

Unterhaltungserleben

Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung

Bearbeitet von
Carsten Wunsch

1. Auflage 2006. Taschenbuch. 318 S. Paperback

ISBN 978 3 938258 14 9

Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm

Gewicht: 408 g

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften >
Medien & Gesellschaft, Medienwirkungsforschung

Zu Leseprobe

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

Carsten Wunsch

Unterhaltungserleben

Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell
affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Carsten Wunsch:

Unterhaltungserleben.

*Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver
Informationsverarbeitung*

Unterhaltungsforschung, 3

Köln : Halem, 2006

Die Reihe *Unterhaltungsforschung* wird herausgegeben von Werner Wirth,
Peter Vorderer, Werner Früh, Holger Schramm, Christoph Klimmt,
Tilo Hartmann und Carsten Wunsch.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2006 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 1862-3069

ISBN 3-938258-14-4

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: Griebisch & Rochol Druck, Hamm

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

| | | |
|-------|--|-----|
| 1. | EINLEITUNG | 10 |
| 1.1 | Zielsetzung und Vorgehen | 12 |
| 2. | THEORIEN DER UNTERHALTUNG IM ÜBERBLICK | 15 |
| 2.1 | Nicht-rezeptionsorientierte Ansätze | 16 |
| 2.1.1 | <i>Soziale Ansätze</i> | 16 |
| 2.1.2 | <i>Inhaltliche Ansätze</i> | 22 |
| 2.1.3 | <i>Anthropologische Ansätze</i> | 28 |
| 2.2 | Rezeptionsorientierte Ansätze | 32 |
| 2.2.1 | <i>Unterhaltung als Spiel</i> | 32 |
| 2.2.2 | <i>Motivationale Ansätze</i> | 35 |
| 2.2.3 | <i>Emotions- und erregungspsychologische Ansätze</i> | 51 |
| 2.2.4 | <i>Unterhaltung als ›Erleben‹</i> | 67 |
| 2.3 | Zusammenfassung und Schlussfolgerungen | 75 |
| 2.3.1 | <i>Eine Systematik der Theorien und Ansätze</i> | 76 |
| 2.3.2 | <i>Kompatibilität der Unterhaltungstheorien</i> | 80 |
| 2.3.3 | <i>Valenztransformation in den Unterhaltungstheorien</i> | 83 |
| 2.3.4 | <i>Fazit</i> | 86 |
| 3. | TRIADISCH-DYNAMISCHE UNTERHALTUNGSTHEORIE | 87 |
| 3.1 | Der Dynamisch-Transaktionale Ansatz (DTA) | 88 |
| 3.2 | Rahmentheorie | 92 |
| 3.3 | Grundlegende Konzepte der TDU | 95 |
| 3.3.1 | <i>Axiomatische Grundlagen</i> | 95 |
| 3.3.2 | <i>Handlungsziele</i> | 99 |
| 3.3.3 | <i>Intratransaktion von Kognition, Emotion und Aktivierung</i> | 105 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 3.4 | Triadische Modellierung | 107 |
| 3.4.1 | <i>Triade – der molare Kontext von Unterhaltungserleben</i> | 107 |
| 3.4.2 | <i>Fitting und Fitting-Control</i> | 109 |
| 3.5 | Unterhaltungserleben als Rezeptionsprozess | 111 |
| 4. | VALENZTRANSFORMATION DURCH AFFEKTIV-KOGNITIVE INFORMATIONSVERARBEITUNG | 114 |
| 4.1 | Kognitive Informationsverarbeitung von Texten | 115 |
| 4.1.1 | <i>Ein additiv-serielles Verarbeitungsmodell von Texten</i> | 118 |
| 4.1.2 | <i>Makrooperatoren im propositionalen Mehrebenenmodell des Textverstehens</i> | 122 |
| 4.1.3 | <i>Zusammenfassung</i> | 128 |
| 4.2 | Kognitive Informationsverarbeitung narrativer filmischer Strukturen | 129 |
| 4.3 | Die Rolle informationsverarbeitender Prozesse bei der Emotionsgenese | 138 |
| 4.4 | Ein Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung | 146 |
| 4.4.1 | <i>Unterhaltende Rezeption als affektiv-kognitive Informationsverarbeitung</i> | 147 |
| 4.4.2 | <i>Zwei-Ebenen-Verarbeitung – eine kognitive Perspektive</i> | 151 |
| 4.4.3 | <i>Zwei-Ebenen-Verarbeitung – eine affektive Perspektive</i> | 153 |
| 4.5 | Fazit: Valenztransformation durch affektiv-kognitive Informationsverarbeitung | 158 |
| 4.6 | Empirische Aspekte des Modells | 159 |
| 5. | HYPOTHESEN | 162 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 6. | DESIGN UND OPERATIONALISIERUNG | 168 |
| 6.1 | Beschreibung der zu erhebenden Konstrukte | 169 |
| 6.1.1 | <i>Perzeptionsebene</i> | 169 |
| 6.1.2 | <i>Affektive Makroebene</i> | 169 |
| 6.1.3 | <i>Affektive Mikroebene</i> | 170 |
| 6.2 | Überblick über Verfahren zur Erfassung des Rezeptionsprozesses | 171 |
| 6.3 | Continuous-Response-Measurement (CRM) | 173 |
| 6.4 | CRM der affektiv-kognitiven Verarbeitungsebenen | 175 |
| 6.5 | Operationalisierung beider Verarbeitungsebenen | 180 |
| 6.5.1 | <i>Die affektive Mikroebene</i> | 180 |
| 6.5.2 | <i>Die affektive Makroebene</i> | 186 |
| 6.6 | Sekundäre Zielsetzungen der empirischen Untersuchung | 188 |
| 6.7 | Durchführung und Messanordnung | 190 |
| 6.7.1 | <i>Zum Ablauf der Untersuchung</i> | 191 |
| 6.7.2 | <i>Messanordnung</i> | 193 |
| 6.8 | Stimulusbeschreibung | 194 |
| 6.8.1 | <i>Grosse Pointe Blank</i> | 195 |
| 6.8.2 | <i>Funny Games</i> | 196 |
| 6.8.3 | <i>Herr Zwillling und Frau Zuckermann</i> | 197 |
| 6.8.4 | <i>The Cell</i> | 199 |
| 6.8.5 | <i>Allgemeines Konzept des Filmschnitts</i> | 200 |
| 7. | ANALYSE UND ERGEBNISSE | 202 |
| 7.1 | Die Stichprobe | 202 |
| 7.2 | Vorbereitung der Verlaufsdaten | 204 |
| 7.3 | Hypothese 1 >Stimulusbezug< | 205 |
| 7.3.1 | <i>Die affektive Mikroebene</i> | 206 |
| 7.3.2 | <i>Die affektive Makroebene</i> | 216 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 7.4 | Hypothese 2 ›Hierarchische Ordnung‹ | 219 |
| 7.5 | Hypothese 3 ›Inputfunktion der Mikroebene‹ | 222 |
| 7.5.1 | <i>Das Problem der Aggregation von Verlaufsdaten</i> | 225 |
| 7.5.2 | <i>Empirie- und theoriegeleitete Klassifikation der Verlaufsdaten</i> | 227 |
| 7.5.3 | <i>Vorüberlegungen zur Modellspezifikation</i> | 232 |
| 7.5.4 | <i>Befunde – rezepptive Makroebene</i> | 235 |
| 7.5.5 | <i>Befunde – postrezeptive Makroebene</i> | 243 |
| 7.5.6 | <i>Befunde – Veränderung der Valenz der Makroebene</i> | 247 |
| 7.6 | Hypothese 4 ›Steuerungsfunktion der Makroebene‹ | 252 |
| 7.6.1 | <i>Vorüberlegungen zur Modellspezifikation</i> | 252 |
| 7.6.2 | <i>Befunde der Modellprüfung</i> | 256 |
| 7.6.3 | <i>Befunde zu Einzelprognosen</i> | 263 |
| 7.7 | Hypothese 5 ›Eigenständigkeit der Verarbeitungsebenen‹ | 268 |
| 7.7.1 | <i>Re-Interpretation bisheriger Analysen</i> | 269 |
| 7.7.2 | <i>Analyse der Valenztransformation</i> | 272 |
| 7.8 | Beantwortung der empirischen Fragestellung und Zusammenfassung | 279 |
| 8. | ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT | 283 |
| 8.1 | Zusammenfassung | 283 |
| 8.2 | Fazit und Ausblick | 287 |
| 9. | LITERATUR | 290 |
| 10. | ANHANG | 314 |