

# INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung .....	11
Die Notwendigkeit der Begriffserklärung von Unterhaltung . . . .	11
Allgemeine Aufgabenstellung .....	13
I. Die Diskussion über den Begriff „massenmediale Unterhaltung“ .....	15
1. Die historische Entwicklung des Begriffs in der Literaturwissenschaft .....	17
2. Kommunikationswissenschaftliche Konzepte zur Klärung von Unterhaltung .....	21
2.1. Der anthropologische Ursprung von Unterhaltung . . . .	24
2.1.1. Unterhaltung und Spieltheorie .....	24
2.1.2. Unterhaltung als „tronc commun“ .....	30
2.2. Unterhaltung und Nutzungsansatz .....	40
2.2.1. Unterhaltung als „escape“ .....	44
2.2.2. Unterhaltung als „para-social interaction“ .....	50
2.3. Unterhaltung aus gesellschaftskritischer Sicht .....	55
2.3.1. Unterhaltung als gesellschaftlicher Zwangsmechanismus	59
2.3.2. Unterhaltung als Tauschabstraktion verkörperndes Medium .....	66
2.4. Ausblick .....	72
II. Theoretisch-empirische Untersuchungsanlage .....	75
3. Theoretisches Konzept .....	75
3.1. Allgemeine Anforderungen an die Begriffsklärung . . . .	75
3.2. Umgangssprachliche und medienorganisatorische Bedeutung von Unterhaltung .....	76
3.3. Modell: Unterhaltung als Beziehung .....	80
3.4. Forschungsfragen (A) .....	84
EXKURS I: Darstellung und Diskussion von empirischen Studien zur Klärung von massenmedialer Unterhaltung .....	87
a. Kommunikatorstudien .....	87
b. Inhaltsanalysen .....	92
c. Rezipientenuntersuchungen .....	97

4.	Empirisches Konzept .....	100
4.1.	Methodenwahl und Forschungsdesign .....	100
4.1.1.	Intensivbefragung .....	102
4.1.2.	Standardisierte Hauptbefragung .....	102
4.2.	Voruntersuchung .....	103
4.2.1.	Aufbau des Leitfadens .....	103
EXKURS II: Durchführung der Hauptbefragung .....		107
4.2.2.	Ergebnisse .....	108
4.2.3.	Forschungsfragen/Hypothesen (B) .....	116
4.3.	Hauptuntersuchung: Standardisierte Befragung .....	117
4.3.1.	Aufbau des Fragebogens .....	117
4.3.2.	Operationalisierung: Programmfragen und Testfragen ..	118
4.3.3.	Erläuterung der Testfragen .....	123
EXKURS III: Durchführung der Hauptbefragung .....		128
A. Zielgruppe und Auswahlverfahren .....		128
B. Intervieworganisation und Zeitraum der Befragung ..		130
III.	Unterhaltung als Beziehung: Ergebnisse der Hauptbefragung .....	131
5.	Dimensionen des Unterhaltungsbegriffs .....	131
5.1.	Allgemein: Unterhaltung .....	132
5.2.	Speziell: Unterhaltungssendungen im Fernsehen .....	141
5.2.1.	Dimensionen/Eigenschaften .....	142
5.2.2.	Image .....	150
5.3.	Unterhaltung und Unterhaltungssendungen – ein Vergleich .....	154
6.	Die Funktionen von Unterhaltung .....	162
6.1.	Unterhaltung als Form sozialen Kontakts .....	163
6.2.	Fernseh-Unterhaltung .....	170
6.2.1.	Sendungen, bei denen man sich unterhält .....	171
6.2.2.	Sendungen, bei denen man sich nicht unterhält .....	181
6.3.	Vergleich verschiedener Unterhaltungsformen .....	184
7.	Tätigkeiten zur Unterhaltung: Wobei unterhält man sich? .....	190
7.1.	Tätigkeiten zur Unterhaltung .....	190
7.2.	Soziale und mediale Tätigkeiten zur Unterhaltung ....	197
7.2.1.	Beispiel: Sozialer Kontakt .....	198
7.2.2.	Beispiel: Fernsehen .....	200

7.3. Unterhaltung und Fernsehinhalte .....	205
7.3.1. Beispiel: Sendungsgattungen .....	205
7.3.2. Beispiel: Einzelsendungen .....	213
8. Zusammenfassung – Thesen – Ausblick .....	219
8.1. Rezipienten-orientierte vs. kommunikator-orientierte Definition von Unterhaltung .....	220
8.1.1. Der scheinbare Gegensatz von Unterhaltung und Information .....	221
8.1.2. Merkmale des rezipienten-orientierten Unterhaltungsbegriffs .....	225
8.2. Fernseh-Unterhaltung: Harmloser Zeitvertreib oder gefährlicher Zwangsmechanismus? .....	229
8.3. Methodenkritik und Folgeuntersuchungen .....	235
Anmerkungen .....	237
Anhang .....	255
Literaturverzeichnis .....	287