

Inhaltsübersicht

1	Einführung	1
2	Ansprechend Ansprechen: Das Prinzip der Personalisierung.....	5
3	Klärung der Konstrukte	55
4	Grafisches Zwischenfazit.....	75
5	Forschungsfragen und Hypothesen	79
6	Studie 1: Personalisierungsgrad und Zielgruppe	89
7	Studie 2: Personalisierung und Thema	145
8	Ein mehrdimensionales Erklärungsmodell.....	195
9	Diskussion	205
10	Fazit und Ausblick	219
I	Literaturverzeichnis.....	222
II	Abbildungsverzeichnis.....	247
III	Tabellenverzeichnis.....	249
IV	Anhang.....	251

Inhaltsverzeichnis

1	EINFÜHRUNG	1
2	ANSPRECHEND ANSPRECHEN: DAS PRINZIP DER PERSONALISIERUNG	5
2.1	Multimedia Learning und Instructional Design	5
2.1.1	Was ist gemeint? – Begriffsbestimmungen.....	6
2.1.2	Wie mediale Lernangebote gestalten? – Designempfehlungen	7
2.2	Personalisierte Sprache als Designempfehlung.....	9
2.2.1	Talk to me personally! – Aber wie?	12
2.2.2	Die Kontroverse: Personalisierung – Warum eigentlich?.....	13
2.3	Aktueller Forschungsstand	14
2.3.1	Lernerfolgsbezogene Befunde.....	15
2.3.1.1	Personalisierung und Lernerfolg	15
2.3.1.2	Personalisierung, kognitive Belastung und Lernerfolg.....	18
2.3.1.3	Personalisierung und Politeness Effect	19
2.3.1.4	Grad der Personalisierung und Lernerfolg	20
2.3.2	Motivationsbezogene Befunde	22
2.3.3	Eigene empirische Vorarbeiten	25
2.3.4	Metaanalytische Befunde.....	28
2.3.5	Zusammenfassung: Forschungslücken und Implikationen	29
2.4	Theoretischer Rahmen und mögliche Erklärungsansätze	32
2.4.1	Selbstreferenz-Effekt	32
2.4.2	Media-Equation-Theory und Social Cues	34
2.4.3	Social Agency Theory.....	35
2.4.4	ARCS-Modell	37
2.4.5	Effekt stärkerer Vertrautheit.....	39
2.4.6	Cognitive Load Theory	40
2.4.7	Priming-Effekt	43
2.4.8	Zusammenfassung: Kritische Reflexion der Ansätze.....	45

2.5 Personalisierungseffekte und Einflussfaktoren	46
2.5.1 Vorwissen	46
2.5.2 Aufmerksamkeit und Relevanz.....	47
2.5.3 Zielgruppe und Thema des Lernmaterials.....	49
2.5.4 Weniger ist mehr!? – Überpersonalisierung als Seductive Detail.....	52
2.5.5 Zusammenfassung: Schlussfolgerung für die Arbeit	53
3 KLÄRUNG DER KONSTRUKTE	55
3.1 Lernen	55
3.1.1 <i>Ein</i> Begriff – <i>viele</i> Perspektiven	55
3.1.2 Zusammenfassung: Bezug zur Thematik der Arbeit.....	56
3.2 Motivation.....	57
3.2.1 Spezifizierung: Aktuelle Lernmotivation, Interesse und intrinsische Motivation	57
3.2.2 Zusammenfassung: Verwendung in dieser Arbeit	61
3.3 Emotionale Belastung	62
3.3.1 Affekt, Emotion und Stimmung.....	63
3.3.2 Zusammenfassung: Verortung im Kontext der Arbeit	65
3.4 Kognitive Belastung	66
3.4.1 Dimensionen und Indikatoren.....	67
3.4.2 Zusammenfassung: Umgang mit diesem Arbeitsbegriff	68
3.5 Wie stehen die Konstrukte zueinander?	69
4 GRAFISCHES ZWISCHENFAZIT.....	75
5 FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	79
5.1 Frage 1: Wie viel Personalisierung des Lernmaterials ist für wen förderlich?..	79
5.2 Frage 2: Ist personalisiertes Lernmaterial für jedes Thema geeignet?	82
5.3 Frage 3: Wie sind Personalisierungseffekte zu erklären?.....	86
6 STUDIE 1: PERSONALISIERUNGSGRAD UND ZIELGRUPPE	89
6.1 Design und Stichprobe	89

6.2 Methode	91
6.2.1 Ablauf der Experimente.....	91
6.2.2 Ablauf der Interviews	93
6.3 Erhebungsinstrumente.....	94
6.3.1 Erfassung der Motivation	95
6.3.2 Erfassung des Lernerfolgs.....	96
6.3.3 Erfassung des Vorwissens.....	97
6.3.4 Erfassung der kognitiven Belastung	98
6.3.5 Erfassung von Textverständnis und Sprachstil-Wirkung.....	98
6.3.6 Interviewleitfaden	99
6.4 Lernmaterial	100
6.5 Ergebnisse: Quantitative Analysen	103
6.5.1 Überprüfung der Voraussetzungen.....	103
6.5.2 Ergebnis 1: Personalisierungsgrad und Motivation	106
6.5.2.1 Deskriptive Auswertung	106
6.5.2.2 Prüfung der Hypothesen 1.1 bis 1.3.....	107
6.5.2.3 Das Wichtigste in Kürze	109
6.5.3 Ergebnis 2: Personalisierungsgrad und Lernerfolg.....	109
6.5.3.1 Deskriptive Auswertung	110
6.5.3.2 Prüfung der Hypothesen 1.4 bis 1.5.....	111
6.5.3.3 Das Wichtigste in Kürze	112
6.5.4 Ergebnis 3: Personalisierungsgrad und Zielgruppe	112
6.5.4.1 Deskriptive Auswertung	114
6.5.4.2 Prüfung der Hypothesen 2.1 bis 2.3.....	117
6.5.4.3 Das Wichtigste in Kürze	122
6.5.5 Ergebnis 4: Kontrollvariablen	122
6.6 Ergebnisse: Qualitative Analysen	126
6.6.1 Vorgehen bei der Datenauswertung	126
6.6.2 Resultate der Inhaltsanalyse	128
7 STUDIE 2: PERSONALISIERUNG UND THEMA	145
7.1 Vorstudie.....	145
7.2 Design und Stichprobe	146

7.3 Methode	148
7.3.1 Ablauf der Experimente	148
7.3.2 Ablauf der Interviews	149
7.4 Erfasste Variablen.....	150
7.4.1 Motivation und Lernerfolg	150
7.4.2 Emotionale Belastung und kognitive Belastung.....	152
7.4.3 Wirkung des Sprachstils.....	154
7.4.4 Kontrollvariablen	158
7.5 Lernmaterialien	159
7.6 Ergebnisse: Quantitative Analysen	162
7.6.1 Überprüfung der Voraussetzungen.....	162
7.6.2 Ergebnis 1: Personalisierung und Thema	166
7.6.2.1 Deskriptive Auswertung	166
7.6.2.2 Prüfung der Hypothesen 3.1 bis 3.3.....	168
7.6.2.3 Das Wichtigste in Kürze	172
7.6.3 Ergebnis 2: Analyse der Pfadmodelle	173
7.6.3.1 Emotional Load als möglicher Mediator	174
7.6.3.2 Cognitive Load als möglicher Mediator.....	176
7.6.3.3 Das Wichtigste in Kürze	179
7.6.4 Ergebnis 3: Wirkung des Sprachstils.....	179
7.7 Ergebnisse: Qualitative Analysen	182
8 EIN MEHRDIMENSIONALES ERKLÄRUNGSMODELL	195
8.1 Beschreibung.....	195
8.2 Modifikation.....	198
9 DISKUSSION	205
9.1 Erkenntnisgewinn: Empirische und praktische Implikationen	205
9.2 Limitationen: Theoretische und methodische Implikationen	212
10 FAZIT UND AUSBLICK	219

I	LITERATURVERZEICHNIS.....	222
II	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	247
III	TABELLENVERZEICHNIS	249
IV	ANHANG	251

