

Vom Promotionsausschuss des Fachbereichs Psychologie der Universität Koblenz-  
Landau zur Verleihung des akademischen Grades Doktor der Philosophie (Dr. phil.)  
genehmigte Disseration

# Eintauchen in narrative Welten

Theoretische und empirische Zugänge zum Rezeptionserleben

---

Patrick Bacherle

Vorsitzender des Promotionsausschusses:

Prof. Dr. Manfred Schmitt

Universität Koblenz Landau

Berichterstatter:

1. Prof. Dr. Markus Appel

2. Jun.-Prof. Dr. Tobias Rothmund

Universität Koblenz-Landau

Datum der wissenschaftlichen Aussprache: 30.04.2015



And the audience has spoken: they want stories. They're dying for them.

Kevin Spacey



# INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	I
TABELLENVERZEICHNIS	III
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	V
ZUSAMMENFASSUNG	VI
DANKSAGUNG	VII
1. EINLEITUNG	1
1.1. Die drei zentralen Forschungsfragen der Arbeit	3
1.2. Struktur der Arbeit	6
2. THEORIEN DES REZEPTIONSERLEBENS	9
2.1. Involvement	10
2.2. Transportation	16
2.3. Narrative Engagement	26
2.4. Räumliches Präsenzerleben	32
2.5. Vergleich der dargestellten Konstrukte	34
2.6. Überlegungen zum weiteren Vorgehen	38
3. MANIPULATION DES REZEPTIONSERLEBENS	42
3.1. Stand der Forschung	45
3.2. Selbstaufmerksamkeit und Rezeptionserleben – Studien 1 und 2	52
3.3. Erwartungen und Rezeptionserleben – Studien 3 und 4	72
3.4. Fazit zur Manipulation des Rezeptionserlebens	87

4.	MESSUNG DES REZEPTIONSERLEBENS IM VERLAUF	89
4.1.	Überblick über wichtige rezeptionsbegleitende Messmethoden	92
4.2.	Stand der Forschung	105
4.3.	Validität rezeptionsbegleitender Messungen – Studien 5a, 5b und 5c	114
4.4.	Reaktivität rezeptionsbegleitender Messungen – Studie 6	121
4.5.	Fazit zur rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens	126
5.	DER PROZESS DES ZUSAMMENFASSENS DES REZEPTIONSERLEBENS IN EIN POSTREZEPTIVES URTEIL	127
5.1.	Theorie der postrezeptiven Befragung	129
5.2.	Zusammenhang von Verlauf und postrezeptivem Urteil – Studie 7	140
5.3.	Fazit zum Prozess der Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil	170
6.	GESAMTBETRACHTUNG UND FAZIT	171
6.1.	Erträge der Arbeit	171
6.2.	Übergeordnete Methoden- und Ergebnisdiskussion	174
6.3.	Ausblick	184
	LITERATURVERZEICHNIS	187
	ANHÄNGE	208
A	Verwendete Items	208
B	Verwendetes Material	221
C	Lebenslauf	229
D	Eidesstattliche Erklärung	230

## TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: <i>Zusammenfassung der Ergebnisse der Varianzanalysen zur Vorhersage von Transportation, Narrative Engagement und seinen Subskalen (N = 100)</i>	64
Tabelle 2: <i>Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Narrative Engagement“ (N = 106)</i>	69
Tabelle 3: <i>Eigenschaften der Stichproben der Studien 5a, 5b und 5c</i>	115
Tabelle 4: <i>Deskriptive Angaben zu den Mittelwerten der Zeilenmittelwerte der jeweiligen Methode (nicht basisratenkorrigiert)</i>	118
Tabelle 5: <i>Zusammenfassung der Ergebnisse der Korrelationsanalysen der Studien 5a, 5b und 5c zum Zusammenhang zwischen rezeptionsbegleitenden und postrezeptiven Messungen des Rezeptionserlebens</i>	119
Tabelle 6: <i>Deskriptive Angaben zu den Mittelwerten der Zeilenmittelwerte der jeweiligen Methode (nicht basisratenkorrigiert, N = 114)</i>	152
Tabelle 7: <i>Berechnungsregeln der Indices der Verlaufsdaten in Studie 7</i>	153
Tabelle 8: <i>Deskriptive Angaben zu den RTR-Indices</i>	154
Tabelle 9: <i>Korrelationen nullter Ordnung zwischen den RTR-Indices und den postrezeptiven Skalen (N = 57)</i>	155
Tabelle 10: <i>Deskriptive Angaben zu den STRT-Indices (basisratenkorrigiert)</i>	156
Tabelle 11: <i>Korrelationen nullter Ordnung zwischen den STRT-Indices und den postrezeptiven Skalen</i>	157
Tabelle 12: <i>Deskriptive Angaben zu den Lidschlagfrequenz-Indices (basisratenkorrigiert)</i>	158

Tabelle 13: <i>Korrelationen nullter Ordnung zwischen den Lidschlagfrequenz-Indices und den postrezeptiven Skalen (N = 35)</i>	159
Tabelle 14: <i>Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Emotional Engagement“ (N = 56)</i>	160
Tabelle 15: <i>Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Emotional Engagement“ (N = 56)</i>	161
Tabelle 16: <i>Korrelationen in der zweiten Stichprobenhälfte der RTR-Verlaufs-Indices (N = 57)</i>	163
Tabelle 17: <i>Überblick über die Ergebnisse der quadratischen Regressionsanalysen zur Vorhersage des Rezeptionserlebens durch den basisratenkorrigierten STRT-Mittelwert (N = 111)</i>	165

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: <i>Flussdiagramm des Elaboration Likelihood Models</i> <i>(Petty &amp; Wegener, 1999, S. 43)</i>	13
Abbildung 2: <i>Darstellung des Model of narrative comprehension and engagement</i> <i>(Busselle &amp; Bilandzic, 2008, S. 272)</i>	30
Abbildung 3: <i>Darstellung des Zwei-Ebenen-Modells des räumlichen Präsenzerlebens</i> <i>(Wirth et al., 2007, S. 498)</i>	33
Abbildung 4: <i>Grafische Darstellung der konditionalen Effekte der „Spiegel“-Bedingung für <math>M - 1SD</math>, <math>M</math> und <math>M + 1SD</math> der Variable „Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept“ auf die Variable „Narrative Engagement“</i>	71
Abbildung 5: <i>Sich selbst verstärkende Wechselbeziehung von Erwartungen an das zukünftige Gratifikationspotentials des Textes, des Interesses, der Investition von mentalen Ressourcen und der vergangenen und aktuellen Evaluation des Gratifikationspotentials des Textes</i>	76
Abbildung 6: <i>Sich selbst verstärkende Wechselbeziehung von Erwartungen an das zukünftige Gratifikationspotentials des Textes, Transportation, einer unkritischen Rezeptionshaltung, bildhafter Vorstellungen und der vergangenen und aktuellen Evaluation des Gratifikationspotentials des Textes</i>	78
Abbildung 7: <i>Moderiertes Mediationsmodell der Wirkung der Rezensionen auf das Rezeptionserleben</i>	80
Abbildung 8: <i>Rahmenmodell des Prozesses des Zusammenfassens des Verlaufs des Rezeptionserleben in ein postrezeptives Urteil</i>	139

## ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Dissertation widmet sich dem Phänomen des Erlebens der Rezeption von audiovisuellen narrativen unterhaltenden Medieninhalten. Dieses wird zunächst in die Rezeptions- und Wirkungsforschung eingeordnet und für das weitere Vorgehen konkretisiert: Transportation und Narrative Engagement stellen aktuell die beiden wichtigsten Konzepte der Medienpsychologie bezüglich der Nutzung und Wirkung von Geschichten dar. Anschließend werden drei Fragestellungen bearbeitet. Bisher standen Forscher und Forscherinnen vor dem Problem der Manipulation des Rezeptionserlebens. Daher wurden in der vorliegenden Arbeit zwei Verfahren vorgeschlagen und in vier experimentellen Studien geprüft. Der Einsatz von Rezensionen erwies sich als geeignet, um bei allen narrativen unterhaltenden Texten das Rezeptionserleben ökonomisch zu manipulieren. Weiterhin gibt es bislang kein etabliertes Verfahren zur rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens. In dieser Arbeit wurde ein Verfahren aus einer Kombination von Real Time Response Measurement (RTR), Secondary Task Reaction Times (STRT) und der Erhebung der Lidschlagfrequenz entwickelt. Vor allem RTR war in der Lage, die im Zusammenhang mit dem Rezeptionserleben auftretenden emotionalen Prozesse zu erfassen. Die Befürchtung, die rezeptionsbegleitenden Messmethoden könnten das Rezeptionserleben verhindern, wurde in einer weiteren experimentellen Studie größtenteils entkräftet. Zuletzt wurde der Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil thematisiert. Nach der Entwicklung eines Rahmenmodells der Beantwortung postrezeptiver Skalen wurde in einer weiteren Studie die Bedeutung verschiedener Verlaufparameter für das postrezeptive Urteil untersucht. Vier ausgesuchte Parameter zusammen können das postrezeptive Urteil besser erklären als der Verlaufs-Mittelwert. Die Arbeit schließt mit einer Diskussion, in der unter anderem die dynamische und die postrezeptive Messung des Rezeptionserlebens aufeinander bezogen werden und hinsichtlich ihrer Bedeutung kritische Würdigung erfahren.

## DANKSAGUNG

Diese Dissertation dokumentiert eine über einige Jahre andauernde Entwicklung, in deren Zeitverlauf mich viele Menschen unterstützt haben. An dieser Stelle möchte ich mich bei ihnen bedanken.

An erster Stelle danke ich vielmals Prof. Dr. Markus Appel, in dem ich schon zu einem fortgeschrittenen Zeitpunkt in meiner Forschungstätigkeit einen überaus kundigen und engagierten Betreuer fand, der die Arbeit mit zahlreichen Ideen und frischen Impulsen entscheidend voranbrachte, und Prof. Dr. Ulrike Six, der ich die Chance zu promovieren verdanke.

Ein großer Dank gilt Jun.-Prof. Dr. Tobias Rothmund für sein Interesse, für die vielen Tipps und für seine Bereitschaft, das zweite Gutachten zu verfassen. Ich danke Prof. Dr. Michaela Maier für den Freiraum, den sie mir für die Fertigstellung der Arbeit gewährte, und für die Übernahme des Vorsitzes meiner Promotionskommission.

Herzlich danke ich Isabella Glogger, Nadine Ibelshäuser und Marion Rahnke dafür, dass sie das Manuskript Korrektur gelesen haben und mir überaus wertvolle Hinweise zur Überarbeitung gegeben haben. Ebenso danke ich Berend Barkela, der mir bei der Erstellung der Grafiken eine große Hilfe war.

Ich danke allen meinen weiteren Kollegen und Kolleginnen, die mir in unserer gemeinsamen Zeit am Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik Freunde und Freundinnen geworden sind und mich auf vielfältige Art und Weise unterstützt haben, insbesondere Daniel Alings, Dr. Uli Gleich, Stefan Krause, Lukas Otto, Dr. Frank M. Schneider, Constanze Schreiner, Dr. Karin Stengel und Dr. Ines Vogel.

Ich danke vielmals den Praktikanten und Praktikantinnen, wissenschaftlichen Hilfskräften und Bachelor-Arbeit-Kandidaten und -Kandidatinnen, insbesondere Julia Burtzloff, Adrian Frech, Timon Gebbers, Carolin Grosswardt, Ananda Hahl, Simon

Manzinger, Dawina Müller und Kevin Tiede, die mich tatkräftig bei der Durchführung der Studien, der Codierung der Videos und mit cleveren Ideen unterstützt haben.

Ich danke meinem Vater, Dietmar Bacherle, der mich stets auf meinem Weg unterstützt hat, und meiner Mutter, Helga Bacherle, die immer an mich geglaubt hat und den Abschluss der Arbeit nicht mehr miterleben durfte.

Timo Auer danke ich für seine Geduld, die in dieser Zeit nicht immer einfach aufzubringen gewesen sein dürfte, und seine Liebe.

# 1. EINLEITUNG

Die meisten Menschen haben es schon einmal erlebt, wie sie in einem Buch versinken, beim Computerspielen die Welt um sich herum vergessen oder völlig gebannt auf einen Fernsehbildschirm starren. Gerrig (1993) verglich diese Erlebnisse mit denen eines Reisenden, der in ein fremdes Land fährt, dort Erfahrungen macht, die er aus seinem Alltag nicht kennt, und voller neuer Eindrücke und verändert wieder nach Hause zurück kommt. Für die Zeit der Reise ist dem Reisenden das fremde Land näher als das eigene. Als Vehikel für die Reise sah Gerrig Geschichten an.

In dieser Arbeit soll es um diese Reise in die Welt einer Geschichte gehen. Die Relevanz für die (wissenschaftliche) Beschäftigung mit der Nutzung und Wirkung von Geschichten ergibt sich aus der gewaltigen Bedeutung, die der Konsum von Geschichten in Form von Romanen, Spiel- oder Kurzfilmen, TV-Serien, Computerspielen, Hörspielen, Theater etc. sowohl für unseren Alltag als auch für die Industrie hinter diesen Medienprodukten hat.

Der Markt für Unterhaltung mit Geschichten ist riesig. Folgende Zahlen sollen einen groben Eindruck vermitteln: 2013 gaben die Konsumenten in Deutschland 1.76 Milliarden Euro für Filme und Serien auf Blu-ray-Disk, DVDs und als Online-Angebot und zusätzliche 1.02 Milliarden Euro für Kinobesuche aus (Roters & Turecek, 2014). Im gleichen Zeitraum wurde in Deutschland für 3.22 Milliarden Euro belletristische Literatur (ohne Kinder- und Jugendliteratur) gekauft (Börsenverein des Deutschen Buchhandels, 2014). Die fünf reichweitenstärksten TV-Sender in Deutschland (ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben) sendeten 2013 jeweils durchschnittlich knapp neun Stunden Filme und Serien (ohne Kinder- und Jugendprogramm und non-fiktionale Inhalte) pro Tag (Krüger, 2014). 2012 sahen die TV-Zuschauer und Zuschauerinnen durchschnittlich 58 Minuten lang Filme und Serien im TV-Programm pro Tag (Sehdauer; Gerhards, Klingler & Blödorn, 2013).

Ein weiterer Grund für die Relevanz sind die erheblichen Wirkungen, die im Zusammenhang mit der Rezeption von Geschichten auftreten. Ein zentraler Zweck von Geschichten ist, die Rezipienten und Rezipientinnen mitzureißen, sie tief im Inneren zu berühren und manchmal auch ihre Meinung zu beeinflussen. Die große Macht von Geschichten wurde schon vielfach beschrieben. Die vermeintlich panische Reaktion der Zuhörer und Zuhörerinnen auf die Sendung des Hörspiels „Der Krieg der Welten“ von Orson Welles nach dem gleichnamigen Roman von Herbert George Wells ist ein immer wieder genanntes Beispiel für eine starke Medienwirkung (auch wenn die Reaktionen wohl bei weitem nicht so drastisch waren wie häufig dargestellt, vgl. Pooley & Socolow, 2013). Die Macht von Geschichten äußert sich zum Beispiel auch dann, wenn Eltern Kindern das Märchen „Froschkönig“ vorlesen, um ihnen beizubringen, Menschen nicht nach dem Äußeren zu beurteilen.

Dieser Bedeutung entsprechend reicht die philosophische und kultur- beziehungsweise literaturwissenschaftliche Beschäftigung mit Geschichten zurück bis in die Antike. Die Psychologie begann mit der Beschäftigung mit Geschichten vor allem als Instrument der (klinischen) Diagnostik und Intervention (z.B. TAT, Morgan & Murray, 1935) und aus Sicht der Kognitionspsychologie (Textverstehen, z.B. Bartlett, 1932). Obwohl das tiefe Eintauchen in die Welt einer Geschichte, das mitreißende Erleben und der Genuss während der Rezeption den meisten Menschen aus ihrer alltäglichen Erfahrung bekannt ist, ist die medienpsychologische Forschung dazu noch relativ jung. Anfangs stand dabei die Nutzung und Wirkung von *Literatur* im Fokus. Im englischsprachigen Bereich ist hier vor allem die Arbeit von Nell (1988) und Gerrig (1993) zu erwähnen, im deutschsprachigen Raum Groeben (z.B. Groeben & Vorderer, 1988). In dieser Arbeit geht es in erster Linie um das Erleben während der Rezeption von audiovisuellen narrativen Medien, also von Filmen und Serien. Die konkreten Forschungsfragen der Arbeit werden im folgenden Kapitel eingeführt.

## 1.1. Die drei zentralen Forschungsfragen der Arbeit

Für diese Arbeit sind drei Forschungsfragen zentral:

1. Wie kann das Erleben von Geschichten manipuliert werden?
2. Wie lässt sich das Erleben von Geschichten rezeptionsbegleitend messen?
3. Wie entsteht das postrezeptive Urteil zum Erleben von Geschichten?

Die drei zentralen Forschungsfragen werden ausführlich in den jeweiligen Kapiteln diskutiert (siehe Kap. 3.1.1., Kap. 4.2.3. und Kap. 5.1.5.). Um sie einzuführen, soll die Metapher des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin der Geschichte als Reisenden von Gerrig (1993) aus dem vorhergehenden Kapitel im Folgenden weitergesponnen werden.

### *1.1.1. Einführung der Forschungsfrage 1*

Um bessere Empfehlungen abgeben zu können, möchte der Veranstalter der Reise herausfinden, welcher Urlaub am erholsamsten für die Reisenden ist. Dafür befragt er seine Kunden und Kundinnen im Anschluss an die Reise. Für ihn überraschend kommt dabei heraus, dass die Kunden und Kundinnen, die eine Städtereise gebucht hatten, im Anschluss weniger gestresst waren als die, die einen Strandurlaub gebucht hatten. Erst auf den zweiten Blick sieht er, wo das Problem liegt: Die Städtereisenden waren entspannte Rentner und Rentnerinnen und kinderlose junge Paare, während der Strandurlaub von Familien mit vielen Kindern gebucht wurde, die von vornherein schon deutlich belasteter waren. Der Reiseveranstalter macht einen zweiten Versuch. Diesmal will er wissen, ob bei einem Wellness-Urlaub Spa-Anwendungen wie Massagen oder Gesichtsmasken zu einer Erholung führen. Um den Fehler vom ersten Versuch nicht zu wiederholen, veranstaltet er eine Lotterie, in der die Hälfte seiner Kunden und Kundinnen ein großes Paket Anwendungen gewinnt. Bei der Auswertung der Fragebogen ist er enttäuscht, als er keinen Unterschied zwischen den

Gewinnern und Gewinnerinnen und denen, die bei der Lotterie leer ausgegangen sind, findet. Letztere hatten sich bei ihrem Urlaub einfach selbst die Anwendungen gebucht und bezahlt.

Ein großer Teil der Forschung zum Erleben von Geschichten untersucht Wirkungen der Rezeption (z.B. auf Einstellungen). Um personenbezogene Störvariablen wie zum Beispiel unterschiedliche Voraussetzungen zum Erleben von Geschichten (z.B. Persönlichkeitseigenschaften, siehe Kap. 2.2.1.) optimal kontrollieren zu können, werden experimentelle Designs vorgeschlagen. Dafür ist die Manipulation des Rezeptionserlebens notwendig. Zum Beispiel wurde versucht, einen Teil der Rezipienten und Rezipientinnen so abzulenken, dass sie sich nicht mehr voll auf die Geschichte konzentrieren können, um bei gleichem Stimulus eine Gruppe zu haben, die nicht das volle Rezeptionserleben erfahren kann. Viele dieser Manipulationen sind jedoch gescheitert (oder auf andere Art und Weise problematisch, siehe Kap. 3.1.). Ein Grund dafür könnte sein, dass die Rezipienten und Rezipientinnen das Rezipieren von Geschichten in einem solchen Maße genießen, dass sie sich so leicht nicht davon abhalten lassen wollen. Die erste Fragestellung in dieser Arbeit zielt darauf, wie ein Verfahren zur Manipulation des Rezeptionserlebens realisiert werden kann, das sich unabhängig vom Medium einsetzen lässt (siehe Kap. 3.1.1.).

### *1.1.2. Einführung der Forschungsfrage 2*

Außerdem möchte der Reiseveranstalter die Qualität der Reise erfassen, um eventuelle Schwächen zu beheben beziehungsweise Stärken auszubauen. Auch dazu stellt er den Reisenden im Anschluss des Urlaubs einige Fragen, zum Beispiel zum Komfort des Hotels oder zur Freundlichkeit des Personals. Allerdings haben die Reisenden eine Rundreise gebucht und sind in mehreren Hotels abgestiegen. Möchte der Veranstalter jetzt sein Angebot verbessern, braucht er detailliertere Informationen, um nicht im falschen Hotel aufwendige Maßnahmen zu ergreifen. Globale Urteile zum Komfort oder zur Freundlichkeit des Personals könnten dafür zu ungenau sein. Haben die Reisenden eine mittlere Bewertung abgegeben, so

könnte das bedeuten, dass sie alle Hotels in Ordnung, aber nicht überragend fanden. Es könnte aber auch sein, dass ihnen ein Hotel sehr gut, ein anderes jedoch überhaupt nicht gefiel. Die Maßnahmen, die sich aus diesen beiden Urteilen ableiten lassen, sind höchst unterschiedlich. Eine Lösung für dieses Problem wäre, die Reisenden schon während ihres Aufenthalts mehrfach zu befragen. Dies sollte allerdings auf eine Art und Weise erfolgen, welche die Reise nicht beeinträchtigt.

In der Forschung zum Erleben von Geschichten werden die Rezipienten und Rezipientinnen meist *nach* der Rezeption der Geschichte befragt. Die Versuchspersonen geben dann ein globales Urteil zu ihrem Erleben während der gesamten Geschichte ab. Will man das Rezeptionserleben aber auf einer zeitlich niedrigeren Ebene mit dem Stimulus verknüpfen, um zum Beispiel herauszufinden, welcher Teil der Geschichte ein besonders starkes Rezeptionserleben hervorruft, so können rezeptionsbegleitende Messmethoden verwendet werden (siehe Kap. 4.1.). Bisher gibt es in der Erforschung des Rezeptionserlebens bei Geschichten dafür jedoch kein etabliertes Verfahren (siehe Kap. 4.2.). Eine mögliche Ursache für diesen Mangel könnten etwa Befürchtungen sein, dass rezeptionsbegleitende Messmethoden das Rezeptionserleben stören (siehe Kap. 4.4.). Ein weiteres Ziel dieser Arbeit ist daher die Erarbeitung eines Verfahrens, mit dem man das Erleben bei der Rezeption von Geschichten im Verlauf erheben kann, ohne dass das Rezeptionserleben darunter leidet (siehe Kap. 4.2.3.).

### *1.1.3. Einführung der Forschungsfrage 3*

Schließlich fällt dem Reiseveranstalter bei der Auswertung der Befragung nach Urlaubsende auf, dass Reisende, die zunächst in einem 5-Sterne-Hotel und anschließend in einem 2-Sterne-Hotel untergekommen sind, die Reise insgesamt schlechter bewerten als Personen, die eine umgekehrte Hotelreihenfolge hatten. In einem anderen Fall stellt er fest, dass Personen, die einen zehntägigen Aufenthalt in einem 3-Sterne-Hotel und vier Tage in

einem 5-Sterne-Hotel gebucht haben, die Reise besser bewerteten, als Personen, die für das gleiche Geld die ganzen zwei Wochen in einem 4-Sterne-Haus verbracht haben. Wie bereits dargestellt sind die Reisenden durch die Art der Befragung gezwungen, die Gesamtheit ihrer Reise mit all ihren unterschiedlichen Erfahrungen in einem einzigen Urteil zusammenzufassen. Lassen die Reisenden dabei alle Erlebnisse gleichermaßen in ihr Urteil einfließen oder könnte ein gutes Urteil durch ein einzelnes herausragendes Hotel geprägt sein, ein schlechtes durch einen einzigen besonders unfreundlichen Angestellten?

Dass der Forscher und die Forscherin mit einer Erhebung nach der Rezeption nicht in der Lage sind, die Dynamik des Rezeptionserlebens zu erfassen, wurde bereits beim vorhergehenden Punkt dargestellt. Sie wissen allerdings auch nicht, wie Rezipienten und Rezipientinnen zu dem jeweiligen zusammenfassenden Urteil kommen. Dass jeder Moment der Rezeption gleichermaßen in das Urteil einfließt, kann bezweifelt werden (siehe Kap. 5.1.). Denn die Befragten müssen bei der Bearbeitung der Skalen einen komplexen Prozess durchlaufen, der anfällig für Verzerrungen ist (siehe Kap. 5.1.1.). Nicht zuletzt müssen sie sich dazu an die vergangene Episode genau erinnern. Dabei ist es zum Beispiel wahrscheinlich, dass besonders herausragende Momente und Ereignisse, die noch nicht so lange zurück liegen, besser erinnert werden als andere (siehe Kap. 5.1.2.). Welchen Regeln die Beantwortung der Skalen zur Befragung des Erlebens von Geschichten relevant sind, ist die dritte zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit (siehe Kap. 5.1.5.).

## 1.2. Struktur der Arbeit

Diese drei im vorangegangenen Kapitel vorgestellten Fragestellungen bestimmen die Struktur dieser Arbeit. Zunächst soll in Kapitel 2. eine allgemeine theoretische Einführung bezüglich des Rezeptionserlebens angeboten werden. Da es keine kohärente Theorie des Rezeptionserlebens gibt, werden hier mehrere wesentliche Theorien und Konzepte vorgestellt

und aufeinander bezogen, in erster Linie Involvement, Transportation, Narrative Engagement und räumliches Präsenzerleben.

Die darauf folgenden drei Kapitel widmen sich den drei zentralen Fragestellungen. In Kapitel 3. wird die Manipulation des Rezeptionserleben thematisiert. Zunächst wird ein Überblick über den Forschungsstand gegeben. Anschließend werden zwei Verfahren zur Manipulation vorgeschlagen, theoretisch untermauert und geprüft. Die beiden Verfahren basieren zum einen auf der Manipulation von objektiver Selbstaufmerksamkeit, zum anderen auf der Manipulation der Erwartungen hinsichtlich des Stimulusmaterials. Dazu werden vier Studien (Studien 1 bis 4) vorgestellt.

Kapitel 4. beschäftigt sich mit der Frage nach der rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens. Hier sollen zunächst mehrere Methoden diskutiert und drei zur Überprüfung ausgewählt werden, nämlich Real Time Response Measurement (RTR), Secondary Task Reaction Times (STRT) und die Erhebung der Lidschlagfrequenz. Es werden zwei Studien dargestellt, in denen die Validität und Reaktivität der Methoden untersucht werden (Studien 5 und 6).

In Kapitel 5 wird der Frage nachgegangen, wie Rezipienten und Rezipientinnen den Verlauf ihres Rezeptionserlebens zu einem zusammenfassenden postrezeptiven Urteil verrechnen. Dazu wird zunächst dargestellt, welche Prozesse bei der Beantwortung von Skalen allgemein ablaufen und welche Besonderheiten durch die Dynamik des Rezeptionserlebens entstehen. Aus dieser theoretischen Grundlage wird ein Rahmenmodell des Zusammenfassens des Verlaufes des Rezeptionserlebens erstellt. Zuletzt wird eine Studie beschrieben (Studie 7), in der verschiedene Hypothesen der Verrechnung des Verlaufs des Rezeptionserlebens geprüft werden. Dabei kommen auch die Erkenntnisse, die bei der Bearbeitung der beiden ersten Fragestellungen gewonnen wurden, zum Einsatz.

Die Arbeit schließt mit einer Gesamtbetrachtung und einem Fazit. Hierbei wird unter anderem das Verhältnis von Verlaufsmessung und postrezeptiver Messung in dieser Arbeit diskutiert.

## 2. THEORIEN DES REZEPTIONSERLEBENS

Der Begriff „Rezeptionserleben“ wird dann verwendet, wenn die subjektive Qualität der Medienrezeption im Mittelpunkt der Betrachtung stehen soll. Er ist allerdings kein feststehender Begriff in der Medienpsychologie und wird in der Literatur uneinheitlich benutzt. Meist wird sich damit beholfen, besser ausgearbeitete und konkretere Konzepte, die bestimmte Aspekte des Rezeptionserlebens herausgreifen und mal mehr oder weniger umfassend beschreiben, in den Fokus zu nehmen. In diesem Kapitel werden einige dieser Konzepte vorgestellt und aufeinander bezogen.

Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen Theorien und Konzepte, die das Rezeptionserleben als psychische Prozesse beschreiben, die während der Mediennutzung stattfinden. Unter diese Beschreibung fallen etliche Konstrukte, zum Beispiel Parasoziale Interaktion (Gleich, 1997; Horton & Wohl, 1956), Identifikation (Cohen, 2001; Cohen, 2006), Involvement (vgl. Wirth, 2006) oder Flow (Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1988; Sherry, 2004; Weber, Tamborini & Kantor, 2009). Sie alle stellen die subjektive Bedeutsamkeit der Rezeption oder des Medieninhalts für die Rezipienten und Rezipientinnen heraus und beschreiben eine mehr oder weniger intensive Beschäftigung mit dem Medieninhalt.

Einige Konstrukte betonen das Sich-Hineinversetzen des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin in den Medieninhalt, das Gefühl der Immersion (vgl. Bilandzic, 2014). Die Realität wird für die Dauer der Rezeption durch die mediale Welt ersetzt. Dieser Vorgang wurde metaphorisch als Eindruck beschrieben, in Wasser einzutauchen (Murray, 1997) oder sich in einem Medium beziehungsweise Medieninhalt zu verlieren (Nell, 1988). In den letzten Jahren wurden in diesem Bereich vor allem räumliches Präsenzerleben, Transportation und Narrative Engagement stark beforscht. Die beiden letzteren stehen im Fokus dieser Arbeit. Es sind die beiden zentralen medienpsychologischen

Theorien, wenn es um die Beschreibung des Erlebens und des Prozesses des Sich-Hineinversetzens bei der Rezeption von *narrativen* Texten geht. Bevor im Folgenden ein kurzer Überblick über diese beiden Konstrukte gegeben wird, wird zunächst Involvement kurz eingeführt, da sich Transportation und Narrative Engagement zum Teil darauf beziehen, sich zum Teil aber auch davon abgrenzen. Anschließend wird räumliches Präsenzerleben nur in dem Maße eingeführt, in dem es für das Verständnis der in den späteren Kapiteln dargestellten Sachverhalte notwendig ist. Zuletzt werden die Konstrukte miteinander verglichen und Überlegungen für das weitere Vorgehen dargelegt.

## 2.1. Involvement

Es gibt Dutzende Definitionen von Involvement, die sich in weit mehr als in ihrer Formulierung unterscheiden. Donnerstag (1996) hält folgende Definition von Williams, Rice und Rogers (1988) für allgemein gültig: Involvement „...refers to the degree to which an individual actively participates in an information-exchange process“ (S. 169). Unterschiede der Konzeptualisierungen finden sich in Bezug auf das Ziel, den Ort, die Dauer, die Komponenten, die Intensität und die Valenz von Involvement (vgl. Wirth, 2006). Selbst die Ansätze, die Involvement als Rezipientenaktivität während der kommunikativen Phase sehen, sind von nicht unerheblicher inhaltlicher Streuung. Zu dieser schwierigen Situation schreibt Wirth (2006): „Scholars have to cope with a confusing heterogeneity of definitions and operationalizations of involvement“ (S. 199). Schenk (2007) nennt Involvement ein „eher vages Meta-Konzept“ (S. 249).

Involvement ist das älteste der vier in Kapitel 2. dargestellten Konzepte, und die Vielzahl an Definitionen ist Ausdruck einer bewegten Forschungsgeschichte. Donnerstag (1996) teilt diese in vier Traditionen ein. Zum ersten Mal erschien der Begriff (Ego-) Involvement bei Sherif und Cantril (1948). Hohes Ego-Involvement entsteht nach deren

Social-Judgement-Theorie, wenn eine Botschaft eine Einstellung anspricht, die stark mit dem Selbstkonzept oder den zentralen Werten einer Person verknüpft ist. Mit zunehmenden Ego-Involvement nimmt die Bandbreite an unterschiedlichen Einstellungen, die eine Person als akzeptabel bezeichnen kann, und die Möglichkeit, eine Einstellungsänderung durch Kommunikation zu erreichen, ab („Latitude of acceptance“, Sherif & Sargent, 1947, S. 4). Ego-Involvement wird von dieser Forschungsgruppe nicht als Rezipientenaktivität begriffen.

Als Pionier der ersten größeren Welle der Involvementforschung kann Krugman bezeichnet werden, der das Konzept in die Konsumenten- und Werbeforschung einführte. Involvement definierte Krugman als Anzahl der „conscious bridging experiences“ (Krugman, 1965b, S. 355; Krugman, 1966b, S. 584), also Verbindungen und persönliche Bezüge, die der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin pro Minute zwischen dem eigenen Leben und den Medienbotschaften herstellt. Krugman interessierte sich vor allem für die Einstellungsänderung bei niedriger Involvierung, wie sie vor allem bei Fernsehkonsum auftritt. Insgesamt vertrat Krugman die Ansicht, dass Involvement zu einem großen Teil durch das Medium determiniert wird („Medieninvolvement“), dass also zum Beispiel Zeitungsleser generell höher involviert sind als Radiohörer. Dies untermauerte er unter anderem mit psychophysiologischen Messungen (Krugman, 1971).

Nach Krugmans Veröffentlichungen feierte das Involvement-Konzept große Erfolge in der Konsumentenforschung, einhergehend mit zahlreichen theoretischen Weiterentwicklungen (vgl. Donnerstag, 1996). Allerdings wurde der Begriff Involvement immer beliebiger für mehr und mehr Phänomene innerhalb der Konsumentenforschung benutzt. So wurde Involvement z.T. nicht mehr in Bezug auf die Rezeption persuasiver Botschaften verwendet, es wurden auch Begriffe wie Produktinvolvement und Situationsinvolvement geschaffen, um Produkte oder Situationen zu beschreiben, die von sich aus hohes Involvement auslösen (z.B. Autokauf vs. Zahnpastakauf, vgl. Antil, 1984).

Petty und Cacioppo (1984) und Chaiken (1980) haben das Involvement-Konzept mit Informationsverarbeitungsprozessen verknüpft und mit ihren bekannten Zwei-Prozess-Modellen der Persuasion – dem Elaboration Likelihood Model (ELM) und dem Heuristic Systematic Model (HSM) – Involvement zu einem „gewissen Höhepunkt“ (Schenk, 2007, S. 259) geführt. In beiden Modellen wird das Involvement bestimmt durch die Motivation des jeweiligen Rezipienten beziehungsweise der jeweiligen Rezipientin, eine Botschaft zu verarbeiten. Abhängig von der Höhe des Involvements und der kognitiven Kapazität erfolgt die Verarbeitung der Botschaft auf unterschiedliche Art und Weise. Das ELM soll hier kurz umrissen werden, da Transportation und Narrative Engagement davon abgegrenzt wird.

Während Krugman Involvement als Rezeptionsintensität begreift, sehen es Petty und Cacioppo als motivationale Größe (vgl. z.B. Schweiger, 2007). Abhängig vom Involvement (und der Fähigkeit) des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin nimmt das ELM zwei verschiedene kognitive Routen an (z.B. Petty & Wegener, 1999). Je nach Route werden unterschiedliche Eigenschaften des Stimulus verarbeitet, die Folgen hinsichtlich der Richtung und der Stabilität der Einstellung sind verschieden. Die zentrale Route stellt die klassische Vorstellung einer Überzeugungskommunikation dar: Der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin verarbeitet die Botschaft intensiv, setzt sich mit ihren Argumenten kritisch auseinander und stimmt ihnen zu oder lehnt sie ab. Eine Einstellungsänderung über die zentrale Route ist abhängig von der Qualität der Argumente und eher schwierig zu erreichen. Wurde der Rezipient allerdings überzeugt, so ist die Einstellungsänderung stabil und von relativ großer Dauer. Auf der peripheren Route wird die Botschaft nur oberflächlich verarbeitet. Die Qualität der Argumente ist hierbei unbedeutend. Vielmehr sind sogenannte periphere Cues entscheidend, also zum Beispiel die Attraktivität und die Glaubwürdigkeit des Senders oder die Gestaltung der Botschaft. Eine Einstellungsänderung ist über die periphere Route leichter zu erreichen, allerdings weniger stabil. Auch der Zusammenhang mit

zukünftigem Verhalten ist schwach. Neben Eigenschaften der Botschaft und der Situation wird der Trait Need for Cognition (Cacioppo, Petty & Kao, 1984) als Prädiktor für die Wahl der Route angenommen. Das Flussdiagramm in Abbildung 1 soll die im ELM angenommenen Prozesse verdeutlichen.

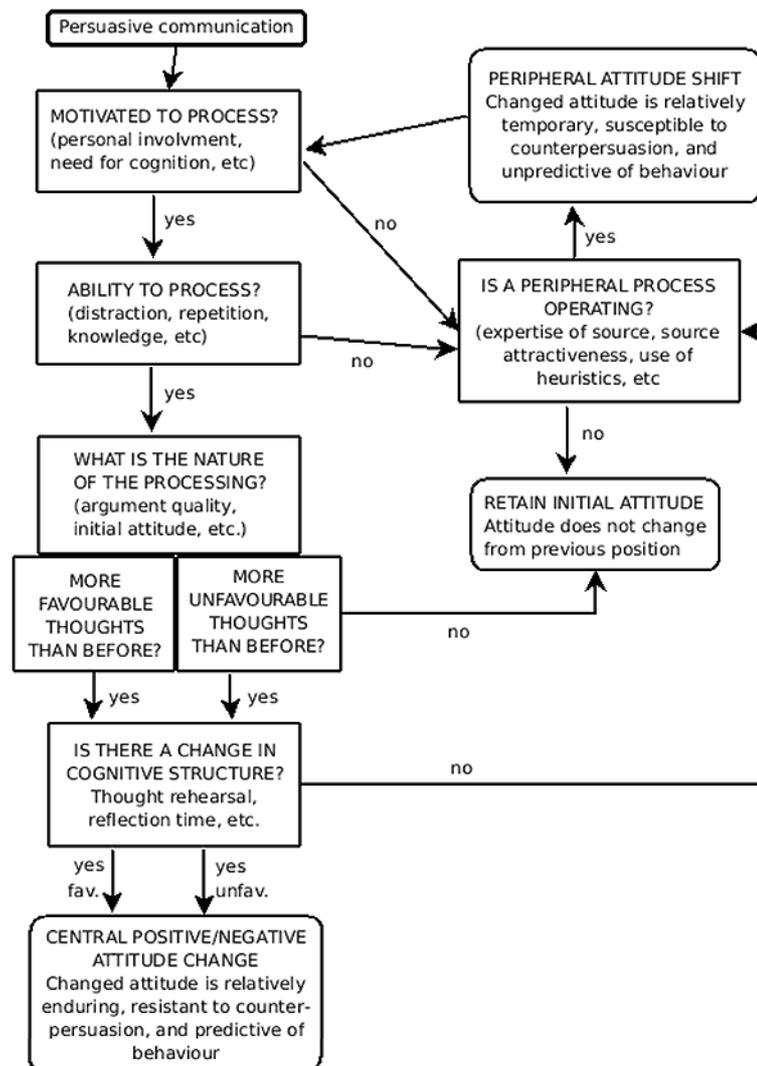


Abbildung 1  
 Flussdiagramm des Elaboration Likelihood Models (Petty & Wegener, 1999, S. 43)

Während die bisherigen Konzeptionen von Involvement mit Einstellungen oder Einstellungsänderungen verbunden sind, führten Levy und Windahl (1984) das Konzept als Rezipientenaktivität in die allgemeine Rezeptionsforschung ein (z.B. Rubin & Perse, 1987a,

1987b). Vor allem in dieser Tradition umfasst Involvement nicht nur motivationale und kognitive Prozesse, sondern z.T. auch affektive (vgl. Schweiger, 2007; Wirth, 2006). Dabei wurde emotionales Involvement zum Teil als Intensität der erlebten Emotionen definiert (z.B. Park & McClung, 1986; Perse, 1990a, 1990b, 1990c). Einige Forscher und Forscherinnen jedoch gingen darüber hinaus und fassten unter emotionalem Involvement auch die Prozesse, die zu den intensiven Emotionen führen (z.B. Zillmann, 1994), und die emotionale Ergriffenheit und Erregtheit und betonten das subjektive Erleben der Medienrezeption. Darauf aufbauend wurden zwei verschiedene Modi der Rezeption, eine „distanzlos-involvierte“ und eine „distanziert-analysierende“ (Vorderer, 1992, S. 83; Vorderer, 1993; vgl. Schweiger, 2007) Rezeptionsweise formuliert. Auf die Konzeptualisierungen Zillmanns und Vorderes soll hier kurz eingegangen werden:

Zillmann (1994) sah empathische Prozesse als zentral für emotionales Involvement an. Die Charaktere einer Geschichte müssen für den Rezipienten und die Rezipientin bedeutsam sein. Auf Grundlage moralischer Urteile entwickelt der Rezipient oder die Rezipientin Empathie für die Protagonisten und Protagonistinnen und Counter-Empathie für die Antagonisten und Antagonistinnen. Zillmann (1994) beschrieb die Konsequenzen wie folgt:

Characters in drama must be introduced such that respondents react to protagonists as if they were friends and to antagonists as if they were enemies. The better these affective dispositions are developed by dramatic events, the stronger will be the emotional involvement with the dramatic presentation. That is to say that the more strongly respondents react to protagonists as friends and to antagonists as enemies, the more strongly they will be emotionally engaged: the more they will hope for some outcomes and fear others, and the more intensely they will experience empathic distress and pleasure. Ultimately, the more the respondents are emotionally touched

and taken in by dramatic events, the more likely it is that they will appraise, in retrospect, the drama experience as positive and enlightening. (S. 48)

Vorderer (1992, 1993) leitete sein Konzept des Involvements aus verschiedenen philosophischen und theatersoziologischen Ideen über die Rezeption von ästhetischen Werken ab, unter anderen von Rapp (1973), der zwischen "Illusion" (S. 75) und "In-lusion" (S.76) unterscheidet. Letzteres beschreibt eine distanzierte-kritische Rezeptionsweise, ersteres jedoch eine distanzlose Rezeption, bei der die Rezipientin beziehungsweise der Rezipient in die erzählte Welt hineingezogen wird (vgl. auch „Dichotomithese“, im Überblick Groeben & Vorderer, 1988). Vorderer (1992) definierte involvierte Rezeption analog zur Illusion und in Abgrenzung zu einer analysierenden Rezeption als „diejenige Rezeptionshaltung..., bei der die Rezipienten kognitiv und emotional derart in das fiktive Geschehen... involviert werden, dass sie sich der Rezeptionssituation selbst nicht mehr bewusst sind, sondern quasi im Wahrgenommenen ‚mitleben‘“ (S. 83).

Vorderer und Zillmann sahen emotionales Involvement somit als unkritischen Rezeptionsmodus, der von einem distanzlosen Mitleben in der Welt der Geschichte und einer empathischen Nähe zu den Protagonisten und Protagonistinnen geprägt ist. Als Folge entstehen starke emotionale Zustände, die allerdings nicht auf eine bestimmte Valenz festgelegt sind.

Abschließend lässt sich sagen, dass die vier dargelegten Forschungstraditionen sehr unterschiedliche Vorstellungen von Involvement hervorgebracht haben. Vorderers Konzeptualisierung eines emotionalen Involvements unterscheidet sich fundamental von der zentralen Route im ELM, obwohl beide eine intensive Beschäftigung mit dem Stimulus ausdrücken. Unter anderem auf diese beiden Konzepte beziehen sich Green und Brock (2002)

in ihrem Transportation-Imagery Model of Narrative Persuasion, das im nächsten Kapitel vorgestellt wird.

## 2.2. Transportation

Green und Brock (2000) definierten Transportation als Prozess während der Rezeption von narrativen Texten. Alle psychischen Aktivitäten sind auf die Geschichte konzentriert, in die man eintaucht wie in eine andere Welt, so dass eine psychische Distanz zur Realität entsteht. Transportation wird oft mit der Metapher eines Reisenden von Gerrig (1993) verdeutlicht:

Someone ('the traveler') is transported, by some means of transportation, as a result of performing certain actions. The traveler goes some distance from his or her world of origin, which makes some aspects of the world of origin inaccessible. The traveler returns to the world of origin, somewhat changed by the journey. (S.10f)

In dieser Metapher werden bereits wichtige Aspekte des Konzepts angesprochen, der (narrative) Medieninhalt als Voraussetzung und „Verkehrsmittel“ in die Geschichte, die begleitenden psychischen Prozesse und die Wirkungen der Reise. Dies macht deutlich, dass nicht nur der Erlebensaspekt von Transportation zentral ist, sondern auch der Wirkaspekt. Green und Brock (2002) beschrieben in ihrem Transportation-Imagery Model of Narrative Persuasion die Rolle von Transportation bei Einstellungsänderungen durch Geschichten („Narrative Persuasion“). Dieses Modell wird im Folgenden mit seinen Voraussetzungen, Determinanten, beteiligten Prozessen und Folgen beschrieben.

### *2.2.1. Voraussetzungen und Determinanten von Transportation*

Allgemein wird Transportation als erwünschter Zustand beschrieben. Personen wenden sich generell gerne Geschichten zu, um diesen „desirable state“ (Green, Brock & Kaufman, 2004, S. 314) zu erreichen: Leser und Leserinnen verbringen Stunden mit einem Roman und Kinogänger und Kinogängerinnen sind enttäuscht, wenn ein Film sie nicht „mitreißt“. Doch nicht jede Person erlebt bei jeder Geschichte gleichermaßen Transportation. Zwei Gruppen von Voraussetzungen im Hinblick auf Transportation werden zentral beforscht: Die eine Gruppe bezieht sich auf den Medieninhalt und die andere umfasst Eigenschaften des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin (vgl. van Laer, de Ruyter, Visconti & Wetzels, 2014).

Die grundlegende Anforderung an den Text ist zunächst, dass es sich dabei um eine Narration handelt. Die meisten Definitionen von Narration sind sehr allgemein, so dass viele Texte unter diese Beschreibungen fallen. H. P. Abbott (2002) sah als Minimaldefinition Geschichten als „the representation of an event or a series of events“ (S. 12). Der Satz „Mein Hund hat Flöhe“ ist nach dieser Definition noch keine Narration, der Satz „Mein Hund wurde von einem Floh gestochen“ jedoch wohl, wenn auch nur eine kleine. Rumelhart (1975) definierte Geschichten als bestehend aus einem Setting und einer Episode. Thorndyke (1977) ging darüber etwas hinaus und sieht ein Setting, eine Handlung, ein Thema und eine Lösung als konstituierende Elemente einer Geschichte. Doch nur ein kleiner Teil aller Narrationen nach diesen Definitionen dürfte tatsächlich ausgeprägte Transportation auslösen. Green und Brock (2000, 2005) betonten dafür die Rolle der Qualität des literarischen Handwerks des Autors bei der Erstellung eines Textes. Als Messgröße dafür sahen sie zum Beispiel die Frage an, ob ein Werk in den literarischen Kanon einer Kultur aufgenommen oder ob es ein Publikumserfolg wurde.

Auf Seiten des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin wurden einige Persönlichkeitsvariablen als begünstigend für Transportation identifiziert. Die Identifikation von stabilen Persönlichkeitsmerkmalen, die Transportation vorhersagen können, ist unter anderem für die Kontrolle von personenbezogenen Störvariablen in empirischen Untersuchungen relevant (zum Beispiel durch Parallelisierung, siehe Kap. 2.6.1.).

Zunächst ist in diesem Zusammenhang Transportability zu nennen (Dal Cin et al., 2004). Das Konstrukt wurde gezielt entwickelt, um Transportation vorherzusagen. Es soll stabile interindividuelle Unterschiede darin erfassen, wie sehr Personen bei narrativen Texten Transportation erleben. Die eindimensionale Skala liegt in zwei Versionen für die Film- und die Buchrezeption vor, enthält insgesamt 20 Items und hat ein neunstufiges Antwortformat. Die Items beschreiben zum einen die Fähigkeit, sich in Texte und Personen hineinzusetzen (z.B. „When reading for pleasure I can easily envision the events in the story“), zum anderen die Häufigkeit, mit der dies auftritt (z.B. „When reading for pleasure I am often emotionally affected by what I’ve read“). Die interne Konsistenz der Skala ist mit  $\alpha \geq .87$  sehr gut, die Skala sagt zuverlässig Transportation voraus (Bilandzic & Busselle, 2008; Dal Cin, Zanna & Fong, 2004; Mazzocco, Green, Sasota & Jones, 2010; vgl. auch Bilandzic & Busselle, 2011). Die Skala liegt nicht in einer geprüften deutschen Version vor. Kritisch anzumerken ist an dem Konzept, dass Transportability als Persönlichkeitseigenschaft nur eine sehr begrenzte Gruppe von Verhalten in sehr spezifischen Situationen vorhersagt – eine Einschränkung, die für die beiden folgenden Persönlichkeitseigenschaften Absorption und Need for Affect nicht gilt.

Trait Absorption wurde von Tellegen und Atkinson (1974) als Persönlichkeitsvariable konzipiert, die beschreibt, wie leicht sich eine Person hypnotisieren lässt. Sie hat sich als Prädiktor für Transportation erwiesen (z.B. Green & Brock, 2000; vgl. auch Busselle & Bilandzic, 2009; Sacau, Laarni & Hartmann, 2008; Wild, Kuiken & Schopflocher, 1995;

Wirth, Hofer & Schramm, 2012). Der Fragebogen wurde von Ritz und Dahme (1995) ins Deutsche übersetzt. Er umfasst 34 Items mit einem fünfstufigen Antwortformat. Manche der Items haben einen Medienbezug (z.B. „Filme, Fernsehspiele oder Theaterstücke können mich so mitreißen, dass ich mich und alles um mich herum vergesse und die Geschichte erlebe, als wäre sie Realität und ich an ihr beteiligt“), die meisten der Items jedoch nicht (z.B. „Ich beobachte gerne, wie Wolken ihre Form verändern“ und „Verschiedene Farben haben unterschiedliche und besondere Bedeutungen für mich“). Die interne Konsistenz liegt bei  $\alpha = .83$ , die Retest-Reliabilität bei  $r = .64$ ; die Validität wurde positiv beurteilt (Ritz, Mass, Dahme & Richter, 1993).

Need for Affect wurde von Maio und Esses (2001) als emotionaler „Partner“ von Need for Cognition (Cacioppo et al., 1984) entwickelt. Das Konstrukt beschreibt, wie sehr eine Person emotionale Situationen aufsucht oder vermeidet. Wenn man sich in Geschichten hineinversetzt, stellt das in diesem Sinne eine emotionale Situation dar, weshalb Need for Affect (vor allem die Annäherungsfacette) Transportation vorhersagt (Appel & Richter, 2010). Im Gegensatz dazu hatte Need for Cognition bislang keinen oder nur einen kleinen Einfluss auf Transportation (Green & Brock, 2000; Green et al., 2008; Zwarun & Hall, 2012).

Die deutsche Need-for-Affect-Skala (Appel, 2008) hat bei einem siebenstufigen Antwortformat 26 Items, die der Annäherungsfacette (z.B. „Ich suche Situationen auf, die mir starke Gefühle versprechen“) oder der Vermeidungsfacette (z.B. „Ich finde starke Gefühle erdrückend und vermeide sie daher“) zugeordnet werden. Keines der Items hat einen expliziten Bezug zur Medienrezeption. Die beiden Facetten laden nicht auf demselben Faktor, korrelieren aber signifikant negativ. Die interne Konsistenz der gesamten Skala ( $\alpha = .87$ ) und der Annäherungsskala ( $\alpha = .81$ ) ist sehr gut.

In einzelnen Studien wurden signifikante Zusammenhänge von Transportation mit soziodemographischen Variablen wie Geschlecht und Bildung berichtet (z.B. Green & Brock,

2000). In der Meta-Analyse von van Laer et al. (2014) haben sich diese Variablen abgesehen von Alter als statistisch signifikante aber praktisch unbedeutende Prädiktoren erwiesen. Weitere Eigenschaften der Person, des Textes und der Interaktion zwischen beiden werden im Zusammenhang mit der ersten zentralen Fragestellung der Arbeit, der Manipulation des Rezeptionserlebens, ausführlich in Kapitel 3.1. behandelt.

Das Verhältnis zwischen Personen- und Textvariablen wird in der Literatur zu Transportation unter dem Stichwort der Text-Hegemonie (Bloom, 1994) diskutiert: Können Geschichten so stark sein, dass sie Personen einfach überwältigen, unabhängig von den Eigenschaften der Rezipienten und Rezipientinnen? Green und Brock (2000) betonten, dass die Person eine wichtige Rolle dabei spielt, ob sie transportiert wird oder nicht (vgl. auch Green, Garst & Brock, 2004; Polichak & Gerrig, 2002). Auf diese Frage wird nochmals vertieft in Kapitel 3.3.1. eingegangen.

### 2.2.2. *Prozesse und Wirkungen von Transportation*

Green et al. (2004) beschrieben die Prozesse von Transportation als „integrative melding of attention, imagery, and feelings“ (S. 312). Transportation zeichnet sich durch das *gemeinsame* Auftreten von voller Aufmerksamkeit, emotionalen Prozessen *und* bildhaften Vorstellungen aus. Sämtliche mentalen Prozesse sind auf die Narration hin ausgerichtet.

Die kognitiv-attentive Facette drückt sich dadurch aus, dass die gesamte Aufmerksamkeit auf den medialen Stimulus gerichtet und die Realität zu Gunsten der fiktiven Geschichte ausgeblendet wird. Das führt auch dazu, dass Widersprüche der narrativen Welt zur realen Welt weniger bemerkt werden (Green & Brock, 2000). Die Rezipienten und Rezipientinnen erleben aufgrund dieser engen Verbindung starke Emotionen, während sie eine Geschichte verfolgen (Green & Brock, 2000). Die Valenz der Emotion ist für Transportation, aber auch für das Rezeptionsvergnügen unerheblich: „The enjoyment of a transportation experience, thus, does not necessarily lie in the valence of the emotions evoked

by a narrative, but in the process of temporarily leaving one's reality behind“ (Green & Brock et al., 2004, S. 315). Die emotionale Facette umfasst auch die emotionale Verbundenheit mit den Protagonisten der Geschichte, das Mitgerissen-Sein, das Sich-Hineinversetzen und die hohe subjektive Bedeutsamkeit. Insgesamt wird die emotionale Komponente von Transportation also analog zum emotionalem Involvement sensu Zillmann (1994) und Vorderer (1992, 1993; siehe Kap. 2.1.) beschrieben. Green (2008) beschrieb Transportation auch als „similar to Vorderer's high involvement“ (S. 5170). Die kognitiv-imaginative Facette beinhaltet die lebhaften bildlichen Vorstellungen des narrativen Geschehens. Vor allem diese Facette macht deutlich, dass Green und Brock (2000) in erster Linie schriftliche Texte bei ihrer Konzeptualisierung im Sinn hatten, auch wenn sie betonten, dass auch andere Medien Transportation auslösen können.

Während einige Prozesse beim Filmschauen anders ablaufen als beim Lesen eines Buchs, sind die zentralen Mechanismen nicht betroffen: „The key psychological ingredients of the transportation experience are assumed to take place regardless of modality of communication“ (Green et al., 2004, S. 312). Filme bieten dem Rezipienten und der Rezipientin schon Bilder an, so dass er oder sie sich keine eigenen bildhaften Vorstellungen machen muss. Das kann für Personen mit geringer bildlicher Vorstellungskraft vorteilhaft sein. Auch wenn bei Büchern kein visuelles Angebot vorhanden ist, so hat Lesen den Vorteil, dass die *eigenen* bildhaften Vorstellungen unter Umständen noch besser zu Transportation beitragen. Zusätzlich kann der Leser beziehungsweise die Leserin sein oder ihr eigenes Tempo wählen. Die Frage nach den unterschiedlichen Prozessen bei verschiedenen Modalitäten ist hinsichtlich Transportation bislang allerdings empirisch noch wenig bearbeitet (vgl. Green et al., 2008; vgl. in Bezug auf räumliches Präsenzerleben: Fryer, Pring & Freeman, 2013). In der Forschung zu Transportation mit unterhaltenden Texten sind geschriebene Texte bislang verbreiteter als audiovisuelle Texte.

Mit Transportation geht eine unkritische Rezeptionshaltung einher: Dem Text wird wohlwollend begegnet und das sogenannte Counterarguing, also das argumentative Widersprechen, ist vermindert (z.B. Banerjee & Greene, 2012; Dunlop, Wakefield & Kashima, 2010; Green & Brock, 2000; Moyer-Guse & Nabi, 2010). Die Annahme ist, dass die Rezipienten und Rezipientinnen so sehr kognitiv durch die Verarbeitung der Geschichte eingenommen sind, dass kaum Ressourcen für eine kritische Auseinandersetzung mit dem Text frei sind. Dies wäre auch wenig funktional: Geht man davon aus, dass sich Rezipienten und Rezipientinnen wünschen, in die Welt der Geschichte transportiert zu werden, so ist ein solches Verhalten kontraproduktiv, da es Transportation unterbrechen könnte. In Untersuchungen konnte folgerichtig gezeigt werden, dass transportierten Versuchspersonen Inkonsistenzen innerhalb der Geschichte oder Abweichungen im Vergleich zur realen Welt seltener auffallen (z.B. „Pinocchio circling“, Green & Brock, 2000, S. 708).

#### *Narrative Persuasion (Exkurs)*

Das verminderte Counterarguing wird als ein wichtiger Mechanismus hervorgehoben, wenn es darum geht, das Phänomen der „Narrative Persuasion“ zu erklären (z.B. Slater & Rouner, 2002). Während die klassische Persuasionsforschung bislang immer die Wirkung gezielter Überzeugungsversuche (z.B. Werbung, PR, Verkaufsgespräche) untersucht hat, ist erst in der jüngeren Forschungsgeschichte die persuasive Wirkung von Geschichten in den Fokus geraten (z.B. Gerrig & Prentice, 1991; Prentice, Gerrig & Bailis, 1997; Wheeler, Green & Brock, 1999).

Klassische Zwei-Prozess-Modelle der Persuasion (z.B. Elaboration Likelihood Modell, ELM, Petty & Cacioppo, 1984; oder Heuristic Systematic Model, HSM, Chaiken, 1980; siehe Kap. 2.1.) sind nur schwerlich auf die Rezeption von Narrationen übertragbar. Zum einen unterscheidet sich Transportation stark von kognitiven Elaborationen, so wie sie bei den High-Involvement-Pfaden dieser Modelle beschrieben wurden (Green und Brock,

2000). Transportation zeichnet sich nämlich nicht dadurch aus, dass die Rezipienten und Rezipientinnen systematisch über Argumente nachdenken. Zum anderen ist Transportation auch nicht mit den Low-Involvement-Pfaden der klassischen Modelle vergleichbar. Die transportierten Rezipienten und Rezipientinnen sind stark motiviert, die Geschichten zu rezipieren und wenden erhebliche kognitive Ressourcen auf, um diese zu verarbeiten. Bei der peripheren Route im ELM wird außerdem die Bedeutung peripherer Cues wie zum Beispiel die Glaubwürdigkeit der Quelle angenommen. Für Narrative Persuasion spielt die Glaubwürdigkeit der Geschichte keine Rolle: Fiktive Geschichten sind so transportierend und überzeugend wie reale (Appel & Maleckar, 2012; siehe Kap. 2.3.1. und Kap. 3.1.). Die Einstellungsänderung durch Geschichten ist außerdem dauerhafter als die über die periphere Route (Appel & Richter, 2007).

Die persuasive Wirkung von Geschichten wurde in zahlreichen Studien nachgewiesen (vgl. van Laer et al., 2014). Es wurden außer vermindertem Counterarguing weitere Mechanismen, welche die persuasive Wirkung erklären können, diskutiert. Hierzu zählen zum Beispiel Identifikation (de Graaf, Hoeken, Sanders & Beentjes, 2012), bildhafte Vorstellungen (Livingston, 2003; Mazzocco & Brock, 2006), Perceived Realism, (Cho, Lijiang & Wilson, 2014), Reduzierung der Reaktanz (Moyer-Guse & Nabi, 2010), Herstellen persönlicher Bezüge (Dunlop et al., 2010) und verstärktes emotionales Erleben (Dunlop et al., 2010). In dieser Arbeit wird der Aspekt der Narrative Persuasion nicht weiter berührt. Deshalb sei für eine weitergehende Betrachtung auf zum Beispiel Green und Donahue (2009) verwiesen.

### *Rezeptionsvergnügen*

Es darf natürlich auch nicht vergessen werden, dass Geschichten rezipiert werden, um sich Vergnügen zu bereiten. Mit Rezeptionsvergnügen werden positive Reaktionen der Rezipienten und Rezipientinnen auf Medien und ihren Medieninhalt bezeichnet, die

kognitive, emotionale und physiologische Aspekte umfassen (Vorderer, Klimmt & Ritterfeld, 2004). Vorderer et al. beschrieben das Rezeptionsvergnügen als zentrale Komponente des Unterhaltungserlebens. Einige Publikationen verbinden Rezeptionsvergnügen theoretisch und empirisch eng mit Transportation (Green & Brock et al., 2004; Hall & Bracken, 2011; Vorderer et al., 2004; vgl. auch Bilandzic & Busselle, 2011). Regelmäßig werden sehr hohe Korrelationen zwischen Transportation und Rezeptionsvergnügen berichtet (z.B. Green & Brock et al., 2004).

Vorderer et al. (2004) sahen unter anderem drei Prozesse als Kernvoraussetzung für das Erleben von Rezeptionsvergnügen an, die auch im Rahmen von Transportation beschrieben werden: empathisches Einfühlen in die Protagonisten, Suspension of disbelief und das Sich-Hineinversetzen in die mediale Welt. Green und Brock et al. (2004) ergänzten diese Aufzählung, indem sie Transportation als „flow-like state“ (S. 317) beschrieben. Flow (z.B. Csikszentmihalyi, 1982, 1990) ist ein psychischer Zustand, der sich nicht nur bei der Medienrezeption sondern bei vielen Tätigkeit einstellen kann. Flow bezeichnet den angenehmen Zustand des völligen Aufgehens in einer Handlung, in dem nur noch diese und nichts anderes mehr zählt. Die Motivation, sie auszuführen, liegt im Vollzug selbst, externe Ziele sind nicht primär relevant. Personen im Flow erleben ihre Handlungen als mühelos, sie vergessen die Umwelt und die Zeit und haben das Gefühl völliger Kontrolle. So kann auch erklärt werden, weshalb Personen stundenlang selbst eintönig und anstrengend erscheinende Tätigkeiten wie Stricken, Klettern oder Malen ausführen, ohne dass damit wichtige Ziele zu erreichen wären. Green und Brock et al. (2004) gingen davon aus, dass Transportation Flow stark ähnelt und Geschichten den Rezipienten beziehungsweise die Rezipientin alles um sich herum vergessen lassen. Als weitere Erklärung, warum das Erleben von Transportation Rezeptionsvergnügen bringen kann, wurde von Green et al. (2004) unter anderem die Möglichkeit, durch das Eintauchen in die Geschichte vor einer unangenehmen Realität fliehen

(siehe Kap. 3.2.1.) oder gefahrlos riskante Abenteuer durch die Augen der Protagonisten und Protagonistinnen erleben zu können, angeführt.

In der Medienpsychologie werden in den letzten Jahren wiederentdeckte Ideen diskutiert, die Unterhaltungserleben beschreiben, das nicht auf hedonistischen Gratifikationen beruht (vgl. Oliver & Bartsch, 2010, 2011; Vorderer, 2011). Bartsch und Schneider (2014) grenzten Transportation und Narrative Engagement davon ab und formulieren ein Zwei-Prozess-Modell der Unterhaltung und motivierten Kognition mit zwei Pfaden des Unterhaltungserlebens. Der eudaimonische Pfad ähnelt dabei in seiner Beschreibung der zentralen Route im ELM oder auch Vorderers distanziert-kritischen Rezeptionsweise (siehe Kap. 2.1.) und sagt vertiefte kognitive Elaborationen voraus. Der hedonische Pfad jedoch entspricht Transportation oder Narrative Engagement und ist mit unkritischen und heuristischen kognitiven Prozessen verbunden. Da Transportation laut diesem Modell nicht aufgrund eudaimonischer Motive entsteht, soll hier nicht weiter darauf eingegangen werden.

### 2.2.3. *Messung*

Green und Brock (2000) schlugen die Transportation-Skala zur Messung von Transportation vor. Die Skala enthält 15 Items, die z.T. den drei Facetten Kognition (z.B. „I was mentally involved in the narrative while reading it“), Emotion (z.B. „The narrative affected me emotionally“) und Imagination zugeordnet werden können. Während elf Items für alle Texte festgelegt sind, sind die vier Imaginationsitems je nach Medieninhalt variabel („While reading I had a vivid image of...“). Vier Items sind allgemeine Items, die zu keiner Facette gehören (z.B. „I wanted to learn how the narrative ended“). Da Green und Brock Transportation als holistischen Prozess verstehen, bei dem die drei Facetten gleichzeitig auftreten, ist eine Trennung der Skala in Subskalen nicht vorgesehen. Die breite inhaltliche Streuung der Items führt zu einer noch befriedigenden internen Konsistenz ( $\alpha = .76$ , Green & Brock, 2000). Green und Brock (2000) prüften die Konstruktvalidität der Skala und kamen zu

einem positiven Ergebnis. Die Skala wurde in einer Vielzahl an Studien verwendet und konnte dabei zuverlässig Unterschiede in der Wirkung von Narrationen erklären (vgl. van Laer et al., 2014). Appel (2006) übersetzte die Items ins Deutsche und passte sie auf die Filmrezeption an. Außerdem wurde unlängst eine Kurzform der Skala entwickelt (Appel, Gnambs, Richter & Green, im Druck). Abgesehen von einer Ausnahme gibt es bislang jedoch keinen Versuch der rezeptionsbegleitenden Messung von Transportation (Garsoffky, Glaser & Schwan, 2012; siehe Kap. 4.2.1.)

## 2.3. Narrative Engagement

Das Model of Narrative Comprehension and Engagement von Busselle und Bilandzic (2008) weist große Überschneidungen mit Transportation auf. Die Autoren rekurrierten in ihrer Konzeption stark auf Transportation, aber auch auf andere Konstrukte wie zum Beispiel Flow und Identifikation. Narrative Engagement wird als Verfeinerung beziehungsweise Weiterentwicklung des Transportation-Konzepts gesehen: „More recently, Busselle and Bilandzic (2008) expanded on the notion of transportation, reformulating the concept as the flow-like state that one experiences while comprehending and making sense of a fictional world“ (Oliver, 2009, S. 167). Die Erweiterungen im Vergleich zu Transportation beziehen sich vor allem auf drei Aspekte: die Betrachtung von Verstehensprozessen, die Konkretisierung des Sich-Hineinversetzens in die Geschichte und eine neu entwickelte Skala.

### 2.3.1. Weiterentwicklungen im Vergleich zu Transportation

Ein großer Unterschied zu Transportation ist die Miteinbeziehung von Verstehensprozessen in das Modell. Die Rezipienten und Rezipientinnen konstruieren (wie in anderen Modellen auch beschrieben, z.B. van Dijk & Kintsch, 1983; Ohler, 1994; Roskos-Ewoldsen, Davies & Roskos-Ewoldsen, 2004; Zwaan, Langston & Graesser, 1995) mentale

Modelle der Handlung, der Erzählwelt und der Personen, die im Laufe der Rezeption immer wieder aktualisiert werden. Für ein starkes Narrative Engagement ist wichtig, dass der Aufbau der mentalen Modelle ohne Schwierigkeiten abläuft.

Im Zuge dieser Beschreibung klärten Busselle und Bilandzic (2008) drei verschiedene Realitätsbegriffe und ihren Zusammenhang mit dem Prozess der Aktualisierung des mentalen Modells: Fiktionalität, externer Realismus und narrativer Realismus. Zunächst ist festzuhalten, dass die Unterscheidung zwischen fiktiven und realen Geschichten für das Verstehen und das Narrative Engagement unerheblich sind. Busselle und Bilandzic (2008) beschrieben das Wissen um die Fiktionalität der Geschichte während der Rezeption als zwar prinzipiell zugänglich, aber als nicht aktiv und irrelevant. Es gibt inzwischen etliche Studien, in denen diese Unterscheidung experimentell variiert und als unwirksam bestätigt wurde (z.B. Appel & Maleckar, 2012; Green & Brock, 2000; siehe Kap. 3.1.). Die zweite Realitäts-Ebene ist die vorläufige Annahme des Rezipienten oder der Rezipientin zu Beginn der Geschichte, dass deren Welt prinzipiell wie die Realität funktioniert, dass also das generelle Weltwissen angewendet werden kann („externer Realismus“; vgl. auch „principle of minimal departure“, Ryan, 1980, S. 405). Beispielsweise würde eine Geschichte von den Rezipienten und Rezipientinnen nicht verstanden werden, wenn plötzlich alle Menschen fliegen könnten.

Die Rezipienten und Rezipientinnen sind sich allerdings bewusst, dass in fiktiven Geschichten nicht immer alles genau so sein muss, wie sie es in ihrem Alltag gewohnt sind: In Geschichten fliegen Raumschiffe mit Überlichtgeschwindigkeit und Hexen verstauen ganze Bücherschränke und Zelte in einer kleinen Handtasche. Doch wieso erfreuen sich die Rezipienten und Rezipientinnen an diesen Geschichten und erleben Narrative Engagement, auch wenn hier die Annahme verletzt wird, dass die Welt der Geschichte wie die reale Welt funktioniert? Sie akzeptieren diese Abweichungen dann, wenn sie in der Geschichte ohne Inkonsistenzen erklärt werden („narrativer Realismus“). Tatsächlich wird in vielen Fantasy-

oder Science-Fiction-Geschichten erheblicher Aufwand betrieben, um detailliert darzustellen, wie zum Beispiel der Warp-Antrieb für Überlichtgeschwindigkeit funktioniert oder um zu beschreiben, wie sich Zauberer und Hexen von nicht mit Magie begabten Menschen, Muggels, unterscheiden. Wenn jedoch neue Informationen mit dem bereits bestehenden Situationsmodell inkonsistent sind und die Erklärungen innerhalb der Geschichte nicht ausreichen, wird Narrative Engagement verhindert: „Negative cognitions caused by violations of narrative realism disrupt the construction of the mental model and lower the experience of transportation“ (Busselle & Bilandzic, 2008, S. 271).

Busselle und Bilandzic (2008) erweiterten Transportation nicht nur im Hinblick auf Verstehensprozesse, sondern konkretisierten auch die Erlebensebene. Zunächst wurde beschrieben, welche kognitiven Prozesse dafür verantwortlich sind, dass der Rezipient und die Rezipientin sich in die Geschichte hineinversetzt. Dafür bemühten der Autor und die Autorin die Deictic Shift Theory (vgl. Duchan, Bruder & Hewitt, 1995): Begriffe wie „hier“, „ich“, „jetzt“, sogenannte deiktische Ausdrücke, werden nur begreifbar, wenn der Leser und die Leserin ihre Perspektive anpassen, da sie in der Geschichte etwas anderes bedeuten als in der Realität. Als zweiter Prozess wurde Identifikation beschrieben, die sie im Sinne Cohens (2001) begreifen, nämlich „not as an attitude, an emotion, or perception but, rather, as a process that consists of increasing loss of self awareness and its temporary replacement with heightened emotional and cognitive connections with a character“ (S. 251). Als dritter Prozess wurde Flow (z.B. Csikszentmihalyi, 1982, 1990) genannt. Green und Brock (2000) vergleichen Transportation ebenfalls mit Flow (siehe Kap. 2.2.2.). Busselle und Bilandzic (2008) jedoch konkretisierten diese Verwandtschaft, in dem sie erklärten, wie Flow im Zusammenhang mit der Verarbeitung von Geschichten entstehen kann.

Flow wird als völliges Aufgehen in einer Tätigkeit beschrieben. Prinzipiell kann Flow auch bei der Mediennutzung auftreten. Zentral für Flow ist das optimale Verhältnis von

Schwierigkeit der Tätigkeit und dem eigenen Können. Ist eine Aufgabe zu einfach, so langweilt sie, ist sie zu schwierig, können Stress und Angst die Folge sein (vgl. z.B. Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989). Vor allem bei der Beschreibung der Nutzung von Computerspielen (z.B. Jin, 2012) ist das Flow-Konzept offensichtlich anwendbar: Der Spieler und die Spielerin müssen Herausforderungen im Spiel meistern. Dafür werden Fähigkeiten benötigt, die der Spieler und die Spielerin zum Teil erst im Laufe des Spiels erlangen. Parallel dazu steigt der Schwierigkeitsgrad des Spiels oder er ist einstellbar (z.B. Tetris). Die Entwickler und Entwicklerinnen der Spiele bemühen sich also, bei steigender Komplexität den Spieler oder die Spielerin immer in der optimalen Anforderungszone zu halten (vgl. Schmierbach, Chung, Wu & Kim, 2014; Trepte & Reinecke, 2011).

Das Flow-Konzept auf die Rezeption linearer narrativer Medieninhalte zu übertragen, ist nicht ganz so einfach. Dazu muss nämlich spezifiziert werden, welche Anforderungen dabei an den Rezipienten beziehungsweise die Rezipientin gestellt werden. Das Anforderungskonzept ist für die Rezeption von unterhaltenden Medieninhalten zunächst nicht einleuchtend, erscheint diese doch für die Rezipienten und Rezipientinnen als nicht anstrengend. Sherry (2004) nahm jedoch an, dass es sehr wohl unterschiedliche Anforderungen bei der Rezeption von unterhaltenden Medieninhalten gibt. Konventionelle Texte sind einfacher zu rezipieren als Texte, die sich nicht an die Rezeptionsgewohnheiten halten. Busselle und Bilandzic (2008) argumentierten, dass der Aufbau von mehr oder weniger komplexen Situationsmodellen die Herausforderung bei narrativen Texten darstellt. Interessante Texte sind so konstruiert, dass Informationen zunächst widersprüchlich erscheinen oder sicher geglaubte Tatsachen sich als falsch herausstellen. Der Rezipient muss somit mentale Modelle mit Vorannahmen konstruieren, die er immer wieder revidieren muss, ein Prozess, der über die gesamte Dauer des Films notwendig ist.

Das gesamte Modell wird in Abbildung 2 dargestellt. Es enthält neben den beschriebenen Prozessen des Verstehens und des Engagements auch die Folgen von Narrative Engagement, die in den Aspekten Einstellungsänderung und Rezeptionsvergnügen denen von Transportation entsprechen.

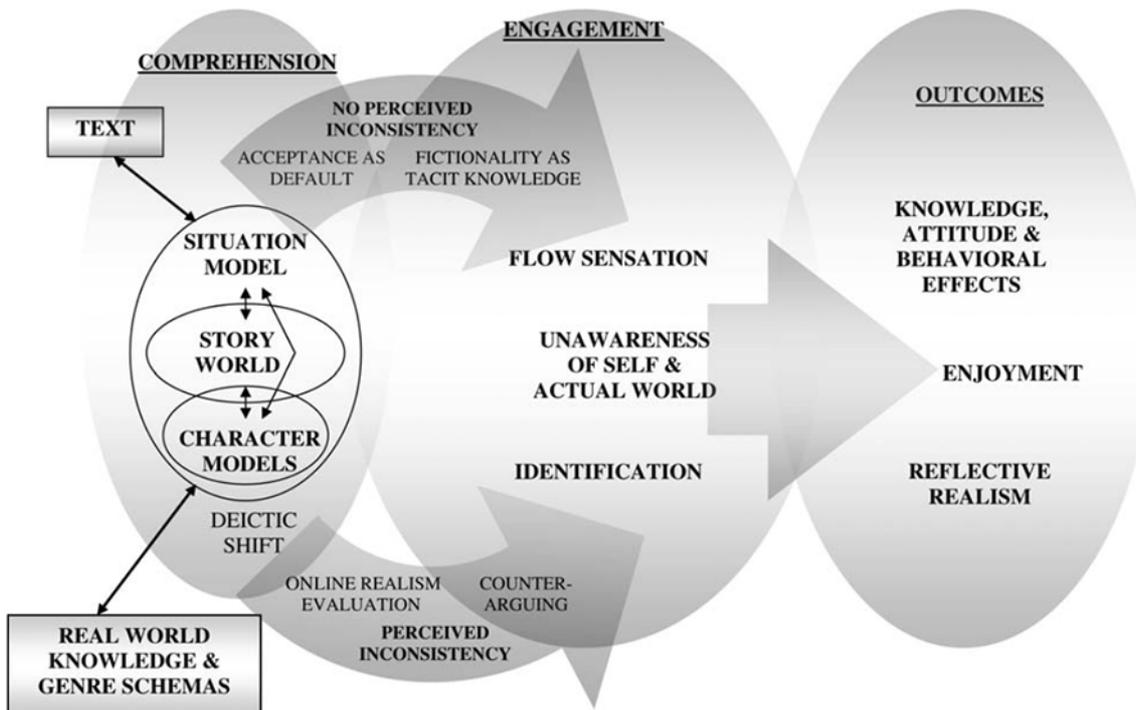


Abbildung 2  
Darstellung des Model of narrative comprehension and engagement (Busselle & Bilandzic, 2008, S. 272)

### 2.3.2. Messung

Busselle und Bilandzic (2009) entwickelten eine Skala zur Messung von Narrative Engagement. Diese enthält insgesamt 12 Items, die auf Deutsch und Englisch vorliegen; das Antwortformat ist siebenstufig. Die Items werden vier Subskalen zugeordnet: Attentional Focus („Es ist mir schwer gefallen, meine Gedanken nur auf den Film zu richten“, invers codiert) umfasst die Aufmerksamkeit, die der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin dem

Medieninhalt zukommen lässt. Narrative Understanding („An manchen Stellen fiel es mir schwer zu verstehen, was gerade passiert“, invers codiert) misst, wie gut der Medieninhalt verstanden wurde. Emotional Engagement („Der Film hat mich gefühlsmäßig berührt.“) soll die emotionale Facette von Narrative Engagement abdecken. Narrative Presence („Während des Schauens war mein Körper im Zimmer, aber mein Geist war inmitten der Welt, die der Film geschaffen hat.“) umschreibt das Sich-Hineinversetzen in die Geschichte. Im Gegensatz zu Transportation wurde hier eine hierarchische Struktur der Faktoren angenommen (Sukalla, Bilandzic, Bolls & Busselle, 2013): Mit Attentional Focus und Narrative Understanding wurden vorgeordnete Prozesse beschrieben, die für Emotional Engagement und Narrative Presence eine notwendige Bedingung darstellen.

Die Entwicklung der Skala erfolgte über mehrere Schritte: Ein relativ großer Pool von zunächst 40 Items wurde durch Itemanalysen und exploratorische und konfirmatorische Faktorenanalyse mit mehreren Stichproben reduziert. Die Items stammten zum Teil aus etablierten Skalen (z.B. Transportation: Green & Brock, 2000; Identifikation: Cohen, 2001; Leseerleben: Appel, Koch, Schreier & Groeben, 2002). Die Konstruktvalidität wurde geprüft und positiv beurteilt. Außerdem wurde die Skala anhand von psychophysiologischen Messungen validiert (Sukalla et al., 2013; siehe Kap. 4.2.1.). Die interne Konsistenz ist gut ( $\alpha > .80$ ). Busselle und Bilandzic (2009) empfahlen die Auswertung sowohl der gesamten Skala als auch der einzelnen Subskalen. Somit bietet diese Skala vor allem zwei Vorteile im Vergleich zur Skala von Green und Brock (2000): Ihre faktorielle Struktur ist klarer und durch die Subskalen ist sie vielseitiger einsetzbar, zum Beispiel weil damit präzisere Aussagen über die Wirkung von Manipulationen möglich sind.

Die Transportation-Skala war ebenfalls Teil des ursprünglichen Itempools, zwei Items sind in beiden Skalen enthalten. Die Korrelation der beiden Skalen ist typischerweise extrem hoch ( $r \geq .73$ , Busselle & Bilandzic, 2009). Daran schließt auch ein zentraler Kritikpunkt an

Narrative Engagement an: Die beiden Konstrukte Transportation und Narrative Engagement lassen sich theoretisch und empirisch kaum auseinanderhalten. Mit der Einführung eines zusätzlichen Konstrukts trugen Busselle und Bilandzic dazu bei, die ohnehin fast unübersichtliche Vielzahl an sich stark überschneidenden Konzepten im Bereich des Rezeptionserlebens noch zu vergrößern. Narrative Engagement muss sich damit den Vorwurf gefallen lassen, nur „alter Wein in neuen Schläuchen“ zu sein (zum Problem der Begriffsinflation vgl. Herrmann, 1982). Diese Kongruenz kann dazu führen, dass an sich gleiche Forschungsergebnisse doppelt erforscht und publiziert werden. Insgesamt bietet die Arbeit von Busselle und Bilandzic (2008, 2009) allerdings sinnvolle Präzisierungen des Transportation-Konzeptes an.

#### 2.4. Räumliches Präsenzerleben

Räumliches Präsenzerleben beschreibt insbesondere das Gefühl beziehungsweise die Illusion der Non-Mediiertheit (Lombard & Ditton, 1997) und „the sense of ‘being there’“ (Minsky, 1980), also das Gefühl, in die mediale Welt hineinversetzt worden zu sein und vergessen zu haben, überhaupt ein Medium zu benutzen. Das Konzept hat seinen Ursprung bei der Erforschung von interaktiven Medien, vor allem von Virtual Reality-Umgebungen und Computerspielen, doch wurde betont, dass es auf andere Medien anwendbar ist (z.B. Lee, 2004; Steuer, 1992).

Von räumlichem Präsenzerleben gibt es reichlich Konzeptualisierungen. Regenbrecht und Schubert (2002) sahen die Handlungsmöglichkeiten in einer virtuellen Umgebung als zentrale Voraussetzung für räumliches Präsenzerleben an. Slater (2002) beschrieb räumliches Präsenzerleben als „perceptual mechanism for selection“ (S. 435), also als Wahl, in welcher Umgebung, der virtuellen oder der realen, der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin sich befinden und handeln will. Störende Reize aus der realen Welt können räumliches

Präsenzerleben komplett verhindern („break in presence“, S. 437). Räumliches Präsenzerleben wird im Gegensatz zu den anderen hier vorgestellten Konstrukten meist als dichotom beschrieben: Die Handlungsmöglichkeiten können sich entweder aus der realen oder aus der virtuellen Umgebung ergeben.

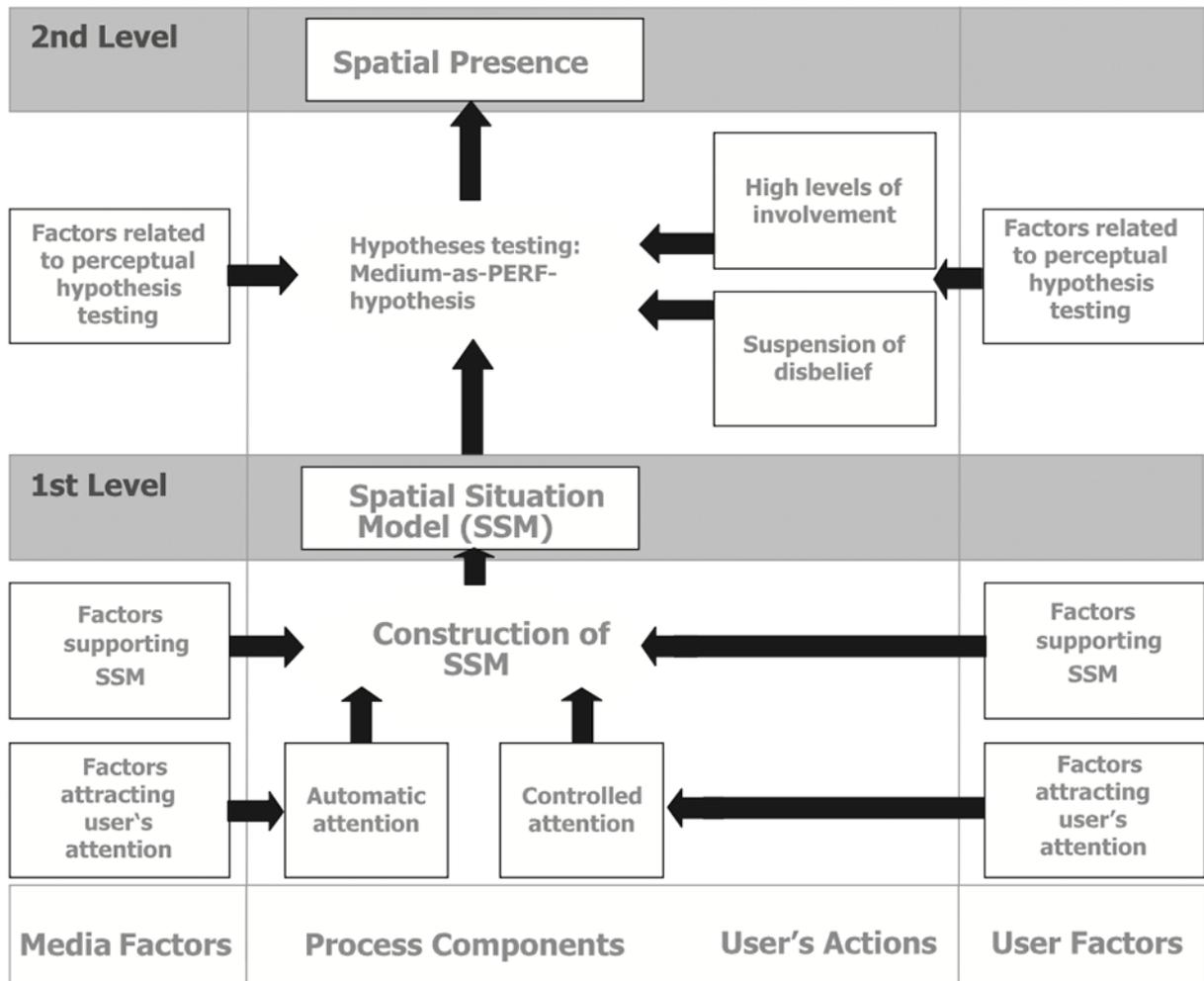


Abbildung 3  
Darstellung des Zwei-Ebenen-Modells des räumlichen Präsenzerlebens (Wirth et al., 2007, S. 498)

Wirth et al. (2007) konkretisierten diese Idee in einer vielbeachteten Neukonzeptualisierung räumlichen Präsenzerlebens. In dieser wurden sämtliche dem räumlichen Präsenzerleben vorgelagerte Prozesse aus dem Konstrukt entfernt. Aufmerksamkeit, Suspension of disbelief und Involvement tauchen im Modell zwar auf,

wurden jedoch explizit nicht als Teil von räumlichem Präsenzerleben sondern nur als dafür förderlich gesehen. Räumliches Präsenzerleben entsteht laut diesem Modell in zwei Stufen: Zunächst muss der Rezipient ein räumliches Situationsmodell der virtuellen Umgebung aufbauen. Im zweiten Schritt muss die sog. „medium-as-PERF-hypothesis“ bestätigt werden. „PERF“ steht für „primary egocentric reference frame“. Der Rezipient fragt sich demnach ständig: Bin ich wirklich in diesem Raum? (Wirth et al., 2007, S. 498). Das vollständige Modell wird in Abbildung 3 dargestellt.

Ein großer Anteil der Forschung zum räumlichen Präsenzerleben nahm vor allem Aspekte des Mediums in den Blick, zum Beispiel die Wiedergabequalität (z.B. Bildschirmgröße: Lombard, Reich, Grabe, Bracken & Ditton, 2000; oder 3-D: z.B. IJsselsteijn, Ridder, Hamberg, Bouwhuis & Freeman, 1998) und die Gestaltung der Interaktivität der virtuellen Umgebung (z.B. der Einfluss von Controllern: Skalski, Tamborini, Shelton, Buncher & Lindmark, 2011), und untersuchte deren Auswirkung auf räumliches Präsenzerleben. Aspekte des Medieninhalts wie Narrativität werden als begünstigend für räumliches Präsenzerleben gesehen (z.B. Klimmt & Vorderer, 2003), werden jedoch nicht als dafür notwendig betrachtet.

## 2.5. Vergleich der dargestellten Konstrukte

In den vorangegangenen Kapiteln wurden die vier Konstrukte Involvement, Transportation, Narrative Engagement und räumliches Präsenzerleben vorgestellt. Diese weisen große Überschneidungen auf. Allen gemein ist die intensive Beschäftigung des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin mit dem Medium oder dem Medieninhalt. Diese Ähnlichkeit beschrieben unter anderem Wirth et al. (2007): „’Presence‘ displays striking similarities with existing concepts in communication and media psychology, most importantly, attention... and involvement..., but also a number of further constructs, such as

perceived reality... or transportation“ (S. 494). Im gleichen Sinne stellte Bilandzic (2014) in Bezug auf Flow, Transportation, Narrative Engagement und räumlichen Präsenzerleben fest: „Diese Konzepte weisen durchaus substanzielle Überlappungen auf und werden oftmals auch austauschbar verwendet“ (S. 273). Diese Vielzahl und Ähnlichkeit der Begriffe wurde in der Literatur häufig beklagt. Bei genauerer Betrachtung unterscheiden die Theorien sich doch in einigen wichtigen Details, vor allem hinsichtlich der Annahmen bezüglich des Mediums beziehungsweise des Medieninhalts, der Prozesse während der Rezeption, der Wirkungen und der Messung. In diesem Kapitel sollen diese Unterschiede dargestellt werden.

Hinsichtlich des Mediums beziehungsweise des Medieninhalts ist räumliches Präsenzerleben das allgemeinste Konzept. Die medialen Vorgänge müssen sich lediglich in einem (virtuellen) Raum abspielen. Ob der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin die Beschreibung eines Raumes in einem Roman liest, durch eine Simulation des Louvre läuft oder einen Ego-Shooter spielt – die theoretischen Vorstellungen, die im Rahmen von räumlichem Präsenzerleben formuliert wurden, sind gleichermaßen anwendbar. Der Medieninhalt muss weder unterhaltend noch narrativ sein. In Bezug auf Involvement sind dessen neueren Konzeptualisierungen seit Levy und Windahl (1984) ähnlich allgemein, während die älteren die psychischen Vorgänge bei *persuasiven* Medieninhalten beschreiben. Transportation und Narrative Engagement sind nur zur Beschreibung der Prozesse bei der Rezeption *narrativer* Medieninhalte geeignet. So unterscheiden sich auch die Aussagen, wie die Medienumgebung beziehungsweise der Medieninhalt gestaltet sein muss, um ein intensives Rezeptionserleben zu ermöglichen. Während Transportation das literarische Handwerk und die Qualität der Geschichte in den Vordergrund rückt, sind es meist technische Aspekte, die für räumliches Präsenzerleben wichtig sind.

Unterschiede gibt es auch in den Aussagen zu den Prozessen während der Rezeption. Immersion wird bei Involvement (ausgenommen Involvement sensu Vorderer, 1992, 1993)

nicht angenommen. Gleiches gilt auch für emotionale Prozesse, die bei den meisten Konzeptualisierungen von räumlichem Präsenzerleben ebenfalls keine oder nur eine vorgeordnete Rolle spielen (vgl. Wirth et al., 2007; Wirth et al., 2012). Die Frage, ob der jeweilige Zustand als generell angenehm bezeichnet werden kann, wurde am deutlichsten von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement positiv beantwortet, unter anderem durch die Einbeziehung von Flow. Doch auch räumliches Präsenzerleben wird von manchen Forschern und Forscherinnen mit Unterhaltung und Flow in Verbindung gebracht (z.B. Jin, 2011; Jin, 2012).

Die Konstrukte unterscheiden sich auch darin, ob Persuasionseffekte als Folgen des Rezeptionserlebens beschrieben wurden. Da Involvement ursprünglich aus der Einstellungsforschung und der Konsumentenpsychologie kommt, ist es ein zentrales Konstrukt, wenn es um die Erklärung von Einstellungsänderung aufgrund von Überzeugungskommunikation geht. Transportation beziehungsweise Narrative Engagement sind zwei wichtige Konstrukte zur Erklärung von Persuasion durch Narration. Bei räumlichem Präsenzerleben werden in der Regel keine Persuasionseffekte sondern Wirkungen auf andere Konstrukte (z.B. Aggression: z.B. Ivory & Kalyanaraman, 2007) untersucht.

Hinsichtlich der Operationalisierung der Konstrukte ist die Spannbreite sehr groß (siehe dazu auch Kap. 4.). In der wechselreichen Geschichte der Involvementforschung kam bislang ein nicht unerheblicher Teil der in der Psychologie bekannten Messverfahren zum Einsatz. Bereits Krugman (1965a; 1966a; 1966b; 1971) setzte zum Beispiel mit Augenbewegungsmessung, Thinking aloud, Thought listing und psychophysiologischen Verfahren eine große Bandbreite ein (vgl. Kap. 4.1.). Während in der Forschung zum ELM vor allem experimentelle Designs ohne Messung des Involvements bevorzugt wurden (z.B. Petty, Wells & Brock, 1976; vgl. Petty & Cacioppo, 1986), wurde in der Konsumenten- und Rezeptionsforschung auf postrezeptive Fragebogen gesetzt (z.B. Cho & Boster, 2005;

Goldsmith & Emmert, 1991; Munson & McQuarrie, 1987; Perse, 1990b; Zaichkowsky, 1985, 1994). In der Forschung zu räumlichem Präsenzerleben herrscht methodische Vielfalt. So wurden einige rezeptionsbegleitenden Messmethoden wie etwa Augenbewegungsmessung, Real Time Response Measurement (RTR), Thinking aloud, psychophysiologische und auf Reaktionszeitmessungen basierende Verfahren eingesetzt (z.B. Böcking et al., 2008; IJsselsteijn et al., 1998; vgl. IJsselsteijn, Ridder, Freeman & Avons, 2000; siehe Kap. 4.1. und Kap. 4.2.2.). Außerdem gibt es einige Skalen zur postrezeptiven Messung von räumlichen Präsenzerleben, die trotz der beschriebenen Dichotomie des Konstrukts kontinuierlich und mehrdimensional sind (z.B. Lessiter, Freeman, Keogh & Davidoff, 2001; Schubert, 2003; Witmer, Jerome & Singer, 2005; Witmer & Singer, 1998; Wirth et al., 2008; vgl. Schuemie, van der Straaten, Krijn & van der Mast, 2001). In Bezug auf die Vielfalt der empirischen Zugänge stellen Transportation und Narrative Engagement in dieser Reihe noch eine Ausnahme dar. Von wenigen Beispielen abgesehen (siehe Kap. 4.2.1.) herrschen Studien mit postrezeptiven Befragungen in der Forschung zu diesen Konstrukten vor. Dies kann als Forschungslücke bezeichnet werden.

Bei allen Unterschieden zwischen den vier Konstrukten ist es trotzdem in engen Grenzen möglich, Forschungsergebnisse über ein Konstrukt auf ein anderes zu übertragen. Es konnte zum Beispiel gezeigt werden, dass ein größerer Bildschirm zu stärkerem räumlichen Präsenzerleben führt (Lombard et al., 2000). Auch wenn die Theorie und die Forschung zu Transportation eher die Eigenschaften der Geschichte betont und technische Parameter meist nicht beachtet, lässt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit annehmen, dass ein Spielfilm, der auf einer großen Kinoleinwand gezeigt wird, größere Immersion und stärkere Transportation ermöglicht als derselbe Film, der auf einem kleinen Fernseher in schlechter Qualität vorgeführt wird (vgl. Garsoffky et al., 2012).

## 2.6. Überlegungen zum weiteren Vorgehen

In diesem Kapitel sollen einige Erkenntnisse für das weitere Vorgehen aufgeführt werden, die sich aus den bisherigen Darstellungen ableiten lassen. Zunächst soll auf den Begriff des Rezeptionserlebens eingegangen werden. Dieser rückt die subjektive Bedeutung der Rezeption für den Rezipienten beziehungsweise die Rezipientin in den Fokus der Betrachtung. Er diene bislang als Überbegriff für die sich zum Teil stark überschneidenden Konzepte wie Involvement, Transportation, Narrative Engagement und räumliches Präsenzerleben. In der vorliegenden Arbeit geht es jedoch vor allem um das Erleben bei der Rezeption *narrativer* audiovisueller Medieninhalte. Transportation und Narrative Engagement sind die wichtigsten Theorien der Medienpsychologie, wenn es um die Beschreibung des Rezeptionserlebens bei *narrativen* Medieninhalten geht. Deshalb wird im Weiteren der Begriff Rezeptionserleben meist in einem engen Sinne gebraucht und soll nur Transportation und Narrative Engagement umfassen.

Folgend werden Überlegungen zum weiteren empirischen Vorgehen dargestellt. Diese betreffen die Parallelisierung von Experimentalgruppen, die Skalen zur Messung des Rezeptionserlebens und die Auswahl der Stimulustexte.

### 2.6.1. Parallelisierung

Um personenbezogene Störvariablen zu kontrollieren, wurden in den kommenden Studien mit Unterschiedshypothesen die Versuchspersonen so den Experimentalbedingungen zugeteilt, dass ihre Auswahlwahrscheinlichkeit für alle Gruppen gleich groß war. Um zu verhindern, dass die Randomisierung bei kleinen Gruppen nicht das gewünschte Ergebnis liefert, werden die Gruppen parallelisiert (vgl. z.B. Bortz & Döring, 2009). Als wichtige Determinanten für Transportation und Narrative Engagement haben sich Need for Affect (Annäherungsfacette), Transportability und Absorption erwiesen (siehe Kap. 2.2.1.). Das

deutschsprachige Instrument zu Absorption (Ritz & Dahme, 1995) ist gut ausgearbeitet, aber mit 34 Items sehr lang. Es kommt in Studie 1 zum Einsatz. Die nicht minder gut ausgearbeitete deutsche Skala zu Need for Affect (Appel, 2008) ist mit 13 Items (nur die Annäherungsfacette) deutlich ökonomischer und wird in den späteren Studien verwendet. Die Parallelisierung erfolgte in den in dieser Arbeit vorgestellten Studien auf Grund der Ränge der Versuchspersonen in der Parallelisierungsvariablen, wie es bei Selg (1969, S. 53) beschrieben wird (vgl. MacGuigan & Diehl, 1995). Eine Ausnahme bildet Studie 3, in der die Versuchspersonen randomisiert den Gruppen zugeteilt wurden.

### *2.6.2. Skalen zur Messung des Rezeptionserlebens*

Es wurde dargestellt, dass sich Transportation und Narrative Engagement theoretisch und empirisch stark überschneiden. Narrative Engagement kann als Weiterentwicklung von Transportation gesehen werden. In den folgenden Studien werden größtenteils beide Skalen verwendet und sowohl die Ergebnisse für Transportation als auch Narrative Engagement berichtet (Studie 2 und Studie 6 als Ausnahmen). Die Narrative-Engagement-Skala ist mit ihren interpretierbaren Subskalen die flexibler einsetzbare, die Verwendung der Transportation-Skala stellt die Anschlussfähigkeit der Ergebnisse an den größeren Forschungskorpus sicher. Durch die hohe Korrelation zwischen diesen beiden Skalen entsprechen sich die Ergebnisse meist (Studien 5a, 5b und 5c als Ausnahmen). Die neue Kurzsкала zu Transportation war zum Zeitpunkt der Erhebungen noch nicht veröffentlicht (Appel et al., im Druck).

### *2.6.3. Auswahl der Stimulustexte*

In dieser Arbeit wird das Rezeptionserleben beim Schauen von audiovisuellen narrativen Stimuli, in anderen Worten Filmen und Serien, untersucht. Diese Stimuli sollen potentiell in der Lage sein, Transportation beziehungsweise Narrative Engagement

auszulösen. Green und Brock (2000) beschrieben als begünstigend für Transportation auf Seiten des Mediums „gut“ konstruierte und glaubwürdige Geschichten. Als Indikatoren für dieses Kriterium wurden Kritiken, Auszeichnungen und Publikumserfolg herangezogen. Aus forschungspragmatischen Gründen sollte der Film allerdings nicht übermäßig bekannt sein, da nur Personen als Versuchsteilnehmer in Frage kommen, die den Film noch nicht gesehen haben. Das Kriterium Publikumserfolg wird deshalb nicht mit Zuschauerzahlen oder Einspielergebnis operationalisiert sondern über positive Publikumsbewertungen. Diese können zum Beispiel der Internet Movie Database (IMDb) entnommen werden, einer Internet-Datenbank, die seit 1990 Informationen zu Filmen, Fernsehserien, Videoproduktionen und Videospiele sammelt. Nutzer können ihre Bewertung zu jedem Film auf einer Skala von einem Stern bis zu zehn Sternen abgeben. Die Filme wurden jeweils von bis zu 1.3 Millionen Nutzern bewertet.

Die Filme sollten außerdem in deutscher Sprache vorliegen, da Filme mit Untertitel zu geringerer Transportation führen (Wissmath, Weibel & Groner, 2009; siehe Kap. 3.1.). Die Filme sollten hinsichtlich der formalen und inhaltlichen Gestaltung nicht sehr außergewöhnlich sein (z.B. kein Zeichentrick, keine komplexe Erzählstruktur sondern klassische Dramaturgie und abgeschlossener Plot), um zumindest eine gewisse Generalisierbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten (siehe Kap. 6.2.2.). Die Filme sollten außerdem frei von übermäßig ekelregenden, gewalthaltigen oder angsteinflößenden Inhalten sein, da die Versuchspersonen den Versuch ansonsten abbrechen könnten.

Das letzte Kriterium betrifft die Länge der Filme. Da die kommenden Studien größtenteils seriell mit Einzelpersonen oder Kleingruppen durchgeführt wurden (Studie 3 und 5 als Ausnahmen), würde ein Film in Spielfilmlänge die Dauer der Erhebung erheblich in die Länge ziehen. Aus diesem Grund wurden für die meisten Studien Kurzfilme oder Serienfolgen gewählt (vgl. z.B. Busselle & Bilandzic, 2009). Da unbekannt ist, wie lange

Rezipienten und Rezipientinnen brauchen, um starke Transportation beziehungsweise Narrative Engagement zu erleben, sollte der Film allerdings nicht zu kurz sein. Die Mindestlänge wurde auf 20 Minuten festgelegt.

Ein Teil der in dieser Arbeit verwendeten Filme wurde in einer Vorstudie vorgetestet. 18 studentische Versuchspersonen bekamen in Kleingruppen nacheinander vier Kurzfilme oder Serienpiloten zu sehen und sollten jeweils anschließend Auskunft über ihre erlebte Transportation und Narrative Engagement geben. Außerdem wurden sie befragt, wie gewalthaltig, ekelerregend, angstausslösend und außergewöhnlich sie ihn einschätzen (Schneider, 2012) und wie gut er ihnen gefallen hat. Die Reihenfolge der Darbietung der Filme wurde variiert. Drei der Filme haben sich als geeignet erwiesen: „Die rote Jacke“ wird in Studie 2 (siehe Kap. 3.2.3.), „Taras Welten“ in den Studien 5a, 5b und 5c (siehe Kap. 4.3.) und „Butterfly Circus“ in Studien 6 und 7 (siehe Kap. 4.4. und Kap. 5.2.) verwendet. Die Filme werden kurz in den jeweiligen Kapiteln beschrieben.

### 3. MANIPULATION DES REZEPTIONSERLEBENS

In diesem Kapitel werden zunächst die verschiedenen Möglichkeiten der Manipulation des Rezeptionserlebens, die in der Vergangenheit bereits angewendet wurden, dargestellt, anhand der entsprechenden Ergebnisse aus den jeweiligen Studien eingeschätzt und in ihrer Eignung für diese Arbeit bewertet. Dabei wird deutlich, dass die meisten Verfahren zur Manipulation mit mehr oder weniger großen Problemen verbunden sind. Anschließend werden zwei Vorschläge gemacht, wie Transportation und Narrative Engagement auf ökonomische Art und Weise manipuliert werden können. Dazu werden die Ergebnisse vier eigener Studien vorgestellt.

Während in anderen Forschungsbereichen die Frage nach experimentellen Manipulationen keine große Aufmerksamkeit mehr erfährt, spielt sie in der Erforschung des Rezeptionserlebens eine gewichtigere Rolle. Dies dokumentieren zwei kürzlich erschienene Meta-Studien (Tukachinsky, 2014; van Laer et al., 2014). Die Relevanz von Manipulationen ergibt sich wie in anderen Bereichen aus den Vorteilen, die experimentelle Pläne bieten, allen voran die hohe interne Validität. Ein Beispiel soll dies verdeutlichen:

Green (2004) untersuchte die Wirkung einer Kurzgeschichte mit einem schwulen Protagonisten auf Einstellungen gegenüber Homosexualität in Abhängigkeit von Transportation. Als wichtige Determinante von Transportation wurde Vorwissen unter anderem in Bezug auf Homosexualität genannt. Vorwissen wurde ausschließlich durch die Frage operationalisiert, ob die Teilnehmer und Teilnehmerinnen in ihrem persönlichen Umfeld Schwule oder Lesben haben. Die geplante Manipulation von Transportation sollte über Instruktionen, sich auf den Text entspannt einzulassen oder ihn kritisch zu beurteilen, erfolgen, war aber nicht erfolgreich. Die Einstellung gegenüber Homosexualität wurde nur nach Lektüre der Kurzgeschichte erfragt. Als Ergebnis wurde berichtet, dass Vorwissen einen positiven Einfluss auf Transportation hat. Außerdem hatten Personen mit stärkerer

Transportation auch positivere Einstellungen. Hier ist allerdings Ursache und Wirkung nicht klar voneinander getrennt. Es ist bekannt, dass Personen, die in engem interpersonalen Kontakt zu Schwulen und Lesben stehen, auch eine positivere Einstellung zu Homosexualität haben (z.B. Herek & Capitano, 1996). Menschen mit positiveren Einstellungen lassen sich wahrscheinlich eher auf einen Text zu diesem Thema ein. Ob nun die positivere Einstellung oder das größere Vorwissen zur stärkeren Transportation führten, konnte damit in dieser Studie nicht abschließend geklärt werden. Nur experimentelle Designs mit randomisierter Zuweisung der Versuchspersonen zu den Gruppen erlauben kausale Schlüsse mit hoher interner Validität (vgl. z.B. Bortz & Döring, 2009). Dazu muss das Rezeptionserleben unabhängig von anderen Variablen manipuliert werden.

Natürlich ist die Frage nach der Manipulation von Transportation oder Narrative Engagement auch inhaltlich interessant. Zum Beispiel basieren einige der Manipulationen darauf, die kognitiven Kapazitäten des Rezipienten oder der Rezipientin einzuschränken, damit dieser oder diese dem Medieninhalt weniger Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Somit können theoretische Annahmen über die Voraussetzungen des Rezeptionserlebens geprüft werden.

In der Forschung zu Transportation und Narrative Engagement wurde bislang eine Vielzahl an Maßnahmen erprobt, um das Rezeptionserleben zu manipulieren (vgl. Tukachinsky, 2014). Zum Beispiel wurde versucht, die Versuchsteilnehmer zu instruieren, sich in den Text hineinzusetzen oder auf Oberflächenmerkmale des Textes zu achten. (z.B. Green & Brock, 2000; siehe Kap. 3.1.). Allerdings war bisher die experimentellen Manipulation von Transportation und Narrative Engagement in vielen Fällen nicht erfolgreich. Tukachinsky (2014, S. 19) führte dazu auf, dass in lediglich 36% der in ihrer Meta-Studie untersuchten Studien signifikante Effekte durch die Manipulationen in der erwarteten Richtung auf Transportation berichtet wurden.

Weiterhin fand Tukachinsky (2014) bei Manipulationen von Transportation bei unterhaltenden Stimuli einen signifikant kleineren durchschnittlichen Effekt (Cohen's  $d = .13$ ) als bei Stimuli mit offensichtlicher Überzeugungsabsicht (Cohen's  $d = .53$ ). Als Grund dafür führte sie Folgendes an: „Typically, media consumers are highly motivated to transport into entertainment messages.... Therefore, it is not surprising that experimental manipulations had relatively little effect on suppressing transportation into such messages“ (S. 26). Außerdem waren die Manipulationsversuche mit geschriebenen Texten als Stimuli (durchschnittliches Cohen's  $d = .34$ ) signifikant erfolgreicher als Versuche bei audiovisuellen Medien (Cohen's  $d = .001$ ; S. 23).

Dieser Umstand ist zunächst erstaunlich: Die meisten Menschen dürften Situationen aus ihrem Alltag kennen, in denen sie sich nicht auf ihren Roman konzentrieren konnten und somit keine Transportation erlebten, weil im Umfeld etwas Ablenkendes passierte. Dies beschrieben auch Green et al. (2004): „A crying baby in a movie theater, distracting noise when one is attempting to read, or other stimuli that attract attention to the real world rather than the media world make transportation difficult or impossible“ (S. 321). Wenn schon solche Kleinigkeiten Transportation beziehungsweise Narrative Engagement verhindern können, müssten diese Prozesse leicht zu manipulieren sein. Die Frage nach geeigneten Manipulationsmöglichkeiten des Rezeptionserlebens, vor allem bei unterhaltenden audiovisuellen Inhalten, kann allerdings noch nicht als gelöst betrachtet werden. Dies kann als zentraler Grund für das anhaltende Interesse gesehen werden.

Doch welche Kriterien können an ein gutes Verfahren zur Manipulation des Rezeptionserlebens angelegt werden? Erstens müsste es wirksam sein, also zuverlässig das Rezeptionserleben in der gewünschten Richtung verändern. Dies sollte idealerweise über die gesamte Dauer der Rezeption hinweg, bei jedem Medium und unabhängig von Rezipienteneigenschaften funktionieren. Zweitens müsste sichergestellt sein, dass nur das

Rezeptionserleben und nichts anderes manipuliert wird, da nur dann intern valide Schlüsse gezogen werden können. Drittens müsste die Manipulation ökonomisch durchgeführt werden können. Nach diesen drei Kriterien werden die bisher veröffentlichten Verfahren im folgenden Kapitel beurteilt.

### 3.1. Stand der Forschung

Tukachinsky (2014, S. 8ff) teilte die Möglichkeiten, Transportation zu manipulieren, in folgende Kategorien ein: motivationale Instruktionen und Ablenkung, Instruktionen zur Perspektivenübernahme, Ähnlichkeit mit dem Protagonisten, metanarrative Informationen und Eigenschaften beziehungsweise Qualität des Stimulus. Die Manipulationen beziehen sich demnach auf textuelle, paratextuelle, situative, medienbezogene und personenbezogene Parameter. Der Stand der Forschung zur Manipulation des Rezeptionserlebens wird in diesem Kapitel nach diesen Parametern geordnet dargestellt.

Die Veränderung des Textes ist eine naheliegende Methode, um das Rezeptionserleben zu manipulieren, schließlich ist eine zentrale Grundlage dafür die Welt der Geschichte, die der Text beschreibt. Die Veränderungen bezogen sich bislang darauf, ob der Protagonist oder die Protagonistin dem Rezipienten oder der Rezipientin ähnlich ist oder nicht (z.B. de Graaf & Hustinx, 2011; McKinley, 2010), ob die Erlebnisse in erster oder dritter Person dargestellt wurde (z.B. Banerjee & Greene, 2012) oder ob der Text von hoher oder niedriger literarische Qualität war (z.B. Koopman, Hilscher & Cupchik, 2012).

Die Effektstärken bei textuellen Manipulationen waren in der Regel klein. Die Ähnlichkeit des Protagonisten beziehungsweise der Protagonistin zum Rezipienten

beziehungsweise zur Rezipientin wirkte sich durchschnittlich mit lediglich Cohen's  $d = .24$ <sup>1</sup> auf Transportation aus (Tukachinsky, 2014). Betrachtet man jedoch nur die Ergebnisse mit unterhaltenden Medieninhalten, so findet man bei drei der vier betrachteten Studien sogar negative Effekte der Ähnlichkeit (de Graaf & Hustinx, 2011; McKinley, 2010; van de Hende, Dahl, Schoormans & Snelders, 2012). Die Erzählperspektive hatte keinen Einfluss auf Transportation (Banerjee & Greene, 2012). Bei den Studien, in denen die literarische Qualität variiert wurde, war eine Einschätzung der Effektstärken nicht möglich (Koopman et al., 2012; Livingston, 2003; vgl. Tukachinsky, 2014).

Bei Manipulation des Textes selbst besteht die Herausforderung darin, nur die gewünschte Veränderung vorzunehmen und die propositionale Struktur des Textes unverändert zu lassen. Unterschiedliche Effekte durch die zwei Textversionen könnten sonst auf den veränderten Inhalt zurückgeführt werden. Ist diese Art Manipulation bei geschriebenen Texten schon schwierig, ist sie bei audiovisuellen Stimuli im Rahmen der meisten Studien nicht zu realisieren: Die typischen Stimuli wie zum Beispiel Spielfilme oder Kurzfilme liegen nicht in mehreren Versionen mit zum Beispiel verschiedenen Schauspielern vor und diese können nicht ohne weiteres hergestellt werden.

Für eine weitere Möglichkeit der Manipulation auf Textebene, die auch bei audiovisuellen Stimuli durchführbar ist, wurden die Sequenzen eines Textes getrennt und in einer neuen Reihenfolge zusammengesetzt oder sogar Sequenzen entfernt (z.B. Boyan, 2006;

---

<sup>1</sup> Zur Einschätzung der Größe der Effekte in Anlehnung an Cohen (1988) folgende Intervalle verwendet: Cohen's  $d \leq .10$ : kein Effekt, Cohen's  $d \leq .40$ : kleiner Effekt, Cohen's  $d \leq .70$ : mittlerer Effekt, Cohen's  $d > .70$ : großer Effekt. Cohen's  $d$  wird in der vorliegenden Arbeit für eine optimale Vergleichbarkeit für *alle* Mittelwertsunterschiede als Effektstärkemaß berichtet.

Brechman, 2010; Brookes, 2010; Wang & Lang, 2012). Das Ziel war dabei meist, den Aufbau eines kohärenten Situationsmodells zu behindern oder zu erschweren.

Hier schwankten die Effektstärken der von Tukachinsky untersuchten Studien stark von keinem Effekt (Cohen's  $d = .15$ ) bis hin zu einem großen Effekt (Cohen's  $d = 1.09$ ). Allerdings wurde dadurch die propositionale Struktur des Textes in jedem Fall verändert. Das betrifft die zeitliche Struktur und Kausalitäten der Narration, und die Ziele und Motive der handelnden Personen können unverständlich werden. Entstandene Leerstellen werden von den Rezipienten und Rezipientinnen unkontrolliert durch Inferenzen gefüllt (vgl. Zwaan et al., 1995). Verminderte Persuasionseffekte können somit nicht zwingend auf die verringerte Transportation zurückgeführt werden. Es ist nicht auszuschließen, dass sie dadurch entstehen, dass die Rezipienten und Rezipientinnen den Text gar nicht oder ganz anders verstanden haben. Insgesamt ist die Manipulation von Transportation durch die Veränderung des Stimulus sehr schwer durchführbar. Sie ist allerdings unerlässlich, wenn man den Einfluss von Stimuluseigenschaften untersuchen will.

Paratextuelle Eigenschaften sind sehr einfach zu manipulieren. Hierbei handelt es sich zum Beispiel um Aussagen über den Wahrheitsgehalt von Geschichten (fiktiv vs. real; Appel & Maleckar, 2012; Argo, Zhu & Dah, 2008; Caputo & Rouner, 2011; Green & Brock, 2000) oder über die Evaluation des Textes anderer (Shedlosky-Shoemaker, Costabile, DeLuca & Arkin, 2011). Diese zusätzlichen Informationen werden vor der Rezeption schriftlich oder mündlich gegeben und lassen den eigentlichen Text unberührt.

Paratextuelle Informationen hatten einen kleinen durchschnittlichen Effekt auf Transportation (Cohen's  $d = .36$ ; Tukachinsky, 2014). Allerdings schwankten auch hier die Effektstärken von Studie zu Studie stark. Einen unerheblichen Einfluss scheint zu haben, ob die Geschichte den Rezipienten oder Rezipientinnen als fiktive oder wahre Begebenheit präsentiert wird (Appel & Maleckar, 2012; Caputo & Rouner, 2011; Green & Brock, 2000).

Wenn jedoch eine Täuschungsabsicht des Autoren oder der Autorin impliziert wurde, waren die Effekte deutlich größer (Appel & Maleckar, 2012; Argo et al., 2008). In den Studien von Shedlosky-Shoemaker et al. (2011), in denen fiktive positive und negative Bewertungen des Stimulus anderer Rezipienten eingesetzt wurden, wurden mittlere Effektstärken von Cohen's  $d > .45$  gefunden.

Durch die einfache Implementierbarkeit in unterschiedlichen Settings (online und offline, jede Art von Stimulus) sind paratextuelle Verfahren, abgesehen von der unzuverlässigen fiktiv-real-Unterscheidung, eine interessante Möglichkeit, Transportation zu manipulieren. Um auszuschließen, dass die Versuchspersonen die zusätzlichen Informationen unglaublich finden, müssen sie vorgetestet werden.

Situative und medienbezogene Manipulationen zielen darauf ab, eine weniger optimale Rezeptionssituation zu schaffen, indem zum Beispiel die Qualität der Darstellung reduziert wird (z.B. Ivory, 2005; Zwarun & Hall, 2012) oder eine unangenehme und ablenkende Umgebung gestaltet wird (Garsoffky et al., 2012). Untertitelungen führen im Gegensatz zu Synchronisierungen von Filmen zu weniger Transportation, da das Lesen eine zusätzliche kognitive Belastung für die Rezipienten und Rezipientinnen darstellt und diese stärker erschöpft (Marleau, 1982; Sohl, 1989; Wissmath et al., 2009). Die Effekte dieser Manipulationen hatten eine mittlere Größe und lagen zwischen Cohen's  $d = .41$  und Cohen's  $d = .74$  (z.T. Tukachinsky, 2014). Die Maßnahmen sind allerdings mit etwas erhöhtem Aufwand verbunden, wenn der Laborraum dafür umgestaltet werden muss oder zwei qualitativ unterschiedliche Darbietungen vorgehalten werden müssen.

Mit personenbezogenen Manipulationen sind Maßnahmen gemeint, bei denen die Versuchsteilnehmer und -teilnehmerinnen instruiert werden, sich in einer bestimmten Art und Weise dem Text zu nähern. Verbreitet sind Instruktionen, auf Oberflächenmerkmale des Textes zu achten (z.B. de Graaf, Hoeken, Sanders & Beentjes, 2009; Green & Brock, 2000;

So, 2012; Tisinger, 2004; Zhang, Hmielowski & Busselle, 2007), den Text beziehungsweise die Protagonisten kritisch zu betrachten (z.B. Appel, 2011; Escalas, 2007; Shedlosky, 2010), eine weitere Aufgabe gleichzeitig mit der Rezeption durchzuführen (z.B. Argo et al., 2008) oder sich in die Erzählwelt (bzw. das Produkt) hineinzudenken (z.B. Escalas, 2004, 2007; van de Hende et al., 2012).

In relativ vielen von Tukachinsky betrachteten Studien wurde versucht, auf diese Art Transportation zu manipulieren. Die große Zahl von 20 Studien mit Instruktionen kann wohl damit erklärt werden, dass diese leicht in den Versuchsablauf zu implementieren sind. Die Ergebnisse sind in diesem Bereich allerdings sehr uneinheitlich: In drei der Studien wurden Effekte berichtet, die entgegen der erwarteten Richtung sind. Zwölf der Studien hatten nicht signifikante Effekte oder Effekte, die kleiner oder gleich Cohen's  $d = .40$  sind. Lediglich in fünf der Studien wurden mittlere oder große Effekte durch die Instruktionen gefunden. Von diesen fünf wurden die Versuchspersonen bei drei Studien instruiert, sich auf Oberflächenmerkmale des Textes zu konzentrieren (also z.B. auf Grammatik- oder Interpunktionsfehler oder unnötige Sätze: de Graaf et al., 2009; auf die Kameraführung oder die Schnitte bei einem Film: Tisinger, 2004). Bei den beiden anderen Studien wurden die Versuchspersonen instruiert, sich in den Protagonisten hineinzuversetzen (Balakrishnan & Sundar, 2011; van de Hende et al., 2012).

Für die Wirksamkeit von Instruktionen scheint die konkrete Ausgestaltung wichtig zu sein. Sie sind nur wirksam, wenn die Rezipienten und Rezipientinnen über den gesamten Zeitverlauf der Rezeption an ihre Aufgabe erinnert werden, da sie sich ansonsten der interessanten Welt der Geschichte zuwenden. Als Beispiel hierfür sollen Green und Brock (2000) aufgeführt werden: Green und Brock setzten in zwei ihrer Studien Instruktionen ein, um Transportation zu manipulieren. In der ersten Studie sollten die Versuchspersonen beim Lesen einer Kurzgeschichte entweder sich in die Protagonistin hineinversetzen („Theater“-

Bedingung) oder auf Worte achten, die ein Viertklässler beziehungsweise eine Viertklässlerin nicht versteht („Viertklässler/Viertklässlerin“-Bedingung). Die Anweisungen wurden einmalig wiederholt. Obwohl der Manipulation-Check erfolgreich war, unterschieden sich die Gruppen nicht signifikant bezüglich Transportation. Allerdings gab es auch keine Unterschiede hinsichtlich der Erinnerung an Inhalte der Kurzgeschichte, was als Hinweis gewertet wurde, dass die Verarbeitung nicht beeinträchtigt wurde. Als Begründung für das Scheitern der Manipulation wurde angegeben, dass die Anziehungskraft der Geschichte stärker war als die Instruktion: „It appeared that the power of the narrative text, for some readers, overwhelmed task intentions“ (S. 710). Deshalb wurde in einem weiteren Experiment die Manipulation verstärkt: Unter anderem wurden die Versuchspersonen auf jeder Seite der Kurzgeschichte nochmals auf die Instruktion hingewiesen und aufgefordert zu bestätigen, ob man diese auch verstand. Dieses Mal hatte die Instruktion den gewünschten Effekt: Die Versuchspersonen in der „Viertklässler/Viertklässlerin“-Bedingung waren schwächer transportiert als die in der „Theater“-Bedingung (Cohen's  $d = .34$ ). Allerdings konnten sich die Versuchspersonen in der „Viertklässler/Viertklässlerin“-Bedingung signifikant schlechter an Details der Kurzgeschichte erinnern als die in der „Theater“-Bedingung.

In einer weiteren Studie wurde dieses Prinzip auf audiovisuelle Stimuli übertragen (Tisinger, 2004): Die Versuchspersonen sollten über die gesamte Dauer eines Serienausschnitts auf einem Auswertungsbogen festhalten, erstens wie viele schlechte Schnitte sie wahrnahmen, zweitens wie viele „Close-ups“ es gab, drittens wie viele Worte sie bemerkten, die ein Sechst- bis Achtklässler beziehungsweise -klässlerin nicht versteht, und viertens wie viele Szenen sie für unglaubwürdig hielten. Diese im Vergleich zu Green und Brock (2000) vierfache Belastung führte zu einem großen Effekt auf Transportation (Cohen's  $d = .88$ ). Allerdings erinnerten sich die Versuchspersonen in der Low-Transportation-Gruppe bei dieser Studie ebenfalls schlechter an die Inhalte des Serienausschnitts. Es lässt sich

annehmen, dass sie so sehr durch ihre Sekundäraufgaben abgelenkt waren, dass sie der Geschichte schlechter beziehungsweise gar nicht mehr folgen konnten. Hier ergibt sich das gleiche Problem wie bei den Manipulationen auf textueller Ebene: Es ist unklar, ob die verringerten Persuasionseffekte dadurch entstanden sind, dass die Versuchspersonen dem Stimulus nicht oder anders verstanden haben oder tatsächlich dadurch, dass sie weniger transportiert waren.

### *3.1.1. Fazit und Herleitung der Fragestellung*

Für den Aufbau eines experimentellen Paradigmas sind Manipulationen fundamental wichtig. Insgesamt betrachtet zeigt die Zusammenstellung im vorhergehenden Kapitel allerdings, dass die Forschung zur Manipulation von Transportation sehr gemischte Ergebnisse hervorgebracht hat. Zum Teil führten selbst sehr ähnliche Maßnahmen in verschiedenen Studien zu sehr unterschiedlichen Effektstärken. Außerdem wurde bislang in den seltensten Fällen untersucht, ob die Wirksamkeit der Manipulationen von Persönlichkeitsvariablen abhängt. Weiterhin sind Manipulationen problematisch, die tief in den Text eingreifen oder den Rezipienten oder die Rezipientin so stark ablenken, dass die Rezeption auf basaler Ebene gestört wird, da dadurch die interne Validität gefährdet ist. Green & Brock (2000) fordern deshalb: Manipulationen „must leave the original text intact and must not cause gross reductions in recall“ (S. 720).

Die bislang vorgestellten Manipulationen produzierten tendenziell nur kleine bis mittlere Effektgrößen. Die Maßnahmen dürfen folglich nicht zu marginal sein, um den erwünschten Effekt zu erreichen. Diese Gratwanderung stellt die zentrale Herausforderung bei der Entwicklung neuer Verfahren zur Manipulation des Rezeptionserlebens dar.

In dieser Arbeit soll deshalb eine Manipulation entwickelt werden, welche die bisherigen Probleme nicht mit sich bringt. Sie soll den Medieninhalt unverändert lassen, mit jedem Medium einsetzbar, ökonomisch durchführbar und in ihrer Wirksamkeit weitestgehend

unabhängig von Persönlichkeitsvariablen sein. Als prinzipiell interessant haben sich Manipulationen von (bestimmten) paratextuellen und situativen Merkmalen erwiesen. Sie produzierten in der bisherigen Forschung mindestens mittlere Effektgrößen und sind auch bei audiovisuellen Stimuli ökonomisch einzusetzen. Im Folgenden sollen vier Studien vorgestellt werden, in denen zwei Möglichkeiten zur Manipulation des Rezeptionserlebens geprüft werden, eine situative und eine paratextuelle. Sie basieren auf der Induzierung einerseits von objektiver Selbstaufmerksamkeit und andererseits von positiven beziehungsweise negativen Erwartungen. Hierbei sollen auch Interaktionen mit Persönlichkeitsvariablen beachtet werden.

### 3.2. Selbstaufmerksamkeit und Rezeptionserleben – Studien 1 und 2

In diesem Kapitel wird die Induzierung von objektiver Selbstaufmerksamkeit sowohl als Möglichkeit zur gezielten Manipulation von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement als auch als Gefahr beim Einsatz von rezeptionsbegleitenden Messmethoden diskutiert. Objektive Selbstaufmerksamkeit beschreibt einen mentalen Zustand, in dem eine Person ihre Aufmerksamkeit auf das eigene Selbst lenkt. Sie kann damit als konkurrierender Prozess gegenüber Transportation beziehungsweise Narrative Engagement gesehen werden, deren wichtiger Bestandteil die Lenkung der Aufmerksamkeit weg von der Realität und vom Selbst hin zur narrativen Welt der Geschichte darstellt. Typische Methoden zur Induzierung von objektiver Selbstaufmerksamkeit sind das Aufstellen von Spiegeln oder Kameras. Hier ergeben sich eine Möglichkeit und eine Gefahr:

- Das Aufstellen von Spiegeln wäre eine ökonomische Art und Weise, Transportation beziehungsweise Narrative Engagement gezielt zu manipulieren.
- Auch wenn das Aufstellen von Kameras eine beliebte und verbreitete Methode ist, um das Verhalten von Rezipienten während der Rezeption zu beobachten, könnte es das Rezeptionserleben stören.

Im Folgenden wird zunächst näher auf das Konstrukt der Selbstaufmerksamkeit eingegangen. Anschließend werden zwei Studien vorgestellt und diskutiert, in denen der Einfluss von objektiver Selbstaufmerksamkeit auf das Rezeptionserleben näher untersucht wurden. Es zeigte sich, dass das Aufstellen von Spiegeln keine geeignete Methode zur Manipulation des Rezeptionserlebens ist. Jedoch konnte festgestellt werden, dass der Einsatz von Kameras keine Gefährdung des Rezeptionserlebens mit sich bringt.

### *3.2.1. Theorie der Selbstaufmerksamkeit*

Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit wurde von Duval und Wicklund (1972) eingeführt. Sie unterscheidet zwischen objektiver und subjektiver Selbstaufmerksamkeit, die als sich ausschließende Zustände beschrieben werden. Im Zustand der subjektiven Selbstaufmerksamkeit richtet das Individuum seine Aufmerksamkeit auf äußere Reize aus, im Falle von objektiver Selbstaufmerksamkeit wird sie auf das eigene Selbst, die eigenen Normen und Werte gelenkt. Eine Folge von objektiver Selbstaufmerksamkeit ist, dass Personen die Diskrepanz zwischen ihrem Verhalten und ihren Standards und Normen deutlich wird und sie versuchen, entweder ihr Verhalten an ihren Standards und Normen auszurichten, oder die Situationen, die objektive Selbstaufmerksamkeit auslösen, zu vermeiden.

In der umfangreichen Forschung zur Theorie der Selbstaufmerksamkeit sind experimentelle Designs vorherrschend. Es wurden zahlreiche Methoden entwickelt, um Selbstaufmerksamkeit zu manipulieren. Die meisten basieren darauf, die Versuchsteilnehmer mit Aspekten ihres Selbst zu konfrontieren. Ein klassisches Feldexperiment von Beaman (1979) zeigte beispielsweise, dass das Anbringen von Spiegeln ausreichte, um objektive Selbstaufmerksamkeit auszulösen. In diesem Experiment stahlen Kinder an Halloween weniger Süßigkeiten aus einer Schale, wenn dahinter ein Spiegel aufgestellt war. Andere Methoden, die auf dem gleichen Mechanismus beruhen, sind beispielsweise das Vorspielen der eigenen Stimme (Ickes, Wicklund & Ferris, 1973) oder das Ausfüllen eines

autobiographischen Fragebogens (Duval, Duval & Neely, 1979). Als weitere wirksame Methode erwies sich das Aufstellen von Kameras (Duval, Duval & Mulilis, 1992; Federoff & Harvey, 1976).

Im Gegensatz zu der Vielzahl an Manipulationsmethoden gibt es bis heute keine Skala, um Selbstaufmerksamkeit als State zu erfassen. Als Grund dafür wurde angegeben, dass Selbstaufmerksamkeit der Introspektion unzugänglich ist (vgl. Carver, 2012). Das Fehlen von standardisierten Messmethoden macht es schwierig, einen Manipulation-Check durchzuführen. Eine Möglichkeit ergibt sich aus der Arbeit von Duval und Wicklund (1973): Sie wiesen nach, dass objektiv selbstaufmerksame Personen sich selbst eher als Verursacher eines Ereignisses sehen als subjektiv selbstaufmerksame Personen, sie also einen internen Locus of Control haben. Attributionen sind abfragbar, zum Beispiel indem man die Versuchsteilnehmer in Bezug auf hypothetischen Situationen befragt, wie sehr sie sich selbst verantwortlich sehen.

### *Selbstaufmerksamkeit und Rezeptionserleben*

Obwohl Selbstaufmerksamkeit ein prominentes Konzept der Sozialpsychologie ist, gibt es bislang nur wenige Studien, die sie in Zusammenhang mit Medienrezeption untersuchen (z.B. in Zusammenhang mit computervermittelter Kommunikation: Sassenberg, Boos & Rabung, 2005; oder in Zusammenhang mit Pornographie: Gibbons, 1978). Eine Überschneidung zwischen Konzepten des Rezeptionserlebens und (subjektiver) Selbstaufmerksamkeit ist jedoch erkennbar: Sowohl Transportation als auch Narrative Engagement wurden derart beschrieben, dass die ganze Aufmerksamkeit einer Person auf den medialen Reiz gerichtet wird: „all mental systems and capacities become focused on events occurring in the narrative“ (Green & Brock, 2000, S. 701, siehe Kap. 2.2.2.). Die Entfernung des Rezipienten vom eigenen Selbst wurde zudem als eine mögliche Erklärung für die Persuasionseffekte, die während Transportation auftreten, angenommen: „under high

transportation, the individual may be distanced temporarily from current and previous schemas and experiences“ (Green & Brock, 2000, S. 702; siehe Kap. 2.2.2.). Transportation und Narrative Engagement gleichen in diesen beiden Eigenschaften subjektiver Selbstaufmerksamkeit. Da die Theorie der Selbstaufmerksamkeit vorsieht, dass subjektive und objektive Selbstaufmerksamkeit sich ausschließende Zustände sind, lässt sich auch annehmen, dass objektive Selbstaufmerksamkeit ein zu Transportation und Narrative Engagement konkurrierender Zustand ist und das Eintauchen in einen Medieninhalt erschwert, wenn nicht gar vollständig verhindert.

#### *Objektive Selbstaufmerksamkeit und Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept*

Die Beziehungen zwischen Selbstaufmerksamkeit und Rezeptionserleben muss durch die Berücksichtigung der Variable Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept erweitert werden. Denn vor allem bei negativem Selbstkonzept ist objektive Selbstaufmerksamkeit und damit die Beschäftigung mit sich selbst aversiv. Betroffene Personen fühlen sich in Folge niedergeschlagener (Phillips & Silvia, 2005). Sie können dann entweder ihr Verhalten anpassen oder versuchen, die objektive Selbstaufmerksamkeit auslösende Situation zu vermeiden (Duval & Wicklund, 1972). Meist ist es einfacher, der entsprechenden Situation zu entgehen. Medienkonsum könnte eine solche Vermeidungsstrategie darstellen: Moskalkenko und Heine (2003) zeigten, dass Probanden und Probandinnen ihre Stimmung verbessern konnten, wenn sie bei bedrohtem Selbstkonzept Situationen, die objektive Selbstaufmerksamkeit auslösen, durch Fernsehschauen vermeiden konnten. Es lässt sich also annehmen, dass diese Personen den medialen Stimulus dazu genutzt haben, dem aversiven Zustand der Beschäftigung mit der Realität und sich selbst zu entgehen.

In der Medienpsychologie und Kommunikationswissenschaft wird der Vorgang der Realitätsflucht durch Medienkonsum unter dem Stichwort Eskapismus (z.B. Herzog, 1940, 1941, 1944; Pearlin, 1959; siehe Kap. 2.2.2.) diskutiert. Gerade unterhaltende Medieninhalte

sind häufig dem Vorwurf ausgesetzt, den Zuschauern zur Flucht in Traumwelten zu verhelfen und eine „narkotisierende Dysfunktion“ (Schenk, 2007, S. 682) zu besitzen, anstatt tatsächliche Hilfe bei Problemen zu bieten. Transportation und Narrative Engagement beschreiben in diesem Sinne die Reise in eine narrative Welt, weg von der (unangenehmen) Realität: „Individuals transported into a narrative world not only leave the real world behind, but they likely leave their worries and public self-consciousness behind as well“ (Green & Brock et al., 2004, S. 317). Es lässt sich annehmen, dass narrative Filme oder Serien genau die Ablenkung bieten, die Personen mit bedrohtem Selbstkonzept in objektive Selbstaufmerksamkeit auslösenden Situationen suchen, und somit dem Selbstkonzept eine moderierende Rolle in der Beziehung zwischen objektiver Selbstaufmerksamkeit und Rezeptionserleben zukommt.

#### *Herleitung der Forschungsfragen*

Die einfache Induzierbarkeit von objektiver Selbstaufmerksamkeit weist auf eine ökonomische Möglichkeit der Manipulation von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement hin: Das Aufstellen von Spiegeln wäre ohne großen Aufwand und in vielen unterschiedlichen Rezeptionssituationen möglich. Ein weiterer Vorteil wäre, dass bei Spiegeln, die über die gesamte Zeitdauer der Rezeption sichtbar sind, geringere Wear-Out-Effekte zu erwarten wären, als zum Beispiel bei Instruktionen, die von Versuchspersonen oft übergangen werden (siehe Kap. 3.1.). Die erste Forschungsfrage lautet demnach:  
Beeinträchtigt das Aufstellen von Spiegeln das Rezeptionserleben?

Dass sich objektive Selbstaufmerksamkeit so leicht auslösen lässt, könnte jedoch auch unerwünschte Folgen haben: Das Aufstellen von Kameras, das wie oben genannt zu den Standardtechniken zur Induzierung von objektiver Selbstaufmerksamkeit gehört, ist eine in Beobachtungsstudien häufig angewandte Methode und wird in dieser Arbeit auch in Studie 7 verwendet. Beobachtungsstudien per Kamera haben im Vergleich zur direkten Beobachtung

vor allem zwei Vorteile: Erstens können Kameraaufnahmen zu einer höheren Güte der Beobachtung führen. Zum Beispiel können die angefertigten Aufnahmen von mehreren Beobachtern codiert und unklare Stellen wiederholt oder in niedriger Geschwindigkeit abgespielt werden. Zweitens wird angenommen, dass eine Kamera weniger störend ist als persönlich anwesende Beobachter (vgl. Gehrau, 2002). Ob die Störung auch im Hinblick auf das Rezeptionserleben unerheblich ist, ist bislang nicht erforscht. Somit lautet die zweite Forschungsfrage: Beeinträchtigt das Aufstellen von Kameras das Rezeptionserleben? Den beiden Forschungsfragen wird in den folgenden beiden Studien nachgegangen. Es wurde außerdem dargestellt, dass die Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept das Verhalten in objektive Selbstaufmerksamkeit auslösenden Situationen beeinflussen kann. Die zweite Studie betrachtet deshalb zusätzlich die dritte Forschungsfrage: Moderiert die Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept die Wirkung von objektiver Selbstaufmerksamkeit auf das Rezeptionserleben?

In der weiterführenden Literatur zur Selbstaufmerksamkeit findet sich ein Hinweis, dass Kameras und Spiegel eine unterschiedliche Wirkung haben könnten: Fenigstein, Scheier und Buss (1975; siehe auch Buss, 1980; für die Kritik Wicklund & Gollwitzer, 1987) entwickelten das Selbstaufmerksamkeitskonzept weiter. Ihr Fokus lag auf Selbstaufmerksamkeit als Trait, doch gingen sie weiterhin davon aus, dass Selbstaufmerksamkeit induziert werden kann. Sie unterschieden zwei Arten objektiver Selbstaufmerksamkeit, private und öffentliche Selbstaufmerksamkeit: „Private self-consciousness consists of attending to one’s thoughts, feelings, and motives. Public self-consciousness consists of attending to oneself as a social object“ (Scheier, Buss & Buss, 1978, S. 133). Bei privater Selbstaufmerksamkeit ist aversiv, wenn der Selbstwertes aufgrund der eigenen Unzufriedenheit mit dem Selbst bedroht ist. Für Personen, die öffentlich selbstaufmerksam sind, ist es aversiv, wenn ihr Selbstwert von „außen“ bedroht wird, zum

Beispiel wenn sie Zurückweisung von anderen Personen erfahren. Buss (1980) ging davon aus, dass Spiegel private Selbstaufmerksamkeit auslösen: „When you gaze into a mirror, you should become aware of the private, unshared aspects of yourself“ (S. 19). Kameras jedoch lösen öffentliche Selbstaufmerksamkeit aus: „Those who are being examined by the lens of a camera are acutely aware of how they appear to others“ (S. 30). Öffentliche Selbstaufmerksamkeit, ausgelöst durch eine Kamera, sollte in einem Setting, in dem Personen keine Zurückweisung von anderen Personen zu befürchten haben, keine Rolle spielen und kein Vermeidungsverhalten bei negativem Selbstkonzept provozieren.

### 3.2.2. Studie 1

Studie 1 soll die ersten beiden Forschungsfragen im vorangegangenen Kapitel beantworten. Das Laborexperiment wurde mit  $N = 100$  Versuchspersonen durchgeführt und hat ein 2 (Spiegel vs. keine Spiegel) x 2 (Kamera vs. keine Kamera)-between-subject-Design mit parallelisierten Gruppen. Mit Spiegeln und einer Kamera sollte objektive Selbstaufmerksamkeit ausgelöst werden. Um Unterschiede in der Fähigkeit, transportiert zu werden, zu kontrollieren, wurden die Gruppen nach der Variable Trait Absorption (siehe Kap. 2.2.1.) parallelisiert (siehe Kap. 2.6.1.). Die abhängigen Variablen waren Transportation und Narrative Engagement.

#### *Hypothesen*

Die Hypothesen von Studie 1 lassen sich aus den ersten beiden Forschungsfragen ableiten. Die erste Alternativhypothese ist, dass das Aufstellen von Spiegeln das Rezeptionserleben beeinträchtigt. Die zweite Alternativhypothese ist, dass das Aufstellen von Kameras das Rezeptionserleben beeinträchtigt. Dabei ist zu beachten, dass die zweite Hypothese und ihre Nullhypothese einer Äquivalenz-Testung (Bortz & Döring, 2009; Klemmert, 2004) unterzogen werden, da nachgewiesen werden soll, dass der Effekt durch

Kameras unbedeutend ist. Solche Testungen werden unternommen, wenn die Nullhypothese die „Wunsch“-hypothese (Bortz & Schuster, 2010, S. 146; Bortz & Döring, 2009, S.651; Klemmert, 2004, S.2) ist und der  $\beta$ -Fehler, also die fälschliche Annahme, dass kein Effekt existiert, schwerwiegendere Folgen nach sich ziehen würde als der  $\alpha$ -Fehler. Im Normalfall ist der  $\alpha$ -Fehler der kritischere. Beispielsweise wäre der vermeintliche Nachweis einer tatsächlich nicht existenten Wirkung einer teuren Kommunikationskampagne mit hohen Folgekosten verbunden. Im vorliegenden Fall allerdings wäre die Entdeckung eines Effektes durch die Kamera auf das Rezeptionserleben, den es eigentlich nicht gibt ( $\alpha$ -Fehler), weniger weitreichend. Sie würde dazu führen, dass Kameras nur verdeckt und insgesamt vorsichtiger eingesetzt würden. Wenn jedoch der  $\beta$ -Fehler begangen würde, würden in der zukünftigen Forschung Kameras sorglos verwendet werden, obwohl diese die Gültigkeit der Aussagen der Studien gefährden könnten.

Allgemein lässt sich sagen, dass beim üblichen Vorgehen der Signifikanztestung eine abgelehnte Alternativhypothese „kein brauchbarer Beleg für die Gültigkeit von  $H_0$  ist“ (Klemmert, 2004, S. 1; vgl. auch Bortz & Döring, 2009). Selbst wenn also der Effekt der Kamera bei der konventionellen Testung nicht signifikant würde, wäre der Schluss, sie gäbe keinen, unzulässig. Nullhypothesen, die besagen, es existierte *überhaupt kein* Effekt, sogenannte Nil-Nullhypothesen, sind realistisch betrachtet niemals belegbar, da sie als Punkthypothese prinzipiell eine gegen Null gehende Wahrscheinlichkeit haben und eine Maßnahme immer eine Wirkung, und sei sie noch so klein, ausübt (Cohen, 1988; Klemmert, 2004; Murphy, Myers & Wolach, 2014).

Das Vorgehen, das zur Äquivalenztestung vorgeschlagen wird, lässt sich aus dem binären Entscheidungskonzept von Neyman und Pearson (1928, 1933, 1936a, 1936b, vgl. Eid, Gollwitzer & Schmitt, 2010) ableiten und wurde von Cohen (1988) skizziert (vgl. auch Bortz & Döring, 2009; Klemmert, 2004). Anstelle einer Nil-Nullhypothese tritt eine Intervall-

Nullhypothese. Diese unterscheiden sich von Nil-Nullhypothesen dadurch, dass die Grenze zwischen Alternativhypothese und zu verwerfenden Effekten nicht auf Null sondern einen anderen Wert gelegt wird. Es wird also eine Effektstärke definiert, die als Wirkung einer Maßnahme als noch akzeptabel betrachtet wird, und testet diese Intervall-Nullhypothese gegen die Alternativhypothese, dass der Populationseffekt größer als die definierte Effektstärke ist.

Bei einer Äquivalenztestung ist wie bereits dargelegt der Fehler, den es in erster Linie zu vermeiden gilt, der  $\beta$ -Fehler. In inferenzstatistischen Testverfahren kann die Irrtumswahrscheinlichkeit  $\beta$  nicht so einfach festgelegt werden wie die Irrtumswahrscheinlichkeit  $\alpha$ , da  $\beta$  unter anderem von der Größe des Effekts,  $N$  und  $\alpha$  abhängt (vgl. Eid et al., 2010). Da  $\alpha$  bei der Äquivalenztestung meist auf einen höheren Wert festgelegt wird (bis zu  $\alpha = .25$ , vgl. Bortz & Schuster, 2010, S. 146), ist es vor allem die Größe des noch akzeptablen Effekts, welche die Größe der Stichprobe bestimmt. Eine a-priori-Poweranalyse vor der Erhebung ermöglicht es, den nötigen Stichprobenumfang für  $\beta = .05$  bei einer gewissen Größe des Effekts zu ermitteln. Ist für eine bestimmte Fragestellung wichtig, dass auch sehr kleine Effekte sicher gefunden werden und zur Zurückweisung der Intervall-Nullhypothese führen, so steigt das erforderliche  $N$  schnell in Größenordnungen, die in experimentellen Laborstudien mit Einzelerhebungen kaum zu realisieren sind<sup>2</sup>. Deshalb wird in dieser Studie ein Populationseffekt der Kameras von Cohen's  $d = .60$  als noch zu vernachlässigen angesehen. Damit liegt diese noch akzeptable Größe des Effekts etwas über dem Median von noch akzeptablen Effektgrößen bei Äquivalenztestungen in anderen

---

<sup>2</sup> Müsste ein Effekt von Cohen's  $d = .20$  zuverlässig ermittelt werden, so wäre in dieser Studie bei  $\alpha = .20$  und zweiseitiger Testung für eine Power  $(1 - \beta)$  von  $.95$  eine Stichprobengröße von  $N = 858$  Versuchspersonen nötig.

publizierten Studien (Klammert, 2004). Für die durchzuführenden F-Tests mit einem Zählerfreiheitsgrad bei  $\alpha = .20$  und zweiseitiger Testung ist für eine erwartete Power ( $1 - \beta$ ) von .95 eine Stichprobengröße von  $N = 97$  nötig. Mit insgesamt  $N = 100$  Versuchsteilnehmern wurde diese Bedingung in Studie 1 erfüllt. Die a-priori-Power-Analyse wurde mit G\*Power 3.1 durchgeführt.

### *Methode*

#### *Stichprobe.*

Bei den Teilnehmern handelte es sich um Studierende der Psychologie, die in Lehrveranstaltungen rekrutiert und mit Studienleistungspunkten entlohnt wurden. Bei der Analyse der Daten konnte bei einer Person ein Antwortmuster festgestellt werden. Außerdem gaben vier Personen an, das Stimulusmaterial bereits zu kennen. Sie wurden aus den weiteren Analysen ausgeschlossen, so dass von den ursprünglich 105 Personen  $N = 100$  für die Auswertung verblieben. Von den 100 Versuchspersonen waren 12 männlich und 88 weiblich, das Alter lag zwischen 18 und 46 Jahren ( $M_{\text{Alter}} = 22.11$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 4.68$ ).

#### *Material und Versuchsablauf.*

Die Erhebung fand in einem Laborraum der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Dieser wurde mittels Jalousien abgedunkelt und mit einem gemütlichen Sessel ausgestattet, sodass eine möglichst angenehme Rezeptionsatmosphäre entstand. Zum Zeigen des Stimulus wurde ein 40-Zoll-LCD-Fernseher in 150 cm Entfernung zum Sessel aufgebaut.

Die Experimentalbedingungen wurden durch das Aufstellen von Spiegeln und einer Kamera realisiert. In der Spiegelbedingung wurden drei große Spiegel mit jeweils 50 x 120 cm Größe um den Fernseher herum angebracht, so dass sich die Versuchspersonen darin vollständig sehen konnten. In der Kamera-Bedingung wurde eine Webcam, welche die Versuchsteilnehmer mit einer Auflösung von zwei Megapixeln aufzeichnete, auf dem

Fernsehgerät montiert. Das Video der Kamera wurde in das Bild des Fernsehers in der rechten oberen Ecke in einem ca. 15x15 cm großen Bereich eingeblendet. Dies sollte für eine besonders starke Manipulation sorgen und verhindern, dass die Versuchspersonen vergessen oder für unglaubwürdig halten, dass sie aufgezeichnet werden. Um sicher zu stellen, dass die Effekte der Manipulation wirklich auf die Induzierung von Selbstaufmerksamkeit zurückzuführen sind, mussten in den Nicht-Kamera-Bedingungen Inhalte in den Bildschirm eingespielt werden, die eine ebenso große Fläche des Inhaltes überdeckten und sich im vergleichbarem Umfang bewegten, aber auf keinen Fall Selbstaufmerksamkeit auslösten. Dafür wurde ein Video eines sich langsam bewegenden Mandalas in den Fernseh Bildschirm eingespielt. In den Bedingungen, in denen die Spiegel und/oder die Kamera nicht zu sehen sein sollten, wurden diese mit großen schwarzen Tüchern abgehängt. Schließlich wurde der Raum in allen Bedingungen mit einer nicht blendenden 60 Watt Lampe ausgeleuchtet, sodass die Lichtverhältnisse für Webcam und Spiegel ausreichend waren.

Als Stimulus kam die erste Folge der erfolgreichen US-amerikanischen Comedy-Serie „30 Rock“ von 2006 in der deutschen Synchronfassung und mit einer Länge von ca. 22 min zum Einsatz. Diese Serie wurde ausgewählt, da sie von Publikum und Kritikern positiv bewertet wurde (IMDb-Rating: 8.3), zum Zeitpunkt der Erhebung in Deutschland noch relativ unbekannt war und mit 22 min eine in Bezug auf forschungspragmatische Erwägungen vertretbare Länge hat.

Die Versuchspersonen füllten mindestens eine Woche vor dem Zeitraum mit den Laborterminen einen Fragebogen aus, in dem sie bezüglich ihrer Absorption (siehe Kap. 2.2.1.,  $\alpha = .94$ ) für die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) und ihrer soziodemographischen Daten befragt wurden. Die Zuteilung zu den Versuchsbedingungen erfolgte zufällig. An den Laborterminen wurden die Versuchspersonen einzeln in den Laborraum eingeladen. Sie wurden angewiesen, die Serienfolge in dem vorhandenen Sessel sitzend anzuschauen. Den

Probanden und Probandinnen in den Kamera-Bedingungen wurde vor Beginn der Serienfolge mitgeteilt, dass die Kamera ihre Mimik aufzeichne, die im Anschluss detailliert ausgewertet werde. Anschließend wurden die Versuchsteilnehmer instruiert, nach Ende des Filmes den Posttest auszufüllen, der vor dem Raum bereit lag. In diesem wurden sie bezüglich ihrer Transportation (siehe Kap. 2.2.3.,  $\alpha = .86$ ) und ihres Narrative Engagements (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .89$ ) befragt. Während die Serienfolge lief, verließ der Versuchsleiter den Raum, um den Versuchsteilnehmer möglichst nicht zu stören.

### *Ergebnisse und Diskussion*

Bei der Bildung der Skalenindices von Transportation und Narrative Engagement zeigte sich, dass vier Personen jeweils ein Item nicht ausgefüllt hatten. Die fehlenden Werte wurden durch Skalenmittelwerte imputiert. Zur Prüfung der Hypothesen 1 und 2 wurden Varianzanalysen mit SPSS 22 durchgeführt. Diese wurden sowohl mit Transportation als auch mit Narrative Engagement und den Subskalen von Narrative Engagement als abhängige Variable berechnet. Die erste Hypothese wurde dabei auf einem  $\alpha$ -Niveau von .05, die zweite auf einem  $\alpha$ -Niveau von .20 getestet. Dabei zeigt sich, dass die Haupteffekte und der Interaktionseffekt bis auf eine Ausnahme nicht signifikant sind. Lediglich auf der Subskala Attentional Focus von Narrative Engagement gibt es einen signifikanten beeinträchtigenden Effekt durch die Spiegel ( $F_{1,96} = 4.77, p = .031, \text{Cohen's } d = .43$ ). Die detaillierten Ergebnisse können Tabelle 1 entnommen werden.

Dieses Ergebnis entspricht für die Kamerabedingung dem erwünschten Resultat: Kameras scheinen das Rezeptionserleben nicht maßgeblich zu stören. Es darf aber nicht vergessen werden, dass mit dieser Studie nur mittlere Effekte mit Cohen's  $d \geq .60$  zuverlässig aufgedeckt werden konnten. Im Hinblick auf die geringen Effekte durch die Spiegel enttäuscht das Ergebnis jedoch, sodass Spiegel für eine Manipulation von Transportation nicht geeignet zu sein scheinen. Das ist überraschend, da Spiegel als Standardweg zur

Induzierung von objektiver Selbstaufmerksamkeit beschrieben, seit Beginn der Forschung zu objektiver Selbstaufmerksamkeit zuverlässig eingesetzt und subjektive und objektive Selbstaufmerksamkeit in der Theorie als sich ausschließende Zustände definiert werden.

Tabelle 1

*Zusammenfassung der Ergebnisse der Varianzanalysen zur Vorhersage von Transportation, Narrative Engagement und seinen Subskalen (N = 100)*

Quelle der Varianz	df	F					
		TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
Spiegel	1	2.13 <sup>+</sup>	2.86 <sup>+</sup>	4.77 <sup>*</sup>	1.17	.04	1.96 <sup>+</sup>
Kamera	1	1.13	.03	.38	.03	1.19	.09
Spiegel x Kamera	1	.71	.05	.15	.21	1.01	.34
Fehler innerhalb der Gruppen	96	(.84)	(1.27)	(2.54)	(2.30)	(1.75)	(2.40)

*Anmerkungen.* Werte innerhalb der Klammern repräsentieren die mittleren Quadratfehler.

TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence

<sup>+</sup> $p < .20$ , <sup>\*</sup> $p < .05$ , <sup>\*\*</sup> $p < .01$ , <sup>\*\*\*</sup> $p < .001$ .

Zwei Erklärungen für die geringen Effekte sind naheliegend: Zum einen könnte vermutet werden, dass keine objektive Selbstaufmerksamkeit durch die Spiegel ausgelöst wurde und die Versuchspersonen durch die mitreißende Geschichte die Spiegel einfach vergessen haben. Die Tatsache, dass der störende Effekt nur bei der Subskala „Attentional Focus“ zu finden ist, lässt die Überlegung zu, dass die Versuchspersonen lediglich abgelenkt wurden. Da kein Manipulation-Check durchgeführt wurde, kann diese Frage nicht abschließend geklärt werden. Zum anderen könnte der Effekt der Spiegel durch eine weitere Variable moderiert und maskiert worden sein. Wie bereits dargestellt, kann die Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept eine wichtige Variable in diesem Zusammenhang darstellen. Beiden Aspekten soll in Studie 2 nachgegangen werden. Die Diskussion zur Stichprobe, zum Laborsetting und zum Stimulusmaterial dieser Studie kann Kapitel 6.2.1. und Kapitel 6.2.2. entnommen werden.

### 3.2.3. Studie 2<sup>3</sup>

Bezüglich der dritten Forschungsfrage wurde ein zweites Rezeptionsexperiment mit  $N = 106$  Versuchspersonen und einem 3-Gruppen-between-subject-Design mit parallelisierten Gruppen durchgeführt. Die dreistufige unabhängige Variable hat die Ausprägungen „Manipulation per Spiegel“, „Manipulation per Kamera“ oder keine Manipulation (Kontrollgruppe). Die abhängige Variable ist Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.). Die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) wurde in dieser Studie nach der Annäherungsfacette des Konstrukts Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.) durchgeführt. Als zentrale Änderung im Vergleich zur ersten Studie wurde Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept als Moderatorvariable erhoben. Außerdem wurde ein Manipulation-Check auf Grundlage des beschriebenen Attributionsparadigmas von Duval und Wicklund (1973; siehe Kap. 3.2.1.) durchgeführt.

#### *Hypothesen*

Die zu testende Hypothese lässt sich aus der oben genannten Forschungsfrage ableiten: Selbstkonzept moderiert die Wirkung von objektiver Selbstaufmerksamkeit auf das Rezeptionserleben. Im Gegensatz zu den Annahmen der Studie 1 wird hier vermutet, dass Personen mit negativem Selbstkonzept sich in den Selbstaufmerksamkeitsbedingungen dem Film zuwenden und stärker transportiert werden, während bei Personen mit positivem Selbstkonzept objektive Selbstaufmerksamkeit induziert wird und diese, analog zu den Annahmen in Studie 1, weniger transportiert sind.

---

<sup>3</sup> Die Daten der Studie wurden im Rahmen der vom Autoren betreuten Abschlussarbeit im BSc Psychologie von Julia Burtzlauff erhoben, welcher der Autor herzlich für ihre Mithilfe dankt. Die Einverständniserklärung zur Nutzung der Daten im Rahmen dieser Arbeit liegt dem Autor vor.

## *Methode*

### *Stichprobe.*

Von den ursprünglich 116 Versuchspersonen, die sowohl bei der Vorerhebung als auch am Labortermin teilgenommen haben, mussten insgesamt zehn aus der Analyse ausgeschlossen werden, da entweder größere Teile des Fragebogens nicht ausgefüllt wurden ( $N = 4$ ) oder es Störungen während des Versuchsablauf gab ( $N = 5$ ). Eine Person kannte den Stimulusfilm bereits.

Bei den verbleibenden  $N = 106$  Teilnehmern und Teilnehmerinnen handelte es sich um Psychologie- und Lehramtsstudierende, die in Lehrveranstaltungen rekrutiert wurden und mit Studienleistungspunkten entlohnt wurden. Das Geschlechterverhältnis war mit 83 weiblichen und 23 männlichen Versuchsteilnehmer in der Stichprobe unausgeglichen. Der Altersrange lag bei 18 bis 41 Jahren ( $M_{\text{Alter}} = 21.93$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 3.35$ ).

### *Material und Versuchsablauf.*

Die Erhebung fand in einem Laborraum der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Dieser befindet sich in einem Keller und ist mit schalldämmenden Wänden und ohne Fenster ausgestattet, so dass Störungen von außen möglichst gering gehalten werden können. Für die Versuchspersonen wurde ein Schreibtisch mit einem bequemen gepolsterten Stuhl aufgebaut. Zum Zeigen des Stimulusfilms wurde ein Laptop mit 15“-Monitor verwendet.

Die Experimentalbedingungen wurden durch das Aufstellen eines Spiegels und einer Kamera realisiert. In dieser Studie wurde in der Spiegelbedingung ein 30x30cm großer Spiegel neben den Laptop gestellt, so dass die Versuchspersonen ihr Gesicht und ihren Oberkörper darin sehen konnten. In der Kamera-Bedingung wurde ein großes und auffälliges Kameramodell gewählt, das in kurzer Distanz zum Gesicht (ca. 50 cm) aufgestellt wurde. Das Video, das die Kamera aufzeichnete, wurde nicht wie in Studie 1 eingeblendet. In den

Bedingungen, in denen die Spiegel und/oder die Kamera nicht zu sehen sein sollten, wurden diese mit großen schwarzen Tüchern verdeckt. Die Lichtsituation wurde in allen Bedingungen konstant gehalten.

Bei dem Stimulus handelte es sich um den mit dem Studenten-Oscar ausgezeichneten deutschen Kurzfilm „Die rote Jacke“ von 2002 mit einer Länge von ca. 20 min. Dieser wurde aufgrund der Auszeichnung, der akzeptablen Länge, der positiven Publikumsbewertung (IMDb-Rating: 7,4) und dem in einer Vorstudie<sup>4</sup> festgestellten Potentials, starke Transportation auszulösen, ausgewählt. Außerdem war der Film zum Zeitpunkt der Erhebung relativ unbekannt.

Die Versuchspersonen füllten mindestens eine Woche vor ihrem Labortermin einen Online- oder Paper-und-Pencil-Fragebogen aus, in dem sie bezüglich ihrer soziodemographischen Angaben und für die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) bezüglich ihres Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.,  $\alpha = .84$ ) befragt wurden. Die Zuteilung zu den Versuchsbedingungen erfolgte zufällig. An den Laborterminen wurden die Versuchspersonen einzeln in den Laborraum eingeladen. Nachdem sie Platz genommen hatten, füllten sie einen Fragebogen aus, mit dem sie bezüglich ihres Selbstkonzepts und ihres Attributionsstils befragt wurden.

Die Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept wurde anhand der von Kuhlmann und Hoppe (2012) entwickelten Skala erhoben. Die Skala umfasst die subjektive Wichtigkeit und Ausprägung von einer großen Breite an Aspekten des Selbstkonzepts, zum Beispiel Zufriedenheit mit dem finanziellen Status, mit der eigenen Intelligenz, mit dem Aussehen

---

<sup>4</sup> Vorstudie mit  $N = 18$ , anfallende studentische Stichprobe, experimentelles within-subjects-Design, siehe Kap. 2.6.3.

oder dem Sexualleben. Die Skala wurde erst vor kurzem eingeführt, weshalb Aussagen zu ihren psychometrischen Eigenschaften bislang fehlen.

Für die Erhebung des Attributionsstils wurden Items von Duval und Wicklund (1993) ins Deutsche übersetzt. Bei diesen Items soll die Versuchsperson angeben, wie sehr sie sich als verantwortlich für Resultate in mehreren hypothetischen Situationen sehen, ob sie die Ergebnisse also auf sich oder auf andere attribuiert. Ihre Verantwortlichkeit können die Versuchspersonen in Zehnerschritten auf einer Skala von 0% bis 100% angeben. Duval und Wicklund konnten in ihrer Studie mit diesen Items zeigen, dass Personen im Zustand objektiver Selbstaufmerksamkeit eher sich als andere als Verursacher sehen. Sechs Situationen wurden für diese Erhebung ausgewählt. Die Versuchspersonen der Treatmentgruppen waren zum Zeitpunkt des Ausfüllens der Skalen bereits den objektive Selbstaufmerksamkeit auslösenden Stimuli ausgesetzt (Spiegel oder Kamera).

Nach dem Ausfüllen der Fragebogen schauten die Versuchspersonen den Kurzfilm auf dem Computer-Bildschirm an. Zum Schluss füllten sie einen weiteren Fragebogen aus, in dem sie zu ihrem Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .87$ ) und der Bekanntheit des Stimulusfilms befragt wurden.

### *Ergebnisse und Diskussion*

Alle hier berichteten Ergebnisse wurden mit SPSS 22 berechnet. Bei der Analyse der Attributionssituationenskala zeigte sich eine sehr schlechte interne Konsistenz von  $\alpha = .06$ . Der Betrag der Trennschärfe sämtlicher Items lag unter .11. Außerdem war die mittlere Interitemkorrelation sehr niedrig: Das Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium sprach sich mit .52 nur sehr knapp für die Berechnung einer Faktorenanalyse aus („miserable“, Kaiser & Rice, 1974), der Bartlett-Test auf Sphärizität lehnte sie ab ( $p = .605$ ). Von dem Versuch der Bildung einer Skala wird deshalb abgesehen. Ein Manipulation-Check ist somit auch in dieser Studie nicht möglich.

Aussagen über die Reliabilität der Skala zur Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept ist aufgrund des formativen Messmodells im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich. Da Kuhlmann und Hoppe (2012) keinen Index den Items gebildet haben, wurde mit diesen hier wie folgt verfahren: Die wahrgenommene Wichtigkeit von bestimmten Aspekten des Selbstkonzepts wurde mit der subjektiven Ausprägung des jeweiligen Aspekts multipliziert. Anschließend wurden die Produkte aufsummiert. Personen mit hohen Ausprägungen in für sie relevanten Bereichen des Selbst bekamen damit hohe Werte, Personen mit niedrigen Ausprägungen in für sie relevanten Bereichen, niedrige. Bereiche geringerer Relevanz fließen schwächer in den Index ein. Die entstandene Verteilung wurde mit dem Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest mit Lilliefors-Korrektur ( $p = .200$ ) und dem Shapiro-Wilk-Test ( $p = .631$ ) positiv auf eine Normalverteilung getestet.

Tabelle 2

*Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Narrative Engagement“ (N = 106)*

Variable	B	SE B	$\beta$	p
1. Schritt				
Dummy Spiegelbedingung (S)	-.24	.21	-.13	.263
Dummy Kamerabedingung (K)	-.23	.22	-.12	.289
2. Schritt				
Dummy Spiegelbedingung (S)	-.20	.21	-.11	.349
Dummy Kamerabedingung (K)	-.24	.22	-.12	.284
Selbstkonzept (z-transformiert)	.09	.09	.10	.302
3. Schritt				
Dummy Spiegelbedingung (S)	-.25	.21	-.13	.243
Dummy Kamerabedingung (K)	-.22	.21	-.11	.303
Selbstkonzept (z-transformiert)	.39	.16	.43	.019
S x Selbstkonzept	-.61	.21	-.43	.005
K x Selbstkonzept	-.14	.23	-.08	.538

Anmerkungen.  $R^2 = .02$  für Schritt 1 ( $p = .447$ );  $\Delta R^2$  für Schritt 2 = .01 ( $p = .302$ );  $\Delta R^2 = .08$  für Schritt 3 ( $p = .011$ ).

Zur Prüfung der Hypothese 3 wurde eine multivariate Regressionsanalyse berechnet. Dazu wurde die Versuchsbedingung dummy-codiert. Die beiden Dummy-Variablen wurden so angelegt, dass die Kontrollbedingung jeweils mit 0, die Experimentalbedingungen (Kamera, Spiegel) mit 1 codiert waren. Für die Berechnung der Interaktionsterme aus Bedingung und Selbstkonzept wurde Selbstkonzept z-transformiert.

Hardy (1993) schlägt vor, zur Prüfung der Signifikanz bei mehr als zweistufigen kategorialen Variablen die Regression schrittweise zu berechnen. Bei den Dummyvariablen und den Interaktionstermen ist nicht deren  $p$ -Wert zu interpretieren, vielmehr soll die statistische Bedeutsamkeit im Modell über den Zuwachs des Determinationskoeffizienten  $R^2$  abgeschätzt werden.

Die Ergebnisse der Regression zur Vorhersage von Narrative Engagement können Tabelle 2 entnommen werden. Es zeigte sich, dass der Haupteffekt der Bedingung nicht signifikant ist ( $R^2 = .02, p = .447$ ). Dieses Ergebnis entspricht dem der Studie 1. Allerdings war der Interaktionseffekt der Bedingung und der Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept signifikant ( $\Delta R^2 = .08, p = .011$ ). Dies entspricht der Hypothese 3: Der Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept kommt eine moderierende Rolle zu. Um diese weiter zu konkretisieren, wurden Simple-Slope-Analysen berechnet. Dazu wurde das PROCESS-Makro für SPSS von Hayes (2013) eingesetzt. Üblich ist die Angabe der konditionalen Effekte für den Mittelwert und den Werten eine Standardabweichung über und unter dem Mittelwert des Moderators (Cohen & Cohen, 1983). Hier zeigte sich, dass der Effekt des Spiegels für  $M - 1SD$  und  $M$  des Moderators nicht signifikant ist ( $p = .219$  und  $p = .657$ ), für  $M + 1SD$  aber schon ( $p = .006$ ).

Da die gewählten Werte für den Moderator letztendlich beliebig sind, wurde die Johnson-Neyman-Technik zur präziseren Analyse der konditionalen Effekte empfohlen (Wilkinson, 1999). Hier zeigte sich, dass der Effekt des Spiegels bei Ausprägungen des Selbstkonzepts, die entweder 1.82 Standardabweichungseinheiten unter oder 0.32

Standardabweichungseinheiten über seinem Mittel liegen, signifikant wird. In Bezug auf die Stichprobe bedeutet das, dass der Spiegel bei ca. 40% der Teilnehmer und Teilnehmerinnen Selbstaufmerksamkeit auslöste und Narrative Engagement signifikant verminderte. Bei ca. 54% hatte der Spiegel keinen signifikanten Effekt. Lediglich Personen mit sehr niedrigen Werten bezüglich der Zufriedenheit mit ihrem Selbstkonzept (ca. 7%) vermieden den Spiegel als objektive Selbstaufmerksamkeit induzierende Situation, indem sie sich verstärkt dem narrativen Stimulus zuwandten. Ein Verfahren, das möglichst bei allen Personen Transportation beziehungsweise Narrative Engagement manipulieren soll, das aber auf einen Großteil der Stichprobe nicht oder bei einem kleinen Teil sogar in entgegengesetzter Richtung wirkt, ist nicht geeignet. Die Kamera hatte über den gesamten Wertebereich der Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept keinen signifikanten Einfluss auf Narrative Engagement. Zur Veranschaulichung werden die vorhergesagten Mittelwerte von Narrative Engagement in der Spiegelbedingung und der Kontrollbedingung für  $M$ ,  $M - 1SD$  und  $M + 1SD$  von Selbstwert in Abbildung 4 dargestellt.

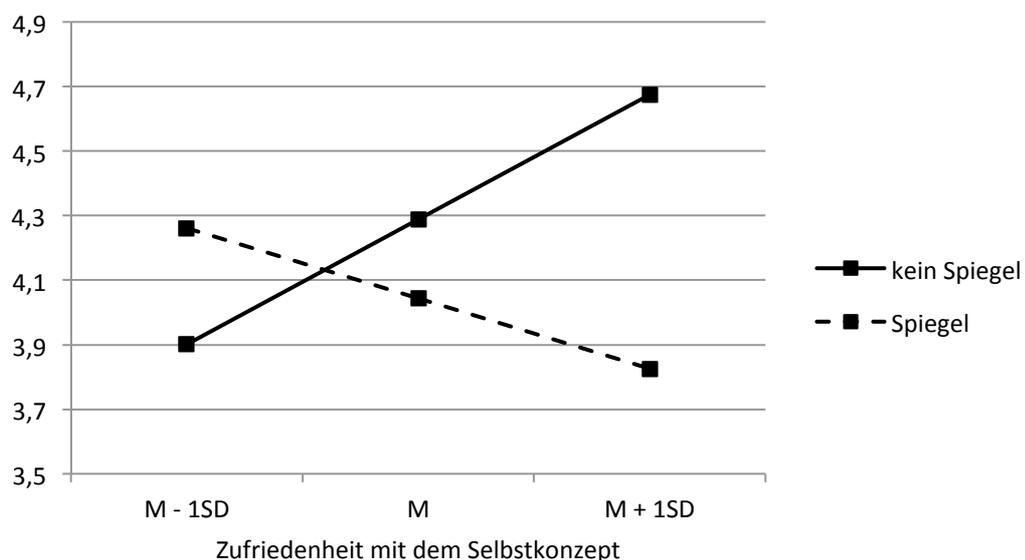


Abbildung 4

Grafische Darstellung der konditionalen Effekte der „Spiegel“-Bedingung für  $M - 1SD$ ,  $M$  und  $M + 1SD$  der Variable „Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept“ auf die Variable „Narrative Engagement“

Kritisch sind bei dieser Studie vor allem drei Punkte anzumerken: Zum einen ist der Manipulation-Check gescheitert. Es ist also immer noch nicht vollständig geklärt, ob die gefundenen Effekte der Spiegel wirklich auf objektive Selbstaufmerksamkeit zurückzuführen sind. Zum anderen ist die Güte der verwendeten Skala zur Zufriedenheit des Selbstkonzeptes unklar. Hier sollte in einer Replikation eine etablierte Skala verwendet werden (z.B. Georgi & Beckmann, 2004). Schließlich wurde Selbstwert zu einem Zeitpunkt erhoben, als die Versuchspersonen der Manipulation schon ausgesetzt waren. Es ist bekannt, dass Personen Items zutreffender beantworten, wenn sie objektiv selbstaufmerksam sind (Duval & Wicklund, 1972). Auch wenn der Effekt auf den Selbstwert bei dieser Untersuchung nicht signifikant war ( $F_{2,103} = 1.94$ ,  $p = .149$ , Cohen's  $d = .39$ ), sollte bei zukünftigen Studien darauf geachtet werden, dass dieser Aspekt konstant gehalten wird. Die Diskussion zur Stichprobe, zum Laborsetting und zum Stimulusmaterial kann Kapitel 6.2.1. und Kapitel 6.2.2. entnommen werden. Trotz aller Kritik an den Studien kann abschließend festgehalten werden, dass sich Spiegel nicht zur Manipulation von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement eignen und dass Kameras keine Gefährdung für das Rezeptionserleben darstellen.

### 3.3. Erwartungen und Rezeptionserleben – Studien 3 und 4

In diesem Kapitel wird die Induzierung von Erwartungen als Möglichkeit zur gezielten Manipulation von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement diskutiert. Erwartungen spielen in vielen Bereichen der Psychologie eine wichtige Rolle. Es ist somit denkbar, dass auch das Rezeptionserleben von den Erwartungen der Rezipienten und Rezipientinnen abhängt.

Im Folgenden werden zunächst zwei Mechanismen dargestellt, die beschreiben, wie Erwartungen an einen Text die Rezeption steuern und Transportation beziehungsweise

Narrative Engagement verändern können. Anschließend werden zwei Studien vorgestellt und diskutiert, in denen der Einfluss von Erwartungen auf das Rezeptionserleben näher untersucht wird. Es zeigt sich, dass fingierte Rezensionen eine geeignete Methode sind, um die Erwartungen an das Rezeptionserleben zu manipulieren.

### *3.3.1. Theoretische Annahmen zu Erwartungen*

Es existiert keine einheitliche psychologische Theorie der Erwartung. Vielmehr sind Erwartungen als psychische „Vorwegnahme und zugleich Vergegenwärtigung eines kommenden Ereignisses“ (Häcker & Stapf, 1998, S. 244) bei vielen mentalen Prozessen beteiligt. Zum Beispiel wurden schon grundlegende Wahrnehmungsprozesse als erwartungsgeleitete und hypothesenprüfende Verfahren beschrieben (Bruner & Postman, 1949). Diese Prozesse schlagen sich beispielsweise auch auf die Bewertung von Bier, Cola oder Wein (Lee, Frederick & Ariely, 2006; McClure et al., 2004; Plassmann, O’Dohery, Shiv & Rangel, 2008) nieder. Erwartungen haben sogar Einfluss auf die Wirksamkeit von Medikamenten (Shiv, Carmon & Ariely, 2005). Im Bereich der Rezeptions- und Wirkungsforschung gibt es hingegen nur wenige Studien zur Rolle von Erwartungen. In zwei Arbeiten konnte gezeigt werden, dass Comics und Filme besser und lustiger beurteilt werden, wenn vorher die Erwartung positiv manipuliert wird (Klaaren, Hodges & Wilson, 1994; Wilson, Lisle, Kraft & Wetzel, 1989).

Shedlosky-Shoemaker et al. (2011) untersuchten in zwei Experimenten den Einfluss von fiktiven positiven oder negativen Bewertungen einer Kurzgeschichte, die von vermeintlichen Peers erstellt wurden, auf Transportation und Rezeptionsvergnügen. In beiden Experimenten zeigte sich, dass die Rezipientinnen und Rezipienten den Einschätzungen ihrer Kommilitoninnen und Kommilitonen folgen und größeres Rezeptionserleben und stärkere Transportation erleben, wenn der Text von den Peers positiv bewertet wurden. Als Erklärung für diese Effekte zogen die Autorinnen und der Autor den Confirmation Bias heran (Darley &

Fazio, 1980; Nickerson, 1998; Snyder & Swann, 1978). Menschen sind motiviert, neue Informationen so auszuwählen, dass sie zu bestehenden Wissensstrukturen passen. Die Selektivität der Wahrnehmung und der Erinnerung ist der entscheidende Mechanismus hinter dieser Wahrnehmungsverzerrung: Die Wahrnehmung wird auf Aspekte gelenkt, die im Einklang mit dem ursprünglichen Wissen stehen. Widersprüchliche Informationen werden übersehen oder vergessen. In Bezug auf die Rezeption narrativer Texte bedeutet das, dass die Aufmerksamkeit auf Aspekte der Darstellung gelenkt wird, die der Erwartung entsprechen, also zum Beispiel bei positiven Erwartungen auf besonders gute Special Effects, jedoch nicht auf die miserable Leistung eines Schauspielers.

Diese Erklärung für die Rolle von Erwartungen ist prinzipiell in vielen Bereichen denkbar. Für eine medienpsychologische Betrachtung, die auch die spezifische Komplexität des Rezeptionsprozesses in den Blick nimmt, soll auf die Arbeit von Tan (1996, 2008) verwiesen werden (vgl. Green, 2004): Tan beschäftigte sich unter anderem mit Interesse, das in seiner Beschreibung auch Erkenntnisse über Transportation beziehungsweise Narrative Engagement und den Einfluss von Erwartungen bereitstellen kann. Tan (1996) definierte Interesse als „the inclination to call on resources from a limited capacity, and to employ them for the elaboration of a stimulus, under the influence of the promises which are inherent in the present situation with respect to expected situations” (S. 86). Erwartungen sind also in Tans Konzept zentral. Er nannte Interesse auch eine „prospect-based emotion“ (S. 111). Vereinfacht ausgedrückt investiert der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin Ressourcen bei der Verarbeitung von medialen Stimuli in Erwartung an bestimmte Gratifikationen. Die Erwartungen werden dabei von verschiedenen Faktoren genährt und ergeben sich unter anderem aus der aktuellen und vergangenen Evaluation des Gratifikationspotentials des Stimulus: „my willingness to continue to follow the narrative depends to a considerable extent on whether or not I am satisfied with what I have seen up to now“ (S. 100). Wenn

beispielsweise ein Film schon zu Beginn zeigt, dass er interessante Charaktere und einen spannenden Plot bietet, so wird der Zuschauer oder die Zuschauerin erwarten, dass die Qualität des Filmes auch im weiteren Verlauf hoch sein wird. Als Folge wird er oder sie mit größerem Interesse beteiligt sein und mehr Ressourcen investieren.

Eine Besonderheit an Tans Konzept ist, dass Interesse als ein sich selbst verstärkender Prozess gesehen wird: Je mehr Ressourcen bereits investiert wurden, desto mehr Ressourcen werden auch in Zukunft investiert. Das liegt daran, dass die bereits geleistete Investition durch verstärktes Interesse schon am Anfang größere Gratifikationen im späteren Verlauf in Aussicht stellt. Wer bereits zu Beginn des Films mit den Protagonisten verstärkt mitfiebert, wer sich in einem Krimi die ganze Zeit intensiv mit der Frage nach dem Mörder auseinandersetzt, der wird durch die Auflösung des Plots noch größere Befriedigung erfahren. In Erwartung an die verstärkten Gratifikationen am Ende wird das Interesse schon im Verlauf gesteigert. Diese Wechselbeziehung wird vereinfacht in Abbildung 5 dargestellt.

Tan (2008, S. 42) verknüpft seine Vorstellungen von Interesse nun mit Transportation (und auch räumlichem Präsenzerleben) und die damit verbundenen bildhaften Vorstellungen (siehe Kap. 2.2.2.). Er diskutiert in diesem Zusammenhang, ob die bildhaften Vorstellungen und die davon ausgelösten Emotionen während der Rezeption Folge von automatischen oder aktiven Prozessen sind. In der Literatur zu Transportation wird die Diskussion über die aktive Rolle des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin unter dem Stichwort der Text-Hegemonie (Bloom, 1994) diskutiert (siehe Kap. 2.2.1.).

Green und Brock (2000) gehen nicht davon aus, dass die Leser und Leserinnen von den Texten überwältigt werden. Vielmehr können auch Eigenschaften der Leser und Leserinnen wie etwa die Bereitschaft, sich auf den Text einzulassen, relevant dafür sein, wie stark sie sich transportieren lassen (vgl. auch Green & Garst et al., 2004, Polichak & Gerrig, 2002). Bilanzic (2014) lehnt sogar die Metapher des Transportiert-Werdens für

Transportation und Narrative Engagement ab, da sie „die hochgradig aktive Natur des Verarbeitungsprozesses und des Erlebens... nicht abbildet“ (S. 279).

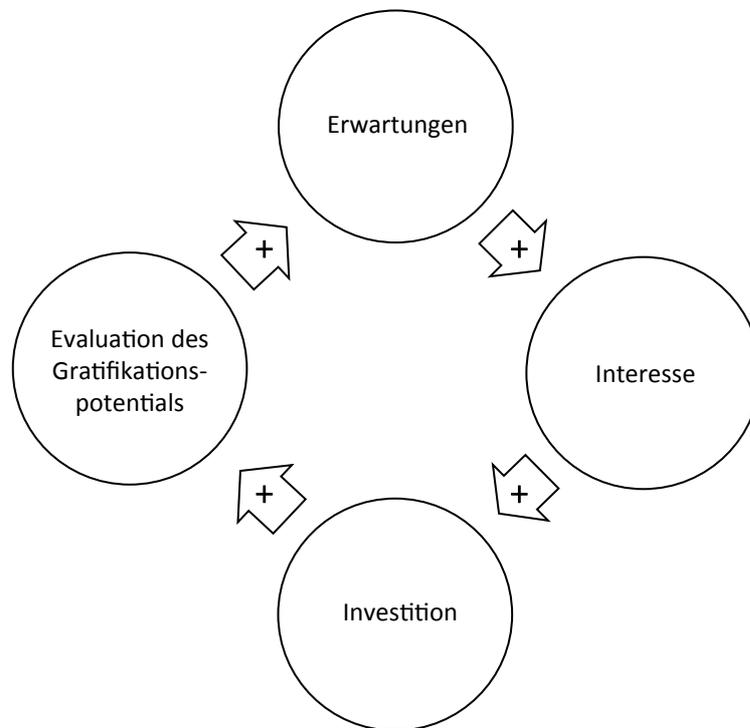


Abbildung 5  
*Sich selbst verstärkende Wechselbeziehung von Erwartungen an das zukünftige Gratifikationspotentials des Textes, des Interesses, der Investition von mentalen Ressourcen und der vergangenen und aktuellen Evaluation des Gratifikationspotentials des Textes*

Tan (2008) nimmt eine mittlere Position ein, indem er aktive und automatische Prozesse annimmt: „Imagination as the basis for emotion in entertainment is in part produced or provoked by entertainment stimuli, and in part a deliberate activity“ (S. 44). Die Frage des Ausmaßes der Kontrolle durch den Rezipienten beziehungsweise die Rezipientin kann aber als empirisch noch nicht endgültig beantwortet gelten: „The extent to which transportation is under conscious control remains to be determined“ (Green & Donahue, 2009, S. 245).

Die durch die bildhaften Vorstellungen ausgelösten Emotionen können zu verstärktem Interesse führen: Die Emotionen „pave the way for deeper processing of the scenarios in entertainment space, by raising interest beyond the point of no return“ (S. 44). Interesse verstärkt dann die automatischen und aktiven Prozesse des Aufbaus der bildhaften

Vorstellungen: „with interest at higher levels, more complex emotional appraisals are set in motion, enabling an exploration of the most remote backgrounds and consequences of events in paradigm scenarios“ (S. 44).

Ein weiterer Aspekt, der allerdings von Tan nicht beachtet wird, in der Theorie von Transportation und Narrative Engagement aber eine große Rolle spielt, kann in dem beschriebenen Kreislaufprozess noch ergänzt werden: die mit Transportation und Narrative Engagement einhergehende unkritische Rezeptionshaltung (siehe Kap. 2.2.2. und 2.3.2.). Ist schon zu Beginn der Rezeption ein höherer Grad an Transportation vorhanden, so wird die momentane Evaluation des Stimulus aufgrund der weniger kritischen Haltung positiver ausfallen und die Bedingung für positivere Erwartungen erfüllt. Fasst man nun Tans Ideen in Bezug auf Transportation beziehungsweise Narrative Engagement und Interesse zusammen, kann ein Kreislauf beschrieben werden, der zu immer stärkerem Rezeptionserleben führt, solange er nicht unterbrochen wird. Dieser wird in Abbildung 6 graphisch dargestellt.

Den Beginn dabei nimmt die Erwartung ein: „From the very beginning of a film, the viewer is aware of the fact that the film narrative is leading somewhere, and expectations with respect to the final situation become more specific“ (Tan, 1996, S. 96). Erwartungen an das Narrativ müssen jedoch nicht nur aus dem Text selbst kommen. Im Alltag gehen Personen meist ins Kino, nachdem sie zumindest einige wenige Informationen über einen Film in Erfahrung gebracht haben. Dies kann beispielsweise durch Kritiken oder Trailer geschehen. Darin finden sich in der Regel dezidierte Aussagen zu Gratifikationen, welche die Rezipienten und Rezipientinnen erwarten können. Auch aus der bisherigen Filmbiographie des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin können bestimmte Erwartungen in Bezug auf Texte entstehen, zum Beispiel aus bisherigen Erfahrungen mit bestimmten Genre (z.B. „Romanzen eignen sich gut, um den Alltag zu vergessen“) oder Schauspielern (z.B. „Filme mit Bruce Willis sind immer spannend“). Diese Erwartungen führen zu verstärktem Interesse.

Dieses wiederum stützt bei der Rezeption die automatischen und aktiven Prozesse, die Transportation fördern, was zu einer unkritischen Rezeptionshaltung, bildhaften Vorstellungen und verstärkten Emotionen führt. Diese Prozesse begünstigen die Evaluation des aktuellen und zukünftigen Gratifikationspotentials, was zu positiveren Erwartungen führt.

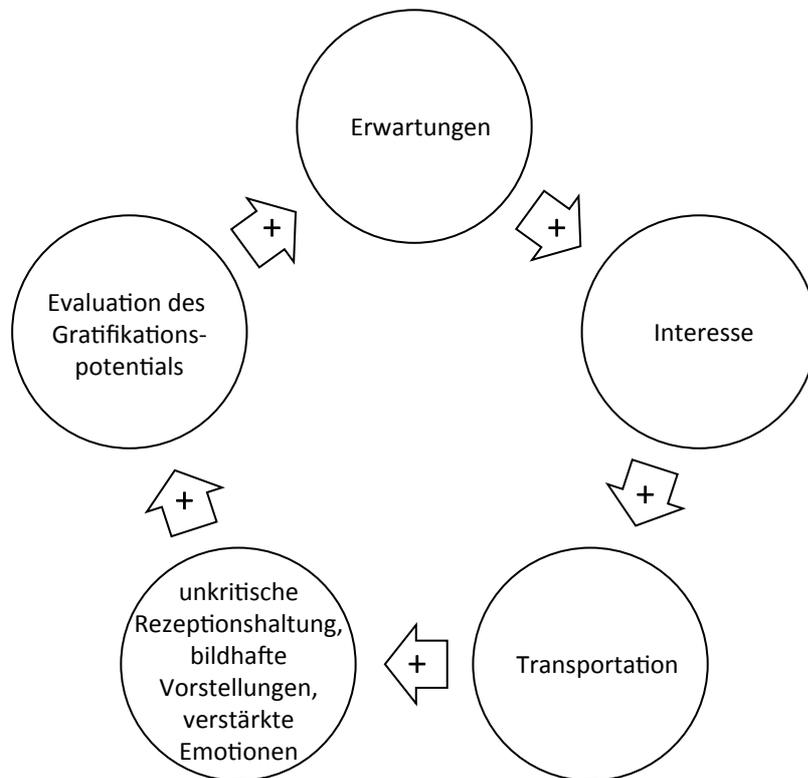


Abbildung 6  
*Sich selbst verstärkende Wechselbeziehung von Erwartungen an das zukünftige Gratifikationspotentials des Textes, Transportation, einer unkritischen Rezeptionshaltung, bildhafter Vorstellungen und der vergangenen und aktuellen Evaluation des Gratifikationspotentials des Textes*

In Laborsituationen wissen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen im Vorfeld meist nichts über den Stimulus. Hier können nun systematisch vom Versuchsleiter Informationen bezüglich zu erwartender Gratifikationen variiert werden. Die ökologische Validität ist zumindest im Falle von positiven Informationen nicht gefährdet, da die Rezeptionssituation sogar eher der natürlichen entspricht als die Rezeption ohne jegliche Vorinformationen. Im Falle von negativen Informationen wäre im Alltag die Entscheidungswahrscheinlichkeit für einen bestimmten Film sicher reduziert, aber nicht null. Personen gehen aus verschiedenen

Gründen selbst dann ins Kino, wenn sie negative Erwartungen haben. Die wichtige, sich selbst verstärkende Rolle der Erwartungen im Rezeptionsprozess ermöglicht, dass die Wirkung der Manipulation bis zum Ende des Stimulus anhält, selbst wenn die Informationen nach der Rezeption nicht mehr erinnert werden sollte. Instruktionen jedoch wurden in vergangenen Studien von den Versuchspersonen oftmals übergangen, obwohl sie sich dieser bis zum Schluss bewusst waren (siehe Kap. 3.1.).

### *3.3.2. Fazit und Herleitung der Fragestellungen*

Die beiden dargestellten Mechanismen der Wirkung von Erwartungen auf das Rezeptionserleben beantworten im Grunde zwei unterschiedliche Fragen: Während Tans Interessenskonzept vor allem das „wie viel“ bearbeitet, beschäftigt sich Shedlosky-Shoemaker et al. mit dem „wann“ des Rezeptionserlebens. Diese beiden Sichtweisen werden in dieser Arbeit nicht weiter differenziert. Rezeptionsbegleitende Messungen des Rezeptionserlebens könnten allerdings für die weitere Erforschung dieser Mechanismen sehr hilfreich sein. Mit diesen beiden Annahmen besteht jedoch eine hinreichende theoretische Begründung, um zu folgern, dass die Manipulation von Erwartungen zu einem veränderten Rezeptionserleben führt. Wie dargestellt kann dies mit Informationen bezüglich des Gratifikationspotentials eines Textes vor der Rezeption geschehen. Diese können auf glaubwürdige und extern valide Weise in Form einer Rezension gegeben werden. Die erste Forschungsfrage lautet deshalb: Manipulieren positive und negative Rezensionen Transportation beziehungsweise Narrative Engagement?

Wie sich bereits in den Studien zu Selbstaufmerksamkeit gezeigt hat, ist es wichtig, die differenzielle Wirkung der Manipulationen zu beachten. Deshalb soll hier der Einfluss zweier potentieller Moderatorvariablen berücksichtigt werden. Diese können an zwei Stellen zu unterschiedlichen Wirkungen der Rezensionen führen: Zunächst könnten die Versuchspersonen die Rezension für mehr oder weniger relevant halten. Wie sehr sich

Menschen der Meinung von Meinungsführern anschließen, ist individuell unterschiedlich und wird vom Konstrukt Opinion Seeking (OS, Flynn, Goldsmith & Eastman, 1996) beschrieben. Professionelle Filmkritiker und -kritikerinnen können in diesem Zusammenhang als Meinungsführer und -führerinnen gesehen werden. Anschließend könnten die Erwartungen das Rezeptionserleben mehr oder weniger beeinflussen. Need for Cognitive Closure (NCC) beschreibt die Disposition, ein vorläufiges Urteil als endgültig zu akzeptieren (Kruglanski & Webster, 1996; Webster & Kruglanski, 1994). Wenn die Erwartungen als ein solches vorläufiges Urteil begriffen werden, kann die Hypothese aufgestellt werden, dass NCC den Zusammenhang zwischen Erwartung und Rezeptionserleben moderiert. Die zweite Forschungsfrage lautet deshalb: Moderieren OS und NCC die Wirkung der Rezensionen auf Transportation beziehungsweise Narrative Engagement? Das zu prüfende moderierte Mediationsmodell wird graphisch in Abbildung 7 dargestellt.

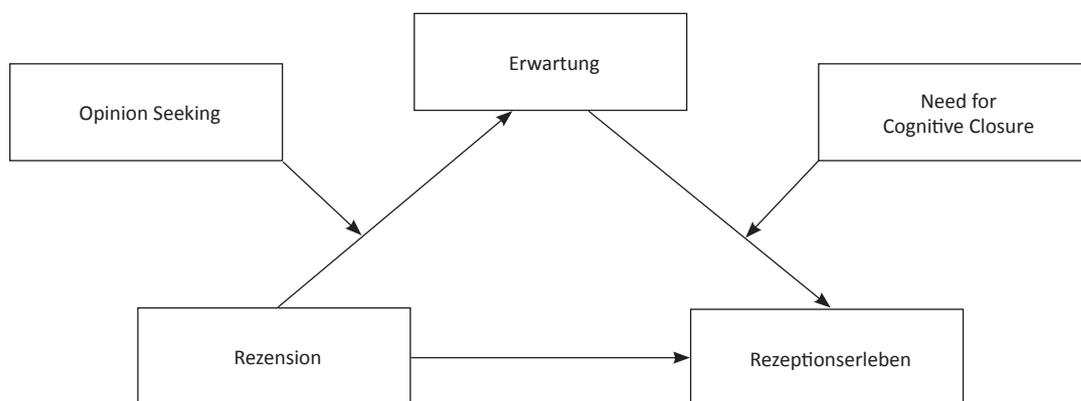


Abbildung 7  
*Moderiertes Mediationsmodell der Wirkung der Rezensionen auf das Rezeptionserleben*

Folgend sollen zwei Studien vorgestellt werden, in denen Rezensionen zur Manipulation von Transportation und Narrative Engagement eingesetzt werden. Die erste hat dabei eher den Charakter einer Pilotstudie, in der zweiten werden zusätzlich die Variablen Erwartungen, NCC und OS als Moderatoren erhoben, um ein vollständigeres Bild des Einflusses von Erwartungen zu zeichnen.

### 3.3.3. Studie 3<sup>5</sup>

Studie 3 soll als Pilotstudie die prinzipielle Eignung von Rezensionen zur Manipulation von Transportation und Narrative nachweisen. Die Darstellung soll hier verkürzt erfolgen. Erhoben wurde eine anfallende studentische Stichprobe mit 41 Versuchspersonen im Alter von 18 bis 33 Jahren ( $M_{\text{Alter}} = 21.61$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 2.61$ ; 33 Frauen, 8 Männer). Alle Versuchspersonen wurden gemeinsam zur Versuchsdurchführung in einen Hörsaal der Universität Koblenz-Landau eingeladen. Sie wurden zufällig in zwei Gruppen eingeteilt. Beide Gruppen bekamen vor dem Film eine von zwei kurzen Rezensionen zu lesen, die sich darin unterschieden, ob der Film Transportation erwarten lässt oder nicht. Die Rezensionen enthielten keine weiteren Aussagen zur Qualität des Films. Anschließend wurde die narrative französisch-finnische ARTE-Dokumentation „Happiness“ von 2014 (IMDb-Rating: 7.2) in einer leicht gekürzten Fassung, die sich auf 60 Minuten belief, vorgeführt. Im Anschluss füllten die Versuchspersonen die Skalen zu Transportation (siehe Kap. 2.2.3.,  $\alpha = .87$ ) und Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .87$ ) aus.

Die zu testende Hypothese lautete, dass sich die beiden Gruppen mit den unterschiedlichen Rezensionen hinsichtlich Transportation und Narrative Engagement unterscheiden. Zur Prüfung wurden t-Tests für unabhängige Stichproben mit SPSS 22 berechnet.

Die Ergebnisse sind sehr überzeugend. Die Gruppen unterscheiden sich deutlich voneinander in Bezug auf Transportation ( $t_{39} = 2.91$ ,  $p = .006$ , Cohen's  $d = .92$ ) und Narrative

---

<sup>5</sup> Die Daten der Studie wurden im Rahmen der vom Autoren betreuten Abschlussarbeit im BSc Psychologie von Adrian Frech erhoben, dem der Autor herzlich für seine Mithilfe dankt. Die Einverständniserklärung zur Nutzung der Daten im Rahmen dieser Arbeit liegt dem Autor vor.

Engagement ( $t_{39} = 3.59, p < .001, \text{Cohen's } d = 1.14$ ). Betrachtet man die Subskalen von Narrative Engagement, so zeigt sich, dass die basalen Prozesse der Medienrezeption, Aufmerksamkeit und Verstehen, durch die Manipulation nicht betroffen sind (Attentional Focus:  $t_{39} = 1.85, p = .072, \text{Cohen's } d = .59$ ; Narrative Understanding:  $t_{39} = .98, p = .334, \text{Cohen's } d = .31$ ). Das Verständnis des Textes ist also durch die Rezensionen nicht gefährdet. Nach dieser Pilotstudie lässt sich das vorläufige Ergebnis formulieren, dass Rezensionen eine geeignete Methode zur Manipulation des Rezeptionserlebens darstellen. Die Diskussion zum Laboransatz, zur Stichprobe und zum Stimulusmaterial kann Kapitel 6.2.1. und 6.2.2. entnommen werden.

#### 3.3.4. Studie 4<sup>6</sup>

Bezüglich der ersten und zweiten Forschungsfragen wurde ein zweites Rezeptionsexperiment durchgeführt. Dieses hat ein 3-Gruppen-between-subject-Design mit parallelisierten Gruppen und insgesamt  $N = 100$  Versuchspersonen. Die dreistufige unabhängige Variable hat die Ausprägungen „positive Rezension“, „negative Rezension“ oder keine Manipulation (Kontrollgruppe). Die abhängigen Variablen sind Transportation und Narrative Engagement. Die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) wurde in dieser Studie nach der Annäherungsfacette des Konstrukts Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.) durchgeführt. Als zentrale Änderung im Vergleich zur dritten Studie wurden OS und NCC als Moderatorvariablen erhoben. Außerdem wurden Erwartungen in Bezug auf den Film als Mediatorvariable ergänzt.

---

<sup>6</sup> Die Daten der Studie wurden im Rahmen der vom Autoren betreuten Abschlussarbeit im BSc Psychologie von Kevin Tiede erhoben, dem der Autor herzlich für seine Mithilfe dankt. Die Einverständniserklärung zur Nutzung der Daten im Rahmen dieser Arbeit liegt dem Autor vor.

## *Hypothesen*

In dieser Studie sollte das moderierte Mediationsmodell aus Abbildung 7 (siehe Kap. 3.2.2.) getestet werden. Dies sollte schrittweise erfolgen. Zunächst sollte geprüft werden, ob die Ergebnisse von Studie 3 repliziert werden konnten. Im zweiten Schritt wurde getestet, ob die Wirkung der Rezensionen auf Transportation und Narrative Engagement über die Erwartungen mediiert werden. Zuletzt wurden die Moderatorvariablen OS und NCC ins Modell aufgenommen.

## *Methode*

### *Stichprobe.*

Bei den  $N = 100$  Teilnehmern und Teilnehmerinnen handelte es sich abgesehen von einer Person um Studierende der Psychologie, die in Lehrveranstaltungen rekrutiert wurden und mit Studienleistungspunkten entlohnt wurden. Das Geschlechtsverhältnis war mit 80 weiblichen und 20 männlichen Versuchspersonen in der Stichprobe unausgeglichen. Der Altersrange lag bei 18 bis 31 Jahren ( $M_{\text{Alter}} = 21.10$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 1.91$ ).

### *Material und Versuchsablauf.*

Die Erhebung fand in einem Hörsaal der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Der Stimulusfilm wurde auf der großen Leinwand dargestellt. Die Manipulation wurde durch zwei unterschiedliche Rezensionen (oder keine Rezension für die Kontrollgruppe) realisiert. Die Rezensionen enthielten Aussagen zur Qualität des Stimulus sowie zum Gratifikationspotential des Films. Die inhaltlichen Informationen wurden konstant gehalten. Zentral bei der Entwicklung der Rezensionen war eine glaubwürdige und realistische Gestaltung. Deshalb wurde als Quelle die Hamburger Abendpost angegeben. Die Rezensionen wurden hinsichtlich der Glaubwürdigkeit vorgetestet.

Als Stimulusfilm wurde der deutsche Kurzfilm „Der Ausreißer“ von 2004 eingesetzt. Der Film wurde mit dem Studierenden-Oscar ausgezeichnet und war für den Kurzfilm-Oscar nominiert. Er wurde von Publikum und Kritikern tendenziell positiv bewertet (IMDb-Rating 7.1) und war zur Zeit der Erhebung relativ unbekannt. Die Länge des Films beträgt 23 min.

Die Versuchspersonen konnten wählen, an welchem der beiden zur Verfügung stehenden Erhebungsterminen, die im Abstand von zwei Wochen stattfanden, sie teilnehmen wollten. Zwei Wochen vor dem ersten Erhebungstermin wurden die Versuchspersonen aufgefordert, einen Online-Fragebogen mit Skalen zu Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.,  $\alpha = .78$ ) für die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) auszufüllen. Die Gruppen wurden zufällig den Versuchsbedingungen zugeteilt. Am Erhebungstermin wurden die Versuchspersonen so im Hörsaal verteilt, dass der Abstand und der Winkel zur Leinwand zwischen den Bedingungen ausbalanciert waren. Außerdem wurde zwischen den Versuchspersonen mindestens ein Sitzplatz freigelassen, um Störungen zu minimieren. Vor der Filmvorführung lasen die Versuchspersonen die Rezensionen und füllten die Skalen zur Erfassung von OS, NCC und ihrer Erwartungen bezüglich des Films aus.

Gemessen wurde OS mit der deutschen Version der Opinion Seeking Scale (Flynn et al., 1996). Die sechs Items erfragen, wie sehr beim Kauf von Produkten auf die Meinung von Meinungsführern geachtet wird. Die Skala wurde leicht abgeändert, um besser den Filmrezeptionsbezug abzubilden („DVD“ statt „Produkt“). Die Skala wies mit  $\alpha = .88$  eine gute interne Konsistenz auf. NCC wurde mit der Deutschen Kurzsкала zur Erfassung des Bedürfnisses nach kognitiver Geschlossenheit erfasst (16-NCCS, Schlink & Walther, 2007; siehe Kap. 5.2.3.). Die interne Konsistenz war mit  $\alpha = .77$  zufriedenstellend.

Für die Messung der Erwartungen hinsichtlich des Filmes wurde eine eigens entwickelte Skala verwendet. Ein Item enthielt die allgemeine Erwartung an die Qualität des Films („Ich erwarte, dass mir der Film gefällt“). Um die Erwartung an das Rezeptionserleben

abzudecken, wurden vier Items entwickelt, die sich an die Narrative Engagement Scale (Busselle & Bilandzic, 2009) anlehnen. Aus jeder Subskala wurde ein Item ausgewählt und so umformuliert, dass es eine Erwartung ausdrückt (z.B. „Ich erwarte, dass sich meine Gedanken voll und ganz in der fiktiven Filmwelt befinden werden“). Die Skala mit fünf Items hatte eine akzeptable interne Konsistenz von  $\alpha = .76$ .

Nach dem Film wurden Transportation (siehe Kap. 2.2.3.,  $\alpha = .83$ ), Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .86$ ) und die soziodemographischen Angaben erhoben. Außerdem wurden die Versuchspersonen befragt, ob sie den Film bereits gesehen hatten. Dies verneinten alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

### *Ergebnisse und Diskussion*

Die Ergebnisse wurden mit SPSS 22 berechnet. Zunächst wurde zur Replikation der Studie 3 ein t-Test für unabhängige Stichproben mit den beiden Treatmentgruppen berechnet. Auch hier zeigte sich, dass die Rezensionen einen mittleren bis großen Effekt auf Transportation (mit Welch-Korrektur:  $t_{61.91} = 3.73, p < .001$ , Cohen's  $d = .90$ ) und Narrative Engagement (mit Welch-Korrektur:  $t_{59.77} = 2.29, p = .026$ , Cohen's  $d = .56$ ) hatten. Bei der Betrachtung der Subskalen von Narrative Engagement findet sich wie bei Studie 3 kein signifikanter Unterschied bei Attentional Focus (mit Welch-Korrektur:  $t_{55.39} = 1.40, p = .169$ , Cohen's  $d = .33$ ) und Narrative Understanding ( $t_{65} = .99, p = .327$ , Cohen's  $d = .24$ ); Aufmerksamkeit und Verstehensprozesse wurden also durch die Rezensionen nicht behindert. Wird die Kontrollgruppe in die Betrachtung mit einbezogen, zeigt sich in Varianzanalysen, dass sich die drei Gruppen nur hinsichtlich Transportation signifikant unterscheiden ( $F_{2,97} = 5.81, p = .004$ , Cohen's  $d = .69$ ). Hinsichtlich Narrative Engagement findet sich ein nur marginal signifikanter Effekt ( $F_{2,97} = 2.80, p = .066$ , Cohen's  $d = .48$ ). Der Effekt ist also nur dann stabil und groß genug, wenn sowohl negative als auch positive Rezensionen eingesetzt werden.

Im zweiten Schritt wurde geprüft, ob die Effekte von Rezensionen auf das Rezeptionserleben über die Erwartungen vermittelt werden. Dafür wurde ein mediiertes Pfadmodell mit Hilfe des PROCESS-Makros von Hayes (2013) berechnet. Die Bedingungen wurden dummy-codiert (0 = negative Rezension, 1 = positive Rezension). Hier zeigte sich, dass der komplette Effekt der Rezensionen über die Erwartungen vermittelt wurde. Die Rezensionen hatten einen erheblichen Effekt auf die Erwartungen der Versuchsteilnehmer ( $B = 1.96$ ,  $SE B = .17$ ,  $p < .001$ ,  $CI_{unten} = 1.62$ ,  $CI_{oben} = 2.31$ ; Modell:  $R^2 = .67$ ,  $p < .001$ ). Die Erwartungen wiederum determinierten das Rezeptionserleben (AV Transportation:  $B = .35$ ,  $SE B = .11$ ,  $p = .003$ ,  $CI_{unten} = 0.12$ ,  $CI_{oben} = 0.58$ , Modell:  $R^2 = .28$ ,  $p < .001$ ; AV Narrative Engagement:  $B = .39$ ,  $SE B = .16$ ,  $p = .015$ ,  $CI_{unten} = 0.08$ ,  $CI_{oben} = 0.71$ , Modell:  $R^2 = .16$ ,  $p = .004$ ). Der direkte Effekt ist nicht signifikant (AV Transportation:  $B = -.07$ ,  $SE B = .28$ ,  $p = .813$ ,  $CI_{unten} = -0.62$ ,  $CI_{oben} = 0.48$ ; AV Narrative Engagement:  $B = -.24$ ,  $SE B = .38$ ,  $p = .521$ ,  $CI_{unten} = -1.00$ ,  $CI_{oben} = 0.51$ ). Der indirekte Effekt jedoch war statistisch bedeutsam (AV Transportation:  $B = .69$ ,  $SE B = .25$ ,  $p < .05$ ,  $CI_{unten} = 0.20$ ,  $CI_{oben} = 1.14$ ; AV Narrative Engagement:  $B = .77$ ,  $SE B = .39$ ,  $p < .05$ ,  $CI_{unten} = 0.02$ ,  $CI_{oben} = 1.55$ ).

Im letzten Schritt wurden die beiden Moderatorvariablen hinzugefügt und das moderierte Mediationsmodell von Abbildung 7 (siehe Kap. 3.3.2.) mit PROCESS berechnet. In der Vorhersage von Erwartungen spielte OS als Moderator keine Rolle ( $B = -.01$ ,  $SE B = .12$ ,  $p = .906$ ,  $CI_{unten} = -0.26$ ,  $CI_{oben} = 0.23$ ),  $R^2$  stieg im Vergleich zum unmoderierten Modell nicht signifikant ( $\Delta R^2 = .00$ ,  $p = .991$ ). In der Vorhersage von Transportation war NCC als Moderator unbedeutend ( $B = -.12$ ,  $SE B = .12$ ,  $p = .338$ ,  $CI_{unten} = -0.37$ ,  $CI_{oben} = 0.13$ ), auch hier war der Anstieg in  $R^2$  nicht signifikant ( $\Delta R^2 = .011$ ,  $p = .631$ ). Gleiches gilt auch für die Erklärung von Narrative Engagement: Der Moderator NCC trug dazu nicht bei ( $B = -.14$ ,  $SE B = .17$ ,  $p = .422$ ), der Unterschied in  $R^2$  war nicht signifikant

( $\Delta R^2 = .02$ ,  $p = .429$ ). Die Moderatoren OS und NCC lieferten keine zusätzliche Erklärungskraft.

Es lässt sich also festhalten, dass sich Rezensionen in den vorgestellten Studien als sehr gut geeignet zeigten, um Transportation und Narrative Engagement zu manipulieren. Das Ergebnis von Studie 3 konnte in Studie 4 mit etwas kleineren, aber zumindest mittleren Effektgrößen repliziert werden. Dieser Effekt war unabhängig von OS und NCC, die Prüfung weiterer möglicher Moderatoren steht allerdings noch aus. Die Diskussion zur Stichprobe, Laborsetting und Stimulusmaterial kann Kapitel 6.2.1. und 6.2.2. entnommen werden.

### 3.4. Fazit zur Manipulation des Rezeptionserlebens

In diesem Kapitel wurde dargestellt, dass es im Bereich der Manipulation von Transportation und Narrative Engagement noch offene Fragen gibt. Mindestens eines der folgenden Probleme trifft auf jede bislang vorgestellte Manipulation zu:

- Das Verfahren ist nicht wirksam beziehungsweise seine Wirkung ist noch nicht repliziert.
- Das Verfahren beeinflusst nicht nur das Rezeptionserleben, sondern beeinträchtigt auch das Verständnis des Textes.
- Das Verfahren ist nicht oder nur mit großem Aufwand auch mit audiovisuellen Stimuli anwendbar.
- Die Abhängigkeit der Wirksamkeit des Verfahrens von Persönlichkeitsvariablen ist nicht untersucht.

Manipulationen auf paratextueller (abgesehen von der „fiktiv vs. real“-Manipulation), situativer und medienbezogener Ebene haben bislang mindestens mittlere Effektgrößen produziert und stehen nicht im Verdacht, das Verständnis zu beeinträchtigen. Paratextuelle

und situative Manipulationen sind außerdem unabhängig vom Medium einsetzbar. Aus diesen Gründen wurden hier eine paratextuelle und eine situative Manipulation vorgestellt und in vier Studien näher untersucht. Die situative Manipulation zielte darauf ab, mit objektiver Selbstaufmerksamkeit einen zum Rezeptionserleben konkurrierenden Zustand auszulösen. Sie stellte sich allerdings als ungeeignet heraus, da die Wirkung in starkem Maße von der Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept abhing.

Die paratextuelle Manipulation basierte darauf, die Erwartungen der Rezipienten und Rezipientinnen bezüglich des Gratifikationspotentials des Medieninhalts zu verändern. Dazu kamen fingierte Rezensionen zum Einsatz. Dieses Verfahren produzierte bei zwei unterschiedlichen Filmen mindestens mittlere Effektgrößen. Der Effekt der Rezensionen wurde über die Erwartungen mediiert. Die untersuchten Persönlichkeitsvariablen hatten keinen Einfluss auf die Wirksamkeit der Manipulation. Es wurde außerdem argumentiert, dass die Manipulation durch Rezensionen die externe Validität kaum gefährdet. Darüber hinaus sind die Rezensionen äußerst ökonomisch einsetzbar.

Noch sind allerdings nicht alle Fragen bezüglich der Manipulation des Rezeptionserlebens per Rezensionen geklärt. Welche konkreten Inhalte der Rezension die tatsächlich wirksamen sind, ist noch offen. Die Rezensionen in Studie 3, die nur Informationen zum potentiellen Rezeptionserleben und keine Aussagen zur Qualität des Films enthielten, waren wirksamer als die in Studie 4 verwendeten. Weiterhin ist unsicher, wie sich die Manipulation des Rezeptionserlebens per Rezensionen auf Persuasionsprozesse auswirkt. Paratextuelle Eigenschaften können im Sinne des Elaboration Likelihood Models (siehe Kap. 2.1.) als peripherer Cue dienen. Wenn Versuchspersonen aufgrund einer schlechten Kritik einen Text als Schund oder Kitsch einstufen, so könnte dies unabhängig von Prozessen der Narrative Persuasion verminderte Überzeugungseffekte erklären. Zu beiden Fragen ist

zusätzliche systematische Forschung zur Gestaltung und Wirkung der Rezensionen notwendig (siehe Kap. 6.3.).

#### 4. MESSUNG DES REZEPTIONSERLEBENS IM VERLAUF

In diesem Kapitel werden verschiedene Verfahren zur rezeptionsbegleitenden Messung von Prozessen, die mit Transportation und Narrative Engagement einhergehen, vorgestellt und diskutiert. Außerdem soll ein Überblick über den Forschungsstand gegeben werden. Aus diesem wird dann abgeleitet, welche Methoden prinzipiell für die rezeptionsbegleitende Messung des Rezeptionserlebens geeignet sein könnten. Am Ende werden zwei Studien vorgestellt und diskutiert, in denen die Eignung von drei Methoden geprüft wird.

Die Messung von Konstrukten wie Transportation oder Narrative Engagement im Zeitverlauf mit den traditionellen Fragebogen-Instrumenten während der Rezeption ist kaum möglich, da die Rezipienten und Rezipientinnen nicht gebeten werden können, in sehr kurzen Zeitabständen einen Fragebogen auszufüllen, ohne den Rezeptionsprozess dadurch stark zu stören. Deshalb muss auf spezielle Verfahren zurückgegriffen werden, die als rezeptionsbegleitende Messmethoden, Online-Indikatoren oder Verlaufsmethoden bezeichnet werden und Variablen während der Rezeption messen können, ohne zu sehr in den messenden Prozess einzugreifen.

In der Medienpsychologie gibt es eine Vielzahl von Methoden zur Messung von Rezipientenaktivitäten während der Rezeption. Dabei handelt es sich mit wenigen Ausnahmen um apparative Verfahren, bei denen zum Teil ein erheblicher technischer Aufwand betrieben wird, um die jeweiligen Daten zu erhalten. Dieser Aufwand scheint einigen Forschern und Forscherinnen gerechtfertigt, denn die dynamischen Prozesse während der Mediennutzung sollen auch als solche empirisch behandelt werden: „All communication, after all, is dynamic. If communication changes over time, then communication measures should ideally be able to detect those changes over time“ (Biocca, David & West, 1994, S. 15).

Verlaufsdaten erlauben die Bearbeitung von Forschungsfragen, die mit der Fragebogenmethode kaum zu beantworten wären. Hier sollen einige solcher Forschungsfragen beispielhaft aufgeführt werden. Zunächst können rein zeitliche Aspekte eines Phänomens untersucht werden, also zum Beispiel wie lange es dauert, bis eine Person zu einem gewissen Grad transportiert ist. Weiterhin ermöglichen Verlaufsdaten die Verknüpfung von psychologischen Konstrukten mit dem Stimulusmaterial auf einer zeitlich niedrigeren Ebene (z.B. Szenen bei einem Film). Beispielsweise kann ein Teilnehmer mit einem hohen Wert in der postrezeptiven Einschätzung Phasen im Rezeptionsprozess haben, in denen er weniger transportiert ist als eine Person mit niedrigerem postrezeptiven Wert. Unter Umständen ist jedoch genau der jeweilige Zeitpunkt entscheidend für eine Persuasionswirkung, da an diesen Stellen besonders einstellungsrelevante Vorgänge präsentiert werden. Durch die enge Verknüpfung von Stimulus und Reaktion sind Verlaufsmethoden außerdem dazu geeignet, Stimulusmerkmale mit dem Ziel der Optimierung des Materials zu untersuchen. Aus diesem Grund wird zum Beispiel in der (kommerziellen) Werbewirkungsforschung mit Verlaufsmethoden gearbeitet (vgl. Felser, 2007). Auch hinsichtlich Transportation könnte versucht werden, konkrete Stimulusmerkmale zu identifizieren, die sich als begünstigend oder schädlich für das Rezeptionserleben erweisen, um sie anschließend zu optimieren.

Der Vorteil der Verknüpfung eines Konstrukts auf zeitlich niedriger Ebene mit dem Stimulus besteht vor allem darin, dass gleiche postrezeptive Skalenwerte die Folge von unterschiedlichen Verläufen während der Rezeption sein können. Der Skalenwert bedeutet also eine Reduzierung der Varianz. Je nach Ziel der Studie können diese Unterschiede, die mit Verlaufsmethoden erfasst werden können, jedoch den Ausschlag geben.

Als weiterer Vorteil wird gesehen, dass viele der Verlaufsmethoden implizit und non-reaktiv messen. Eine Verfälschung der Daten durch die Versuchspersonen ist also nicht

möglich. Außerdem können mit vielen Methoden Prozesse dargestellt werden, die der Introspektion nur schwer zugänglich sind. Schließlich können die Verlaufsmethoden zur Validierung von Fragebogenmaßen eingesetzt werden.

Erst kürzlich formulierten Nabi und Green (im Druck) einen konkreten Anwendungsfall für die rezeptionsbegleitende Messung des Rezeptionserlebens und insbesondere der damit einhergehenden Emotionen. Sie nahmen an, dass nicht nur die Intensität der Emotionen sondern vor allem der Wechsel sowohl der distinkten Emotionen als auch der Intensität der Emotionen während der Rezeption eine entscheidende Rolle bei der Entstehung und Aufrechterhaltung des Rezeptionserlebens spielen: „While the individual is reading or viewing a narrative, the story’s emotional flow, or the series of emotional shifts throughout the piece, can provide the motivating force for continued attention. Further, this attention may help sustain narrative transportation and engagement during the course of the story“ (S. 2). Bei einer solchen Fragestellung können postrezeptive Befragungen nicht zum Einsatz kommen, da sie die relevante Dynamik nicht abbilden können. Deshalb schlugen Nabi und Green (im Druck) rezeptionsbegleitende Messmethoden (insbesondere Real Time Response Measurement, RTR, siehe Kap. 4.1.4.) vor: „One important methodological implication of a focus on emotional shifts within a story is the need to measure emotional experience at multiple points during a narrative“ (S. 18).

Trotz der vielfältigen Anwendungsbereiche werden in der empirischen Rezeptions- und Wirkungsforschung in einem Großteil der Studien keine rezeptionsbegleitenden Messmethoden verwendet. Das mag zum einen daran liegen, dass der Aufwand dieser Methoden immer den von Fragebogen übersteigt und sie nicht so flexibel eingesetzt werden können. Zum anderen könnten Zweifel an der Validität und Befürchtungen hinsichtlich der Reaktivität der Verfahren vorliegen.

Die Befürchtung mancher Forscher und Forscherinnen, Verlaufsmethoden beeinflussten die Rezeption, könnte vor allem hinsichtlich Transportation beziehungsweise Narrative Engagement gerechtfertigt sein. Einige Verlaufsmethoden verlangen, dass die Versuchsperson ihre Aufmerksamkeit auf Vorgänge außerhalb des Mediums richtet und/oder über sich selbst nachdenkt. Modelle wie zum Beispiel das Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing (LC4MP; Lang, 2000, 2006) beschreiben die kognitive Kapazität von Menschen als begrenzt. Die Ablenkung durch die Verlaufsmethoden könnte bewirken, dass weniger Kapazität für das Verstehen der Geschichte und das Rezeptionserleben zur Verfügung steht. Sowohl Transportation als auch Narrative Engagement betonen die zentrale Rolle von Aufmerksamkeitsprozessen (siehe Kap. 2.2.2.). Bei Narrative Engagement wird Attentional Focus als hierarchisch untergeordneter Prozess beschrieben, ohne den die Prozesse höherer Ordnung nicht stattfinden können (siehe Kap. 2.3.2.). Eine Störung auf einer basalen Ebene könnte also Transportation beziehungsweise Narrative Engagement komplett verhindern.

Die Bedenken, dass Versuchspersonen durch rezeptionsbegleitende Messungen abgelenkt werden könnten, äußerte auch Gerrig (1993): „the phenomenon relies on subjects’ remaining immersed in the narrative world; I had little confidence that the subjects would remain sufficiently affected by a story to rate themselves“ (S. 161). Bisher hat sich das Rezeptionserleben als relativ stabil gegenüber Störungen erwiesen (siehe Kap. 3.) In den kommenden Kapiteln werden die Fragen hinsichtlich der Validität und der Reaktivität von verschiedenen Messmethoden diskutiert.

#### 4.1. Überblick über wichtige rezeptionsbegleitende Messmethoden

Einige der in der Medienpsychologie verwendeten Online-Indikatoren werden hier kurz dargestellt und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile, auch in Bezug auf die Reaktivität,

bewertet. Die Bezeichnungen der einzelnen Verfahren und ihre Einteilung in Gruppen sind in der Literatur nicht einheitlich. Die wichtigsten rezeptionsbegleitenden Messmethoden sind: psychophysiologische Verfahren (z.B. funktionelle Magnetresonanztomographie, fMRT; Elektroenzephalogramm, EEG; Elektrokardiographie, EKG; Elektromyographie, EMG; elektrodermale Aktivität, EDA), Beobachtungsverfahren (z.B. Augenbewegungsmessung; Facial Action Coding System, FACS), Verfahren, die auf Reaktionszeitmessungen basieren (z.B. Secondary Task Reaction Time, STRT) und Online-Befragungsverfahren (z.B. Real Time Response Measurement, RTR; Thinking aloud).

Weiterhin sind noch Verfahren zu erwähnen, bei denen die Rezeption mehrmals für eine Befragung unterbrochen wird („Quasi-online“, vgl. Richter, 2008) oder die Versuchspersonen nach der Rezeption gebeten werden, einen Prozess oder einen Verlauf während der Rezeption darzustellen. Letzteres ist zum Beispiel bei der Thought Listing Technique (z.B. Slater, Rouner & Long, 2006) oder beim Verfahren von Larsen und Seilman (1988) der Fall. Larsen und Seilman instruierten ihre Versuchspersonen, beim Lesen eines Textes Markierungen in ihr Dokument zu schreiben, zum Beispiel wenn sie eine Emotion erlebten. Nach der Rezeption wurden die Versuchspersonen zu diesen Markierungen befragt. Diese Verfahren sind für Fragestellungen, bei denen der genaue zeitliche Verlauf ausschlaggebend ist, ungeeignet und werden deshalb hier nicht weiter vorgestellt.

Es wurden bislang nur wenige Studien publiziert, in denen rezeptionsbegleitende Messmethoden im Zusammenhang mit Narrative Engagement oder Transportation eingesetzt wurden. Allerdings stellt die Forschung zu den verwandten Konstrukten Erkenntnisse bereit, die auch für die Messung von Narrative Engagement und Transportation wertvoll sein können. Vor allem in der Forschung zu räumlichem Präsenzerleben sind rezeptionsbegleitende Messungen stärker verankert. Dabei spielen psychophysiologische Maße, Secondary Task Reaction Times (STRT) und Augenbewegungsmessungen eine

zentrale Rolle. Deshalb werden diese im folgenden Kapitel beschrieben. Zusätzlich wird mit Real Time Response Measurement (RTR) eine weitere Methode zur Messung von Transportation und Narrative Engagement vorgeschlagen und hier vorgestellt.

Als Kriterium für die Validität der Verfahren werden im Sinne der Konstruktvalidität andere Verfahren, die etwas Ähnliches messen, herangezogen (konvergente Validität): In der Regel sind dies Fragebogenmaße, seltener auch andere rezeptionsbegleitende Verfahren. Ein weiteres wichtiges Kriterium zur Beurteilung einer Methode ist ihre Reaktivität. Vor allem bei der Untersuchung von Prozessen, welche die gesamte kognitive Kapazität des Rezipienten beanspruchen, wie es bei Transportation oder Narrative Engagement der Fall ist, ist es relevant zu prüfen, ob die Versuchspersonen durch die Verfahren abgelenkt werden und in Folge weniger transportiert sind. Die genannten Verfahren werden folgend vor allem hinsichtlich dieser Kriterien beurteilt.

#### *4.1.1. Psychophysiologische Verfahren*

Die Darstellung der psychophysiologischen Verfahren soll hier sehr verkürzt und nur in dem Maße erfolgen, in dem es für das Verständnis der im folgenden Abschnitt vorgestellten Studien nötig ist. Für eine ausführliche Diskussion der Verfahren im Kontext der Nutzungs- und Wirkungsforschung sei zum Beispiel auf Potter und Bolls (2012) oder Ravaja (2004) verwiesen.

Psychophysiologische Verfahren sind eine relativ große Klasse an unterschiedlichen Methoden. Hierbei werden verschiedene körperliche Indikatoren gemessen und mit psychischen Prozessen in Verbindung gebracht (vgl. Turner, 1994). Grundsätzlich lassen sich Verfahren unterscheiden, die zentralphysiologische oder peripherphysiologische Vorgänge messen (vgl. z.B. Larsen, Berntson, Poehlmann, Ito & Cacioppo, 2008): Erstere beziehen sich auf die Messung der Aktivitäten des Gehirns, letztere auf die Messung von Vorgängen im

restlichen Körper. In der Rezeptionsforschung besonders verbreitet sind vor allem folgende Verfahren:

Messung der Hirnaktivität durch funktionelle Magnetresonanztomographie: Für die funktionelle Magnetresonanztomographie (fMRT) wird in einem technisch aufwendigen Verfahren die Stärke der Durchblutung einzelner Hirnareale ermittelt und so auf die Aktivität geschlossen. Durch die Erkenntnisse der funktionellen Anatomie des Hirns lassen sich Aussagen über neuropsychologische Vorgänge machen.

Messung der Hirnaktivität durch Elektroenzephalografie: Für ein Elektroenzephalogramm (EEG) wird die summierte elektrische Hirnaktivität durch Ableitung der Spannungsschwankungen an der Kopfoberfläche gemessen. In der Medienrezeptionsforschung werden meist über die Aktivität in den EEG-Frequenz-Bändern Aussagen im Hinblick auf den Bewusstseinszustand und die Aufmerksamkeit der Versuchsperson gemacht.

Messung der Muskelaktivität durch Elektromyographie: Für ein Elektromyogramm (EMG) wird die Aktivität von Muskeln oder Muskelgruppen durch elektrische Ableitungen gemessen. In der Rezeptionsforschung betrifft das insbesondere Muskeln im Gesicht mit dem Ziel, die Mimik der Rezipienten zu erfassen, um dadurch auf emotionale Zustände zu schließen. Seltener wird auch die Rumpfmuskulatur abgeleitet, um Daten über die (Sitz-)haltung der Rezipienten und Rezipientinnen zu erhalten.

Messung der Augenbewegungen durch Elektrookulographie: Für ein Elektrookulogramm (EOG) wird die Bewegung der Augen durch elektrische Ableitungen erhoben. Das EOG ist in der Medienforschung ein eher unübliches Verfahren, da das EOG nur die Stellung der Augen im Verhältnis zum Kopf erfasst („Eye Tracking“), jedoch nicht die Blickrichtung („Gaze Tracking“). Das EOG ermöglicht auch die Registrierung des Lidschlags. Da für die Erhebung der Augenbewegung auch andere Methoden verwendet

werden können, wird für die Diskussion über den Zusammenhang von Augenbewegungen und psychologischen Konstrukten auf Kapitel 4.1.2. verwiesen.

Messung der Herzaktivität durch Elektrokardiographie: Mit dem Elektrokardiogramm (EKG) wird die elektrische Aktivität des Herzens beschrieben. In der Psychophysiologie relevant ist dabei vor allem die Messung des Pulses. Die Arbeit von Lacey, Kagan, Lacey und Moss (1963) verknüpfte dabei Aufmerksamkeit mit Herzrate: „,mental concentration‘ is accompanied by cardiac acceleration, and... attention to the environment is accompanied by cardiac deceleration“ (S. 174, vgl. auch Hahn, 1973).

Messung der elektrodermalen Aktivität: Bei der Messung der elektrodermalen Aktivität (EDA) wird über Elektroden der elektrische Widerstand der Haut ermittelt. Bei emotionalen Reaktionen wird über die Aktivierung des Sympathikus die Schweißsekretion erhöht, was zu einer Absenkung des Hautwiderstandes führt. Die Messung der EDA wird deshalb als Indikator für die unspezifische Erregung herangezogen.

Insbesondere psychophysiologische Verfahren haben den Vorteil, Prozesse messen zu können, die der Introspektion der Versuchsteilnehmer nicht zugänglich sind. Zudem sind kaum gezielte Verfälschungen möglich. Allerdings ist für ihren Einsatz ein hoher technischer und personeller Aufwand nötig. Neben der Anschaffung der entsprechenden Geräte werden speziell ausgestattete Laborräume gebraucht, um Störungen zum Beispiel durch Temperatur- und Luftfeuchtigkeitsschwankungen auszuschließen. Dennoch sind die Daten oft mit Artefakten, zum Beispiel durch Bewegung der Versuchspersonen oder durch Drift, sich langsam verändernde Körperzustände ohne psychisches Korrelat, verunreinigt. Insgesamt setzen die Verfahren ein hohes Maß an Auswertungskompetenzen des Forschungsteams voraus. Als weiterer Nachteil wird oft die unnatürliche Laborsituation mit eingeschränkter Bewegungsfreiheit für die Probanden und Probandinnen beschrieben, ein Problem, das bis zu einem gewissen Maße auf alle hier vorgestellten Methoden zutrifft.

### 4.1.2. Augenbewegungsmessung

Unter Augenbewegungen sollen hier sowohl die Bewegungen des Augapfels als auch der Lidschlag verstanden werden, allerdings keine weiteren Aktivitäten der Gesichtsmuskulatur. Zur Registrierung von Augenbewegungen gibt es einige Methoden, die alle mit spezifischen Vor- und Nachteilen bezüglich zum Beispiel räumlicher und zeitlicher Auflösung, Kosten, Aufwand und Belastung für die Versuchsperson verbunden sind. Weit verbreitet sind videobasierte Verfahren (sowohl „head mounted“, am Kopf befestigt, als auch „remote“, berührungslos) und die bereits genannte Elektroofokulografie (EOG, siehe Kap. 4.1.1.).

In der Regel werden von den Messgeräten Phasen, in denen das Auge auf einem Objekt ruht, also Fixationen, und sehr schnelle Augenbewegungen zwischen zwei Fixationen, den Sakkaden (bzw. andersherum: Sakkaden und die Zeit zwischen zwei Sakkaden, die Fixationen), unterschieden. Augenfolgebewegungen werden von den videobasierten Verfahren und EOGs nicht optimal erkannt. Lidschläge erkennen videobasierte Verfahren durch das Ausbleiben des Signals, EOGs durch einen starken Ausschlag im vertikalen Kanal im Elektroofokulogramm, dem Lidschlagartefakt. Lidschläge können auch durch Codieren von Videomaterial durch menschliche Coder erhoben werden. Dieses Verfahren weist eine mit EOG vergleichbare Messgüte auf (Nakano, Yamamoto, Kitajo, Takahashi & Kitazawa, 2009, S. 3636).

Der Zusammenhang zwischen Augenbewegungen und psychologischen Konstrukten wird in der Forschung breit diskutiert. Vor allem die Fixationsdauer und die Lidschlagfrequenz scheinen valide Indikatoren für Aufmerksamkeit darzustellen: Der Zusammenhang zwischen Fixationsdauer und Aufmerksamkeit liegt darin begründet, dass visuelle Informationen überwiegend während der Fixationen aufgenommen und verarbeitet werden. Eine Verlängerung der Fixation ermöglicht eine vertiefte Informationsverarbeitung

(vgl. Galley, 2001; Unema, Pannasch, Joos & Velichkovsky, 2005; Velichkovsky, Dornhoefer, Pannasch & Unema, 2001; vgl. auch „eye-mind-assumption“, Just & Carpenter, 1980; vgl. Bente, 2004).

Der Zusammenhang zwischen Lidschlag und Aufmerksamkeit wird dann verständlich, wenn man bedenkt, dass während eines Lidschlages bis zu 400 ms keine visuellen Informationen aufgenommen werden können (VanderWerf, Brassinga, Reits, Aramideh & Ongerboer de Visser, 2003). Deshalb werden Lidschläge bei Aufgaben, die visuelle Aufmerksamkeit verlangen, unterdrückt (Drew, 1951; Fogarty & Stern, 1989; Fukuda, 1994; Stern, Walrath & Goldstein, 1984). In Bezug auf medienpsychologische Fragestellungen konnte gezeigt werden, dass die Lidschlagfrequenz beim Filmschauen vor allem während Szenen hoch ist, die für die Handlung unerheblich sind (Nakano et al., 2009).

Ob Augenbewegungsmessungen als störend zu bezeichnen sind, ist stark von der verwendeten Methode abhängig. Die bezüglich aller Kennwerte immer noch genaueste Methode der Spurenhafgläser wird wegen der relativ hohen Belastung der Versuchspersonen und des hohen apparativen Aufwandes in der psychologischen Forschung nur selten eingesetzt (vgl. Galley, 2001). Videobasierte Geräte hingegen können so angebracht werden, dass sie von den Versuchsteilnehmern und -teilnehmerinnen kaum bemerkt werden. Sie gelten daher auch als wenig reaktiv (vgl. Richter, 2008).

#### *4.1.3. Secondary Task Reaction Time*

Die Messung der Secondary Task Reaction Time (STRT) kommt ursprünglich aus der Kognitionspsychologie (z.B. Posner, 1978) und basiert auf Modellen, die den Menschen als „Informationsverarbeiter“ mit limitierter Aufmerksamkeit und Verarbeitungskapazität beschreiben (z.B. Lang, 2000). Bei der Messung der STRT werden die Versuchspersonen gebeten, neben einer Primäraufgabe (bei medienpsychologischen Fragestellungen z.B. Fernsehen, Bilder betrachten oder Radiohören) eine zweite Aufgabe durchzuführen, nämlich

auf einen auditiven oder visuellen Reiz hin so schnell wie möglich eine Taste zu betätigen. Aus der Leistung der Sekundäraufgabe, operationalisiert durch die Reaktionszeit auf den Reiz, wird auf die kognitive Belastung durch beziehungsweise die Lenkung der Aufmerksamkeit auf die erste Aufgabe geschlossen (vgl. z.B. Basil, 1994; Lang, Bradley, Chung & Lee, 2003; Lang, Bradley, Park, Shin & Chung, 2006). Lang und Basil (1998) diskutierten dabei die exakte psychische Entsprechung der Reaktionszeiten und schlugen vor, sie als verfügbare Verarbeitungskapazität zu interpretieren: Je mehr der Gesamtverarbeitungskapazität die Versuchsteilnehmer und -teilnehmerinnen durch Nichtbelegung für die Hauptaufgabe zur Verfügung haben, desto schneller ist die Reaktion bei der Sekundäraufgabe. Die Gesamtverarbeitungskapazität kann jedoch durch automatische Ressourcenallokation variieren (vgl. z.B. Lang, 2009)

Die Validität von STRT darf mit kleineren Einschränkungen als hoch angesehen werden. In diesem Zusammenhang ist der Einfluss von Emotionen auf die Reaktionszeiten von besonderem Interesse. Die Arbeiten von Lang und ihren Kollegen und Kolleginnen (Lang, Dhillon & Dong, 1995; Lang, Park, Sanders-Jackson, Wilson & Wang, 2007) zeigten eine gewisse Abhängigkeit der verfügbaren Ressourcen vom allgemeinen Erregungsniveau: „there are fewer available resources when messages are arousing“ (Lang et al., 2007, S. 334). Das führt dazu, dass es bei steigender Komplexität des Stimulus eher zu einer Überforderung der Rezipientinnen und Rezipienten kommt. Insgesamt kamen Lang et al. (2007) aber zu dem Schluss, dass STRT in der Lage sind, die verfügbaren kognitiven Ressourcen der Rezipienten und Rezipientinnen zu messen „no matter what the emotional content of the message“ (S. 335). Wie sehr STRT von der Primäraufgabe ablenkt oder diese stört, wird in der klassischen medienspsychologischen Literatur zu STRT nicht behandelt. Im Hinblick auf das Rezeptionserleben könnte die Reaktivität der Methode allerdings schwerwiegende Folgen haben, weshalb dies in dieser Arbeit untersucht werden soll (siehe u.a. Kap. 4.4.).

#### 4.1.4. *Real Time Response Measurement*

Bei Real Time Response Measurement (RTR, u.a. auch Continuous Response Measurement, CRM; Moment to Moment Measurement, MtM; Programmanalysator oder Perception Analyzer) handelt es sich um ein computergestütztes Befragungsverfahren, bei dem die Versuchspersonen ihre Antworten mittels eines Eingabegerätes über einen Zeitverlauf abgeben (vgl. z.B. Biocca et al., 1994). Ein Computer registriert die Eingaben in kurzen Intervallen, bei den meisten Systemen jede Sekunde, und speichert diese. Als Eingabegeräte werden zum Beispiel Geräte mit Dreh- oder Schiebereglern oder handelsübliche Joysticks oder PC-Tastaturen verwendet. Mit den Systemen ist in den meisten Fällen eine Bewertung auf einer bis maximal zwei Dimensionen möglich, weil angenommen wird, dass zusätzliche Dimensionen eine Überforderung der Versuchspersonen darstellen („one-dimensional introspectometer“, Merton, Fiske & Kendall, 1990, S. 27; vgl. Biocca et al., 1994; Maier, Maurer, Reinemann & Faas, 2007).

RTR ist kein neues Verfahren und wurde erstmals in den 1930ern eingesetzt (Überblick über die frühere Geschichte des Verfahrens: Levy, 1982; Millard, 1992). Obwohl es in vielen Bereichen der Medienforschung (z.B. politische Kommunikation, Werbewirkungsforschung, Musikpsychologie, Unterhaltungsforschung) eingesetzt wird, ist die Anzahl der Veröffentlichungen mit RTR überschaubar: „...RTR measurement has not often been used in social science research, so far“ (Maurer & Reinemann, 2009, S. 11). Es gibt einige wenige Studien, die sich primär oder sekundär mit der Testgüte von RTR-Messungen befassen (z.B. Bacherle, Schneider & Krause, 2012; Boyd & Hughes, 1992; Hutcherson et al., 2005; Maier et al., 2007; Schleicher, 2009). Trotz offener Fragen, wie zum Beispiel die der idealen Skalierung, gibt es für einige Anwendungsfälle viele Hinweise, die für eine hohe Validität und Reliabilität sprechen. Allerdings sind wie zum Beispiel bei Fragebogen generelle Aussagen über die Testgüte einer gesamten Erhebungsmethode ohne

Beachtung des Kontexts und des zu messenden Konstrukts nur schwer möglich. Eine zentrale Rolle für möglichst hohe Testgüte nimmt die Instruktion für die Versuchspersonen ein, die klar und einfach gehalten sein soll (vgl. Boyd & Hughes, 1992).

Auf Erkenntnisse bezüglich der Testgüte in zwei für diese Arbeit bedeutsame Bereichen, Aufmerksamkeit und Emotion, wird hier eingegangen: Es gibt einen Hinweis dafür, dass RTR in der Lage ist, (zumindest indirekt) Aufmerksamkeit zu messen. Reeves, Rothschild und Thorson (1983, zit. nach Biocca et al., 1994) zeigten, dass neurologische Korrelate der Aufmerksamkeit im EEG mit der Bewertungshäufigkeit bei der Bedienung des RTR-Geräts zusammenhängen. Deutlich besser abgesichert ist die Eignung von RTR zur Messung von Emotionen. Hier gibt es zahlreiche Studien (u.a. Bradley & Lang, 2000; Broekens & Brinkmann, 2013; Bunce, Larsen & Cruz, 1993; Fredrickson & Kahneman, 1993; Gottman & Levenson, 1985; Ramanathan & McGill, 2007; Schleicher, 2009; Schuldberg & Gottlieb, 2002), in denen RTR zur Messung von emotionalen Zuständen eingesetzt und als verlässlich beurteilt wurde.

Trotz entgegenstehender Befürchtungen scheint die kontinuierliche Bewertung die Versuchspersonen kaum abzulenken (Hutcherson et al., 2005; Schleicher, 2009). Fahr und Fahr (2009) beurteilten die Störung durch RTR wie folgt: „In most cases, RTR handling is easy and subjectively not substantially disturbing compared with a 'normal viewing' situation. The participants managed well with the real-time-judgment task“ (S. 57). Der kognitive Aufwand wird oft durch eine kurze Übungssequenz vor dem eigentlichen Versuch möglichst gering gehalten: „Um solche kognitiven Interferenzen zu vermindern, werden bei RTR-Messungen gewöhnlich Übungsphasen durchgeführt, um die Probanden und Probandinnen mit den Geräten psychomotorisch vertraut zu machen“ (Schneider et al., 2011, S. 254).

#### 4.1.5. Systematisierung und erste Einschätzung der Tauglichkeit für die rezeptionsbegleitende Messung des Rezeptionserlebens

Im vorangegangenen Kapitel wurden in der Rezeptions- und Wirkungsforschung weit verbreitete rezeptionsbegleitenden Messmethoden kurz vorgestellt. Dabei wird deutlich, dass die Methoden unterschiedliche Beschreibungsebenen psychischer Prozesse abdecken. Die Psychologie ist die Wissenschaft des *Erlebens* und *Verhaltens* des Menschen (vgl. z.B. Fisseni, 1998, S. 7). Das Erleben einer Person ist von außen nicht beobachtbar. Verfahren, die das Erleben in den Blick nehmen, bauen auf Introspektion. Die Versuchspersonen können nur über das Auskunft geben, was ihnen bewusst ist beziehungsweise was sie sich bewusst machen können. Alle Befragungsmethoden, also auch RTR, basieren auf diesem Prinzip. Die Angaben, die durch Befragung gewonnen werden, können durch die Befragten verzerrt werden (vgl. z.B. Moosbrugger, 2012), zum Beispiel weil sie annehmen, dass bestimmte Antworten sozial erwünscht sind. Allerdings sind durch Introspektion höhere kognitive Funktionen und relativ komplexe psychische Vorgänge abbildbar, die anderen Personen (und damit auch Methoden) nicht zugänglich sind (z.B. den Plan zu fassen, nächste Woche einen Kurzurlaub in Paris zu machen).

Die Ebene des Verhaltens ist dadurch definiert, dass sie prinzipiell mehreren Beobachtern gleichzeitig von außen sinnlich zugänglich ist. Welches Verhalten eine Person zeigt, kann von ihr zu einem Teil kontrolliert werden. Einige Verhaltensweisen, wie Teile der Mimik oder der Lidschlag, sind größtenteils auf automatische Prozesse zurückzuführen und somit eher nicht durch die Versuchsperson willentlich oder unwillentlich verzerrt. Die Beobachtungsmethoden und die Methoden, die auf Reaktionszeitmessungen basieren, können zu dieser Ebene gezählt werden. Die Psychophysiologie ergänzt zu diesen beiden Ebenen die der somatischen Prozesse. Diese sind meist von außen nicht direkt beobachtbar, auch der

Person selbst wenn überhaupt nur in Grenzen unmittelbar zugänglich und nicht von ihr kontrollierbar. Ein Beispiel hierfür ist der Blutdruck.

Die meisten psychischen Prozesse finden auf jeder dieser drei Ebenen statt. So drücken sich beispielsweise Emotionen (z.B. Freude) durch ein spezifisches Muster im Erleben (z.B. Angenehmheit), Verhalten (z.B. Lachen, Mimik, Zuwendung) und durch körperliche Prozesse (z.B. erhöhte Hautleitfähigkeit) aus (vgl. z.B. Lang, 1979; Scherer, 1987). Rezeptionserleben umfasst ebenfalls (obwohl „Erleben“ bereits im Namen steckt) alle drei Ebenen. Zusätzlich wird Transportation und Narrative Engagement als multidimensional beschrieben. Wollte man Narrative Engagement mit seinen vier Dimensionen (Attentional Focus, Narrative Understanding, Emotional Engagement und Narrative Presence, siehe Kap. 2.3.2.) auf allen drei Ebenen im Verlauf beschreiben, müsste eine Vielzahl von Messverfahren eingesetzt werden.

Doch nicht jede Beschreibungsebene ist bei jedem Konstrukt gleichermaßen sinnvoll. Schubert (2009) ging davon aus, dass es zum Aspekt der Immersion, des „being there“, das im Rahmen von Narrative Engagement als Narrative Presence bezeichnet wird, kein physiologisches Korrelat gibt. Er konzeptualisierte Immersion als kognitives Gefühl, das als solches nur der Introspektion des oder der Betroffenen zugänglich ist und damit nur mit Befragungsmethoden erhoben werden kann. Aufmerksamkeit und die Auslastung durch kognitive Verarbeitungsprozesse hingegen wurden in der Literatur als der Introspektion relativ schwer zugänglich beschrieben: „The history of research on introspection has taught us that self-reports of mental processes cannot be trusted“ (Robinson & Neighbors, 2006, S. 115; vgl. MacLeod, 1993). Hier bieten sich die beiden anderen Beschreibungsebenen an.

Emotionen können, wie bereits dargestellt, auf allen drei Ebenen beschrieben werden. Tatsächlich ist der psychophysiologische Zugang zu Emotionen in der Forschung stark vertreten (vgl. Larsen & Prizmic-Larsen, 2006). An dieser Stelle soll allerdings nochmals auf

die Unterscheidung zwischen Emotionen und emotionalem Involvement rekuriert werden (siehe Kap. 2.2.2.). Die Rezipienten und Rezipientinnen erleben bei der Rezeption von Geschichten starke Emotionen. Die emotionale Komponente von Transportation und Narrative Engagement wird allerdings vielmehr als emotionales Involvement beschrieben. Das Konzept des emotionalen Involvements umfasst auch die Prozesse, die zu den starken Emotionen führen, die empathischen Prozesse, und deren Folgen, das „Mitleben“. In dieser Breite kann keine psychophysiologische Messung das Phänomen darstellen.

Ein weiteres Problem des psychophysiologischen Zugangs ist, dass damit das Objekt einer Emotion nicht erhoben werden kann. Emotionen können während der Mediennutzung Folge einer distanzlos-involvierten Rezeption sein, zum Beispiel wenn sich der Rezipient oder die Rezipientin ärgert, weil der Antagonist dem Helden eine Niederlage zugefügt hat („f-emotions“, Tan, 1996, S. 81). Sie können jedoch auch bei einer kritisch-distanzierten Rezeptionshaltung auftreten, zum Beispiel wenn sich der Rezipient oder die Rezipientin über eine schlechte schauspielerische Leistung ärgert („a-emotions“, Tan, 1996, S. 81). Das Vorhandensein einer Emotion kann also Anzeichen für ein verstärktes Rezeptionserleben sein, kann aber auch Folge anderer Prozesse sein. Diese Unterscheidung kann auf somatischer und Verhaltens-Ebene nicht getroffen werden, sondern benötigt die Introspektion des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin.

Insgesamt werden also für mit dem Rezeptionserleben verbundene Aufmerksamkeits- und Verarbeitungsprozesse Messungen auf der Verhaltens- oder somatischen Ebene empfohlen, für das emotionale Involvement und die Immersion jedoch Messungen auf der Erlebensebene.

## 4.2. Stand der Forschung

Im Folgenden werden Studien vorgestellt, in denen Narrative Engagement oder Transportation mit rezeptionsbegleitenden Messmethoden gemessen wurden. Weiterhin wird eine Auswahl an Studien, in denen verwandte Konstrukte rezeptionsbegleitend gemessen wurden, kurz dargestellt und hinsichtlich ihrer Relevanz für die Fragestellung dieser Arbeit kritisch bewertet.

### *4.2.1. Studien mit Verlaufsmessung von Transportation und Narrative Engagement*

Es gibt bislang drei Studien, in denen versucht wurde, Transportation oder Narrative Engagement beziehungsweise Teile davon rezeptionsbegleitend zu messen. Keine dieser Studien ist bislang in einer internationalen Fachzeitschrift veröffentlicht worden, was deutlich macht, dass sich bislang kein Standard entwickelt hat.

In der einzigen Studie zur rezeptionsbegleitenden Messung von Transportation konzentrieren sich Garsoffky, Glaser und Schwan (2012) auf die Aufmerksamkeitsfacette von Transportation (siehe Kap. 2.2.2.). Sie wählten dazu ein experimentelles 2-Gruppen-in-between-Design mit 31 studentischen Versuchsteilnehmerinnen. Als Stimulus wurde die 42-minütige Dokumentation „Kampf des Tiberius“, eine Co-Produktion von ZDF und der britischen BBC von 2006, eingesetzt. Der Film besteht zu großen Teilen aus spielfilmartigen Szenen, denen die Autoren hinreichende Narrativität bescheinigen. Die Manipulation zielte auf die zur Verfügung stehende Aufmerksamkeitskapazität, indem die Rezeptionssituation verändert wurde: Während in der einen Bedingung die Rezeption unter optimalen Umständen stattfinden konnte, war in der aufmerksamkeithinderlichen Bedingung unter anderem der Laborraum beleuchtet und unaufgeräumt. Außerdem wurde der Film in einer schlechteren Qualität und mit Einblendungen gezeigt. Während der Rezeption wurde bei den Teilnehmerinnen beider Gruppen per physiologischer Messung die Herzrate (EKG) und die

Lidschlagrate (EOG) gemessen. Nach der Rezeption wurde unter anderem Transportation mit dem bekannten Fragebogeninstrument gemessen (Green & Brock, 2000, siehe Kap. 2.2.3.). Die Manipulation wirkte sich wie erwartet auf die Herzrate und die Lidschlagfrequenz aus: Sie waren in der optimalen Rezeptionsbedingung signifikant niedriger. Dieser Effekt zeigte sich auch bei der berichteten Transportation: In der optimalen Rezeptionsbedingung gaben die Probandinnen an, stärker transportiert zu sein. Leider wurde der Zusammenhang zwischen Fragebogenmaß und den rezeptionsbegleitenden Messmethoden nicht berichtet.

Bilandzic und Busselle (2008) untersuchten in ihrer Arbeit den Zusammenhang zwischen STRT und per Fragebogen nach der Rezeption erhobenem Narrative Engagement. In einem experimentellen 2x2-between-subjects-design sahen 123 Versuchspersonen entweder eine Folge der US-amerikanischen Crime-Serie CSI oder der US-amerikanischen Krankenhaus-Serie Emergency Room. Um ablenkende Effekte durch STRT feststellen zu können, gab es jeweils eine Gruppe mit und ohne Messung per STRT. STRT wurde mit Hilfe eines auditiven Signals an vier Stellen während der Stimulusvorführung durchgeführt. Im Anschluss an die Rezeption wurde ein Vorläufer des Narrative Engagement-Fragebogens (Busselle & Bilandzic, 2009, siehe Kap. 2.3.2.) eingesetzt. Busselle und Bilandzic fanden in dieser Studie keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der mittleren Reaktionszeit beziehungsweise der kürzesten Reaktionszeit und dem Fragebogenwert: „STRTs were not related to narrative engagement“ (S. 4). Allerdings wurde auch kein Unterschied zwischen den STRT-Gruppen und den Gruppen ohne STRT gefunden, was auf nur geringe ablenkenden Effekte durch die Onlinemessung schließen lässt.

In einer methodisch aufwendigen Studie mit einem experimentellen 2x2x3-mixed-model-Design mit 116 Versuchsteilnehmern und -teilnehmerinnen widmeten sich Sukalla et al. (2013) der hierarchischen Struktur der Subfaktoren von Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.2.). Dazu wurde zum einen versucht, die Subfaktoren getrennt zu manipulieren, zum

anderen kamen rezeptionsbegleitende peripherphysiologische Messungen zum Einsatz. Im Einzelnen wurden erstens die Herzrate gemessen, zweitens die Hautleitfähigkeit erfasst und drittens die Aktivität des corrugator supercilii („Stirnrunzler“) per EMG registriert. Es wurde argumentiert, dass erstere mit der Aufmerksamkeitszuwendung zum Stimulus zusammenhängt, und die letzteren beiden die Erregungs- und (negative) Valenz-Dimension von Emotionen abbilden. Als Stimulus kamen verschiedene, jeweils fünfminütige Ausschnitte aus den US-amerikanischen Krankenhausserien Emergency Room, Grey’s Anatomy und Private Practice zum Einsatz, von denen jede Versuchsperson drei anschaute. Die Manipulation erfolgte anhand der Auswahl und der Veränderung der Ausschnitte. Um eine Manipulation des Faktors Narrative Understanding zu erreichen, wurden die Sequenzen des Serienausschnitts so verschoben, dass sie keine logische Abfolge mehr aufwiesen. Die Manipulation von Emotional Engagement erfolgte durch die Auswahl verschieden emotionaler Ausschnitte. Nach dem Ansehen der Ausschnitte erhoben die Forscher und Forscherinnen Narrative Engagement mit dem entsprechenden Fragebogen (Busselle & Bilandzic, 2009, siehe Kap. 2.3.2.).

In multivariaten Analysen konnten signifikante Zusammenhänge zwischen Subskalen von Narrative Engagement und den peripherphysiologischen Maßen in den erwarteten Richtungen nachgewiesen werden. Außerdem zeigten sich im Vergleich der experimentellen Bedingungen die theoretisch erwarteten Muster der Ausprägungen der peripherphysiologischen Maße. Die Autoren und Autorinnen interpretierten die Ergebnisse als Bestätigung für die Validität des Fragebogenmaßes: „Linking psychological processes indicated by psychophysiological measures during viewing to self-reported narrative engagement adds to our confidence in the validity of the concept of narrative engagement as actually representing narrative processing, as well as to its measurement as self-report“ (Sukalla et al., 2013, S. 20).

#### 4.2.2. Studien mit Verlaufsmessung von verwandten Konstrukten

In diesem Kapitel soll eine Auswahl von Studien, in denen Involvement oder räumliches Präsenzerleben im Verlauf gemessen wurde, vorgestellt werden. Die Auswahl erfolgte nach dem Einsatz von RTR, STRT oder Erhebung der Lidschlagfrequenz, da diese Methoden in der vorliegenden Arbeit ebenfalls Anwendung finden.

##### *Involvement*

Vorderers (1992, 1993) Konzeptualisierung von Involvement wurde bereits in Kapitel 2.1. skizziert. In Kapitel 2.2.2. wurde dargestellt, dass sich seine "distanzlos-involvierte Rezeption" (Vorderer, 1992, S. 83) und Transportation stark ähneln. Vorderer (1992, 1993) operationalisierte in einer seiner Studien Involvement durch eine halbstandardisierte Befragung, in einer anderen durch rezeptionsbegleitende Messungen mit Hilfe eines Verhaltensdatenrecorders. Bei diesem handelte es sich um ein mit RTR vergleichbares Gerät mit Tasten anstelle eines Dreh- oder Schiebereglers. Bei der Durchführung der Erhebung gab es allerdings einen entscheidenden Unterschied zur Erhebungen mit RTR: Die Versuchsteilnehmer und -teilnehmerinnen konnten ihre Einschätzungen nicht kontinuierlich abgeben, sondern wurden in einminütigen Abständen durch Piepstöne aufgefordert, ihre Eingabe zu tätigen. Die Instruktion war dabei, auf einer Skala von 1 bis 4 anzugeben, wie intensiv man im Film „mitlebte“ (Vorderer, 1992, S. 219). Bei den Medienstimuli handelte es sich um narrative Filme. Eine postrezeptive Befragung zu Involvement erfolgte in diesem Setting nicht.

Vor allem ein Aspekt dieser Studie ist relevant für diese Arbeit: Vorderer (1992) diskutierte, wie groß das Ablenkungspotential der rezeptionsbegleitenden Messmethode einzuschätzen ist. Ein Problem vermutete er „vor allem bei der Erhebung des ‚Involvements‘, da man davon ausgehen musste, dass Rezipienten, die nach dem von ihnen erlebten ‚Involvement‘ befragt werden, gerade durch diese Befragung (zumindest aber während dieser

Befragung) nicht mehr involviert sind“ (S. 217). Auf Grundlage einer experimentellen Vorstudie mit Gruppen mit und ohne Verlaufsmessung mit  $N = 60$  kam er aber zur Einschätzung, dass „die Störung der Rezeption durch die Messung m.E. als vertretbar angesehen werden“ kann (S. 218). Weiterhin schätzte er die Störung als noch geringer ein, wenn die Versuchspersonen beim Piepston nicht nach dem Involvement der vergangenen Minute sondern nach dem augenblicklichen Involvement gefragt werden. Insofern kann RTR, das ohne Piepston auskommt und immer den augenblicklichen Zustand abfragt, auch hinsichtlich des Ablenkungspotentials als verbesserte und modernere Variante des Verhaltensdatenrecorders gesehen werden.

### *Räumliches Präsenzerleben*

Böcking, Wirth, Hartmann, Klimmt, Schramm und Vorderer (2008) prüften in einer groß angelegten experimentellen Studie mit 20 Gruppen und insgesamt  $N = 828$  vier verschiedene Messmethoden auf ihre Eignung zur Messung von räumlichen Präsenzerleben: Thinking Aloud, Augenbewegungsmessungen (dabei Fixationszeiten als Indikator), STRT (mit visuellem, auditiven und auditiv-visuellem Sekundärstimulus) und funktionelle Kernspintomographie (fMRT). Das wichtigste Kriterium dafür bildete eine postrezeptive Befragung per Fragebogen. Als Medienstimuli kamen lineare Texte, Hypertexte, Film und virtuelle Realitäten in verschiedenen Gruppen zum Einsatz.

Die Autoren und Autorinnen bezeichneten ihr Ergebnis selbst als ernüchternd: Außer fMRT misst ihrer Meinung nach keine der verwendeten Messmethoden räumliches Präsenzerleben valide. Bei fMRT wurde lediglich angegeben, dass die Hirnaktivität einem plausiblen Muster entspricht. Die wenig überzeugenden Ergebnisse dürften der Grund dafür sein, dass diese Studie trotz ihres umfassenden Designs nicht in einem renommierten Journal veröffentlicht wurde. Dennoch sind einige Punkte der Studie für diese Arbeit relevant:

1. Da die Forscher und Forscherinnen auch Kontrollgruppen ohne den Einsatz einer Verlaufsmethode erhoben haben, waren Aussagen zum Ablenkungspotential möglich. Im Hinblick auf Filmrezeption bezeichneten sie die Augenbewegungsmessung und STRT als nicht störend.
2. Augenbewegungsmessungen als klassisches Aufmerksamkeitsmaß sind eigentlich prädestiniert für den Einsatz zur Messung der attentiven Facetten von Transportation oder Narrative Engagement (siehe Kap. 4.1.2.). Umso mehr enttäuscht das Ergebnis der Studie, dass Fixationszeiten kein valides Maß für räumliches Präsenzerleben darstellen. Die Prüfung weiterer Augenbewegungsparameter als Indikator steht allerdings noch aus.
3. In den Gruppen, in denen der Film als Medienstimulus gezeigt wurde, kam Thinking aloud nicht zum Einsatz. Thinking aloud zeigt sich aus pragmatischen Gründen ungeeignet als Methode im Zusammenspiel mit audiovisuellen Medien, da die Versuchspersonen gleichzeitig sprechen und zuhören müssten.

Brill, Carolus und Schwab (2011) untersuchten in ihrer Studie Präsenzerleben während eines Computerspiels. In einem experimentellen 2x2-between-subjects-design mit 48 männlichen Versuchspersonen prüften sie unter anderem, ob die Lidschlagfrequenz ein valider Indikator für räumliches Präsenzerleben sein kann. Es ist damit die einzige Studie, in der räumliches Präsenzerleben und Lidschlagfrequenz in Verbindung gebracht wurde. Die Versuchsteilnehmer spielten an einem PC das Rennspiel „Need for Speed – Shift“ von 2009, z.T. mit 3D-Brillen. Währenddessen wurde der Lidschlag per EOG erfasst. Weiterhin gab es Kontrollgruppen ohne EOG. Nach dem Spiel wurde das räumliche Präsenzerleben per Fragebogen (Wirth et al., 2008) erfasst. Die Forscher und Forscherinnen konnten keine

signifikanten Zusammenhänge zwischen dem Fragebogenmaß und dem aggregierten Augenbewegungsmaß berichten, allerdings folgte es einem plausiblen Muster: Die Lidschlagfrequenz brach immer an den Stellen ein, an dem von den Spielern besonders starke visuelle Aufmerksamkeit gefordert war. In einem Rennspiel sind dies vor allem Phasen kurz vor dem Einlenken in eine Kurve. Dieses Ergebnis kann zumindest als Hinweis dafür gewertet werden, dass Lidschlagfrequenz ein geeigneter Indikator für visuelle Aufmerksamkeit darstellt, jedoch nicht die Gesamtheit des räumlichen Präsenzerlebens abdecken kann. Zumindest wurde berichtet, dass keine störenden Effekte durch die Augenbewegungsmessung gefunden werden konnten.

Freeman, Avons, Davidoff & Pearson (1997) und IJsselsteijn, de Ridder, Hamberg, Bouwhuis & Freeman (1998, siehe auch IJsselsteijn et al., 1997) stellten außerdem Studien vor, bei denen räumliches Präsenzerleben mit RTR im Verlauf erhoben wurde. In beiden Studien wurden keine Angaben zur Ablenkung durch die Messung oder zu Korrelationen mit Fragebogenmaßen gemacht. Allerdings wurde die Aussage getroffen, RTR „provides a promising methodology for the subjective assessment of temporal variation in the observer’s sense of presence“ (IJsselsteijn et al., 1997, S. 43).

Zwei weitere Studien von Klimmt, Hartmann, Gysbers & Vorderer (2005) und Bracken, Pettey & Wu (2014) untersuchten den Zusammenhang zwischen STRT und räumlichem Präsenzerleben bei verschiedenen Stimuli (Hypertext, narrativer und non-narrativer Film, Virtual Environment) mit unterschiedlichen Reizen bei der Sekundäraufgabe. Die Korrelationen zwischen STRT und verschiedenen Fragebogenmaßen (u.a. Immersion und Involvement) waren klein und bis auf einzelne Ausnahmen nicht signifikant oder sogar in der falschen Richtung.

### 4.2.3. *Fazit und Herleitung der Fragestellung*

Verlaufsmethoden sind in der Medienpsychologie eine wichtige Ergänzung zu der klassischen Fragebogenmethode. Auch in der Forschung zum Rezeptionserleben könnten rezeptionsbegleitende Messungen von Vorteil sein, da sie die Bearbeitung innovativer Fragestellungen erlauben. Für die damit verbundenen kognitiven Prozesse bieten sich Messungen auf Verhaltens- und somatischer Ebene an, für emotionales Involvement und Immersion jedoch Messungen auf Erlebensebene. Der Forschungsstand zur Messung von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement ist bislang jedoch begrenzt. Die Ergebnisse der dargestellten Studien lassen sich im Hinblick auf die einzelnen Verfahren wie folgt zusammenfassen:

- Peripherphysiologische Maße scheinen die postrezeptive Einschätzung des Rezeptionserlebens gut vorhersagen zu können, und zwar sowohl hinsichtlich der Aufmerksamkeitsfacette als auch des emotionalen Involvements (Garsoffky et al., 2012; Sukalla et al., 2013).
- fMRT-Messungen liefern nach Urteil der jeweiligen Autoren und Autorinnen sinnvolle Ergebnisse (Böcking et al., 2008). Aufgrund der enormen Kosten der Erhebung ist es meist jedoch nicht möglich, hinreichend große Stichproben zu erheben, um inferenzstatistisch abgesicherte Aussagen machen zu können.
- Fixationszeiten haben sich als ungeeignet erwiesen (Böcking et al., 2008).
- Lidschlagfrequenz ist in der Erforschung des Rezeptionserlebens ein relativ neues Verfahren, dessen Prüfung noch aussteht (Brill et al., 2011; Garsoffky et al., 2012).
- Obwohl STRT in der Erforschung von Verarbeitungsprozessen ein zentrales Verfahren sind, sind die Ergebnisse in Bezug auf das Rezeptionserleben nicht

überzeugend (Bilandzic & Busselle, 2008; Böcking et al., 2008; Bracken et al., 2014; Klimmt et al., 2005).

- Thinking aloud ist eine im Kontext von audiovisuellen Stimuli aus pragmatischen Gründen ungeeignete Messmethode (vgl. Böcking et al., 2008).
- RTR wurde in der Messung von emotionalem Involvement und räumlichem Präsenzerleben bereits eingesetzt. Es wurden dabei allerdings keine Aussagen zur Validität der Methode gemacht (Freeman et al., 1997; IJsselsteijn et al., 1997; IJsselsteijn et al., 1998; Vorderer, 1992, 1993).

Der Forschungsüberblick zeigt vor allem, dass die Forschung zu rezeptionsbegleitenden Messungen im Zusammenhang mit Transportation und Narrative Engagement noch nicht weit fortgeschritten ist. Keine der genannten Studien ist in einer internationalen medienpsychologischen oder kommunikationswissenschaftlichen Zeitschrift erschienen. Auch hat sich noch kein Standard zur Messung des Rezeptionserlebens etabliert. Außerdem ist zu bemerken, dass schon prinzipiell keine der genannten Methoden für sich in der Lage ist, so umfassende Konstrukte wie Transportation oder Narrative Engagement, die sehr spezifische Aussagen über die beteiligten kognitiven und affektiven Prozesse machen, inhaltsvalide abzubilden.

In dieser Arbeit soll diese Forschungslücke geschlossen und ein Verfahren zur Messung von Transportation und Narrative Engagement bei der Rezeption von audiovisuellen narrativen Medieninhalten vorgeschlagen werden. Dabei sollen mehrere Messmethoden gleichzeitig eingesetzt werden, um Rezeptionserleben möglichst vollständig abzubilden. Für die Messung der Aufmerksamkeit empfehlen sich die Erhebung der Lidschlagfrequenz und der Herzrate. Der Einsatz psychophysiologischer Methoden ist in diesem Bereich etabliert, ist für diese Arbeit allerdings nicht praktikabel, da entsprechende Apparate dem Autor nicht zur

Verfügung stehen. Deshalb soll mit der Erhebung der Lidschlagfrequenz ein neues Verfahren geprüft werden. Für die Untersuchung von Verarbeitungsprozessen stehen mit Thinking aloud und vor allem STRT zwei Methoden zur Verfügung. Beide haben sich allerdings entweder aus pragmatischen Gründen und aufgrund der bisherigen Forschung eigentlich nicht empfohlen. Da STRT das Standardverfahren zur Messung von kognitiver Belastung ist, wird die Eignung ein weiteres Mal geprüft.

Es wurde argumentiert, dass emotionales Involvement mit einer Befragungsmethode erhoben werden soll (siehe Kap. 4.1.5.). Dafür bietet sich vor allem RTR an. Mit der entsprechenden Instruktion ist es damit möglich, emotionales Involvement abzubilden. Auch für die Messung der Immersion wäre das Online-Befragungsverfahren RTR eine gute Wahl. Da sich RTR jedoch nur für die Messung einer Dimension eignet, wird in dieser Arbeit auf die Abbildung der Immersion im Verlauf verzichtet. Zur ersten Prüfung der Validität der vorgeschlagenen dynamischen Messverfahren (Lidschlagfrequenz, STRT und RTR) zur Messung des Rezeptionserlebens werden folgend drei Pilot-Studien vorgestellt.

In den in diesem Kapitel dargestellten Studien zeigte sich, dass Ablenkung bei den meisten rezeptionsbegleitenden Methoden ein überschätztes Problem ist. Gravierender könnte es jedoch sein, wenn mehr als eine Methode zur gleichen Zeit zum Einsatz kommen. Auf diese Bedenken wird in Kapitel 4.4. eingegangen und das Ablenkungspotential des gemeinsamen Einsatzes von STRT und RTR geprüft.

### 4.3. Validität rezeptionsbegleitender Messungen – Studien 5a, 5b und 5c

Die Studien 5a, 5b und 5c sollen als Pilotstudien erste Hinweise auf die Eignung von RTR, STRT und der Erhebung der Lidschlagfrequenz zur Messung von Transportation und Narrative Engagement im Verlauf liefern. Die Darstellung erfolgt hier verkürzt. Bei allen drei Studien handelt es sich um Laborstudien mit studentischen Stichproben. Bei jeder der Studien

kam jeweils eine rezeptionsbegleitende Messmethode (Studie 5a: RTR; Studie 5b: STRT; Studie 5c: Lidschlagfrequenz) zum Einsatz. Sie hatten ein korrelatives Design, als Kriterium für die Eignung der drei Messmethoden wurden die Transportation-Skala und die Narrative-Engagement-Skala nach der Rezeption erhoben (siehe Kap. 2.2.3. und Kap. 2.3.2.). Eine nicht unerhebliche Korrelation dieser Skalen oder Subskalen mit den Online-Indikatoren soll als Hinweis auf Konstruktvalidität gewertet werden. Die Hypothesen zum Zusammenhang sind gerichtet. Bei RTR und STRT werden positive und bei der Lidschlagfrequenz negative Korrelationen erwartet.

#### 4.3.1. Methode

Die studentischen Stichproben waren mit  $N = 36$  (RTR),  $N = 27$  (STRT) und  $N = 23$  (Lidschlagfrequenz) klein. Die Eigenschaften der Stichproben können Tabelle 3 entnommen werden.

Tabelle 3  
*Eigenschaften der Stichproben der Studien 5a, 5b und 5c*

	RTR-Studie	STRT-Studie	Lidschlagfrequenz-Studie
<i>N</i>	36	27	23
Anteil Frauen	86%	59%	70%
Alter Mittelwert ( <i>SD</i> )	21.78 (2.63)	21.22 (2.41)	n.a.
Alter Range	19 – 31	18 – 31	n.a.

Die Erhebungen fanden alle in Räumen der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Während bei der RTR-Studie alle Versuchspersonen gleichzeitig und gemeinsam in einem Raum an der Studie teilnahmen, fanden bei den beiden anderen Studien Einzelerhebungen statt.

In der RTR-Studie kam der Perception Analyzer Model IV von Dialsmith zum Einsatz. Das System besteht aus einem Empfänger, der an einen Computer angeschlossen

wird, und einem oder mehreren Handgeräten, die per Funk oder per Kabel an den Empfänger angeschlossen werden. Die Handgeräte sind mit einem stufenlosen Drehregler und einem Display ausgestattet. Mit der dazugehörigen Software kann das Antwortformat von dichotom bis 101-stufig variiert werden. Sie registriert die Eingaben der Versuchspersonen sekundengenau, so dass von jeder Versuchsperson für jede Sekunde der Erhebung ein Wert vorliegt. Eine besondere Bedeutung kommt in RTR-Studien der Instruktion zu (siehe Kap. 4.1.4.). Mit RTR soll die emotionale Facette von Transportation beziehungsweise das Emotional Engagement von Narrative Engagement gemessen werden (siehe Kap. 2.2.2. und 2.3.2.). Dementsprechend lautete die Instruktion in dieser Studie: „Geben Sie fortlaufend eine Einschätzung ihres persönlichen Empfindens an. Dabei geht es darum, wie sehr sie sich emotional vom Film berührt fühlen“. Ergänzt wurde die Instruktion um weitere Erläuterungen zum emotionalen Involvement und zur Bedienung des Handgeräts. Das Antwortformat reichte von „gar nicht emotional berührt“ bis „außerordentlich emotional berührt“. Es war ebenso wie das der Transportation-Skala und der Narrative-Engagement-Skala siebenstufig. Vor dem eigentlichen Stimulusfilm wurde ein kurzer Übungsfilm vorgeführt, damit sich die Versuchspersonen an die Verwendung der Handgeräte gewöhnen konnten (siehe Kap. 4.2.4.).

In der STRT-Studie wurde die Messung mit Inquisit von Millisecond Software in der Version 3 realisiert. Die Software ermöglicht die Durchführung von Experimenten mit Reaktionszeitmessungen. Die Versuchspersonen wurden instruiert, auf einen Ton hin, der während des Stimulusfilms unregelmäßig, aber durchschnittlich alle 60 s (insgesamt 28 mal) erklang, so schnell wie möglich eine Taste auf einer Maus, die in die Hand genommen werden kann, zu drücken. Die Reaktionszeit wurde auf die Millisekunde genau aufgezeichnet. Der Ton wurde den Versuchspersonen einige Male zuvor vorgespielt, so dass sie sich an die Bedienung der Handmaus gewöhnen konnten.

Die Erhebung der Lidschlagfrequenz erfolgte per Kameraaufzeichnung. Dazu kam die Fotokamera Nikon J1 mit Zoomobjektiv zum Einsatz. Das Video wurde in HD-Auflösung und mit 60 Vollbildern pro Sekunde aufgezeichnet, um zu gewährleisten, dass der Lidschlag gut erkannt werden konnte. Der Bildausschnitt wurde so gewählt, dass sich die Versuchspersonen in einem begrenzten Rahmen noch bewegen durften. Die Bewegung wurde dadurch reduziert, dass die in einem Sessel sitzenden Versuchspersonen angewiesen wurden, ihre Beine auf einen kleinen Hocker abzulegen. Die Auswertung der Videos erfolgte durch menschliche Codierer, die zuvor geschult wurden. Die Videos wurden bei der Codierung, die auf die Sekunde genau erfolgte, in halber Geschwindigkeit abgespielt. Es wurde festgelegt, dass bei einem Lidschlag bei beiden Augen die Pupillen verdeckt sein müssen. Außer den Lidschlägen während des Stimulusfilms wurde noch ein 30-sekündiges Intervall, während die Versuchspersonen auf den Beginn des Films warteten, codiert. Dieses diente als Basisratenmessung für die Auswertung. Um eine Verfälschung der Daten zu minimieren, wurden nur Versuchspersonen ohne Kontaktlinsen für diese Studie zugelassen. Von den Versuchspersonen wurde vor dem Versuch die Erlaubnis zur Aufnahme, Speicherung und Auswertung des Bildmaterials schriftlich eingeholt.

In allen drei Studien wurde die erste Folge der US-amerikanischen Serie *Taras Welten* von 2009 mit einer Länge von ca. 27 min gezeigt. Die Serie wurde von der Kritik und dem Publikum mehrheitlich positiv bewertet (IMDb-Rating: 7.9). Die Serienfolge wurde außerdem vorgetestet.<sup>7</sup> Es wurde erwartet, dass der mittlere RTR-Wert mit Emotional Engagement, STRT mit Attentional Focus und/oder Narrative Understanding und die mittlere Lidschlagfrequenz mit Attentional Focus korreliert.

---

<sup>7</sup> Vorstudie mit  $N = 18$ , anfallende studentische Stichprobe, experimentelles within-subjects-Design, vgl. Kap. 2.6.3.

### 4.3.2. Ergebnisse und Diskussion

Für die Auswertung wurden die RTR-Werte und die STRT-Reaktionszeiten über den gesamten Zeitverlauf gemittelt. Die (nicht basisratenkorrigierten) deskriptiven Angaben zu den Zeilenmittelwerten<sup>8</sup> der drei Messmethoden können Tabelle 4 entnommen werden.

Tabelle 4

*Deskriptive Angaben zu den Mittelwerten der Zeilenmittelwerte der jeweiligen Methode (nicht basisratenkorrigiert)*

	RTR	STRT	Lidschlagfrequenz
<i>M</i>	2.98	452.70ms	15.76 Lidschläge/min
<i>SD</i>	1.02	94.46	6.98
Range	1.00 – 5.07	327.14 ms – 751.61ms	4.79 – 31.87 Lidschläge/min

Da es eine große interindividuelle Differenz in der Lidschlagfrequenz gab, wurde diese basisratenkorrigiert. Dazu wurden die Lidschläge zu 30-Sekunden-Intervallen zusammengefasst und diese durch die Lidschlag-Basisrate, die vor dem Stimulusfilm erhoben wurde, geteilt. Aus diesen Werten wurde ebenfalls ein Mittelwert gebildet. Die Mittelwerte wurden mit den anschließend erhobenen Skalen zu Transportation und Narrative Engagement (siehe Kap. 2.2.3. und 2.3.2.) korreliert. Eine hohe Korrelation wird im Sinne einer konvergenten Validität der Verlaufsmethode interpretiert. Die Hypothesen zum

---

<sup>8</sup> Die Bezeichnung Zeilenmittelwert (sowie Spalten- und Matrix-Mittelwert oder auch -Varianz bzw. -Standardabweichung) bezieht sich auf den Aufbau der Datensätze mit Verlaufsdaten. Diese sind so strukturiert, dass die Daten einer Person in Zeilen, die Zeitpunkte in Spalten organisiert sind. Der Zeilenmittelwert ist somit der Mittelwert einer Person über den gesamten Zeitraum. Der Spaltenmittelwert ist der Mittelwert aller Personen zu einem bestimmten Zeitpunkt. Der Matrix-Mittelwert ist der Mittelwert aller Personen zu allen Zeitpunkten.

Zusammenhang sind gerichtet, wobei bei RTR und STRT positive, bei der Lidschlagfrequenz negative Korrelationen erwartet wurden.

RTR lieferte überzeugende Ergebnisse. Wie erwartet korrelierte der RTR-Mittelwert signifikant mit Emotional Engagement ( $r = .47, p = .002$ ). Darüber hinaus korrelierte der RTR-Mittelwert auch mit den Gesamtskalen von Transportation ( $r = .29, p = .044$ ) und Narrative Engagement ( $r = .39, p = .009$ ). Bei STRT und der Lidschlagfrequenz sind die Ergebnisse nicht wie erwartet. STRT korrelierte signifikant mit Narrative Presence ( $r = .37, p = .027$ ). Die Lidschlagfrequenz korrelierte signifikant mit Transportation ( $r = -.51, p = .007$ ). Die weiteren Korrelationen können Tabelle 5 entnommen werden.

Tabelle 5

*Zusammenfassung der Ergebnisse der Korrelationsanalysen der Studien 5a, 5b und 5c zum Zusammenhang zwischen rezeptionsbegleitenden und postrezeptiven Messungen des Rezeptionserlebens*

Methode	N	r					
		TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
RTR	36	.29*	.39*	.12	.29*	.47**	.06
STRT	27	-.08	.18	-.02	.06	.09	.37*
Lidschlagfrequenz	23	-.51*	-.26	.13	-.15	-.28	-.35

*Anmerkungen.* TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence  
\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Die eingesetzten Verlaufsmethoden hängen alle mit dem Rezeptionserleben zusammen, jedoch nicht immer in der erwarteten Art und Weise. Auffallend sind zunächst die Unterschiede zwischen Transportation und Narrative Engagement. Auch wenn die beiden Skalen in diesen drei Studien wieder in hohem Maße korrelierten (Studie 5a:  $r = .81$ ; Studie 5b:  $r = .75$ ; Studie 5c:  $r = .87$ ), waren die Zusammenhänge mit den rezeptionsbegleitenden Messungen verschieden. Dies kann als Hinweis gedeutet werden, dass die beiden Skalen bei aller Ähnlichkeit doch etwas andere Schwerpunkte setzen.

RTR misst in erwarteter Weise. Die Höhe der Korrelation zwischen Emotional Engagement und dem RTR-Mittelwert entspricht exakt dem, was von Messungen per RTR aus anderen Bereichen bekannt ist (Bacherle et al., 2012). STRT hängt nicht wie erwartet mit Attentional Focus oder Narrative Understanding sondern mit Narrative Presence zusammen. STRT wurde bislang im Zusammenhang mit dem LC4MP (Lang, 2000, 2006; Lang & Basil, 1998; Lang et al., 2006) zur Messung der kognitiven Kapazität beschrieben. Die Reaktionszeiten müssten im theoretischen Rahmen von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement eventuell umgedeutet werden. Während sich der Rezipient beziehungsweise die Rezipientin in die Geschichte hineinversetzt, ist ihm oder ihr die Realität ferner als die Welt der Geschichte (vgl. Green & Brock, 2000). Wenn er oder sie auf einen Reiz in der Realität reagieren muss, so muss zunächst die „Rückreise“ angetreten werden. Dies äußert sich in einer verlängerten Reaktionszeit. Vergleichbare Überlegungen stellten auch Bailey, Rubenking und Lang (2011) an. Sie verwendeten ebenfalls die Reaktion auf Pieps-Töne als Sekundäraufgabe bei der Rezeption von Film-Clips. Räumliches Präsenzerleben wurde postrezeptiv erhoben. Es zeigte sich, dass die Versuchspersonen mehr Fehler machten und auf Piepstöne nicht reagierten, wenn sie sich stärker in den Medieninhalt hineinversetzten hatten. Die Lidschlagfrequenz sagt Transportation gut voraus, allerdings nicht Narrative Engagement und seine Subskalen.

Als mögliche Ursache für die zum Teil unklaren Ergebnisse ist die kleine Stichprobengröße und damit geringe Teststärke der Signifikanztests zu nennen. Zusätzlich stellt sich zu einem gewissen Maße das Problem der  $\alpha$ -Fehler-Kumulierung. In dieser Studie wurden sechs Signifikanztests pro Stichprobe mit korrelierenden abhängigen Variablen durchgeführt. Wegen der ohnehin geringen Power und dem Charakter der Studie als Pilotstudie wurden keine Maßnahmen zur  $\alpha$ -Adjustierung vorgenommen. Die Ergebnisse werden in Studie 7 (siehe Kap. 5.2.) einer erneuten Prüfung mit einer größeren Stichprobe

unterworfen. Bis dahin ist das vorläufige Ergebnis, dass RTR, STRT und die Lidschlagfrequenz mit dem Rezeptionserleben zusammenhängen, auch wenn die Art und Weise der Verwandtschaft noch Fragen aufwirft. Die weitere Diskussion zur Stichprobe, zum Laboransatz, zum Stimulusmaterial und zum Verhältnis von Verlaufsmessung und postrezeptiver Messung kann Kapitel 6.2.1., 6.2.2. und 6.2.3. entnommen werden.

#### 4.4. Reaktivität rezeptionsbegleitender Messungen – Studie 6

Die Reaktivität der rezeptionsbegleitenden Messmethoden wurde als mögliches Problem beschrieben, vor allem hinsichtlich der Ablenkung vom Medienstimulus (siehe Kap. 4.1.). In den meisten Studien wurden jedoch keine Effekte durch die Verlaufsmessung gefunden (siehe Kap. 4.2.). Insgesamt scheint Rezeptionserleben recht resilient gegenüber ablenkende Maßnahmen zu sein (siehe Kap. 3. und Kap. 3.1.). Jedoch steht zu vermuten, dass die konkrete Ausgestaltung der Erhebung eine entscheidende Rolle spielt. In der sich anschließenden Studie 7 in Kapitel 5.2. werden mit RTR und STRT gleich zwei Methoden gleichzeitig eingesetzt, die ein hohes Ablenkungspotential vermuten lassen.<sup>9</sup> Bei RTR muss die Versuchsperson andauernd ihren aktuellen Zustand bewerten und aktiv angeben (siehe Kap. 4.1.4.). Bei STRT muss die Versuchsperson eine Sekundäraufgabe durchführen, die einen gewissen Teil der kognitiven Kapazität belegt (siehe Kap. 4.1.3.). STRT und RTR wurden bislang im Zusammenhang mit Rezeptionserleben einzeln verwendet und als nicht störend beurteilt (Bilandzic & Busselle, 2008; Böcking et al., 2008; Vorderer, 1992; siehe

---

<sup>9</sup> In Studie 7 wird außerdem eine Kamera verwendet, um die Versuchspersonen bei der Rezeption zu filmen. Die Diskussion über Kameras als objektive Selbstaufmerksamkeit auslösender Stimulus kann Kap. 3.2. entnommen werden.

Kap. 4.2.1. und 4.2.2.). Doch gemeinsam könnte die Ablenkung größer sein, was in Studie 6 zum ersten Mal getestet werden soll.

Studie 6 hat ein 2-Gruppen-between-subject-Design mit parallelisierten Gruppen und insgesamt  $N = 97$  Versuchspersonen. Die zweistufige unabhängige Variable hat die Ausprägungen „rezeptionsbegleitende Messung per RTR und STRT“ oder keine rezeptionsbegleitende Messung (Kontrollgruppe). Die abhängige Variable ist Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.). Die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) wurde in dieser Studie nach der Annäherungsfacette des Konstrukts Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.) durchgeführt. Die Zuweisung zu den Bedingungen erfolgte zufällig.

### *Hypothesen*

Die Alternativhypothese lautet: RTR und STRT hat einen Effekt auf das Rezeptionserleben. Diese Hypothese und ihre Nullhypothese wird (vergleichbar mit Hypothese 2 in Studie 1, Kap. 3.2.2.) einer Äquivalenztestung unterworfen, da die Nullhypothese die Wunschhypothese darstellt und der  $\beta$ -Fehler der schwerwiegendere ist. In einem solchen Fall wird eine a-priori-Poweranalyse vor der Erhebung vorgeschlagen, um den nötigen Stichprobenumfang für  $\beta = .05$  zu ermitteln;  $\alpha$  wird auf  $.20$  festgelegt. In dieser Studie wird wie in Studie 1 (Kap. 3.2.2.) ein mittlerer Effekt von Cohen's  $d = .60$  als noch akzeptabel angesehen. Die a-priori-Power-Analyse wurde mit G\*Power 3.1 durchgeführt. Sie schlägt für die durchzuführenden t-Tests mit unabhängigen Stichproben eine Gesamtstichprobengröße von 96 vor, was mit  $N = 97$  erreicht wurde.

### *Methode*

#### *Stichprobe.*

Bei den ursprünglich 105 Teilnehmern und Teilnehmerinnen handelte es sich um Studierende der Psychologie und Erziehungswissenschaft, die in Lehrveranstaltungen

rekrutiert und mit Studienleistungspunkten entlohnt wurden. Acht Personen gaben im Posttest an, das Stimulusmaterial bereits zu kennen. Sie wurden aus den weiteren Analysen ausgeschlossen, so dass  $N = 97$  Personen für die Auswertung verblieben. Von diesen waren 18 männlich und 79 weiblich. Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen waren zwischen 18 und 45 Jahren alt ( $M_{\text{Alter}} = 22.16$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 4.24$ ).

#### *Material und Versuchsablauf.*

Die Erhebung fand in einem Laborraum der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Dieser wurde mit vier Computerplätzen ausgestattet, die mit Trennwänden voneinander abgegrenzt wurden, so dass sich die Versuchspersonen gegenseitig nicht sehen und stören konnten. Zum Zeigen des Stimulusfilms wurden vier 15-Zoll-Laptops verwendet, der Ton wurde durch Kopfhörer wiedergegeben.

Die Experimentalbedingungen wurden durch die Implementierung der beiden rezeptionsbegleitenden Messmethoden RTR und STRT realisiert. Dabei kam bezüglich dieser Messungen der gleiche Versuchsaufbau wie in den Studien 5a und 5b zum Einsatz (siehe Kap. 4.3.), die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Experimentalgruppe wurden jedoch durch beide Verfahren gleichzeitig befragt. Die Instruktionen zu RTR und STRT waren zu den vorhergehenden Studien 5a und 5b identisch. Der Ton für die STRT-Messung wurde allerdings doppelt so häufig abgespielt (insgesamt 40-mal, durchschnittlich alle 30 s). Bei der Kontrollgruppe kam keine der beiden rezeptionsbegleitenden Messmethoden zum Einsatz, und es wurde auch kein Ton eingespielt.

Als Stimulus wurde der US-amerikanische Kurzfilm „The Butterfly Circus“ von 2009 verwendet. Dieser Film wurde ausgewählt, da er zum einen von Publikum und Kritikern positiv bewertet wurde (IMDb-Rating: 8.0), zum weiteren zum Zeitpunkt der Erhebung in Deutschland relativ unbekannt war und schließlich mit 20 min eine in Bezug auf forschungspragmatische Erwägungen vertretbare Länge hatte. Der Film liegt in einer deutsch

synchronisierten Fassung vor. Der Film wurde vorgetestet<sup>10</sup>. Er schnitt bei dieser Vorstudie hinsichtlich der in Kapitel 2.6.3. aufgestellten Kriterien am besten ab. Die Versuchspersonen erlebten bei der Rezeption dieses Filmes sehr starke Transportation und beurteilten ihn sehr gut.

Der Film spielt zur Zeit der Großen Depression in den USA. Die beiden Hauptfiguren sind Mr. Mendez, ein Direktor eines umherreisenden Zirkus, und Will, ein Mann, der keine Gliedmaßen hat und sich dem Zirkus von Mr. Mendez anschließt. Will ist zunächst unglücklich und der Meinung, nichts zur Gemeinschaft beitragen zu können. Er entdeckt zufällig, dass er trotz seiner Behinderung schwimmen kann, als er fast in einem Fluss ertrinkt. Will wird mit einer schwierigen Nummer, bei der er aus großer Höhe in ein mit Wasser gefülltes Bassin springt, in das Zirkusprogramm aufgenommen. Er ist glücklich darüber, dass er nicht wegen seiner Behinderung Teil der Show ist, sondern weil er eine große Leistung vollbringt.

Die Versuchspersonen füllten mindestens eine Woche vor ihrem Labortermin einen Online-Fragebogen aus, in dem sie bezüglich ihres Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.,  $\alpha = .74$ ) für die Parallelisierung (siehe Kap. 2.6.1.) und ihren soziodemographischen Daten befragt wurden. An den Laborterminen wurden die Versuchspersonen maximal zu viert in den Laborraum eingeladen. Die Versuchspersonen wurden angewiesen, sich zu setzen und den Abläufen auf den Bildschirmen zu folgen, über den sie die weiteren Anweisungen erhielten.

Die Versuchspersonen der Experimentalgruppe wurden gebeten, die Handmaus für STRT mit ihrer nicht-dominanten Hand und das RTR-Gerät mit ihrer dominanten Hand zu bedienen. In dieser Studie wurde ein Übungsfilm vor dem eigentlichen Film gezeigt. Hier

---

<sup>10</sup> Vorstudie mit  $N = 18$ , anfallende studentische Stichprobe, experimentelles within-subjects-Design, siehe Kap. 2.6.3.

konnten die Versuchspersonen zunächst den Umgang mit dem RTR-Handgerät, dann mit der STRT-Handmaus und abschließend mit beidem zusammen für einige Minuten üben. Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Kontrollgruppe bekamen den Übungsfilm ohne die entsprechenden Instruktionen zu sehen. Es folgte der Stimulusfilm mit oder ohne rezeptionsbegleitende Messung. Danach wurden die Versuchsteilnehmer instruiert, am Computer den Posttest auszufüllen. In diesem wurden sie bezüglich ihres Narrative Engagements (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .83$ ) befragt.

### *Ergebnisse und Diskussion*

Zur Prüfung der Hypothese wurden t-Tests für unverbundene Stichproben mit SPSS 22 durchgeführt. Diese wurden mit Narrative Engagement und den Subskalen von Narrative Engagement als abhängige Variable berechnet. Die Hypothese wurde auf einem  $\alpha$ -Niveau von .20 getestet. Dabei zeigt sich, dass der Unterschied zwischen Experimental- und Kontrollgruppe hinsichtlich Narrative Engagement nicht signifikant ist ( $t_{95} = 1.05$ ,  $p = .295$ , Cohen's  $d = .21$ ). Keine signifikanten Effekte fanden sich auch hinsichtlich der Subskalen Attentional Focus ( $t_{95} = -.63$ ,  $p = .529$ , Cohen's  $d = -.13$ ), Narrative Understanding ( $t_{95} = .47$ ,  $p = .638$ , Cohen's  $d = .10$ ) und Narrative Presence ( $t_{95} = 1.09$ ,  $p = .277$ , Cohen's  $d = .22$ ). Allerdings wurde ein kleiner signifikanter Effekt der Versuchsbedingung auf Emotional Engagement gefunden ( $t_{95} = 2.02$ ,  $p = .046$ , Cohen's  $d = .41$ ).

Die Analysen zeigen, dass das Rezeptionserleben durch RTR und STRT im Großen und Ganzen kaum beeinträchtigt wird. Befürchtungen, Narrative Engagement könne durch die aufwendige Messung komplett verhindert werden, sind nicht eingetreten. Eine detaillierte Betrachtung offenbart allerdings, dass sich die Versuchspersonen durch die Verlaufsmessung etwas weniger durch die Geschichte emotional berührt fühlen. Ob dieser Effekt auf RTR, STRT oder beide Methoden gemeinsam zurückzuführen ist, kann anhand dieser Studie nicht abschließend geklärt werden. Der Effekt selbst zweier Verlaufsmethoden gleichzeitig ist

insgesamt so gering, dass eine Untersuchung des Rezeptionserlebens mit diesen Methoden möglich ist, ohne grobe Fehler zuzulassen. Es muss allerdings beachtet werden, dass mit diesem Design nur Populationseffekte ab Cohen's  $d = .60$  mit hoher Teststärke aufgedeckt werden konnten. Die Diskussion zur Stichprobe, zum Laborsetting und zum Stimulusmaterial kann Kapitel 6.2.1. und Kapitel 6.2.2. entnommen werden.

#### 4.5. Fazit zur rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens

In diesem Kapitel wurde die Eignung von verschiedenen Methoden zur rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens diskutiert. Dabei wurde dargestellt, dass sich RTR, STRT und die Erhebung der Lidschlagfrequenz prinzipiell eignen. Die Validität dieser drei Methoden wurde in drei Pilotstudien geprüft. Sie hingen alle mit der postrezeptiven Erhebung des Rezeptionserlebens zusammen, bei STRT und der Lidschlagfrequenz aber nicht in der erwarteten Art und Weise. Die Höhe der Korrelationen waren allerdings in einem Bereich, der für Zusammenhänge zwischen Online-Indikatoren und postrezeptiven Befragungen typisch ist (Bacherle et al., 2012; Fahr, 2006). Die Methoden werden erneut in Studie 7 mit einer größeren Stichprobe getestet.

Des Weiteren wurde in Studie 6 überprüft, ob das Rezeptionserleben unter dem kombinierten Einsatz von RTR und STRT leidet. Im Großen und Ganzen wird das Rezeptionserleben nicht beeinflusst, Emotional Engagement litt allerdings leicht. Der Einfluss von Kameras hat sich bereits in Studie 1 und 2 in Kapitel 3.3.3. und Kapitel 3.3.4. als nicht störend erwiesen.

## 5. DER PROZESS DES ZUSAMMENFASSENS DES REZEPTIONSERLEBENS IN EIN POSTREZEPTIVES URTEIL

In Kapitel 4 wurden die beiden großen Vorteile von Verlaufsmethoden vorgestellt: zum einen die Möglichkeit, die gemessenen psychologischen Konstrukte auf zeitlich niedriger Ebene mit dem Stimulus verknüpfen zu können, zum anderen den Hinzugewinn von interindividueller Varianz durch die zeitliche Dimension. Diese Vorteile werden allerdings in vielen Studien, in denen rezeptionsbegleitende Methoden verwendet werden, nicht genutzt, da die Verlaufsdaten in einem Wert zusammengefasst werden. In der überwiegenden Mehrheit der Fälle wird ein ungewichteter Mittelwert der Verlaufsdaten gebildet, so wie es auch in Kapitel 4.3. bei Studien 5a, 5b und 5c geschehen ist. Zwei Beispiele für dieses Vorgehen aus verschiedenen Bereichen der Medienwirkungsforschung sind Polsfuss und Hess (1991, *Werbewirkung*) oder Maier und Strömbäck (2009, *Wirkung politischer Kommunikation*).

Dieses Vorgehen impliziert, dass Menschen bei der Beurteilung von Verläufen in der Retrospektive ebenso verfahren und einen Mittelwert über ihre Erfahrungen berechnen. Dies ist allerdings nicht plausibel, da das Zusammenfassen einer Episode in ein einziges postrezeptives Urteil kein trivialer Prozess ist. Dies soll an einem Beispiel verdeutlicht werden: In einem TV-Duell vor einer Wahl wird es Themen geben, die einem Zuschauer beziehungsweise einer Zuschauerin ganz besonders wichtig sind. Andere Abschnitte wiederum wird er oder sie für irrelevant erachten. Wird er oder sie nun im Anschluss gefragt, welcher der beiden Kandidaten die Debatte gewonnen hat, so werden nicht alle Teile der Debatte gleichermaßen in sein Urteil einfließen. Zum Beispiel könnten besonders überzeugende Teile und der Schluss, an den er oder sie sich noch am besten erinnert, in sein oder ihr Urteil mit stärkerer Gewichtung eingehen (vgl. „Peak-End-Rule“, Fredrickson & Kahneman, 1993, siehe Kap. 5.1.2.).

Die Frage, wie Befragte ihre vergangenen Erlebnisse in einem Urteil zusammenfassen, wurde in manchen Bereichen bereits untersucht. Dabei wurde vielfach bestätigt, dass die Befragten keinen Mittelwert dieser Erlebnisse bilden (s.u.). In der Nutzungs- und Wirkungsforschung gibt es dazu bislang wenige Beiträge (siehe Kap. 5.1.3.), obwohl besonders oft Skalen eingesetzt werden, mit denen vergangene dynamische Verläufe beschrieben werden. In dieser Arbeit soll dieser Frage hinsichtlich der postrezeptiven Erhebung des Rezeptionserlebens nachgegangen werden. Die Relevanz ergibt sich aus den folgenden drei Punkten, wobei die ersten beiden Argumente vor allem für die zukünftige empirische Forschung zum Rezeptionserleben entscheidend sind: Wenn erstens unbekannt ist, wie Verlauf und postrezeptives Urteil des Rezeptionserleben zusammenhängen, werden auch andere Zusammenhänge unterschätzt. Das betrifft zunächst natürlich den Zusammenhang zwischen rezeptionsbegleitenden Messmethoden und postrezeptiven Befragungen, aber auch die Vorhersagekraft bezüglich Wirkungen der Rezeption. Zweitens ist es denkbar, dass Verläufe, die sich insgesamt stark ähneln, zu sehr unterschiedlichen postrezeptiven Einschätzungen des Rezeptionserlebens führen, wenn sie sich hinsichtlich ganz bestimmter Kriterien unterscheiden. Wenn zum Beispiel der *maximale* Ausschlag an Transportation während der Rezeption besonders relevant für das postrezeptive Urteil ist, dann kommen Personen, die sich nur in ihrem maximalen Ausschlag unterscheiden, zu unterschiedlichen Einschätzungen, auch wenn dieser Unterschied nur einen kurzen Zeitraum betrifft. Dieser Effekt, dass sich nur punktuell verschiedene Verläufe zu sehr unterschiedlichen postrezeptiven Urteilen führen, könnte noch größer ausfallen, wenn es interindividuelle Unterschiede im Prozess des Zusammenfassens von Verläufen gibt. Sind die Variablen bekannt, die diesen Prozess beeinflussen, so können diese Variablen in der zukünftigen Forschung statistisch kontrolliert werden, wie zum Beispiel bei der statistischen Kontrolle sozialer Erwünschtheit bei der Erhebung von Einstellung (vgl. z.B. Hofmann, Gschwendner,

Nosek & Schmitt, 2005). Das letzte Argument für die Beschäftigung mit dem Prozess des Zusammenfassens von Verläufen zielt vor allem auf Filmschaffende beziehungsweise Autoren und Autorinnen. Wenn bekannt ist, unter welchen Bedingungen Rezipienten und Rezipientinnen nach einem Film oder Buch sagen, dass sie ein starkes Rezeptionserleben hatten, können die Texte nach diesen Regeln optimiert werden.

In diesem Kapitel geht es also um den Prozess des Zusammenfassens von Verläufen des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil. Dazu wird zunächst die theoretische Grundlage dargestellt. Die Theorien sind mehreren Bereichen der Psychologie entliehen. Auf dieser Basis soll ein Rahmenmodell des Prozesses formuliert werden. Anschließend wird eine Studie vorgestellt, in der erste Hinweise bezüglich des Zusammenhangs des Verlaufs und des postrezeptiven Urteils gesammelt werden. In dieser Studie kommt die in Kapitel 3. entwickelte Manipulation und die in Kapitel 4. geprüfte rezeptionsbegleitende Messmethode zum Einsatz.

## 5.1. Theorie der postrezeptiven Befragung

Prinzipiell gibt es zwei Perspektiven auf den Zusammenhang von postrezeptiven Befragungen und dem Verlauf. Hartmann und Möhring (2008) diskutierten, inwieweit die Verzerrungen beim Zusammenfassen eines Verlaufs die Validität der postrezeptiven Skalen beeinträchtigt. Fahr und Früh (2011) hingegen sprachen in diesem Zusammenhang vom postrezeptiven Urteil als „Meta-Konstrukt“ (S. 31), also einer Einschätzung, die zwar auf dem Verlauf basiert, allerdings ihre eigene psychologische und prognostische Bedeutung hat (siehe auch Kap. 6.2.3.). Unabhängig von der Perspektive sind die Prozesse, die Verlauf und postrezeptives Urteil verbinden, von Interesse. Hier sollen verschiedene theoretische Beiträge zu dieser Fragestellung dargestellt werden. Dazu werden folgend theoretische Vorstellungen aus der Befragungsforschung, aus der Sozialpsychologie und der Rezeptionsforschung

geschildert. Anschließend soll diskutiert werden, ob es möglicherweise stabile interpersonelle Unterschiede bei der Bildung des postrezeptiven Urteils gibt. Zum Schluss sollen die Erkenntnisse dieses Kapitels in ein Rahmenmodell überführt werden.

### *5.1.1. Erkenntnisse aus der Befragungsforschung*

Die Befragungsforschung kann einen hilfreichen Rahmen für die Erklärung der Prozesse bei der Beantwortung von postrezeptiven Items liefern. Letztlich basieren Befragungen meist darauf, dass sich die Befragten an eine vergangene Episode erinnern und diese in einem Urteil zusammenfassen. Schwarz und Oyserman (2001, S. 129) nahmen fünf Schritte an, die Befragte abarbeiten, bis sie auf eine Frage eine Antwort geben: Als erstes muss die Frage verstanden werden („understanding the question“). Als zweites müssen die Erinnerungen an relevantes Verhalten abgerufen werden („recalling relevant behavior“). Als drittes werden fehlende Informationen inferiert und geschätzt („inference and estimation“). Als viertes muss die Antwort auf das Antwortformat angepasst werden („mapping the answer onto the response format“). Zuletzt kann die Antwort aus Gründen der sozialen Erwünschtheit verändert werden („editing the answer for reasons of social desirability“). Jeder dieser Schritte ist fehleranfällig und kann zu Verzerrungen führen. Der zweite und der dritte Schritt sind im Falle des Prozesses des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens von besonderer Bedeutung.

Beim Abruf der Erinnerungen sahen Schwarz und Oyserman (2001) das Vergessen von vor allem lange zurückliegenden Ereignissen als Problem an. Zwar werden die Skalen zur Messung des Rezeptionserlebens in der Regel direkt nach der Rezeption gegeben. Allerdings zeichnet sich Rezeptionserleben und Unterhaltungserleben genau dadurch aus, dass kognitive Ressourcen vor allem durch die Aktualisierung des Situationsmodells und den Abruf aus dem Langzeitgedächtnis belegt werden und nicht durch Speicherung in das Langzeitgedächtnis (vgl. LC4MP, Lang, 2000, 2006), sodass die Erinnerungen dennoch nicht vollständig sein

dürften. Auch kommen Erinnerungsfehler häufiger vor, wenn die Versuchspersonen nicht motiviert sind, lange und wiederholt über ein Item nachzudenken. An dieser Stelle sind noch zwei in der Psychologie prominente Erinnerungseffekte zu erwähnen, die zu Verzerrungen der Erinnerung führen können, der Primacy- und der Recency-Effekt (Murdock & Bennet, 1962). Proaktive und retroaktive Hemmungen sind dafür zuständig, dass der Anfang und das Ende einer Episode am besten erinnert wird.

Bei unvollständigen Erinnerungen wenden die Befragten verschiedene Strategien an, um dennoch plausible Antworten geben zu können. Schwarz und Oyserman (2001) gingen dabei vor allem auf implizite Theorien ein. Diese können auch bei der Beantwortung von Items bezüglich der Rezeption von narrativen Texten angewendet werden (z.B. „Das Thema des Films hat mich sehr interessiert, dann muss er mich auch mitgerissen haben“). Andere Autoren und Autorinnen beschrieben vor allem Heuristiken, die an dieser Stelle zur Anwendung kommen können. Diese werden unter anderem im Folgenden vorgestellt.

### *5.1.2. Die Peak-End-Rule und andere Parameter von Verläufen*

In der Literatur wurden Parameter von Verläufen beschrieben, die eine Rolle für ein postrezeptives Urteil spielen können. Zunächst werden diese vorgestellt. Anschließend werden sie in ihrer Bedeutung für das postrezeptive Urteil bewertet.

Ariely und Carmon (2000) unterschieden zwischen „Gestalt“-Charakteristiken, die sich auf den gesamten Verlauf beziehen, wie zum Beispiel ein Anstieg oder Abfall über den kompletten Zeitraum (Slope), und Merkmalen, die eine geringere Anzahl an Zeitpunkten betrachten, wie etwa das Maximum. Baur (2005) sah als wichtige Grundbegriffe zur Beschreibung von Verläufen Zyklen, geordnete Transformationen („trajectories“) und Brüche („turning points“, vgl. Abbott, 2001), mit denen sie regelmäßig wiederkehrende Muster, allmähliche Zu- und Abnahme und Wendepunkte wie zum Beispiel örtliche Maxima meinte.

Verschiedene Forscher und Forscherinnen sahen unterschiedliche Parameter als besonders wichtig oder unwichtig für das postrezeptive Urteil an. Das prominenteste Beispiel dabei ist die Peak-End-Rule von Kahneman und seinen Kolleginnen und Kollegen.

Fredrickson und Kahneman (1993) stellten einen Vergleich auf. Sie beschrieben die Erinnerung an vergangene (emotionale) Erlebnisse eher als mehrere Momentaufnahmen, die gewichtet in das Gesamturteil eingehen als eine kontinuierliche Abfolge gleichwertiger Aspekte<sup>11</sup>. Als emotionale Episoden wurden Vorgänge wie zum Beispiel medizinische Eingriffe (Redelmeier & Kahneman, 1996), Schlange stehen (Carmon & Kahneman, 1995), die Hand in kaltes Wasser tauchen (Kahneman, Fredrickson, Schreiber & Redelmeier, 1993), sehr laute Töne (Schreiber & Kahneman, 2000) und andere unangenehme Vorgänge untersucht. Nach den negativen Erfahrungen wurden die Versuchspersonen befragt, wie sie diese bewerteten. Dabei kamen dem global maximalen emotionalen Ausschlag, dem „Peak“, und dem Schluss des Ereignisses eine besondere Rolle zu. Diese „Peak-End-Rule“ stellt eine Form einer Verfügbarkeitsheuristik dar; sowohl der „Peak“ als auch das Ende sind Momente während eines Verlaufs, an die sich die Menschen besonders gut erinnern (vgl. Fredrickson, 2000; vgl. Recency-Effekt, siehe Kap. 5.1.1.). Außerdem ist die Form des Verlaufs entscheidend. Aufsteigende Formen führen zu einem insgesamt höheren Gesamturteil als absteigende (bei gleichem Mittelwert). Ariely und Zauberman (2000) machten zusätzlich noch konkrete Aussagen zum Slope des *Endes*. So ist der Anstieg beziehungsweise Abfall zum abschließenden Niveau hin ein entscheidender Parameter. Die Dauer einer Episode

---

<sup>11</sup> „We contrast two metaphors for the representation of emotional episodes in memory: one likens this representation to film, the other to a collection of snapshots“ (Fredrickson und Kahneman, 1993, S. 45)

scheint jedoch unerheblich zu sein („duration neglect“, Fredrickson & Kahneman, 1993, S. 45).

Die bislang erwähnten Studien zur Peak-End-Rule basierten auf unangenehmen Erfahrungen und ihrer Bewertung. In der Forschung zu dieser Heuristik bilden sie die Mehrheit: „Notably, almost all of the data supporting the peak-end rule come from negative experiences“ (Schäfer, Zimmermann & Sedlmeier, 2014, S. 3). Es gibt einige wenige Studien, in denen die Peak-End-Rule in Hinblick auf angenehme Erlebnisse untersucht wurde (z.B. Lebensqualität: „James-Dean-Effect“, Diener, Wirtz & Oishi, 2001; Geschenke: Do, Rupert & Wolford, 2008; Mahlzeiten: Robinson, Blissett & Higgs, 2011; Rode, Rozin & Durlach, 2007; Reisen: Kemp, Burt & Furneaux, 2008). Nur wenige Studien untersuchten dabei Prozesse während der Medienrezeption (z.B. Musik: Rozin, Rozin & Goldberg, 2004; Schäfer et al., 2014; „plotless“ Filmclips: Fredrickson & Kahneman, 1993; angenehme Werbespots: Baumgartner, Sujan & Padgett, 1997). In diesen Studien kamen RTR-Geräte zum Einsatz. Den Versuchspersonen wurden mehrere Musikstücke, Filmclips mit emotionalem Inhalt beziehungsweise Werbespots vorgespielt, die sie in ihrer emotionalen Intensität bewerten sollten. Die Ergebnisse unterstützten im Großen und Ganzen die Peak-End-Rule. Allerdings ist anzumerken, dass keine davon unterhaltende narrative Stimuli untersuchten, die jedoch vermutlich eine eigene Komplexität aufweisen (siehe Kap. 5.1.3.).

Hsee und seine Kollegen (Hsee & Abelson, 1991; Hsee, Salovey & Abelson, 1994) führten einen weiteren Parameter in die Diskussion ein. Sie sahen die *Geschwindigkeit* eines Anstiegs (oder Abfalls) auf ein bestimmtes Niveau zusätzlich zum Unterschied zwischen Anfangszustand und Endzustand als besonders relevant an. Sie untersuchten die Posthoc-Zufriedenheit mit verschiedenen theoretischen Verläufen akademischer Leistungen von Studierenden oder des Werts von Investments. Erfolgte eine positive Veränderung besonders schnell, so waren die Befragten zufriedener mit dem Verlauf, als wenn sich der gleiche

Anstieg in einer größeren Zeitspanne vollzog. Die bisherige Forschung zu dieser Regel hat wenig Anknüpfungspunkte zur Mediennutzungsforschung. Doch zogen die Autoren die Begeisterung der Zuschauer bei einem Basketballspiel, bei der die favorisierte Mannschaft nach einem schwachen Start am Ende aufholt, als Beispiel für einen schnellen Anstieg mit anschließender positiver Bewertung heran (Hsee et al., 1994, S. 108), ein Phänomen, das deutliche Parallelen zum Unterhaltungserleben zeigt (vgl. z.B. Knobloch-Westerwick, David, Eastin, Tamborini & Greenwood, 2009).

Einige Autoren und Autorinnen (Ariely, 1998; Ariely & Carmon, 2000; Schäfer et al., 2014) prüften mehrere Verlaufs-Parameter gleichzeitig als Prädiktoren für ein Posthoc-Urteil. Die Ergebnisse waren dabei nicht einheitlich. Mittelwert, Peak, End und Slope zeigten sich insgesamt betrachtet allerdings als wichtige Parameter.

Die vielfältige Forschung zur Peak-End-Rule liefert eine breite Evidenz für ihre Gültigkeit in vielen Bereichen. Ob sie auch für das Rezeptionserleben bei unterhaltenden narrativen Texten mit ihren ganz eigenen strukturellen Eigenschaften gilt, ist allerdings noch offen. Die Peak-End-Rule wird als auf „affective episodes“ (Fredrickson, 2000, S. 577) anwendbar bezeichnet. Sicherlich spielen Emotionen für das Erleben beim Filmschauen oder Lesen eines Romans eine herausragende Rolle, doch sind andere Prozesse ebenfalls von großer Relevanz. Die Vielschichtigkeit des Rezeptionsprozesses soll im nächsten Abschnitt in die Betrachtung miteinbezogen werden.

### *5.1.3. Theoretische Vorstellungen aus der Rezeptionsforschung*

In diesem Kapitel werden Erkenntnisse aus der Rezeptionsforschung gesammelt, welche die Frage nach dem Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionsprozesses in ein postrezeptives Urteil berühren. Auch wenn diese Problematik für die Nutzungs- und Wirkungsforschung sehr relevant ist, ist sie bislang eher selten konkret empirisch thematisiert worden. Zunächst soll deshalb generell auf Eigenschaften des Rezeptionsprozesses

eingegangen werden. Anschließend wird auf die Forschung von Wunsch (2006), Wirth et al. (2008) und Nabi und Green (im Druck) vorgestellt.

Die Rezeption von Geschichten ist psychologisch komplexer als das Anhören unangenehmer Töne. Eine Geschichte ist als Stimulus deutlich vielschichtiger. Sie kann nicht in ihrer Intensität beliebig verändert, gekürzt oder umgestellt werden, ohne sie in ihrer Gänze zu verändern. Geschichten bringen eine eigene Struktur und Dynamik mit, ihre Dramaturgie. Es wurden prototypische Verläufe auf Seite des Werks (z.B. Freytag, 1863) als auch auf Seite der Rezipienten und Rezipientinnen (z.B. Tan, 1996; Zillmann, 2006) beschrieben. Diese Strukturen und Dynamiken werden von den Rezipienten und Rezipientinnen erwartet. Ein allzu starkes Abweichen würde das Verständnis und das Rezeptionsvergnügen gefährden. Mehrere medienpsychologische Theorien betonen dabei die herausragende Stellung des Endes einer Geschichte. In der Affective-Disposition-Theorie von Zillmann (z.B. 2006) schlägt am Ende die aversive Spannung in Euphorie um. Tan (1996) sieht in der Auflösung direkt vor dem Ende den Moment, in dem kognitive und emotionale Bedürfnisse der Zuschauer und Zuschauerinnen befriedigt werden. Folgerichtig wurde in verschiedenen Studien die große Bedeutung des Endes für die Bewertung des gesamten Textes festgestellt (Bacherle et al., 2011; Goldman & Kantor, 1993; King & Hourani, 2007; Vorderer & Bube, 1996).

Wunsch (2006) beschäftigte sich mit der Frage, wie die Valenz der während der Rezeption erlebten Emotionen mit einem postrezeptiven Urteil des Unterhaltungserlebens zusammenhängt. Er versuchte den Verlauf der Valenz, die er mit RTR erhob, mit wenigen Parametern zu beschreiben. Dabei kamen bereits vorgestellte Parameter wie Mittelwert, Anfang und Ende zum Einsatz (siehe Kap. 5.1.2.). Zusätzlich wurde die Ausprägung des Verlaufsmaßes an der Stelle im Verlauf gewählt, an der zum einen die interpersonale Varianz am größten war und an der zum anderen die meisten Änderungen des Verlaufs stattfanden.

Diese Stellen wurden als typisch für den jeweiligen Verlauf gesehen. Im Laufe der Studie schauten die Versuchspersonen vier Filme, zu denen sie jeweils rezeptionsbegleitend per RTR und postrezeptiv befragt wurden. Die Zusammenhänge der Verlaufparameter und des Posthoc-Urteils waren bei den vier Filmen nicht einheitlich, jeder der Parameter konnte das postrezeptive Urteil aber in mindestens einem Fall vorhersagen.

Zum Prozess des Zusammenfassens des Verlaufs konkret im Hinblick auf das Rezeptionserleben finden sich in der Literatur nur wenige Aussagen: In Bezug auf räumliches Präsenzerleben gibt es die Annahme, dass vor allem die Häufigkeit des Erlebens während der Medienrezeption für einen hohen Wert auf der Post-hoc-Skala entscheidend ist (Wirth et al., 2008). Dahinter steckt die Konzeptualisierung von räumlichem Präsenzerleben als Konstrukt mit nur zwei Ausprägungen (räumliches Präsenzerleben oder kein räumliches Präsenzerleben, siehe Kap. 2.4.). Alle Skalen zu räumlichem Präsenzerleben messen allerdings auf metrischem Skalenniveau (siehe Kap. 2.5.). Wirth et al. (2008) bewerteten dies wie folgt: „Das ist akzeptabel, da angenommen wird, dass die Befragten ihre kurzen und wiederkehrenden Präsenzerlebnisse heuristisch als *Präsenzintensität* zum Ausdruck bringen, jedoch nicht ihre punktuellen Präsenzerlebnisse *zählen* [Hervorhebungen v. Verf.] können“ (S. 79). Auf Transportation beziehungsweise Narrative Engagement übertragen könnte das für eine herausragende Bedeutung der *Anzahl* (und nicht der Dauer) stark ausgeprägter Momente während der Rezeption sprechen.

Nabi und Green (im Druck) formulierten Annahmen, die direkt Transportation betreffen: Sie betonten die Bedeutung nicht der Intensität des emotionalen Erlebens sondern der Dynamik der Intensität und des Wechsels der distinkten Emotionen während der Rezeption für das Rezeptionserleben (siehe auch Kap. 4.): „These emotional shifts can include those from negative to positive..., from positive to negative..., and even from one negative or positive emotional state to another of a similar valence.... Marked variation in the

intensity of a specific emotional experience may also be considered a form of shift“ (S. 7).

Die empirische Prüfung dieser Ideen steht allerdings noch aus.

#### *5.1.4. Interindividuelle Unterschiede im Prozess des Zusammenfassens von Verläufen*

Von großer Bedeutung wäre die Identifikation von interindividuellen Unterschieden beim Integrationsprozess, da entsprechende Variablen zukünftig bei Erhebungen ohne Verlaufsmessungen als Kontrollvariablen eingesetzt werden könnten. In diesem Kapitel sollen in diesem Zusammenhang Need for Cognitive Closure, Need to Evaluate und Need for Cognition diskutiert werden.

Zunächst fällt bei dieser Fragestellung Need for Cognitive Closure (NCC, Kruglanski & Webster, 1996; Webster & Kruglanski, 1994; siehe Kap. 3.3.2.) ins Auge, da das Konstrukt mit zeitlichen Aspekten bei der Urteilsfindung zusammenhängt. Webster und Kruglanski (1994) verknüpften NCC mit dem Primacy-Effekt: „Primacy effects represent an early closure and relative insensitivity to subsequent information.... Individuals motivated to attain cognitive closure should be more likely to use early information in forming judgments compared with individuals motivated to avoid closure, who, in turn, should be more likely to consider subsequent, possibly conflicting information“ (S. 1057). Es kann also angenommen werden, dass bei Personen mit hohem NCC die anfängliche Ausprägung des Rezeptionserlebens stärker in das postrezeptive Urteil einfließt.

Als weitere Persönlichkeitseigenschaft ist Need to Evaluate zu erwähnen (Jarvis & Petty, 1996). Need to Evaluate wurde von Tormala und Petty (2001) mit Prozessen der Eindrucksbildung verbunden. Die in Kapitel 5.1.2. und 5.1.3. vorgestellten Verzerrungen und Heuristiken basieren alle auf der Hypothese, dass sich die Befragten im Moment des Ausfüllens der Items an ihr Erleben während der Rezeption zurückerinnern und erst dann ein Urteil bilden („memory-based“, Hastie & Park, 1986, S. 261; vgl. Schwarz & Oyserman, 2001). Es ist jedoch anzunehmen, dass Rezipienten und Rezipientinnen auch schon während

der Rezeption, also „on-line“, zu Einschätzungen der Qualität und ihres Rezeptionserlebens kommen, da diese spontan generiert werden (Hastie & Park, 1986). Tormala und Petty (2001) fanden heraus, dass Personen, die einen hohen Need to Evaluate haben, eher dazu neigen, on-line-Bewertungen vorzunehmen als Personen mit niedrigem Need to Evaluate. Personen mit hohem Need to Evaluate könnten deshalb weniger Verzerrungen bei der Erinnerung an die vergangene Episode zeigen.

Als letzte Persönlichkeitseigenschaft soll Need for Cognition angeführt werden (Cacioppo et al., 1984). Schwarz und Oyserman (2001) machten deutlich, dass mit verstärkter kognitiver Anstrengung bei der Beantwortung von Items die Erinnerung an die vergangene Episode verbessert werden kann. Personen mit hohem Need for Cognition sollten deshalb eher ein postrezeptives Urteil abgeben, das weniger durch Erinnerungseffekte und Heuristiken verfälscht wurde. Die empirische Prüfung zu den Hypothesen zu den drei Persönlichkeitseigenschaften steht allerdings noch aus.

#### *5.1.5. Fazit, Rahmenmodell und Herleitung der Fragestellung*

In diesem Kapitel wurden theoretische Ansätze vorgestellt, die zur Klärung des Prozesses bei der Beantwortung von postrezeptiven Skalen beitragen. Zunächst wurde das Beantworten von Items als relativ komplexer Vorgang beschrieben, der anfällig für Verzerrungen ist. Weiterhin wurden Ansätze vorgestellt, die verschiedene Parameter der Dynamik des Rezeptionsprozesses hervorheben, die mit besonderer Beachtung in das postrezeptive Urteil einfließen. Dies waren im Einzelnen der Anfang, das Ende, der höchste Wert, die Anzahl hoher Werte, der Slope, die Geschwindigkeit des Anstiegs/Abfalls, der Wert bei der Stelle mit der höchsten interpersonalen Varianz beziehungsweise der stärksten Veränderung und die Anzahl der Wechsel der emotionalen Intensität/Qualität. Als weniger wichtig wurde die Dauer einer Episode angesehen. Die Peak-End-Rule kann dabei als die empirisch am besten abgesicherte Theorie gelten. Es bleibt dennoch fraglich, ob sie (und auch

die anderen theoretischen Ansätze) bei so einem komplexen Prozess wie der Rezeption einer Geschichte, der unterschiedliche kognitive und emotionale Prozesse umfasst und immer in Abhängigkeit zu einem nicht minder komplexen Text abläuft, ihre Gültigkeit behält.

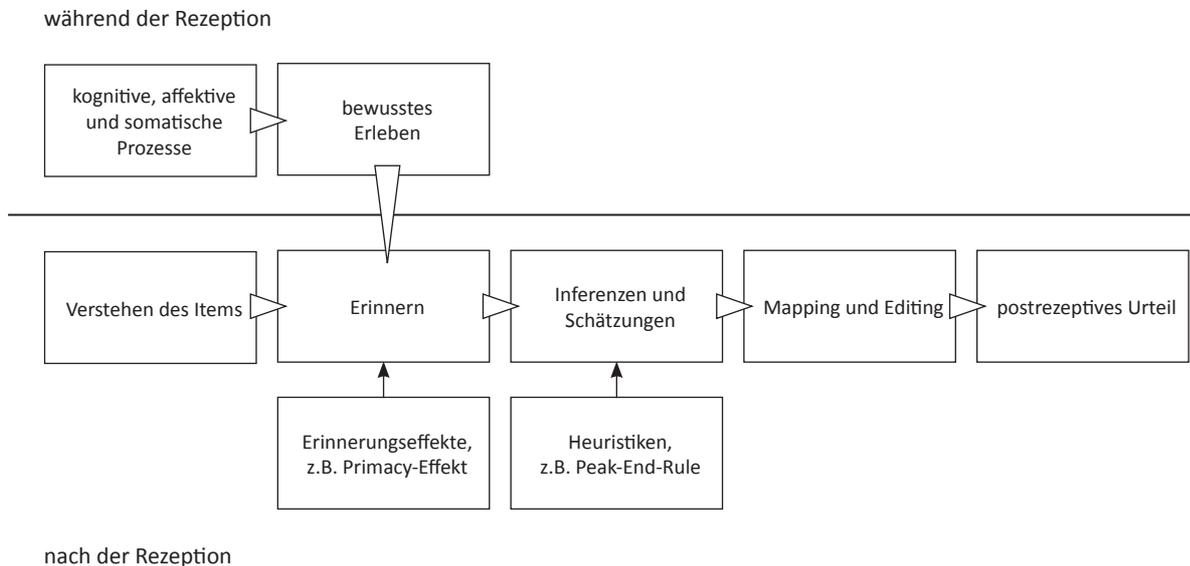


Abbildung 8  
*Rahmenmodell des Prozesses des Zusammenfassens des Verlaufs des Rezeptionserleben in ein postrezeptives Urteil*

Die bislang dargestellten Ansätze werden in einem Rahmenmodell zusammengefasst, das Abbildung 8 entnommen werden kann. Im Moment der Befragung müssen die Fragen verstanden, und die entsprechende Episode muss sich ins Gedächtnis gerufen werden. Erinnert werden können jedoch nur Ereignisse, die schon während der Rezeption den Befragten bewusst werden (Damasio, 1999; vgl. Hartmann & Möhring, 2008). Die Erinnerung kann durch Erinnerungseffekte verzerrt sein. Heuristiken helfen, Erinnerungslücken zu füllen. Es wurde außerdem die Frage aufgeworfen, inwiefern der Prozess des Zusammenfassens eines Verlaufs in ein postrezeptives Urteil von Persönlichkeitsvariablen abhängig sein könnte. In der bisherigen Forschung wurde dieser Zusammenhang wenig beachtet.

Das Rahmenmodell macht deutlich, dass viele Stufen durchlaufen werden müssen, bis die Prozesse, die während der Rezeption ablaufen, sich in einem Wert in einem Fragebogen

niederschlagen. Dass die Korrelationen der Online-Indikatoren und der postrezeptiven Maße nur im mittleren Bereich liegen (siehe Kap. 4.3.), ist deshalb wenig verwunderlich. In dieser Arbeit soll dieser Prozess weiter geklärt und einige Aspekte des Rahmenmodells geprüft werden. Hinsichtlich des Rezeptionserlebens wurde diese Fragestellung bislang noch nicht bearbeitet.

## 5.2. Zusammenhang von Verlauf und postrezeptivem Urteil – Studie 7

Ziel von Studie 7 ist die Prüfung einiger Aspekte des in Kapitel 5.1.5. beschriebenen Rahmenmodells. Der Versuchsablauf und die Auswertung von Studie 7 weist einige Besonderheiten auf. Deshalb wird dieser zunächst skizziert. Die umfassende Beschreibung des Vorgehens erfolgt in den anschließenden Kapiteln.

### 5.2.1. Überblick über Studie 7

Aus der Beziehung zwischen den Verlaufsdaten und den postrezeptiven Daten soll in dieser Studie auf den Prozess des Zusammenfassens des Verlaufs in ein postrezeptives Urteil geschlossen werden. Die Basis dafür ist die Messung des Rezeptionserlebens während der Rezeption eines Stimulusfilms durch rezeptionsbegleitende Verfahren und der Vergleich mit den Erhebungen des Rezeptionserlebens per postrezeptiven Fragebogen. Dabei kommt die in Kapitel 4. entwickelte rezeptionsbegleitende Messmethode per RTR, STRT und Erhebung der Lidschlagfrequenz zum Einsatz. Die STRT- und Lidschlagdaten werden basisratenkorrigiert. Anschließend werden verschiedene Parameter der mit den rezeptionsbegleitenden Messmethoden erhobenen Verläufen definiert. Es wird geprüft, ob diese Parameter bessere Prädiktoren des postrezeptiven Urteils sind als der Mittelwert des Verlaufs. Weiterhin werden mit Need for Cognitive Closure (Webster & Kruglanski, 1994), Need to Evaluate (Jarvis & Petty, 1996) und Need for Cognition (Cacioppo et al., 1984) drei Persönlichkeitsvariablen

erhoben, von denen vermutet wird, dass sie einen Einfluss auf den Prozess des Zusammenfassens von Verläufen haben. Die Ergebnisse werden in dieser Studie kreuzvalidiert.

#### *Basisraten zur Kontrolle von Störvariablen*

Bei der Erhebung der rezeptionsbegleitenden Maße spielt die Kontrolle von personenbezogenen Störvariablen eine wichtige Rolle. In Studie 5c (siehe Kap. 4.3.) wurde bereits dargestellt, dass es große interpersonale Unterschiede in der Lidschlagfrequenz gibt, die unabhängig vom Rezeptionserleben sind. Deshalb wurde in Studie 5c eine individuelle Lidschlag-Basisrate erhoben und die Lidschlagwerte während der Rezeption mit dieser korrigiert. Das Vorgehen ist in Studie 7 aufwendiger und soll hier dargestellt werden.

Zusätzlich zur individuellen Lidschlag-Basisrate, die auch in Studie 7 zum Ausgleich interindividueller Unterschiede erhoben wird, wird eine Film-Basisrate erhoben (vgl. z.B. Garsoffky et al., 2012). Unabhängig vom Potential, Transportation oder Narrative Engagement auszulösen, besitzen Filme Eigenschaften, welche die Lidschlagfrequenz beeinflussen können (Nakano et al., 2009): Szenen, in denen viele Schnitte vorkommen, führen zu mehr Lidschlägen als Szenen ohne Schnitte. Wenn Personen, die stark transportiert sind, in solchen Szenen viel blinzeln, so ist der Rückschluss, dass diese Personen an diesen Stellen nicht aufmerksam waren, nicht gültig. Da für diese Auswertung die Ausprägung der psychologischen Konstrukte auf zeitlich niedriger Ebene relevant ist, müssen diese Fehler ausgeglichen werden.

Für eine Filmbasisratenmessung werden Personen benötigt, die den Stimulusfilm schauen, ohne transportiert zu sein, sich aber ansonsten nicht von transportierten Zuschauern unterscheiden. Dafür wird das experimentelle Paradigma mit positiven und negativen Rezensionen, das in den Studien 3 und 4 (siehe Kap. 3.3.3. und 3.3.4.) entwickelt wurde, eingesetzt. Da die Stichprobe für die Kreuzvalidierung in zwei Hälften geteilt wird (s.u.), die

Filmbasisrate aber für beide Sub-Stichproben verwendet werden kann, erfolgt die Zuteilung zu den Gruppen im Verhältnis 1:3. Aus dem Drittel der Stichprobe mit negativer Rezension und damit schwächerem Rezeptionserleben wird die Filmbasisrate berechnet, indem zu jedem Zeitpunkt der Erhebung der Spaltenmittelwert der Lidschlagrate ermittelt wird. Die Werte der restlichen Versuchspersonen werden mit diesem Wert und der individuellen Basisrate kontrolliert, indem jeder Datenpunkt der Lidschlagrate durch den Mittelwert aus individueller Basisrate der jeweiligen Person und der Filmbasisrate des jeweiligen Moments geteilt wird. Die Filmbasisrate und damit auch die experimentelle Variation ist nur für die Auswertung der Lidschlagdaten von Belang, weshalb sie bei der Auswertung der RTR- und STRT-Daten nicht beachtet wird.

Zusätzlich zu den Lidschlagwerten werden in Studie 7 im Gegensatz zu Studie 5b (siehe Kap. 4.3.) auch die STRT-Werte basisratenkorrigiert. Dies ist möglich, da in Studie 7 eine längere Übungsphase durchgeführt wurde, und somit Daten zur Basisratenkorrektur zur Verfügung stehen.

### *Kreuzvalidierung*

Studie 5 (siehe Kap. 4.3.) hatte unter anderem das Problem der möglichen  $\alpha$ -Fehler-Kumulierung, das sich in dieser Studie verschärft darstellt. Während in Studie 5 lediglich ein Verlaufparameter (Verlaufs-Mittelwert) und dessen Zusammenhang mit den postrezeptiven Skalen an drei Stichproben geprüft wurde, wird in Studie 7 eine große Anzahl an (zum Teil stark korrelierenden) Verlaufsparemtern anhand einer Stichprobe untersucht. Um die Gefahr der  $\alpha$ -Kumulierung zu minimieren, dennoch aber eine große Anzahl von Zusammenhängen testen zu können, wird ein an eine Kreuzvalidierung (vgl. Eid et al., 2010) angelehntes Verfahren durchgeführt. Dabei wird in einem ersten Schritt eine große Anzahl an Hypothesen des Zusammenhangs zwischen Verlauf und postrezeptiven Urteil geprüft. Dafür werden bivariate Korrelationsanalysen berechnet. Für den zweiten Schritt werden die

Verlaufparameter ausgewählt, die im ersten Schritt hohe bivariate Korrelationen mit der postrezeptiven Skala aufwiesen. Mit dieser deutlich kleineren Anzahl an Prädiktoren werden Regressionsanalysen mit nur einer postrezeptiven Variable als Explanandum durchgeführt. Im Rahmen der Regressionsanalysen im zweiten Schritt wird außerdem die Rolle der ausgewählten Traits untersucht.

Die beiden Schritte der Kreuzvalidierung werden jeweils mit einer Hälfte der Stichprobe durchgeführt. Die Versuchspersonen werden zufällig den beiden Stichprobenhälften zugeordnet. Weil im zweiten Schritt nur eine geringe Anzahl an statistischen Tests durchgeführt werden, ist die Gefahr einer  $\alpha$ -Fehler-Kumulierung nicht gegeben. Allerdings wird durch die Kreuzvalidierung die Stichprobe für die einzelnen Auswertungsschritte halbiert, was negative Folgen für die Teststärke hat. Dem Vorschlag von Tabachnick und Fidell (2007), die Stichprobe zur Umgehung dieses Problems im Verhältnis 80:20 zu teilen, wird jedoch nicht gefolgt, da die zweite Hälfte der Stichprobe sonst sehr klein geworden wäre.

### *Schematischer Ablauf von Studie 7*

Folgend wird der Ablauf von Studie 7 für einen besseren Überblick schematisch dargestellt. Die präzise Darstellung kann den anschließenden Kapiteln entnommen werden.

- mindestens eine Woche vor dem Labortermin:
  - o Online-Fragebogen zu Persönlichkeitsvariablen (u.a. für die Parallelisierung) und soziodemographischen Angaben
- Am Labortermin:
  - o Übungsphase mit RTR, STRT und beiden zusammen
  - o experimentelle Manipulation per Rezension
  - o Erhebung der individuellen Lidschlag-Basisrate

- Rezeption des Stimulusfilms, dabei rezeptionsbegleitende Messungen per RTR, STRT und Erhebung der Lidschlagbasisrate
- nach der Rezeption des Stimulusfilms Beantworten der postrezeptiven Skalen zu Transportation und Narrative Engagement per Paper-Pencil-Fragebogen
- Auswertung
  - Datenaufbereitung und deskriptiv-statistische Auswertung
  - erster Schritt der Kreuzvalidierung mit der ersten Hälfte der Stichprobe: Korrelationsanalysen der Verlaufsindices und postrezeptiven Skalen
  - zweiter Schritt der Kreuzvalidierung mit der zweiten Hälfte der Stichprobe: Regressionsanalysen mit ausgesuchten Verlaufsindices als Prädiktoren und postrezeptiven Skalen als Explananda, Vergleich des Modells mit dem Verlaufs-Mittelwert als Prädiktor und dem Modell mit anderen Verlaufs-Indices als Prädiktoren.
  - Einbeziehung der Persönlichkeitsvariablen NCC, NtE und NfC

### *5.2.2. Hypothesen*

Die Hypothesen werden zweistufig aufgestellt und geprüft. Im ersten Schritt der Kreuzvalidierung wird auf bivariater Ebene geprüft, ob die folgenden Indices mit dem postrezeptiven Urteil von Transportation und Narrative Engagement zusammenhängen:

1. der Mittelwert (RTR, STRT und Lidschlag)
2. der Anfang (Primacy-Effekt; Murdock & Bennet, 1962; RTR, STRT und Lidschlag)
3. das Ende (Peak-End-Rule, z.B. Fredrickson & Kahneman, 1993; RTR, STRT und Lidschlag)

4. die stärksten Ausschläge (Minima und Maxima; Peak-End-Rule, z.B. Fredrickson & Kahneman, 1993; RTR, STRT und Lidschlag)
5. die Anzahl extremer Werte (hohe und niedrige Werte; Wirth et al., 2008; RTR, STRT und Lidschlag)
6. der Slope (z.B. Fredrickson & Kahneman, 1993; RTR, STRT und Lidschlag)
7. die Geschwindigkeit des Anstiegs/Abfalls (Hsee & Abelson, 1991; nur RTR)
8. der Wert bei der Stelle mit der höchsten Spalten-Varianz (Wünsch, 2006; RTR, STRT und Lidschlag)
9. der Wert bei der Stelle mit der größten Aktivität (Wünsch, 2006; nur RTR)
10. Anzahl der Wechsel zwischen hohem und niedrigem Wert (Nabi & Green, im Druck; nur RTR)

Die Hypothesen sind dabei gerichtet. Einige Indices sind nur für RTR sinnvoll, da hier eine ausreichende Anzahl an Erhebungszeitpunkten vorhanden ist (7. und 9.) oder diese nur hinsichtlich der emotionalen Facette aus der Theorie abzuleiten sind (10.). Für den zweiten Schritt der Kreuzvalidierung werden die Parameter gewählt, die im ersten Schritt stark mit dem postrezeptiven Urteil zusammenhängen. Deren Einfluss wird in einem multivariaten Modell erneut geprüft. Es wird angenommen, dass die ausgewählten Verlaufsindices das postrezeptive Urteil besser vorhersagen können als der Verlaufs-Mittelwert. Anschließend werden die Persönlichkeitsvariablen Need for Cognitive Closure, Need to Evaluate und Need for Cognition in die Modelle mit aufgenommen. Bei NCC wird erwartet, dass es Einfluss auf die Bedeutung des Anfangs und des Endes nimmt. Bei NtE und NfC wird angenommen, dass es Einfluss auf die Bedeutung des Mittelwertes nimmt. Die Prüfung der Hypothesen des ersten Schritts werden mit der einen Hälfte und die Prüfung der Hypothesen des zweiten Schritts mit der anderen Hälfte der Stichprobe erfolgen.

### 5.2.3. Methode

#### *Stichprobe*

Bei den Teilnehmern und Teilnehmerinnen handelte es sich größtenteils um Studierende der Psychologie und Erziehungswissenschaft, die in Lehrveranstaltungen rekrutiert und mit Studienleistungspunkten entlohnt wurden. Sechs Personen hatten ihr Studium bereits abgeschlossen. Durch den relativ umfangreichen und komplexen Studienablauf konnten einige Versuchspersonen letztlich nicht in die Auswertung mit aufgenommen werden. Von den 135 Teilnehmern und Teilnehmerinnen, die Pretest und Posttest ausgefüllt haben, ist bei lediglich 115 Personen der Datensatz inklusive aller Verlaufsdaten vollständig. Bei insgesamt 17 Personen gab es Probleme im Zusammenhang mit der Videocodierung der Lidschlagfrequenz. Dabei wurde in zwölf Fällen das Video nicht, nicht vollständig oder in unbrauchbarer Qualität aufgezeichnet. In fünf Fällen war eine sichere Codierung der individuellen Basisrate nicht möglich, da die Versuchspersonen ihre Augen verdeckten oder aus anderen Gründen die Augen nicht zu sehen waren. Bei drei Fällen gab es technische Probleme bei der RTR-Erhebung. Da eine Teilnehmerin den verwendeten Stimulusfilm bereits kannte, verblieben  $N = 114$  Personen in der Stichprobe zur Auswertung. Von diesen waren 31 männlich und 83 weiblich. Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen waren im Alter zwischen 18 und 40 Jahren ( $M_{\text{Alter}} = 22.25$ ;  $SD_{\text{Alter}} = 3.73$ ).

#### *Material und Versuchsablauf*

Die Erhebung fand in einem Laborraum der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, statt. Bei diesem wurden die Fenster abgeklebt, das blendfreie Deckenlicht sorgte bei jeder Tageszeit für eine gleichbleibende Helligkeit. Der Raum wurde mit einem gemütlichen Sessel ausgestattet, um eine angenehme Rezeptionssituation zu gewährleisten. Zum Zeigen des Stimulus wurde ein 40-Zoll-LCD-Fernseher in 150 cm Entfernung zum Sessel aufgebaut. Als Stimulus wurde der US-amerikanische Kurzfilm „The Butterfly Circus“ von 2009

verwendet. Der Film wurde vorgetestet<sup>12</sup>. Die Diskussion zur Eignung und die Inhaltsangabe des Films kann Kapitel 4.4. entnommen werden.

Die Erhebung erfolgte in Einzelterminen im Sommersemester 2013 und im Wintersemester 2013/2014 jeweils über einem Zeitraum von zwei bis vier Wochen verteilt. Die Versuchspersonen wurden aufgefordert, spätestens eine Woche vor dem ersten Labortermin des jeweiligen Zeitraums einen Online-Fragebogen mit der Skala zu Need for Affect (siehe Kap. 2.2.1.,  $\alpha = .80$ ) für die Parallelisierung auszufüllen (siehe Kap. 2.6.1.). Die Gruppen wurden zufällig den Versuchsbedingungen zugeteilt. Der Online-Fragebogen enthielt außerdem die Skalen zu Need for Cognitive Closure, Need to Evaluate und Need for Cognition.

Need for Cognitive Closure wurde mit der deutschen Kurzskala von Schlink und Walther (2007, 16-NCCS; siehe Kap. 3.3.4.) mit 16 Items erhoben (z.B. „Ich bevorzuge es, mich für die erstmögliche Lösung zu entscheiden, anstelle lange darüber nachzudenken, was für eine Entscheidung ich treffen sollte“). Schlink und Walther geben eine befriedigende interne Konsistenz von  $\alpha = .78$  an, die in dieser Studie mit  $\alpha = .79$  repliziert werden konnte. Außerdem gibt es Hinweise auf Konstrukt- und Kriteriumsvalidität.

Need to Evaluate wurde mit der deutschen Skala von von Collani (2014) mit insgesamt 16 Items erhoben. Diese kann im Gegensatz zur englischen Originalversion (Jarvis & Petty, 1996) zweidimensional mit den Faktoren Bewertungsbedürfnis (z.B. „Ich bilde mir zu allem eine Meinung“) und Neutralitätsbedürfnis („Oft ziehe ich es vor, bei schwierigen Fragen neutral zu bleiben“, invers codiert) ausgewertet werden. Von Collani (2014) ermittelte eine unbefriedigende bis befriedigende interne Konsistenz der beiden Faktoren ( $\alpha$  zwischen

---

<sup>12</sup> Vorstudie mit  $N = 18$ , anfallende studentische Stichprobe, experimentelles within-subjects-Design, siehe Kap. 2.6.3.

.60 und .70). In dieser Arbeit erreichte die Skala interne Konsistenzen von  $\alpha = .73$  (Bewertungsbedürfnis),  $\alpha = .63$  (Neutralitätsbedürfnis) und  $\alpha = .78$  (gesamte Skala). Von Collani prüfte außerdem die Konstruktvalidität und kam zu einem positivem Ergebnis.

Need for Cognition wurde mit der Kurzform der deutschen Skala von Bless, Wänke, Bohner, Fellhauer und Schwarz (1994) mit 16 Items erhoben (z.B. „Ich habe es gern, wenn mein Leben voller kniffliger Aufgaben ist, die ich lösen muss“). Für die Skala wurde eine gute interne Konsistenz von  $\alpha = .83$  angegeben, was sich in dieser Studie mit  $\alpha = .84$  bestätigt hat. Bless et al. (1994) sammelten verschiedene Belege für die Konstruktvalidität der Skala und kamen zu einem positiven Urteil.

Während der Rezeption des Stimulusfilms wurden mit RTR, STRT und der Erhebung der Lidschlagfrequenz bei jeder Versuchsperson drei Verlaufsmethoden gleichzeitig angewendet. Es kamen die gleichen Verfahren und der gleiche Aufbau wie bei Studien 5a, 5b und 5c zum Einsatz (siehe Kap. 4.3.). Für die RTR-Messung kam der Perception Analyzer Model IV von Dialsmith mit einem kabellosen Drehregler zum Einsatz. Die Instruktion war identisch zu den Studien 5a und 6 und lautete: „Geben Sie fortlaufend eine Einschätzung ihres persönlichen Empfindens an. Dabei geht es darum, wie sehr sie sich emotional vom Film berührt fühlen“. Die STRT-Erhebung wurde mit Inquisit von Millisecond Software in der Version 3 durchgeführt. Die Versuchspersonen wurden instruiert, auf einen Ton hin, der während des Stimulusfilms unregelmäßig, aber durchschnittlich alle 30 s (insgesamt 40 mal) erklang, so schnell wie möglich auf einen Handtaster zu drücken. Die Erhebung der Lidschlagfrequenz erfolgte per Kameraaufzeichnung. Dazu kam die Fotokamera Nikon J1 mit Zoomobjektiv zum Einsatz. Die Auswertung der Videos erfolgte durch menschliche Codierer, die zuvor geschult wurden. Um eine Verfälschung der Daten zu minimieren, wurden nur Versuchspersonen ohne Kontaktlinsen für diese Studie zugelassen. Von den

Versuchspersonen wurde vor dem Versuch die Erlaubnis zur Aufnahme, Speicherung und Auswertung des Bildmaterials schriftlich eingeholt.

Bei der Erhebung der Lidschlagfrequenz gab es in dieser Studie eine Besonderheit, die sie von Studie 5c unterscheidet. Zusätzlich zur individuellen Lidschlag-Basisrate, die zum Ausgleich interindividueller Unterschiede erhoben wurde, wurde eine Film-Basisrate erhoben (vgl. z.B. Garsoffky et al., 2012; siehe Kap. 5.2.1.). Dafür wurden positive und negative Rezensionen eingesetzt (siehe Kap. 3.3.). Die Zuteilung zu den Gruppen erfolgte im Verhältnis 1:3 (ein Drittel negative Rezension, zwei Drittel positive Rezension). Mit der Gruppe mit negativer Rezension wurde die Filmbasisrate berechnet, indem die Spaltenmittel der Lidschlagfrequenz berechnet wurden.

Die Manipulation wurde durch zwei unterschiedliche Rezensionen realisiert, die sich in den Aussagen zur Qualität sowie zum Gratifikationspotential des Films unterschieden (vgl. Kap. 3.3.). Als Quelle wurde die Homepage Cinema.de angegeben und die typische Bewertung durch den gereckten Daumen hinzugefügt. Die Rezensionen wurden hinsichtlich der Glaubwürdigkeit vorgetestet. Die Versuchspersonen wurden nach Need for Affect parallelisiert.

Am Labortermin wurden die Versuchspersonen zunächst gebeten, im Sessel Platz zu nehmen und die Füße auf einem Fußhocker abzulegen. Durch diese Sitzhaltung waren die Versuchspersonen in ihrer Beweglichkeit soweit eingeschränkt, dass sichergestellt werden konnte, dass sich das Gesicht immer im Bildausschnitt der Kamera befand. Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen wurden instruiert, den RTR-Drehregler mit der dominanten Hand und den STRT-Handtaster mit der nicht-dominanten Hand zu bedienen. Außerdem wurden sie angewiesen, die Instruktionen, die auf dem Bildschirm angezeigt wurden, zu befolgen. Der Versuchsleiter beziehungsweise die Versuchsleiterin verließ anschließend den Raum. Auch in dieser Studie wurde ein Übungsfilm vor dem eigentlichen Stimulusfilm gezeigt. Die

Übungsphase glich der von Studie 6 (siehe Kap. 4.4.) und enthielt wieder die Gelegenheit, sich einige Minuten zunächst mit dem RTR-Drehregler, anschließend dem STRT-Handtaster und schließlich mit beiden Geräten gleichzeitig vertraut zu machen. Anschließend lasen die Versuchspersonen die jeweilige Rezension. Bevor der Film gestartet wurde, gab es eine kurze Pause von mindestens 60 Sekunden, in der die Versuchsperson alleine und ohne Instruktionen oder andere Inhalte auf dem Bildschirm warten mussten. In dieser Zeit wurden die Daten für die individuelle Basisrate für die Lidschlagfrequenz erhoben (siehe Kap. 4.3.). Danach wurde der Stimulusfilm gezeigt und die rezeptionsbegleitenden Messungen ausgeführt. Am Schluss füllten die Versuchspersonen die Skalen zu Narrative Engagement (siehe Kap. 2.3.2.,  $\alpha = .75$ ) und Transportation (siehe Kap. 2.2.3.,  $\alpha = .84$ ) als Paper-und-Pencil-Fragebogen aus.

#### 5.2.4. *Ergebnisse*

Für die Berechnungen wurde SPSS 22 und Microsoft Excel für Mac 2011 verwendet. Die Auswertung folgt der Logik, die zum Beispiel schon bei Baumgartner et al. (1997), Wunsch (2006) und Schäfer et al. (2014) zur Anwendung kam. Es wurden verschiedene Parameter gebildet, welche die individuellen Verläufe beschreiben. Mit diesen wurden in Folge Korrelations- und Regressionsanalysen durchgeführt. Der Ansatz wurde allerdings durch eine Kreuzvalidierung erweitert. Die Stichproben wurden dafür wie folgt geteilt: Zunächst wurde die Stichprobe zufällig in zwei gleich große Hälften geteilt. Diese Einteilung stellt die Grundlage für die Auswertung der RTR- und STRT-Daten dar. Für die Auswertung der Lidschlag-Daten wurde zusätzlich die Gruppe der Versuchspersonen mit negativer Rezension gebildet, so dass die Stichprobe in drei ungefähr gleich große Substichproben unterteilt wurde. Für die Auswertung der RTR- und STRT-Daten ist die experimentelle Manipulation nicht relevant.

*Datenaufbereitung, deskriptive Beschreibung der Verlaufsdaten und Ergebnisse bezüglich des Effekts der Manipulation*

Die RTR-Werte wurden in 40 je 30-sekündige Intervalle eingeteilt und jeweils der Mittelwert gebildet. Es wurden 40 Intervalle gewählt, damit eine zu den STRT-Daten analoge Auswertung möglich ist. Bei den STRT-Daten wurden zunächst Werte entfernt, bei denen die Versuchspersonen den Handtaster nicht bedient hatten. Dies war sieben Mal im Datensatz der Fall. Bei Berechnung des STRT-Mittelwerts wurden diese fehlenden Werte durch den Zeilenmittelwert imputiert. Die STRT-Werte wurden anschließend basisratenkorrigiert. Bei dieser Studie wurde im Gegensatz zur Studie 5b eine längere Übungsphase durchgeführt, so dass Daten für die Erhebung einer Basisrate zur Verfügung standen. Die STRT-Werte wurden durch die Zeilenmittelwerte der Reaktionszeiten während des letzten Drittels der Übungsphase (sechs Messzeitpunkte) geteilt. Auch die Lidschlagfrequenz wurde zunächst in 40 je 30-sekündige Intervalle eingeteilt und die jeweilige Lidschlaghäufigkeit ermittelt. Anschließend wurden diese Werte ebenfalls basisratenkorrigiert. Dazu wurde jedes der 40 je 30-sekündigen Intervalle durch folgenden Term geteilt:

$$\frac{\textit{individuelle Basisrate der Person} + \textit{Filmbasisrate des Intervalls}}{2}$$

Die individuelle Basisrate ergab sich aus der Lidschlaghäufigkeit während eines 60-sekündigen Intervalls vor Beginn des Films, die zur Anpassung an die 30-sekündigen Intervalle durch 2 geteilt wurde. Die Filmbasisrate ergab sich aus den Spaltenmittelwerten der Lidschlagintervalle der Experimentalgruppe mit der negativen Rezension.

Die (nicht basisratenkorrigierten) deskriptiven Angaben zu den Zeilenmittelwerten der drei Messmethoden können Tabelle 6 entnommen werden. Die Grundlage stellt dabei die

gesamte Stichprobe von  $N = 114$ . Dabei zeigt sich wieder die erhebliche interpersonelle Streuung, welche die Basisratenkorrektur rechtfertigt.

Tabelle 6

*Deskriptive Angaben zu den Mittelwerten der Zeilenmittelwerte der jeweiligen Methode (nicht basisratenkorrigiert,  $N = 114$ )*

	RTR	STRT	Lidschlagfrequenz
<i>M</i>	4.12	482.91ms	17.38 Lidschläge/min
<i>SD</i>	0.99	115.61	10.68
Range	1.56 – 6.27	327.40 ms – 1055.00 ms	3.60 – 53.95 Lidschläge/min

Anschließend wurden die Parameter für die weitere Berechnung ermittelt. Die Indices wurden für alle drei Verlaufsdatenarten analog gebildet. Grundlage für die Berechnungen waren bei STRT und der Lidschlagfrequenz die basisratenkorrigierten Werte. Die Regeln zur Bildung der Indices können Tabelle 7 entnommen werden.

Schließlich wurde geprüft, ob die Manipulation den erwünschten Effekt auf Transportation, Narrative Engagement und die Verlaufsdaten hatte und die Ergebnisse von Studie 3 und 4 mit einem dritten Stimulus repliziert werden konnten. Dazu wurden t-Tests für unverbundene Stichproben mit den postrezeptiven Fragebogenmaßen und den Verlaufsdaten berechnet. Sowohl Transportation (mit Welch-Korrektur:  $t_{59,93} = 2.91, p = .005$ , Cohen's  $d = .60$ ) als auch Narrative Engagement (mit Welch-Korrektur:  $t_{63,00} = 2.89, p = .005$ , Cohen's  $d = .60$ ) unterschieden sich signifikant zwischen den Experimentalgruppen. Beim RTR-Mittelwert konnte ebenfalls ein signifikanten Unterschied gefunden werden (mit Welch-Korrektur:  $t_{63,89} = 3.41, p = .001$ , Cohen's  $d = .71$ ). Bei den STRT- und Lidschlagfrequenz-Mittelwerten gab es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen (STRT, basisratenkorrigiert, mit Welch-Korrektur:  $t_{79,82} = -0.32, p = .753$ , Cohen's  $d = -.06$ ; Lidschlagfrequenz, nicht basisratenkorrigiert, mit Welch-Korrektur:  $t_{70,27} = 1.59, p = .115$ , Cohen's  $d = .29$ ).

Tabelle 7

*Berechnungsregeln der Indices der Verlaufsdaten in Studie 7*

Index	Regel
Mittelwert	<b>Zeilenmittelwerte</b> aller Datenpunkte
Anfang	<b>Zeilenmittelwerte</b> der ersten drei Datenpunkte (STRT) bzw. der ersten 90 s (RTR, Lidschlagfrequenz)
Ende	<b>Zeilenmittelwerte</b> der letzten drei Datenpunkte (STRT) bzw. der letzten 90 s (RTR, Lidschlagfrequenz)
Minimalwert	<b>Wert</b> des Datenpunkts mit dem niedrigsten Wert (STRT) bzw. des 30-sekündigen Intervalls mit der niedrigsten Ausprägung (RTR, Lidschlagfrequenz) pro Person
Maximalwert	<b>Wert</b> des Datenpunkts mit dem höchsten Wert (STRT) bzw. des 30-sekündigen Intervalls mit der höchsten Ausprägung (RTR, Lidschlagfrequenz) pro Person
Anzahl hoher Werte	z-Transformation der Datenpunkte (STRT) bzw. der 30-sekündigen Intervalle (RTR, Lidschlagfrequenz) anhand des Matrixmittelwerts und der Matrixstandardabweichung; <b>Anzahl</b> pro Person der Sequenzen mit Werten oberhalb $M + 1SD$ ohne Berücksichtigung der Dauer
Anzahl niedriger Werte	z-Transformation der Datenpunkte (STRT) bzw. der 30-sekündigen Intervalle (RTR, Lidschlagfrequenz) anhand des Matrixmittelwerts und der Matrixstandardabweichung; <b>Anzahl</b> pro Person der Sequenzen mit Werten unterhalb $M - 1SD$ ohne Berücksichtigung der Dauer
Slope	<b>Steigung</b> der Gerade, die nach der Methode der kleinsten Quadrate in den Verlauf jeder Person gelegt wurde
Geschwindigkeit des Abfalls	Bildung von Differenzen der 30-sekündigen Intervalle (RTR) mit ihrem jeweils nachfolgenden Intervall; <b>Betrag</b> der Zeilenmittelwerte der negativen Differenzen
Geschwindigkeit des Anstiegs	Bildung von Differenzen der 30-sekündigen Intervalle (RTR) mit ihrem jeweils nachfolgenden Intervall; <b>Wert</b> der Zeilenmittelwerte der positiven Differenzen
Stelle größter Varianz	<b>Wert</b> der Datenpunkte (STRT) bzw. des 30-sekündigen Intervalls (RTR, Lidschlagfrequenz) mit der höchsten Spaltenvarianz
Stelle größter Aktivität	<b>Wert</b> des 30-sekündigen Intervalls (RTR) an der Stelle mit den meisten Drehregelbedienungen in der Stichprobe
Anzahl Wechsel	z-Transformation der 30-sekündigen Intervalle (RTR) anhand des Matrixmittelwerts und der Matrixstandardabweichung; <b>Anzahl</b> pro Person der Wechsel von Werten von oberhalb $M + 1SD$ zu unterhalb $M - 1SD$ oder von unterhalb $M - 1SD$ zu oberhalb $M + 1SD$ ohne Berücksichtigung der Dauer oder des Abstandes

*Erster Schritt der Kreuzvalidierung: Korrelationsanalysen*

Für die folgenden Auswertungen wurde die Stichprobe zufällig in zwei Hälften geteilt.

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse für RTR, STRT für eine der Hälften berichtet. Für

die Auswertung der Lidschlagfrequenz wurde die Stichprobe zusätzlich um die Personen der Filmbasisratengruppe reduziert.

*RTR.*

Tabelle 8 können die deskriptiven Angaben zu den Indices bezüglich des RTR-Verlaufs entnommen werden. Die Stelle der größten Varianz des RTR-Werts und die Stelle größter Aktivität lagen beide in den letzten drei 30-sekündigen Intervallen und glichen damit zu einem großen Teil dem Index „RTR Ende“.

Tabelle 8  
*Deskriptive Angaben zu den RTR-Indices*

Index	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Range
RTR Mittelwert	57	3.91	0.95	1.56 – 5.72
RTR Anfang	57	1.95	0.82	1.00 – 4.04
RTR Ende	57	4.72	1.45	1.00 – 7.00
RTR Minimalwert	57	1.27	0.17	1.00 – 3.00
RTR Maximalwert	57	6.07	1.14	2.80 – 7.00
RTR Anzahl hoher Werte	57	2.05	1.86	0 – 7
RTR Anzahl niedriger Werte	57	2.84	1.87	0 – 8
RTR Slope	57	0.06	0.03	–0.01 – 0.14
RTR Geschwindigkeit des Abfalls	57	0.83	0.31	0.00 – 1.60
RTR Geschwindigkeit des Anstiegs	57	0.78	0.25	0.44 – 1.37
RTR Stelle größter Varianz (t40)	57	4.29	1.53	1.00 – 7.00
RTR Stelle größter Aktivität (t38)	57	4.76	1.53	1.00 – 7.00
RTR Anzahl Wechsel	57	1.21	1.35	0 – 5

Anschließend wurden Korrelationen nullter Ordnung zwischen den RTR-Verlaufs-Indices und den Skalenwerten von Transportation und Narrative Engagement inklusive der Subskalen berechnet. Der RTR-Mittelwert korrelierte mit  $r = .74$  ( $p < .001$ )

hypothesenkonform sehr hoch mit Emotional Engagement, aber auch mit Transportation ( $r =$

.69,  $p < .001$ ) und der Gesamtskala von Narrative Engagement ( $r = .45, p < .001$ ). Dies kann als erneuter Beleg für die Konstruktvalidität der RTR-Messung gesehen werden (vgl. Kap. 4.3.).

Tabelle 9

*Korrelationen nullter Ordnung zwischen den RTR-Indices und den postrezeptiven Skalen (N = 57)*

Index	<i>r</i>					
	TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
RTR Mittelwert	.69 <sup>***</sup>	.45 <sup>***</sup>	.08	-.07	.74 <sup>***</sup>	.32 <sup>**</sup>
RTR Anfang	.45 <sup>***</sup>	.30 <sup>*</sup>	.06	-.04	.45 <sup>***</sup>	.24 <sup>*</sup>
RTR Ende	.46 <sup>***</sup>	.40 <sup>**</sup>	.22	-.02	.56 <sup>***</sup>	.20
RTR Minimalwert	.37 <sup>**</sup>	.22	.11	-.01	.25 <sup>*</sup>	.16
RTR Maximalwert	.55 <sup>***</sup>	.52 <sup>***</sup>	.15	-.06	.70 <sup>***</sup>	.44 <sup>***</sup>
RTR Anzahl hoher Werte	.62 <sup>***</sup>	.53 <sup>***</sup>	.21	-.02	.61 <sup>***</sup>	.46 <sup>***</sup>
RTR Anzahl niedriger Werte	-.36 <sup>**</sup>	-.08	-.04	.09	-.33 <sup>**</sup>	.08
RTR Slope	.24 <sup>*</sup>	.28 <sup>*</sup>	.20	.06	.36 <sup>**</sup>	.09
RTR Geschwindigkeit des Abfalls	.20	.21	.12	-.15	.18	.27
RTR Geschwindigkeit des Anstiegs	.04	.14	.11	-.08	.13	.13
RTR Stelle größter Varianz (t40)	.43 <sup>***</sup>	.35 <sup>**</sup>	.22	.01	.50 <sup>***</sup>	.15
RTR Stelle größter Aktivität (t38)	.42 <sup>***</sup>	.38 <sup>**</sup>	.20	-.04	.55 <sup>***</sup>	.20
RTR Anzahl Wechsel	.27 <sup>*</sup>	.36 <sup>**</sup>	.18	.03	.32 <sup>**</sup>	.32 <sup>**</sup>

*Anmerkungen.* TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence  
<sup>\*</sup>  $p < .05$ , <sup>\*\*</sup>  $p < .01$ , <sup>\*\*\*</sup>  $p < .001$

Weitere Korrelationen von Emotional Engagement mit den RTR-Indices lagen ebenfalls in einem sehr hohen Bereich, vor allem die mit dem Maximalwert ( $r = .70, p < .001$ ), mit der Anzahl hoher Werte ( $r = .61, p < .001$ ), und dem Ende ( $r = .56, p < .001$ ). Keine dieser Korrelationen erreichte allerdings die Höhe der Korrelation mit dem Mittelwert. Weitere Korrelationen können Tabelle 9 entnommen werden. Die  $p$ -Werte werden für

gerichtete Hypothesen berichtet. Bei den Korrelationen der postrezeptiven Skalen mit allen Indices ist ein positiver Zusammenhang zu erwarten, außer mit „Anzahl niedriger Werte“ und „Geschwindigkeit des Abfalls“, mit denen ein negativer Zusammenhang zu erwarten ist.

*STRT.*

Tabelle 10 können die deskriptiven Angaben zu den Indices bezüglich des STRT-Verlaufs entnommen werden. Die Stelle der größten Varianz des STRT-Werts lag am 33. der 40 Datenpunkte.

Tabelle 10  
*Deskriptive Angaben zu den STRT-Indices (basisratenkorrigiert)*

Index	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Range
STRT Mittelwert	57	0.89	0.13	0.44 – 1.16
STRT Anfang	56	0.97	0.19	0.50 – 1.71
STRT Ende	57	0.91	0.20	0.44 – 1.69
STRT Minimalwert	57	0.61	0.10	0.29 – 0.80
STRT Maximalwert	57	1.66	0.53	0.67 – 3.51
STRT Anzahl niedriger Werte	57	2.18	2.58	0 – 8
STRT Anzahl hoher Werte	57	2.86	2.24	0 – 9
STRT Slope	55	0.0003	0.0036	–0.0063 – 0.0157
STRT Stelle größter Varianz (t33)	57	1.08	0.44	0.41 – 3.51

Anschließend wurden Korrelationen nullter Ordnung zwischen den STRT-Verlaufs-Indices und den Skalenwerten von Transportation und Narrative Engagement inklusive der Subskalen berechnet. Die Korrelationen können Tabelle 11 entnommen werden. Auch hier werden die *p*-Werte für gerichtete Hypothesen berichtet. Außer bei dem Index „Anzahl niedriger Werte“ sind positive Korrelationen zu erwarten.

Zunächst muss festgehalten werden, dass die Ergebnisse aus Studie 5b (siehe Kap. 4.3.) nicht repliziert werden konnten. Der Mittelwert der STRT-Werte korreliert nicht mit den

postrezeptiven Skalen. Das lässt starke Zweifel an der Konstruktvalidität des STRT-Maßes im Hinblick auf Verarbeitungsprozesse im Zusammenhang mit dem Rezeptionserleben von Geschichten aufkommen. Damit soll an dieser Stelle vom Versuch abgesehen werden, weitere Hypothesen zum Zusammenhang von STRT und den postrezeptiven Skalen zu testen. Damit wurde zum wiederholten Male gezeigt, dass STRT und postrezeptive Skalen zum Rezeptionserleben nicht linear zusammenhängen (siehe Kap. 4.2.). Eine mögliche Begründung und ein Lösungsvorschlag werden in Kapitel 5.3. diskutiert.

Tabelle 11

*Korrelationen nullter Ordnung zwischen den STRT-Indices und den postrezeptiven Skalen*

Index	<i>r</i>					
	TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
STRT Mittelwert	.13	-.01	.02	.08	-.03	.03
STRT Anfang	.15	.01	-.08	.06	.08	.00
STRT Ende	.20	.01	.07	.01	-.01	-.04
STRT Minimalwert	.08	-.01	.09	-.01	-.03	-.07
STRT Maximalwert	.07	-.10	-.06	-.18	-.08	.01
STRT Anzahl niedriger Werte	.00	.01	-.37**	-.03	.19	.23
STRT Anzahl hoher Werte	.06	-.04	.04	-.05	-.06	-.05
STRT Slope	.07	-.04	-.11	.08	-.08	.05
STRT Stelle größter Varianz (t33)	.05	.01	-.21	.03	.10	.11

*Anmerkungen.* TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

### *Lidschlagfrequenz.*

Tabelle 12 können die deskriptiven Angaben zu den Indices bezüglich des Verlaufs der Lidschlagfrequenz entnommen werden. Die Stelle der größten Varianz der Lidschlagfrequenz lag in den letzten 90 Sekunden und glich damit zu einem großen Teil dem Index „Ende“.

Tabelle 12  
*Deskriptive Angaben zu den Lidschlagfrequenz-Indices (basisratenkorrigiert)*

Index	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Range
LF Mittelwert	35	1.23	0.63	0.39 – 2.80
LF Anfang	35	1.29	0.76	0.27 – 2.87
LF Ende	35	1.31	0.71	0.41 – 3.13
LF Minimalwert	35	0.47	0.49	0.00 – 1.76
LF Maximalwert	35	2.40	0.82	1.11 – 4.22
LF Anzahl niedriger Werte	35	4.37	4.28	0 – 13
LF Anzahl hoher Werte	35	2.71	3.05	0 – 10
LF Slope	35	-0.0008	0.0113	-0.0200 – 0.0300
LF Stelle größter Varianz (t39)	35	1.24	0.94	0.16 – 4.22

*Anmerkungen.* LF = Lidschlagfrequenz

Es wurden Korrelationen nullter Ordnung zwischen den Indices des Lidschlagfrequenzverlaufs und den Skalenwerten von Transportation und Narrative Engagement inklusive der Subskalen berechnet. Die Korrelationen können Tabelle 13 entnommen werden. Auch hier werden die *p*-Werte für gerichtete Hypothesen berichtet. Außer bei den Indices „Anzahl niedriger Werte“ und „Slope“ sind negative Korrelationen zu erwarten.

Es ließen sich jedoch keine signifikanten Korrelationen des Mittelwerts der Lidschlagfrequenz mit den postrezeptiven Skalen feststellen. Auffallend sind allerdings die zum Teil relativ hohen Korrelationen entgegen der vermuteten Richtung. Da damit die Tauglichkeit der Erhebung der Lidschlagfrequenz zur Messung des Rezeptionserlebens im Verlauf in Zweifel gezogen werden kann, wurde darauf verzichtet, weitere Hypothesen des Zusammenhangs zwischen Online-Indikator und postrezeptiver Befragung zu prüfen. Mögliche Gründe für die geringen Korrelationen beziehungsweise die falsche Richtung der Korrelationen werden in Kapitel 5.3. diskutiert.

Tabelle 13

*Korrelationen nullter Ordnung zwischen den Lidschlagfrequenz-Indices und den postrezeptiven Skalen (N = 35)*

Index	<i>r</i>					
	TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
LF Mittelwert	.30	.07	.05	-.26	.12	.17
LF Anfang	.40	.04	-.02	-.37*	.19	.19
LF Ende	.19	.18	.03	-.02	.14	.26
LF Minimalwert	.29	.04	-.01	-.39*	.27	.15
LF Maximalwert	.24	.14	.07	-.09	.14	.18
LF Anzahl hoher Werte	.33	.15	.23	-.13	.15	.08
LF Anzahl niedriger Werte	-.37	-.06	-.11	.30*	-.14	-.12
LF Slope	-.35	.03	-.02	.34*	-.17	.00
LF Stelle größter Varianz (t39)	.33	.32	.14	.08	.17	.36

*Anmerkungen.* LF = Lidschlagfrequenz, TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

*Zweiter Schritt der Kreuzvalidierung: Multivariate Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Verlaufsdaten und postrezeptiver Befragung*

Die Korrelationen zwischen den STRT- und Lidschlagindices wurden mit der zweiten Hälfte der Stichprobe repliziert. Da der jeweilige Mittelwert wieder nicht in einem statistisch bedeutsamen Maße linear mit den Fragebogenmaßen zusammenhing, wird hier auf eine weitere Darstellung verzichtet und auf die Diskussion (Kap. 5.2.5.) verwiesen.

Mit den RTR-Indices und Emotional Engagement wurden multiple hierarchische Regressionsanalysen berechnet. Es soll der Anteil der erklärten Varianz in den Fragebogenmaßen durch den RTR-Mittelwert mit dem Anteil der erklärten Varianz in den Fragebogenmaßen durch andere Verlaufs-Indices verglichen werden. Um die Zahl der (z.T. relativ hoch untereinander korrelierenden) Prädiktoren zu begrenzen, werden nur die Indices

ausgewählt, die schon im ersten Schritt am höchsten mit den Fragebogenmaßen korreliert haben, nämlich „Maximalwert“, „Anzahl hoher Werte“, „Ende“ und „Anfang“. Die Indices „Stelle maximaler Aktivität“ und „Stelle größter Varianz“ wurden nicht gewählt, da sie sich stark mit dem Index „Ende“ überschneiden. Die Regressionsanalyse wurde nur hinsichtlich Emotional Engagement als Explanandum durchgeführt.

Es wurden *zwei* multiple hierarchische Regressionsanalysen berechnet. Die erste stellt das Modell mit dem RTR-Mittelwert als Prädiktor, die zweite die mit den vier ausgesuchten Verlaufsindices als Prädiktoren dar. Die zu testende Hypothese ist, dass die vier ausgesuchten Verlaufsindices das postrezeptive Urteil besser vorhersagen als der Mittelwert. Dazu wurde der Test zum Vergleich zweier Korrelationskoeffizienten aus abhängigen Stichproben aus Eid et al. (2010, S. 548f) verwendet. Die beiden vollständigen Regressionen können den Tabellen 14 und 15 entnommen werden.

Tabelle 14

*Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Emotional Engagement“ (N = 56)*

Variable	B	SE B	$\beta$	p
1. Schritt				
RTR-Mittelwert (M)	1.79	.32	.61	.000
2. Schritt				
RTR-Mittelwert (M)	1.68	.31	.57	.000
Need for Cognition (NfC)	-.05	.57	-.01	.936
Need for Cognitive Closure (NCC)	.25	.68	.05	.719
Need to Evaluate (NtE)	2.23	.79	.33	.006

*Anmerkungen.*  $R^2 = .37$  für Schritt 1 ( $p < .001$ );  $\Delta R^2$  für Schritt 2 =  $.10$  ( $p = .034$ ). In Schritt 3 ausgeschlossene Variablen: M x NfC, M x NCC, M x NtE.

Das Regressionsgewicht des RTR-Mittelwerts in der ersten Regression betrug  $\beta = .61$  ( $p < .001$ , Modell:  $R^2 = .37$ ,  $p < .001$ ). Die zweite Regression wurde zweistufig berechnet. Zunächst wurden nur „Maximalwert“ und „Ende“ berücksichtigt, um die Peak-End-Rule

abzubilden. Der Determinationskoeffizient dieses Modells betrug  $R^2 = .45$  ( $p < .001$ ), der Unterschied zum Modell des RTR-Mittelwertes war nicht signifikant ( $p = .140$ ). Die Indices der Peak-End-Rule sagten das postrezeptive Urteil nicht besser voraus als der Mittelwert. Es darf allerdings nicht vergessen werden, dass in die Indices „Maximalwert“ und „Ende“ zusammen nur ca. ein Zehntel der Informationen im Vergleich zum RTR-Mittelwert einfließen.

Tabelle 15

*Zusammenfassung der Ergebnisse der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der Variable „Emotional Engagement“ (N = 56)*

Variable	B	SE B	$\beta$	p
1. Schritt				
RTR Maximalwert (Max)	2.18	.46	.58	.000
RTR Ende (End)	.31	.25	.15	.215
2. Schritt				
RTR Maximalwert (Max)	1.70	.58	.45	.005
RTR Ende (End)	.27	.25	.14	.272
RTR Anfang (Anf)	.07	.41	.02	.856
RTR Anzahl hoher Werte (AhW)	.28	.22	.19	.195
3. Schritt				
RTR Maximalwert (Max)	1.55	.61	.41	.014
RTR Ende (End)	-.33	.25	.17	.187
RTR Anfang (Anf)	.08	.43	.02	.852
RTR Anzahl hoher Werte (AhW)	.20	.24	.13	.394
Need for Cognition (NfC)	.15	.61	.04	.804
Need for Cognitive Closure (NCC)	-.12	.75	-.03	.878
Need to Evaluate (NtE)	1.13	.83	.17	.178

*Anmerkungen.*  $R^2 = .45$  für Schritt 1 ( $p < .001$ );  $\Delta R^2$  für Schritt 2 = .02 ( $p = .410$ );  $\Delta R^2 = .04$  für Schritt 3 ( $p = .353$ ). In Schritt 4 ausgeschlossene Variablen: Max x NfC, Max x NCC, Max x NtE, End x NfC, End x NCC, End x NtE, Anf x NfC, Anf x NCC, Anf x NtE, AhW x NfC, AhW x NCC, AhW x NtE.

Dann wurden „Anzahl hoher Werte“ und „Anfang“ mit in das Modell aufgenommen. Der Anstieg der erklärten Varianz war nicht signifikant ( $\Delta R^2 = .02, p = .410$ ). Dieses Mal war allerdings der Unterschied zwischen diesem und dem Modell des RTR-Mittelwertes signifikant ( $p = .040$ ), d.h. das Modell mit vier Indices erklärt die postrezeptive Einschätzung besser als der Mittelwert. Allerdings ist nur der Index „Maximalwert“ als Prädiktor in diesem Modell statistisch bedeutsam ( $\beta = .45, p = .005$ ).

Die beiden Regressionsmodelle wurden zur Prüfung der Rolle der Persönlichkeitsvariablen Need for Cognition, Need for Cognitive Closure und Need to Evaluate im Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil erweitert. Zunächst wurden die Haupteffekte und anschließend die Interaktionseffekte aufgenommen. Die Variablen wurden vor Bildung des Interaktionsterms z-transformiert. Für die Interaktionen der untersuchten Traits mit den Verlaufs-Indices „Anfang“, „Ende“ und „Mittelwert“ gibt es konkrete Hypothesen (siehe Kap. 5.2.2.), es wurden jedoch Interaktionen mit sämtlichen bislang in das Modell aufgenommenen Indices untersucht.

Da deshalb eine große Anzahl an Interaktionstermen betrachtet werden mussten, die wahrscheinlich nicht alle bedeutend zur Erklärung des Fragebogenmaßes beitragen, und um ein Overfitting zu vermeiden, wurde im vierten Schritt der Regressionen die Methode der Vorwärtsselektion gewählt. Die datengesteuerte Auswahl ist immer dann sinnvoll, wenn „man sehr viele unabhängige Variablen zur Verfügung hat, von denen man die besten zur Prädiktion auswählen möchte“ (Eid et al., 2010, S. 629). Zunächst wird wieder das Modell mit dem RTR-Mittelwert als Prädiktor betrachtet: Der Anstieg der erklärten Varianz durch die Haupteffekte war signifikant ( $\Delta R^2 = .10, p = .034$ ). Der Anstieg ging vor allem auf Need to Evaluate zurück ( $\beta = .33, p = .006$ ). Im letzten Schritt wurden durch die Vorwärtsselektion keine der Interaktionen ins Modell aufgenommen.

Beim Modell mit den vier RTR-Indices als Prädiktoren führte die Hinzunahme der Haupteffekte der Persönlichkeitsvariablen nicht zu einem bedeutsamen Anstieg in  $R^2$  ( $\Delta R^2 = .04, p = .353$ ). Im letzten Schritt wurden durch die Vorwärtsselektion wiederum keine der Interaktionen in das Modell aufgenommen. Die untersuchten Persönlichkeitsvariablen spielten also keine Rolle in der Beziehung zwischen Verlaufsmaß und Fragebogenmaß.

Tabelle 16

*Korrelationen in der zweiten Stichprobenhälfte der RTR-Verlaufs-Indices (N = 57)*

		<i>r</i>												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	1													
2	.54 <sup>***</sup>	1												
3	.74 <sup>***</sup>	.16	1											
4	.43 <sup>**</sup>	.72 <sup>***</sup>	.19	1										
5	.71 <sup>***</sup>	.29 <sup>*</sup>	.55 <sup>***</sup>	.19	1									
6	.63 <sup>***</sup>	.25	.44 <sup>**</sup>	.23	.69 <sup>***</sup>	1								
7	-.56 <sup>***</sup>	-.27 <sup>*</sup>	-.52 <sup>***</sup>	-.38 <sup>**</sup>	-.10	-.08	1							
8	.31 <sup>*</sup>	-.35 <sup>**</sup>	.63 <sup>***</sup>	-.24	.36 <sup>**</sup>	.26	-.20	1						
9	-.06	-.19	-.14	-.28 <sup>*</sup>	.31 <sup>*</sup>	.47 <sup>***</sup>	.55 <sup>***</sup>	-.06	1					
10	-.03	.02	-.09	-.15	.38 <sup>**</sup>	.51 <sup>***</sup>	.54 <sup>***</sup>	-.02	.75 <sup>***</sup>	1				
11	.59 <sup>***</sup>	.13	.92 <sup>***</sup>	.19	.37 <sup>**</sup>	.25	-.53 <sup>***</sup>	.55 <sup>***</sup>	-.29 <sup>*</sup>	-.20	1			
12	.81 <sup>***</sup>	.18	.91 <sup>***</sup>	.19	.60 <sup>***</sup>	.52 <sup>***</sup>	-.53 <sup>***</sup>	.61 <sup>***</sup>	-.06	-.09	.71 <sup>***</sup>	1		
13	-.02	-.21	-.06	-.30	.44 <sup>**</sup>	.47 <sup>***</sup>	.58 <sup>***</sup>	.11	.77 <sup>***</sup>	.72 <sup>***</sup>	-.16	-.02	1	

*Anmerkungen.* 1 = RTR Mittelwert, 2 = RTR Anfang, 3 = RTR Ende, 4 = RTR Minimalwert, 5 = RTR Maximalwert, 6 = RTR Anzahl hoher Werte, 7 = RTR Anzahl niedriger Werte, 8 = RTR Slope, 9 = RTR Geschwindigkeit des Abfalls, 10 = Geschwindigkeit des Anstiegs, 11 = RTR Stelle größter Varianz (t40), 12 = RTR Stelle größter Aktivität (t38), 13 = RTR Anzahl Wechsel

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Für beide Regressionsmodelle wurden Kollinearitätsindikatoren ausgewertet. Sowohl der Toleranzfaktor als auch der Varianzinflationsfaktor waren beide für alle Prädiktoren in unverdächtigen Bereichen (Toleranz deutlich über .20, Varianzinflationsfaktor deutlich unter

4, vgl. z.B. Eid et al., 2010). Die Korrelationen in der zweiten Stichprobenhälfte der RTR-Verlaufs-Indices können Tabelle 16 entnommen werden.

### 5.2.5. *Diskussion*

#### *Ergebnisdiskussion*

Die Ergebnisse werden für die Erhebungsmethoden getrennt diskutiert. Der Mehrwert, der durch die parallele Messung durch mehrere Methoden entstanden wäre, konnte nicht genutzt werden, da zwei der drei untersuchten Methoden nicht linear mit den Fragebogenmaßen zusammenhängen.

Zuerst wird auf STRT eingegangen. Im Gegensatz zur Lidschlagfrequenz ist STRT in der Medienpsychologie ein etabliertes Verfahren, zu dem es eine Vielzahl theoretischer und empirischer Veröffentlichungen gibt (siehe Kap. 4.1.3.). Doch mit postrezeptiven Skalen des Rezeptionserlebens korreliert STRT regelmäßig nicht oder nur niedrig (siehe Kap. 4.2.). Diese Arbeit stellt dabei keine Ausnahme dar, obwohl Studie 5b (siehe Kap. 4.3.) zunächst ermutigende Ergebnisse lieferte. Eine mögliche Erklärung dafür könnte die Theorie zu Transportation beziehungsweise Narrative Engagement bieten: Green et al. (2004) und Busselle und Bilandzic (2008) rücken die Konstrukte in die Nähe von Flow (siehe Kap. 2.2.2. und Kap. 2.3.1.). Flow entsteht vor allem dann, wenn eine hohe Passung von Anforderung und Kompetenz gegeben ist (Csikszentmihalyi, 1990). Eine zu niedrige Anforderung bedeutet Langeweile, eine zu hohe Stress. Angesichts dieser Logik müssten lange Reaktionszeiten bei der STRT-Messung umgedeutet werden. Das Ideal für Rezipienten und Rezipientinnen stellte nicht volle kognitive Auslastung sondern eine „optimale“ Auslastung dar. Der Zusammenhang von STRT und dem Rezeptionserleben wäre also ein umgekehrt-U-förmiger. Um diese Hypothese einer ersten Überprüfung zu unterziehen, wurden quadratische Regressionen mit der kompletten Stichprobe und dem basisratenkorrigierten STRT-Mittelwert

als Prädiktor mit SPSS 22 berechnet. Der STRT-Mittelwert wurde vor Bildung des quadrierten Prädiktors zentriert. Die Ergebnisse für die verschiedenen Explananda sind in Tabelle 17 überblicksweise dargestellt.

Tabelle 17

*Überblick über die Ergebnisse der quadratischen Regressionsanalysen zur Vorhersage des Rezeptionserlebens durch den basisratenkorrigierten STRT-Mittelwert (N = 111)*

	TR	NE	NE-AF	NE-NU	NE-EE	NE-NP
STRT-M ( $\beta_1$ )	.09	.04	.03	.05	-.05	.08
STRT-M <sup>2</sup> ( $\beta_2$ )	-.25**	-.23*	-.03	-.04	-.32**	-.21*
$R^2$	.08*	.06*	.00	.00	.10**	.05

*Anmerkungen.* TR = Transportation, NE = Narrative Engagement, NE-AF = Attentional Focus, NE-NU = Narrative Understanding, NE-EE = Emotional Engagement, NE-NP = Narrative Presence

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Dabei zeigt sich, dass der quadratische Zusammenhang für einige Explananda bedeutsam ist. Diese Ergebnisse stützen die oben formulierte These eines umgekehrt-U-förmigen Zusammenhangs. Passend zur Annahme, dass eine optimale Auslastung zu Flow führt, ist der quadratische Zusammenhang vor allem bei den Subskalen zu finden, die ein „Mitleben“ und Mitgerissensein am ehesten ausdrücken, nämlich Emotional Engagement ( $\beta = -.32, p = .001$ ) und Narrative Presence ( $\beta = -.21, p = .028$ ). Zu diesem Punkt ist noch weitere Forschung notwendig, idealerweise mit Stimuli unterschiedlicher Komplexität, um über den gesamten Wertebereich der Reaktionszeitmessung hinreichend Fälle für die Modellschätzung zur Verfügung zu haben.

Als nächstes wird diskutiert, weshalb die Lidschlagfrequenz und das Fragebogenmaß nicht zusammenhängen. Die Lidschlagfrequenz ist ein Maß, das nicht durch die Versuchsperson verfälscht wird und seine Validität in einigen Forschungsbereichen schon unter Beweis stellen konnte (siehe Kap. 4.1.2.). In der Medienpsychologie allerdings gibt es bislang nur eine sehr geringe Zahl an Studien, in denen die Lidschlagfrequenz als Indikator

verwendet wurde (siehe Kap. 4.2.). Nach dem ersten positiven Ergebnis in Studie 5c bestand die Zuversicht, dass dieses Ergebnis in Studie 7 repliziert werden kann.

In den vorgestellten medienpsychologischen Studien mit Erhebung der Lidschlagfrequenz (siehe Kap. 4.2.) sahen sich die Forscher und Forscherinnen mit dem Problem konfrontiert, dass der Lidschlag nicht nur von der visuellen Aufmerksamkeit determiniert wird. Neben großen stabilen interindividuellen Unterschieden haben zum Beispiel sowohl Ermüdung und Erregung als personenbezogene Variablen (z.B. Schleicher, Galley, Briest & Galley, 2008) als auch der Stimulus (z.B. Nakano et al., 2009) und andere situative Variablen Einfluss auf die Lidschlagfrequenz. In dieser Studie wurde aufwendig versucht, diese Störvariablen zu kontrollieren, indem zwei Basisraten erhoben wurden und Personen mit Kontaktlinsen aus der Studie ausgeschlossen wurden. Die individuelle Basisrate und der Zeilenmittelwert der Lidschlagfrequenz teilten sich eine erhebliche gemeinsame Varianz von 54.02%. In Bezug auf die Messung der visuellen Aufmerksamkeit bedeutet diese spezifische Varianz einen großen Messfehler. Es steht zu vermuten, dass es trotz der aufwendigen Maßnahmen nicht gelungen ist, einen Großteil der Fehlervarianz aus den Daten herauszupartialisieren. Dass die Lidschlagfrequenz zumindest einen gewissen Anteil an wahrer Varianz besitzt, lässt sich zum Beispiel darin sehen, dass die Versuchspersonen während der Erhebung der individuellen Basisrate, als diese nicht visuell aufmerksam sein mussten, signifikant häufiger blinzelten als während des Stimulusfilms ( $t_{113} = 4.72, p < .001$ , Cohen's  $d = .32$ ). Es könnte ein Problem darin bestanden haben, dass die Versuchspersonen während der Erhebung der individuellen Basisrate keine dezidierte Aufgabe hatten und somit sich unterschiedlich verhielten. Bei einer zukünftigen Verwendung sollte versucht werden, die Genauigkeit der Erhebung der Basisrate zu erhöhen, indem allen Versuchspersonen währenddessen eine Aufgabe gegeben wird, die zu einem bestimmten Grad an visueller Aufmerksamkeit bedarf.

Der RTR-Mittelwert hängt in dieser Arbeit zum zweiten Mal mit den postrezeptiven Skalen in statistisch bedeutsamen Maße in beiden Teilstichproben zusammen. Die geplante Auswertung konnte deshalb mit diesem Maß durchgeführt werden. Mit der ersten Teilstichprobe wurden Korrelationen nullter Ordnung der Indices mit dem postrezeptiven Urteil berechnet. Als wichtigste Prädiktoren zeigten sich dabei der Mittelwert, „Anzahl höchster Werte“, „Maximalwert“, „Anfang“ und „Ende“.

Auf den Index „Anzahl Wechsel“ soll hier gesondert eingegangen werden. Nabi und Green (im Druck) sehen Wechsel der distinkten Emotion und der emotionalen Intensität während der Rezeption als zentral für starke Transportation an (siehe Kap. 4. und Kap. 5.1.3.). Der Zusammenhang zwischen dem Index „Anzahl Wechsel“ und den postrezeptiven Skalen ist zwar statistisch bedeutsam, hinsichtlich der Höhe aber eher moderat (z.B. mit Emotional Engagement:  $r = .32, p = .007$ ). Allerdings beachtet die gewählte Operationalisierung der emotionalen Wechsel nur die Intensität. Außerdem waren Änderungen der emotionalen Intensität von relativ großer Amplitude nötig, damit ein Wechsel als solcher gezählt wurde. Dementsprechend wiesen die Versuchspersonen der ersten Substichprobe maximal nur fünf Wechsel der emotionalen Intensität während der Rezeption auf. Die Hypothese von Nabi und Green (im Druck) wurde mit diesem Design also nur grob geprüft. Um diese detaillierter untersuchen zu können, muss zum einen zuvor präziser definiert werden, wie ein Wechsel zu operationalisieren ist, und zum anderen ein Verlaufsmaß verwendet werden, mit dem auch distinkte Emotionen unterschieden werden können (z.B. FACS, psychophysiologische Maße oder RTR mit den zwei Dimensionen „Valenz“ und „Erregung, siehe Kap. 4.1.).

Die Ergebnisse der Regressionsanalysen mit der zweiten Hälfte der Stichprobe zeigen, dass Indices, auch wenn sie nicht alle Informationen des Verlaufs enthalten, das postrezeptive Urteil zumindest nicht schlechter vorhersagen als der Mittelwert. Vor allem der Maximalwert

des Verlaufs spielt bei der Bildung des postrezeptiven Urteils eine gewichtige Rolle. Mit den vier Indices Anfang, Ende, Maximalwert und Anzahl hoher Werte konnte zusammen ca. 10% mehr Varianz erklären als mit dem Mittelwert des Verlaufs. Eine Gewichtung verschiedener Aspekte der vergangenen Episode durch die Befragten bei der Beantwortung der postrezeptiven Skalen fand also statt. Dabei spielte der Maximalwert die größte Rolle.

Signifikante Interaktionen mit den untersuchten Persönlichkeitseigenschaften konnten nicht gefunden werden, obwohl für jede der Variablen eine gute theoretische Begründung vorlag. In der zukünftigen Forschung sollten weitere Interaktionen mit anderen Persönlichkeitsfaktoren in die Betrachtung miteinbezogen werden. Ein möglicher Kandidat für folgende Studien wäre zum Beispiel das Optimizing-Satisfizing-Konzept von Krosnick und Alwin (z.B. 1987).

### *Methodendiskussion*

Das gewählte methodische Vorgehen in Studie 7 ist in einigen Punkten eingeschränkt, vor allem bezüglich des korrelativen Designs und des gewählten Stimulus. Diese beiden Punkte werden im Folgenden diskutiert. Den Einschränkungen durch das Laborsetting und die Stichprobe wird in Kapitel 6.2.1. nachgegangen.

In der Forschung zur Peak-End-Rule gibt es zwei typische Designs: experimentelle und korrelative (vgl. z.B. Ariely, 1998; Fredrickson, 2000). Bei korrelativen Studien wird ähnlich gearbeitet wie in der vorliegenden Arbeit. Die Versuchspersonen sollen während und nach einem Erlebnis mittels RTR und Fragebogen ihr emotionales Empfinden beurteilen. Bei experimentellen Studien werden meist künstliche Stimuli verwendet, die in ihrer Intensität beliebig variiert werden können wie z.B. unangenehme Töne (Schreiber & Kahneman, 2000; siehe Kap. 5.1.2.; Ausnahme: z.B. Koloskopie, Redelmeier & Kahneman, 1996). Im Sinne der internen Validität sind experimentelle Designs selbstverständlich vorzuziehen (vgl. Bortz & Döring, 2009). Es ist jedoch wie bereits mehrfach beschrieben unmöglich, zwei Stimulusfilme

zu erstellen, die sich beispielsweise nur in der maximalen Intensität der emotionalisierenden Darstellung unterscheiden (siehe Kap. 3.1. und Kap. 6.2.2.). Da bei einem korrelativen Design keine eindeutige kausale Beziehung identifiziert werden kann, ist die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Rezeption anderer Filme eingeschränkt.

Eine weitere Einschränkung in Bezug auf den Stimulus ist die Wahl eines Kurzfilms anstelle eines Spielfilms. Aufgrund des aufwendigen Studienablaufs mit relativ langen Aufenthalten der Versuchspersonen im Labor (ca. eine Stunde) musste aus forschungspragmatischen Gründen ein Stimulus gewählt werden, der eine gewisse Länge nicht überschreitet. Ob die gefundenen Ergebnisse jedoch auf die Rezeption von abendfüllenden Spielfilmen übertragen werden kann, ist nicht ohne weiteres zu begründen. Es gibt einige Unterschiede zwischen Kurz- und Spielfilmen (vgl. z.B. Margit, 2000; Blandford, Grant & Hillier, 2001): Spielfilme müssen ihre Zuschauer und Zuschauerinnen über eine längere Zeit fesseln. Kurzfilme hingegen müssen schnell ihre Dramaturgie aufbauen und zeigen daher oft Geschichten, in denen den Protagonisten und Protagonistinnen schon früh in der Handlung besondere Ereignisse widerfahren. Kurzfilme sprechen tendenziell ein kleineres Publikum an und sind oftmals formal und gestalterisch ungewöhnlich und experimentell. Den Mainstream stellt der abendfüllende Spielfilm dar, mit dem die Rezipienten und Rezipientinnen die meiste Seherfahrung gesammelt haben. Meist werden Kurzfilme mit einem sehr geringen Budget und ohne die Unterstützung eines großen Filmstudios realisiert.

Bei der Auswahl des Kurzfilms „Butterfly Circus“ wurde darauf geachtet, dass dieser formal und gestalterisch relativ konventionell und in seiner Anmutung professionell wirkt. Dennoch bleiben systematische Unterschiede zwischen Kurzfilmen und Spielfilmen bestehen. Weitere Aspekte, welche die Übertragbarkeit der Ergebnisse von Studie 7 und der anderen Studien aufgrund der Auswahl des Stimulus einschränken könnten, werden in Kapitel 6.2.2. diskutiert.

### 5.3. Fazit zum Prozess der Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil

In diesem Kapitel wurde dargestellt, dass der Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil kein trivialer Prozess ist, sondern viele Stufen durchläuft. Es wurden mehrere Theorien und Konzepte dargestellt, die beschreiben, welche Parameter eines Verlaufes verstärkt in ein postrezeptives Urteil einfließen, u.a. die Peak-End-Rule. Mit Need to Evaluate, Need for Cognition und Need for Cognitive Closure wurden drei Persönlichkeitsvariablen in die Betrachtung mit einbezogen. Es wurde ein empirisches Design vorgeschlagen, das von der Beziehung unterschiedlicher Verlaufparameter mit den postrezeptiven Skalen auf die dahinterliegenden Prozesse schließt.

Bei der Auswertung zeigte sich, dass die beiden impliziten Verlaufsmaße STRT und Lidschlagfrequenz nicht linear mit dem Fragebogenmaß zusammenhängen. Diese Maße eigneten sich somit nicht für die weitere Auswertung. Die geplante Auswertung konnte mit RTR und Emotional Engagement durchgeführt werden. Vor allem der Maximalwert nahm eine wichtige Rolle bei der Bildung des postrezeptiven Urteils ein. Der Mittelwert sagte das postrezeptive Urteil allerdings ebenfalls gut voraus. Die untersuchten Persönlichkeitsvariablen beeinflussten den Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens nicht.

Auch in dieser Studie wäre eine größere Stichprobe wünschenswert gewesen, um mit größerer Teststärke auch kleinere Effekte aufdecken zu können. Der Aufwand der Erhebung war mit drei unterschiedlichen rezeptionsbegleitenden Messmethoden allerdings enorm. Die Ergebnisse dieser Studie sind deshalb nur der Anfang des Versuchs der Beantwortung der zentralen Forschungsfrage 3. Wie in dieser und den anderen Forschungsfragen weiter verfahren werden soll, wird in Kapitel 6. in einer übergeordneten Gesamtbetrachtung diskutiert.

## 6. GESAMTBETRACHTUNG UND FAZIT

Diese Arbeit beschäftigte sich mit drei Fragen in Bezug auf das Erleben während der Rezeption von Geschichten. Zunächst wurden die bisherigen Schwierigkeiten bei der experimentellen Manipulation des Rezeptionserlebens erörtert, um darauf aufbauend ein ökonomisches und universell einsetzbares Verfahren vorzuschlagen. Anschließend wurde die rezeptionsbegleitende Messung des Rezeptionserlebens als Forschungslücke identifiziert und ein aus drei Standardmessmethoden bestehendes Verfahren geprüft. Zuletzt wurde mit Hilfe der entwickelten Manipulation und Messmethode in den Prozess des Zusammenfassens des Verlaufs des Rezeptionserlebens, den Versuchspersonen beim Ausfüllen der postrezeptiven Fragebogen durchlaufen, Einblick genommen.

Alle drei zentralen Forschungsfragen haben einen starken methodischen Bezug. Es steht zu hoffen, dass die vorliegende Arbeit Forschern und Forscherinnen bei der empirischen Umsetzung ihrer Ideen bei der Erforschung des Rezeptionserlebens Unterstützung bieten kann. Ihre Erträge werden in Kapitel 6.1. dargestellt. Sie ist aber auch nur ein Anfang und ein Fragment. In Kapitel 6.2. werden die Ergebnisse und die methodischen Einschränkungen der Arbeit diskutiert.

### 6.1. Erträge der Arbeit

In der vorliegenden Arbeit wurden drei Fragestellungen bezüglich Transportation beziehungsweise Narrative Engagement mit einem methodischem Fokus bearbeitet. Die Erträge der Arbeit sollen im Folgenden zusammengefasst und hinsichtlich ihrer Bedeutung bewertet werden.

In der bisherigen Forschung standen Forscher und Forscherinnen vor dem Problem der Manipulation des Rezeptionserlebens. Vor allem bei der Rezeption von audiovisuellen

unterhaltenden Texten stellt diese eine Herausforderung dar. In dieser Arbeit wurden zwei mögliche Verfahren geprüft, die sich potentiell zur Manipulation des Rezeptionserlebens bei allen unterhaltenden Texten eignen könnten. Bei beiden Verfahren wurde die Abhängigkeit der Manipulation von Persönlichkeitsvariablen untersucht. Dies stellt in der bisherigen Forschung zur Manipulation des Rezeptionserlebens eine Ausnahme dar. Dabei erwies sich die Manipulation per Spiegel wegen moderierender Persönlichkeitsvariablen als ungeeignet. Die Manipulation der Erwartungen per Rezensionen jedoch hatte den gewünschten Effekt auf das Rezensionserleben unabhängig von den untersuchten Persönlichkeitsvariablen. Die Größe des Effekts der Manipulation durch Rezensionen übersteigt die der meisten anderen bislang verwendeten Manipulationen. Die Ergebnisse wurden in zwei weiteren Studien repliziert. Rezensionen sind einfach zu erstellen und greifen auf verhältnismäßig extern valide Weise in den Rezeptionsprozess ein. Das Verständnis des Textes wird durch sie nicht beeinträchtigt. Mit Rezensionen steht den Forschern und Forscherinnen eine zuverlässige, ökonomische und die propositionale Struktur des Textes nicht verändernde Methode zur Manipulation von Transportation und Narrative Engagement bei allen narrativen unterhaltenden Texten zur Verfügung. Dieses Paradigma kann die Grundlage für weitere Forschung zu Effekten narrativer Texte mit hoher interner Validität darstellen.

Weiterhin wurde ein Verfahren zur rezeptionsbegleitenden Messung des Rezeptionserlebens vorgeschlagen. Im Gegensatz zur Forschung zu verwandten Konstrukten wie räumlichem Präsenzerleben stellt dies in der Forschung zu Transportation und Narrative Engagement eine Lücke dar. In dieser Arbeit wurde mit RTR eine in vielen Bereichen etablierte, bei Transportation und Narrative Engagement noch nicht angewandte Messmethode verwendet. Sie erwies sich als gut geeignet, um die emotionalen Prozesse während der Rezeption narrativer Medieninhalte zu erfassen. Weiterhin wurde mit STRT eine in der Medienpsychologie weit verbreitete Erhebungsmethode eingesetzt. In Zusammenhang

mit dem Rezeptionserleben waren die Erfahrungen dazu bislang eher negativ, und auch in dieser Arbeit konnte kein eindeutiger linearer Zusammenhang gefunden werden. Allerdings wurde erstmals ein quadratischer Zusammenhang entdeckt. Schließlich wurde mit der Erhebung der Lidschlagfrequenz eine in der Medienpsychologie innovative Methode erstmals zur Messung von Transportation beziehungsweise Narrative Engagement verwendet. Jedoch erwies sie sich trotz aufwendiger Kontrolle von Störvariablen als nicht geeignet. Es wurde außerdem untersucht, ob die rezeptionsbegleitenden Messmethoden einen negativen Einfluss auf das Rezeptionserleben haben, was im Großen und Ganzen verneint werden kann. Mit RTR steht den Forscher und Forscherinnen ein flexibles und relativ unaufwendiges apparatives Verfahren zur Verfügung, um die emotionalen Prozesse während der Rezeption von narrativen Medieninhalten im Zeitverlauf zu erfassen. Die Messung des Rezeptionserlebens per Erhebung der Lidschlagfrequenz oder STRT ist zum aktuellen Stand der Forschung nicht zu empfehlen.

Die rezeptionsbegleitende Messung per RTR stellt einen methodischen Zugang für Forscher und Forscherinnen bereit, die konkrete Eigenschaften des Stimulus und deren Wirkungen auf das Rezeptionserleben untersuchen wollen, auch wenn es nicht die Möglichkeit der Veränderung des Stimulus gibt. Vor allem in Verbindung mit audiovisuellen Medien stellt dies eine wichtige Ergänzung zu Fragebogen-Maßen dar, da die Modifikation von Filmen besonders schwierig ist. Die Verlaufsmessung könnte auch für Filmschaffende reizvoll sein, um konkrete Maßnahmen zur Optimierung des Rezeptionserlebens ableiten zu können.

Zuletzt wurde der Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil thematisiert. Obwohl in der Medienpsychologie vielfach postrezeptive Skalen Anwendung finden, ist der Prozess der Beantwortung solcher Skalen selten Gegenstand empirischer Untersuchungen. Nach der Entwicklung eines Rahmenmodells der

Beantwortung postrezeptiver Skalen wurde dargestellt, dass vier ausgewählte Verlaufparameter, allen voran der Maximalwert, das postrezeptive Urteil zusammen besser vorhersagen konnten als der Verlaufs-Mittelwert. Erstmals wurde die Rolle von drei Persönlichkeitseigenschaften im Prozess des Zusammenfassens von Verläufen in ein postrezeptives Urteil untersucht. Jedoch konnte kein Einfluss dieser festgestellt werden.

Die Erkenntnisse in Bezug auf die letzte Fragestellung ist zum Beispiel für Filmschaffende relevant. Filme sollten für ein optimales postrezeptives Urteil im Bezug auf das Rezeptionserleben so gestaltet sein, dass vor allem eine Szene besonders stark in den Bann zieht. Sie sind jedoch auch für Forscher und Forscherinnen interessant, die reine Fragebogenstudien zum Rezeptionserleben durchführen. Diese müssen in Betracht ziehen, dass ihre erhobenen Daten in Richtung des jeweiligen maximalen Ausschlags des Rezeptionserlebens verzerrt sein könnten. Der Mittelwert vermochte jedoch ebenfalls einen erheblichen Anteil der Varianz der postrezeptiven Skala zu prognostizieren. Die Verzerrungen im Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil hielt sich somit in vertretbaren Rahmen, so dass von dieser Seite aus keine grundlegenden Bedenken an Fragebogenstudien anzubringen sind (siehe zum Verhältnis von Verlaufsmessung und postrezeptiver Erhebung auch Kap. 6.2.3.).

## 6.2. Übergeordnete Methoden- und Ergebnisdiskussion

Bei den durchgeführten Studien sind einige methodische Einschränkungen offensichtlich, die an dieser Stelle gesammelt diskutiert werden sollen. Die Einschränkungen ergeben sich sowohl aus dem gewählten Laboransatz und der Art der Stichprobenziehung als auch aus der Wahl der Stimuli und der Forschungsdesigns. Außerdem soll das Verhältnis von Verlaufsmessung und postrezeptivem Urteil in dieser Arbeit diskutiert werden und

Vorschläge für den methodischen Zugang zum Rezeptionserleben in der zukünftigen Forschung gemacht werden.

### *6.2.1. Einschränkungen durch den Laboransatz und die Stichprobe.*

In dieser Arbeit wurden Laborstudien vorgestellt, die alle mit den typischen Einschränkungen dieses Studientyps einhergehen. In der Literatur wird dabei vor allem auf die verminderte externe Validität verwiesen (vgl. Bortz & Döring, 2009), da sich die Rezeptionssituation im Labor um einiges von der „natürlichen“ Filmrezeption zu Hause unterscheidet. Die Versuchspersonen hatten zum Beispiel nicht die Möglichkeit, ihr Programm selbst zu wählen oder parallel zum Schauen einer anderen Tätigkeit nachzugehen. Gerade in Bezug auf das Unterhaltungserleben sind Freiwilligkeit und Selbstbestimmtheit allerdings relevante Aspekte (vgl. Früh, 2003, S. 29). Jede Versuchsperson wurde unter anderem deshalb deutlich auf die Freiwilligkeit ihrer Teilnahme und die Möglichkeit, jederzeit ohne negative Konsequenzen abbrechen zu können, hingewiesen. Eventuell zu erlangende Studienleistungspunkte konnten auch auf andere Art und Weise erworben werden. Weiterhin konnten die Versuchspersonen den Film nicht in ihrer gewohnten Umgebung in ihrem Wohnzimmer rezipieren. Diesem Problem wurde versucht entgegenzuwirken, indem die Rezeptionssituation so angenehm wie möglich gestaltet war (z.B. durch eine bequeme Sitzmöglichkeit) und die nötigen Einschränkungen in Bezug auf die Bewegungsfreiheit durch möglichst unauffällige Maßnahmen vorgenommen wurde.

Feldstudien sind in der Forschung zum Rezeptionserleben eher die Ausnahme. Mobile Technologien machen jedoch sogar rezeptionsbegleitende Messungen im Wohnzimmer oder im Kinosaal möglich. Es gibt inzwischen RTR-Systeme auf Smartphones, Inquisit ermöglicht die Durchführung von Online-Reaktionszeitexperimenten und sehr einfache EEG-Geräte, die auch den Lidschlag registrieren, können per Bluetooth ausgelesen werden. Der etwaige

Zugewinn an externer Validität würde allerdings mit einem Verlust an Kontrolle der Erhebung einhergehen, worunter die Datenqualität leiden könnte.

Der Einsatz von rezeptionsbegleitenden Messmethoden und von Manipulationen vermindert allerdings selbst die externe Validität. Es konnte jedoch nachgewiesen werden, dass die Störung durch die Messverfahren nur gering ist (siehe Kap. 3.2.2., 3.2.3. und 4.4.). Es wurde weiterhin argumentiert, dass die Manipulation des Rezeptionserlebens durch positive und negative Rezensionen nur eine geringe Gefährdung der externen Validität darstellen, da Rezipienten und Rezipientinnen immer mit Erwartungen an das Gratifikationspotential an einen Film herangehen (siehe Kap. 3.3.1.). Die Rezensionen waren in ihrem Inhalt und in ihrer Gestaltung echten Filmkritiken nachempfunden.

Eine weitere Einschränkung, welche die Übertragbarkeit der Ergebnisse betrifft, ist die Art der Stichprobenziehung und die Größe der Stichproben. Durch den relativ komplexen Aufbau der meisten hier dargestellten Studien (Einzeltermine, rezeptionsbegleitende Messmethoden) und die relativ lange Dauer der Labor-Erhebungen (mindestens eine Stunde) musste auf studentische Versuchspersonen zurückgegriffen werden. Auch blieben die Stichproben dadurch eher klein. Die gezogenen studentischen Stichproben waren jünger, weiblicher und besser gebildet als die deutsche Allgemeinbevölkerung. Bildung und Geschlecht haben sich in der Meta-Analyse von van Laer et al. (2014) als statistisch signifikante aber praktisch eher unbedeutende Prädiktoren von Transportation erwiesen (siehe Kap. 2.2.1.). Nichtsdestotrotz wären Replikationen mit bevölkerungsrepräsentativen Samples wünschenswert. Vor allem für Experimente, in denen Äquivalenzhypothesen getestet wurden (Studie 1, Kap. 3.2.2. und Studie 7, siehe Kap. 5.2.), wären größere Stichproben von Vorteil gewesen, um auch kleine Effekte mit großer Teststärke untersuchen zu können.

### 6.2.2. *Filme beziehungsweise Serienfolgen als Stimulusmaterial*

In diesem Kapitel wird die Rolle der Stimulusfilme in dieser Arbeit beleuchtet. Sie könnte als „medienvergessen“ bezeichnet werden, denn in keiner der Studien wurden dezidiert Stimuluseffekte untersucht oder eine Manipulation des Stimulusmaterials vorgenommen. Die Rolle der Filme beziehungsweise Serienfolgen in den vorgestellten Studien war lediglich, eine Medienumgebung zu schaffen, in der die Versuchspersonen Transportation beziehungsweise Narrative Engagement erleben können. Dieses Kriterium war ein entscheidendes bei der Auswahl der verwendeten Stimuli (siehe Kap. 2.6.3.). Prinzipiell wäre eine solche Medienumgebung auch durch Stimuli anderer Modalitäten wie zum Beispiel Computerspiele, Hörbücher oder geschriebene Texte möglich gewesen. Die Untersuchung der Nutzung von audiovisuellen narrativen Stimuli weist allerdings einige Besonderheiten auf:

Filme beziehungsweise Serienfolgen eignen sich gut als Stimulusmaterial, wenn rezeptionsbegleitende Messmethoden (abgesehen von Thinking aloud, siehe Kap. 4.1.5.) eingesetzt werden sollen. Der große Vorteil ist, dass der Stimulus das Tempo der Rezeption vorgibt. So kann sichergestellt werden, dass alle Versuchspersonen zur gleichen Zeit die identische Stelle der Geschichte rezipieren, was die Auswertung von Verlaufsdaten enorm vereinfacht. Außerdem haben die Versuchspersonen während der Rezeption beide Hände frei, um die Drehregler bei der RTR-Messung oder den Handtaster einer STRT-Messung zu bedienen. Dies wäre beispielsweise beim Computerspielen nicht der Fall.

Allerdings ist, wie bereits dargestellt, (siehe Kap. 3.1.) die Veränderung des Stimulusmaterials nur in engen Grenzen möglich. Während beispielsweise in geschriebenen Texten leicht der Protagonist durch eine Protagonistin ausgetauscht werden kann, ist dies bei audiovisuellen Texten nicht ohne weiteres machbar. Für die Untersuchung der Nutzung und Wirkung konkreter Eigenschaften des Filmes bietet sich deshalb ein korrelatives Vorgehen mit rezeptionsbegleitenden Messmethoden als Ausweg an. Somit können einzelne

Stimuluselemente auf zeitlich niedriger Ebene auch ohne Manipulation mit Nutzungs- und Wirkungsvariablen verknüpft werden. Aus dem selben Grund wurde in Studie 7 ein korrelatives Design gewählt (siehe Kap. 5.2.). Die Probleme hinsichtlich des Nachweises von Kausalität in Korrelationsstudien lassen sich damit allerdings nicht ausräumen.

Das Kausalitätsproblem zeigt sich in der Untersuchung der Nutzung und Wirkung von (narrativen) Medienstimuli zum einen hinsichtlich der Richtung der Wirkung (vgl. Früh & Schönbach, 1982; Suckfüll, 2004), zum anderen aber auch hinsichtlich der internen Validität, vor allem da kein Element des Stimulus unabhängig von dessen anderen Eigenschaften ist. Diese Emergenz hat zum Beispiel zur Folge, dass eine Manipulation bei einem Stimulus eine ganz andere Wirkung erzielen könnte als bei einem anderen. Selbst wenn es technisch möglich wäre, so hätte der Wechsel des Geschlechts des Protagonisten in einem Action-Film wie zum Beispiel „Stirb langsam“ (Hauptrolle „John McClane“, gespielt von Bruce Willis) eine ganz andere Bedeutung als in einem Thriller wie zum Beispiel Sixth Sense (Hauptrolle „Dr. Malcolm Crowe“, gespielt von Bruce Willis).

Die Forschung zur Nutzung und Wirkung von Filmen in ihrer Komplexität und mit ihren emergenten Eigenschaften steht deshalb vor dem Problem, wie auf Grundlage der Ergebnisse aus empirischen Studien *allgemeine* Aussagen getroffen werden können. Eine Lösung für dieses Problem könnte sein, die Hypothesen anhand einer größeren zufälligen Auswahl an Stimuli zu prüfen, die eine repräsentative Stichprobe der Gesamtheit aller Filme darstellt. Dies würde allerdings den Aufwand medienpsychologischer Untersuchungen vervielfachen, weshalb dieser Weg nicht gegangen wird. Häufiger wird mit einer kleineren Anzahl theoretisch ausgewählter Stimuli gearbeitet, was die Untersuchung nur um einen niedrigen Faktor verlängert und die interne Validität und die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse dennoch zu einem gewissen Grade gewährleistet. Dabei werden meist nur kurze Filmausschnitte und ein within-Design verwendet, um einerseits die Belastung pro

Versuchsperson möglichst gering zu halten und andererseits die Hypothesen auch bei kleineren Stichproben mit einer relativ hohen Teststärke prüfen zu können (z.B. Fredrickson & Kahneman, 1993; Sukalla et al., 2013).

Ein solches Vorgehen war in der vorliegenden Arbeit jedoch nicht möglich. Für die zentralen Forschungsfragen 1 (siehe Kap. 3.) und vor allem 3 (siehe Kap. 5.) war es unumgänglich, Filmstimuli zu verwenden, die eine gewisse Länge nicht unterschreiten. In Bezug auf die zentrale Forschungsfrage 1 musste nachgewiesen werden, dass die Manipulationen des Rezeptionserlebens auch bei längeren Stimuli wirksam sind. In dieser Arbeit konnte bei drei mindestens 20-minütigen Filmen gezeigt werden, dass die Manipulationen durch positive und negative Rezensionen wie erwartet funktionieren (Studie 3, Kap. 3.3.3.; Studie 4, Kap. 3.3.4. und Studie 7, Kap. 5.2.). Dennoch ist denkbar, dass diese Art der Manipulation bei Filmen mit sehr hohem oder niedrigem Transportationspotential keine Wirkung zeigt (vgl. Green & Brock, 2000).

Für die Untersuchung der zentralen Forschungsfrage 3 musste ein Film verwendet werden, der eine vollständige Dramaturgie hatte. Wie in Kapitel 5.1.3. dargestellt folgt eine Geschichte (und auch kognitive und emotionale Prozesse während der Rezeption) einem prototypischen Verlauf. Hätte das Stimulusmaterial diesem nicht entsprochen, so wäre eine Übertragbarkeit der Ergebnisse auf andere Filme von vornherein sehr eingeschränkt gewesen. Eine Vervielfachung der Erhebungszeit durch ein within-Design mit mehreren Stimulusfilmen wäre für die Versuchspersonen unzumutbar geworden, da die Erhebung im Labor schon mit einem 20-minütigen Stimulus ca. eine Stunde dauerte. Eine Vervielfachung der Versuchspersonen durch ein between-Design hätte den Rahmen der Arbeit gesprengt. Es wurde sich damit beholfen, einen Stimulusfilm für Studie 7 (siehe Kap. 5.2.) zu wählen, der formal und inhaltlich wenig außergewöhnlich ist, und den Film in dieser Hinsicht vorzutesten (siehe Kap. 2.6.3.). Nichtsdestotrotz muss festgehalten werden, dass diese Studie nur einen

Anfang darstellt, und die Ergebnisse, bevor ihnen vertraut werden kann, zunächst mit weiteren und möglichst unterschiedlichen Filmen repliziert werden müssen. Studie 7 stellt in diesem Sinne eher eine Überprüfung eines Forschungsparadigmas dar, das vorschlägt, wie zukünftig methodisch an die zentrale Forschungsfrage 3 herangegangen werden kann.

### *6.2.3. Zum Verhältnis von Verlaufsmessungen und postrezeptiven Messungen*

Diese Arbeit stellt auch ein Plädoyer für die vermehrte Durchführung von rezeptionsbegleitenden Messungen in der empirischen Nutzungs- und Wirkungsforschung dar. Sie ermöglichen die Bearbeitung innovativer Fragestellungen und können die gesamte Dynamik der Rezipientenaktivitäten während der Rezeption erfassen (siehe Kap. 4.). Postrezeptive Fragebogen haben ebenfalls ihre Vorzüge, nicht zuletzt ihre Vielseitigkeit und Ökonomie. In dieser Arbeit spielen die postrezeptiven Fragebogen zu Transportation und Narrative Engagement eine große Rolle. In Kapitel 3. werden sie als Kriterium für die Wirksamkeit von Manipulationen herangezogen. In Kapitel 4. stellen sie den Maßstab für die Validität und Reaktivität der rezeptionsbegleitenden Messungen. In Kapitel 5. jedoch wird die Frage der Validität der postrezeptiven Messung aufgeworfen. Dieser (scheinbare) Widerspruch und das Verhältnis der beiden methodischen Herangehensweisen wird im Folgenden diskutiert.

Die Testgüte von impliziten Verfahren wie STRT und psychophysiologischen Maßen wird von einigen Autoren als der von Selbstaussagenmaßen überlegen dargestellt: „In a sense psychophysiological measures can also be regarded as more objective as compared to self-report; that is, the processes of interest can be covertly assessed by psychophysiological recordings, whereas self-report may be influenced by socially desirable responding (i.e., the tendency to give positive self-descriptions; see Paulhus, 2002) or political correctness“ (Ravaja, 2004, S. 195). Wie schon in Kapitel 4.1.5. angeführt seien Befragte außerdem nur schwerlich in der Lage, valide Aussagen über ihre eigenen mentalen Vorgänge zu machen.

Das Vertrauen in die Validität von Fragebogenskalen wird also von verschiedenen Seiten auf einer generellen Ebene angegriffen.

Das Vertrauen in die Validität der Skalen von Transportation und Narrative Engagement ist allerdings gerechtfertigt. Zum einen wurden in ihrem Entwicklungsprozess Hinweise auf ihre Konstruktvalidität gesammelt, zum anderen konnten die beiden Skalen in zahlreichen Studien Medienwirkungen wie zum Beispiel Einstellungsänderungen vorhersagen (vgl. van Laer et al., 2014). Für den Aspekt der Immersion beziehungsweise Narrative Presence ist die Selbstauskunft wohl die einzige mögliche Art und Weise der Erhebung (Schubert, 2009; siehe Kap. 4.1.5.). Die Skalen zu Transportation und Narrative Engagement als Kriterium für die Wirkung der Manipulation oder die Validität der rezeptionsbegleitenden Verlaufsmessung heranzuziehen, ist also plausibel.

Gleichzeitig war über den Prozess, wie das postrezeptive Urteil über das erlebte Rezeptionserleben zustande kommt, bislang wenig bekannt. Wenn das postrezeptive Urteil durch nur wenige Momente der Rezeption determiniert wird und den Verlauf nur verzerrt repräsentiert, wird dies von manchen Autoren und Autorinnen als Einschränkung der Validität der postrezeptiven Skalen begriffen (siehe Kapitel 5.1.). Diese Einschränkung gilt zunächst für die Inhaltsvalidität und die Konstruktvalidität. Ob sie auch für die Kriteriumsvalidität gilt, ist nicht so leicht zu beantworten. Die Frage, ob ein Parameter des Verlaufs oder das postrezeptive Urteil der bessere Prädiktor für Folgen und Wirkungen der Medienrezeption sind, ist in Bezug auf Transportation beziehungsweise Narrative Engagement noch nicht geklärt. Bei einigen Konstrukten der Medienpsychologie wie zum Beispiel der Evaluation eines Filmes (Schneider, 2012) ist es plausibel, dass hier vor allem die Einschätzung nach der Rezeption des gesamten Filmes als Meta-Konstrukt der kontinuierlichen Einschätzung (vgl. Fahr & Früh, 2011) der beste Prädiktor für zukünftiges Verhalten ist (Empfehlungen an Freunde o.ä.). Ist jedoch der beste Prädiktor für verändertes Gesundheitsverhalten nach der

Rezeption eines narrativen Informationsfilms der postrezeptive Fragebogen oder ein Verlaufparameter? Eine mögliche Hypothese könnte sein, dass das Ausmaß der Transportation beziehungsweise des Narrative Engagements zu dem Zeitpunkt der Rezeption besonders gut vorhersagt, in dem einstellungsrelevante Inhalte gezeigt werden.

Die Validität der Skalen von Transportation und Narrative Engagement sollte also in der vorliegenden Arbeit im Großen und Ganzen nicht angezweifelt werden. Um dennoch keinen Zirkelschluss zu begehen, wurden die Frage der Validität der rezeptionsbegleitenden Messmethoden (Studien 5a, 5b und 5c) und die bezüglich des Prozesses der Bildung des postrezeptiven Urteils (Studie 7) empirisch getrennt und mit unterschiedlichen Stichproben behandelt. Eine signifikante Korrelation in der erwarteten Richtung zwischen dem Mittelwert des Verlaufsmaßes und dem postrezeptiven Urteil wurde in beiden Studien als Mindestkriterium vorausgesetzt.

#### *6.2.4. Vorschläge für die zukünftige Messung*

In dieser Arbeit sind keine Zweifel an der Validität der Skalen von Transportation und Narrative Engagement aufgekommen. Dennoch können die folgenden Vorschläge von Hartmann und Möhring (2008) in Anlehnung an Schwarz und Oyserman (2001) zur Verbesserung der Testgüte von postrezeptiven Skalen hilfreich sein:

1. Bei der Entwicklung von postrezeptiven Skalen sollten qualitative Pilotstudien durchgeführt werden.
2. Die Formulierung der Items sollte sich eindeutig auf die Dauer oder Häufigkeit des erfragten Aspekts beziehen.
3. Die Befragung sollte unmittelbar nach der Rezeption erfolgen.
4. Die Befragten sollten motiviert werden, sich bei der Beantwortung der Fragen anzustrengen.

5. Die Abfrage kann unterstützt werden, indem die Erinnerung an die Rezeption durch Cues gestützt wird.

Im Hinblick auf die rezeptionsbegleitende Messung hat sich RTR als sehr gut geeignet für die Erhebung des emotionalen Involvements beziehungsweise Emotional Engagements erwiesen. Ein weiterer Einsatzzweck von RTR könnte die Messung des Narrative Presence sein (siehe Kap. 4.1.5. und Kap. 4.2.2.). Die Erhebung der Lidschlagfrequenz als Aufmerksamkeitsmaß hat sich als aufwendig und wenig zielführend erwiesen. STRT hingegen zum wiederholten Male nicht linear mit dem Fragebogenmaß von Transportation und Narrative Engagement zusammen. Hier steht eine wiederholte Prüfung der non-linearen Beziehung noch aus.

Psychophysiologische Maße, die mit Aufmerksamkeit (z.B. EKG) und Emotionen (EDA und EMG) zusammenhängen (siehe Kap. 4.1.1.), haben sich in früheren Studien als geeignet für die rezeptionsbegleitende Erhebung des Rezeptionserlebens erwiesen (siehe Kap. 4.2.). Es muss jedoch darauf geachtet werden, dass bei der Kombination mit anderen Messmethoden wie RTR und STRT keine Artefakte die psychophysiologischen Daten verunreinigen (siehe Kap. 4.1.1.). FACS oder damit vergleichbare computergestützte Verfahren könnten ebenfalls zur Erhebung von Emotionen während der Rezeption eingesetzt werden. Der emotionale Ausdruck kann im Falle von Einzelerhebungen allerdings reduziert sein (z.B. Ramanathan & McGill, 2007).

Auf Grundlage der Ergebnisse dieser Arbeit und der vorangegangenen Forschung wird deshalb Folgendes für die zukünftige Forschung mit rezeptionsbegleitenden Messmethoden empfohlen:

1. Für die Messung der attentiv-kognitiven Facette des Rezeptionserlebens sollten nicht STRT oder die Erhebung der Lidschlagfrequenz sondern

psychophysiologische Maße (z.B. EKG) verwendet werden, bis die in dieser Arbeit aufgeworfenen Unklarheiten bezüglich der ersten beiden Methoden beseitigt sind (siehe Kap. 5.2.5.).

2. Für die Messung des emotionalen Involvements sollte RTR verwendet werden (siehe Kap. 4.1.5.). Falls RTR nicht zur Verfügung steht oder für die Messung der Immersion benötigt wird, können ersatzweise auch psychophysiologische Maße (v.a. EDA und EMG, siehe Kap. 4.2.3.) oder FACS und ähnliche Verfahren verwendet werden.
3. Für die Messung der Immersion sollte RTR verwendet werden (siehe Kap. 4.1.5.).

### 6.3. Ausblick

In dieser Arbeit wurde versucht, Fragen im Hinblick auf das Rezeptionserleben und seiner Erforschung zu beantworten. Viel mehr Fragen sind jedoch durch diese Arbeit aufgeworfen worden und bedürfen einer weiteren Auseinandersetzung. In diesem Kapitel werden diese geordnet nach den zentralen Fragestellungen der Arbeit dargestellt und Vorschläge zum weiteren Vorgehen gemacht.

In Kapitel 3. wird der Einsatz von Rezensionen zur Manipulation des Rezeptionserlebens als universell und einfach einsetzbares Verfahren empfohlen. Es konnte in drei Studien gezeigt werden, dass Transportation beziehungsweise Narrative Engagement durch negative Rezensionen wirksam vermindert wird. In der vorliegenden Arbeit stand der Aspekt der Narrative Persuasion nicht im Zentrum des Forschungsinteresses. Gleichwohl sind Manipulationen des Rezeptionserlebens vor allem für die Wirkungsforschung relevant.

In einem ersten Schritt muss gezeigt werden, dass die Manipulation durch Rezensionen Unterschiede in der Persuasionswirkung erklären kann. Im zweiten Schritt muss

belegt werden, dass die Veränderung im Persuasionsprozess allein auf Transportation beziehungsweise Narrative Engagement zurückzuführen sind und keine Alternativerklärungen bestehen. Eine mögliche Alternativerklärung für verminderte Persuasionseffekte wäre, dass die Versuchspersonen aufgrund der negativen Rezensionen einen Text als Schund oder Kitsch betrachten, was als peripherer Cue im Sinne des Elaboration Likelihood Models (siehe Kap. 2.1.) gesehen werden kann. Ein entscheidender Faktor ist dabei die Gestaltung der Rezension. Prüfen könnte man eine solche Alternativerklärung, indem man die Bewertung eines Textes als Schund oder Kitsch manipuliert oder erhebt und als zusätzliche erklärende Variable in das Modell aufnimmt.

Bei der Messung des Rezeptionserlebens im Verlauf war vor allem der Wert der STRT-Messung unklar. In Studie 5b (siehe Kap. 4.3.) wurde eine schwache lineare Beziehung des Maßes zu Narrative Presence gefunden. In Studie 7 wurde kein linearer Zusammenhang festgestellt, aber zum ersten Mal in der Literatur zum Rezeptionserleben ein quadratischer Zusammenhang berichtet. Unter Umständen ließe sich so erklären, weshalb sich bislang STRT in der Erforschung des Rezeptionserlebens als so unzuverlässiger Prädiktor für postrezeptive Maße erwiesen hat (siehe Kap. 4.2.). Durch Sekundäranalysen bestehender Datensätze könnte die Plausibilität dieser Überlegungen schnell geprüft werden.

Eine zentrale Frage in Bezug auf den Prozess des Zusammenfassens des Rezeptionserlebens in ein postrezeptives Urteil wurde in dieser Arbeit zwar angeschnitten, aber nicht geklärt: Besitzt das postrezeptive Urteil oder ein Parameter des Verlaufs die größere prognostische Validität (siehe Kap. 6.2.3.)? Hier wäre ein Studiendesign mit mehreren Follow-up-Messungen besonders reizvoll, da aus anderen Forschungsbereichen bereits bekannt ist, dass die Peak-End-Rule nur auf Urteile unmittelbar nach der entsprechenden Episode anwendbar ist (Geng, Chen, Lam & Zheng, 2013).

Abschließend soll angemerkt werden, dass die Forschung zum Rezeptionserleben in ihrer jungen Geschichte schon viele faszinierende Erkenntnisse generiert hat, die für die gesamte Rezeptions- und Wirkungsforschung von Bedeutung sind. Wie in kaum einem anderen Bereich der Medienpsychologie beziehungsweise der Kommunikationswissenschaft werden die psychischen Prozesse, die während der Rezeption von Medieninhalten ablaufen, so sehr in den Fokus des Forschungsinteresses gerückt. Die Forschung zum Rezeptionserleben hält einige Herausforderungen bereit: Sowohl die Arbeit mit realweltlichen Stimuli als auch die sich wandelnde Mediensozialisation der Rezipienten und Rezipientinnen machen es schwierig, allgemein und dauerhaft gültige Aussagen zum Rezeptionserleben zu treffen. Eine Perspektive, die einen Teil eines Ausweges aus diesem Dilemma darstellen könnte, wurde bislang in der Forschung nur zaghaft berücksichtigt: die konsequente Verknüpfung von psychischen Prozessen mit konkreten Eigenschaften der Geschichte und der Darstellung. Es ist zu hoffen, dass diese Arbeit Impulse für weitere Forschung zu Transportation und Narrative Engagement geben kann, die eine Brücke zwischen Medieninhalt und Erleben schlägt.

## LITERATURVERZEICHNIS

- Abbott, A. D. (2001). *Time matters. On theory and method*. Chicago: University of Chicago Press.
- Abbott, H. P. (2002). *The Cambridge introduction to narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Aho, K., Balmès, T., Guigon, J., & Winocour, P. (Produzenten), Balmès, T. (Regie). (2014). *Happiness* [Spielfilm]. Frankreich, Finnland.
- Antil, J. H. (1984). Conceptualization and operationalization of involvement. *Advances in consumer research*, 11, 203–209.
- Appel, M. (2006). *Deutschsprachige Transportation-Skala für die Filmrezeption*. Unpubliziertes Manuskript.
- Appel, M. (2008). Manche mögen's heiß. Ergebnisse der deutschsprachigen Version eines Instruments zur Erfassung des Emotionsmotivs. *Diagnostica*, 54 (1), 2–15.
- Appel, M. (2011). A story about a stupid person can make you act stupid (or smart): Behavioral assimilation (and contrast) as narrative impact. *Media Psychology*, 14 (2), 144–167.
- Appel, M., Gnambs, T., Richter, T. & Green, M. C. (im Druck). The transportation scale – short form (TS-SF). *Media Psychology*.
- Appel, M., Koch, E., Schreier, M. & Groeben, N. (2002). Aspekte des Leseerlebens: Skalenentwicklung. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 14 (4), 149–154.
- Appel, M. & Maleckar, B. (2012). The influence of paratext on narrative persuasion: Fact, fiction, or fake? *Human Communication Research*, 38 (4), 459–484.
- Appel, M. & Richter, T. (2007). Persuasive effects of fictional narratives increase over time. *Media Psychology*, 10 (1), 113–134.
- Appel, M. & Richter, T. (2010). Transportation and need for affect in narrative persuasion: A mediated moderation model. *Media Psychology*, 13 (2), 101–135.
- Argo, J., Zhu, R. & Dah, D. (2008). Fact or fiction: An investigation of empathy differences in response to emotional melodramatic entertainment. *Journal of Consumer Research*, 34 (5), 614–623.
- Ariely, D. (1998). Combining experiences over time: The effects of duration, intensity changes and on-line measurements on retrospective pain evaluations. *Journal of Behavioral Decision Making*, 11 (1), 19–45.
- Ariely, D. & Carmon, Z. (2000). Gestalt characteristics of experiences: The defining features of summarized events. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13 (2), 191–201.
- Ariely, D. & Zauberman, G. (2000). On the making of an experience: The effects of breaking and combining experiences on their overall evaluation. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13 (2), 219–232.
- Bacherle, P., Hardt, C., Marker, C., Matuschek, A., Maxheim, F. & Shariat, G. (2011). All's well that ends well? An experimental study on the function of movie ending types for enjoyment. In Ö. Odag, M. Schreier & Y. Thies-Brandner (Hrsg.), *Media Psychology –*

*Focus Theme: Cognitive and Emotional Involvement during Media Reception* (S. 82–83). Lengerich: Pabst Science.

- Bacherle, P., Schneider, F. M. & Krause, S. (Oktober, 2012). *Continuous Response Measurement from a bird's eye view. Integrating evidence for validity across 15 studies*. Poster auf der European Communication Conference der European Communication Research and Education Association (ECREA), Istanbul.
- Bailey, R. L., Rubenking, B. E. & Lang, A. (2011). An overtime comparison of motivated cognitive states: Flow, presence, and transportation. *Psychophysiology*, 48 (supplement s1), 103.
- Balakrishnan, B. & Sundar, S. S. (2011). Where am I? How can I get there? Impact of navigability and narrative transportation on spatial presence. *Human-Computer Interaction*, 26 (3), 161–205.
- Banerjee, S. C. & Greene, K. (2012). Role of transportation in the persuasion process: Cognitive and affective responses to antidrug narratives. *Journal of Health Communication*, 17 (5), 564–581.
- Bartlett, F. (1932). *Remembering: An experimental and social study*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bartsch, A. & Schneider, F. M. (2014). Entertainment and politics revisited: How non-escapist forms of entertainment can stimulate political interest and information seeking. *Journal of Communication*, 64 (3), 369–396.
- Basil, M. D. (1994). Secondary reaction-time measures. In A. Lang (Hrsg.), *Measuring psychological responses to media messages* (S. 85–98). Hillsdale: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Baumgartner, H., Sujan, M. & Padgett, D. (1997). Patterns of affective reactions to advertisements: The integration of moment-to-moment responses into overall judgements. *Journal of Marketing Research*, 34 (2), 219–232.
- Baur, N. (2005). *Verlaufsmusteranalyse. Methodologische Konsequenzen der Zeitlichkeit sozialen Handelns*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Beaman, A. L., Klentz, B., Diener, E. & Svanum, S. (1979). Self-awareness and transgression in children: Two field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (10), 1835–1846.
- Bente, G. (2004). Erfassung und Analyse des Blickverhaltens. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Hrsg.), *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Bilandzic, H. (2014). Immersion. In C. Wünsch, H. Schramm, V. Gehrau & H. Bilandzic (Hrsg.), *Handbuch Medienrezeption* (S. 273–290). Baden-Baden: Nomos.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (Mai, 2008). *Attention and narrative engagement: divergences in secondary task reaction times and self-reports of narrative engagement*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), Montreal.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. *Journal of Communication*, 58 (3), 508–529.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2011). Enjoyment of films as a function of narrative experience, perceived realism and transportability. *Communications*, 36 (1), 29–50.

- Biocca, F., David, P. & West, M. (1994). Continuous response measurement (CRM): A computerized tool for research on the cognitive processing of communication messages. In A. Lang (Hrsg.), *Measuring psychological responses to media messages* (S. 15–64). Hillsdale: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Blandford, S., Grant, B. K. & Hillier, J. (2001). *The film studies dictionary*. London: Arnold.
- Bless, H., Wänke, M., Bohner, G., Fellhauer, R. F. & Schwarz, N. (1994). Need for cognition: Eine Skala zur Erfassung von Engagement und Freude bei Denkaufgaben. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 25 (2), 147–154.
- Bloom, H. (1994). *The Western canon: The books and school of the ages*. New York: Riverhead Books.
- Böcking, S., Wirth, W., Hartmann, T., Klimmt, C., Schramm, H. & Vorderer, P. (2008). Zur Messung von räumlichem Präsenzerleben: Ein Vergleich von vier alternativen Messmethoden. In J. Matthes (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft* (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 3, S. 355–379). Köln: Herbert von Halem.
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2014). *Buch und Buchhandel in Zahlen 2014*. Frankfurt am Main: MVB.
- Bortz, J. & Döring, N. (2009). *Forschungsmethoden und Evaluation* (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.
- Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler* (7. Aufl.). Berlin: Springer.
- Boyan, A. (Juni, 2006). *Narrative impact: Transportation and telepresence differences in viewers of restructured televised narratives*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), Dresden.
- Boyd, T. C. & Hughes, G. D. (1992). Validating real time response measures. *Advances in consumer research*, 19, 649–656.
- Bracken, C. C., Pettey, G. & Wu, M. (2014). Revisiting the use of secondary task reaction time measures in telepresence research. Exploring the role of immersion and attention. *AI & Society*, 29 (4), 533–538.
- Bradley, M. M. & Lang, P. J. (2000). Measuring emotion: Behavior, feeling, and physiology. In R. D. Lane (Hrsg.), *Cognitive neuroscience of emotion* (S. 242–276). New York: Oxford University Press.
- Brechman, J. M. (2010). *Narrative "flow": A model of narrative processing and its impact on information processing, knowledge acquisition and persuasion*. Unveröffentlichte Dissertation, University of Pennsylvania. Philadelphia.
- Brill, M., Carolus, A. & Schwab, F. (2011). Eye on presence? Blinking and the presence in playing computer games. In Ö. Odag, M. Schreier & Y. Thies-Brandner (Hrsg.), *Media Psychology – Focus Theme: Cognitive and Emotional Involvement during Media Reception* (S. 32). Lengerich: Pabst Science.
- Broekens, J. & Brinkmann, W.-P. (2013). AffectButton: A method for reliable and valid affective self-report. *International Journal of Human-Computer Studies*, 71 (6), 641–667.

- Brookes, S. (2010). *Playing the story: Transportation as a moderator of involvement in narratively-based video games*. Unveröffentlichte Dissertation, Ohio State University. Columbus.
- Bruner, J. & Postman, L. (1949). On the perception of incongruity: A paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18 (2), 206–223.
- Bunce, S. C., Larsen, R. J. & Cruz, M. (1993). Individual differences in the excitation transfer effect. *Personality and Individual Differences*, 15 (5), 507–514.
- Buss, A. H. (1980). *Self-consciousness and social anxiety*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Busselle, R. & Bilandzic, H. (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18 (2), 255–280.
- Busselle, R. & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. *Media Psychology*, 12 (4), 321–347.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. & Kao, C. F. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, 48 (3), 306–307.
- Caputo, N. & Rouner, D. (2011). Narrative processing of entertainment media and mental illness stigma. *Health Communication*, 26 (7), 595–604.
- Carmon, Z. & Kahneman, D. (1995). *The experienced utility of queuing: Real-time affect and retrospective evaluations of simulated queues*. Berkeley: University of California.
- Carver, C. (2012). Self-awareness. In M. Leary & J. P. Tangney (Hrsg.), *Handbook of self and identity* (2. Aufl., S. 50–68). New York: Guilford Press.
- Castell, C. (Produzent), Grote, U. (Regie). (2004). *Der Ausreißer* [Spielfilm]. Deutschland.
- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39 (5), 752–766.
- Cho, H. & Boster, F. J. (2005). Development and validation of value-, outcome-, and impression-relevant involvement scales. *Communication Research*, 32 (2), 235–264.
- Cho, H., Lijiang, S. & Wilson, K. (2014). Perceived realism: Dimensions and roles in narrative persuasion. *Communication Research*, 41 (6), 828–851.
- Cody, D. (Drehbuch), Gillespie, C. (Regie). (2009). Pilot [TV-Serien-Episode]. In D. Kaplow (Produzent), *Taras Welten*. USA: DreamWorks Television.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4 (3), 245–264.
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characters. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of entertainment*. Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Cohen, J. & Cohen, P. (1983). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (2. Aufl.). Hillsdale: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Csikszentmihalyi, M. (1982). Toward a psychology of optimal experience. In L. Wheeler (Hrsg.), *Review of personality and social psychology* (S. 13–36). Beverly Hills: SAGE.

- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. & Csikszentmihalyi, I. S. (1988). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. New York: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (5), 815–822.
- Dal Cin, S., Zanna, M. P. & Fong, G. T. (2004). Narrative persuasion and overcoming resistance. In E. S. Knowles & J. A. Linn (Hrsg.), *Resistance and Persuasion* (S. 175–191). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Damasio, A. R. (1999). *The feeling of what happens: Body and emotion in the making of consciousness*. New York: Harcourt Brace.
- Darley, J. M. & Fazio, R. H. (1980). Expectancy confirmation processes arising in the social interaction sequence. *American Psychologist*, 35 (10), 867–881.
- de Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J. & Beentjes, H. (2009). The role of dimensions of narrative engagement in narrative persuasion. *Communications*, 34 (4), 385–405.
- de Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J. & Beentjes, J. W. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39 (6), 802–823.
- de Graaf, A. & Hustinx, L. (Mai, 2011). *The effect of reader-character similarity on identification and narrative persuasion*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), Boston.
- Diener, E., Wirtz, D. & Oishi, S. (2001). End effects of rated quality of life: The James Dean effect. *Psychological Science*, 12 (2), 124–128.
- Do, A. M., Rupert, A. V. & Wolford, G. (2008). Evaluations of pleasurable experiences: the peak-end rule. *Psychonomic Bulletin and Review*, 15 (1), 96–98.
- Donnerstag, J. (1996). *Der engagierte Mediennutzer. Das Involvement-Konzept in der Massenkommunikationsforschung*. München: Reinhard Fischer.
- Dorn, M. (2000). Film. In W. Faulstich (Hrsg.), *Grundwissen Medien* (4. Aufl., S. 201–220). Paderborn: Fink.
- Drew, G. C. (1951). Variations in reflex blink-rate during visual-motor tasks. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 3, 73–88.
- Duchan, J., Bruder, G. & Hewitt, L. (Hrsg.). (1995). *Deixis in narrative. A cognitive science perspective*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Dunlop, S. M., Wakefield, M. & Kashima, Y. (2010). Pathways to persuasion: Cognitive and experiential responses to health-promoting mass media messages. *Communication Research*, 37 (1), 133–164.
- Duval, S., Duval, V. H. & Neely, R. (1979). Self-focus, felt responsibility, and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (10), 1769–1778.
- Duval, S. & Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self awareness*. New York: Academic Press.
- Duval, S. & Wicklund, R. A. (1973). Effects of objective self-awareness on attribution of causality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9 (1), 17–31.

- Duval, T. S., Duval, V. H. & Mulilis, J.-P. (1992). Effects of self-focus, discrepancy between self and standard, and outcome expectancy favorability on the tendency to match self to standard or to withdraw. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62 (2), 340–348.
- Eid, M., Gollwitzer, M. & Schmitt, M. (2010). *Statistik und Forschungsmethoden*. Weinheim: Beltz.
- Escalas, E. J. (2007). Self-referencing and persuasion: Narrative transportation versus analytical elaboration. *Journal of Consumer Research*, 33 (4), 421–429.
- Escalas, J. E. (2004). Imagine yourself in the product. Mental simulation, narrative transportation, and persuasion. *Journal of Advertising*, 33 (2), 37–49.
- Fahr, A. (2006). "Fernsehen fühlen". Ein Ansatz zur Messung von Rezeptionsempfindungen. In W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung* (S. 204–226). Köln: Herbert von Halem.
- Fahr, A. & Früh, H. (2011). Prozessbetrachtungen in der Kommunikationswissenschaft. In M. Suckfüll, H. Schramm & C. Wunsch (Hrsg.), *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive* (S. 19–36). Baden-Baden: Nomos.
- Federoff, N. A. & Harvey, J. H. (1976). Focus of attention, self-esteem, and the attribution of causality. *Journal of Research in Personality*, 10 (3), 336–345.
- Felser, G. (2007). *Werbe- und Konsumentenpsychologie* (3. Aufl.). Berlin: Spektrum.
- Fenigstein, A., Scheier, M. F. & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43 (4), 522–527.
- Fey, T. (Drehbuch), Bernstein, A. (Regie). (2006). Pilot [TV-Serien-Episode]. In A. Baldwin, J. Kupfer & D. Scardino (Produzenten), *30 Rock*. USA: NBC Universal Television.
- Fisseni, H.-J. (1998). *Persönlichkeitspsychologie. Ein Theorieüberblick* (4. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E. & Eastman, J. K. (1996). Opinion leaders and opinion seekers: Two new measurement scales. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (2), 137–147.
- Fogarty, C. & Stern, J. A. (1989). Eye movements and blinks: Their relationship to higher cognitive processes. *International Journal of Psychophysiology*, 8 (1), 35–42.
- Fredrickson, B. L. (2000). Extracting meaning from past affective experiences: The importance of peaks, ends, and specific emotions. *Cognition and Emotion*, 14 (4), 577–606.
- Fredrickson, B. L. & Kahneman, D. (1993). Duration neglect in retrospective evaluations of affective episodes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (1), 45–55.
- Freeman, J., Avons, S. E., Davidoff, J. & Pearson, D. E. (1997). Effects of stereo and motion manipulations on measured presence in stereoscopic displays. *Perception*, 26 (supplement), 42.
- Freytag, G. (1863). *Technik des Dramas*. Leipzig: Hirzel.
- Früh, W. (2003). Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie. In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 27–56). Köln: Herbert von Halem.

- Früh, W. & Schönbach, K. (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungsforschung. *Publizistik*, 27 (1), 74–89.
- Fryer, L., Pring, L. & Freeman, J. (2013). Audio drama and the imagination. The influence of sound effects on presence in people with and without sight. *Journal of Media Psychology*, 25 (2), 65–71.
- Fukuda, K. (1994). Analysis of eyeblink activity during discriminative tasks. *Perceptual and Motor Skills*, 79 (3, Teil 2), 1599–1608.
- Galley, N. (2001). Physiologische Grundlagen, Meßmethoden und Indikatorfunktionen der okulomotorischen Aktivität. In F. Rösler (Hrsg.), *Grundlagen und Methoden der Psychophysiologie* (S. 236–316). Göttingen: Hogrefe.
- Garsoffky, B., Glaser, M. & Schwan, S. (2012). Aufmerksamkeit und Filmerleben. Was uns physiologische Maße über das Empfinden von Transportation beim Filmsehen sagen können. *Rabbit Eye – Zeitschrift für Filmforschung*, 4, 102–117.
- Gehrau, V. (2002). *Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. Methodische Ansätze und Beispielstudien*. Konstanz: UVK.
- Geng, X., Chen, Z., Lam, W. & Zheng, Q. (2013). Hedonic evaluation over short and long retention intervals. The mechanism of the peak–end rule. *Journal of Behavioral Decision Making*, 26 (3), 225–236.
- Georgi, R. & Beckmann, D. (2004). *SKI. Selbstkonzept-Inventar*. Bern: Huber.
- Gerhards, M., Klingler, W. & Blödmann, S. (2013). Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen. *Media Perspektiven* (4), 202–220.
- Gerrig, R. J. (1993). *Experiencing narrative worlds. On the psychological activities of reading*. New Haven: Yale University Press.
- Gerrig, R. J. & Prentice, D. A. (1991). The representation of fictional information. *Psychological Science*, 2 (5), 336–340.
- Gibbons, F. (1978). Sexual standards and reactions to pornography: Enhancing behavioral consistency through self-focused attention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36 (9), 976–987.
- Gleich, U. (1997). *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm: Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Konzept des aktiven Rezipienten*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Goldman, S. R. & Kantor, R. J. (1993). The limits of poetic license: when shouldn't an ending be happy? *Poetics*, 22 (1–2), 135–150.
- Goldsmith, R. E. & Emmert, J. (1991). Measuring product category involvement: A multitrait-multimethod study. *Journal of Business Research*, 23 (4), 363–371.
- Gottman, J. M. & Levenson, R. W. (1985). A valid procedure for obtaining self-report of affect in marital interaction. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 53 (2), 151–160.
- Green, M. C. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38 (2), 247–266.
- Green, M. C. (2008). Transportation theory. In W. Donsbach (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Communication*. Malden: Blackwell.

- Green, M. C. & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (5), 701–721.
- Green, M. C. & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion. In M. C. Green, J. J. Strange & T. C. Brock (Hrsg.), *Narrative impact. Social and cognitive foundations* (S. 315–342). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Green, M. C. & Brock, T. C. (2005). Persuasiveness of narratives. In T. C. Brock & M. C. Green (Hrsg.), *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (S. 117–142). Thousand Oaks: SAGE.
- Green, M. C., Brock, T. C. & Kaufman, G. F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication Theory*, 14 (4), 311–327.
- Green, M. C. & Donahue, J. K. (2009). Simulated worlds: Transportation into narratives. In K. D. Markman, W. M. Klein & J. A. Suhr (Hrsg.), *Handbook of imagination and mental simulation* (S. 241–256). New York: Psychology Press.
- Green, M. C., Garst, J. & Brock, T. C. (2004). The power of fiction: Persuasion via imagination and narrative. In L. J. Shrum (Hrsg.), *The psychology of entertainment media: Blurring the lines between entertainment and persuasion* (S. 161–176). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Green, M. C., Kass, S., Carrey, J., Herzig, B., Feeney, R. & Sabini, J. (2008). Transportation across media: Repeated exposure to print and film. *Media Psychology*, 11 (4), 512–539.
- Groeben, N. & Vorderer, P. (1988). *Leserpsychologie: Lesermotivation – Lektürewirkung*. Münster: Aschendorff.
- Häcker, H. & Stapf, K. H. (Hrsg.). (1998). *Dorsch Psychologisches Wörterbuch* (13. Aufl.). Bern: Huber.
- Hahn, W. W. (1973). Attention and heart rate: A critical appraisal of the hypothesis of Lacey and Lacey. *Psychological Bulletin*, 79 (1), 59–70.
- Hall, A. E. & Bracken, C. C. (2011). "I really liked that movie": Testing the relationship between trait empathy, transportation, perceived realism, and movie enjoyment. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 23 (2), 90–99.
- Hardy, M. A. (1993). *Regression with dummy variables*. Thousand Oaks: SAGE.
- Hartmann, T. & Möhring, W. (2008). Zur Validität postrezeptiver Befragungen. In J. Matthes (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft* (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 3, S. 271–295). Köln: Herbert von Halem.
- Hastie, R. & Park, B. (1986). The relationship between memory and judgement depends on whether the judgement task is memory-based or on-line. *Psychological Review*, 93 (3), 258–268.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. A regression-based approach*. New York: The Guilford Press.
- Herek, G. M. & Capitano, J. P. (1996). "Some of my best friends". Intergroup contact, concealable stigma, and heterosexuals' attitudes toward gay men and lesbians. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22 (4), 412–424.

- Herrmann, T. (1982). Über begriffliche Schwächen kognitivistischer Kognitionstheorien: Begriffsinflation und Akteur-System-Kontamination. *Sprache & Kognition*, 1 (1), 3–14.
- Herzog, H. (1940). Professor quiz. A gratification study. In P. F. Lazarsfeld & F. Stanton (Hrsg.), *Radio and the printed page. An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas* (S. 64–93). New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Herzog, H. (1941). On borrowed experience. An analysis of listening to daytime sketches. *Studies of Philosophy and Social Science*, 9, 65–95.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listening? In P. F. Lazarsfeld & F. N. Stanton (Hrsg.), *Radio Research* (S. 3–33). New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Hofmann, W., Gschwendner, T., Nosek, B. A. & Schmitt, M. (2005). What moderates implicit-explicit consistency? *European Review of Social Psychology*, 16 (1), 335–390.
- Horton, D. & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19 (3), 215–229.
- Hsee, C. K. & Abelson, R. P. (1991). Velocity relation: Satisfaction as a function of the first derivative of outcome over time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (3), 341–347.
- Hsee, C. K., Salovey, P. & Abelson, R. P. (1994). The quasi-acceleration relation: Satisfaction as a function of the change of velocity of outcome over time. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30 (1), 96–111.
- Hutcherson, C. A., Goldin, P. R., Ochsner, K. N., Gabriel, J. D., Feldman Barrett, L. & Gross, J. J. (2005). Attention and emotion: Does rating emotion alter neural responses to amusing and sad films? *NeuroImage*, 27 (3), 656–668.
- Ickes, W. J., Wicklund, R. A. & Ferris, C. B. (1973). Objective self awareness and self esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9 (3), 202–219.
- IJsselsteijn, W. A., Freeman, J., Avons, S. E., Davidoff, J., Ridder, H. de & Hamberg, R. (1997). Continuous assessment of presence in stereoscopic displays. *Perception*, 26 (supplement), 42–43.
- IJsselsteijn, W. A., Ridder, H., Freeman, J. & Avons, S. E. (2000). Presence: Concept, determinants and measurement. *Proceedings of the SPIE*, 3959, 520–529.
- IJsselsteijn, W., Ridder, H. de, Hamberg, R., Bouwhuis, D. & Freeman, J. (1998). Perceived depth and the feeling of presence in 3DTV. *Displays*, 18 (4), 207–214.
- IMDb.com (kein Datum). Zugriff am 26.01.2015. Verfügbar unter <http://www.IMDb.com>
- Ivory, J. D. (2005). *New and improved: The effects of technological advancement and violent content in videogames on player arousal, presence, attitudes, perceptions of interactivity, and aggression*. Unveröffentlichte Dissertation, University of Wyoming. Laramie.
- Ivory, J. D. & Kalyanaraman, S. (2007). The effects of technological advancement and violent content in video games on players' feelings of presence, involvement, physiological arousal, and aggression. *Journal of Communication*, 57 (3), 532–555.
- Jarvis, W. G. & Petty, R. E. (1996). The need to evaluate. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (1), 172–193.

- Jin, S.-A. A. (2011). "I feel present. Therefore, I experience flow". A structural equation modeling approach to flow and presence in video games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55 (1), 114–136.
- Jin, S.-A. A. (2012). Toward integrative models of flow. Effects of performance, skill, challenge, playfulness, and presence on flow in video games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56 (2), 169–186.
- Just, M. A. & Carpenter, P. A. (1980). A theory of reading: From eye fixations to comprehension. *Psychological Review*, 87 (4), 329–354.
- Kahneman, D., Fredrickson, B. L., Schreiber, C. A. & Redelmeier, D. A. (1993). When more pain is preferred to less: Adding a better end. *Psychological Science*, 4 (6), 401–405.
- Kaiser, H. F. & Rice, J. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34 (1), 111–117.
- Kemp, S., Burt, C. D. B. & Furneaux, L. (2008). A test of the peak-end rule with extended autobiographical events. *Memory & Cognition: A Journal of the Psychonomic Society*, 36 (1), 132–139.
- King, C. M. & Hourani, N. (2007). Don't tease me: Effects of ending type on horror film enjoyment. *Media Psychology*, 9 (3), 473–492.
- Klaaren, K., Hodges, S. & Wilson, T. (1994). The role of affective expectations in subjective experience and decision-making. *Social Cognition*, 12 (2), 77–101.
- Klemmert, H. (2004). *Äquivalenz- und Effekttests in der psychologischen Forschung*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Klimmt, C., Hartmann, T., Gysbers, A. & Vorderer, P. (2005). The value of reaction-time measures in presence research: Empirical findings and future perspectives. In M. Slater (Hrsg.), *Presence 2005. The 8th international workshop on presence. Annual conference proceedings* (S. 293–298). London: University College London, Department of Computer Science.
- Klimmt, C. & Vorderer, P. (2003). Media psychology "is not yet there": Introducing theories on media entertainment to the presence debate. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 12 (4), 346–359.
- Knobloch-Westerwick, S., David, P., Eastin, M. S., Tamborini, R. & Greenwood, D. (2009). Sports spectators' suspense: Affect and uncertainty in Sports Entertainment. *Journal of Communication*, 59 (4), 750–767.
- Koopman, E. M., Hilscher, M. & Cupchik, G. C. (2012). Reader responses to literary depictions of rape. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6 (1), 66–73.
- Krosnick, J. A. & Alwin, D. F. (1987). An evaluation of a cognitive theory of response-order effects in survey measurement. *Public Opinion Quarterly*, 51 (2), 201–219.
- Krüger, U. M. (2014). Profile deutscher Fernsehprogramme. Tendenzen der Angebotsentwicklung. *Media Perspektiven* (4), 219–241.
- Kruglanski, A. W. & Webster, D. M. (1996). Motivated closing of the mind: "Seizing" and "freezing". *Psychological Review*, 103 (2), 263–283.
- Krugman, H. E. (1965a). A comparison of physical and verbal responses to television commercials. *Public Opinion Quarterly*, 29 (2), 323–325.

- Krugman, H. E. (1965b). The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29 (3), 349–356.
- Krugman, H. E. (1966a). Answering some unanswered questions in measuring advertising effectiveness. *Proceedings of the Advertising Research Foundation*, 12, 18–23.
- Krugman, H. E. (1966b). The measurement of advertising involvement. *Public Opinion Quarterly*, 30 (4), 583–596.
- Krugman, H. E. (1971). Brain wave measures of media involvement. *Journal of Advertising Research*, 11 (1), 3–9.
- Kuhlmann, C. & Hoppe, I. (2012). *Ideal-Selbst, Real-Selbst und Mediennutzung*. Ilmenau: Technische Universität Ilmenau. Zugriff am 26.01.2015. Verfügbar unter <http://www.db-thueringen.de/servlets/DocumentServlet?id=20447>
- Lacey, J. I., Kagan, J., Lacey, B. C. & Moss, H. A. (1963). The visceral level: Situational determinant and behavioral correlates of autonomic response patterns. In P. H. Knapp (Hrsg.), *Expressions of the emotions in man*. Oxford: International Universities Press.
- Lang, A. (2000). The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing. *Journal of Communication*, 50 (1), 46–70.
- Lang, A. (2006). Using the Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing to Design Effective Cancer Communication Messages. *Journal of Communication*, 56 (1), 57–80.
- Lang, A. (2009). The limited capacity model of motivated mediated message processing. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Hrsg.), *The SAGE handbook of media processes and effects* (S. 193–204). Thousand Oaks: SAGE.
- Lang, A. & Basil, M. D. (1998). Attention, resource allocation, and communication research: What do secondary task reaction times measure, anyway? *Communication Yearbook*, 21, 443–473.
- Lang, A., Bradley, S. D., Chung, Y. & Lee, S. (2003). Where the mind meets the message: Reflections on ten years of measuring psychological responses to media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47 (4), 650–655.
- Lang, A., Bradley, S. D., Park, B., Shin, M. & Chung, Y. (2006). Parsing the resource pie: Using STRTs to measure attention to mediated messages. *Media Psychology*, 8 (4), 369–394.
- Lang, A., Dhillon, K. & Dong, Q. (1995). The effects of emotional arousal and valence on television viewers' cognitive capacity and memory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39 (3), 313–327.
- Lang, A., Park, B., Sanders-Jackson, A. N., Wilson, B. D. & Wang, Z. (2007). Cognition and emotion in TV message processing: How valence, arousing content, structural complexity, and information density affect the availability of cognitive resources. *Media Psychology*, 10 (3), 317–338.
- Lang, A., Sias, P. M., Chantrill, P. & Burek, J. A. (1995). Tell me a story: Narrative elaboration and memory for television. *Communication Reports*, 8 (2), 102–109.
- Lang, P. J. (1979). A bio-informational theory of emotional imagery. *Psychophysiology*, 16 (6), 495–512.

- Larsen, J. T., Berntson, G. G., Poehlmann, K. M., Ito, T. A. & Cacioppo, J. T. (2008). The psychophysiology of emotion. In M. Lewis (Hrsg.), *Handbook of emotions* (3. Ausgabe, S. 180–195). New York: Guilford Press.
- Larsen, R. J. & Prizmic-Larsen, Z. (2006). Measuring emotions: Implications of a multimethod perspective. In M. Eid & E. Diener (Hrsg.), *Handbook of multimethod measurement in psychology* (S. 337–351). Washington: American Psychological Association.
- Larsen, S. F. & Seilman, U. (1988). Personal reminders while reading literature. *Text & Talk*, 8 (4), 411–430.
- Lee, K. M. (2004). Presence, explicated. *Communication Theory*, 14 (1), 27–50.
- Lee, L., Frederick, S. & Ariely, D. (2006). Try it, you'll like it. The influence of expectation, consumption, and revelation on preferences for beer. *Psychological Science*, 17 (12), 1054–1058.
- Lessiter, J., Freeman, J., Keogh, E. & Davidoff, J. (2001). A cross-media presence questionnaire: The ITC-sense of presence inventory. *Presence*, 10 (3), 282–297.
- Levy, M. R. (1982). The Lazarsfeld-Stanton program analyzer: A historical note. *Journal of Communication*, 32 (4), 30–38.
- Levy, M. R. & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, 11 (1), 51–78.
- Lichtenauer, K. (Produzent), Baxmeyer, F. (Regie). (2002). *Die rote Jacke* [Spielfilm]. Deutschland: Hamburger Filmwerkstatt.
- Livingston, S. (2003). *Mechanisms of attitude change in narrative versus rhetorical persuasion*. Unveröffentlichte Masterarbeit, Ohio State University. Columbus.
- Lombard, M. & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (2).
- Lombard, M., Reich, R. D., Grabe, M. E., Bracken, C. & Ditton, T. (2000). Presence and television. The role of screen size. *Human Communication Research*, 26 (1), 75–98.
- MacGuigan, F. J. & Diehl, J. M. (1995). *Einführung in die experimentelle Psychologie* (4. Aufl.). Eschborn bei Frankfurt a.M: Klotz.
- MacLeod, C. (1993). Cognition in clinical psychology: Measures, methods or models? *Behaviour Change*, 10 (3), 169–195.
- Maier, J., Maurer, M., Reinemann, C. & Faas, T. (2007). Reliability and validity of real-time response measurement: A comparison of two studies of a televised debate in Germany. *International Journal of Public Opinion Research*, 19 (1), 53–73.
- Maier, M. & Strömbäck, J. (2009). Advantages and limitations of comparing audience responses to televised debates. A comparative study of Germany and Sweden. In J. Maier, M. Maier, M. Maurer, C. Reinemann & V. Meyer (Hrsg.), *Real-time response measurement in the social sciences. Methodological perspectives and applications* (S. 97–116). Frankfurt am Main: Lang.
- Maio, G. R. & Esses, V. M. (2001). The need for affect: Individual differences in the motivation to approach or avoid emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (4), 583–615.

- Marleau, L. (1982). Les sous-titres. Un mal nécessaire [Untertitel. Ein notwendiges Übel]. *Meta*, 27 (3), 271–285.
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2009). RTR measurement in the social sciences: Applications, benefits, and some open questions. In J. Maier, M. Maier, M. Maurer, C. Reinemann & V. Meyer (Hrsg.), *Real-time response measurement in the social sciences. Methodological perspectives and applications* (S. 1–14). Frankfurt am Main: Lang.
- Mazzocco, P. J. & Brock, T. C. (2006). Understanding the role of mental imagery in persuasion: A cognitive resources model analysis. In L. R. Kahle & C.-h. Kim (Hrsg.), *Creating images and the psychology of marketing communication* (S. 65–78). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Mazzocco, P. J., Green, M. C., Sasota, J. A. & Jones, N. W. (2010). This story is not for everyone: Transportability and narrative persuasion. *Social Psychological and Personality Science*, 1 (4), 361–368.
- McClure, S., Li, J., Tomlin, D., Cypert, K., Montague, L. & Montague, P. (2004). Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks. *Neuron*, 44 (2), 379–387.
- McKinley, C. (2010). *Examining dimensions of character involvement as contributing factors in television viewers' binge drinking perceptions*. Unveröffentlichte Dissertation, University of Arizona. Tucson, AZ.
- Merton, R. K., Fiske, M. & Kendall, P. L. (1990). *The focused interview. A manual of problems and procedures*. New York: The free press.
- Millard, W. J. (1992). A history of handsets for direct measurement of audience response. *International Journal of Public Opinion Research*, 4 (1), 1–17.
- Minsky, M. (1980). Telepresence. *OMNI magazine*, 45–51.
- Moosbrugger, H. (2012). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion* (2. Aufl.). Berlin: Springer.
- Morgan, C. D. & Murray, H. A. (1935). A method for investigating fantasies: The thematic apperception test. *Archives of Neurology & Psychiatry*, 34, 289–306.
- Moskalenko, S. & Heine, S. J. (2003). Watching your troubles away: Television viewing as a stimulus for subjective self-awareness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29 (1), 76–85.
- Moyer-Guse, E. & Nabi, R. L. (2010). Explaining the effects of narrative in an entertainment television program: Overcoming resistance to persuasion. *Human Communication Research*, 36 (1), 26–52.
- Munson, J. M. & McQuarrie, E. F. (1987). The factorial and predictive validities of a revised measure of Zaichkowsky's personal involvement inventory. *Educational and Psychological Measurement*, 47 (3), 773–782.
- Murdock, J. & Bennet, B. (1962). The serial position effect of free recall. *Journal of Experimental Psychology*, 64 (5), 482–488.
- Murphy, K. R., Myers, B. & Wolach, A. H. (2014). *Statistical power analysis. A simple and general model for traditional and modern hypothesis tests* (4. Aufl.). New York: Taylor & Francis.
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the holodeck. The future of narrative in cyberspace*. New York: Free Press.

- Nabi, R. L. & Green, M. C. (im Druck). The role of a narrative's emotional flow in promoting persuasive outcomes. *Media Psychology*.
- Nakano, T., Yamamoto, Y., Kitajo, K., Takahashi, T. & Kitazawa, S. (2009). Synchronization of spontaneous eyeblinks while viewing video stories. *Proceedings of the Royal Society B*, 276 (1673), 3635–3644.
- Nell, V. (1988). *Lost in a book. The psychology of reading for pleasure*. New Haven: Yale University Press.
- Neyman, J. & Pearson, E. (1928). On the use and interpretation of certain test criteria for purposes of statistical inference. *Biometrika*, 20A (1/2), 175–294.
- Neyman, J. & Pearson, E. S. (1933). On the testing of statistical hypotheses in relation to probability a priori. *Proceedings of the Cambridge Philosophical Society*, 29 (4), 492–510.
- Neyman, J. & Pearson, E. S. (1936a). Sufficient statistics and uniformly most powerful tests of statistical hypotheses. *Statistical Research Memoirs*, 1, 133–137.
- Neyman, J. & Pearson, E. S. (1936b). Contributions to the theory of testing statistical hypotheses. I. Unbiased critical regions of Type A and Type A1. *Statistical Research Memoirs*, 1, 1–37.
- Nickerson, R. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2 (2), 175–220.
- Ohler, P. (1994). *Kognitive Filmpsychologie. Verarbeitung und mentale Repräsentation narrativer Filme*. Münster: MAkS.
- Oliver, M. B. (2009). Entertainment. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Hrsg.), *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects* (S. 161–175). Thousand Oaks: SAGE.
- Oliver, M. B. & Bartsch, A. (2010). Appreciation as audience response: Exploring entertainment gratifications beyond hedonism. *Human Communication Research*, 36 (1), 53–81.
- Oliver, M. B. & Bartsch, A. (2011). Appreciation of entertainment: The importance of meaningfulness via virtue and wisdom. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 23 (1), 29–33.
- Park, C. W. & McClung, G. W. (1986). The effect of TV program involvement on involvement with commercials. *Advances in consumer research*, 13, 544–548.
- Pearlin, L. (1959). Social and personal stress and escape television viewing. *Public Opinion Quarterly*, 23 (2), 255–259.
- Perse, E. M. (1990a). Audience selectivity and involvement in the newer media environment. *Communication Research*, 17 (5), 675–697.
- Perse, E. M. (1990b). Involvement with local television news: Cognitive and emotional dimensions. *Human Communication Research*, 16 (4), 556–581.
- Perse, E. M. (1990c). Media involvement and local news effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (1), 17–36.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46 (1), 69–81.

- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Hrsg.), *Advances in experimental social psychology* (Bd. 19, S. 123–205). San Diego: Academic Press.
- Petty, R. E. & Wegener, D. T. (1999). The elaboration likelihood model: Current status and controversies. In S. Chaiken (Hrsg.), *Dual-process theories in social psychology*. New York: Guilford Press.
- Petty, R. E., Wells, G. L. & Brock, T. C. (1976). Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34 (5), 874–884.
- Phillips, A. G. & Silvia, P. J. (2005). Self-awareness and the emotional consequences of self-discrepancies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31 (5), 703–713.
- Plassmann, H., O’Dohery, J., Shiv, B. & Rangel, A. (2008). Marketing actions can modulate neural representations of experienced pleasantness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 105 (3), 1050–1054.
- Polichak, J. W. & Gerrig, R. J. (2002). „Get up and win!“ Participatory responses to narrative. In M. C. Green, J. J. Strange & T. C. Brock (Hrsg.), *Narrative impact. Social and cognitive foundations* (S. 71–96). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Polsfuss, M. & Hess, M. (1991). Liking through moment-to-moment evaluation. Identifying key selling segments in advertising. *Advances in consumer research*, 18, 540–544.
- Pooley, J. D. & Socolow, M. J. (2013). Checking up on the invasion from mars: Hadley Cantril, Paul F. Lazarsfeld, and the making of a misremembered classic. *International Journal of Communication*, 7, 1920–1948.
- Posner, M. I. (1978). *Chronometric explorations of mind. The third Paul M. Fitts lectures, delivered at the University of Michigan, September 1976*. Oxford: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Potter, R. F. & Bolls, P. D. (2012). *Psychophysiological measurement and meaning. Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.
- Prentice, D. A., Gerrig, R. J. & Bailis, D. (1997). What readers bring to the processing of fictional texts. *Psychonomic Bulletin and Review*, 4 (3), 416–420.
- Ramanathan, S. & McGill, A. L. (2007). Consuming with others. Social influences on moment-to-moment and retrospective evaluations of an experience. *Journal of Consumer Research*, 34 (4), 506–524.
- Rapp, U. (1973). *Handeln und Zuschauen. Untersuchungen über den theatersoziologischen Aspekt in der menschlichen Interaktion*. Darmstadt: Luchterhand.
- Ravaja, N. (2004). Contributions of psychophysiology to media research. Review and recommendations. *Media Psychology*, 6 (2), 193–235.
- Redelmeier, D. A. & Kahneman, D. (1996). Patients’ memories of painful medical treatments: Real-time and retrospective evaluations of two minimally invasive procedures. *Pain*, 66 (1), 3–8.
- Regenbrecht, H. & Schubert, T. (2002). Real and illusory interactions enhance presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 11 (4), 425–434.
- Richter, T. (2008). Forschungsmethoden der Medienpsychologie. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 3–44). Heidelberg: Springer.

- Ritz, T. & Dahme, B. (1995). Die Absorption-Skala – Konzeptuelle Aspekte, psychometrische Kennwerte und Dimensionalität einer deutschsprachigen Adaptation. *Diagnostica*, 41 (1), 53–61.
- Ritz, T., Mass, R., Dahme, B. & Richter, R. (1993). *Das Persönlichkeitsmerkmal Absorption (II). Empirische Befunde zu einer deutschen Fassung der Tellegen Absorption Scale*. Hamburg: Universität Hamburg, Psychologisches Institut III.
- Robinson, E., Blissett, J. & Higgs, S. (2011). Peak and end effects on remembered enjoyment of eating in low and high restrained eaters. *Appetite*, 57 (1), 207–212.
- Robinson, M. & Neighbors, C. (2006). Catching the mind in action: Implicit methods in personality research and assessment. In M. Eid & E. Diener (Hrsg.), *Handbook of multimethod measurement in psychology* (S. 115–125). Washington: American Psychological Association.
- Rode, E., Rozin, P. & Durlach, P. (2007). Experienced and remembered pleasure for meals: Duration neglect but minimal peak, end (recency) or primacy effects. *Appetite*, 49 (1), 18–29.
- Roskos-Ewoldsen, B., Davies, J. B. & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2004). Implications of the mental models approach for cultivation theory. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 29 (3), 345–363.
- Roters, G. & Turecek, O. (2014). Rekordbilanz für Home-Entertainment-Branche. *Media Perspektiven* (6), 339–346.
- Rozin, A., Rozin, P. & Goldberg, E. (2004). The feeling of music past: How listeners remember musical affect. *Music Perception*, 22 (1), 15–39.
- Rubin, A. M. & Perse, E. M. (1987a). Audience activity and soap opera involvement: A uses and effects investigation. *Human Communication Research*, 14 (2), 246–268.
- Rubin, A. M. & Perse, E. M. (1987b). Audience activity and television news gratifications. *Communication Research*, 14 (1), 58–84.
- Rumelhart, D. E. (1975). Notes on a schema for stories. In D. G. Bobrow & A. Collins (Hrsg.), *Representation and understanding. Studies in cognitive science* (S. 211–236). New York: Academic Press.
- Ryan, M.-L. (1980). Fiction, non-factuals, and the principle of minimal departure. *Poetics*, 9 (4), 403–422.
- Sacau, A., Laarni, J. & Hartmann, T. (2008). Influence of individual factors on presence. *Computers in Human Behavior*, 24 (5), 2255–2273.
- Sassenberg, K., Boos, M. & Rabung, S. (2005). Attitude change in face-to-face and computer-mediated communication: private self-awareness as mediator and moderator. *European Journal of Social Psychology*, 35 (3), 361–374.
- Schäfer, T., Zimmermann, D. & Sedlmeier, P. (2014). How we remember the emotional intensity of past musical experiences. *Frontiers in Psychology*, 5, 1–10.
- Scheier, M. F., Buss, A. H. & Buss, D. M. (1978). Self-consciousness, self-report of aggressiveness, and aggression. *Journal of Research in Personality*, 12 (2), 133–140.
- Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3. Aufl.). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scherer, K. R. (1987). Toward a dynamic theory of emotion: The component process model of affective states. *Geneva Studies in Emotion and Communication*, 1, 1–98.

- Schleicher, R. (2009). *Emotionen & Peripherphysiologie. Emotionale Filmclips, kontinuierliche Selbstbewertung und peripherphysiologische inklusive okulomotorische Veränderungen*. Lengerich: Pabst Science.
- Schleicher, R., Galley, N., Briest, S. & Galley, L. (2008) Blinks and saccades as indicators of fatigue in sleepiness warnings: Looking tired? *Ergonomics*, 51 (7), 982–1010.
- Schlink, S. & Walther, E. (2007). Kurz und gut – Eine deutsche Kurzsкала zur Erfassung des Bedürfnisses nach kognitiver Geschlossenheit. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38 (3), 153–162.
- Schmierbach, M., Chung, M.-Y., Wu, M. & Kim, K. (2014). No one likes to lose. The effect of game difficulty on competency, flow, and enjoyment. *Journal of Media Psychology*, 26 (3), 105–110.
- Schneider, F. M. (2012). *Measuring subjective movie evaluation criteria. Conceptual foundation, construction, and validation of the SMEC scales*. Unveröffentlichte Dissertation, Universität Koblenz-Landau. Landau.
- Schneider, F. M., Erben, J., Satz, I., Altschner, R.-S., Kockler, T. & Petzold, S. (2011). Die Übungssequenz macht den Meister...? Eine experimentelle Studie zu Kontext-Effekten von Übungsstimuli bei Real-Time-Response-Messungen. In M. Suckfüll, H. Schramm & C. Wunsch (Hrsg.), *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive* (S. 253–270). Baden-Baden: Nomos.
- Schreiber, C. A. & Kahneman, D. (2000). Determinants of the remembered utility of aversive sounds. *Journal of Experimental Psychology: General*, 129 (1), 27–42.
- Schubert, T. W. (2003). Präsenzerleben in virtuellen Umgebungen: Eine Skala zur Messung von räumlicher Präsenz, Involviertheit und Realitätsurteil. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 15 (2), 69–71.
- Schubert, T. W. (2009). A new conception of spatial presence: Once again, with feeling. *Communication Theory*, 19 (2), 161–187.
- Schuemie, M. J., van der Straaten, P., Krijn, M. & van der Mast, C. A. P. G. (2001). Research on presence in virtual reality: A survey. *CyberPsychology & Behavior*, 4 (2), 183–201.
- Schuldberg, D. & Gottlieb, J. (2002). Dynamics and correlates of microscopic changes in affect. *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*, 6 (3), 231–257.
- Schwarz, N. & Oyserman, D. (2001). Asking questions about behavior: cognition, communication, and questionnaire construction. *American Journal of Evaluation*, 22 (127), 127–160.
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Selg, H. (1969). *Einführung in die experimentelle Psychologie*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Shedlosky, R. (2010). *The experience of psychological transportation: The role of cognitive energy exertion and focus during exposure to narratives*. Unveröffentlichte Dissertation, Ohio State University. Columbus.
- Shedlosky-Shoemaker, R., Costabile, K. A., DeLuca, H. K. & Arkin, R. M. (2011). The social experience of entertainment media. Effects of others' evaluations on our experience. *Journal of Media Psychology*, 23 (3), 111–121.

- Sherif, M. & Cantril, H. (1948). The psychology of ego-involvements. *Journal of Clinical Psychology*, 4 (3), 314–315.
- Sherif, M. & Sargent, S. S. (1947). Ego-involvement and the mass media. *Journal of Social Issues*, 3 (3), 8–16.
- Sherry, J. L. (2004). Flow and media enjoyment. *Communication Theory*, 14 (4), 328–347.
- Shiv, B., Carmon, Z. & Ariely, D. (2005). Placebo effects of marketing actions: Consumers may get what the pay for. *Journal of Marketing Research*, 42 (4), 383–393.
- Skalski, P., Tamborini, R., Shelton, A., Buncher, M. & Lindmark, P. (2011). Mapping the road to fun: Natural video game controllers, presence, and game enjoyment. *New Media & Society*, 13 (2), 224–242.
- Slater, M. (2002). Presence and The Sixth Sense. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 11 (4), 435–439.
- Slater, M. D. & Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12 (2), 173–191.
- Slater, M. D., Rouner, D. & Long, M. (2006). Television dramas and support for controversial public policies: Effects and mechanisms. *Journal of Communication*, 56 (2), 235–252.
- Snyder, M. & Swann, W. B. (1978). Hypothesis-testing processes in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36 (11), 1202–1212.
- Sohl, G. (1989). *Het verwerken van de vreemdtalige gesproken tekst in een ondertiteld TV-programma [Verarbeitung von fremdspachigen gesprochenen Texten bei einer untertitelten TV-Sendung]*. Unveröffentlichte Abschlussarbeit, Katholieke Universiteit Leuven. Leuven.
- So, Y. (2012). *Risk convergence model: A model of media's influence on self-other social distance and personal risk perceptions*. Unveröffentlichte Doktorarbeit, University of California. Santa Barbara.
- Stern, J. A., Walrath, L. C. & Goldstein, R. (1984). The endogenous eyeblink. *Psychophysiology*, 21 (1), 22–33.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, 42 (4), 33–56.
- Suckfüll, M. (2004). *Rezeptionsmodalitäten. Ein integratives Konstrukt für die Medienwirkungsforschung*. München: Reinhard Fischer.
- Sukalla, F., Bilandzic, H., Bolls, P. D. & Busselle, R. W. (Juni, 2013). *The nature and embodiment of narrative engagement*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), London.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: Allyn and Bacon.
- Tan, E. S. (1996). *Emotion and the structure of narrative film. Film as an emotion machine*. Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Tan, E. S.-H. (2008). Entertainment is emotion: The functional architecture of the entertainment experience. *Media Psychology*, 11 (1), 28–51.

- Tellegen, A. & Atkinson, G. (1974). Openness to absorbing and self-altering experiences ('absorption'), a trait related to hypnotic susceptibility. *Journal of Abnormal Psychology*, 83 (3), 268–277.
- Thorndyke, P. W. (1977). Cognitive structures in comprehension of memory and narrative discourse. *Cognitive Psychology*, 9 (1), 77–110.
- Tisinger, R. (Mai, 2004). *Dramatized political narratives and belief change*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), New Orleans.
- Tormala, Z. L. & Petty, R. E. (2001). On-line versus memory-based processing. The role of „need to evaluate“ in person perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27 (12), 1599–1612.
- Trepte, S. & Reinecke, L. (2011). The pleasures of success: Game-related efficacy experiences as a mediator between player performance and game enjoyment. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14 (9), 555–557.
- Tukachinsky, R. (2014). Experimental manipulation of psychological involvement with media. *Communication Methods and Measures*, 8 (1), 1–33.
- Turner, J. (1994). *Cardiovascular reactivity and stress: Patterns of physiological response*. New York: Plenum.
- Unema, P. J. A., Pannasch, S., Joos, M. & Velichkovsky, B. M. (2005). Time course of information processing during scene perception: The relationship between saccade amplitude and fixation duration. *Visual Cognition*, 12 (3), 473–494.
- van de Hende, E., Dahl, D., Schoormans, J. & Snelders, D. (2012). Narrative transportation in concept tests for really new products. *Journal of Product Innovation Management*, 29 (1), 157–170.
- van Dijk, T. & Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press.
- van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M. & Wetzels, M. (2014). The extended transportation-imagery model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation. *Journal of Consumer Research*, 40 (5), 797–817.
- VanderWerf, F., Brassinga, P., Reits, D., Aramideh, M. & Ongerboer de Visser, B. (2003). Eyelid movements: Behavioral studies of blinking in humans under different stimulus conditions. *Journal of Neurophysiology*, 89 (5), 2784–2796.
- Velichkovsky, B. M., Dornhoefer, S. M., Pannasch, S. & Unema, P. J. A. (2001). Visual fixations and level of attentional processing. In A. Duhowski (Hrsg.), *Proceedings of the International Conference Eye Tracking Research & Applications* (S. 79–85). New York: ACM Press.
- von Collani, G. (2014). Eine deutsche Skala zum Bedürfnis nach Bewertung (Need to Evaluate). In D. Danner & A. Glöckner-Rist (Hrsg.), *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen*. Zugriff am 26.01.2015. Verfügbar unter: <http://zis.gesis.org/pdf/Dokumentation/Collani%20Beduerfnis%20nach%20Bewertung.pdf>
- Vorderer, P. (1992). *Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive*. Berlin: Edition Sigma.
- Vorderer, P. (1993). Audience involvement and program loyalty. *Poetics*, 22 (1–2), 89–98.

- Vorderer, P. (2011). What's next? Remarks on the current vitalization of entertainment theory. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 23 (1), 60–63.
- Vorderer, P. & Bube, H. (1996). Ende gut – alles gut? Eine empirische Studie über den Einfluß von empathischem Streß und Filmausgang auf die Befindlichkeit von Rezipienten und deren Bewertung des Films. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 8 (2), 128–143.
- Vorderer, P., Klimmt, C. & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 14 (4), 388–408.
- Wang, Z. & Lang, A. (2012). Reconceptualizing excitation transfer as motivational activation changes and a test of the television program context effects. *Media Psychology*, 15 (1), 68–92.
- Weber, R., Tamborini, R. W.-B. A. & Kantor, B. (2009). Theorizing flow and media enjoyment as cognitive synchronization of attentional and reward networks. *Communication Theory*, 19 (4).
- Webster, D. M. & Kruglanski, A. W. (1994). Individual differences in need for cognitive closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67 (6), 1049–1062.
- Weigel, J., & Weigel, R. (Produzenten), Weigel, J. (Regie). (2009). *Butterfly Circus* [Spielfilm]. USA.
- Wheeler, S., Green, M. C. & Brock, T. C. (1999). Fictional narratives change beliefs: Replications of Prentice, Gerrig & Bailis (1997) with mixed corroboration. *Psychonomic Bulletin and Review*, 6 (1), 136–141.
- Wicklund, R. A. & Gollwitzer, P. M. (1987). The fallacy of the private-public self-focus distinction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55 (3), 491–523.
- Wild, T. C., Kuiken, D. & Schopflocher, D. (1995). The role of absorption in experiential involvement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (3), 569–579.
- Wilkinson, L. (1999). Statistical methods in psychology journals: Guidelines and explanations. *American Psychologist*, 54 (8), 594–604.
- Williams, F., Rice, R. E. & Rogers, E. M. (1988). *Research methods and the new media*. New York: Free Press.
- Wilson, T., Lisle, D., Kraft, D. & Wetzel, C. (1989). Preferences as expectation-driven inferences: Effects of affective expectations on affective experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (4), 519–530.
- Wirth, W. (2006). Involvement. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of Entertainment* (S. 199–213). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Wirth, W., Hartmann, T., Böcking, S., Vorderer, P., Klimmt, C., Schramm, H. et al. (2007). A process model of the formation of spatial presence experiences. *Media Psychology*, 9 (3), 493–525.
- Wirth, W., Hofer, M. & Schramm, H. (2012). The role of emotional involvement and trait absorption in the formation of spatial presence. *Media Psychology*, 15 (1), 19–43.
- Wirth, W., Schramm, H., Böcking, S., Gysbers, A., Hartmann, T., Klimmt, C. et al. (2008). Entwicklung und Validierung eines Fragebogens zur Entstehung von räumlichen Präsenzerleben. In J. Matthes (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie. Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft*

(Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 3, S. 70–95).  
Köln: Herbert von Halem.

- Wissmath, B., Weibel, D. & Groner, R. (2009). Dubbing or subtitling? Effects on spatial presence, transportation, flow, and enjoyment. *Journal of Media Psychology*, 21 (3), 114–125.
- Witmer, B. G., Jerome, C. J. & Singer, M. J. (2005). The factor structure of the presence questionnaire. *Presence*, 14 (3), 298–312.
- Witmer, B. G. & Singer, M. J. (1998). Measuring presence in virtual environments: A Presence questionnaire. *Presence*, 7 (3), 225–240.
- Wünsch, C. (2006). *Unterhaltungserleben. Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung*. Köln: Herbert von Halem.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12 (3), 341–352.
- Zaichkowsky, J. L. (1994). The personal involvement inventory: Reduction, revision, and application to advertising. *Journal of Advertising*, 23 (4), 59–70.
- Zhang, L., Hmielowski, J. & Busselle, R. W. (Juni, 2007). *The role of distraction in altering transportation and perceived realism in experiencing television narrative*. Vortrag auf der jährlichen Tagung der International Communication Association (ICA), San Francisco.
- Zillmann, D. (1994). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, 23 (1–2), 33–51.
- Zillmann, D. (2006). Dramaturgy for emotions from fictional narration. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of entertainment* (S. 215–238). Mahwah: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Zwaan, R. A., Langston, M. C. & Graesser, A. C. (1995). The construction of situation models in narrative comprehension: An event indexing model. *American Psychological Society*, 6 (5), 292–297.
- Zwarun, L. & Hall, A. (2012). Narrative persuasion, transportation, and the role of need for cognition in online viewing of fantastical films. *Media Psychology*, 15 (3), 327–355.

# ANHÄNGE

## A Verwendete Items

### *Absorption (Ritz, Maß, Dahme und Richter, 1993)*

---

Dimension/Facette	Item
	<p>Manchmal empfinde und erlebe ich die Dinge wie in meiner Kindheit.</p> <p>Wortgewandte oder poetische Sprache kann mich stark beeindrucken.</p> <p>Filme, Fernsehspiele oder Theaterstücke können mich so mitreißen, dass ich mich und alles um mich herum vergesse und die Geschichte erlebe, als wäre sie Realität und ich an ihr beteiligt.</p> <p>Wenn ich ein Bild betrachte und danach wegsehe, habe ich manchmal ein Abbild davon, fast so als ob ich das Bild selber noch sehen würde.</p> <p>Manchmal habe ich das Gefühl, mein Geist könnte die ganze Welt umfassen.</p> <p>Ich beobachte gerne, wie Wolken ihre Form verändern.</p> <p>Wenn ich will, kann ich tagträumen oder mir manche Dinge so lebhaft vorstellen, dass sie meine Aufmerksamkeit fesseln wie ein guter Film oder eine gute Geschichte.</p> <p>Ich glaube, dass ich weiß, was manche Leute meinen, wenn sie von mystischen Erfahrungen sprechen.</p> <p>Ich kann manchmal aus mir heraustreten und einen völlig anderen Seinszustand erfahren.</p> <p>Stoffe – wie etwa Wolle, Sand oder Holz – erinnern mich manchmal an Farben oder Musik.</p> <p>Manchmal erlebe ich die Dinge als wären sie doppelt wirklich.</p> <p>Wenn ich Musik höre, kann sie mich so gefangen nehmen, dass ich nichts andere mehr beachte.</p> <p>Wenn ich will, kann ich mir vorstellen, dass mein Körper so schwer ist, dass ich ihn nicht mehr bewegen kann, selbst wenn ich es wollte.</p> <p>Oft kann ich die Gegenwart einer anderen Person spüren, noch bevor ich sie (oder ihn) wirklich sehe oder höre.</p> <p>Das Knistern und die Flammen eines Holzfeuers regen meine Fantasie an.</p> <p>Manchmal ist es mir möglich, mich völlig in Natur oder Kunst zu versenken, als ob sich mein Bewusstseinszustand vorübergehend verändert hätte.</p> <p>Verschiedene Farben haben unterschiedliche und besondere Bedeutungen für mich.</p> <p>Es kann passieren, dass ich während einer Routineaufgabe in Gedanken abschweife und dabei vergesse, was ich tue, bis ich nach einigen Minuten bemerke, dass ich die Aufgaben erledigt habe.</p>

---

Dimension/Facette	Item
	<p>Ich kann mich manchmal an bestimmte Erfahrungen aus meiner Vergangenheit so lebhaft und klar erinnern, als ob ich sie noch einmal durchleben würde.</p> <p>Dinge, die anderen bedeutungslos erscheinen mögen, haben für mich oft einen Sinn.</p> <p>Ich glaube, wenn ich in einem Stück eine Rolle spielen würde, könnte ich die Gefühle des dargestellten Charakters tatsächlich empfinden und für diese Zeit als die betreffende Person wirklich leben, mich selbst und das Publikum vergessend.</p> <p>Meine Gedanken erscheinen oft nicht als Worte sondern als Bilder.</p> <p>Ich kann mich oft an kleinen Dingen erfreuen (wie die Farbe von Seifenblasen oder ähnliches).</p> <p>Wenn ich mir Orgelmusik oder andere kraftvolle Musik anhöre, fühle ich mich manchmal wie in die Luft gehoben.</p> <p>Manchmal kann ich Geräusche in Musik verwandeln, wenn ich auf eine bestimmte Art hinhöre.</p> <p>Einige meiner lebhaftesten Erinnerungen werden von Düften und Gerüchen geweckt.</p> <p>Manche Musik erinnert mich an Bilder oder sich ändernde Farbmuster.</p> <p>Oft weiß ich, was jemand sagen wird, noch bevor er (oder sie) es ausspricht.</p> <p>Ich habe oft eine Art „körperliche Erinnerungen“, z.B. wenn ich geschwommen bin, kann ich danach noch das Gefühl haben, im Wasser zu sein.</p> <p>Der Klang einer Stimme kann so faszinierend für mich sein, dass ich einfach nur zuhöre.</p> <p>Manchmal fühle ich die Anwesenheit einer Person, die physisch nicht da ist.</p> <p>Manchmal kommen mir Gedanken und Bilder ohne das geringste Hinzutun.</p> <p>Ich finde, dass verschiedene Gerüche verschiedene Farben haben.</p> <p>Ein Sonnenuntergang kann mich tief berühren.</p>

*Anmerkungen.* 5-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu

*Attribution (Duval & Wicklund, 1973)*

---

Dimension/Facette	Item
	<p>Du hältst mit dem Auto hinter einem Bus, der an einer Kreuzung mit Stoppschild steht. Du willst an dieser Kreuzung rechts abbiegen. Nachdem du 1 ½ bis 2 Minuten gewartet hast, hat sich der Bus noch immer nicht bewegt. Du weißt nicht, was er machen wird. Du entscheidest dich, um ihn herum zu fahren und dich vor den Bus zu stellen, um anschließend vor ihm an der Kreuzung rechts abzubiegen. In diesem Moment fährt der Bus los und ihr kollidiert. Zu welchem prozentualen Anteil wurde der Unfall durch dein eigenes Handeln verursacht?</p> <p>Du hast vor ca. einer Woche ein neues T-Shirt gekauft. Nachdem du es einige Male getragen hast, willst du es waschen. Es gibt jedoch keine Hinweise des Herstellers auf dem T-Shirt, die dir sagen, wie es gewaschen werden soll. Also wäschst du es einfach genau wie du deine T-Shirts für gewöhnlich wäschst. Als du es hinterher anziehen willst, ist es drei Nummern zu klein und die Farbe ist ausgewaschen. Zu welchem prozentualen Anteil hat dein eigenes Handeln das Einlaufen des T-Shirts verursacht?</p> <p>Du hast dir ein Buch aus der Bibliothek ausgeliehen und musst es in den nächsten zwei Tagen zurückbringen. Ein Freund möchte sich das Buch gern ausleihen und du lässt es ihn benutzen, anstatt es zurück zu bringen. Drei Monate später erhältst du eine Mahnung mit hohen Mahngebühren, weil das Buch nie zurückgebracht wurde. Zu welchem prozentualen Anteil hat dich dein eigenes Handeln in diese Situation gebracht?</p> <p>Stell dir vor, einer deiner Freunde will dich verkuppeln. Du erzählst ihm, welche Eigenschaften dir bei einem potenziellen Partner/einer potenziellen Partnerin wichtig sind und dein Freund wählt einen seiner Freunde/eine seiner Freundinnen für ein Date mit dir. Du gehst mit dem Auserwählten/der Auserwählten aus und hast viel Spaß. Zu welchem prozentualen Anteil hat dein eigenes Handeln Einfluss auf den Ausgang der Verabredung gehabt?</p> <p>Stelle dir vor, du hast ein Rennpferd ausgewählt und gekauft. Du stellst das Pferd in einem großen Rennen auf und bezahlst einen Jockey, um es zu reiten. Das Pferd gewinnt das Rennen. Zu welchem prozentualen Anteil hat dein eigenes Handeln Einfluss auf den Sieg gehabt?</p> <p>Stell dir vor, du müsstest eine mündliche Prüfung in einer anderen Sprache ablegen. Da du in der Vergangenheit bei fremdsprachlichen Prüfungen schlecht warst, fragst du einen Freund, ob er dir hilft. Du lernst mit ihm ungefähr eine Woche lang und verwendest viel Zeit auf die Vorbereitung der Prüfung und bekommst letztendlich die Note 1,3. Zu welchem prozentualen Anteil hat dein eigenes Handeln die gute Note herbeigeführt.</p>

---

*Anmerkungen.* 11-stufiges Antwortformat, 0% – 100%

## *Erwartung*

---

Dimension/Facette	Item	
	Ich erwarte, dass mir der Film gefällt.	
	Ich erwarte, dass es mir schwer fallen wird, die Filmhandlung nachzuvollziehen.	R
	Ich erwarte, dass es mir schwer fallen wird, mich voll und ganz auf den Film zu konzentrieren.	R
	Ich erwarte, dass sich meine Gedanken voll und ganz in der fiktiven Filmwelt befinden werden.	
	Ich erwarte, dass der Film mich emotional berühren wird.	

---

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu; R = invers codiert

*Narrative Engagement (Busselle & Bilandzic, 2009)*

Dimension/Facette	Item	
Attentional Focus	Meine Gedanken sind während des Schauens immer wieder abgeschweift.	R
Attentional Focus	Beim Schauen ist mir aufgefallen, dass ich an etwas anderes denke.	R
Attentional Focus	Es ist mir schwer gefallen, meine Gedanken nur auf den Film zu richten.	R
Narrative Understanding	Ich habe ein unklares Bild von den Personen und Ereignissen im Film.	R
Narrative Understanding	An manchen Stellen fiel es mir schwer zu verstehen, was gerade passiert.	R
Narrative Understanding	Es ist mir schwer gefallen, den roten Faden im Film zu finden.	R
Emotional Engagement	Was im Film beschrieben wurde, hat bei mir Emotionen ausgelöst.	
Emotional Engagement	Der Film hat mich gefühlsmäßig berührt.	
Emotional Engagement	Ich kann mich gut in die Situation von Personen hineinversetzen, die von den beschriebenen Ereignissen betroffen sind.	
Narrative Presence	Während des Schauens war mein Körper im Zimmer, aber mein Geist war inmitten der Welt, die der Film geschaffen hat.	
Narrative Presence	An manchen Stellen des Films war mir die Welt der Geschichte näher als die "echte Welt".	
Narrative Presence	Der Film schuf eine neue Welt für mich, und diese Welt verschwand plötzlich, als der Film endete.	

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu, R = invers codiert

*Need for Affect, Annäherungsfacette (Appel, 2008)*

---

Dimension/Facette	Item
Annäherung	Ich glaube, dass ich regelmäßig starke Gefühle brauche.
Annäherung	Gefühle helfen Menschen, mit ihrem Leben klar zu kommen.
Annäherung	Ich bin eine sehr emotionale Person.
Annäherung	Ich glaube es ist wichtig, meinen Gefühlen auf den Grund zu gehen.
Annäherung	Ich suche Situationen auf, die mir starke Gefühle versprechen.
Annäherung	Wir sollten unseren Gefühlen freien Lauf lassen.
Annäherung	Starke Gefühle sind allgemein von Vorteil.
Annäherung	Emotionale Erfahrungen fördern menschliches Überleben.
Annäherung	Es ist wichtig für mich, mit meinen Gefühlen im Einklang zu sein.
Annäherung	Es ist wichtig für mich zu wissen, wie andere sich fühlen.
Annäherung	Ich mag es, mich mit meinen Gefühlen auseinanderzusetzen.
Annäherung	Für mich ist es gut, hin und wieder richtig zu weinen.
Annäherung	Ich mag es, mich in meinem Schlafzimmer mit Bildern oder Postern zu umgeben, die mir gefühlsmäßig etwas bedeuten.

---

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu

*Need for Cognition (Bless, Wänke, Bohner & Fellhauer, 1994)*

Dimension/Facette	Item	
	Die Aufgabe, neue Lösungen für Probleme zu finden, macht mir wirklich Spaß.	
	Ich würde lieber eine Aufgabe lösen, die Intelligenz erfordert, schwierig und bedeutend ist, als eine Aufgabe, die zwar irgendwie wichtig ist, aber nicht viel Nachdenken erfordert.	
	Ich setze mir eher solche Ziele, die nur mit erheblicher geistiger Anstrengung erreicht werden können.	
	Die Vorstellung, mich auf mein Denkvermögen zu verlassen, um es zu etwas zu bringen, spricht mich nicht an.	R
	Ich finde es besonders befriedigend, eine bedeutende Aufgabe anzuschließen, die viel Denken und geistige Anstrengung erfordert hat.	
	Ich denke lieber über kleine, alltägliche Vorhaben nach, als über langfristige.	R
	Ich finde wenig Befriedigung darin, angestrengt und stundenlang nachzudenken.	R
	In erster Linie denke ich nach, weil ich muss.	R
	Ich trage nicht gerne die Verantwortung für eine Situation, die sehr viel Denken erfordert.	R
	Denken entspricht nicht dem, was ich unter Spaß verstehe.	R
	Ich versuche, Situationen vorauszuahnen und zu vermeiden, in denen die Wahrscheinlichkeit groß ist, dass ich intensiv über etwas nachdenken muss.	R
	Ich habe es gern, wenn mein Leben voller kniffliger Aufgaben ist, die ich lösen muss.	
	Ich würde komplizierte Problemen einfachen Problemen vorziehen.	
	Es genügt mir, einfach die Antwort zu kennen, ohne die Gründe für die Antwort eines Problems zu verstehen.	R
	Es genügt, dass etwas funktioniert, mir ist es egal, wie oder warum.	R

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu, R = invers codiert

*Need for Cognitive Closure (16-NCCS, Schlink & Walther, 2007)*

Dimension/Facette	Item	
	Ich mag es nicht, wenn die Aussage einer Person mehrdeutig ist.	
	Ich finde, nachdem ich eine Lösung für ein Problem gefunden habe, ist es eine Zeitverschwendung, weitere mögliche Lösungen in Betracht zu ziehen.	
	Ich mag keine unvorhersehbaren Situationen.	
	Ich finde es spannend nicht zu wissen, was das Leben einem bringen wird.	R
	Ein Problem aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten, führt zu Verwirrung.	
	Im Allgemeinen suche ich nicht nach Alternativlösungen für Probleme, für welche ich schon eine Lösung parat habe.	
	Ich bevorzuge die Gesellschaft guter Freunde, weil ich weiß, was ich von ihnen zu erwarten habe.	
	Ich fühle mich unbehaglich, wenn ich es nicht schaffe eine schnelle Antwort auf Probleme zu geben, denen ich gegenüber stehe.	
	Ich bevorzuge Tätigkeiten, bei denen stets klar ist, was getan und wie es getan werden muss.	
	Wenn ich ein Problem lösen muss, verschwende ich im Allgemeinen keine Zeit damit, die unterschiedlichen Standpunkte dazu zu erwägen.	
	Ich mag Aufgaben, bei denen noch unklar ist, wie der genaue Lösungsweg aussieht.	R
	Ich liebe die Ungewissheit und die Überraschung, die oft im Alltäglichen steckt	R
	Jedwede Lösung eines Problems ist besser, als in einem Zustand der Ungewissheit zu verharren.	
	Ich ziehe Dinge, die ich gewohnt bin, solchen vor, die ich nicht kenne und die ich nicht vorhersagen kann.	
	Im Allgemeinen vermeide ich es, mich an Diskussionen über uneindeutige und umstrittene Themen zu beteiligen.	
	Ich bevorzuge es, mich für die erstmögliche Lösung zu entscheiden, anstelle lange darüber nachzudenken, was für eine Entscheidung ich treffen sollte.	

*Anmerkungen.* 6-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu, R = invers codiert

*Need to Evaluate (von Collani, 2002)*

Dimension/Facette	Item	
Bewertungsbedürfnis	Ich bilde mir zu allem eine Meinung.	
Bewertungsbedürfnis	Es ist mir sehr wichtig, einen festen Standpunkt zu vertreten.	
Bewertungsbedürfnis	Es gefällt mir sehr, Neues entweder zu mögen oder es abzulehnen.	
Bewertungsbedürfnis	Ich habe bedeutend mehr Überzeugungen als der Durchschnitt der Bevölkerung.	
Bewertungsbedürfnis	Ich habe lieber einen festen Standpunkt als gar keine Meinung.	
Bewertungsbedürfnis	Ich achte sehr darauf, ob etwas gut oder schlecht ist.	
Bewertungsbedürfnis	Ich entscheide gern darüber, ob neue Dinge gut oder schlecht sind.	
Neutralitätsbedürfnis	Oft ziehe ich es vor, bei schwierigen Fragen neutral zu bleiben.	R
Neutralitätsbedürfnis	Wenn mich etwas nicht betrifft, urteile ich gewöhnlich nicht darüber, ob es gut oder schlecht ist.	R
Neutralitätsbedürfnis	Es gibt viele Dinge, für die ich keine besondere Vorliebe habe.	R
Neutralitätsbedürfnis	Ich bilde mir nur dann eine feste Meinung, wenn es sein muss.	R
Neutralitätsbedürfnis	Viele wichtige Dinge sind mir ziemlich gleichgültig.	R
ohne Zuordnung	Ich versuche lieber, extreme Standpunkte zu vermeiden.	R
ohne Zuordnung	Ich möchte bei allem die guten und die schlechten Seiten genau kennen.	
ohne Zuordnung	Es fällt mir sehr schwer, neutral zu bleiben.	
ohne Zuordnung	Ich habe gern eine ausgeprägte Meinung, selbst wenn ich nicht persönlich betroffen bin.	

*Anmerkungen.* 5-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu, R = invers codiert

*Opinion Seeking (Flynn, Goldsmith & Eastman, 1996)*

---

Dimension/Facette	Item	
	Wenn ich darüber nachdenke, eine neue DVD zu kaufen, frage ich andere Personen nach ihrem Rat.	
	Ich muss nicht mit anderen Personen darüber reden, wenn ich mir eine neue DVD kaufe.	R
	Ich frage andere Personen nur selten danach, welche DVD ich kaufen soll.	R
	Ich hole mir gerne die Meinung von anderen ein, bevor ich mir eine neue DVD kaufe.	
	Ich fühle mich wohler dabei, eine neue DVD zu kaufen, wenn ich mir vorher andere Meinungen eingeholt habe.	
	Wenn ich mir eine neue DVD aussuche, sind mir die Meinungen anderer nicht wichtig.	R

---

*Anmerkung.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu; R = invers codiert

*Transportation (Appel, 2006)*

Dimension/Facette	Item	
Kognition	Während ich den Film sah, konnte ich mir die Ereignisse gut vorstellen.	
Kognition	Ich konnte mich selbst in der Szenerie sehen, die in dem Film dargestellt wurde.	
Kognition	Während des Anschauens fühlte ich mich gedanklich in den Film hineingezogen.	
Emotion	Als der Film zu Ende war, fiel es mir leicht, wieder an etwas anderes zu denken.	R
Emotion	Der Film hat mich emotional berührt.	
Emotion	Die Ereignisse in dem Film haben mein Leben verändert.	
Imagination	Ich hatte eine lebhaftere Vorstellung von [Person1].	
Imagination	Ich hatte eine lebhaftere Vorstellung von [Person2].	
Imagination	Ich hatte eine lebhaftere Vorstellung von [Person3].	
Imagination	Ich hatte eine lebhaftere Vorstellung von [Person4].	
ohne Zuordnung	Ich habe mir darüber Gedanken gemacht, welchen anderen Verlauf der Film hätte nehmen können.	
ohne Zuordnung	Meine Gedanken schweiften ab, während ich den Film sah.	R
ohne Zuordnung	Die Ereignisse in dem Film sind für meinen Alltag von Bedeutung.	
ohne Zuordnung	Ich wollte wissen, wie die Geschichte ausgeht.	
ohne Zuordnung	Während ich den Film sah, habe ich auf Dinge geachtet, die im Raum um mich herum vorgingen.	R

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu; R = invers codiert

*Zufriedenheit mit dem Selbstkonzept (Kuhlmann & Hoppe, 2012)*

Dimension/ Komponente	Item	
<b>Soziales Selbstkonzept</b>		
Wichtigkeit: Finanzen	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie deine finanziellen Verhältnisse sind?	
Ausprägung: Finanzen	Finanziell gesehen bin ich schlecht gestellt.	R
Ausprägung: Finanzen	Ich stehe finanziell gut da.	
Wichtigkeit: Trendbewusstsein	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, ob du „im Trend“ liegst?	
Ausprägung: Trendbewusstsein	Modische Kleidung ist mir nicht wichtig.	R
Ausprägung: Trendbewusstsein	Neue Trends sind mir egal.	R
Wichtigkeit: Toleranz	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie tolerant du bist?	
Ausprägung: Toleranz	Ich kann schlecht damit umgehen, wenn Menschen anders denken oder handeln als ich.	R
Ausprägung: Toleranz	Es stört mich nicht, wenn Leute ganz anders sind als ich.	
Wichtigkeit: Gerechtigkeit	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, ob du ehrlich oder unehrlich bist?	
Ausprägung: Gerechtigkeit	Ich bin öfter mal ungerecht.	R
Ausprägung: Gerechtigkeit	Ich habe einen ausgeprägten Gerechtigkeitsinn.	
<b>Intellektuelles Selbstkonzept</b>		
Wichtigkeit: Allgemeinbildung	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie dein Allgemeinwissen ist?	
Ausprägung: Allgemeinbildung	Meine Allgemeinbildung ist nicht besonders gut.	R
Ausprägung: Allgemeinbildung	Ich habe ein umfassendes Allgemeinwissen.	
Wichtigkeit: Intelligenz	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie intelligent du bist?	
Ausprägung: Intelligenz	Meine Intelligenz ist eher unterdurchschnittlich.	R
Ausprägung: Intelligenz	Ich halte mich für intelligent.	
Wichtigkeit: Humor	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie viel du lachst?	
Ausprägung: Humor	Ich lache selten.	R
Ausprägung: Humor	Ich bin ein humorvoller Mensch.	

Dimension/Facette	Item	
<b>Physisches Selbstkonzept</b>		
Wichtigkeit: Aussehen	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie du aussiehst?	
Ausprägung: Aussehen	Ich sehe nicht besonders gut aus.	R
Ausprägung: Aussehen	Ich habe ein attraktives Äußeres.	
Wichtigkeit: Gesundheit	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie dein Gesundheitszustand ist?	
Ausprägung: Gesundheit	Ich fühle mich oft krank.	R
Ausprägung: Gesundheit	Ich fühle mich körperlich gesund.	
Wichtigkeit: Sexualität	Wie wichtig oder unwichtig ist dir, wie dein Sexualleben aussieht?	
Ausprägung: Sexualität	Ich bräuchte öfter Sex.	R
Ausprägung: Sexualität	Ich bin zufrieden mit meinem Sexualleben.	

*Anmerkungen.* 7-stufiges Antwortformat, sehr unwichtig – sehr wichtig bzw. trifft überhaupt nicht zu – trifft voll und ganz zu; R = invers codiert

## B Verwendetes Material

### *Rezensionen Studie 3*

#### *Positive Rezension*

Die Reportage „Happiness“ ist ein Film, der mit Sensibilität und Einfachheit besticht. Er schafft es authentisch, private Alltagssituationen der Bewohner Bhutans zu zeigen, über denen gleichzeitig das große Thema der Modernisierung das Landes allgegenwärtig schwebt. Man wird in eine fremde geheimnisvolle Welt entführt, deren Zauber einen in ihren Bann zieht. Der Verzicht auf Kommentare seitens der Reporter unterstützt die Szenerie und ermöglicht es dem Zuschauer, vollständig in die wunderschönen Bilder einzutauchen.

cinema.de

#### *Negative Rezension*

Die Reportage „Happiness“ ist ein Film, der mit Sensibilität und Einfachheit besticht. Er schafft es authentisch, private Alltagssituationen der Bewohner Bhutans zu zeigen, über denen gleichzeitig das große Thema der Modernisierung das Landes allgegenwärtig schwebt. Leider leisten die Filmemacher es nicht, den Zuschauer vollständig in die Welt eintauchen zu lassen. Die wunderschönen Bilder laden zwar dazu ein, jedoch lässt die recht nüchterne Darstellung keinen wirklichen Sog entstehen. Dies wird durch die fehlenden Kommentare seitens der Reporter noch verstärkt.

cinema.de

## *Rezensionen Studie 4*

### *Positive Rezension*

Filmkritik der Hamburger Abendpost (23. September 2004)

Ausreißer ist eine Abschlussarbeit der Hamburger Studentin Ulrike Grote und ein Beweis dafür, dass die Hamburger Universität zu Recht zu den weltweit führenden Talentschmieden in Sachen Filmstudium gehört. Der Film erzählt eine Vater-Sohn-Geschichte und schafft es, den Zuschauer neben der rührenden Handlung gleichzeitig durch unvorhersehbare Szenen zu begeistern. Der Film beginnt heiter, man schmunzelt und verliebt sich sofort in den kleinen Yuri (Maximilian Werner). Kaum hat sich beim Zuschauer der Eindruck verfestigt, es handele sich hier um eine normale Geschichte über die Beziehung zwischen Vater und Sohn, zeigt Grote Szenen, die man als Zuschauer nicht erwarten würde. Genau das zeigt Grotes Begabung und hebt diesen Film von anderen des Genres ab. Diese unerwarteten Szenen machen den Film zu etwas Besonderem, einer Mischung aus realistischem Drama und fiktivem Mystery-Märchen.

Seinen Höhepunkt erreicht dieser Film jedoch erst am Ende. Die Hinführung zur Schlusszene ist so genial gestaltet, dass sie den Zuschauer mitreißt, wie man es nur von langen Spielfilmen kennt – und das nach nur 22 Minuten. Überhaupt zieht der Film den Zuschauer innerhalb kürzester Zeit in seinen Bann und lässt ihn bis zum Ende nicht mehr los. Schnell fühlt man mit dem Vater (Peter Jordan) mit und leidet noch viel mehr mit dem kleinen Yuri, den man so gerne trösten möchte.

Verantwortlich dafür sind natürlich auch die Schauspieler. Peter Jordan glänzt in der Rolle als Walter und spielt sie unheimlich authentisch, so dass man fast glauben möchte, er habe selbst bereits solch eine Situation erlebt. Der kleine Maximilian Werner braucht sich jedoch hinter Jordan keinesfalls zu verstecken. Seine

überzeugend gespielte Unschuld und Traurigkeit lösen im Zuschauer geradezu den Wunsch aus, ihn in den Arm zu nehmen und zu sagen: „Alles wird gut, kleiner Yuri!“ Dieser Film zeigt, dass man auch in einem Kurzfilm das finden kann, was man sonst nur von längeren Spielfilmen erwartet – eine anrührende Geschichte, geniale Szenen und tolle Schauspieler. Prädikat: besonders wertvoll.

### *Negative Rezension*

Filmkritik der Hamburger Abendpost (23. September 2004)

Ausreißer heißt der Film von Ulrike Grote, einer Absolventin des Filmstudiums an der Universität Hamburg. 22 Minuten ist der Kurzfilm lang und erzählt eine Geschichte über einen Vater und seinen Sohn. Was mit einer wachsenden Vater-Sohn-Beziehung beginnt, endet in einer Geschichte, in der sich Verwirrung und gekünstelte Szenen die Klinke in die Hand geben. Schon das erste Aufeinandertreffen der Protagonisten wirkt auf den Zuschauer klischeehaft. Weiter geht die Geschichte aber dann mit Szenen, die ständig neue Fragen aufwerfen. Der Zuschauer muss sich immer wieder über Handlungsverläufe wundern und hat dadurch Schwierigkeiten, in den Film hinein zu finden. Grote war es scheinbar wichtiger, möglichst viel Handlung in dem Film unterzubringen, als die Geschichte durchgängig und verständlich zu gestalten. In Comics oder Märchen mag das durchaus üblich sein, ist aber in einem dramatischen Kurzfilm unpassend. Die Mischung aus verwirrenden Szenen gipfelt schließlich am Ende, an dem der Zuschauer vollends alleine gelassen wird. Die Schlusszene ist völlig losgelöst von der restlichen Geschichte und provoziert Fragen, die niemand beantworten kann. Das kann in Filmen durchaus spannend sein, doch lässt hier die Verwirrung der Spannung keinen Raum.

Über Grotos Besetzung lässt sich ebenfalls diskutieren. Neben dem kleinen Maximilian Werner spielt Peter Jordan seine Rolle unter seinen Möglichkeiten. Man

merkt ihm die Mühe an, sich innerhalb der kurzen Zeit in diese Rolle hinein zu versetzen. Im Vergleich zu seinen anderen Rollen in längeren Filmen spielt er höchstens durchschnittlich.

Es bleibt ein Rätsel, warum Grote keine bessere Bildqualität gewählt hat. Auf diese Weise rundet sie den negativen Gesamteindruck ab, so dass man sich fragen muss, warum ein solcher Film angesichts der Kosten gedreht wurde. Fragen hinterlässt der Film also viele – inhaltliche, aber auch die, warum Grote bei der Produktion nicht mehr Betreuung von Seiten der Universität erfahren hat. Schade.

## *Rezensionen Studie 7*

### *Positive Rezension*

Filmkritik (cinema.de, 28.09.2009)

Butterfly Circus ist ein wunderbarer Film über die verborgenen Talente, die jeder einzelne Mensch besitzt. Dabei hat der Regisseur Joshua Weigel seinen siebten Sinn für die Zusammensetzung der Schauspieler bewiesen. Nick Vujicic glänzt in seinem Schauspieldebüt und schafft es, den Zuschauer mitfühlen, ja mitleiden zu lassen. Er spielt seine Rolle so authentisch, dass man geradezu das Gefühl verspürt, eingreifen zu wollen, wenn ihm schlechtes widerfährt. Aber auch die anderen Schauspieler faszinieren auf ihre ganz besondere Art. Eduardo Verastegui – um hier nur einen zu nennen – lässt den Zuschauer völlig vergessen, dass er nur ein Schauspieler ist, im Gegenteil, er zieht den Zuschauer in seinen Bann und lässt einen wieder an das Gute im Menschen glauben.

Trotz der kurzen Spielzeit schafft es Butterfly Circus eine Handlung zu schaffen, die von vorne bis hinten schlüssig und fesselnd ist, ohne dem Zuschauer dabei das Gefühl zu geben, eine Geschichte möglichst komprimiert wiedergeben zu wollen. Die meisten Filme dieser Art tun sich schwer damit, den Zuschauer innerhalb von Minuten zu fesseln, ohne die Handlung schnell abspulen zu lassen. Bei diesem Film ist das hingegen anders: Man versinkt geradezu innerhalb kürzester Zeit in die Handlung und die Welt der Charaktere und vergisst dabei völlig die Realität. Man möchte überhaupt gar nicht mehr zurückkehren, so berührt einen der Film. Er möchte eine Botschaft überbringen und schafft dies mit Bravour. Der Film nimmt einen noch lange danach mit als wäre man durch diesen Film wie verzaubert.

Abgerundet wird dieser Film durch fantastisch ausgewählte Bilder. Die Landschaft, die Kostüme, die Farben – sie alle ergeben ein Ensemble, das den Gesamteindruck nicht nur bestätigt, sondern obendrein noch weiter verbessert.

Fazit: Butterfly Circus braucht sich mit seiner wunderbaren Botschaft, tollen Schauspielern und hoher Qualität hinter den Kinofilmen nicht zu verstecken.

Unbedingt empfehlenswert!

Community-Bewertung: 

### *Negative Rezension*

Filmkritik (cinema.de, 28.09.2009)

Mit Butterfly Circus bringt Joshua Weigel einen neuen Film raus, der gut demonstriert, wie man großes Potential schlecht umsetzen kann. Butterfly Circus erzählt eine Handlung über die Hürden des Lebens, bei der man immer wieder merkt, dass sie den Zuschauer mitnehmen will, es aber nicht so recht schafft. Die Schwierigkeit eines Kurzfilms ist, eine Handlung in weniger als 30 Minuten zu verpacken. Eine Handlung gibt Weigel dem Film zwar, doch wirkt sie eben sehr komprimiert und schlecht umgesetzt. Übergänge fehlen, die sich der Zuschauer denken muss und es schwer machen, dem Film überhaupt folgen zu können. Vielleicht sind die zweitklassigen Schauspieler dafür verantwortlich, dass Weigels Botschaft nicht beim Zuschauer ankommen will. Die finanziellen Mittel reichten scheinbar nicht für bessere Schauspieler, und so musste Weigel sein Drehbuch an sie anpassen. Viele Sätze der Dialoge sind vorhersehbar – ganz zu schweigen von dem so offensichtlichen Ende.

Der Film wirkt eher wie Kunst, die versucht, schön zu sein, aber dadurch völlig abgehoben erscheint und den Bezug zu jeglicher Realität aus den Augen verliert. Nach tiefer Suche in die Handlung des Films lässt sich vielleicht der Hauch einer Botschaft

darin erkennen, jedoch hat man das Gefühl, dass der Film so nie auf das reale Leben übertragbar ist. Weigel ist hier offensichtlich an dem Versuch gescheitert, seinen Film mit der Realität zu verbinden.

Es wird einen Grund geben, warum die Präsentation des Films auf dem Filmfestival in München abgesagt wurde und er auf der Nominationsliste für dessen Preis nach heftiger Kritik Platz für einen besseren Film machen musste.

Fazit: Wer sehen möchte, wie ein Film mit Potenzial aussieht, ist hier richtig. Wer aber Anspruch an einen Film hat, wird hier leider nicht fündig. Schade!

Community-Bewertung: 

### *RTR-Instruktion Studien 5a, 6 und 7*

Geben Sie fortlaufend eine Einschätzung ihres persönlichen Empfindens an. Dabei geht es darum, wie sehr sie sich emotional vom Film berührt fühlen.

Beziehen Sie sich darauf, wie gut Sie sich in die Protagonisten des Films einfühlen können und es Ihnen gelingt, deren Situation emotional nachzuvollziehen. Wie stark beeinflusst Sie die Handlung des Films auf einer emotionalen Ebene? Lösen gezeigte Schauplätze und Themen Gefühle in Ihnen aus?

Geben Sie jede Veränderung der Stärke ihrer emotionalen Betroffenheit während des Films an. Um auszudrücken, wie stark Sie sich emotional durch den Film berührt fühlen, stehen Ihnen die 7 Stufen des Drehreglers zur Verfügung. Sie können wie folgt abstufen:

1 = gar nicht emotional berührt

bis

7= außerordentlich emotional berührt

Wenn sich Ihre Einschätzung nicht verändert, lassen Sie den Drehregler auf der jeweiligen Stufe stehen. Behalten Sie diesen aber durchgehend in Ihrer Schreibhand.

Stellen Sie den Drehregler nun auf die Stufe 1 und drücken Sie dann auf Enter, um den Film zu starten.

## C Lebenslauf

Patrick Bacherle

Geburtsdatum: 21. Dezember 1980

Geburtsort: Böblingen

Familienstand: ledig

Staatsangehörigkeit: deutsch

### **Beruflicher Werdegang**

Oktober 2008 bis heute wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik (IKM) an der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau

August bis Oktober 2006 Forschungspraktikum am Demokratiinstitutet der Mid Sweden University in Sundsvall, Schweden

Februar bis April 2006 Praktikum bei Mediaedge:cia GmbH & Co. KG in Düsseldorf

September bis Dezember 2005 Praktikum bei Plus e.V. – Psychologische Lesben- und Schwulenberatungsstelle Rhein-Neckar e.V. in Mannheim

Mai 2005 bis September 2008 studentische Hilfskraft am IKM in Landau

Februar bis April 2005 Forschungspraktikum am IKM in Landau

### **Ausbildung**

September 2001 bis September 2008 Studium der Diplom-Psychologie an der Universität Koblenz-Landau  
Schwerpunktfächer: Klinische Psychologie und Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie  
Forschungsorientierte Vertiefung: Kommunikationspsychologie  
Nichtpsychologisches Wahlpflichtfach: Medienpädagogik  
Abschluss: Diplom

1991 bis 2000 Gymnasium in den Pfarrwiesen, Sindelfingen  
Abschluss: Abitur

1987 bis 1991 Sommerhofen-Grundschule, Sindelfingen

## D Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich eidesstattlich, dass ich, Patrick Bacherle,

- die Dissertation selbst angefertigt und alle von mir benutzten Hilfsmittel in der Arbeit angegeben habe.
- die Dissertation oder Teile hiervon noch nicht als Prüfungsarbeit für eine staatliche oder andere wissenschaftliche Prüfung eingereicht habe.
- die gleiche oder eine andere Abhandlung nicht bei einer anderen Hochschule als Dissertation eingereicht habe.

Edenkoben, den 26.01.15,

Patrick Bacherle