

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Räumliche Präsenz</b>	<b>5</b>
2.1	Verständnis und Abgrenzung des Konstrukts der räumlichen Präsenz	6
2.1.1	Verständnisse der räumlichen Präsenz	6
2.1.2	Abgrenzung zu anderen Subtypen der Präsenzerfahrung	8
2.1.2.1	Selbst-Präsenz	8
2.1.2.2	Ko-Präsenz	8
2.1.2.3	Soziale Präsenz	9
2.1.3	Abgrenzung zu verwandten Konstrukten der Präsenzerfahrung	10
2.1.3.1	Transportation	10
2.1.3.2	Immersion	11
2.1.3.3	Flow	12
2.1.4	Relevanz räumlicher Präsenz im Kontext von Konzertvideos	12
2.2	Einflussfaktoren auf die Entstehung von räumlicher Präsenz	13
2.2.1	Entstehung von räumlicher Präsenz	13
2.2.2	Einfluss medientechnologischer Faktoren	18
2.2.2.1	Visuelle Einflussfaktoren	18
2.2.2.2	Akustische Einflussfaktoren	20
2.2.2.3	Zusammenspiel von akustischen und visuellen Einflussfaktoren	22
2.2.3	Einfluss von Rezipierendenfaktoren	23
2.2.4	Zusammenspiel von Medien- und Rezipierendenfaktoren	24
		VII

---

<b>3</b>	<b>Emotionales Erleben</b>	25
3.1	Emotionen	26
3.1.1	Definition Emotionen	26
3.1.2	Entstehung von Emotionen	28
3.1.3	Zentrale Emotionskategorien im Kontext von Konzertvideos	32
3.1.3.1	Traurigkeit	33
3.1.3.2	Freude	33
3.1.3.3	Nostalgie	34
3.1.3.4	Awe	36
3.1.4	Einflussfaktor Individuum	37
3.1.4.1	Affektbedürfnis	37
3.1.4.2	Rezeptionsmotiv	38
3.1.4.3	Rezeptionsmodi	40
3.2	Verständnis und Entstehung von Enjoyment	40
3.3	Emotionen und Enjoyment	42
3.4	Definition Gefallen	44
3.5	Einfluss von Emotionen und Enjoyment auf das Gefallen	45
<b>4</b>	<b>Intensivierung des emotionalen Erlebens durch räumliche Präsenz</b>	49
4.1	Intensivierung von Emotionen durch räumliche Präsenz	50
4.2	Intensivierung von Enjoyment durch räumliche Präsenz	52
4.3	Räumliche Präsenz und Gefallen	53
<b>5</b>	<b>Hypothesen</b>	55
5.1	Einfluss von Medien- und Rezipierendenfaktoren auf die räumliche Präsenz	55
5.1.1	Einfluss der Bildschirmgröße auf das räumliche Präsenzerleben	56
5.1.2	Einfluss der Audioausgabe auf das räumliche Präsenzerleben in Abhängigkeit von der individuellen Absorptionstendenz	57
5.1.3	Einfluss der Nutzung von Head-Mounted Displays auf das räumliche Präsenzerleben	58
5.2	Einfluss der räumlichen Präsenz auf die erlebte Emotionsintensität	59
5.2.1	Einfluss der räumlichen Präsenz auf die Emotionen	60

---

5.2.2	Einfluss von Rezipierendenfaktoren auf den Zusammenhang von räumlicher Präsenz und erlebten Emotionen .....	61
5.2.2.1	Einfluss des Affektbedürfnisses .....	61
5.2.2.2	Einfluss des Rezeptionsmotivs zwischenmenschliche Beziehung .....	62
5.2.2.3	Einfluss des aufmerksam-analytischen Musikhörens .....	63
5.3	Einfluss von räumlicher Präsenz und Emotionen auf das Enjoyment .....	64
5.3.1	Einfluss der Emotionen auf das Enjoyment .....	64
5.3.2	Einfluss von räumlicher Präsenz auf das Enjoyment ....	65
5.4	Einfluss von Emotionen und Enjoyment auf das Konzertgefallen .....	66
5.4.1	Einfluss von Emotionen auf das Konzertgefallen .....	66
5.4.2	Einfluss von Enjoyment auf das Konzertgefallen .....	68
5.5	Emotional medierter Einfluss von räumlicher Präsenz auf das Konzertgefallen .....	68
<b>6</b>	<b>Studie I – Audioausgabe, Absorptionslevel und Affektbedürfnis ...</b>	<b>71</b>
6.1	Methode .....	71
6.1.1	Experimentaldesign .....	71
6.1.2	Stimulus .....	72
6.1.3	Operationalisierung und Itemanalyse .....	73
6.1.4	Fragenbogaufbau und Durchführung der Studie .....	76
6.1.5	Stichprobenbeschreibung .....	77
6.2	Ergebnisse .....	78
6.3	Diskussion .....	83
6.3.1	Zentrale Befunde .....	83
6.3.2	Methodenkritik .....	87
6.3.3	Zwischenfazit .....	89
<b>7</b>	<b>Studie II – Bildschirmgröße und Rezeptionsmotiv .....</b>	<b>91</b>
7.1	Methode .....	92
7.1.1	Experimentaldesign .....	92
7.1.2	Stimulus .....	92
7.1.3	Operationalisierung und Itemanalyse .....	93
7.1.4	Fragebogaufbau und Durchführung der Studie .....	96

---

7.1.5	Stichprobenbeschreibung .....	97
7.2	Ergebnisse .....	99
7.3	Diskussion .....	103
7.3.1	Zentrale Befunde .....	103
7.3.2	Methodenkritik .....	106
7.3.3	Zwischenfazit .....	107
<b>8</b>	<b>Studie III – Audioausgabe, Head-Mounted Display und Hörmodus .....</b>	<b>111</b>
8.1	Methode .....	111
8.1.1	Experimentaldesign .....	111
8.1.2	Stimulus .....	112
8.1.3	Operationalisierung und Itemanalyse .....	113
8.1.4	Fragebogaufbau und Durchführung der Studie .....	116
8.1.5	Stichprobenbeschreibung .....	117
8.2	Ergebnisse .....	119
8.3	Diskussion .....	122
8.3.1	Zentrale Befunde .....	122
8.3.2	Methodenkritik .....	125
8.3.3	Zwischenfazit .....	126
<b>9</b>	<b>Abschließende Diskussion .....</b>	<b>129</b>
9.1	Studienübergreifende Betrachtung zentraler Einflussfaktoren und Wirkungszusammenhänge .....	129
9.1.1	Medienfaktoren und räumliche Präsenz .....	129
9.1.2	Räumliche Präsenz und emotionales Erleben .....	131
9.1.3	Individuelle Faktoren .....	133
9.2	Limitationen .....	133
9.2.1	Studienübergreifende Methodenkritik .....	133
9.2.2	Einschränkungen der theoretischen Vollständigkeit und Konstruktwahl .....	135
9.2.3	Limitationen bezüglich kausaler Zusammenhänge .....	136
9.3	Perspektiven für zukünftige Forschung .....	137
9.3.1	Medien- und Nutzendenfaktoren im Zusammenhang mit räumlicher Präsenz .....	137
9.3.2	Komponenten und Prozesse des Rezeptionserlebens .....	138
9.3.3	Individuelle Faktoren und Emotionen .....	139
9.3.4	Medienformate .....	140
9.3.5	Messung der Konstrukte .....	140
9.4	Implikationen und Fazit .....	141

---

9.4.1	Wissenschaftliche Relevanz für die Medien- und Musikforschung .....	141
9.4.2	Praxisrelevante Erkenntnisse für die Unterhaltungsbranche .....	143
9.4.3	Fazit .....	144
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>145</b>