

I.	 EINLEITUNG	1
II.	 THEORETISCHER TEIL	3
1.	Emotionsdefinitionen	3
1.1	Das persönliche Erleben von Emotionen und seine Dimensionen	5
1.2	Physiologie der Emotionen	13
1.3	Motorische Korrelate von Emotionen	15
1.4	Stellungnahme zu den Emotionsdefinitionen	16
2.	Theorien der Medienwirkung	19
2.1	Überlegungen zur emotionalen Wirkungsweise von Medien	19
2.2	Das Stimulus-Response-Modell	22
2.3	Situative Ansätze	25
2.4	Der Rezipienten-orientierte Ansatz	27
2.5	Stimulus-orientierte Ansätze	27
III.	 EMPIRISCHER TEIL	29
3.	Ziele der Untersuchung	29
4.	Überlegungen zur Bestimmung emotionaler Medienwirkung	30
4.1	Erfassung des persönlichen Erlebens	32
4.2	Erfassung physiologischer Korrelate des emotionalen Erlebens	34
4.2.1	Physiologische Grundlagen und Meßmethodik kardiovaskulärer Variablen	35
4.2.2	Überlegungen zur Auswertung kardiovaskulärer Variablen	38
5.	Durchführung der Untersuchung	43
5.1	Teilnehmer der Untersuchung	45
5.2	Die ausgewählten Fernsehtalkshows	46
5.3	Präsentation der Fernsehtalkshows	50
5.4	Die verwendeten Fragebogen	52
5.4.1	Fragebogen zur Beschreibung von Rezipienteneigenschaften	52
5.4.2	Fragebogen zur Beschreibung des Erlebens von Fernsehtalkshows	57
5.5	Kontinuierliche Registrierung der kardiovaskulären Variablen	63
5.8	Datenverarbeitung	66
5.9	Vergleichbarkeit der fünf Probandengruppen	69

6.	Ergebnisse	70
6.1	Dimensionen des Erlebens von Fernsehtalkshows	70
6.2	Typologie der Fernsehtalkshows: Problem- und Smalltalk	74
6.3	Dimensionen des Verhaltens der Akteure	77
6.4	Bedingungen für das Hineinversetzen in Moderatoren und Gäste	82
6.5	Beziehungen zwischen den Erlebensdimensionen und dem Verhalten der Akteure	84
6.6	Bedingungen für Involvement während der Rezeption	88
6.7	Die Bedeutung der Erlebensdimensionen für Einstellung und Verhalten	92
6.8	Kardiovaskuläre Aktivität und Erleben von Fernsehtalkshows	102
6.8.1	Korrelationsstatistische Auswertungen	102
6.8.2	Regressionsanalytische Auswertungen	105
6.8.3	Interpretation der Beziehungen zwischen kardiovaskulärer Aktivität und Erleben von Fernsehtalkshows	107
6.9	Interindividuelle Unterschiede im Erleben von Fernsehtalkshows	113
6.9.1	Wirkungsprofile der Beiträge und interindividuelle Unterschiede im Erleben	115
6.9.2	Interpretation der interindividuellen Unterschiede im Erleben von Fernsehtalkshows	130
7.	Diskussion	135
8.	Zusammenfassung	145
9.	Literaturverzeichnis	147
	Anhang	158
Anhang A:	Fragebogen zur Beschreibung des Erlebens von Fernsehtalkshows	158
Anhang B:	Ladungen der Items bei der möglichen drei Faktorenlösung	161
Anhang C:	Faktorwerte der gezeigten Beiträge für die Dimension "Lust-Unlust"	162
Anhang D:	Faktorwerte der gezeigten Beiträge für die Dimension "Informationsverarbeitung"	163
Anhang E:	Faktorwerte der gezeigten Beiträge für die Dimension "Erregung"	164
Anhang F:	Faktorwerte der gezeigten Beiträge für die Dimension "Sentimentalität"	165