

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	9
-------------------------	---

I. THEORETISCHE KOMPONENTEN DES UNTERHALTUNGSERLEBENS IN NEUEN MEDIEN

PETER VORDERER / LEONARD REINECKE	12
-----------------------------------	----

Zwei-Prozess-Modelle des Unterhaltungserlebens:
Unterhaltung im Schnittbereich hedonischer und non-
hedonischer Bedürfnisbefriedigung

JODI WHITAKER / JOHN ANTHONY VELEZ / SILVIA KNOBLOCH-WESTERWICK	30
--	----

Mood Management und Selective Exposure in interaktiven
Unterhaltungsmedien

DOROTHÉE HEFNER / CHRISTOPH KLIMMT	48
------------------------------------	----

Identifikation mit Computerspiel-Charakteren:
Wesen und Funktion

CHRISTOPH KLIMMT / CHRISTOPHER BLAKE	65
--------------------------------------	----

Selbstwirksamkeitsmaschinen:
Motivationsprozesse interaktiver Unterhaltung

RENÉ WEBER / KATHARINA-MARIA BEHR	82
-----------------------------------	----

Mediale Unterhaltung als Flow-Erlebnis:
Neue theoretische Perspektiven

WERNER WIRTH	100
--------------	-----

Präsenzerleben und Involvement in neuen Medien

OLIVER QUIRING / MARC ZIEGELE	122
-------------------------------	-----

Interaktivität – Freund oder Feind guter Unterhaltung?

SONJA UTZ	140
Der Beitrag von Selbstoffenbarung und Selbstpräsentation zum Unterhaltungserleben bei der Nutzung von sozialen Netzwerkseiten	

WERNER FRÜH	158
Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie und Computerspiele	

II. UNTERHALTUNGSFORMATE UND DEREN NUTZUNG IN NEUEN MEDIEN

ANNE BARTSCH / ANJA KALCH	177
Klassische Inhalte, neue Zugangs- und Nutzungsformen: Unterhaltung im Web 1.0 an der Schnittstelle von Offline- und Online-Medien	

MONIKA TADDICKEN	195
Unterhaltung im Social Web: Neue Formen des Unterhaltungserlebens durch Konsumption, Partizipation und Produktion?	

SABINA MISCH	215
Kreativität, Gemeinschaft und Identität: Zu den Unterhaltungsfunktionen virtueller Welten	

SVEN JÖCKEL	234
Computerspiele und Unterhaltungsforschung: Historische Entwicklung und zukünftige Herausforderungen	

DANIEL SCHULTHEISS	252
Computerspiele für Millionen: Gratifikationen und Motivation in Online- und Browser-Games	

THILO VON PAPE	270
Mehr als ›Unterhaltung to go‹: Mobile Unterhaltungsanwendungen	
 III. SPEZIFISCHE WIRKUNGEN DER NUTZUNG VON UNTERHALTUNGSANGEBOTEN IN NEUEN MEDIEN	
MATTHIAS HOFER	289
Zur Wirkung der Nutzung von Online-Medien auf das Sozialkapital	
LEONARD REINECKE	308
Mediennutzung und Well-Being: Zum positiven Wirkungspotenzial interaktiver und nicht interaktiver Unterhaltungsmedien	
TOBIAS ROTHMUND / MARIO GOLLWITZER	326
Digitale Spiele und prosoziales Verhalten	
MARKUS APPEL / MARTINA MARA / ÖZEN ODAĞ	344
Persuasion durch Unterhaltungsangebote	
NICOLA DÖRING	361
Sexuell explizite Inhalte in neuen Medien: Negative und positive Wirkungen auf unterschiedliche Bevölkerungsgruppen	
BARBARA KRAHÉ / INGRID MÖLLER	379
Gewaltspielkonsum und Aggression	
JEFFREY WIMMER	397
Alles unter Kontrolle? Exzessive Nutzung von Unterhaltungsangeboten in neuen Medien	
Autorinnen und Autoren	414