

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung</b> .....	1
<b>2 Mediale Unterhaltung</b> .....	7
2.1 Erleben und Entstehung medialer Unterhaltung .....	8
2.1.1 Medienpsychologische Unterhaltungsforschung und ihre zentralen Bausteine .....	8
2.1.1.1 Strömungen der Unterhaltungsforschung .....	10
2.1.1.2 Zentrale Bausteine der Unterhaltungstheorie .....	13
2.1.2 Unterhaltung als hedonische Erfahrung .....	19
2.1.2.1 Menschenbild und motivationaler Anreiz in der hedonischen Strömung .....	19
2.1.2.2 Definition des hedonischen Unterhaltungserlebens .....	20
2.1.2.3 Entstehung des hedonischen Unterhaltungserlebens .....	24
2.1.2.4 Erweiterung der klassischen, hedonischen Unterhaltungstheorie .....	30
2.1.2.5 Grenzen und Kritik der hedonischen Strömung .....	36
2.1.3 Unterhaltung als Folge der Befriedigung von Grundbedürfnissen .....	40
2.1.3.1 Menschenbild und motivationaler Anreiz der Strömung .....	40
2.1.3.2 Definition und Entstehung des Unterhaltungserlebens .....	42

2.1.3.3	Kritik und Relevanz des Ansatzes für die vorliegende Arbeit .....	44
2.1.4	Unterhaltung als eudaimonische Erfahrung .....	47
2.1.4.1	Menschenbild und motivationaler Anreiz in der eudaimonischen Strömung .....	47
2.1.4.2	Definition des eudaimonischen Unterhaltungserlebens .....	50
2.1.4.3	Entstehung des eudaimonischen Unterhaltungserlebens .....	61
2.1.4.4	Grenzen und Kritik der eudaimonischen Strömung .....	73
2.1.5	Präzisierung der Konzeption des Unterhaltungserlebens und Zwischenfazit .....	77
2.1.5.1	Präzisierung der Definition von Enjoyment ....	79
2.1.5.2	Präzisierung der Definition von Appreciation .....	84
2.1.5.3	Zusammenspiel von Appreciation und Enjoyment .....	89
2.1.5.4	Kritische Einordnung .....	92
2.2	Erleben und Entstehung von Videospielunterhaltung .....	93
2.2.1	Besonderheiten von Videospielen .....	94
2.2.1.1	Videospiele als Spiele .....	94
2.2.1.2	Videospiele als interaktive Medien .....	97
2.2.2	Die vier Ebenen des interaktiven Spielprozesses: Das ANSA-Modell .....	100
2.2.3	Entstehung von hedonischen Unterhaltungserfahrungen beim Videospielen .....	108
2.2.3.1	Wunschbefriedigung durch die Handlung als Grundlage von Enjoyment .....	109
2.2.3.2	Ablenkung von Sorgen und Problemen als Grundlage von Enjoyment .....	114
2.2.3.3	Umdeutung aversiver Zustände als Grundlage von Enjoyment .....	120
2.2.3.4	Zwischenfazit: Übertragbarkeit der Annahme zur Enjoyment-Entstehung .....	124
2.2.4	Entstehung von eudaimonischen Unterhaltungserfahrungen beim Videospielen .....	125
2.2.4.1	Bewältigung von Herausforderungen als Grundlage von Bedeutsamkeit .....	126

2.2.4.2	Herausforderung und Bewältigung als Grundlage gemischter Affekte .....	130
2.2.4.3	Grundlagen der Motivation einer eingehenderen Beschäftigung .....	131
2.2.4.4	Zwischenfazit: Übertragbarkeit der Annahme zur Appreciation-Entstehung .....	132
2.2.5	Zusammenfassung .....	133
2.3	Zwischenfazit und Diskussion der Forschungslücke .....	135
<b>3</b>	<b>Faszination und Staunen: Die Emotion Awe .....</b>	<b>143</b>
3.1	Konzeptualisierungen von Faszination und Staunen .....	144
3.2	Emotionen .....	147
3.2.1	Definition .....	147
3.2.2	Abgrenzung von anderen affektiven Zuständen .....	156
3.2.3	Zugrunde gelegte emotionstheoretische Perspektive .....	158
3.2.4	Gewählte zeitliche Analyseebene von Emotionen .....	165
3.3	Staunen und Faszination als Emotion Awe .....	170
3.3.1	Situationsbewertung, Funktion und Auslöser .....	170
3.3.2	Handlungstendenzen, physiologische Reaktionen und Verhalten .....	178
3.3.3	Subjektives Erleben sowie erlebensbezogene, kognitive Effekte .....	181
3.3.3.1	Affektive Valenz und Effekte auf die Stimmung .....	181
3.3.3.2	Zeitwahrnehmung und Fokussierung der Aufmerksamkeit .....	184
3.3.3.3	Verminderung des Selbst und erhöhte Verbundenheit: Selbsttranszendenz .....	185
3.3.3.4	Unsicherheit und Akkommodationsprozesse .....	193
3.3.3.5	Aktivierung grundlegender Glaubensansätze .....	194
3.4	Zusammenfassung zentraler Annahmen und Fazit .....	197
<b>4</b>	<b>Modellschritt I: Entstehung von Awe beim Videospielen .....</b>	<b>203</b>
4.1	Forschungsstand: Awe bei der Mediennutzung .....	205
4.2	Potentielle Auslöser von Awe bei der Mediennutzung .....	208
4.2.1	Ebenen der medialen Emotionsgenese .....	208
4.2.2	Prozesse der medialen Emotionsgenese .....	214

4.2.3	Ebenen und Prozesse der medialen Entstehung von Awe .....	217
4.2.4	Zwischenfazit .....	223
4.3	Modellbildung: Induktion von Awe bei der Videospielnutzung .....	225
4.3.1	Allgemeines Modell der Awe-Induktion .....	227
4.3.2	Einflussgröße der Bewertung: kognitive Ressourcen .....	237
4.3.3	Einflussgröße der Bewertung: Künstlichkeit .....	243
4.3.4	Zusammenfassung .....	249
4.4	Zusammenfassung des ersten Modellschritts und Zwischenfazit .....	252
<b>5</b>	<b>Modellschritt II: Unterhaltsame Qualität von Awe .....</b>	<b>257</b>
5.1	Awe und Enjoyment .....	260
5.1.1	Beitrag der ursprünglichen Valenz von Awe zum Gesamterleben .....	261
5.1.1.1	Positive ursprüngliche Valenz als Element des positiven Gesamterlebens .....	263
5.1.1.2	Negative ursprüngliche Valenz als Element des negativen Gesamterlebens .....	265
5.1.1.3	Verstärker der ursprünglichen Valenz und Häufigkeit der Ausprägungen .....	266
5.1.1.4	Regulation einer negativ ausgeprägten ursprünglichen Valenz von Awe .....	270
5.1.2	Beitrag der selbsttranszendenten Qualität von Awe zum Gesamterleben .....	274
5.1.2.1	Selbsttranszendenz als Element des negativen Gesamterlebens .....	275
5.1.2.2	Selbsttranszendenz als Element des positiven Gesamterlebens .....	280
5.1.3	Übertrag der Annahmen auf den Kontext der Videospielnutzung .....	282
5.1.3.1	Zusammenfassung bisheriger Erkenntnisse .....	282
5.1.3.2	Beitrag der ursprünglichen Valenz zum Gesamterleben beim Videospielen .....	284
5.1.3.3	Beitrag der selbsttranszendenten Qualität zum Gesamterleben beim Videospielen .....	289
5.1.4	Zwischenfazit und zusammenfassende Präsentation der Modellaussagen .....	292

---

5.2 Awe und Appreciation .....	296
5.2.1 Konstruktion von Bedeutsamkeit durch Awe .....	297
5.2.1.1 Akkommodationsbedürftigkeit als bedeutsame, kognitive Herausforderung .....	298
5.2.1.2 Selbstranszendenz als bedeutsame, kognitive Herausforderung .....	302
5.2.1.3 Negative ursprüngliche Valenz als bedeutsame, affektive Herausforderung .....	304
5.2.2 Intuitive Entdeckung von Bedeutsamkeit durch Awe ....	305
5.2.2.1 Theoretische Grundlage: Meaning-as-Information-Framework .....	306
5.2.2.2 Selbstranszendenz als bedeutsame Bestätigung grundlegender Ansichten .....	310
5.2.3 Entstehung von Affekten mit gemischter Valenz durch Awe .....	317
5.2.3.1 Meta-emotionale Umdeutung einer negativen Form von Awe als gemischtes Erlebnis .....	318
5.2.3.2 Akkommodation und Selbstranszendenz als Auslöser gemischter Erlebnisse .....	321
5.2.3.3 Positive ursprüngliche Valenz als Grundlage für ein gemischtes Erlebnis .....	323
5.2.3.4 Bewegende, positive Formen von Awe – ein Paradoxon .....	326
5.2.3.5 Selbstranszendenz als Auslöser positiven Bewegtseins .....	328
5.2.4 Entstehung der Motivation einer tiefen Beschäftigung durch Awe .....	333
5.2.5 Übertrag der Annahmen auf den Kontext der Videospielnutzung .....	336
5.2.5.1 Zusammenfassung bisheriger Erkenntnisse ....	336
5.2.5.2 Konstruktion von subjektiver Bedeutsamkeit durch Awe beim Videospielen .....	338
5.2.5.3 Entdeckung von subjektiver Bedeutsamkeit durch Awe beim Videospielen .....	343
5.2.5.4 Gemischtes Erleben und positives Bewegtsein durch Awe beim Videospielen ....	346

5.2.5.5	Motivation einer tieferen Beschäftigung durch Awe beim Videospielen .....	350
5.2.6	Zwischenfazit und zusammenfassende Präsentation der Modellaussagen .....	350
5.3	Zusammenfassung des zweiten Modellschritts und Fazit .....	358
<b>6</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>365</b>
6.1	Zusammenfassende Präsentation des Gesamtmodells .....	365
6.2	Implikationen, Limitationen und Generalisierbarkeit des Models .....	382
6.2.1	Faszination und Staunen als Videospielunterhaltungsmechanismus .....	382
6.2.1.1	Erweiterung der Forschung zur Genese von Videospiel-Enjoyment .....	382
6.2.1.2	Erweiterung der Forschung zur Genese von Videospiel-Appreciation .....	387
6.2.1.3	Relevanz des Unterhaltungsmechanismus Staunen und Faszination .....	391
6.2.2	Zusammenspiel mit anderen Unterhaltungsmechanismen .....	393
6.2.3	Generalisierbarkeit des Modells .....	397
6.2.4	Limitationen des Modells .....	400
6.3	Empirisches Programm .....	408
6.4	Meta-theoretische Implikationen .....	419
6.5	Ausblick und Fazit .....	426
	<b>Literatur .....</b>	<b>431</b>