

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	11
1.1	Forschungskontext.....	12
1.2	Problemstellung.....	14
1.3	Vorgehensweise und Gliederung.....	16
A	Theoretischer Teil.....	19
2	Grundlegende Begrifflichkeiten.....	20
2.1	Flow-Erleben.....	20
2.1.1	Begriffsherkunft.....	20
2.1.2	Flow-Visualisierungen.....	24
2.1.3	Messung von Flow.....	28
2.1.4	Fehlende Arbeiten zu Flow.....	31
2.1.5	Anforderung vs. Herausforderung.....	32
2.2	Medium und Inhaltselemente.....	34
2.2.1	Medium: Begriff.....	34
2.2.2	Inhaltselemente: Begriff.....	36
3	Bedingungen lohnender Lese- und Medienrezeption.....	39
3.1	Die Technik des Lesens.....	39
3.1.1	Fortwährend bei jedem Leseakt: Der Leseprozess.....	40
3.1.2	Nicht bei jedem Leseakt: Flow beim Lesen.....	41
3.2	Schemata.....	44
3.2.1	Schemaliteratur.....	46
3.3	Interesse.....	48
3.4	Neugierde.....	50
3.5	Einstellungen.....	51
3.5.1	Implizite Einstellungen und Einstellungsänderung.....	53
3.6	Motivation.....	55
3.6.1	Intrinsische Motivation.....	56
3.6.2	Extrinsische Motivation.....	59
3.6.3	Leistungsmotivation.....	59
3.6.4	Volition.....	62
4	Das Lohnende im Rezeptionsprozess.....	64
4.1	Empathie.....	64
4.2	Identifikation.....	65
4.3	Imitation.....	67
4.4	Empathie, Identifikation und Imitation im Kontext von Flow beim Lesen.....	69
4.5	Involvement.....	71
4.5.1	Kritik am Involvement-Konstrukt.....	77
4.6	Immersion.....	79
4.7	Aktion und Interaktion.....	81
4.8	Involvement, Immersion und Aktion im Kontext von Flow beim Lesen.....	83
4.9	Präsenz.....	84
4.9.1	Anwesenheit in der Geschichte als Voraussetzung für Flow.....	90
4.10	Suspense / Spannung.....	91
4.10.1	Spannung als Medieneigenschaft.....	92

4.10.2 Spannung als emotionales Erlebnis.....	93
4.11 Zusammenhang von Spannung und Präsenz.....	95
5 Ziele der Lese- und Medienrezeption.....	97
5.1 Unterhaltung.....	97
5.2 Spiel.....	101
5.3 Funktionen und Ziele von Unterhaltung und Spiel.....	103
5.4 Ausgangspunkte von Unterhaltung und Spiel.....	106
5.5 Die Eskapismus-These.....	108
5.6 Leisure.....	109
5.7 Pleasure.....	113
5.8 Enjoyment.....	114
6 Mediennutzung, Attribution und Medienselektion.....	115
6.1 Mediennutzung.....	115
6.1.1 Ausgangspunkt der Betrachtung: Medium (Wirkungsansatz).....	115
6.1.2 Ausgangspunkt der Betrachtung: Nutzer (Rezipientenansatz).....	116
6.1.3 Rezeptionsphasen.....	119
6.2 Medienselektion.....	121
6.2.1 Der Uses and Gratifications Ansatz.....	123
6.2.2 Das Erwartungs-Wert-Modell.....	126
6.2.3 Die Mood-Management-Theorie.....	129
6.2.4 Fast Frugal Media Choice und Reflective / Impulsive Theory.....	134
6.2.5 Der triadisch-dynamische Ansatz.....	136
6.2.6 Rezeptionsmodalitäten.....	139
6.2.7 Die Theorie des subjektiven Qualitätsurteils.....	142
6.3 Attribution.....	145
B Empirischer Teil.....	149
7 Vorbemerkungen.....	150
7.1 Ausgangssituation.....	150
7.2 Hypothesen.....	150
7.3 Das Experiment bei der Messung von Flow.....	152
7.4 Das Quasi-Experiment bei der Messung von Flow.....	155
7.5 Die Methode des Induzierens.....	156
7.5.1 Der Flow-Fragebogen von Asja Maass.....	159
7.5.2 Studien 1 und 2: Operationalisierung der unabhängigen Variablen: Flow.....	160
7.5.3 Studien 1 und 2: Operationalisierung der abhängigen Variablen: Medienselektion.....	163
7.5.4 Studie 3: Operationalisierung Flow-Erleben und Medienselektion	165
8 Studie 1: Quasi-experimentelle Studie im Labor.....	166
8.1 Studie 1: Zeitplan und Ablauf.....	166
8.1.1 Studie 1: Anwerbung der Versuchspersonen.....	171
8.1.2 Studie 1: Analyse der Validität der Methode zur Erfassung des Flow-Konstrukts.....	172
8.2 Studie 1: Pretest.....	173
8.3 Studie 1: Demografische Daten der Versuchspersonen.....	174
8.4 Studie 1: Messung der Flow-Induktion.....	176
8.4.1 Studie 1: Quantitative Messung.....	176

8.4.2 Studie 1: Qualitative Messung.....	177
8.4.3 Studie 1: Triangulation.....	185
8.5 Studie 1: Vorerfahrungen und Vorkenntnisse der Probanden.....	188
8.6 Studie 1: Flow und tatsächliche Medienselektion.....	194
8.7 Studie 1: Zusammenhänge und Interpretationsansatz.....	196
9 Studie 2: Quasi-experimentelle Studie im Labor.....	198
9.1 Studie 2: Zeitplan und Ablauf der Untersuchung.....	198
9.1.2 Studie 2: Anwerbung der Versuchspersonen.....	202
9.2 Studie 2: Organisatorische Veränderungen.....	203
9.3 Studie 2: Pretest.....	205
9.4 Studie 2: Demografische Daten der Versuchspersonen.....	205
9.5 Studie 2: Messung der Flow-Induktion.....	206
9.5.1 Studie 2: Quantitative Messung.....	206
9.6 Studie 2: Vorerfahrungen und Vorkenntnisse der Probanden.....	206
9.7 Studie 2: Flow und tatsächliche Medienselektion.....	209
9.8 Studie 2: Zusammenhänge und Interpretationsansatz.....	210
10 Gemeinsame Betrachtung Studie 1 und Studie 2.....	212
10.1 Studien 1 und 2: Flow und tatsächliche Medienselektion.....	212
10.2 Studien 1 und 2: Kritik.....	213
10.3 Studien 1 und 2: Fazit.....	216
11 Studie 3: Befragung.....	218
11.1 Studie 3: Pretest.....	218
11.2 Studie 3: Durchführung der Befragung.....	218
11.2.1 Studie 3: T-Tests.....	219
11.3 Studie 3: Demografische Daten.....	221
11.4 Studie 3: Erfahrungen mit Flow beim Lesen in der Freizeit.....	222
11.5 Studie 3: Faktorenanalyse: Komponentenmatrix der vier wichtigsten Faktoren und Screeplot.....	227
11.6 Studie 3: Zusammenhänge und Interpretationsansatz.....	231
C Gemeinsame Betrachtung Theorie und Empirie.....	232
12 Zusammenfassung theoretischer Teil.....	233
13 Zusammenfassung empirischer Teil.....	235
14 Diskussion.....	237
14.1 Ergebnisse zu den einzelnen Ausprägungen.....	237
14.2 Empirische Auffälligkeit in den drei Studien.....	240
14.3 Empfehlung zur weiteren Erforschung der Fragestellung(en).....	241
14.3.1 Empfehlungen zur Theorie.....	241
14.3.2 Empfehlungen zur Empirie.....	241
14.4 Fazit.....	243
15 Literaturverzeichnisse.....	244
15.1 Quellen.....	244
Abbildungsverzeichnis.....	262
Tabellenverzeichnis.....	263
Abkürzungsverzeichnis.....	264

D Anhang	265
Teil A: Dokumente aus Studie 1	265
A.1 Abkürzungslegende	265
A 2 Information Studie Bohle.....	266
A 3 Text Film Freigabe	267
A 4 Fragebogen (in Klammern: Codierung für die Auswertung)	268
A 5 Debriefing	272
A 6 aktuelles Flow-Erleben beim Lesen während der Untersuchung	273
A 7 Erfahrung mit Flow-Erleben beim Lesen in der Freizeit	274
A 8 Antworthäufigkeiten / Demografische Daten.....	275
A 9 Antworthäufigkeiten / Sonstige Fragen	276
Teil B: Dokumente aus Studie 2.....	279
B 1 Information Studie Bohle	279
B 2 Fragebogen (in Klammern: Codierung für die Auswertung)	280
B 3 Debriefing.....	282
B 4 Aktuelles Flow-Erleben beim Lesen während der Untersuchung	283
B 5 Antworthäufigkeiten / Demografische Daten der VPn.....	284
B 6 Antworthäufigkeiten / Sonstige Fragen.....	285
B 7 Jetzt wieder ein neues Medium wählen...?	286
Teil C: Dokumente Studie 1 und 2	287
C 1 Zusammenfassung Buch von Fran Dorf: Die Totdenkerin.....	287
C 2 Zusammenfassung Buch von Rowling: Harry Potter und der Stein der Weisen (adaptiert von Wikipedia).....	287
C 3 Information Kinofilm Harry Potter und der Stein der Weisen ...	288
Teil D: Dokumente aus Studie 3	289
D 1 Fragebogen (in Klammern: Codierung für die Auswertung)	289
D 2 Antworthäufigkeiten / Demografische Daten der VPn.....	292
D 3 Erfahrung mit Flow-Erleben beim Lesen in der Freizeit	293
D 4 Lesehäufigkeiten.....	296
D 5 Selbstwahrgenommene Lese-Konsequenzen	296
D 6 Selbstwahrgenommene Lese-Attribution	298
D 7 Medienselektionspräferenzen im Selbstreport.....	299
Teil E: Auszug aus eigener Bachelorarbeit (S.25-26).....	304
Das Leistungsmotiv in der Werbung.....	304
Erklärungen	306