

# Inhalt

06/10523

1662  
1923

WERNER WIRTH / HOLGER SCHRAMM / VOLKER GEHRAU 7

## Vorwort

## I. PERSPEKTIVEN DER UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

LOUIS BOSSHART 12

Zur Genese der Unterhaltungsforschung in der  
deutschsprachigen Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

WERNER FRÜH 25

Unterhaltung:  
Konstrukt und Beweislogik

PETER VORDERER 47

Kommunikationswissenschaftliche  
Unterhaltungsforschung: Quo vadis?

## II. THEORIE DER UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

WERNER WIRTH / HOLGER SCHRAMM 59

Hedonismus als zentrales Motiv zur  
Stimmungsregulierung durch Medien?  
Eine Reflexion der Mood-Management-Theorie Zillmanns

CHRISTIAN SCHEMER 80

Soziale Vergleiche als Nutzungsmotiv?  
Überlegungen zur Nutzung von Unterhaltungsangeboten  
auf der Grundlage der Theorie sozialer Vergleichsprozesse

HELENA BILANDZIC / SUSANNE KINNEBROCK 102

Persuasive Wirkungen narrativer Unterhaltungsangebote.  
Theoretische Überlegungen zum Einfluss  
von Narrativität auf Transportation

LOTHAR MIKOS	127
Unterhält Unterhaltung? Überlegungen zu Unterhaltung als Rezeptionskategorie	
 III. MESSUNG VON UNTERHALTUNG	
SABINE TREPTE	142
Die Messung des Unterhaltungserlebens	
CARSTEN WÜNSCH	174
Unterhaltung als Performance. Überlegungen und erste Anwendungserfahrungen mit einem Messinstrument zur dynamischen Erfassung von Unterhaltungserleben	
ANDREAS FAHR	204
»Fernsehen fühlen«. Ein Ansatz zur Messung von Rezeptionsemotionen	
DAGMAR UNZ / FRANK SCHWAB / BIRGIT MICHEL / PETER WINTERHOFF-SPURK	227
»Tanz der Gefühle«: Untersuchung der emotionalen Verarbeitung eines Boulevardmagazins	
 Autorinnen und Autoren	 246