

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>1. Einleitung</b> .....	11
<b>2. Die Transformation des Fernsehens</b> .....	13
<b>3. Die Serie »Lost«</b> .....	21
3.1 Mystery-Serien in Deutschland und den USA .....	21
3.2 Allgemeine Daten .....	25
3.2.1 Inhalt .....	25
3.2.2 Programmierung .....	25
3.2.3 Erfolg der Serie .....	28
3.2.4 Kurzbeschreibung der Figuren .....	31
3.3 Dramaturgische Besonderheiten .....	34
3.3.1 Genre .....	34
3.3.2 Erzählstruktur .....	36
3.3.3 Flashbacks und Backstories .....	39
3.3.4 Figuren und Konflikte .....	42
3.3.5 Mysteries und Rätsel .....	47
3.3.6 Intertextuelle Hinweise .....	49
3.3.7 Dialoge .....	50
3.3.8 Diskursstrukturen .....	50
3.4 Zwischenfazit: die komplexe Narration .....	53
<b>4. Marketingstrategien und Fangemeinden</b> .....	55
<b>5. Das Konzept »Engagement«</b> .....	61
5.1 Abgrenzung zum Begriff »Involvement« .....	61
5.2 Ausgangspunkt .....	63

5.3	Ansätze zum Konzept »Engagement« aus der amerikanischen Fernsehindustrie .....	64
5.3.1	Viewer Attitudes .....	66
5.3.2	Viewer Behaviors .....	66
5.3.3	Viewer Attentiveness .....	67
5.3.4	Modelle zur Messung von Engagement .....	67
5.3.5	Garantie für Engagement von NBC Universal .....	68
5.3.6	Das »Ad*VIZR New Media Audit« .....	69
5.4	Ansätze zum Konzept »Engagement« aus der Wissenschaft .....	70
5.4.1	Das »Consumer Expressions«-Modell .....	71
5.4.2	Das »Connectedness«-Modell .....	71
5.5	Definition von Engagement .....	73
5.6	Touchpoints .....	73
5.6.1	Formal Program Qualities .....	75
5.6.2	Expanded Access .....	75
5.6.3	Repackaged Content .....	75
5.6.4	Ancillary Content .....	76
5.6.5	Branded Products .....	76
5.6.6	Related Activities .....	77
5.6.7	Social Interaction .....	78
5.6.8	Interactivity .....	78
5.6.9	Kritische Einschätzung .....	78
5.7	Motive und Wünsche .....	79
5.7.1	Entertainment .....	79
5.7.2	Social Connection .....	79
5.7.3	Mastery .....	80
5.7.4	Immersion .....	81
5.7.5	Identification .....	81
5.8	Zwischenfazit und Forschungsfrage .....	82
6.	Methodisches Vorgehen .....	83
6.1	Computervermittelte Kommunikation .....	83
6.1.1	Eigenheiten computervermittelter Kommunikation .....	84
6.1.2	Besondere Merkmale der textbasierten computergestützten Gruppenkommunikation .....	86

---

6.2	Forschungsdesign .....	87
6.2.1	Fragengebundene Gruppenkommunikation in deutsch- und englischsprachigen Internet-Fanforen .....	87
6.2.2	Rahmenbedingungen .....	88
6.2.3	Auswahl der Internetforen .....	88
6.2.4	Zielgruppe .....	90
6.2.5	Konstruktion der Fragen .....	90
6.2.6	Rolle der Forscherin .....	93
6.2.7	Kommunikationsimpuls .....	93
6.3	Erhebungsverlauf: Übersicht .....	95
6.4	Erkenntnisse aus dem Erhebungsverlauf .....	96
<b>7.</b>	<b>Fan-Engagement bei »Lost« .....</b>	<b>101</b>
7.1	Beschreibung der Ergebnisse .....	101
7.2	Interpretation der Ergebnisse und theoretische Verortung .....	132
7.2.1	Formal Program Qualities .....	132
7.2.2	Summe der Touchpoints .....	133
7.2.3	Wunsch nach Mastery .....	135
7.2.4	Social Connection .....	136
<b>8.</b>	<b>Fazit und Ausblick .....</b>	<b>139</b>
<b>9.</b>	<b>Literatur und Internetquellen .....</b>	<b>143</b>
<b>Anhang</b>	<b>.....</b>	<b>149</b>
I.	Ausführliche Inhaltsbeschreibung von »Lost« .....	149
II.	Ausführliche Figurenbeschreibung .....	155
III.	Transkript des Spiels »Ich hab noch nie ...« .....	173
IV.	Posts mit Fragestellungen .....	176
V.	Auszählung der Stichprobe .....	182
VI.	Screenshot des Forums »Lost-board.de« .....	183