viewing, and estimates of health concerns. <i>Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications, 26</i> (1), 10–18. doi: 10.1027/1864-1105/a000099	USA	Gesundheitsfragen	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 66 Folgen)	Telefonbefragung von Erwachsenen (RDD) (n = 281)	Kultivierungseffekte erster Ordnung für allgemeine Fernsehnutzung, nicht aber für genrespezifische	Allgemeine und genrespezifische Kultivierung (Arztserien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Jamieson, P. E. & Romer, D. (2014). Violence in popular U.S. prime time TV dramas and the cultivation of fear: A time series analysis. <i>Media and Communication</i> , 2(2), 31–41.	USA	Viktimisierungssangst	Quantitative Inhaltsanalyse im Längsschnitt von 1972-2010 (n = 475 h Sendezeit)	Nationale Telefonbefragung (Gallup Poll, keine Angabe über Stichprobengröße)	Fernsehgewalt steht in direktem Zusammenhang mit Viktimisierungssangst und wird nicht von lokaler Kriminalitätsrate modelliert; Keine Kultivierungseffekte in Bezug auf Verbreitung von Gewalt	Genre-spezifische Kultivierung (Drama)
Lippman, J. R., Ward, L. M. & Seabrook, R. C. (2014). Isn't it romantic? Differential associations between romantic screen media genres and romantic beliefs. <i>Psychology of Popular Media Culture</i> , 3(3), 128–140. doi: 10.1037/ppm0000034	USA	Romantische Vorstellungen	Nein	Quantitative Befragung von Studierenden (n = 625)	Rezeption romantischer Inhalte und romantische Vorstellungen stehen in positivem Zusammenhang; verschiedene Formate führen zu unterschiedlichen Effekten zweiter Ordnung (konsistent zu Metabotschaften); Wahrgenommene Realität hat positiven Einfluss	Genre-spezifische Kultivierung (romantische TV-Formate)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Martins, N. & Jensen, R. E. (2014). The relationship between "Teen Mom" reality programming and teenagers' beliefs about teen parenthood. <i>Mass Communication and Society</i> , 17(6), 830–852. doi: 10.1080/15205436.2013.851701	USA	Teenager-Elternschaft	Nein	Quantitative Befragung von Studierenden (n = 185)	Positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und Meinung, dass Teenagermütter ein beneidenswertes Leben führen, hohes finanzielles Einkommen und Unterstützung des Vaters haben; Gleiches gilt für wahrgenommene Realität	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV über Teeniemütter)
Russell, C. A., Russell, D. W., Boland, W. A. & Grube, J. W. (2014). Television's cultivation of American adolescents' beliefs about alcohol and the moderating role of trait reactance. <i>Journal of Children and Media</i> , 8(1), 5–22. doi: 10.1080/17482798.2014.863475	USA	Konsequenzen von Alkoholkonsum	Nein	Quantitative Befragung von Teenager (n = 445)	Positiver Zusammenhang zwischen allgemeiner TV-Nutzung und geringeren Bedenken zu negativen Konsequenzen von Alkoholkonsum und höheren Trinkintensionen	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Arendt, F. & Northup, T. (2015). Effects of long-term exposure to news stereotypes on implicit and explicit attitudes. <i>International Journal of Communication</i> , 9, 2370–2390.	USA & Österreich	Nachrichten-Stereotype	Nein	Drei Befragungen von Studierenden in zwei kulturellen Kontexten (USA: n = 316; Österreich: n = 489 und n = 470)	Positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und Einstellungen	Genre-spezifische Kultivierung (Nachrichten)
Beullens, K. & Rhodes, N. (2015). A longitudinal study on the relationship between adolescents' Medical Drama viewing and speeding. <i>Traffic Psychology and Behaviour</i> , 35, 223–233. doi: 10.1016/j.trf.2015.10.002	Belgien	Unfallrisiko & Fahrverhalten	Nein	Langzeitbefragung von Heranwachsenden (n = 487 junge Autofahrer)	Zusammenhang zwischen der Rezeptionshäufigkeit seit der ersten Befragung und der Risikoeinschätzung selbst in einem Verkehrsunfall verletzt zu werden (fünf Jahre später, als Autofahrer)	Genre-spezifische Kultivierung (Arztserien)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Custers, K. & Van den Bulck, J. (2015). The association between soap opera and music video viewing and fear of crime in adolescents: exploring a mediated fear model. <i>Communication Research</i> , 44(1)1-21. doi: 10.1177/0093650215605152	Belgien	Viktimisierungsangst	Nein	Online-Befragung von Heranwachsenden (n = 3372)	Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit beider Genres und Viktimisierungsangst, gleichzeitig sind wahrgenommenes persönliches Risiko, wahrgenommene Kontrolle und wahrgenommene Ernsthaftigkeit von Gewalt Mediatoren; Alter und Geschlecht sind wichtige Einflussfaktoren	Genre-spezifische Kultivierung (Soaps, Musikvideos)
Ellithorpe, M. E., Ewoldsen, D. R. & Porreca, K. (2015). Die, foul creature! How the supernatural genre affects attitudes toward outgroups through strength of human identity. <i>Communication Research</i> , 1-23. doi: 10.1177/0093650215609674	USA	Soziale Gruppen (Ingroup vs. Outgroup)	Nein	Experiment unter Studierenden (n = 126)	Komplexe Zusammenhänge zwischen Rezeption von Inhalten mit übermenschlichen Bösewichten und Einstellungen	Genre-spezifische Kultivierung (Inhalte mit übermenschlichen Akteuren)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Hayes, E. M. (2015). <i>Television's cultivation of attitudes about online romantic relationships</i> (Dissertation). University of Oklahoma, Oklahoma. Abgerufen von <a href="https://shareok.org/handle/11244/23294">https://shareok.org/handle/11244/23294</a>	USA	Romantischen Beziehungen	Quantitative Inhaltsanalyse (keine Angabe über Stichprobengröße)	Onlinebefragung von Studierenden (n = 472)	Kein einheitliches Bild im allgemeinen TV vermittelt, aber Fernsehwerbung als Prädiktor für Einstellungen zu romantischen Online-Beziehungen; Positiver Zusammenhang zwischen TV-Rezeption und Einstellung zu romantischen Online-Beziehungen	Allgemeine und genderspezifische Kultivierung (romantische Inhalte, auch Werbung)
Klos, L. A., Greenleaf, C., Paly, N., Kessler, M. M., Shoemaker, C. G. & Suchla, E. A. (2015). <i>Losing weight on reality tv: A content analysis of the weight loss behaviors and practices portrayed on the Biggest Loser</i> . <i>Journal of Health Communication</i> , 20(6), 639–646. doi: 10.1080/10810730.2014.965371	USA	Strategien zur Gewichtsreduktion	Quantitative Inhaltsanalyse der Sendung The Biggest Loser (n = 66 Folgen)	Nein	Gezeigte Strategien fokussieren auf sportliche Aktivitäten; Diäten und Essverhalten werden kaum thematisiert	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Meltzer, C. E. & Schnauber, A. (2015). Specific situations or specific people? How do extrinsic and intrinsic factors interact in cultivation research? <i>International Journal of Communication</i> , 9, 2838–2861.	Deutschland	Kriminalität	Nein	Allgemeine Bevölkerungsumfrage im Experimentaldesign (Telefon, face-to-face, self-administered) (n = 676)	Intrinsische (Bildung) und extrinsische (Befragungsmodus) Faktoren moderieren Kultivierung; Kultivierung ist unterschiedlich durch extrinsische Faktoren beeinflusst, abhängig von intrinsischen Merkmalen der Person	Allgemeine Kultivierung
Russell, C. A. & Buhrau, D. (2015). The role of television viewing and direct experience in predicting adolescents' beliefs about the health risks of fast-food consumption. <i>Appetite</i> , 92, 200–206. doi: 10.1016/j.appet.2015.05.023	USA	Gesundheitsrisiken durch Fast Food-Konsum	Nein	Zwei Befragungen von Heranwachsenden (1: n = 445; 2: n = 1048)	Negativer Zusammenhang zwischen TV-Rezeption und wahrgenommenen Gesundheitsrisiken	Allgemeine Kultivierung

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Sarapin, S. H. & Sparks, G. G. (2015). SCI, PSI, and CSI: Police officers and students' paranormal TV consumption, real-life experience with paranormal phenomena, and perceptions of psychic detectives. <i>Journal of Police and Criminal Psychology</i> , 30(3), 191–203. doi: 10.1007/s11896-014-9153-2	USA	Darstellung von Profilmittler & Ermittler	Nein	Zwei Online-Befragungen (Polizisten: n = 416; Studierende: n = 307)	Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit und der Glaube in die Effektivität von übernatürlichen Methoden bei Ermittlungen	Genre-spezifische Kultivierung (Crime-Serien)
Schenk, M., Götz, H. & Niemann, J. (2015). <i>Faszination Scripted Reality: Realitätsinszenierungen und deren Rezeption durch Heranwachsende</i> (Forschungsbericht) (LfM-Dokumentation Nr. 52). Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)	Deutschland	Medienrealität in Scripted Reality & Kultivierungseffekte	Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse von 6 Formaten (n = 60 Folgen)	Quantitative Befragung (CAPI) von Kindern, Jugendlichen und erwachsenen (n = 650)	Vereinzelte Kultivierungseffekte erster und zweiter Ordnung, Tendenz zur Kultivierung eines „Heile-Welt-Bilds“	Genre-spezifische Kultivierung (Scripted Reality)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Schnauber, A. & Meltzer, C. E. (2015). The impact of personal experience in cultivation. <i>Studies in Communication   Media</i> , 4(1), 7-27. doi: 10.5771/2192-4007-2015-1-7	Deutschland	Einfluss persönlicher Erfahrung im Kultivierungsprozess	Nein	Befragung von Erwachsenen (n = 236)	Keine Moderation bei Kultivierungseffekten erster Ordnung; Bei Effekten zweiter Ordnung (Viktimierungsangst) liegen Moderationseffekte vor, insbesondere bei wenigen persönlichen Erfahrungen	Allgemeine Kultivierung
Parrott, S. & Parrott, C. T. (2015). U.S. television's "mean world" for white women: The portrayal of gender and race on fictional Crime Dramas. <i>Sex Roles</i> , 73(1-2), 70-82. doi: 10.1007/s11199-015-0505-x	USA	Geschlechterrollen & ethnische Stereotypen	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 65 Episoden; n = 983 Akteure)	Nein	Männer sind häufiger Täter, Frauen hingegen häufiger Opfer von Kriminalität, insbesondere weiße Frauen.	Genre-spezifische Kultivierung (Crime-Serien)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Gözl, H., Niemann, J. & Schenk, M. (2016). An den Grenzen zwischen Fiktion und Dokumentation. Eine Studie zu den Kultivierungseffekten von Scripted Reality unter Berücksichtigung der Wahrnehmung des Inszenierungscharakters. In M. Czichon, C. Wünsch & M. Dohle (Hrsg.), <i>Rezeptionsforschung: Vol. 35. Rezeption und Wirkung fiktionaler Medieninhalte</i> (S. 173–194). Baden-Baden: Nomos.	Deutschland	Einfluss des wahrgenommenen Inszenierungscharakters auf Kultivierungseffekte	Bezug auf die Inhaltsanalyse von Schenk et al. 2015	Quantitative Befragung (CAPI) von Kindern, Jugendlichen und erwachsenen (n = 650)	Soziodemografische Merkmale, aber auch Wahrnehmung des Inszenierungscharakters haben Einfluss auf Kultivierungseffekte	Genre-spezifische Kultivierung (Scripted Reality)
Driesmans, K., Vandenbosch, L. & Eggermont, S. (2016). True love lasts forever: The influence of a popular teenage movie on Belgian girls' romantic beliefs. <i>Journal of Children and Media</i> , 10(3), 304–320. doi: 10.1080/17482798.2016.1157501	Belgien	Romantische Vorstellungen	Nein	Experimentelle Befragung unter weiblichen Heranwachsenden (n = 88)	Positiver Zusammenhang zwischen parasozialer Interaktion und idealisierten Vorstellungen unter 11- bis 14-Jährigen; Effekte verringern sich mit zunehmendem Alter	Genre-spezifische Kultivierung (romantische Inhalte)

Anhang 24: Metaanalyse von Kultivierungsstudien für die Jahre 2000-2016

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Fox, J. & Potocki, B. (2016). Lifetime video game consumption, interpersonal aggression, hostile sexism, and rape myth acceptance: A cultivation perspective. <i>Journal of Interpersonal Violence</i> , 31(10), 1912–1931. doi: 10.1177/0886260515570747	USA	Akzeptanz von Vergewaltigungsmethoden	Nein	Online-Befragung von Erwachsenen (n = 351)	Positiver Zusammenhang zwischen Videospiel-Nutzung und Kultivierungseffekten zweiter Ordnung	Genre-spezifische Kultivierung (Videospiele)
Lewallen, J., Miller, B. & Behm-Morawitz, E. (2016). Lifestyles of the rich and famous: Celebrity media diet and the cultivation of emerging adults' materialism. <i>Mass Communication and Society</i> , 19(3), 253–274. doi: 10.1080/15205436.2015.1096945	USA	Materialismus	Nein	Befragung von Studierenden (n = 224)	Zusammenhang zwischen Zeitschriftenkonsum und TV-Nachrichtenkonsument über berühmte Personen und Materialismus	Genre-spezifische Kultivierung (Promi-Nachrichten in TV und Zeitschriften)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Lull, R. B. & Dickinson, T. M. (2016). Does television cultivate narcissism? Relationships between television exposure, preferences for specific genres, and subclinical narcissism. <i>Psychology of Popular Media Culture</i> , 1–14. doi: 10.1037/ppm0000107	USA	Narzissmus	Nein	Befragung von Studierenden (n = 565)	Positiver Zusammenhang zwischen allgemeiner TV-Nutzung sowie Präferenzen von Reality-TV, Sport, Horrorfilmen und politischer Talkshows mit Narzissmus; Negativer Zusammenhang mit Nachrichten	Allgemeine und genrespezifische Kultivierung (mehrere Genres)
Martins, N., Malacane, M., Lewis, N. & Kraus, A. (2016). A content analysis of teen parenthood in "Teen Mom" reality programming. <i>Health communication</i> , 31(12), 1548–1556. doi: 10.1080/10410236.2015.1089465	USA	Darstellung von Teenie-Elternschaft	Quantitative Inhaltsanalyse (n = 99 Folgen von 3 Sendungen)	Nein	Die untersuchten Sendungen vermitteln unterschiedliche Botschaften über Teenie-Schwangerschaften; Im Vergleich zur Realität werden Teenager-schwangerschaften weniger problematisch dargestellt (Gesundheit der Babys, Unterstützung durch Väter, finanzielle Probleme, Schulbildung)	Genrespezifische Kultivierung (Reality-TV)

Studie	Land	Thema	Inhaltsanalyse	Befragung	Ergebniszusammenfassung	Anmerkung
Oprea, S. J. & Kühne, R. (2016). Generation me in the spotlight: Linking reality TV to materialism, entitlement, and narcissism. <i>Mass Communication and Society</i> , 1–20. doi: 10.1080/15205436.2016.1199706	Niederlande	Materialismus, Anspruchshaltung & Narzissmus	Nein	Online-Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen (n = 527)	Schwach positiver Zusammenhang zwischen Rezeptionshäufigkeit und allen drei abhängigen Variablen bei Jugendlichen, nicht aber bei jungen Erwachsenen.	Genre-spezifische Kultivierung (Reality-TV)

Anhänge

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

Untersuchungsziel	<p>Das vorliegende Codebuch zur Inhaltsanalyse ist Teil einer Kultivierungsstudie. Sie untersucht, welche Merkmale die Medienrealität in episodischen Scripted Reality-Sendungen aufweist. Dabei liegt der Schwerpunkt auf dem Thema der Folge, der Soziodemografie der Akteure und den darin vermittelten Werten sowie Metabotschaften.</p> <p>Die Forschungsfragen lauten:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Welche Merkmale weist die Medienrealität in episodischen Scripted Reality-Sendungen auf?</li><li>2. Welche Akteure werden in episodischen Scripted Reality-Sendungen gezeigt?</li><li>3. Wie werden Familien in episodischen Scripted Reality-Sendungen dargestellt?</li><li>4. Welche Werte und Metabotschaften werden in episodischen Scripted Reality-Sendungen vermittelt?</li><li>5. Ändert sich die in episodischen Scripted Reality-Sendungen gezeigte Medienrealität oder kann man von gleichbleibenden Botschaften sprechen, denen Rezipienten ausgesetzt sind?</li></ol> <p>Die Inhaltsanalyse dient der Erfassung formaler und inhaltlicher Eigenschaften der einzelnen Folgen in einem Längsschnittdesign. Anschließend wird auf Grundlage der Ergebnisse der Inhaltsanalyse eine Befragung unter Erwachsenen durchgeführt, um mögliche Kultivierungseffekte feststellen zu können.</p>
Untersuchungszeitraum	<p>Der Untersuchungszeitraum beläuft sich auf die Monate Januar, März, Juli und November 2014</p>
Untersuchungsmaterial	<p>Das Untersuchungsmaterial bilden alle Folgen der Sendungen <i>Familien im Brennpunkt</i> (RTL), <i>Verdachtsfälle</i> (RTL), <i>Betrugsfälle</i> (RTL), <i>Schicksale</i> (Sat.1), <i>Verklag mich doch</i> (VOX) und <i>Achtung Kontrolle</i> (kabel eins) im Untersuchungszeitraum. Die Stichprobe wurde durch eine bewusste Auswahl festgelegt.</p> <p>Die inhaltsanalytische Untersuchung ist im Längsschnittdesign angelegt. Insgesamt werden jeweils vier künstliche Wochen (20 Folgen) der sechs ausgewählten Sendungen untersucht.</p>

Untersuchungsmaterial	<p>Auswahleinheit: Die Auswahleinheiten sind die ausgewählten Sendungen.</p> <p>Analyseeinheit: Die Analyseeinheit wird durch die einzelnen Folgen der Sendungen dargestellt.</p> <p>Codiereinheit: Insgesamt sind die drei Codiereinheiten Folge-, Akteurs- und Familienebene vorhanden. Auf Folgeebene werden dabei formale und inhaltliche Aspekte, beispielsweise das Thema und die vermittelten Metabotschaften erfasst. Auf Akteursebene werden soziodemografische Merkmale und Charaktereigenschaften erhoben. Auf der Familienebene wird die Familienstruktur analysiert.</p> <p>Kontexteinheit: Für die Erhebung der Variablen dürfen ausschließlich Informationen aus den einzelnen Folgen herangezogen werden. Diese Informationen stammen aus der Kommunikation der Akteure untereinander, den einblendeten Zusatzinformationen (z. B. durch Bauchbinden) und den Handlungen bzw. dem Verhalten der Akteure.</p>
-----------------------	--

Sendungsebene	
Formalia	Hier werden alle Formalia zu den jeweiligen Sendungen erfasst.
01	Name des Codierers
Ausprägung	Gölz, Hanna
	Schwämmle, Ann-Sophie

Anhänge

02	Sendungsname
Ausprägung	Betrugsfälle
	Familien im Brennpunkt
	Verdachtsfälle
	Achtung Kontrolle allgemein
	Verlag mich doch
	Anwälte im Einsatz
	Privatdetektive im Einsatz
	Schicksale
	Achtung Kontrolle Topstories
	Achtung Kontrolle Mietstreit
	Verdachtsfälle spezial

03	Ausstrahlungsdatum
Codierhinweis	Eingetragen wird das Ausstrahlungsdatum.
Eingabe	TT.MM.JJJJ

04	Ausstrahlungsuhrzeit
Codierhinweis	Eingetragen wird die Uhrzeit, zu der die Folge (nicht die Episode) ausgestrahlt wurde. Bsp.: 16:00 oder 17:15
Eingabe	xx:xx

05	Episode
Codierhinweis	Hier wird festgehalten, um welche Episode innerhalb einer Folge es sich handelt. Bsp.: 01
Eingabe	xx

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

06	Sender
Ausprägung	RTL
	RTL II
	Sat.1
	VOX
	Kabel eins
07	Produktionsfirma
Codierhinweis	Firma, von der die Produktion stammt; nicht Drehbuch, wenn unterschiedlich. Die Produktionsfirma wird üblicherweise im Abspann oder Vorspann angegeben.
Ausprägung	Filmpool Entertainment
	Norddeich TV
	Stampfwerk TV
	Constantin Entertainment GmbH
	Norddeich und Stampfwerk
	Janus TV
	sonstige
Sendungsebene	
Inhaltliche Kategorien	Hier werden die verschiedenen Elemente der Filmsprache erfasst.
08	Einblendhinweis
Codierhinweis	Einblendhinweis bzgl. Inszenierungscharakter
Ausprägung	Hinweis am Anfang
	Hinweis am Ende
	Hinweis am Anfang und am Ende
	kein Hinweis

Anhänge

09	Verwendung Handkamera
Codierhinweis	Innerhalb der Folge wird eine Handkamera verwendet.
Ausprägung	Nein
	Ja, aber fällt kaum auf. (Qualität ist weiterhin gut. Verwendung der Handkamera fällt kaum auf, kaum verwackelt.)
	Ja, fällt sehr stark auf/Qualität ist schlecht. (Verwendung der Handkamera fällt negativ auf. Sehr verwackelt/unruhig, schlechte Qualität.)
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

10	Verwendung Schwenks
Codierhinweis	Ein Schwenk ist eine Kamerabewegung. Eine Kamera folgt Personen/Objekten und behält sie somit im Bild, eine feste Kamera würde diese aus dem Blick verlieren. Dies kann, muss aber nicht die Bewegung eines Kopfes sein – ein Schwenk kann auch dazu dienen, etwas nicht aus den Augen zu verlieren, z. B. bei einer Verfolgungsjagd (vgl. Bienk 2010). Bei einem verwackelten Schwenk sind die Bilder verwackelt, die Kamera wird von einem Kameramann getragen und darunter leidet die Qualität sehr.
Ausprägung	nein
	ja
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

11	Natürliche Lichtquelle
Codierhinweis	Zum Drehen wird vorrangig das natürliche Umgebungslicht genutzt, keine Studioausleuchtung.
Ausprägung	nein
	ja
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

12	Tonqualität
Codierhinweis	Mit dieser Variable wird die Tonqualität erfasst. Bezugsrahmen ist das „normale“ TV-Programm, NICHT Scripted Reality-Formate.
Ausprägung	schlecht (Die Tonqualität ist schlecht. Protagonisten können nur manchmal, nur schwer oder gar nicht verstanden werden. Auch wenn einmal ausgesprochen schlechte Qualität vorkommt, z. B. Ton nur über Telefon-Lautsprecher, Szene in der Disco, die untertitelt wird.)
	normal (Die Tonqualität ist normal, nur leichte Hintergrundgeräusche.)
	gut (Auch bei (lauteren) Hintergrundgeräuschen können die Protagonisten relativ gut verstanden werden, Spielfilmqualität.)
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Anhänge

13	Kameraverbot
Codierhinweis	Innerhalb der Folge wird gegenüber dem Produktionsteam oder den Protagonisten ein Kameraverbot ausgesprochen. Oder dieses wird „nachträglich“ durch den Off-Sprecher oder einen Akteur berichtet.
Ausprägung	nein
	ja
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

14	Verpixelung von Personen
Codierhinweis	Innerhalb der Folge werden Personen durch Verpixelungen unkenntlich gemacht. Wenn eine Person aufgrund eines Kameranahschwenks oder Schnitts (innerhalb der gleichen Szene) zweimal verpixelt wird, so ist dies nur einmal zu zählen. Anzahl der Verpixelungen von Personen
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

15	Verpixelungen von Kennzeichen
Codierhinweis	Innerhalb der Folge werden Autokennzeichen durch Verpixelungen unkenntlich gemacht. Wenn ein Kennzeichen aufgrund eines Kameranahschwenks oder Schnitts (innerhalb der gleichen Szene) zweimal verpixelt wird, so ist dies nur einmal zu zählen. Anzahl der Verpixelungen von Kennzeichen.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

16	Verpixelungen von Namen und Marken/öffentlichen Gebäuden
Codierhinweis	Innerhalb der Folge werden Namen von Akteuren durch Verpixelungen unkenntlich gemacht, z. B. an Briefkästen, Klingelschildern etc. Hierzu zählen auch Namen von Supermärkten oder anderen öffentlichen Gebäuden sowie Straßennamen. Werden diese aufgrund eines Kameranahschwenks oder Schnitts (innerhalb der gleichen Szene) zweimal verpixelt, so ist dies zu nur einmal zu zählen. Anzahl der Verpixelungen von Namen.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

*Anhänge*

17	Verpixelungen von sonstigen Dingen
Codierhinweis	Innerhalb der Folge werden sonstige Dinge durch Verpixelungen unkenntlich gemacht.
Ausprägung	nein
	ja
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

18	Geheimes Abhören (nur Ton, KEIN Video)
Codierhinweis	Häufigkeit von geheimen Abhöraktionen jeglicher Art.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

19	Wegpiepsen von Worten und Ausdrücken
Codierhinweis	Häufigkeit von Wegpiepsen verbaler Äußerungen jeglicher Art.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

20	Innerhalb der Folge werden Spionagemittel eingesetzt
Codierhinweis	Hierzu zählen bspw. Handyortung oder Videoüberwachung. Abhörgeräte werden in einer extra Kategorie erhoben und hier nicht erfasst. Häufigkeit von anderen Spionagemitteln.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

21	Innerhalb der Folge wird eine Person beobachtet oder belauscht
Codierhinweis	Hierzu zählt z. B. das Verstecken im Gebüsch oder auch Verfolgungen, um die Person zu beobachten. Diese Handlung wird pro Szene nur einmal codiert. Häufigkeit von Observationen.
Ausprägung	1–5
	6–10
	11–15
	>16
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Anhänge

22	Einblendungen von Ort, Uhrzeit oder Zeitcountdown
Codierhinweis	z. B: 1. Tag, 14:02 Uhr, Wohnung der Familie Bergmann
Ausprägung	nein
	ja
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

23	Erzähler
Codierhinweis	Erfasst wird, ob die Folge einen begleitenden Off-Sprecher hat
Ausprägung	kein Erzähler/Off-Sprecher
	auktorialer Er-/Sie-Erzähler (Allwissender Erzähler, der auch in die Zukunft blicken kann und weiß, was an einem anderen Ort geschieht. Er ist eine sprechende und reflektierende Person, die nicht in das Geschehen verwickelt ist.)
	personaler Er-/Sie-Erzähler (Erzähler, der nur aus Sicht einer einzigen Person erzählt. Er weiß nicht, was an anderen Orten oder in der Zukunft geschieht.)
	neutraler Erzähler (Greift nicht in die Handlung ein und wählt nicht den Blickwinkel einer der beteiligten Figuren. Er kann in keine Person hineinschauen und kann nichts über deren Gedanken und Gefühle sagen. Es wird von außen und neutral berichtet. Die Rezipienten schauen unvermittelt in die Situation hinein.)
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

24	Wohnungen
Codierhinweis	Es werden bis zu zwei Wohnungen der codierten Akteure erhoben. Dabei werden die Wohnungen codiert, welche am aufwändigsten und am wenigsten aufwändig eingerichtet sind.
Ausprägung	Wohnung
	freistehendes Haus
	großzügiges Anwesen
	Apartment, Loft
	Wohnblock
	Reihenhaus, Doppelhaushälfte
	sonstiges
nicht erkennbar	
	trifft nicht zu (keine Wohnung gezeigt)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 164

Anhänge

25	Thema der Folge/Episode 1–3
Codierhinweis	Es können bis zu drei Themen pro Episode codiert werden. Das dominanteste Thema ist dabei als erstes zu codieren. Die Codes für diese drei Variablen sind dieselben, daher werden die drei Variablen hier nicht gesondert aufgeführt.
Ausprägung	<p>kein erkennbares Thema</p> <p>familiärer Bereich</p> <p>Ehe/Partnerschaft/Liebe</p> <p>Sex/Verhütung in der Partnerschaft</p> <p>Flirt/Verliebtheit/Partnersuche/Schwärmerei</p> <p>Kontaktanzeigen/Partnervermittlung</p> <p>Heirat</p> <p>Fremdgehen</p> <p>Eifersucht</p> <p>Paartherapie</p> <p>Partnerverlust</p> <p>Trennung (zuvor verheiratete/in einer Lebensgemeinschaft lebende oder auch nur zusammenlebende Paare trennen sich. Dies kann auch einfach nur ein Auszug des Ehepartners darstellen.)</p> <p>Scheidung (zuvor verheiratete/in einer Lebensgemeinschaft Lebende lassen sich gesetzlich trennen.)</p> <p>Liebeskummer</p> <p>Arbeitsteilung in der Beziehung/Hausarbeit</p> <p>Fernbeziehung</p> <p>Geld/Finanzen des Paares</p> <p>Homosexualität</p> <p>Streit/Konflikte zwischen den Partnern</p> <p>Ex-Partnerschaft</p> <p>Rein sexuelle Affäre (bei Akteuren ohne feste Partnerschaft)/One-Night-Stand</p> <p>Vorstellung von gelingender Partnerschaft</p> <p>Schwangerschaft</p> <p>ungewollte Schwangerschaft (dies umfasst ungewollte Schwangerschaften von Erwachsenen/Volljährigen)</p> <p>Teenagerschwangerschaft (die werdenden Mütter sind noch minderjährig)</p> <p>Fehlgeburt</p>

Ausprägung	<p>Eltern-Kind-Beziehungen  Erziehung  Kinderbetreuung/Doppelbelastung Familie-Beruf  Auszug eines (volljährigen) Kindes aus dem Elternhaus  Arbeitsteilung zwischen den Generationen/Regeln des Zusammenlebens  Geld/Finanzen der Familie/der Kinder  Sorgerecht  Streit/Konflikte zwischen Eltern und Kindern  Flucht eines Kindes vor den Eltern („Ausreißer“)  Erwartungen der Eltern an die Kinder/Leistungsdruck  Tod in der Familie  Erbstreitigkeiten  Ausbeutung eines Familienmitglieds</p>
	<p>sonstige verwandtschaftliche Beziehungen  Einmischung der Großeltern in Partnerschaft und Kindererziehung  Konflikt zwischen den Generationen  Verhältnis/Konflikte zwischen den Geschwistern  Solidarleistungen</p>
	<p>biographische Übergänge/Zukunftsvorstellungen/-wünsche  Heiratsabsicht/Verlobung  Kinderwunsch  Trennungsabsicht/Scheidungswunsch  Familiengründung  Umzug</p>
	<p>außerfamiliärer Bereich  Freundschaft  Streit/Konflikte zwischen Freunden/in der WG  Eifersucht/Konkurrenz zwischen Freunden (z. B. zwei Frauen lieben den gleichen Mann)  Arbeitsteilung/Aufgaben in der WG (z. B. Haushaltstätigkeiten)</p>

Anhänge

	<p>Schule/Beruf/Finanzen          Berufswahl/Ausbildung/Weiterbildung          Zensuren/Zeugnisse/Versetzung/Prüfung/Leistungsdruck          Berufstätigkeit/berufliche Belastung/berufliche Konkurrenz          Kündigung          Arbeitslosigkeit/Sozialhilfe/Hartz IV          Jobsuche/Vorstellungsgespräch          Einkommen/Verdienst/Gehalt          Finanzen/Schulden          Verhältnis Lehrer – Schüler          Zivildienst/Wehrdienst          Berufszufriedenheit          Immobilien/Miete          Lohnstreitigkeiten          Selbstständigkeit          Pleite</p>
Ausprägung	<p>Nachbarschaft/soziales Umfeld          üble Nachrede/Mobbing/Bullying          Lärmbelästigung          besorgte Nachbarn          erotische Fotos werden verbreitet</p>
	<p>Straftat/Gewalt/Unfall          Gewalt in der Familie          Entführung eines Familienmitglieds          Erpressung          Geiselnahme          Diebstahl/Einbruch          Sexualstraftaten/Sexuelle Belästigung/Sexueller Missbrauch          (Verkehrs-)Unfall/Unglück          Gebrauch von Waffen          Mord/Totschlag          Mordversuch          Sabotage          Strafverfolgung/Gerichtsverhandlung</p>

Ausprägung	Überfall Brandstiftung Spionage Nachstellen/Stalking Betrug Versicherungsbetrug Körperverletzung Sachbeschädigung Mietnomaden Handel mit Rausch- bzw. Betäubungsmitteln Verkehrsdelikte (Fahrrad in der Fußgängerzone, Geschwindigkeitsüberschreitung, Falschparken)
	Gesundheit/Krankheit/Behinderung (auch wenn diese nur vorgespield werden) Ernährung/Diät/Abnehmen Sucht (z. B. Alkohol, Drogen, Rauchen) Suizid Operation/ärztliche Behandlung/Krankenhausaufenthalt Aussehen/Schönheit Psychische Krankheit/Träume/Depression (ohne Messi-Syndrom) Messi-Syndrom Körperliche Behinderung AIDS/HIV Körperliche Verletzung/Krankheit (auch Alzheimer)
	Freizeit Ausgehen (z. B. Disco, Kino, Konzert) Shopping Reisen/Urlaub/Ferien/Ausflug Musik/Kultur soziales Engagement Sport Medien (z. B. Fernsehen, Computer, Video, Lesen) Tiere Kleidung/Mode Party/Geburtstagsfeier
	Wirtschaft/Politik/Gesellschaft
	sonstiges

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

*Anhänge*

26	Vorkommen eines Konflikts in der Folge
Ausprägung	nein
	ja

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

27	Vorkommen von der Polizei in der Folge
Codierhinweis	Sehen der Polizisten oder des Präsidiums im Rahmen des Konflikts. Hierunter zählt auch das Ordnungsamt.
Ausprägung	nein
	ja
	kein Konflikt/trifft nicht zu
	nicht zuzuordnen

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

28	Vorkommen eines Experten in der Folge im Rahmen des Konflikts
Codierhinweis	Sehen der Experten oder deren Gebäude.
Ausprägung	nein
	ja (hierunter zählt das Jugendamt, Privatermittler, Psychologen, Ärzte; nicht: Polizei)
	kein Konflikt/trifft nicht zu
	nicht zuzuordnen

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

29	Konfliktlösung am Ende der Folge
Ausprägung	nein
	ja, vollständig gelöst
	ja, teilweise gelöst (nicht alle Teile des Konflikts wurden gelöst)
	kein Konflikt/trifft nicht zu
	nicht zuzuordnen

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

30	Art der Konfliktlösung
Codierhinweis	Bezogen auf den Hauptkonflikt.
Ausprägung	gerichtliche Konfliktlösung (Der Konflikt der Folge endet damit, dass sich beide Parteien vor Gericht einigen bzw. ihre Anwälte einschalten, um den Konflikt zu lösen. Gericht/Justiz.)
	Konfliktlösung durch Ausgleich/Vermittlung (durch Dritte) (Der Konflikt der Folge endet damit, dass beide Parteien sich absprechen und eine gemeinsame Lösung finden, die beide Parteien akzeptieren. Oder Ausgleich durch Vermittlung eines Dritten Alltagsmenschen, nicht durch Polizei.)
	Konfliktlösung durch Macht (Der Konflikt der Folge endet damit, dass ein Akteur eine Machtposition ausnutzt, um den Konflikt zu lösen. Gegebenenfalls sind die einzelnen Parteien mit der Konfliktlösung nicht einverstanden, müssen sich der Machtposition aber beugen.)

Anhänge

	Konfliktlösung durch Polizei (Der Konflikt wird durch die Vermittlung/Einsatz der Polizei gelöst. Nur das Auftreten der Polizei heißt nicht, dass diese den Konflikt löst.)
	sonstige Konfliktlösung
	trifft nicht zu (kein Konflikt oder keine Konfliktlösung)
	nicht zuzuordnen

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

31	Anzahl der Familien pro Folge
Ausprägung	Anzahl aller gezeigten Familien. Die Definition einer Familie findet sich im entsprechenden Codebuch. Dies müssen nicht die Familien der Hauptakteure sein. Bsp.: 01
Eingabe	xx

Sendungsebene

Inhaltliche Kategorien	<p>Im Folgenden werden Werte codiert, die in der Folge vermittelt werden können. Dabei ist der Normalfall, dass ein Wert nicht vermittelt wird (Code= 0). Nur wenn es deutliche Anzeichen gibt, z. B. durch die Moral der Geschichte oder durch deutliche Nennung, ist der Code -1 bzw. 1 zu codieren. Es können bis zu 3 Werte codiert werden, die eine zentrale Rolle in der Folge haben.</p> <p>Wenn der Wert infrage gestellt wird, was bedeutet, dass der Wert in einem negativen Zusammenhang vermittelt wird, so wird -1 codiert. Wird er in einem positivem Zusammenhang vermittelt, so wird er mit einer 1 codiert. Es wird jeweils die Botschaft am Ende codiert. Zu beachten ist auch, dass der Wert unabhängig vom Ausgang der Sendung (z. B. Happy End) codiert wird.</p>
------------------------	--

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

32	Sozialengagement
Codierhinweis	Anderen zu helfen (nicht der Familie), auch über ein Ehrenamt
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Hilfe, die ausgenutzt wird, oder evtl. Nachteile, die durch geleistete Hilfe entstehen)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. es wird ausdrücklich betont, dass dies gut ist und dem Engagierten kommen keine Nachteile daraus zu. Im Gegenteil, möglicherweise auch Vorteile.)

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

33	Partnerschaft
Codierhinweis	Einen Partner (d. h. einen festen Freund bzw. eine feste Freundin) haben, dem/der man vertrauen kann.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. bei Abhängigkeit vom Partner oder wenn eine Person durch diesen ausgenutzt oder betrogen wird)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. wenn der Partner für jemanden da ist und/oder Kraft gibt bzw. motiviert)

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

Anhänge

34	Familienleben
Codierhinweis	Ein gutes Familienleben haben.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. wenn Familienmitglieder jemanden ausnutzen oder so stark belasten, dass die Person krank wird bzw. darunter leidet oder sich andere negative Folgen ergeben.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. Kommunikation in der Familie ist wichtig, Probleme werden geklärt und die Familie als Zufluchtsort dargestellt)

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

35	Freundschaft
Codierhinweis	Gute Freunde haben.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Freunde nutzen einen aus und man kann ihnen nicht vertrauen oder sie bringen jmd. in Schwierigkeiten)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. Man setzt sich für Freunde ein, sie geben Halt und Unterstützung, positive Erlebnisse/Folgen durch Freundschaft)

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

36	Ehrgeiz/Zielorientiertheit/Fleiß
Codierhinweis	Ehrgeizig sein und wissen, was man im Leben erreichen will, über Leichen gehen. Als positive Eigenschaft von Ehrgeiz wird Fleiß codiert.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Mutter, die Kinder aufgrund von zu hohem Ehrgeiz vernachlässigt; Burnout; Eltern, die Kinder aus Übereifer zu bestimmten Handlungen treiben möchten)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. fleißige Menschen, die etwas in ihrem Leben erreichen, obwohl vieles gegen sie spricht bzw. keiner an sie glaubt. Fleißige/ehrgeizige Menschen, die keinem Schaden – auch nicht sich selbst)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

37	Eigenverantwortung/Verantwortungsbewusstsein
Codierhinweis	Verantwortung für sich selbst und andere übernehmen.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Verantwortungsgefühl ist zu groß und man schadet dadurch anderen oder man übernimmt sich.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. es wird aufgezeigt, dass es wichtig ist Verantwortung für sich und ggf. Kinder zu übernehmen.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

Anhänge

38	Toleranz
Codierhinweis	Anderen Denkweisen gegenüber tolerant sein, andere so nehmen, wie sie sind – auch wenn sie eine andere Meinung haben.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. die gezeigte Toleranz wird (gnadenlos) ausgenutzt bzw. führt zu eigenen Nachteilen; ‚Fremde‘ Lebensweisen werden schlecht/verletzend/intolerant dargestellt.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. es wird aufgezeigt, dass es wichtig ist andere Meinungen und Lebenseinstellungen zu akzeptieren.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

39	Gesundheitsbewusstsein
Codierhinweis	Auf die eigene Gesundheit und die anderer achten, umfasst auch das Körpergewicht.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. übertriebenes Gesundheitsbewusstsein)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z.B. Übergewichtige und deren Probleme werden aufgezeigt; Betonung der Bedeutung einer gesunden Lebensweise wie nicht zu rauchen, Sport zu machen, oder sich gesund zu ernähren.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

40	Glaube
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Fanatismus, Sekten als negative Glaubensgemeinschaften, Naivität als Folge extremen Glaubens.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. Kraft, die aus dem Glauben oder der Glaubensgemeinschaft gezogen werden kann)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

41	Materialismus/Wohlstand/Eigentum
Codierhinweis	Materielles spielt eine Rolle.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Prahlerisches Verhalten; nur Materielles führt zum Glück und andere Dinge werden deshalb vernachlässigt.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. sich schöne Dinge leisten können und glücklich sein; Leben im Wohlstand ohne dass jemandem geschadet wird.)

Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.

*Anhänge*

42	Gleichheit
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. das klassische Rollenbild wird angestrebt; Schichtzugehörigkeiten werden betont und als normal/strebsam dargestellt.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. Gleichheit zwischen Mann und Frau; Männer in der Kindererziehung; Gleiche Chancen für Personen aus unterschiedlichen Schichten/Hintergründen.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

43	Gerechtigkeit
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Täter kommen mit ihren Taten ungeschoren davon, die Welt ist ungerecht.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. jeder bekommt seine gerechte Strafe, das Recht wacht über die Gesellschaft.)

44	Aufrichtigkeit
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. Ehrlichkeit verletzt den anderen oder wird schamlos ausgenutzt.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. durch Ehrlichkeit hätten Konflikte vermieden werden können; Ehrlichkeit als Bedingung für Vertrauen und gutes Zusammenleben. Aufrichtigkeit im sozialen Umgang mit anderen/innerhalb der Gesellschaft wird betont.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

45	Fairness
Codierhinweis	Im Umgang mit anderen stets fair zu sein.
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. seine eigenen Ziele und Wünsche übermäßig vernachlässigen, um anderen gerecht zu werden.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. Betonung, dass ein fairer Umgang wichtig ist; Fairness als Bedingung zum Zusammenleben.)

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.

46	Hedonismus
Ausprägung	wird infrage gestellt (z. B. es kommt nicht nur darauf an, Spaß im Leben zu haben.)
	wird nicht vermittelt/wird in der Folge nicht angesprochen
	wird vermittelt (z. B. es ist wichtig, Spaß am Leben zu haben und sich wohl zu fühlen.)

Anhänge

47	Metabotschaft 1-3
Codierhinweis	<p>Im Folgenden werden vermittelte Metabotschaften codiert. Dabei ist der Normalfall, dass eine Botschaft nicht vermittelt wird. Nur wenn es deutliche Anzeichen gibt, z. B. durch die Moral der Geschichte oder durch deutliche Nennung, ist die Metabotschaft zu codieren. Es können bis zu 3 zentrale Metabotschaften pro Folge/Episode codiert werden.</p>
Ausprägung	<p>Probleme innerhalb der Familie/Partnerschaft          Junge Mütter haben oft Schwierigkeiten ihr Kind zu erziehen.          Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen.          Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern.          Wenn Eltern keine Arbeit haben, führt das dazu, dass das Verhältnis der Familienmitglieder zueinander angespannt ist.          Es ist normal, wenn sich Eltern und Kinder manchmal anschreien.          Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen.          Gib deinen Kindern ihren Freiraum, damit sie sich frei entfalten können.          Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse.          Wenn Frauen arbeiten gehen, kommt es zu Streit.</p> <hr/> <p>finanzielle Angelegenheiten          Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.          Harte Arbeit zahlt sich aus.</p> <hr/> <p>Freundschaft          Am Ende kann man sich auf seine Freunde verlassen.          Gute Freunde gehen durch dick und dünn.          Freundschaft überwindet alle Hindernisse.</p> <hr/> <p>schlechte Welt          Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.          Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.          Die Welt und die Menschen sind als schlecht einzustufen und mit Bedacht zu nehmen.</p>

heile Welt Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe./Gerechtigkeit siegt. (Justiz) Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut. Wahre Liebe siegt. Das Gute siegt. Falsche Taten rächen sich. (soziales Umfeld)
Ehrlichkeit Sei von Anfang an Ehrlich, um Konflikte zu vermeiden. Ehrlichkeit ist Voraussetzung für eine funktionierende Familie und deren Zusammenhalt.
zwischenmenschliches Verhalten Wenn man keine Rücksicht nimmt, schadet man sich selbst und den Menschen in seinem Umfeld.
Verhalten und Handeln Verzweiflung kann zu irrationalen Handlungen führen. Übernehme Verantwortung für dich und deine Handlungen. Der Zweck heiligt nicht die Mittel. Ziehe keine voreiligen Schlüsse. Sei tolerant gegenüber anderen Sichtweisen. Wende dich von den falschen Einflüssen ab. Bleibe dir selbst treu.
Gesundheit Achte auf dich und deine Gesundheit.
sonstiges Tattoos sind etwas völlig Normales. Tattoos sind trendig. Tattoos sind schlecht/gesundheitsschädlich. Tattoos sind nicht schön. Helfende Experten sind auch bei Problemen innerhalb der Familie oder des Freundeskreises unabdingbar.

In Anlehnung an Gölz et al., 2015, o. S.; Fahr et al., 2013; Schenk et al., 2015, Anhang

Anhänge

Familienebene	
Definition Familie	<p>„Familie ist die erkennbar auf Dauer angelegte Lebensgemeinschaft zwischen zwei Personen oder die Lebensgemeinschaft von mindestens zwei Generationen. Die Lebensgemeinschaften sind jeweils durch Intimität gekennzeichnet.“ (Scherer et al., 2005, S. 46–47)</p> <p>Folgende Kategorien werden für bis zu drei Familien erhoben. Es werden nur die Familien erfasst, welche in mindestens zwei Szenen als solche beschrieben werden und deren Mitglieder eine wichtige Rolle in der Handlung einnehmen – Codiert wird nur die (Kern-)Familie. Es werden nicht nur die Familien der codierten Akteure erfasst. Wenn keine Familie gezeigt wird, wird entsprechend nichts im Datensatz erfassen.</p>
48	Name des Codierers
Ausprägung	Gölz, Hanna Schwämmle, Ann-Sophie
49	Sendungsname
Ausprägung	Betrugsfälle
	Familien im Brennpunkt
	Verdachtsfälle
	Achtung Kontrolle allgemein
	Verklag mich doch
	Anwälte im Einsatz
	Privatdetektive im Einsatz
	Schicksale
	Achtung Kontrolle Topstories
	Achtung Kontrolle Mietstreit
	Verdachtsfälle spezial

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

50	Ausstrahlungsdatum
Codierhinweis	Eingetragen wird das Ausstrahlungsdatum.
Eingabe	TT.MM.JJJJ

51	Ausstrahlungsuhrzeit
Codierhinweis	Eingetragen wird die Uhrzeit, zu der die Folge ausgestrahlt wurde (Bsp.: 16:00 oder 17:15)
Eingabe	xx:xx

52	Episode
Codierhinweis	Hier wird festgehalten, um welche Episode innerhalb einer Folge es sich handelt.
Eingabe	xx

53	Laufende Nummer der Familie
Ausprägung	Familie 1
	Familie 2
	Familie 3

54	Name der Familie
Codierhinweis	Wenn der Name der Familie nicht bekannt ist, so wird diese hier in wenigen Worten beschrieben.

Anhänge

55	Anzahl minderjähriger Kinder in der Familie
Codierhinweis	Anzahl der minderjährigen Kinder (< 18) innerhalb der jeweiligen Familie. Diese Kategorie wird offen erfasst. „Nicht zuzuordnen/nicht bekannt/wird nicht genannt“ ist als Ausweichkategorie zu verwenden
56	Anzahl minderjähriger Kinder im gleichen Haushalt
Codierhinweis	Anzahl der minderjährigen Kinder (< 18) innerhalb der jeweiligen Familie, welche im gleichen Haushalt wohnen. Diese Kategorie wird offen erfasst. „Nicht zuzuordnen/nicht bekannt/wird nicht genannt“ ist als Ausweichkategorie zu verwenden.
57	Anzahl volljähriger Kinder in der Familie
Codierhinweis	Anzahl der volljährigen Kinder (> 18) innerhalb der jeweiligen Familie. Diese Kategorie wird offen erfasst. „Nicht zuzuordnen/nicht bekannt/wird nicht genannt“ ist als Ausweichkategorie zu verwenden.
58	Anzahl volljähriger Kinder im gleichen Haushalt
Codierhinweis	Anzahl der volljähriger Kinder (> 18) innerhalb der jeweiligen Familie, welche im gleichen Haushalt wohnen. Diese Kategorie wird offen erfasst. „Nicht zuzuordnen/nicht bekannt/wird nicht genannt“ ist als Ausweichkategorie zu verwenden.

59	Familienstruktur der Kernfamilie
Ausprägung	<p>Paare</p> <p>ehelich (heterosexuelle Ehe)</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>nicht-ehelich, zweigeschlechtlich</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>Ehstand nicht erkennbar</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>nicht-ehelich gleichgeschlechtlich Mann &amp; Mann</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>nicht-ehelich gleichgeschlechtlich Frau &amp; Frau</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>ehelich (Mann &amp; Mann)</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>ehelich (Frau &amp; Frau)</p> <p>mit Kind</p> <p>ohne Kind</p> <p>Kinderstand nicht erkennbar</p> <p>sonstige Paare</p> <p>Alleinerziehende</p> <p>mit Partner (Mann oder Frau im Haushalt)</p> <p>ohne Partner im Haushalt</p> <p>mit anderen Erziehungspartnern (Oma, Tante, Onkel etc.)</p>

Anhänge

	getrennt Zusammenlebende (getrennt lebende Paare, die keinen gemeinsamen Haushalt führen, ohne Kinder)
	nicht erkennbar

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 163–164

60	Anzahl der Familienmitglieder pro Kernfamilie
Codierhinweis	Anzahl aller Familienmitglieder, die gezeigt bzw. genannt werden. Diese Kategorie wird offen erfasst.

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 164

61	Atmosphäre innerhalb der Kernfamilie
Codierhinweis	Bezogen auf die gesamte Handlung, nicht nur das Ende der Handlung.
Ausprägung	harmonisch
	konflikthaltig
	sowohl als auch
	nicht erkennbar

62	Wohnung der Kernfamilie
Ausprägung	Wohnung
	freistehendes Haus (Garten rundherum, kein angrenzendes Wohngebäude)
	großzügiges Anwesen
	Apartment, Loft
	Wohnblock
	Reihenhaus, Doppelhaushälfte
	nicht erkennbar

63	Einrichtung der Wohnung der Kernfamilie
Ausprägung	mittelständisch
	alternativ
	exklusiv, luxuriös
	ärmlich
	nicht erkennbar
	trifft nicht zu

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 165

64	Art der Familie
Ausprägung	Kernfamilie, alles dreht sich nur um die Kernfamilie – also Eltern und Kinder.
	Mehrgenerationenfamilie, Groß- und Urgroßeltern sind eingebunden.
	Großfamilie, nicht nur Großeltern, auch Onkel/Tante/Cousinen sind eingebunden.
	nicht erkennbar

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 163–164

Akteursebene	
Definition Akteur	Unter dem Begriff „Akteure“ sind die für die Serie, deren Handlung, Konflikt und Konfliktlösung wichtigsten Protagonisten zu verstehen. Ein <u>Hauptakteur</u> hat eine tragende Rolle im Konflikt und (!) hat eine Sprecherrolle in mehr als zwei Szenen. Es werden nur diejenigen codiert, die eine zentrale Relevanz für die Handlung der Folge haben. Es werden Alltagsmenschen mit Expertenstatus und Experten mit Sprecherrollen in mind. zwei Szenen codiert. Dabei kann es lediglich um Handlungsempfehlungen gehen und der Experte muss keine tragende Rolle im Konflikt spielen. Die Kategorie -88 ist sehr sparsam zu verwenden und nur dann zu codieren, wenn die Ausprägung wirklich nicht erkennbar ist. Die Zahl der zu erfassenden Akteure ist nicht festgelegt bzw. eingeschränkt.

*Anhänge*

65	Name des Codierers
Ausprägung	Gölz, Hanna
	Schwämmle, Ann-Sophie

66	Sendungsname
Ausprägung	Betrugsfälle
	Familien im Brennpunkt
	Verdachtsfälle
	Achtung Kontrolle allgemein
	Verklag mich doch
	Anwälte im Einsatz
	Privatdetektive im Einsatz
	Schicksale
	Achtung Kontrolle Topstories
	Achtung Kontrolle Mietstreit
	Verdachtsfälle spezial

67	Ausstrahlungsdatum
Codierhinweis	Eingetragen wird das Ausstrahlungsdatum.
Eingabe	TT.MM.JJJJ

68	Ausstrahlungsuhrzeit
Codierhinweis	Eingetragen wird die Uhrzeit, zu der die Folge ausgestrahlt wurde. (Bsp.: 16:00 oder 17:15)
Eingabe	xx:xx

69	Episode
Codierhinweis	Hier wird festgehalten, um welche Episode innerhalb einer Folge es sich handelt.
Eingabe	xx

Akteursebene	
Inhaltliche Kategorien	Hier werden soziodemografische Merkmale des Akteurs erfasst.

70	Name des Akteurs
Codierhinweis	Entweder Name in Buchstaben mit Vor- und Nachname. Wenn Name nicht genannt, dann kurze Beschreibung, z. B. „Ina’s beste Freundin“)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

71	Typ des Akteurs
Ausprägung	fester Experte (Akteur, der in seiner Rolle zur Aufklärung oder Einordnung des Sachverhalts beiträgt. Z. B. Anwalt, Ordnungshüter oder Schulumittler. Der Experte erscheint (vermutlich) in mehreren, thematisch unabhängigen Folgen der Serie. Er tritt oft, aber nicht immer unter seinem echten Namen auf (Bsp.: Die Schulumittler).)
	Alltagsmensch (Normale Person ohne Expertenstatus, die in der Handlung vorkommt und die von einem Laienschauspieler dargestellt wird.)
	Alltagsmensch mit Expertenstatus (Normale Person mit Expertenstatus, die in der Handlung vorkommt, aber in der Rolle eines Experten (Polizist, Jugendamtsmitarbeiter) auftritt.)

Anhänge

Prominenter (Akteur hat auch außerhalb der Sendung einen Prominentenstatus, der nicht nur durch die Scripted Reality-Sendung begründet ist. Der Prominente stellt sich innerhalb der Sendung selbst dar. Positivbeispiel: Musiker der Band „The Black Pony“ in einer Folge Die Schulumittler; Negativbeispiel: „Ole“ aus Berlin – Tag und Nacht. Hier gründet sich der Prominentenstatus vor allem auf sein Auftreten in der Sendung.)
nicht zuzuordnen
trifft nicht zu

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

72	Alter des Akteurs
Codierhinweis	Das Alter in Zahlen wird metrisch erfasst. Bei Geburtstag im Rahmen der Handlung wird das neue Alter codiert. Als Ausweichkategorie dient „Alter nicht genannt“:

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

73	Geschätztes Alter des Akteurs
Codierhinweis	Wenn das Alter des Akteurs nicht genannt wird, ist dies bestmöglich zu schätzen.
Ausprägung	0–9
	10–19
	20–29
	30–39
	40–49
	50–59
	60–69
	70–79
	80 und älter
	trifft nicht zu/Alter ist bekannt

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

74	Geschlecht des Akteurs
Codierhinweis	Bei Geschlechtsänderungen gilt das neue Geschlecht.
Ausprägung	männlich weiblich

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

75	Statur		
Codierhinweis	Bitte beachten: Zusätzliches Blatt mit Beispielen zur Codierhilfe.		
Ausprägung	starkes Untergewicht		
	Untergewicht		
	Normalgewicht		

Anhänge



Quelle: Gölz et al., 2015, o. S.; In Anlehnung an Luczak, 1999

76	Tätowierung
	keine sichtbaren Tätowierungen
	einzelne, kleine Tätowierung, die ein Maß von ca. 5 cm <sup>2</sup> nicht überschreitet
Ausprägung	mehrere oder größere Tätowierung ab 5 cm <sup>2</sup> , aber keine größeren Flächen
	sehr große Flächen, z. B Arm, Rücken, Hals, etc.
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu (Kinder und Jugendliche unter 16 Jahre)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

77	Äußeres Erscheinungsbild
Codierhinweis	Auf das Erscheinungsbild im Allgemeinen achten, nicht auf die individuell empfundene Attraktivität.
Ausprägung	ungepflegt (meidet sichtbar Duschen, legt keinerlei Wert auf äußeres Erscheinungsbild.)
	wenig gepflegt (legt wenig Wert auf äußeres Erscheinungsbild; verwendet kein Make-up, nicht gestylt, aber dennoch nicht ungepflegt; keinen oder nur schlechten Haarschnitt)
	gepflegt (gepflegtes Äußeres, dezentes Make-up bei Frauen, stimmige und gut passende Kleidung)
	aufgebrevelt (extremes Make-up sowohl bei Männern als auch Frauen; möchte-gern-Junge; „tussig“)
	sonstiges nicht zuzuordnen
78	Kleidungsstil
Codierhinweis	Auf die tatsächliche Bekleidung achten, nicht auf äußere Umstände Bsp.: Person, die auf der Straße lebt, kann trotzdem casual gekleidet sein.
Ausprägung	ärmlich (Sachen sind zu groß oder zu klein, verschlissen und kaputt, passen nicht zusammen oder sehen nach Altkleidersammlung aus.)
	sportlich (T-Shirt, Jeans, Pullover, Sneakers)
	casual (schlichte Alltagsbekleidung, z. B. T-Shirt, Jeans, Ballerinas oder hohe Schuhe)
	trendig (Betont hippe Kleidung; Ausgefallener Stil, der sich deutlich vom normalen Alltagsstil der Fußgängerzone abhebt.)

Anhänge

elegant (Anzug/Kostüm, Hemd/Bluse, hohe Schuhe)
Uniform
sonstiges (wenn nicht bekleidet oder im Bademantel)
nicht zuzuordnen

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

79	Familienstand
Codierhinweis	Wird nur für Alltagsmenschen mit und ohne Expertenstatus codiert.
Ausprägung	ledig in einer Beziehung/verlobt verheiratet geschieden/getrennt verwitwet nicht zuzuordnen trifft nicht zu (zu codieren bei Kindern/Teenager bis 11 Jahre (einschl. 11, ab 12 Beziehung möglich) oder bei Experten.)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

80	Treue
Codierhinweis	Nur zu codieren, wenn der Akteur in einer Beziehung oder verheiratet ist. Wird nur für Alltagsmenschen mit und ohne Expertenstatus codiert.
Ausprägung	Akteur ist treu kurze Affäre (One-Night-Stand) längere Affäre nicht zuzuordnen/kann nicht beurteilt werden trifft nicht zu (Zu codieren bei Personen, die nicht in einer festen Beziehung sind, also zuvor weder 2 noch 3 codiert wurde.)

81	Schimpfworte
Codierhinweis	Verwendet der Akteur Schimpfworte oder beleidigt er eine andere Person? Nur bei direkten Beleidigungen gegen eine Person zu codieren.
Ausprägung	nein ja nicht zuzuordnen trifft nicht zu
82	Sprachebene des Akteurs
Codierhinweis	Bezogen auf die Art, wie er sich hauptsächlich ausdrückt bzw. artikuliert.
Ausprägung	Mundart (Dialekt; meist nur noch in ländlichen Gegenden verbreitet. Bsp.: I' ko leida net kemma. I' muaß in d' Stod und meim Voda sein Freind abhoin. – Des is schee, wia d' Kinder spuin (in Niederbayern: „spein“)) Umgangssprache (Mischung aus Mundart und Hochsprache; Mundart kann unterschiedlich stark ausgeprägt sein. Anders als schriftliche Hochsprache gibt es zahlreiche Verstöße gegen Grammatik und Stil. Bsp.: Ich kann leider net kommen, weil – ich muß in die Stadt und meinem Vater sein Freund abhol'n. – Des is schön, wie die Kinder spiel'n.) Hochsprache (Alltagshochsprache) (Gehobene Sprache, stimmt im Wesentlichen mit geschriebener Sprache überein; z. B. bei allgemein verständlichen freien Vorträgen. Bsp.: Ich kann leider nicht kommen, weil ich in die Stadt fahren und den Freund von meinem Vater abholen muss. – Das ist schön, wie die Kinder spielen.)

Anhänge

Schriftsprache (Geschriebene Sprache, ist hinsichtlich Wortwahl, Grammatik und Stil zwischen Hochsprache und gehobener Sprache einzuordnen. Bsp.: Ich kann leider nicht kommen, weil ich in die Stadt fahren und den Freund meines Vaters abholen muss. – Die Kinder spielen schön.)
gehobene Sprache (Prosa oder Dichtung Bsp.: Ich kann leider nicht kommen, weil ich in die Stadt fahren und meines Vaters Freund abholen muss. – Die Kinder spielen schön.)
nicht zuzuordnen
trifft nicht zu

Quelle: Hendlmeier, 2011, S. 1–2

83	Sprachform des Akteurs/Wortwahl
Codierhinweis	Die Sprachform, die er hauptsächlich wählt.
Ausprägung	Allgemeinsprache (Bsp.: Das habe ich verstanden/Das ist sehr gut)
	Jugendsprache (Bsp.: Hab‘ ich gerafft/Das ist ja geil)
	Fachsprache
	gebrochenes Deutsch
	Fremdsprache
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu (Zu codieren bei Personen, die nicht sprechen.)

Quelle: Hendlmeier, 2011, S. 3

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

84	Familienmitglied
Ausprägung	Familie 1
	Familie 2
	Familie 3
	nicht eindeutig zuzuordnen
	trifft nicht zu
	(Zu codieren bei Akteuren, die nicht in ihrer Familie gezeigt werden bzw. deren Familie zuvor nicht erfasst wurde oder Einzelperson oder Experten sind.)

84	Familiäre Rolle
Codierhinweis	Eingenommene Rolle innerhalb der Familie.
Ausprägung	Eheperson
	nicht-ehelicher Lebenspartner
	Kind
	alleinerziehender Elternteil
	Elternteil mit Partner, der leibliches Elternteil des Kindes ist.
	Elternteil mit Partner, der nicht leibliches Elternteil des Kindes ist.
	Stiefelternteil
	Großvater/-mutter
	Bruder/Schwester
	Ex-Partner
	sonstiger Verwandter
	Elternteil allgemein
	nicht zuzuordnen
trifft nicht zu (Einzelperson und Experten)	

In Anlehnung an Scherer et al., 2005, S. 60

86	Person als Erziehungsinstanz
Codierhinweis	Unabhängig von familiärer Rolle und ob man Elternteil ist.

Anhänge

Ausprägung	ohne Erziehungsfunktion (Wenn eigene Kinder oder Kinder in der (Groß-)Familie vorhanden sind, aber Akteur keinerlei Einfluss bei Erziehung hat/unbeteiligt ist.)
	mit Erziehungsfunktion (Wenn eigene Kinder oder Kinder innerhalb der (Groß-)Familie vorhanden sind und die Akteure entsprechend bei der Erziehung involviert sind.)
	nicht zuzuordnen (Wenn nicht bekannt, ob Kinder da sind)
	trifft nicht zu (Zu codieren, weil definitiv keine Kinder da sind und bei Experten.)

In Anlehnung an Scherer et al., 2005, S. 173

87	Erziehungsstil der Person
Codierhinweis	Nur zu erfassen, wenn Akteur eine Erziehungsinstanz ist.
Ausprägung	autoritär (Erziehungsstil, bei dem Erziehende Kontrolle auf die zu Erziehenden ausüben; die kindliche Meinung interessiert nicht, Erziehende bestimmen alles.)
	demokratisch (Erziehungsstil, bei dem Kinder und Jugendliche als ernstzunehmende Gesprächspartner mit eigener Meinung betrachtet werden. Je älter das Kind wird, desto selbstständiger und eigenverantwortlicher soll es handeln. Anleitungen und Hilfestellungen durch die Eltern werden jedoch als unerlässlich angesehen.)
	egalitär (Erziehungsstil, bei dem Erziehende und Kinder die gleichen Rechte und Pflichten haben, d. h. die Meinung des Kindes wird nicht nur eingeholt und berücksichtigt, sondern ist in gleichem Maße ausschlaggebend wie die Ansicht der Eltern.)

laisser-faire (Erziehungsstil, bei dem es keine verbindlichen Regeln gibt, jeder ist sich selbst überlassen und verantwortet sein Handeln.)
negierend (Erziehungsstil, bei dem die Erziehungsinstanzen das kindliche Verhalten überhaupt nicht beeinflussen. Es fehlt das Interesse, an der Entwicklung des Kindes teilhaben zu wollen.)
nicht zuzuordnen
trifft nicht zu (Bei Personen, die keine Erziehungsinstanz sind und bei festen Experten.)

In Anlehnung an Scherer et al., 2005, S. 173

88	Beruf
Codierhinweis	Bezieht sich auf die Situation während des Konflikts und die Anstellung, welche in erster Linie verfolgt wird; muss legaler Beruf sein.
	kein Beruf/arbeitssuchend
	Schüler
	Auszubildender
	Student
	Angestellter/Beamter
	Selbständiger
	Pensionär
Ausprägung	Hausfrau/Hausmann (Muss nicht explizit gesagt werden; ausreichend, wenn sichtbar, dass Person zu Hause/im Haushalt/und oder bei den Kindern ist.)
	sonstiger Beruf (Wenn nicht eindeutig, ob jemand selbstständig oder abhängig beschäftigt ist.)
	Kandidatur
	nicht erkennbar (Nicht erkennbar, ob berufstätig.)
	trifft nicht zu (Zu jung für Beruf oder Schule.)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Anhänge

89	Hierarchische Stufe im Beruf
Codierhinweis	Nur zu codieren, wenn berufstätig (Ausprägung 5, 6, 10). Nicht nur auf das beziehen, was man erfährt, sondern den Beruf im Allgemeinen sehen.
Ausprägung	unterer Berufsstand (Ohne Führungsaufgaben und Eigenverantwortung, Arbeit nach Anweisung.)
	mittlerer Berufsstand (Teilw. Eigenverantwortlich, aber auch Arbeit nach Anweisung)
	Führungsposition (Personal- oder Budgetverantwortlich etc.)
	nicht zuzuordnen (Weil Beruf nicht erkennbar.)
	trifft nicht zu (Zu jung für Beruf.)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 168

90	Soziale Rolle
Codierhinweis	Soziale Rolle innerhalb der Handlung, die im Rahmen des Konflikts vordergründig eingenommen wird.
Ausprägung	Einzelfigur, tritt nicht als soziale Rolle auf.
	Familie/Beziehung
	Eheperson
	Lebenspartner, nicht-ehelich
	Kind
	Elternteil alleinerziehend
	Elternteil mit Partner, der leibliches Elternteil des Kindes ist
	Elternteil mit Partner, der nicht leibliches Elternteil des Kindes ist
	Stiefelternteil
	Großvater/-mutter
	Bruder/Schwester
	Ex-Partner
	sonstiger Verwandter
Affäre	

*Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse*

Freizeit
Freund (Nicht: Lebenspartner)
Bekannter (z. B. Vereinsmitglied)
berufliche Rolle
Lehrer
Vorgesetzter
Angestellter
Kollege
Mitschüler
Konkurrent
sonstige Rolle
Vermieter
Mieter
Täter
Opfer
Zeuge
Nachbar
Schuldner
nicht zuzuordnen

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Anhänge

91	Soziale Schichtzugehörigkeit
Codierhinweis	Auszumachen an Wohnsituation, Einkommen, Arbeit, Eltern und Bildung.
Ausprägung	<p>Unterschicht          (Es sind alle Akteure zu verstehen, die sich in der allgemeinen gesellschaftlichen Unterschicht befinden. Der Beruf des Akteurs bzw. der Eltern des Akteurs befindet sich im unteren Arbeiterbereich (Fließbandjobs, Handwerkerjobs) oder der Akteur bzw. die Eltern des Akteurs sind arbeitssuchend und niedrig gebildet. Das Einkommen ist somit unterdurchschnittlich. Dies ist an der Wohnsituation, z. B. einer kleinen Wohnung oder auch heruntergekommen, Altbau unrenoviert oder obdachlos, der Kleidung, z. B. Second-Hand-Kleidung, erkennbar alt, evtl. schmutzig, Akteur besitzt nicht viel; auch am Auftreten, der Sprache wie niederer Straßenumgangston/Straßenslang, in der Gesellschaft nicht angesehenes Verhalten, erkennbar. Auf die Menschen in der Unterschicht wird meist herabgesehen.)</p>
	<p>Mittelschicht          (Es sind alle Akteure zu verstehen, die sich in der allgemeinen gesellschaftlichen Mittelschicht befinden. Entweder die berufliche Stellung des Akteurs ist Angestellter oder Selbstständiger bis in die unteren Führungspositionen oder die Eltern haben eine solche Position. Das Einkommen ist somit im mittleren Bereich und gewährleistet einen guten Lebensstandard. Dies ist an der Wohnsituation, z. B. einem Eigenheim mit Vorgarten, große Wohnung, der Kleidung, dem weiterem Besitz der Familie, z. B. Familienwagen, normale Einrichtung des Wohnbereichs und dem Auftreten, umgängliche Sprache/ Umgangston, erkennbar.)</p>

	<p>Oberschicht                  (Es sind alle Akteure zu verstehen, die sich in der allgemeinen gesellschaftlichen Oberschicht befinden, v. a. auch prominente Personen. Entweder der Akteur hat eine gehobene berufliche Stelle inne (Führungsposition, erfolgreiche Selbstständigkeits-bereich) oder die Eltern des Akteurs haben eine gehobene berufliche Stelle inne. Das Einkommen ist somit überdurchschnittlich). Dies ist auch an der Wohnsituation, z. B. großes Haus, Villa, der Kleidung, Markenkleidung, typisch teure Kleidung z. B. Polo-shirts, weiterem Besitz der Familie, z. B. sehr gutes und teures Auto und (extravagante) Einrichtung des Wohnbereiches sowie dem gehobenen Auftreten der einzelnen Personen und deren Wortwahl erkennbar. Zudem zeigt es sich im Verhalten des Akteurs, wenn sie sich über andere stellen, deutlich machen, dass man sich für etwas Besseres hält.)</p>
	nicht eindeutig zuzuordnen
	trifft nicht zu (Bei Experten)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

Verhalten der Akteure

Codierhinweis	<p>Die folgenden Kategorien (91 bis 102) beziehen sich auf das Verhalten der Akteure in ihrem sozialen Umfeld. Dabei werden nur die max. drei auffälligsten Charakter- und Verhaltenszüge codiert. Wenn dies nicht explizit deutlich wird, dann ist die Variable mit -99 („nicht zuzuordnen“) zu codieren. Dies wird sowohl für Alltagsmenschen mit und ohne Expertenstatus als auch für Experten erfasst.</p>
---------------	--

Anhänge

92	Empathisches Verhalten
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	verständnisvoll (empathisch und einfühlsam gegenüber anderen; fähig sich in andere und ihre Situation hineinzusetzen; Verständnis durch Handeln z. B. durch Bestätigung, Unterstützung anderer)
	verständnislos (ohne Fähigkeit, sich in andere und ihre Situation hineinzusetzen; fehlende Nachvollziehbarkeit von Situationen und Handlungen anderer führt bis zur Ablehnung, Nicht-Unterstützung)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 171

93	Dominanz
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	unterwürfig (zurückhaltend, sich anderen Meinungen unterordnend)
	dominant (eigene Meinung/Handlung durchsetzend, andere überstimmt)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kleinkinder unter 3)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 171

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

94	Konfliktverhalten
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten. Hier ist auch das Handeln eingeschlossen.
Ausprägung	friedlich/ausgeglichen (ruhig in Gestik, Mimik, ruhige Stimme, konfliktvermeidend agierend)
	aggressiv (entsprechende Bewegungen in Gestik und Mimik; aufbrausende Stimme, bis zum Angriff anderer oder sich selbst; absichtsvoll Schaden anrichten; ständiges Schreien und aggressiver Tonfall)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kleinkinder unter 3)

In Anlehnung an Scherer et al., 2005, S. 171

95	Offenheit gegenüber Mitmenschen
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	offen (offenherzig eigenes preisgeben, redselig und mitteilsam; auf andere zugehen)
	verschlossen (wenig/nicht mitteilsam, eher zum Einzelgänger tendieren; wenig über sich reden)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

Anhänge

96	Materialismus
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	bescheiden (ohne große Ansprüche, mit wenig auskommend)
	anspruchsvoll (fordernd; Verlangen insbesondere nach materiellen Dingen; auf Status bedacht)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

97	Genussbetont/Luxuriöses Leben
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	genussbetont (Wert auf gutes Essen legen; auch andere Genussmittel gebrauchend, hierfür gerne Aufwendungen investieren.)
	enthaltssam (eher asketisch, sich einschränken, bewusster Verzicht auf Genussmittel)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 12)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

98	Mut
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	mutig (verbal oder aktiv handeln; eigene Meinungen vertretend, auch bei Minderheitenmeinung für sie gegen die Mehrheit einstehen; trotz Angst unangenehme Aufgabe antreten.)
	feige (verbal oder aktiv; Mehrheitsmeinung trotz gegenteiliger Auffassung zustimmen, Rückzug/Schweigen verbunden mit Unterlassung von Hilfeleistungen für andere.)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

99	Verantwortung
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten des Akteurs.
Ausprägung	verantwortungsvoll (für sich und andere mitdenken; beschützen; mögliche Umstände weitsichtig bedenkend und Eventualitäten abschätzend.)
	verantwortungslos (ohne Bedacht agierend; kurzsichtig; bis an Fahrlässigkeit gegenüber sich selbst und anderen grenzend, was unter Umständen negative Folgen hat.)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 12)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

Anhänge

100	Auftreten
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten. Vor allem bezogen auf die Stimme.
Ausprägung	schüchtern (zurückhaltend; still, leise Stimme, z. B. Erröten und andere Abwehrhaltungen bei Ansprache oder Einbringung in Gruppenprozesse o.ä.)
	forsch (laut auftretend, fordernd; vernehmbare Stimme.)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

101	Respekt gegenüber anderen
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten
Ausprägung	respektvoll (andere Personen oder Dinge achtend; mit Ehrfurcht begegnen; sorgsam mit Personen oder Dingen umgehen)
	respektlos (Umgang mit anderen Personen oder Dingen ohne Respekt, ohne Vorsicht/Sorge)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 6)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

102	Vertrauen/Leichtgläubigkeit
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten
Ausprägung	vertrauend/leichtgläubig (ohne Misstrauen gegenüber anderen Personen, ohne Hintergedanken; zweifelsfrei an jemanden glauben, vorurteilsfrei Gutes von anderen annehmen.)
	misstrauisch (ohne Vertrauen gegenüber anderen; zweifeln und Hintergedanken hegen; Schlechtes (grundlos) von anderen annehmen)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 12)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 172

103	Fürsorglichkeit
Codierhinweis	Umgangston und Verhalten
Ausprägung	fürsorglich (Physisches prosoziales Verhalten (z. B. in den Arm nehmen), Vorsorge treffen, dass es anderen gut geht; andere verwöhnen und umsorgen; sich vorausschauend kümmern.)
	sorglos (Ohne an ein Später oder Konsequenzen denkend, im Hier und Jetzt agierend.)
	sowohl als auch
	nicht zuzuordnen (Bei Experten, die nicht in die Handlung einbezogen sind.)
	trifft nicht zu (Kinder unter 12)

Quelle: Scherer et al., 2005, S. 173

Anhänge

104	Moralische Rolle
Ausprägung	gut (Positiv besetzter Akteur und zeigt durchweg positives Verhalten/Handeln; hat immer das Gute im Sinne; wenn ein Akteur fremdgeht, ist dieser in der Regel nicht mehr gut.)
	naiv (Ausschließlich naives oder passives Verhalten/Handeln; glaubt ständig an das Gute; merkt nicht, wenn er betrogen oder ausgenutzt wird; nimmt Entschuldigungen leichtfertig an; Sieht potenzielle Gefahren und Probleme nicht.)
	vom Bösen beeinflusst (Handeln schlecht aufgrund von bösem Einfluss; am Ende zeigen sie Reue oder bessern ihr Verhalten; sind zu Beginn meist „abhängig“ von Bösen oder ihnen „hörig“.)
	böse (Negativ besetzter Akteur; negatives Verhalten/Handeln; durch und durch böse bei all seinen Handlungen bzw. von Grund auf böse Absichten.)
	ambivalent/neutral (Hat sowohl positive als auch negative Verhaltensweisen oder zeigt weder positives noch negatives Verhalten/Handeln.)
	nicht zuzuordnen trifft nicht zu (Kinder unter 12 und Alltagsmenschen mit und ohne Expertenstatus)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

105	Bestrafung
Codierhinweis	Nur erheben für böse, vom bösen beeinflusst und naive Akteure.
Ausprägung	keine Bestrafung
	Bestrafung des Akteurs
	Bestrafung durch soziales Umfeld/Familie
	Bestrafung durch juristisches Urteil (auch bei Unterhaltzahlungen)
	Bestrafung durch soziales Umfeld und juristisches Urteil
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu
106	Schwere der Bestrafung
Codierhinweis	Nur erheben, wenn Bestrafung stattfindet; unabhängig von Schwere der (Straf)tat; codiert wird die höchste Sanktion/Bestrafung
Ausprägung	leichte Bestrafung (Kleinere Sanktionen durch das Umfeld wie Hausarrest.)
	leichte bis mittlere Bestrafung (Geldbuße, kurzzeitige Sanktionen durch das Umfeld, beispielsweise Meidung oder erhöhtes Misstrauen)
	mittlere Bestrafung (Juristisches Urteil, aber nur Bewährungsstrafe; Meidung, aber kein vollständiger Kontaktabbruch durch das soziale Umfeld.)
	mittlere bis schwere Bestrafung (Gefängnisaufenthalt bis zu 12 Monaten, aber Umfeld gibt Unterstützung; soziales Umfeld bricht Kontakt auf Zeit ab.)
	schwere Bestrafung (Langjähriger Gefängnisaufenthalt, völliger Kontaktabbruch durch Familie)
	Rechtsspruch zu Unterhaltzahlungen
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

Anhänge

107	Lernfortschritt
Codierhinweis	Nur erheben für böse, vom Bösen beeinflusste und naive Personen.
Ausprägung	kein Lernfortschritt
	Lernfortschritt (Akteur zeigt einen Lernfortschritt bzw. Reue bzgl. seines Verhaltens.)
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu

107	Wertetyp
Codierhinweis	Bezogen auf den gesamten Handlungsstrang, aber das Ende/der Ausblick sind ebenfalls zu berücksichtigen.
Ausprägung	Ordnungsliebender Konventionalist (beharrt auf traditionelle Werte wie Pflichterfüllung, Fleiß und Sicherheit, konservative Kernorientierung (Familienrollen), passiv, regelorientiert, ordnungsliebend, nicht materialistisch) Spezifisches Verhalten: 1. Streit: Sachliches Argumentieren der eigenen Position. Scheut sich nicht davor, auch kleine, Regelverstöße offen anzusprechen. 2. Reagieren bei Regelverstoß: Inakzeptanz, Wiederherstellung der Ordnung nach dem Gesetz. 3. Relevanz von Eigentum: Eigentum spielt eine untergeordnete Rolle. Besitz hat großen Wert, wird gepflegt, aber nicht damit angegeben. 4. Arbeit und Freizeit: Fleißiges Arbeiten für das eigene Geld. 5. Individuelle Aussage: Ohne feste Regeln gibt es keine Ordnung. 6. Sonstiges: Passiver Beobachter. Schätzen von Sicherheit und gewohntem Umfeld

Nonkonformer Idealist

(Kreativ, individuell, kritisch; Materialismus wird abgelehnt; politikorientiert; will seine Ideale durchsetzen, tolerant, Vertreter des progressiven Wertewandels (68er-Generation))

Spezifisches Verhalten:

1. Streit: tolerante Haltung in Streitsituationen. Verbale Konfrontation, keine Anwendung von Gewalt.
2. Reagieren bei Regelverstoß: Protest und eventuell aktiver friedlicher Demonstrant.
3. Relevanz von Eigentum: Eher irrelevant.
4. Arbeit und Freizeit: Engagement ist sehr wichtig (z. B. politisches Engagement). Eigene Freiheiten haben einen hohen Stellenwert.
5. Individuelle Aussage: Es ist wichtig, sich an der Entwicklung der Gesellschaft aktiv zu beteiligen.
6. Sonstiges: sehr gut gebildet

---

Hedonistischer Materialist

(hoher Lebensstandard ist wichtig; hedonisch-materialistische Wertorientierung, konsum-genussorientiert, trendbewusst, Laisser-fairer Erziehungsstil, vollberufstätig; Geld ist wichtiger als Regeln; Spaß und Vergnügen sind wichtiger als Regeln/Ordnung/Fairer Umgang)

Spezifisches Verhalten:

1. Streit: Bei eigener Betroffenheit aktives Streitverhalten. Eventuell auch bei Kleinigkeiten.
2. Reagieren bei Regelverstoß: Wenn er keinen eigenen Schaden davon trägt: Desinteresse. Regelverstoß für die Durchsetzung der eigenen Interessen denkbar.
3. Relevanz von Eigentum: Wichtig, vor allem nach außen hin.
4. Arbeit und Freizeit: Streben nach mehr. Präsentiert sich gerne. Spaß und Vergnügen haben einen hohen Stellenwert.
5. Individuelle Aussage: Ich setze mich durch und zeige was ich habe.
6. Sonstiges: Egoistisches, auf sich bezogenes Verhalten.

Anhänge

<p>Aktiver Realist (Leistungsorientiert, will verbessern und dazulernen; verantwortungsbewusst, sozial, hält an Pflicht und Konventionen fest, ist aber auch offen gegenüber neuen Werten.) Spezifisches Verhalten: 1.Streit: ruhig, kritik- und diskussionsfähig. Bezieht Argumente beider Seiten mit ein, verständnisvoll. 2.Reagieren bei Regelverstoß: tolerant gegenüber dem Täter, sucht nach vernünftigen, einvernehmlichen Lösungen. 3.Relevanz von Eigentum: Der eigene Besitz ist wichtig, spielt jedoch keine übergeordnete Rolle. 4.Arbeit und Freizeit: strebsam, diszipliniert, ausgeglichen. 5.Individuelle Aussage: Zufriedenheit mit dem eigenen Handeln und gegenseitiger Respekt sind mir im Alltag sehr wichtig. 6.Sonstiges: mittlerer Bildungsabschluss.</p>
<p>Perspektivenloser Resignierter (Motivationslos, schwache Sozialkompetenz, kaum leistungsorientiert, gesellschaftlich benachteiligt (auch Selbsteinstufung), keine oder extreme politische Position) Spezifisches Verhalten: 1.Streit: Entweder passiv und resigniert. Oder aggressiv, stur und gereizt. 2.Reagieren bei Regelverstoß: Regeln spielen keine Rolle (mehr), lohnen sich nicht zu verfolgen. 3.Relevanz von Eigentum: Da oft nur wenig Eigentum vorhanden ist: keine besondere Relevanz. 4.Arbeit und Freizeit: Demotiviertes Verhalten. Der Sinn von Arbeit wurde nicht erkannt. Soziale Benachteiligung. 5.Individuelle Aussage: Es ist sowieso alles scheiße. 6.Sonstiges: Unzufrieden mit der Gesellschaft (ohne besondere Argumente dafür, keine Idee und Motivation für Veränderungen).</p>
<p>nicht zuzuordnen (Wenn nicht trennscharf oder man zu wenig weiß.)</p>
<p>trifft nicht zu (Kinder unter 12 und bei festen Experten)</p>

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang; Gözl et al., 2015, o. S.

109	Happy End
Codierhinweis	Unabhängig vom Ausgang der Geschichte, nur für den einzelnen Akteur betrachtet.
Ausprägung	kein Happy End (für den betroffenen Akteur/hat der Akteur in Bezug auf den Handlungsstrang das bekommen, was er wollte?)
	Happy End (für den betroffenen Akteur)
	neutral/ambivalent
	nicht zuzuordnen
	trifft nicht zu (auch bei Experten)

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

110	Ausdruck von Emotionen
Codierhinweis	Codiert wird, ob und welche Emotion die Akteure zu Beginn der ersten 2-3 Szenen (bei der Konfliktdarstellung/dem ersten Auftreten), und am Ende der Folge (letztes Auftreten) zeigen. Bei Ausdruck mehrerer Emotionen wird die vorrangige codiert. Berücksichtigt werden das erste und letzte Auftreten, beispielsweise wenn der Akteur in der Mitte der Sendung das letzte Mal auftritt.
Ausprägung	kein Ausdruck von Emotionen (Zu codieren auch bei festen Experten, die nicht in der Handlung sind oder anderen Experten und Alltagsmenschen mit Expertenstatus.)

Anhänge

positive Emotionen
Vergnügen (amüsiert, erheitert, vergnügt, lustig)
Freude (fröhlich, glücklich, freudig, Vorfreude)
Zufriedenheit (ausgeglichen, wohlfühlen, zufrieden, entspannt, erholt)
Erleichterung (befreit, erlöst)
Zuversicht/Hoffnung (positiv in die Zukunft blickend, optimistisch, zuversichtlich)
Dankbarkeit
Zuneigung (liebevoll hingezogen, verliebt; insbesondere ggü. dem Partner)
Faszination (beeindruckt, fasziniert, gebannt, neugierig)
Interesse (aufmerksam, konzentriert, wach)
negative Emotionen
Trauer (niedergeschlagen, traurig, unglücklich)
Enttäuschung/Frustration (entmutigt, niedergeschlagen, fassungslos)
Wut (Ärger, Zorn, genervt)
Ekel (angewidert, abgestoßen, Abscheu)
Verachtung (Geringschätzung, Spott)
Angst (erschreckt, Furcht, Sorge)
Langeweile (unbeteiligt, angeödet)
Teilnahmslosigkeit; Resignation
Scham (gehemmt, verschämt, verlegen, peinlich)
Schuld (reumütig, schuldig, tadelnswert)
Nervosität
ergänzte Emotionen
Mitleid (emphatisch, teilnahmsvoll)
Ratlosigkeit (unruhig, zappelig)
Neid (neidisch, missgünstig)
Überraschung (erstaunt, verblüfft)
Ergriffenheit (bewegt, ergriffen)
nicht zuzuordnen

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang; In Anlehnung an Ranaud & Unz, 2006

Anhang 25: Codebuch der Medieninhaltsanalyse

111	Handlungsempfehlungen
Codierhinweis	Wird nur für Experten codiert (Alltagsmenschen mit Expertenstatus und feste Experten). Der Experte gibt Handlungsempfehlungen bzgl. des Verhaltens der Akteure und was angebracht wäre bzw. was er falsch macht.
Ausprägung	nein ja
112	Background-Informationen/Erklärungen
Codierhinweis	Wird nur für Experten codiert (Alltagsmenschen mit Expertenstatus und feste Experten). Der Experte gibt Hintergrundinformationen bzgl. des Verhaltens der Akteure und erklärt das Verhalten, Fachbegriffe oder juristische Hintergründe.
Ausprägung	nein ja
113	Einbezug in Handlung
Codierhinweis	Wird nur für Experten codiert (Alltagsmenschen mit Expertenstatus und feste Experten).
Ausprägung	nein (Der Experte hat keinen direkten Kontakt zu den Akteuren, sondern nimmt eine externe Rolle ein und dient nur dem Publikum.) ja (Der Experte ist in die Handlung eingebunden und steht in direktem Kontakt mit den Akteuren.)

Anhänge

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

Einleitungstext

Formulierung	<p>Guten Tag, wir bitten Sie um die Teilnahme an einer Umfrage, die wir gerade an der Universität Hohenheim durchführen. Sie dient keinem kommerziellen Zweck und Ihre Daten werden selbstverständlich anonym ausgewertet und streng vertraulich behandelt.</p> <p>Das Ausfüllen des Fragebogens dauert etwa 15 Minuten und ist kein Test – wir sind ausschließlich an Ihrer eigenen Meinung und persönlichen Einschätzung interessiert. Es gibt also keine richtigen oder falschen Antworten! Herzlichen Dank schon vorab für Ihre Teilnahme an unserer Studie. Wenn Sie mit der Teilnahme einverstanden sind und den Fragebogen starten möchten, klicken Sie bitte auf „weiter“.</p> <p>Universität Hohenheim Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung Hanna Gölz, M. Sc. E-Mail: hanna.goelz@uni-hohenheim.de</p>
--------------	---

01	Alter
Frage	Zuerst haben wir einige Fragen zu Ihrer Person. Wie alt sind Sie?
Ausfüllanweisung	Bitte tragen Sie Ihr Alter in Jahren ein.

02	Geschlecht
Frage	Sind Sie ...
Ausfüllanweisung	Bitte kreuzen Sie an.
Items	Weiblich
	Männlich

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

03	Bildung
Frage	Was ist Ihr höchster formaler Bildungsabschluss?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie Ihren höchsten formalen Bildungsabschluss in dem Menü aus. Wenn Sie sich zurzeit noch in schulischer Ausbildung befinden, so wählen Sie bitte den angestrebten Abschluss aus.
Items	Kein Schulabschluss
	Hauptschulabschluss
	Realschule/mittlere Reife (Polytechnische Oberschule)
	Fachhochschulreife
	Abitur/Hochschulreife
	Fach-/Hochschulabschluss
04	Scripted Reality-Nutzung
Frage	Im nächsten Teil der Befragung geht es um Ihre Fernsichtnutzung. Dabei ist egal, ob Sie die Inhalte an einem Fernseher oder in Online-Mediatheken schauen. Zuerst geht es um ganz bestimmte Sendungen. Bitte kreuzen Sie für jede der gelisteten Sendungen an, ob und wie häufig Sie diese schauen.
Ausfüllhinweis	Hinter jeder Sendung ist vermerkt, auf welchem Sender diese ausgestrahlt wird. Bitte kreuzen Sie für jede Sendung nur eine Antwortmöglichkeit an. Wenn Sie die Sendung nicht kennen, kreuzen Sie bitte „Sendung nicht bekannt“ an. Wenn Sie die Sendung kennen, also schon einmal von ihr gehört oder gelesen haben, diese aber noch nie geschaut haben, kreuzen Sie bitte „nie“ an.
Skala	(Fast) täglich
	Mehrmals pro Woche
	Einmal in der Woche
	Mehrmals im Monat (2- bis 3-mal)
	Einmal im Monat
	Seltener als einmal im Monat
	Nie
	Sendung nicht bekannt

Anhänge

Items	Berlin – Tag & Nacht (RTL II)
	Köln 50667 (RTL II)
	Familien im Brennpunkt (RTL)
	Die Schulermittler (RTL)
	Privatdetektive im Einsatz (RTL II)
	Schicksale – und plötzlich ist alles anders (Sat.1)
	X-Diaries – love, sun & fun (RTL II)
	Betrugsfälle (RTL)
	K11 – Kommissare im Einsatz (Sat.1)
	Achtung Kontrolle (Kabel eins)
	Verdachtsfälle (RTL)
	Verklag mich doch (VOX)
	Anwälte im Einsatz (Sat.1)
	Im Namen der Gerechtigkeit – wir kämpfen für Sie (Sat. 1)
	Mein dunkles Geheimnis (Sat.1)
Berlin Models (RTL)	
05	Genrenutzung
Frage	Im Folgenden erhalten Sie nun noch eine Liste verschiedener Fernsehgenres. Wie häufig schauen Sie diese Art der Sendungen?
Ausfüllhinweis	Bitte geben Sie für jedes Genre an, wie häufig Sie sich diesem zuwenden. Sie können dabei von „nie“ bis „(fast) täglich“ abstufen. In Klammer finden Sie jeweils eine oder mehrere Beispielsendungen zur Orientierung.
Skala	(Fast) täglich
	Mehrmals in der Woche
	Einmal in der Woche
	Mehrmals im Monat (2-bis 3-mal)
	Einmal im Monat
	Seltener als einmal im Monat
	Nie
Sendung nicht bekannt	

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

Items	Natur-/Tierdokumentationen (z. B. Panda, Gorilla & Co.)
	Nachrichten (z. B. Tagesschau)
	Boulevard-Magazine (z. B. Red!, Exklusiv)
	Politische und Wirtschaftsmagazine (z. B. Frontal 21)
	Kultur-/Bildungssendungen (z. B. Galileo)
	Ratgeber-/Verbrauchersendungen (z. B. Wiso)
	Regionalsendungen (z. B. Hallo Hessen)
	Technik-/Wissenschaftssendungen (z. B. Quarks & Co.)
	Abenteuerfilme (z. B. Indiana Jones)
	Krimi/Thriller (z. B. Tatort/Verblendung)
	Komödien (z. B. Der Schuh des Manitu)
	Familiensendungen (z. B. Unser Charlie)
	Science Fiction-Filme (z. B. Star Wars)
	Liebesfilme (z. B. Titanic)
	Horrorfilme (z. B. Saw)
	Kinder-/Jugendsendungen (z. B. Die Sendung mit der Maus)
	Talkshows (z. B. Hart aber Fair, Johannes B. Kerner)
	Reality-TV (z. B. Mitten im Leben, Germany's next Topmodel)
	Daily soaps & Serien (z. B. Gute Zeiten Schlechte Zeiten, The Big Bang Theory)
	Quizsendungen (z. B. Wer wird Millionär)
Musiksendungen (z. B. Die ultimative Chart Show)	
Sportsendungen (z. B. Sportschau, Sportübertragungen)	
Erotiksendungen (z. B. Sexy Sportclips)	

In Anlehnung an Stark, 2006, S. 236

06	Fernsehkonsum Werkstage
Frage	Nun würde uns noch interessieren, wie lange Sie durchschnittlich fernsehen. Wie viele Stunden schauen Sie normalerweise an einem Tag von Montag bis Freitag fern?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwort aus, die am ehesten auf Sie zutrifft. Wenn Sie sich nicht sicher sind, schätzen Sie bitte.

Anhänge

Einheit	gar nicht
	bis zu einer halben Stunde
	über eine halbe Stunde bis zu 1 Stunde
	über 1 Stunde bis zu 1,5 Stunden
	über 1,5 Stunden bis zu 2 Stunden
	über 2 Stunden bis zu 2,5 Stunden
	über 2,5 Stunden bis zu 3 Stunden
	über 3 Stunden bis zu 3,5 Stunden
	über 3,5 Stunden bis zu 4 Stunden
	über 4 Stunden bis zu 4,5 Stunden
	über 4,5 Stunden bis zu 5 Stunden
mehr als 5 Stunden	

07	Fernsehkonsument am Wochenende
Frage	Und wie viele Stunden schauen Sie an einem Tag am Wochenende (Samstag bis Sonntag) fern?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie auch hier wieder die Antwortmöglichkeit aus, die am ehesten auf Sie zutrifft. Wenn Sie sich nicht sicher sind, schätzen Sie bitte.
Einheit	gar nicht
	bis zu einer halben Stunde
	über eine halbe Stunde bis zu 1 Stunde
	über 1 Stunde bis zu 1,5 Stunden
	über 1,5 Stunden bis zu 2 Stunden
	über 2 Stunden bis zu 2,5 Stunden
	über 2,5 Stunden bis zu 3 Stunden
	über 3 Stunden bis zu 3,5 Stunden
	über 3,5 Stunden bis zu 4 Stunden
	über 4 Stunden bis zu 4,5 Stunden
	über 4,5 Stunden bis zu 5 Stunden
mehr als 5 Stunden	

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

08	Persönliche Werte
Frage	Vielen Dank für die Angaben zu Ihrer Person und Ihren Fernsehnutzungsgewohnheiten. Auf den folgenden Seiten geht es um Ihre persönlichen Meinungen und Ziele. Wenn Sie nun einmal daran denken, was Ihnen in Ihrem Leben wichtig ist, wie wichtig sind die folgenden Dinge für Sie?
Ausfüllhinweis	Bitte bewerten Sie jede Aussage. Sie können Ihre Meinung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
	stimme überhaupt nicht zu
Items	Später mal im Reichtum leben.
	Macht und Einfluss haben.
	Dass man sich auch teure Dinge leisten kann.
	Einen Partner haben, dem man vertrauen kann.
	Ein gutes Familienleben führen.
	Gute Freunde haben, die einen anerkennen und akzeptieren.
	Einen besten Freund/eine beste Freundin haben.
	Sich stets ehrenvoll zu verhalten.
	Sich bei Konflikten immer um eine friedliche Lösung bemühen.
	Alle Menschen gerecht zu behandeln.
	Ehrlich zu sein.
	Sozial benachteiligten Gruppen helfen.
	Im Umgang mit anderen stets fair zu sein.
	Ein Leben mit viel Vergnügen.
	Viele Kontakte zu anderen Menschen haben.
Das Leben so zu gestalten, dass man viel Spaß hat.	

Anhänge

	Sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen.
	Gesetz und Ordnung respektieren.
	Von anderen Menschen unabhängig sein.
	Verantwortung tragen.
	Fleißig und ehrgeizig sein.
	Eigenverantwortlich Leben und Handeln.
	Nach Sicherheit streben.

Quellen: Hermann, 2003, S. 421–423; Schenk et al., 2013, S. 268–269; Schumann et al., 2009, S. 28

09	Kultivierung 1. Ordnung I: Arbeitslosigkeit
Frage	Im Folgenden möchten wir Sie bitten, die Verteilung verschiedener Dinge in der deutschen Bevölkerung zu schätzen. Was denken Sie, wie viel Prozent der Deutschen sind zurzeit arbeitslos?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	6,5 Prozent
	7 Prozent
	7,5 Prozent
	8 Prozent
	8,5 Prozent

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

10	Kultivierung 1. Ordnung I: Tattoos
Frage	Was denken Sie, wie viel Prozent der Deutschen ab 14 Jahre haben ein Tattoo?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

Items	5 Prozent
	10 Prozent
	15 Prozent
	20 Prozent
	25 Prozent

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang

11	Kultivierung 2. Ordnung I: Metabotschaften
Frage	Vielen Dank für Ihre persönlichen Einschätzungen. Als nächstes bitten wir Sie, Aussagen verschiedener Personen zu beurteilen. Im Folgenden finden Sie verschiedene Aussagen anderer. Bitte geben Sie an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen.
Ausfüllhinweis	Sie können Ihre Meinung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen. Bitte bewerten Sie jede Aussage.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
	stimme überhaupt nicht zu
Items	Egal wie groß die Probleme sind, am Ende wird meistens alles gut.
	Es ist normal, wenn sich Eltern und Kinder manchmal anschreien.
	Gerechtigkeit siegt.
	Am Ende kann man sich auf seine Freunde verlassen.
	Sei von Anfang an ehrlich, um Konflikte zu vermeiden.
	Am Ende bekommt jeder seine gerechte Strafe.
	Böse Menschen zeigen so gut wie nie einen Lernfortschritt.
	Helfende Experten sind bei Problemen unabdingbar.
	Materialisten ist jedes Mittel Recht, um den eigenen Lebensstandard aufrechtzuerhalten.
Frauen sind leichtgläubiger als Männer.	

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang; Fahr et al. 2013; Gölz et al., 2015, o. S.

Anhänge

12	Kultivierung 1. Ordnung II: Einzelkinder
Frage	Nun geht es um Familien in Deutschland. Uns interessiert, wie Sie persönlich die derzeitige Situation in Deutschland einschätzen. Was denken Sie, wie viel Prozent aller Kinder unter 18 Jahren in der Bundesrepublik sind Einzelkinder?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	14 Prozent
	18 Prozent
	22 Prozent
	26 Prozent
	30 Prozent

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

13	Kultivierung 1. Ordnung II: Alleinerziehende Elternteile
Frage	Was denken Sie, wie viel Prozent der Kinder unter 18 Jahren wachsen bei alleinerziehenden Eltern auf?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	14 Prozent
	17 Prozent
	20 Prozent
	23 Prozent
	26 Prozent

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

14	Kultivierung 1. Ordnung II: Anzahl an Teeniemüttern
Frage	Was denken Sie, wie viel Prozent aller deutschen Frauen werden im Alter zwischen 16 und 19 Jahren Mutter eines Kindes (oder auch mehrerer Kinder)?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	0,5 Prozent
	1 Prozent
	1,5 Prozent
	2 Prozent
	2,5 Prozent
15	Kultivierung 1. Ordnung II: Fremdgehen Frauen
Frage	Was denken Sie, wie viel Prozent der deutschen Frauen gehen fremd?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	32 Prozent
	36 Prozent
	40 Prozent
	44 Prozent
	48 Prozent
16	Kultivierung 1. Ordnung II: Fremdgehen Männer
Frage	Was denken Sie, wie viel Prozent der deutschen Männer gehen fremd?
Ausfüllhinweis	Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit aus, die Ihrer Meinung nach am ehesten zutrifft.
Items	32 Prozent
	36 Prozent
	40 Prozent
	44 Prozent
	48 Prozent

Anhänge

17	Kultivierung 2. Ordnung II: Geschlechter-/Familienrollen/ Metabotschaften
Frage	Im Folgenden haben wir Ihnen noch einmal Aussagen verschiedener Leute zu den Familiensituationen in Deutschland zusammengestellt. Und würde interessieren, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.
Ausfüllhinweis	Sie können Ihre Meinung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen. Bitte bewerten Sie jede Aussage.
Skala	stimme voll und ganz zu stimme eher zu teils/teils stimme eher nicht zu stimme überhaupt nicht zu
Items	Junge Mütter haben oft Schwierigkeiten, ihr Kind zu erziehen. Wenn Eltern keine Arbeit haben, führt das dazu, dass das Verhältnis der Familienmitglieder zueinander angespannt ist. Fremdgehen ist ein großes Problem in Beziehungen. Wenn Mütter arbeiten gehen möchten, kommt es oft zu Streit zwischen den Eltern. Familienzusammenhalt überwindet alle Hindernisse. Es lohnt sich nicht immer, für die Familie zu kämpfen. Alleinerziehende haben oftmals finanzielle Probleme.

In Anlehnung an Schenk et al., 2015, Anhang; Fahr et al., 2013; Gölz et al., 2015, o. S.

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

18	Mean World Index/Schlechte Welt-Sicht
Frage	Wie beurteilten Sie den generellen Umgang der Menschen untereinander?
Ausfüllhinweis	Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen anderer Personen zustimmen. Auch hier können Sie Ihre Meinung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
Items	stimme überhaupt nicht zu
	Die meisten Leute nutzen ihre Mitmenschen aus, wenn sie dazu Gelegenheit haben.
	Im Umgang mit anderen Menschen kann man nicht vorsichtig genug sein.
	Im Allgemeinen sind Leute hilfsbereit.

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

19	Motive episodische Scripted Reality
Frage	Auf den letzten Seiten geht es um Ihre Meinung zu ganz bestimmten Sendungen. Es gibt ja unterschiedliche Gründe, warum man Sendungen wie *Beispielsendung* und *Beispielsendung* schaut. Wie ist das bei Ihnen?
Ausfüllhinweis	Sie können Ihre Einschätzung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
	stimme überhaupt nicht zu

Anhänge

Items	... weil ich mich dabei total entspannen kann.
	... weil ich dabei alles um mich herum vergesse.
	... weil ich beim Schauen meine eigenen Sorgen und Probleme für eine Weile vergesse.
	... weil sie mir helfen, mit meinem eigenen Leben klar zu kommen.
	... weil ich in den Sendungen manchmal richtig gute Tipps bekomme.
	... weil ich in den Sendungen manchmal gute Anregungen für mein eigenes Leben bekomme.
	... weil mich die Themen interessieren.
	... weil ich etwas über Dinge erfahre, die mir wichtig sind.
	... weil ich etwas über Dinge erfahre, die auch mir passieren könnten.
	... weil es nachmittags kaum etwas anderes im Fernsehen gibt.
	... um mich zu beschäftigen.
	... um die Zeit zu überbrücken.
	... damit mir nicht langweilig ist.
	... weil ich mich selbst manchmal mit den Menschen, die ich in den Sendungen sehe, vergleiche.
	... weil ich mich an den Leuten, die in den Sendungen vorkommen, orientieren kann.
	... weil sie unterhaltsam sind.
... weil es mir Spaß macht.	
... weil ich gerne zusehe, wenn sich die Personen in den Sendungen lächerlich machen.	

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang, ergänzt durch Barton, 2009, S. 468–469

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

20	Realitätswahrnehmung
Frage	Im Folgenden finden Sie ein paar Aussagen von Personen über Sendungen wie *Beispielsendung* und *Beispielsendung*. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu?
Ausfüllhinweis	Auch hier können Sie Ihre Meinung von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ abstufen. Bitte bewerten Sie jede Aussage.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
	stimme überhaupt nicht zu
Items	Die Ereignisse in den Sendungen könnten im wirklichen Leben passieren.
	Die gezeigten Ereignisse stellen mögliche Situationen im wirklichen Leben dar.
	Die Ereignisse könnten möglicherweise im wirklichen Leben passieren.
	Viele Menschen erleben Dinge, die den Ereignissen in den Sendungen ähnlich sind.
	Die Sendungen zeigen Ereignisse, die vielen Menschen widerfahren.
	Die Ereignisse in den Sendungen sind etwas, das viele Menschen erleben.
	Die Ereignisse in den Sendungen haben üblicherweise einen roten Faden.
	Die Inhalte in den Sendungen machen immer Sinn.
Die Geschichten in den Folgen sind in sich stimmig.	

Quelle: eigene Übersetzung nach Cho et al., 2011, S. 145

Anhänge

21	Inszenierungscharakter
Frage	Was denken Sie, wie werden Sendungen wie *Beispiel-sendung* und *Beispielsendung* gemacht?
Ausfüllhin- weis	Auch hier können Sie Ihre Meinung zu den Aussagen von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme voll und ganz zu“ abstufen.
Skala	stimme voll und ganz zu
	stimme eher zu
	teils/teils
	stimme eher nicht zu
	stimme überhaupt nicht zu
Items	Das Gezeigte passiert wirklich und die Produzenten sind dabei und filmen mit.
	Das Gezeigte ist in der Vergangenheit wirklich passiert und wurde für das Fernsehen nachgespielt.
	Die Geschichten sind frei erfunden.

Quelle: Schenk et al., 2015, Anhang

22	Familienstand
Frage	Die letzten beiden Fragen beziehen sich auf Ihre aktuelle Lebenssituation. Wie ist ihr aktueller Familienstand?
Ausfüllhin- weis	Bitte wählen Sie Ihren aktuellen Familienstand in dem Menü aus.
Items	Ledig
	Geschieden
	Verwitwet
	Eingetragene Lebensgemeinschaft
	Verheiratet

Anhang 26: Fragebogen der quantitativen Befragung

23	Erwerbstätigkeit
Frage	Wie ist zurzeit Ihre berufliche Situation?
Ausfüllhinweis	Bitte kreuzen Sie nur Ihre Hauptbeschäftigung an. Sie können nur eine Antwortmöglichkeit auswählen.
Items	Vollzeit erwerbstätig, 35 Stunden und mehr
	Teilzeit erwerbstätig, 15 bis 34 Stunden
	Teilzeit erwerbstätig, wöchentliche Arbeitszeit unter 15 Stunden
	Mutterschafts-/Erziehungsurlaub oder in sonstiger Beurlaubung
	Wehrdienst bei Bundeswehr
	Zivildienst/Freiwilliges Soziales Jahr
	Praktikum
	Studium
	Ausbildung
	Schule
	Arbeitslos
	Pensioniert/in Rente
Sonstiges	
Endseite	
Formulierung	Vielen Dank für Ihre Unterstützung! Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Hanna Gölz ( <a href="mailto:hanna.goelz@uni-hohenheim.de">hanna.goelz@uni-hohenheim.de</a> )