

Paiman Davarifard

Werbung und Persönlichkeitsmerkmale, Reaktanz und Fernsehverhalten

## Einleitung

In dieser Diplomarbeit möchte ich das Thema Werbung und Persönlichkeitsmerkmale behandeln. Ich habe mich für das oben beschriebene Thema entschieden, weil das Medium Fernsehen gerade in der heutigen Zeit einen stetig wachsenden Stellenwert eingenommen hat.

Da sich zumindest die privaten Fernsehsender größtenteils durch Werbung finanzieren, ist das Individuum den Fernsehwerbepots in zunehmendem Maße ausgesetzt und wird dadurch zum Kauf der beworbenen Produkte stimuliert. Verschiedene Individuen reagieren auf diese Stimulationen aber unterschiedlich. Zur Beschreibung dieser Unterschiede möchte ich mehrere psychologische Persönlichkeitstheorien und das Konzept der Reaktanz heranziehen. Zuerst werde ich versuchen, die verschiedenen psychologischen Theorien näher vorzustellen, um danach die angesprochenen Untersuchungen detaillierter darstellen zu können. Nach der Auswertung der erhobenen Daten werden die gefundenen Verbindungen zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Fernsehwerbung diskutiert. Im Rahmen des Seminars Werbung und Reaktanz I + II führte ich in einer Gruppe eine empirische Untersuchung durch, die unterschiedliche Aspekte der Persönlichkeit (beispielsweise: Reaktanz und Selbstwirksamkeit) sowie verschiedene Facetten des Fernseh- und Werbeverhaltens erfasst hat. Einen besonderen Schwerpunkt möchte ich auf die Auswertung und Darstellung der Ergebnisse unserer eigens durchgeführten empirischen Untersuchung zum Thema Werbung und Reaktanz setzen.