

[ˈmediən]ⁱ.17

['medi̯ən]'.17

Herausgegeben von Claus Pias, Joseph Vogl und Lorenz Engell

Nicolas Pethes

Spektakuläre Experimente

**Allianzen zwischen Massenmedien und
Sozialpsychologie im 20. Jahrhundert**

Verlag und Datenbank
für Geisteswissenschaften
Weimar 2004

© VDG • Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften • Weimar 2004

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN 3-89739-465-0

Gestaltung & Logo: Claus Pias

Druck: VDG, Weimar

Inhalt

Einleitung

7 Mind Control, Experimentalpsychologie und Populärkultur

Das Bild des Menschen in der Mediengesellschaft

I.

25 Hypnose, Test, Training

Die Wissenschaft des Kinos 1895-1949

II.

51 Das andere Milgram-Experiment, oder: Verursacht Fernsehen Gewalt?

Experimentelle Zuschauerforschung 1949-1972

III.

83 Darstellungsversuche

Die Medien des Stanford Prison Experiment 1972-2001

IV.

117 Spektakel der Normalität, Normalität des Spektakels

Reality-TV von Candid Camera bis Big Brother

Schluß

141 Media Control

Ein Interview mit Philip G. Zimbardo (Stanford)

151 Literaturverzeichnis