

Inhaltsverzeichnis

I) Einleitung.....	3
II) deskriptiver Teil.....	7
1. Die literarische und mediale Entwicklung hin zur Telenovela.....	8
1.1 Märchen.....	8
1.1.1 Definition.....	8
1.1.2 Märchenhaftes in der Telenovela.....	10
1.2 Melodrama.....	12
1.2.1 Definition.....	12
1.2.2 Melodramatisches in der Telenovela.....	15
1.3 Der Feuilletonroman.....	16
1.3.1 Definition.....	16
1.3.2 Feuilletonistisches in der Telenovela.....	18
1.4 Die Seifenoper.....	19
1.4.1 Entstehung.....	19
1.4.2 Die Seifenoper im Radio.....	20
1.4.3 Die Seifenoper im Fernsehen.....	22
1.4.4 Forschung.....	24
1.4.5 Differenzierung Seifenoper – Telenovela.....	25
2. Die Telenovela.....	26
2.1 Merkmale einer Telenovela.....	27
2.1.1 Allgemein.....	27
2.1.2 Narrative Struktur.....	28
2.1.3 Die Figuren und ihre Umwelt.....	30
2.1.4 Themen und Inhalte.....	33
2.2 Metakommunikation.....	35
2.2.1 Printmedien.....	35
2.2.2 Internet.....	37

2.3 Die Telenovela-Produktion.....	39
2.3.1 Produktion in Deutschland	39
2.3.2 Produktion in Mexiko.....	42
3. Das Telenovelland Mexiko.....	44
3.1 Landeskundliche Hintergründe.....	44
3.2 Das mexikanische Fernsehen.....	45
3.3 Die Geschichte der Telenovela in Mexiko.....	47
3.4 Mexikanische Produktionen.....	50
3.4.1 Der Klassiker: <i>Simplemente María</i>	50
3.4.2 TV Azteca: <i>Lo que llamamos los mujeres</i>	52
3.4.3 Televisa: <i>La Fea más Bella</i>	53
4. Die Telenovela in Deutschland.....	54
4.1 Pressespiegel.....	54
4.2 Deutsche Produktionen.....	55
4.2.1 ZDF: <i>Bianca – Wege zum Glück</i>	55
4.2.2 ARD: <i>Sturm der Liebe</i>	57
4.2.3 ProSieben: <i>Lotta in Love</i>	58
4.2.4 Sat1: <i>Verliebt in Berlin</i>	60
4.3 Die deutsche, crossmediale Telenovela-Entwicklung.....	63
4.3.1 Online-Novela.....	63
4.3.2 Handy-Novela.....	65
III) analytischer Teil.....	67
5. Telenovela-Rezeption	68
5.1 Zuschauerstruktur.....	68
5.2 Telenovela und Alltag	71
5.3 Telenovela und Familie.....	73
5.4 Die Anziehungskraft von Telenovelas.....	74
5.4.1 Wiederholung.....	75
5.4.2 Unterhaltung.....	77

5.5 Telenovela und Gesellschaft.....	80
5.5.1 <i>Entertainment Education</i>	80
5.5.2 Definition der Bezeichnung <i>sozialer Wandel</i>	82
5.5.3 Sozialer Wandel in Deutschland.....	83
5.5.4 Mediale und soziale Realität.....	85
6. Mediennutzungsforschung.....	86
6.1 Definition des Begriffes <i>Bedürfnis</i>	87
6.2 Der <i>Uses- and Gratifications</i> -Ansatz.....	88
6.2.2 Definition.....	88
6.2.3 Die Eskapismustheorie.....	90
6.2.4 Kritik am <i>Uses-and-Gratifications</i> -Ansatz.....	93
6.3 Medienpsychologische Ansätze.....	95
7. Die Frankfurter Schule.....	97
7.1 Entwicklungsgeschichte.....	97
7.2 Kritik an der Frankfurter Schule.....	99
7.3 Kritik an Telenovelas basierend auf der Frankfurter Schule.....	100
7.4 Gegenwärtige Kritik-Entwicklung.....	101
IV) Resümee und Ausblick.....	103
Literaturverzeichnis.....	109
Anhang	