

Inhaltsverzeichnis

	Danksagung	9
1	Einleitung	11
1.1	Forschungsfragen und Ziele der Arbeit	13
1.2	Forschungsstand	14
1.3	Methodik und Aufbau der Arbeit	18
	Theoretischer Hintergrund	
2	Aktuelle Entwicklungen auf dem Medienmarkt	25
2.1	Perspektiven und Potenziale der neuen Medien	27
2.2	Auswirkungen auf den Zeitungsmarkt	30
2.3	Medienwandel aus Nutzersicht – Digital Natives und Digital Immigrants	35
2.4	Crossmedia als wichtigste Strategieoption	42
2.4.1	Die Zeitungen gehen online – Die Nutzer kommen mit	43
2.4.2	Zeitungen als Apps auf dem Tablet-PC	45
2.4.3	Crossmediale Nutzung – Zeitung, Online und Tablet im Verbund	51
2.5	Zwischenfazit: Medienwandel und Crossmedia	57
3	Mentale Beanspruchung bei der Medienrezeption	61
3.1	Das Konzept der mentalen Beanspruchung	61
3.2	Ressourcenorientierte Erklärungsansätze	64
3.3	Aktivierungstheoretische Erklärungsansätze	66
3.3.1	Hintergrund: Aktivierung	70
3.3.2	Ergebnisse: Messung von Aktivierungsvorgängen bei mentaler Beanspruchung	72
3.4	Kognitiv-energetisches Stufenmodell der Informationsverarbeitung	76
3.5	Mentale Beanspruchung während der Medienrezeption	79
3.6	Mentale Beanspruchung als Selektionskriterium	92
3.6.1	Informationsverarbeitende Perspektive	95

3.7	Überlegungen zu einem Cognition Management Model	97
3.8	Zwischenfazit: Mentale Beanspruchung bei der Medienrezeption	100
4	Psychophysiologie und Medienforschung	103
4.1	Ausgewählte psychophysiologische Parameter	108
4.1.1	Hirnelektrische Indikatoren	109
4.1.2	Kardiovaskuläre Indikatoren	110
4.1.3	Elektrodermale Indikatoren	114
4.1.4	Okulomotorische Indikatoren	119
4.1.5	Überblick über die Forschungsergebnisse	129
4.2	Zwischenfazit: Psychophysiologische Untersuchungen	130
5	Zusammenfassung und Hypothesen	133
	Empirischer Teil	
6	Methodik	145
6.1	Untersuchungsdesign	146
6.2	Stichprobe	149
6.3	Operationalisierung der unabhängigen Variable	153
6.4	Operationalisierung der abhängigen Variablen	157
6.5	Ablauf der Untersuchung	159
6.6	Datenanalyse	161
7	Ergebnisse	169
7.1	Fragebogen und allgemeine Angaben zur Stichprobe	169
7.1.1	Allgemeines	169
7.1.2	Digital Natives und Digital Immigrants	172
7.1.3	Medienausstattung	173
7.1.4	Mediennutzungsdauer	173
7.1.5	Bedeutung der Medien	174
7.1.6	Mediennutzungsmotive	177
7.1.7	Tageszeitung und Tablet-PC	177
7.1.8	Nutzung der Tageszeitung <i>Die Welt</i>	178
7.1.9	Einstellung gegenüber bestimmten Medien	179
7.2	Stimulus-Material	183
7.3	Psychophysiologische Daten	187
7.3.1	Aktivierungsparameter I: Pulsfrequenz	187

7.3.2	Aktivierungsparameter II: Hautleitfähigkeit	197
7.3.3	Blickbewegungen	214
7.4	Erinnerungsleistung	294
7.5	Lautes Denken	297
7.5.1	Zeitung <i>Die Welt</i>	298
7.5.2	Online-Angebot <i>welt.de</i>	302
7.5.3	Tablet-App <i>Die Welt HD</i>	307
7.6	Die Ergebnisse im Überblick	310
8	Zusammenfassung und Diskussion	313
8.1	Zusammenfassung von Theorie und Methodik	313
8.2	Zusammenfassung der Ergebnisse	316
8.3	Diskussion der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfragen	324
	Literaturverzeichnis	333
	Abbildungsverzeichnis	351
	Tabellenverzeichnis	357