

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Einführung in die Thematik	1
Forschungsstand	3
Herangehensweise und Methoden	5
Aufbau der Arbeit & Lesemöglichkeit	7
I All-Age-Literatur im Spiegel der Forschung: Begriffsklärung	9
1 Zohar Shavit: ambivalent texts und single address	9
2 Barbara Wall: single, double, dual address	10
3 Hans-Heino-Ewers: mehrfachadressiert und doppelsinnig	11
4 Crossover	14
4.1 Crossover nach Falconer	14
4.2 Crossover nach Beckett	17
4.3 Crossover nach Blümer	19
5 All-Age-Literatur	23
II Medienhandeln	27
1 Mediennutzungsforschung und Medienwirkungsforschung	27
1.1 Medienwirkungsforschung	27
1.2 Mediennutzungsforschung: Uses-and-Gratification-Ansatz	28
1.3 Der dynamisch-transaktionale Ansatz	32
2 Rezeptionsmodalitäten	34
2.1 Dynamische Betrachtung	34
2.2 Molare Betrachtung	37
2.3 Transaktionale Betrachtung	39
2.4 Operationalisierung und Entwicklung des Konstrukts	39
2.5 Zusammenfassung und Abgrenzung zu anderen Konstrukten	47
3 Modi der literarischen Rezeptionskompetenz nach Werner Graf	48
3.1 Beschreibung der Rezeptionsmodi	51
3.2 Literarische Modi und Rezeptionsmodalitäten	55
III Aufwachsen in der Medienwelt	57
1 Mediensozialisation	57

1.1 Forschungsstand: Mediensozialisation	57
1.2 Medien und ihre Rolle in der Sozialisation	59
2 Erinnerte Mediennutzung: der biografische Ansatz	64
2.1 Theorie des medienbiografischen Ansatzes	64
2.2 Probleme und Grenzen der Biografieforschung	66
3 Medienbiografie und Mediensozialisation als quantitative Forschung	67
IV Empirische Untersuchung	71
1 Konzeption und Methode	71
1.1 Forschungsdesign	71
1.2 Datenerhebung	75
1.3 Durchführung	82
1.4 Datenverdichtung	87
2 Ergebnisse	97
2.1 Struktur der Stichprobe	97
2.2 Soziodemografische Eigenschaften der Lesegruppen	98
2.3 Mediennutzung der Lesegruppen	102
2.4 Mediensozialisation der Lesegruppen	109
2.5 Rezeptionsmodalitäten der Lesegruppen	110
2.6 Hypothesentest und Zusammenfassung der Ergebnisse	115
V Emotionspsychologie und Medienpsychologie	119
1 Allgemeine Emotionstheorien	119
1.1 Begriffsklärung	119
1.2 Appraisal-Theorie nach Scherer	120
2 Emotionen bei der Mediennutzung	122
2.1 Ansätze der Medienemotionstheorie nach Zillmann	122
2.2 Positive Emotionen: Flow und Parasoziale Interaktion	125
2.3 Negative Emotionen: Sensation Seeking und Angstlust	126
3 Emotionen beim Lesen	128
3.1 Besonderheiten der Emotionen beim Lesen	128
3.2 Literatur als Attrappenwirkung	128
3.3 Paradox of Fiction	131
3.4 Emotionalität von Texten	133
3.5 Unterhaltung durch Literatur	135
3.6 Zusammenfassung	148
Exkurs: Quantitative Literaturwissenschaft – Distant Reading	151

VI Textanalyse	155
1 Fragestellung	155
2 Theoretischer Hintergrund: Computergestützte Inhaltsanalyse	156
3 Untersuchungsablauf	156
3.1 Maschinenlesbare Texte	156
3.2 Preprocessing	157
3.3 Das affektive Diktionär UIm	159
3.4 Die Analyse mit MaxQDA	162
3.5 Ergebnisse von MaxQDA	163
4 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse	167
VII Schlussfolgerung	169
Zusammenfassung der Ergebnisse	169
Ausblick	170
Literaturverzeichnis	173
Anhang	189
Danksagung	207