

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

ISSN 1864-4058

ISBN 978-3-86764-199-9

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2009

Einband: Susanne Fuellhaas, Konstanz

Coverfoto: © Istock Inc.

Satz und Layout: Karin Dirks, Berlin

Druck: Rosch-Buch Druckerei GmbH, Scheßlitz

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Schutzenstr. 24 · D-78462 Konstanz

Tel. 07531-9053-0 · Fax 07531-9053-98

www.uvk.de



Inhalt

Vorwort	9
1. Einleitung	11
2. Die Transformation des Fernsehens	13
3. Die Serie »Lost«	21
3.1 Mystery-Serien in Deutschland und den USA	21
3.2 Allgemeine Daten	25
3.2.1 Inhalt	25
3.2.2 Programmierung	25
3.2.3 Erfolg der Serie	28
3.2.4 Kurzbeschreibung der Figuren	31
3.3 Dramaturgische Besonderheiten	34
3.3.1 Genre	34
3.3.2 Erzählstruktur	36
3.3.3 Flashbacks und Backstories	39
3.3.4 Figuren und Konflikte	42
3.3.5 Mysterys und Rätsel	47
3.3.6 Intertextuelle Hinweise	49
3.3.7 Dialoge	50
3.3.8 Diskursstrukturen	50
3.4 Zwischenfazit: die komplexe Narration	53
4. Marketingstrategien und Fangemeinden	55
5. Das Konzept »Engagement«	61
5.1 Abgrenzung zum Begriff »Involvement«	61
5.2 Ausgangspunkt	63

5.3	Ansätze zum Konzept »Engagement« aus der amerikanischen Fernsehindustrie	64
5.3.1	Viewer Attitudes	66
5.3.2	Viewer Behaviors	66
5.3.3	Viewer Attentiveness	67
5.3.4	Modelle zur Messung von Engagement	67
5.3.5	Garantie für Engagement von NBC Universal	68
5.3.6	Das »Ad*VIZR New Media Audit«	69
5.4	Ansätze zum Konzept »Engagement« aus der Wissenschaft	70
5.4.1	Das »Consumer Expressions«-Modell	71
5.4.2	Das »Connectedness«-Modell	71
5.5	Definition von Engagement	73
5.6	Touchpoints	73
5.6.1	Formal Program Qualities	75
5.6.2	Expanded Access	75
5.6.3	Repackaged Content	75
5.6.4	Ancillary Content	76
5.6.5	Branded Products	76
5.6.6	Related Activities	77
5.6.7	Social Interaction	78
5.6.8	Interactivity	78
5.6.9	Kritische Einschätzung	78
5.7	Motive und Wünsche	79
5.7.1	Entertainment	79
5.7.2	Social Connection	79
5.7.3	Mastery	80
5.7.4	Immersion	81
5.7.5	Identification	81
5.8	Zwischenfazit und Forschungsfrage	82
6.	Methodisches Vorgehen	83
6.1	Computervermittelte Kommunikation	83
6.1.1	Eigenheiten computervermittelter Kommunikation	84
6.1.2	Besondere Merkmale der textbasierten computergestützten Gruppenkommunikation	86

6.2	Forschungsdesign	87
6.2.1	Fragengebundene Gruppenkommunikation in deutsch- und englischsprachigen Internet-Fanforen	87
6.2.2	Rahmenbedingungen	88
6.2.3	Auswahl der Internetforen	88
6.2.4	Zielgruppe	90
6.2.5	Konstruktion der Fragen	90
6.2.6	Rolle der Forscherin	93
6.2.7	Kommunikationsimpuls	93
6.3	Erhebungsverlauf: Übersicht	95
6.4	Erkenntnisse aus dem Erhebungsverlauf	96
7.	Fan-Engagement bei »Lost«	101
7.1	Beschreibung der Ergebnisse	101
7.2	Interpretation der Ergebnisse und theoretische Verortung	132
7.2.1	Formal Program Qualities	132
7.2.2	Summe der Touchpoints	133
7.2.3	Wunsch nach Mastery	135
7.2.4	Social Connection	136
8.	Fazit und Ausblick	139
9.	Literatur und Internetquellen	143
Anhang		149
I.	Ausführliche Inhaltsbeschreibung von »Lost«	149
II.	Ausführliche Figurenbeschreibung	155
III.	Transkript des Spiels »Ich hab noch nie ...«	173
IV.	Posts mit Fragestellungen	176
V.	Auszählung der Stichprobe	182
VI.	Screenshot des Forums »Lost-board.de«	183