

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Medienselektion</b>	<b>9</b>
2.1	Medien aus Sicht der Rezeptionsforschung	10
2.2	Medienselektion als intramediale Entscheidung	14
2.2.1	Narrative, fiktionale Bewegtbildinhalte als Entscheidungsobjekte	16
2.2.2	Bewegtbildauswahl in den Phasen eines Rezeptionsprozesses	23
2.2.3	Bewegtbildauswahl auf dem Kontinuum zwischen heuristisch und komplex	28
2.3	Das Subjektmodell als metatheoretische Implikation	33
2.3.1	Verhaltenstheoretische Perspektive	34
2.3.2	Handlungstheoretische Perspektive	35
2.3.3	Integrative Perspektive	36
2.4	Zusammenfassung und Fazit	38
<b>3</b>	<b>Einflussfaktoren bei der Medienwahl</b>	<b>43</b>
3.1	Bewegtbildbereich	44
3.1.1	TV I – Die klassische Ära	46
3.1.2	TV II – Die Multikanal-Ära	48
3.1.3	TV III – Die Konvergenz-Ära	49
3.1.4	Selektionsmodus zwischen Push und Pull	55
3.2	Vorwissen bei der intramedialen Bewegtbildauswahl	60
3.2.1	Semantisches Vorwissen	62

3.2.1.1	Gattungswissen .....	63
3.2.1.2	Genrewissen .....	65
3.2.2	Episodisches Vorwissen .....	67
3.3	Subjektbezogene Merkmale .....	69
3.3.1	Stabile individuelle Merkmale .....	70
3.3.2	Situative individuelle Merkmale .....	71
3.4	Zusammenfassung und Fazit .....	72
<b>4</b>	<b>Medienselektionsprozess .....</b>	<b>75</b>
4.1	Prozessmodelle der Medienselektion .....	76
4.1.1	GS/GO-Diskrepanzmodell .....	77
4.1.2	Erwartungs-Bewertungsmodell .....	80
4.2	Urteilsbildungen und Einstellungen im Selektionsprozess .....	87
4.3	Verhaltensintention als Mediator im Selektionsprozess .....	90
4.4	Sicherheit als Determinante im Selektionsprozess .....	93
4.5	Zusammenfassung und Fazit .....	96
<b>5</b>	<b>Rezeptionsqualitäten als Attribute von Filmen und Serien .....</b>	<b>101</b>
5.1	Motive für das Erleben von RQ .....	102
5.2	RQ als Erlebensdimensionen eines Rezeptionsprozesses .....	107
5.2.1	Narratives Verstehen .....	107
5.2.2	Narratives Erleben .....	109
5.2.2.1	Spaß .....	113
5.2.2.2	Spannung .....	117
5.2.2.3	Transportation .....	119
5.2.2.4	Denkanstöße .....	123
5.2.2.5	Ästhetik .....	126
5.2.2.6	Parasoziale Interaktion bzw. Beziehung .....	129
5.3	Zusammenfassung und Fazit .....	131
<b>6</b>	<b>Medienwahl nach erwarteten Rezeptionsqualitäten .....</b>	<b>135</b>
<b>7</b>	<b>Methodisches Vorgehen .....</b>	<b>141</b>
7.1	Online-Befragung mit Stimulus im Ex-post-facto-Design .....	141
7.1.1	Ex-post-facto-Design .....	142
7.1.2	Variablen in der vorliegenden Studie .....	144
7.1.3	Befragung als Messinstrument .....	146
7.1.4	Stimulusmaterial .....	149
7.2	Operationalisierung der Variablen .....	150
7.2.1	Attribute in Entscheidungssituationen für Serien .....	154

7.2.2	Wichtigkeit und Eintrittswahrscheinlichkeit der Rezeptionsqualitäten .....	154
7.2.2.1	Spaß .....	155
7.2.2.2	Spannung .....	156
7.2.2.3	Transportation .....	157
7.2.2.4	Denkanstöße .....	158
7.2.2.5	PSI/PSB .....	159
7.2.2.6	Ästhetik .....	161
7.2.3	Erwarteter Gewinn insgesamt .....	161
7.2.4	Sicherheit der Eintrittswahrscheinlichkeiten .....	164
7.2.5	Präferenz für die Option(en) .....	164
7.2.6	Entscheidung für eine Option .....	164
7.2.7	Vorwissen zum Serien-Stimulus .....	165
7.2.8	Affinitäten .....	167
7.2.9	Soziodemografische Variablen .....	168
7.3	Aufbau des Fragebogens .....	169
7.4	Durchführung der Studie .....	176
7.4.1	Umsetzung mit SoSci Survey .....	176
7.4.2	Stichprobengröße .....	177
7.4.3	Durchführung mit dem SoSci Panel .....	178
7.4.4	Pretestverfahren .....	181
7.4.5	Auswertung .....	182
7.4.5.1	Datenbereinigung .....	182
7.4.5.2	Datenmodifikation und -transformation .....	183
7.4.5.3	Konsistenz der Skalen .....	184
7.4.5.4	Analyseverfahren .....	186
7.5	Zusammenfassung und Fazit .....	188
<b>8</b>	<b>Ergebnisse</b> .....	189
8.1	Stichprobenbeschreibung .....	190
8.2	Grundlegende Befunde .....	191
8.2.1	Attribute in Entscheidungssituationen für Serien (FF1a) .....	191
8.2.2	Wichtigkeit der Rezeptionsqualitäten (FF1b) .....	198
8.2.3	Eintrittswahrscheinlichkeiten der Rezeptionsqualitäten (FF3) .....	199
8.3	Hypothesentestung .....	201
8.3.1	Erwarteter Gewinn und Präferenz (H1, FF2a & IV1) ....	202
8.3.2	Präferenz und Entscheidung (H2 & FF2b) .....	205

---

8.3.3	Sicherheit als Moderator (H3) .....	208
8.3.4	Vorwissen und Sicherheit sowie Präferenz (H4 & H5) .....	209
8.4	Pfadanalyse .....	213
8.5	Zusammenfassung und Fazit .....	215
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung und Fazit</b> .....	<b>219</b>
9.1	Zusammenfassung .....	219
9.2	Fazit .....	223
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>231</b>