

INHALTSVERZEICHNIS

	EINLEITUNG	11
I.	GEGENSTAND UND METHODE	14
II.	DAS BOULEVARDTHEATER ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND	21
	Exkurs - Trivialität und Banalität in der unterhaltenden Kommunikation	36
III.	ZUR KLÄRUNG DER BEGRIFFE GESELLIGKEIT UND UNTERHALTUNG IM BOULEVARDTHEATER	41
	Exkurs - Unterhaltung als psychisch- physi- scher Wirkungsmechanismus	44
	Exkurs - Der Begriff der Geselligkeit als soziologische Kategorie	56
IV.	NORMATIVE VORSTELLUNGSMUSTER ALS INNOVATIONS- HEMMENDE FAKTOREN	87
	1. Die Funktion von Stereotypen im Kommunikationsprozeß	87
	2. Leitbilder in der Werbung als geschmacks- bildende Faktoren im gesellschaftlichen Bereich	96
	3. Stereotypen auf sprachlicher Ebene	104
	4. Stereotype Gestaltungsmomente in der Dramaturgie der Boulevardstücke	112

V.	SPEZIFIKA DER BOULEVARDSTÜCKE ILLUSTRIRT AM BEISPIEL DES GESELLSCHAFTS- UND FAMILIENSTÜCKS	131
1.	Das Gesellschaftsstück	131
2.	Das Familienstück	168
	Resümee	194
VI.	ZUM PUBLIKUM DES BOULEVARDTHEATERS	196
1.	Volkstümlich = teuer?	196
2.	a) Das Publikum des Boulevardtheaters - Untersuchungssample	198
	b) Ausgangshypothesen	199
	c) Zur Konstruktion des Fragebogens	202
3.	a) Struktur des Publikums - Geschlecht	205
	b) Struktur des Publikums - Alter	207
	c) Struktur des Publikums - Berufsgruppen	209
	d) Motive für den Theaterbesuch	211
	e) Vorstrukturierung des Publikums	214
	f) Funktionsbestimmung des Theaters - Erwartungsstruktur des Boulevardtheater- publikums	216
	g) Beurteilung der Aufführung - Geschmacksfaktoren	228
	h) Theatergewohnheiten	240
	i) Der Stellenwert des Freizeitergnügens	243
4.	a) Typologie des Boulevardtheaterpublikums	249
	b) Theater des "gesunden Menschenverstandes"	256
5.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	258

VII.	PRODUZENTEN DES BOULEVARDTHEATERS	
1.	a) Untersuchungsaspekte	262
	b) Untersuchungssample	263
2.	a) "Frau Meier und 'das kleine Schwarze'" (der gesellige Anlaß: Theaterbesuch)	264
	b) Unterhaltungsbetrieb oder Theater?	266
	c) Der Theaterbesuch als Freizeiterlebnis	270
	d) Dein Publikum - "das unbekannte Wesen"?	276
	e) Die Abhängigkeit vom Publikums- geschmack	277
	f) Einflüsse des Starsystems	280
	g) "Who is Who"? - zum Image des Autors	282
	h) Publikumswirksamkeit der Boulevard- themen	285
3.	Realität und Ideal Konzepte der Boulevardproduzenten	288
VIII.	STATT EINES SCHLUßKAPITELS	295
	ANHANG	297
	BIBLIOGRAPHIE	319