

Inhalt

1	Einleitung.....	1
2	Stand der Forschung	5
2.1	Gewaltmedienkonsum.....	5
2.1.1	Begriffe der Gewaltmedienwirkungsforschung.....	5
2.1.2	Filmgewaltforschung.....	7
2.1.3	Gewaltbildschirmspielforschung.....	39
2.2	Familiäre Sozialisation und jugendliche Gewalt	54
2.2.1	Lerntheoretische Ansätze	55
2.2.2	Kontrolltheoretische Ansätze	58
2.2.3	Interactional Theory	61
2.2.4	Zusammenfassung	62
2.3	Gewaltmedienwirkungen bei Mädchen und Frauen	63
2.4	Gewaltbefürwortende und gewaltlegitimierende Einstellungen.....	70
2.5	Zusammenfassung und Diskussion des Forschungsstandes	72
3	Theoretische Modelle und forschungsleitende Annahmen	75
3.1	Forschungsfragen	75
3.2	Analytische Modelle der Medienwirkungen	77
3.2.1	Wirkungsmodelle für Jungen.....	77
3.2.2	Wirkungsmodelle für Mädchen	83
3.3	Forschungsleitende Annahmen.....	87
3.3.1	Annahmen für männliche Jugendliche	87
3.3.2	Annahmen für weibliche Jugendliche	90

4	Datensatz.....	93
4.1	Münsteraner Vier-Wellen-Panel.....	95
4.2	Duisburger Vier-Wellen-Panel.....	96
5	Methodisches Vorgehen.....	98
6	Variablen und Indizes.....	104
6.1	Gewaltdelinquenz.....	104
6.2	Medienkonsum.....	105
6.2.1	Quantitativer Medienkonsum.....	105
6.2.2	Qualitativer Fernsehkonsum.....	105
6.2.3	Qualitativer Bildschirmspielkonsum.....	110
6.3	Erziehungsstile.....	111
6.4	Gewalteinstellungen.....	114
7	Grundbefunde zu den Verteilungen der untersuchten Variablen.....	117
7.1	Gewaltdelinquenz.....	117
7.1.1	Gewaltdelinquenz im Querschnitt.....	117
7.1.2	Gewaltdelinquenz im Panel.....	122
7.2	Medienkonsum.....	123
7.2.1	Quantitativer Medienkonsum.....	123
7.2.2	Qualitativer Medienkonsum.....	128
7.3	Erziehungsstile.....	137
7.4	Gewalteinstellungen.....	144
7.5	Zusammenfassung.....	149
8	Messmodelle.....	151
8.1	Männliche Probanden.....	155
8.1.1	Gewaltdelinquenz.....	155
8.1.2	Medienitems.....	156
8.1.3	Gewalteinstellungsitems.....	160
8.1.4	Erziehungsstilitems.....	161

8.1.5 Faktorenmodelle	164
8.2 Weibliche Probanden	167
8.2.1 Gewaltdelinquenzitem	167
8.2.2 Medienitems	167
8.2.3 Gewalteinstellungsitems	169
8.2.4 Erziehungsstilitems	170
8.2.5 Faktorenmodelle	170
9 Der klassische Verstärkereffekt	172
9.1 Direkte Wirkungen des Mediengewaltkonsums	172
9.1.1 Männliche Probanden	172
9.1.2 Weibliche Probanden	173
9.2 Direkte Wirkungen der Erziehung auf die Gewaltdelinquenz	174
9.2.1 Männliche Probanden	175
9.2.2 Weibliche Probanden	175
9.3 Klassischer Verstärkereffekt des Mediengewaltkonsums – multiple Gruppenvergleiche	176
9.3.1 Männliche Probanden	178
9.3.2 Weibliche Probanden	180
9.4 Klassischer Verstärkereffekt des Mediengewaltkonsums – latente Produktterme	181
9.4.1 Männliche Probanden	183
9.4.2 Weibliche Probanden	186
9.5 Zusammenfassung	188

10	Vermittlungsmodell	189
10.1	Männliche Probanden.....	190
10.1.1	Wirkungen des Mediengewaltkonsums	190
10.1.2	Wirkungen der Erziehungsstile	193
10.2	Weibliche Probanden	198
10.2.1	Wirkungen des Mediengewaltkonsums	198
10.2.2	Wirkungen der Erziehungsstile	203
10.3	Wirkungen der gewaltbefürwortenden Einstellungen	205
10.4	Zusammenfassung	207
11	Der vermittelte Verstärkereffekt	209
11.1	Vermittelter Verstärkereffekt – multiple Gruppenvergleiche.....	209
11.1.1	Männliche Probanden.....	209
11.1.2	Weibliche Probanden.....	215
11.2	Vermittelter Verstärkereffekt – latente Produktterme	218
11.2.1	Männliche Probanden.....	218
11.2.2	Weibliche Probanden.....	229
11.3	Zusammenfassung	237
12	Die Zusammenhänge im Zeitverlauf.....	242
12.1	Forschungsleitende Annahmen.....	242
12.2	Männliche Probanden.....	244
12.2.1	Längerfristige Effekte des Gewaltfilmkonsums	245
12.2.2	Längerfristige Effekte des Gewaltbildschirmspielkonsums ..	252
12.2.3	Zusammenfassung	257
12.3	Weibliche Probanden	258
12.3.1	Längerfristige Effekte des Gewaltfilmkonsums	259
12.3.2	Längerfristige Effekte des Gewaltbildschirmspielkonsums ..	265
12.3.3	Zusammenfassung	269
12.4	Wirkungs- oder Selektionsthese? – Cross-Lagged- Analysen.....	271

12.5 Exkurs: Effekte der Medien vs. Effekte der Erziehung	274
13 Ergebnis und Ausblick.....	277
Literatur	289
Abbildungsverzeichnis	305
Tabellenverzeichnis.....	309
Anhang	313