



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Urbane Legenden –

Kenntnisse und Empfänglichkeit bei Wiener Studenten“

Verfasserin

Daniela Heffeter

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

(Mag.rer.soc.oec.)

Wien, 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A121

Studienrichtung lt. Studienblatt: Soziologie (sozial-/wirtschaftsw. Stud.)

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Josef Hörl



## **Danksagung**

Im Laufe meines Studiums und vor allem während des Schreibens dieser Diplomarbeit sind mir viele Personen zur Seite gestanden, ohne die ich es nie so weit geschafft hätte.

In diesem Sinne danke ich dem Betreuer meiner Diplomarbeit Univ.-Prof. Dr. Josef Hörl für seine Unterstützung während der gesamten Entstehungszeit dieser Diplomarbeit. Des Weiteren möchte ich meinen Eltern danken, die mir überhaupt erst die Möglichkeit zu studieren gegeben haben und mir immer eine Stütze waren. Im gleichen Maße bedanke ich mich bei meiner älteren Schwester Petra, welche mich vom ersten Tag meines Studiums an immer wieder motiviert hat und mir stets mit Rat und Tat zur Seite gestanden ist.

Mein besonderer Dank gilt meinem Lebensgefährten Christoph, der mir mit seinen Worten und seiner Liebe immer wieder geholfen hat, die Kraft zu finden, die ich für diese Arbeit gebraucht habe.

Zu guter Letzt möchte ich mich hiermit bei meiner gesamten Familie, bei Freunden und Bekannten bedanken, die mir im Zuge meines Studiums und vor allem bei meiner Diplomarbeit geholfen haben, in dem sie mir praktisch, seelisch oder moralisch beigestanden sind.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Zusammenfassung</b> .....	<b>1</b>
1.1. Zusammenfassung (deutsch).....	1
1.2. Abstract (english).....	1
<b>2. Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Urbane Legenden</b> .....	<b>5</b>
3.1. Erzählformen.....	5
3.1.1. Sagen und Mythos.....	5
3.1.2. Sagen und Märchen.....	6
3.1.3. Sagen und Aberglaube.....	9
3.2. Der Begriff „urbane Legende“.....	11
3.3. Klassische und moderne Sagen.....	15
3.4. Entwicklung und Anspruch der modernen Erzählforschung.....	23
3.5. Entstehung von urbanen Legenden.....	25
3.6. Verbreitung von urbanen Legenden.....	27
3.6.1. Hoax.....	29
3.6.2. Zeitungsenten.....	29
<b>4. Empirischer Teil</b> .....	<b>31</b>
4.1. Vorgegebene urbane Legenden.....	31
4.1.1. Die Angst vor der Entwicklung der Technik.....	32
4.1.2. Angst vor dem Einfluss von Werbung.....	33
4.1.3. Die Zerstörung oder Misshandlung von Natur und Leben.....	34
4.1.4. Das Magische oder unerklärte Phänomene.....	35
4.1.5. Die moderne Natursage.....	37
4.1.6. Die Verschwörung der Mächtigen.....	39
4.2. Fragestellung und Hypothesen.....	41
4.2.1. Empfänglichkeit für urbane Legenden.....	41
4.2.2. Geschlecht.....	42
4.2.3. Herkunft (Stadt – Land).....	43
4.2.4. Zwischenmenschliches Vertrauen.....	44
4.2.5. Studienrichtung.....	45
4.2.6. Interesse an Spannung und Grusel.....	46
4.2.7. Quelle der Verbreitung.....	47

4.3.	<i>Methodik</i> .....	49
4.3.1.	Der Fragebogen.....	49
4.4.	<i>Die Stichprobe</i> .....	55
4.5.	<i>Hypothesentestung</i> .....	57
4.5.1.	Empfänglichkeit für urbane Legenden.....	57
4.5.2.	Geschlecht.....	61
4.5.3.	Herkunft (Stadt – Land).....	66
4.5.4.	Zwischenmenschliches Vertrauen.....	70
4.5.5.	Studienrichtung.....	80
4.5.6.	Interesse an Spannung und Grusel.....	83
4.5.7.	Quelle der Verbreitung.....	84
4.6.	<i>Weitere Ergebnisse</i> .....	103
<b>5.</b>	<b>Schlussfolgerungen</b> .....	<b>105</b>
<b>6.</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>109</b>
6.1.	<i>Urbane Legenden</i> .....	109
6.1.1.	Das entführte Mädchen im Ikea.....	109
6.1.2.	Die Ratte in der Pizza.....	109
6.1.3.	Kidnapping in Marokko.....	110
6.1.4.	Die Großmutter im Carepaket.....	110
6.1.5.	Die letzte Lieferung.....	111
6.1.6.	Die abgetrennte Hand.....	111
6.1.7.	Die gestohlene Schwiegermutter.....	112
6.2.	<i>Fragebogen</i> .....	113
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>123</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>129</b>
	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>131</b>
	<b>Lebenslauf</b> .....	<b>135</b>

*Sämtliche in dieser Diplomarbeit verwendete personenbezogene Begriffe und Funktionsbezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen und in der jeweils geschlechtsspezifischen Form zu verwenden.*







# **1. Zusammenfassung**

## **1.1. Zusammenfassung (deutsch)**

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit unterschiedlichen Faktoren, welche die Empfänglichkeit für urbane Legenden beeinflussen könnten. Es werden mehrere soziale und psychologische Konstrukte, wie das Geschlecht, die Herkunft (urban oder ländlich), das zwischenmenschliche Vertrauen, die Studienrichtung, das Interesse für Spannung und Grusel und die Quelle der urbanen Legenden, dahingehend untersucht, in wie fern sie einen Einfluss auf die Empfänglichkeit von Studenten für diese Art von Erzählung haben. Diese Konstrukte werden mit einem Fragebogen erhoben und die Daten anschließend mit verschiedenen multivariaten Analyseverfahren untersucht. Diese Arbeit soll dabei helfen, einen Einblick in die Bedeutsamkeit urbaner Legenden in der heutigen Gesellschaft zu liefern.

## **1.2. Abstract (english)**

Aim of this diploma thesis is to clarify the impact of diverse parameters on the receptivity of viennese students for urban legends. To this end several constructs regarding the probant's sociodemographic characteristics (sex, origin, course of study) and his/her psychological profil (interpersonal trust, interest in suspense an horror) were surveyed. These data as well as the source of the used urban legends will be statistically analysed using diverse multivariate methods. This approach will help to gain more insights into the role of urban legends in the modern society.



## 2. Einleitung

Das Erzählen von Geschichten ist ein menschliches Grundbedürfnis. Durch das Erzählen von Geschichten eignet sich der Mensch die Welt an und entwickelt so sein eigenes subjektives Weltbild. In Erzählungen aller Art spiegelt sich die jeweilige politische und wirtschaftliche Situation des Landes wider, in dem sie erzählt werden. Sie berichten somit auch einiges über den Bewusstseinszustand der Gesellschaft, in der sie zirkulieren. Dies zeigt die nicht zu unterschätzende Bedeutung von Geschichten. Sie sind nicht nur für den Menschen wichtig, sondern bieten auch ein grundlegendes Instrument für die Erforschung einer Gesellschaft.

Aus diesem Grund konzentriert sich diese Diplomarbeit auf eine Art von Geschichte, die in der heutigen Gesellschaft starke Verbreitung gefunden hat, und zwar auf die urbanen Legenden. Urbane Legenden sind zeitgenössische Geschichten, die Ekel, Humor, Angst oder andere Emotionen hervorrufen, um mit diesen, ähnlich wie früher noch das Märchen, vor allem den Zweck der Warnung zu erfüllen. Was urbane Legenden von anderen Erzählformen abhebt und sie so beliebt in unserer Gesellschaft macht, ist ihre Jedermanns-Struktur, die die Sage in das Hier und Jetzt versetzt und ihr einen hohen Wahrheitsgehalt zugesteht.

Für die Forschung ist allerdings nicht die Frage nach dem tatsächlichen Realitätsgehalt von Interesse, sondern es sind viel mehr die Prozesse und die Kontexte, aus denen urbane Legenden entstehen und sich verbreiten, die von Bedeutung sind.

Die Verbreitung urbaner Legenden findet auch heute noch überwiegend mündlich statt. Dies setzt voraus, dass die Geschichten von Menschen weitererzählt werden müssen, um nicht entweder in eine andere Erzählform zu verblenden (wie z.B. den Witz) oder vollständig zu verschwinden. Urbane Legenden sind unter der Bevölkerung aber nicht gleich stark verbreitet. Es gibt Menschen, die urbanen Legenden gegenüber empfänglicher sind, die also mehr Geschichten dieser Art kennen, sie eher glauben oder ein größeres Interesse an ihnen zeigen, als andere.

Thema dieser Arbeit ist die Frage danach, warum die Empfänglichkeit für urbane Legenden von Mensch zu Mensch so verschieden ist. Welche möglichen Faktoren haben einen Einfluss auf die Empfänglichkeit? Zu diesem Zweck wurden hier zunächst der

theoretische Hintergrund zu urbanen Legenden durchleuchtet und mögliche Konstrukte gebildet, welche die Empfänglichkeit beeinflussen könnten. Im Anschluss wurde eine Erhebung durchgeführt, um diese Konstrukte auf ihren Einfluss hin zu erforschen. Die Untersuchung soll die ersten Schritte in Richtung der Erforschung dieses bisher noch wenig untersuchten Themas machen.

## 3. Urbane Legenden

### 3.1. Erzählformen

Die Menschen haben sich schon immer Geschichten erzählt. Jede Erzählform hat ihre eigenen Charakteristika. Es gibt den Witz, den Schwank, das Märchen, den Mythos, die urbane Legende und viele andere. Umgangssprachlich werden viele der verschiedenen Erzählformen oft synonym verwendet. Eine genaue Abgrenzung ist zum Teil auch wirklich schwierig, da sie zumeist zumindest teilweise miteinander verbunden sind. Des Weiteren kennt jede Kultur ihre eigenen Erzählformen, die wiederum eine andere Charakteristik haben, als sie bei uns bekannt sind. Darum wird hier zunächst auf die Begriffsabgrenzungen zwischen den einzelnen Erzähltypen eingegangen, bevor der Begriff urbane Legende näher behandelt wird.

#### 3.1.1. Sagen und Mythos

Mythen sind Erzählungen, die die geheimnisvolle Beziehung zwischen dem Menschen und dem „Übernatürlichen“ darstellen. Doch sind es nicht einfach „Göttererzählungen“, sondern Geschichten, welche das Zusammenspiel menschlicher und göttlicher Weltsphäre zum Ausdruck bringt:

*„Ob von Gottheiten ausdrücklich die Rede ist oder nicht, ob von ausgesprochen menschlichen Verhältnissen oder mehr von einem Ausschnitt der Natur, die ins menschliche Sein hineinragt: immer lässt sich der Grundzug erkennen, dass Mythen die Bezogenheit des Menschlichen auf ein Unsinnlich-Göttliches in Form einer Erzählung auszudrücken bemüht ist.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.6: 720)*

Brunvand sieht den Zusammenhang zwischen Mythen und Sagen bzw. Legenden vor allem darin, dass beide – zumindest vom Erzähler – für wahr gehalten werden:

*„Legends, the second large category of traditional prose narratives, resemble myths in that they are stories regarded by their tellers as true,*

*despite being partly based on traditional motifs or concepts.“ (1998: 196)*

Sagen und Mythen unterscheiden sich allerdings dahingehend, dass, im Gegensatz zu Mythen, Sagen generell profan sind und in der näheren Vergangenheit stattgefunden haben, was bei Mythen nicht der Fall ist.

Des Weiteren erfüllen Sagen und Mythen unterschiedliche Aufgaben. So wie Mythen in früheren Kulturen den Zweck erfüllten religiöse Riten zu bestätigen, so haben Sagen in modernen Gesellschaften die Funktion Aberglaube und andere traditionelle Glauben für gültig zu erklären (vgl. Brunvand 1998).

### **3.1.2. Sagen und Märchen**

*„Das Märchen ist das Kind des Mythos, gezeugt aber von ihm erst im Tode oder nach Tode.“ (Lüthi 1996: 63, zit. nach Hackl 2007: 63)*

Sagen können mitunter ihren Ursprung im Märchen haben. Sie sind also kein Phänomen der Neuzeit. Die Botschaft ist die Gleiche und richtet sich nicht selten an die Eltern. So zum Beispiel die Geschichte von dem Mädchen, das angeblich im Jahr 2000 in Deutschland in einem Möbelhaus entführt und fast verschleppt worden sein soll (vollständige Legende: s. Anhang). Diese moderne Sage ist in den 50er Jahren zum ersten Mal aufgetaucht und wurde in Tennessee (USA) sogar zu einer Zeitungsentee, denn sie ist nie passiert. Diese urbane Legende hat ihren Ursprung im Märchen „Hänsel und Gretel“. Die Botschaft ist bei beiden ähnlich: „Lasst eure Kinder nicht allein!“ (vgl. „Schau dich schlau“ 16.09.2007).

Generell gibt es aber einige entscheidende Unterschiede zwischen Sagen und Märchen. Die Gebrüder Grimm waren wohl die Ersten, die sich mit diesem Bereich beschäftigten. Grund für diese differenzierende Auseinandersetzung war ein Anwachsen der Sagen/Märchen-Literatur in dieser Zeit durch das Bekanntwerden der eigenartigen Sagenliteratur Islands und Norwegens und die Herausgabe der zwei Bände Deutscher Sagen von den Gebrüdern Grimm. Die Gebrüder Grimm machten den Unterschied zwischen den beiden Erzählformen am Kriterium der Geschichtlichkeit fest:

*„Das Märchen ist poetischer, die Sage historischer“ (Grimm 1816; zit. nach Ranke 2003/4, Bd. 11: 1018).*

Es sei allerdings anzumerken, dass sie damit nicht primär die Historizität der Berichte meinten, sondern vielmehr einfach nur, dass sie sich auf Geschehnisse der Vergangenheit beziehen. Sie stellen also die Begebenheiten unter denen die jeweilige Erzählung stattfindet in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen. Das Märchen versetzt seine Geschichte in eine Welt, die unabhängig von den äußeren Gegebenheiten, vom Menschen und der Zeit existiert. Es findet in seiner ganz eigenen Welt statt. Die Sage hingegen knüpft in gewisser Weise an bestimmte historische Ereignisse, an die Zeit und das Geschehen rundherum an. Sie kennt das „heute noch“ und knüpft immer an die Gegenwart an. Die Sage existiert also in einer Abhängigkeit zum jeweiligen Hier und Jetzt.

Generell ist in der Sage ist die Bindung an Glauben und Wissen vorrangig, während im Märchen die erzählerische Komposition im Vordergrund steht. So wird das Ungewöhnliche, Außerordentliche und Wunderbare in der Sage als solches betont, im Märchen hingegen wird es als selbstverständlich angesehen. Die Sage trennt scharf zwischen profaner und numinoser Welt, das Märchen hingegen lässt die beiden Welten ineinander verschwimmen.

Des Weiteren sind die Handlungsträger in Sagen meist ganz bestimmte bzw. dem Zuhörer bekannte Personen (mein Nachbar etc.) oder im Fall von anonymen Handlungsträgern ist es immer „einer von uns“, also der jetzigen Gesellschaft. Im Märchen hingegen sind die Handlungsträger meist namen- und zeitlos (z.B. der König, die Prinzessin).

Rein formal weist das Märchen als Erzählform meist eine komplexe Struktur auf und ist weit länger als die häufig nur kurze Sage, die leicht merkbar sein soll. Außerdem besitzen Märchen eine charakteristische Sprache (z.B. „Es war einmal...“) und typische Handlungsträger (z.B. die gute Fee, die böse Stiefmutter, die Prinzessin etc.), wodurch sie sich leicht als bewusste Dichtung erkennen lassen. Sagen wiederum lassen sich nur viel schwieriger als Dichtung erkennen, da sie eine viel kompliziertere Charakteristik als Märchen aufweisen. Dies zeigt einen wichtigen Unterschied zwischen Sagen und Märchen. Sagen erheben den Anspruch wahr zu sein, während Märchen sich von vornherein der Dichtung zugehörig bekennen.

Auch inhaltlich unterscheiden sich Sagen oft vom Märchen, da Sagen meist einen lehrhaften, mahnenden oder warnenden Charakter auf weisen:

*„...sie [die Sage; d. Verf.] verfolgt nicht nur einen unterhaltenden Zweck, sondern den, zu belehren, mahnen, warnen und zu erklären. Durch all dies unterscheidet sich die Sage vom Märchen.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 871f.)*

Sowohl bei der Sage als auch beim Märchen steht aber das Geschehen vor dem Handeln. Selbst wenn eine Sage an eine historische Person angeknüpft wird, so wird das jeweilige Handeln der Person an das Geschehen angepasst. Die Geschichte ist bedeutsamer als die Handlungen der einzelnen Personen.

*„Das geht soweit, daß die historischen Personen, wenn sie in den Sagenzusammenhang eingehen, aus dem wirklichen historischen Zusammenhang ihrer Taten gelöst, in der Hauptsache das örtliche Sein und Geschehen gleichsam dekorieren.“ (Meyer 1891:17f.; zit. nach Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 873)*

Die Erzählung geschichtlicher Vorgänge als solche gilt allerdings nicht als Aufgabe der Sage und wird von ihr auch nicht angestrebt.

Ein weiteres Charakteristikum des Märchens ist das meist gute Ende, während die Sage oft einen schlechten Ausgang hat. Das Märchen hat also ein optimistisch geprägtes Weltbild, in dem das Böse schlussendlich vernichtet und aus der Welt verbannt wird. Die Sage hingegen ist grundlegend pessimistisch. Der Mensch ist dem Bösen in den verschiedenen Formen schutzlos ausgeliefert. So ist auch die Rache oder Verschwörung der Mächtigen nicht selten Teil der Sage.

Die positive bzw. negative Einstellung der beiden Erzählformen spiegelt sich auch darin wieder, dass zum Beispiel Furchtlosigkeit im Märchen bewundert und belohnt wird, in der Sage wiederum dominiert die Angst. Die Sage hat auch keine Helden wie sie im Märchen der Fall sind.



Ranke (2003/4, Bd. 11: 1020) sieht noch weit mehr Unterschiede: Er unterscheidet das Märchen und die Sage anhand ihrer Morphologie, des Inhaltes, des Weltbilds, der Zeitauffassung, der Glaubwürdigkeit, der psychologischen Ebenen und der Sozialauffassung.

### 3.1.3. Sagen und Aberglaube

Sagen hängen immer auch mit Aberglauben zusammen. Durch die enge Verknüpfung von Glaube und Handlung, müssen ansonsten selbstständig zu betrachtende Quellengruppen wie eben die Sage, aber auch zum Beispiel die Volksmedizin und andere in den Bereich des Aberglaubens miteinbezogen werden (Daxelmüller 1986: XXII f.).

In der Sage sieht Hoffmann-Krayer (1927, zit. nach Daxelmüller 1986) ein wichtiges Zeugnis zur Erschließung historischer (Aber-)glaubensformen. Die Sage findet bei ihm den Ausdruck „absoluten Aberglaubens“, welcher sich auf Anschauungen über den Menschen, die Natur und die übernatürlichen Wesen bezieht (vgl. Daxelmüller 1986: XXII). Manchmal wird die Sage aber auch „dramatisierter Aberglaube“ genannt (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 875). Bächtold-Stäubli sieht die Sagen als mögliche Quelle für den Aberglauben:

*„Für das Studium des Aberglaubens liegt die Bedeutung der Volkssagen natürlich eben in jenen hervorstechenden Anschauungen, welche sich in den Vorstellungen von übersinnlichen Wesenheiten und Kräften und Vorgängen und Vorfällen verdichtet haben und welche oft in abergläubischen Ideen und Bräuchen haften geblieben sind.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 874)*

Sagen beinhalten immer einen Rückstand abergläubischer Vorstellungen, da sie dazu dienen das Unbekannte und Unerklärte zu begründen. Daher sind vor allem ältere Sagen überwiegend Naturdeutungen mit denen seltsame Erscheinungen oder deren Verschwinden bzw. Aufhören erklärt werden sollen. Doch auch in modernen Sagen wird diese Thematik immer wieder aufgegriffen wie zum Beispiel bei der urbanen Legende zu den Kornkreisen (vgl. Kap. 3.1.4). Nicht selten gehen Sagen aus den bereits gefügten Formen des Aberglaubens hervor oder benützen eine solche, um den Stoff zur Sage zu formen. (vgl.

Bächtold-Stäubli 1927). Das heißt, dass sich einerseits eine Sage aus Aberglauben, aber sich andererseits auch Aberglaube aus einer Sage entwickeln kann.

### **3.2. Der Begriff „urbane Legende“**

Legenden lassen sich in verschiedene Sagenkreise oder -gruppen, die sich auf eine Person, ein Ereignis oder Thema beziehen, zusammenfassen. Die Klassifikation der Legenden stellte jedoch schon immer ein schwieriges Unterfangen dar. Brunvand (1998:198) schlug folgende Kategorien vor: 1) Sagen mit religiösen Themen, 2) Beschreibung übernatürlicher Phänomene, 3) Anekdoten zu individuellen Personen, 4) Legenden, die sich auf Orte und deren Geschichte beziehen und 5) urbane Legenden. Eine etwas abgewandelte Form der Klassifizierung von Sagen findet sich bei Ranke (2003/4). Er unterscheidet folgende Gruppen: 1) Sagen von übernatürlichen Wesen, 2) so genannte dämonologische oder abergläubische (mythische) Sagen, auch Glaubenssagen genannt, 3) die geschichtlichen Sagen, welche sich im Inhalt auf historische Personen und Ereignisse konzentrieren, 4) die ätiologischen Sagen (früher auch Natursagen genannt) und schließlich 5) die Lokal- und Stadtsagen, auch Wandersagen genannt (vgl. Ranke 2003/4: 1019f.).

Der Begriff „urban legend“ stammt ursprünglich aus dem Englischen und wurde von dem amerikanischen Folkloristen Jan Harold Brunvand in den achtziger Jahren geprägt. Der Begriff findet bei ihm Verwendung, um die modernen Sagen zu beschreiben. Er begründet diesen Begriff damit, dass moderne Sagen sich seiner Meinung nach von den traditionellen Volkssagen darin unterscheiden, dass die Volkssagen eher in bäuerlich-ländlicher Lebenswelt zu Hause angesiedelt gewesen seien, die modernen Sagen aber eher im städtischen, also urbanen, Umfeld entstehen (Brednich 1994:12). „Urban legends“ werden unter anderem auch als moderne Legende, moderne Folklore, moderne Sage (Brednich 1990), Großstadtmythos oder Wandersage (Röhrich 1990) übersetzt. Die urbane Legende findet immer in einem zeitgenössischen Umfeld statt. Die Verbreitung moderner Sagenstoffe bleibt aber nicht auf Städte oder Großstädte beschränkt. Wichtiger als der Aspekt der Verbreitung ist für die moderne Sage, der Aspekt der Glaubwürdigkeit, weshalb sie eine Zeit lang auch „Glaubenssage“ genannt wurde. Auch der Begriff „modern“ darf hier nur im Sinne von aktuell oder zeitgenössisch verstanden werden (Brednich 1994:12f.).

Die urbane Legende wird wie eine Geschichte erzählt, die tatsächlich jemandem passiert ist. Brunvand nennt drei Gründe für ihre Popularität:

*„Urban legends (also called „contemporary legends“ and „modern legends“) typically have three good reasons for their popularity: a suspenseful or humorous story line, an element of actual belief, and a warning or moral that is either stated or implied.“ (1998: 205)*

Die urbane Legende findet bei Brednich den Begriff „moderne Sage“. Er rechnet sie somit der Gattung der Sagen zu. Die Sage ist ein heuristischer Gattungsbegriff, ähnlich wie Märchen oder Schwank, und gilt somit für zum Teil höchst Verschiedenartiges zugleich. Eine Definition kann dieser Vielfalt kaum gerecht werden (vgl. Ranke 2003/4). Dennoch finden sich viele Versuche von Begriffsabklärungen.

Der Begriff „Sage“ wurde von den Gebrüdern Grimm durch ihr zweibändiges Werk „Deutsche Sagen“ (1816-18) geprägt. Sie definierten die Sage als

*„kunde von ereignissen der vergangenheit, welche einer historischen beglaubigung entbehrt. (...) [Sie hat den Rang von; d. Verf.] naiver geschichtserzählung und überlieferung (...) die bei ihrer wanderung von geschlecht zu geschlecht durch das dichterische Vermögen des volksgemüthes umgestaltet wurde.“ (Grimm, DWb. 8 1893; zit. nach Ranke 2003/4, Bd.11:1018)*

Die Quellen, die von den Gebrüdern Grimm verwendet wurden, waren schriftlicher und vielfach literarischer Natur. Bei den mündlichen Überlieferungen war die übliche volkstümliche Bezeichnung für dieses Genre „Alte Wahrheiten“ oder einfach nur „Wahrheiten“. Diese Begriffe zeigen, dass Sagen populäres Wissensgut darstellten und für wahr gehaltene Ereignis- und Erlebnisberichte beinhalteten.

Brednich hingegen definiert die Sage wie folgt:

*„Unter Sagen verstehen wir mündlich überlieferte Erzählungen und Berichte von außergewöhnlichen Erlebnissen oder Erscheinungen, die mit dem Anspruch auf Glaubwürdigkeit erzählt werden.“ (Brednich 1990:6)*

Eine etwas andere Definition der Sage findet sich wiederum im Handwörterbuch des Deutschen Aberglaubens:

*„Nach Begriff und Sprachgebrauch ist die Sage eine Erzählung mit einem starken Einschlag von sonderbaren über die sinnliche Wirklichkeit hinausweisenden Begebenheiten, die jedoch in der Regel ihren Geschehensboden und unmittelbaren Ansatzpunkt in der nahe liegenden Lebenswirklichkeit oder in der Geschichte haben.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 871)*

Die Sage ist somit laut dieser Definition an einen bestimmten Ort, eine bestimmte Zeit und an bestimmte Handlungsträger gebunden. Moderne Sagen definieren sich aber vor allem auch durch ihre Unterschiede zu den klassischen Sagen.



### **3.3. Klassische und moderne Sagen**

Früher stand der Mensch seiner Umwelt und den Phänomenen der Natur wissenschaftslos gegenüber. Er versuchte sich diese Welt durch Mythen erklärbar zu machen. Im Laufe der Zeit haben sich diese Mythen mit dem Fortschritt der Technik weiterentwickelt. So entstanden neben den klassischen, auch die modernen Mythen, zu denen auch die Großstadtmythen, also die urbanen Legenden zählen (vgl. Hackl 2007: 50). Die Strukturen der klassischen Sagen tauchen oft in aktualisierter Form in den modernen Sagen wieder auf; sie liegen der modernen Sage zugrunde.

Für Brednich (1990) liegt der Unterschied zwischen modernen und älteren Sagen darin, dass ältere Sagen, meist die Begegnung des Menschen mit übernatürlichen Wesen, die Verletzung von Tabus oder die Erklärung auffälliger Naturerscheinungen behandeln. In den traditionellen Sagen stand also oft noch das Numinose und Magische im Blickfeld (Röhrich 1990:8). Die Hauptthemen der alten Sagen waren Schuld und Sühne. In diesen Geschichten wurden die Handlungsträger bei einer Abweichung von den traditionellen, gesellschaftlichen Normen zumeist von dämonischen Gestalten heimgesucht. So hatte zum Beispiel der dämonische Rattenfänger von Hameln die Aufgabe den Wortbruch des städtischen Rates durch die Entführung der Kinder zu bestrafen (Brednich 1994:8). Nur in seltenen Fällen traten die dämonischen Wesen nicht als Bestrafer sondern als Helfer auf.

Im Gegensatz dazu, wird die moderne Sage nur noch selten vom Übernatürlichen berührt. Im Zentrum stehen das Natürliche und die Bedrohung des Menschen durch den Menschen, nicht mehr durch übernatürliche Wesen. Dadurch wird die urbane Legende auch glaubwürdiger für den modernen Menschen. Die Sage passt sich sozusagen der Gesellschaft an, um den Aspekt der Glaubwürdigkeit zu wahren. Die Tabu-Verletzungen spielen in den modernen Sagen zwar noch immer eine Rolle, allerdings eine andere als in den klassischen Sagen. So geht es heute vor allem um die Verletzung gesellschaftlicher Normen, wie zum Beispiel jener hinsichtlich Sauberkeit und Hygiene. Dieses Thema wird häufig in urbanen Legenden über Fast-Food-Ketten oder internationale Restaurants aufgegriffen wie beispielsweise bei der „Ratte in der Pizza“. In diesem Großstadtmythos wurde in einer Pizzeria Rattenfleisch als Auflage für die Pizzas verwendet (vollständige Sage s. Anhang). Im Mittelpunkt vieler moderner Sagen steht auch die Technik. Viele urbane Legenden haben sich an und aus der Technik entwickelt, wie zum Beispiel die

urbane Legende zum „Haustier in der Mikrowelle“, welche auch für die angeschlossene Erhebung verwendet wurde (s. Kap. 3.1.1).

Ältere Sagen, vor allem historische Volkssagen zum Beispiel über den Schimmelreiter, Rübezahl und viele andere, sind uns zwar auch heute noch gut vertraut, doch werden sie inzwischen meist nur noch durch Schauspielen und Opern oder in schriftlicher Form aus Lesebüchern und durch Balladen verbreitet. Sie haben sich zu literarischen Bildungsgut entwickelt. Für den modernen, westlichen Menschen haben diese Geschichten ihre Glaubwürdigkeit verloren.

Nach Brednich sind die Gemeinsamkeiten zwischen der modernen Sage und den historischen Volkssagen nur noch formaler oder struktureller Natur:

*„Die Geschichten werden vorwiegend von Mund zu Mund weitergegeben mit dem Anspruch, daß das Erzählte wahr sei, weil es Zeugen dafür gibt, daß sich das Erzählte so und nicht anders ereignet hat. Und noch immer ist es das Unberechenbare, Angsteinflößende und Lebensbedrohende, was die Faszination der Gattung Sage ausmacht.“ (1994:10)*

Röhrich (1990:8) sieht die Gemeinsamkeit zwischen traditionellen Sagen und modernen Sagen vor allem in den „Ängsten“. Die Ängste haben sich von Kultur zu Kultur gewandelt, doch sie sind eben immer noch Ängste geblieben. Ängste sind Kollektivvorstellungen, die viele Menschen miteinander teilen. Auch Linda Dégh spricht von einer „culture of fear“ (Dégh 2001: 37; zit. nach Ranke 2003/4: 1021). Die Bedrohung kommt dabei immer von außen, von anderen, wie zum Beispiel Angst vor dem Versagen der Technik, vor tödlichen Krankheiten, vor Fremden und vielem mehr. Auch die Angst, in eine peinliche gesellschaftliche Situation zu geraten, hat eine große Anzahl an Sagen entstehen lassen. Hinter vielen dieser vordergründig dargestellten Ängste stehen meist tiefere grundsätzlichere Ängste der modernen technisierten Gesellschaft. Brunvand (1998: 211) sieht so zum Beispiel die Angst vor der Entwicklung der Technik in den modernen Sagen als Ersatz für das Übernatürliche in den traditionellen Sagen. Ängste können in den Sagen auch durch Wünsche kompensiert werden, wie es zum Beispiel in der urbanen Legende „Die gestohlene Schwiegermutter“ (Sage s. Anhang) der Fall ist. Röhrich (1990) sieht folgende Zusammenhänge dieser Sage mit den latenten Ängsten und Wünschen:



*„Im Falle der verschwundenen oder gestohlenen toten Schwiegermutter gibt es einerseits die Angst vor einer nicht antretbaren Erbschaft, Angst vor der Entdeckung eines illegalen Aktes (der Schmuggel von Leichen ist ein lange tradiertes literarisches Motiv), andererseits aber auch den uneingestanden oder latenten Wunsch, die wenig geliebte alte Frau los zu werden und zwar so, daß die Schuld einen anderen trifft.“ (Röhrich 1990: 9)*

Ein weiteres Strukturmerkmal der urbanen Legende ist das häufige Auftreten des Rachemotivs. Viele Menschen empfinden Rachegefühle, weshalb sich die Meisten mit den Rachenehmenden in modernen Sagen identifizieren können. Unser Rechtssystem erlaubt eine solche Rachenahme jedoch nicht. So kann schon allein das Erzählen von Rachegegeschichten eine sozial anerkannte Form der Entlastung von diesen Gefühlen darstellen (vgl. Klintberg 1984; zit. nach Brednich 1994: 18).

Urbane Legenden richten sich oft auch gegen fremde Bevölkerungsgruppen und können somit als Waffe im Dienste der Diskriminierung, Ausgrenzung und Diffamierung verwendet werden. Sie sind in diesen Fällen Ausdruck von Vorurteilen gegenüber anderen Bevölkerungsgruppen. Ähnlich wird das Bild, das wir vom Ausland haben, durch urbane Legenden geprägt. Es gibt auffällig viele Sagen über negative Erlebnisse von Inländern im Ausland oder über fremde Kulturen. So ist es auch in der urbanen Legende „Kidnapping in Marokko“ der Fall. In dieser modernen Sage wird von einem jungen Mädchen berichtet, das auf einem Basar in Agadir entführt und nie wieder gefunden wird (vollständige Sage s. Anhang).

Viele der urbanen Legenden sind mehr oder weniger Neuerzählungen von älteren Sagen in leicht abgewandelter Form und somit nicht so „neu“ oder „modern“, wie sie sich geben, sondern kommen in regelmäßigen Abständen wieder hervor. Sie folgen älteren, manchmal geradezu archaischen Mustern und Erzählstrukturen. Durch Verlagerung des Schauplatzes in die Gegenwart und den Austausch von Requisiten (zum Beispiel vom Feuer über den Herd bis hin zur Mikrowelle) lässt sich oft ohne große Schwierigkeiten eine Modernisierung altüberlieferter Stoffe herbeiführen. Als Beispiel dafür kann die moderne Sage „Die Großmutter im Carepaket“ herangezogen werden. Diese moderne Legende berichtet von der Großmutter, deren Asche in einer Dose (aus unterschiedlichen Gründen)

zur Familie zurückgeschickt wurde. Die Familie verwechselte die Asche mit Gewürzen oder einer Nahrungsmittelergänzung und erfuhr davon erst nachdem sie die Großmutter gegessen hatten (vollständige Sage: s. Anhang). Ranke (nach Brednich 1994:79f.) hat den Kern dieser Sage bis ins Mittelalter zurückverfolgt, wo sie als Gedicht im Umlauf war. Weitere aktualisierte Formen älterer deutscher Volkssagen findet man zum Beispiel bei „Urinprobe“, „Die Mutprobe“, „Geburt im Grab“, „Die mehrfach getötete Leiche“ und vielen mehr (Brednich 1994). All diese Sagen werden durch das Phänomen verbunden, dass sie ihre traditionellen Ideen und Glaubensvorstellungen bewahren und sich gleichzeitig an die Bedingungen des gegenwärtigen Lebens anpassen können.

Urbane Legenden sind oft aber auch einfach Jedermanns-Geschichten, wodurch dem Leser leicht das Gefühl beschleicht, diese Geschichte bereits zu kennen (vgl. Röhrich 1990: 10). Es sind Erzählungen, die – egal ob wahr oder nicht – einfach wirklich geschehen sein könnten, weil sie eine realistische Situation beschreiben. Urbane Legenden sind deswegen aber keinesfalls als Aufschneider- oder Lügengeschichten zu verstehen. Sie wollen „wahre“ Geschichten sein. Manche haben den Charakter eines Gerüchts oder des Klatsches; andere erfüllen die Funktion einer Warnerzählung.

Um die Glaubwürdigkeit zu erhöhen wird dem Geschehen ein bestimmter Ort zugeschrieben und die Hauptperson als ein Bekannter eines Bekannten titulierte.

*„Die Sage haftet daher mit ihren Motiven an bestimmter Örtlichkeit, meist in der Nähe ihrer Entstehung, spielt in bestimmter Zeit und hat zu Handlungsträgern meistens bestimmte Personen.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7: 871f.)*

Alternativ kann als Quelle oft auch eine andere vertrauenswürdige Person genannt werden, zum Beispiel ein Arzt, ein Polizist etc. Wurde die Geschichte überhaupt in einer Zeitung veröffentlicht, so stellt das in den Augen vieler erst recht eine Garantie für den Wahrheitsgehalt dar. Mit der Nennung eines Zeugen soll die Garantie dafür gebracht werden, dass es sich um eine wahre Geschichte handelt. Sie wurden also als „wahre“ Geschichten gehört und als solche auch wieder weitergegeben (Brednich 1994: 20).

Des Weiteren werden Legenden vom Erzähler und seinem Auditorium als glaubwürdig erachtet, weil sie laut Linda Dégh (zit. nach Brunvand 1998:197) zwei wesentliche Realitätsaspekte beinhalten: „... *a verifabale fact combined with an illusion commonly believed to be true*’.“

Brednich sieht noch einige weitere Aspekte, die eine urbane Legende erfüllen muss, um glaubwürdig zu wirken:

*„Es müssen die Gewährspersonen benannt werden, Zeit, Ort und genaue Umstände des Ereignisses müssen bekannt sein, das Geschehene muß möglichst aktuell sein, glaubwürdig und plausibel dargestellt werden, am Ende erwartet den Hörer die Hörerin eine überraschende Wendung, eine unvorhergesehene Pointe, eine Verhaltensweise von Menschen, die man ihnen nicht zugetraut hätte, schließlich einen tragischen und auch erheiternden Ausgang.“ (Brednich 1994: 20)*

Hier ist erstmals die Bedeutung zu erkennen, die dem Erzähler bei der Verbreitung einer modernen Sage zukommt. Nicht allein die Tatsache, DASS er die Legende weitererzählt ist bedeutsam, sondern viel mehr das WIE. Jede moderne Sage lässt sich auf die von Brednich genannten Teile zurückführen. Erfüllt eine Sage einzelne dieser Aspekte nicht, ist sie auch nur von kurzer Dauer.

Der Erzähler einer Legende tendiert dazu, so viele Beweise wie möglich für die Wahrheit einer Geschichte vorzubringen. Ansonsten müsste er nämlich einen Prestigeverlust fürchten, sollte sich herausstellen, dass er eine erfundene Geschichte geglaubt hat. So sind Floskeln wie „Dies ist in unserer Nachbarschaft passiert...“ oder „Ich habe das von einem Freund von mir gehört, der jemanden kennt, dem ist das wirklich passiert!“ Zeichen für urbane Legenden, die eine höhere Glaubwürdigkeit anstreben wollen.

Des Weiteren bedient sich die moderne Sage der Mittel der Wiederholung und Übertrumpfung, um ihren Warnungen Ausdruck zu verleihen.

*„Je übertriebener und extravaganter eine Geschichte ist, desto eher scheinen die Leute sie zu glauben.“ (Watzlawik 1978:90; zit. nach Brednich 1994:17)*

Die Glaubwürdigkeit moderner Sagen ist auch deswegen so hoch, da sie ihren Ausgangspunkt in den alltäglichen Erfahrungen des modernen Lebens hat. Der Alltag des Menschen scheint in den modernen Sagen immer gefährdet. Die einfachsten und alltöglichsten Dinge werden zu etwas Lebensbedrohlichem.

Brednich fasst die Merkmale urbaner Legenden wie folgt zusammen:

*„Sie beziehen sich auf aktuelle Ereignisse und sind immer genau lokalisiert, sie nehmen ihren Ausgang von Situationen des Alltags, werden vorwiegend mündlich vermittelt, und sie werden von den Erzählern geglaubt und mit Angabe der Zeugen und entsprechender Überzeugung so weitergegeben, dass sie auch vom Zuhörern für wahr erachtet werden müssen.“ (1994:7)*

Urbane Legenden sind also mitunter dadurch zu erkennen, dass sie sowohl in der Form als auch im Inhalt stark stilisiert sind. Sie konzentrieren sich auch nur selten auf spezifische dokumentierte Fälle. Meist sind sie eher familiär und mit dem nicht rückverfolgbaren „der Freund eines Freundes“ gekennzeichnet.

Diese für moderne Sagen typische Erzählform nennt sich die FOAF – Erzählung. FOAF ist ein Akronym für „Friend of a Friend“ und wurde in diesem Zusammenhang erstmals von Brunvand (1998) geprägt. Dieser Begriff umfasst Erzählungen, die von Ereignissen berichten, die einem Freund eines Freundes passiert sind und die als wahr beteuert werden, wie zum Beispiel „Der Nachbarin meines Mechanikers ist das passiert und das stimmt wirklich!“. Diese FOAF – Erzählungen sind ein Beispiel dafür, dass das mündliche Erzählen von Sagen offensichtlich niemals aufgehört hat. Nur ihr Inhalt hat sich gemeinsam mit den gesellschaftlichen Veränderungen gewandelt.

Die modernen Sagen bilden einerseits eine Kombination aus Erschreckendem und Belustigendem, haben aber andererseits darüber hinaus auch allesamt einen ernsthaften, gesellschaftssignifikanten Hintergrund, der nicht immer nur erfreulich ist.

Aus all dem ist zu erkennen, dass urbane Legenden in der heutigen Gesellschaft zu weit mehr, als einfach nur als Unterhaltungsstoff oder harmlose, mündlich überlieferte Folklore dienen:

*„Sie sind auf so vielfältige und intensive Weise mit den Problemen unseres Alltagslebens verwoben, daß man zu dem Schluß kommen muß, sie seien Ausdruck von Ideen, Gefühlen, Befürchtungen und vor allem von Sorgen, Nöten und Ängsten der heutigen Zeit.“ (Brednich 1994:18)*

Die moderne Erzählforschung hat festgestellt, dass die Erzählung als fundamentales menschliches Grundbedürfnis auch in der heutigen Zeit nicht vernachlässigbar ist. So spielt die Sage auch heute noch eine bedeutende Rolle im menschlichen Alltag.



### **3.4. Entwicklung und Anspruch der modernen Erzählforschung**

Der Begriff „urban legend“ unterliegt der modernen Erzählforschung, welche sich im Gegensatz zur Literaturwissenschaft mit den mündlich überlieferten Traditionen der Volksliteratur beschäftigt. Die traditionelle Erzählforschung beschäftigt sich mit den von André Jolles so genannten einfachen Formen des Erzählens, den Gattungen Märchen, Sagen, Legenden, Schwanke, Anekdoten, Exempeln, Witz und vieles mehr, welche uns in der heutigen Zeit nur noch in schriftlicher Form überliefert werden, ursprünglich aber zu den mündlichen Erzählformen zählten. Mit Ausnahme des Witzes ist die mündliche Überlieferung dieser Gattungen heutzutage eher unüblich geworden. Die moderne Erzählforschung geht über die historische Erzählforschung hinaus, mit welcher die Erzählforschung normalerweise assoziiert wird. Brednich (1990:8) sieht die Aufgabe der modernen Erzählforschung darin, „*das Stadium der ‚alten Wahrheiten‘ um die Analyse der heutigen Bewusstseinsinhalte der Erzähler und der aktuellen Erzählungen [zu erweitern; d. Verf.]*“

Die moderne Erzählforschung umfasst darüber hinaus folgende Erzählgattungen: die Alltagserzählung, die Alltagsgeschichte, Arbeitserinnerungen, autobiographische Erzählungen, Familien-Erinnerungsgeschichten, Krankheitserlebnisse, Krankenhaus-erinnerungen, Reiseberichte und eben moderne Sagen. Sie befasst sich hauptsächlich mit schriftlich überlieferten Werken und analysiert diese. Mündliche Erzählungen können aufgrund ihrer Kurzlebigkeit nur bis zum Anfang des 19. Jahrhundert verfolgt werden. Für die Zeit davor können nur schriftliche Überlieferungen herangezogen werden.

Die Forschung versucht dem entgegenzuwirken, indem sie die kritische Interpretation älterer Schriften mit Hilfe neuerer Aufzeichnungen aus der oralen Überlieferung vornimmt. Weiters beschäftigt sich auch damit, wie und warum welche Sagen ausgewählt wurden, sich verbreitet haben und sich auch über lange Zeit gehalten haben.

Im Gegensatz zur traditionellen Erzählforschung, die sich nur mit dem Text an sich beschäftigt hat, behandelt die moderne Erzählforschung auch die so genannten Erzählerpersönlichkeiten, das heißt, es besteht auch ein größeres Interesse am Erzähler, seiner Kreativität, seinem sozialen Status und seinem Repertoire an Erzählung, aber auch

am Umfeld der Erzählung, also ob nur im familiären Kreis oder auch in der Öffentlichkeit erzählt wird.



### **3.5. Entstehung von urbanen Legenden**

Die Sage ist dem Wortsinn nach eine „auf mündlichem Wege weitergeleitete Kunde von etwas Vorgefallenem“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7:872). Doch nicht jeder Bericht und jede Kunde ist gleich eine Sage, sondern Erzählungen gelten nur dann als Sagen, wenn

*„die Wiedergabe der (geschehenen oder erfundenen) Tatsache mittels der volkstümlichen Anschauung von unsinnlichen und unkontrollierbaren Mächten zu einer solchen Denkung übergeleitet wird, die eine leichte Anwendung auf ähnliche Situationen gestattet.“ (Bächtold-Stäubli 1927, Bd.7:872)*

Dies kann als Grundvoraussetzung für die Entstehung einer Sage gelten. Erfüllt eine Geschichte diese Voraussetzung nicht, kann aus ihr auch keine Sage entstehen.

Wie entstehen nun aber Sagen? Wo liegt ihr Ursprung? Ob nun eine Sage wahr ist oder nicht, ist für ihre Verbreitung oft nicht von Bedeutung. Viele moderne Sagen haben sich tatsächlich ereignet, manche besitzen einen wahren Kern und andere wiederum sind reine Erfindung. Wirklichkeit und Fiktion sind oft schwer voneinander zu trennen. Wichtiger aber als die Frage nach dem Wahrheitsgehalt der modernen Sagen, ist die Frage, warum solche Geschichten gerne erzählt werden.

Viele moderne Sagen können unschwer als Verknüpfung verschiedener Erzählmotive erkannt werden, in denen einzelne Ereignisse vielleicht geglaubt werden können. Erst die Summe der Zufälle macht ein solches Ereignis insgesamt eher unwahrscheinlich. Der Ausgangspunkt solcher Sagen kann natürlich trotzdem durchaus wahr gewesen sein, doch in der endgültigen Legende ist der Einfluss durch den Erzähler nur schwer zu übersehen.

Wichtig ist bei Sagen, genauso wie bei Mythen, die Bedeutung, die einer Geschichte zukommt und die sich somit im Kollektiv durchsetzt:

*„Wann immer in einer Kultur etwas auftaucht, dessen Bedeutung wichtiger ist als seine eigentliche Funktion, entsteht daraus ein Mythos.“*

*Ob es sich dabei Götter, Helden oder Coca-Cola handelt, spielt keine Rolle.“ (Brandmeyer/ Deichsel 1991: 86; zit. nach Hackl 2007: 63)*

Ein wichtiger Herkunftsbereich der modernen Sage ist das Gerücht. Im Gegensatz zu Sagen sind Gerüchte meist ungenaue, oft fragliche mündlich erfahrene Kommunikationsinhalte, die in der Regel nur aus einer kurzen, mehrdeutigen Mitteilung besteht (Brednich 1994). Gerüchte sind auch keine Geschichten wie Sagen, sondern verbreiten nur Vermutungen. Brednich sieht einen Unterschied zwischen der Sage und dem Gerücht in der Erzählform:

*„Im Unterschied zum Gerücht besteht die Sage aus einem erzählerisch ausgestalteten Text mit einem Anfang (Berufung auf die Quelle), einem Mittelteil (Alltagssituation) und einem dramatischen gesteigerten Schluß (Pointe).“ (Brednich 1994: 24)*

Außerdem behandelt das Gerücht das Unerklärte, wohingegen die Sage Anspruch auf ihren Wahrheitsgehalt erhebt. Nicht selten wird aber durch erzählerische Ausschmückung aus einem Gerücht ein moderner Sagenstoff wie es zum Beispiel die urbane Legende über „Die letzte Lieferung“, welche auf einem Gerücht basiert, das in der Krisenzeit in Berlin nach dem Ende des Krieges entstanden ist (vollständige Sage s. Anhang). Das Gleiche kann allerdings auch umgekehrt passieren: So kann eine Sage nach einiger Zeit zu einem Gerücht verblassen.

Des Weiteren kann eine Sage auch einen literarischen Ursprung haben. Vor allem „makabere Kurzgeschichten“ eignen sich dazu, in die mündliche Überlieferung einzugehen und so als Sage verbreitet zu werden (Brednich 1994: 26).

Viele Sagen gleichen in ihrer Erzählstruktur allerdings auch Witzgeschichten. Beide sind kurze Erzählungen (zum Lachen), die in einer Pointe gipfeln. Der Witz beansprucht jedoch im Gegensatz zur Sage nicht wahr zu sein. Umgekehrt mögen vielleicht auch manche moderne Sagen nach längerer Umlaufzeit an Glaubwürdigkeit verloren haben und schließlich nur noch in Witzform weitererzählt worden sein.

### **3.6. Verbreitung von urbanen Legenden**

Durch das Erzählen von Geschichten befriedigt der Mensch ein Grundbedürfnis. Er schafft sich damit aber zugleich auch sein eigenes subjektives Weltbild. Der Inhalt moderner Sagen entspricht somit den vorgefassten Meinungen der Menschen über das Dasein. Sie zeigen also mitunter die Glaubensvorstellungen und Werturteile unserer Zeit. Die moderne Sage kann demnach, wie jede andere Erzählung auch, keine absoluten Wahrheiten vermitteln, sondern nur subjektive Wirklichkeitsauffassungen widerspiegeln.

Ob moderne Sagen nun wahr oder erdichtet sind, ist darum oft schwierig zu sagen. So hat zum Beispiel bereits Ranke eine Sage als eine „*Erzählung von einem sonderbaren Erlebnis, das geglaubt und für wahr gehalten wird*“ (vgl. Ranke 1935, zit. nach Brednich, 1990, S.5), definiert. In der Regel ist es auch unmöglich die Sage bis zu ihrer Quelle hin zurückzuverfolgen. Manche urbane Legenden können bei näherer Betrachtung aufgrund von Ungereimtheiten als Dichtung angesehen werden, bei anderen ist diese Zuteilung nicht immer so eindeutig. Ob nun eine Sage tatsächlich wahr ist oder nicht, ist allerdings für die Sage selbst (wenn jedoch vielleicht für der Erzähler oder den Zuhörer) auch nicht wirklich bedeutsam. Wichtig ist nur, dass sie für wahr gehalten wird und das Interesse zum Weitererzählen weckt:

*„Es ist eine Tatsache, dass sie Interesse weckt und von Mund zu Mund, von Land zu Land mit einem im Großen und Ganzen gleichen Handlungsmuster weitergereicht wird, selbst wenn sich die Details ständig ändern.“ (Klintberg 1990:13)*

Dies ist nämlich eine der Grundvoraussetzungen für die Verbreitung einer Sage. Man kann oft überhaupt nicht mit Sicherheit sagen, ob es sich bei diesen Legenden um wahre Geschichten handelt. Sicher ist nur, dass sie geglaubt werden, der Realitätswert bleibt jedoch meist im Dunkeln. Wichtig für Verbreitung einer urbanen Legende ist, dass sie eine einfache Struktur besitzt, die bewirkt, dass sie leicht zu behalten ist und sich gut erzählen lässt.

Die urbane Legende besitzt eine außergewöhnliche Wanderfähigkeit. Sie ziehen umher und verbreiten sich so nicht nur regional, sondern wandern schnell um die ganze Welt.

Bereits Linda Dégh, welche als Erste Textanalysen moderner Sagen vornahm, erkannte wie schnell sich die gleiche Sage von einem Kontinent auf den anderen ausbreitete. Trotzdem wurde von den Erzählern in jedem einzelnen Fall felsenfest behauptet, dass sich die einzelne Geschichte erst kürzlich im eigenen Bekannten- oder Freundeskreis tatsächlich zugetragen hatte (vgl. Brednich 1994:12f.). Als Beispiel für eine solche auf der ganzen Welt verbreiteten Legende sei „Die abgetrennte Hand“ genannt (Sage s. Anhang). Diese urbane Legende entdeckte Linda Dégh zuerst in Indiana (USA). Heute ist sie auch in ganz Europa verbreitet.

Bei der Verbreitung über die Kontinente werden die Sagen adaptiert und verändern sich meist der Region entsprechend. Allein vom bloßen Weitererzählen wandeln sich die Details der Sagen fortwährend. So kann man davon ausgehen, dass alle Sagen, die auch nur im Entferntesten einen gemeinsamen Kern oder sonstige Gemeinsamkeiten aufweisen, derselben Quelle entsprungen sind. Die Sage besitzt eine außergewöhnliche Wanderfähigkeit. Allerdings besteht natürlich auch die Möglichkeit, dass mehrere ähnliche Sagen, aus eventuell ähnlichen Anlässen heraus, selbstständig entstanden sind.

So wie aber auch die Sagenstoffe wandern und sich verändern, entschwinden und neu entstehen, können auch ihre mythischen Bestandteile abgewandelt werden. So werden aus Göttern zum Beispiel Helden, oder aus drei Schicksalsgöttinnen einfach drei weiß gewandete Frauen. Auf die gleiche Weise ändern sich auch die Personen und die Örtlichkeiten je nach Region und Gegebenheiten.

Die häufigste Methode zur Verbreitung ist nach wie vor die mündliche. Immer häufiger werden urbane Legenden aber auch über die Massenmedien transportiert. Sie sind medienübergreifend. Haben früher hauptsächlich Tageszeitungen stark zu ihrer Verbreitung beigetragen, so gewinnen heute auch Fernsehen und vor allem das Internet immer mehr an Bedeutung. Die Medien erhöhen die Reichweite, das Ausmaß und die Schnelligkeit der Verbreitung enorm. Der Einfluss der Massenmedien an der Ausbreitung der modernen Sagen darf somit keinesfalls unterschätzt werden. In der Zeitung findet man sie oft in der so genannten „Katastrophen-Spalte“ (Röhrich 1990:7), die laut Statistik auch am meisten gelesen wird. Und viele der modernen Sagen sind irgendwann einmal als „wahre Geschichten“ durch die Presse gegangen (vgl. Brednich 1994:14).

Zur Verbreitung tragen mitunter auch Film, Buch und Fernsehen bei. Viele Elemente moderner Sagen finden sich immer wieder in Büchern, Kinofilmen oder TV-Serien wieder. Aber auch religiöse Predigen können zur Verbreitung moderner Mythen beitragen. So können Geschichten, welche vom Prediger nur als Beispiel erzählt wurden, beim Weitererzählen durch Vergessen der Quelle zur urbanen Legende werden (vgl. „Schau dich schlau!“ 16.09.2007).

### **3.6.1. Hoax**

Nach dem deutschen Sagenforscher Bernd Hader (vgl. „Schau dich schlau!“ 16.09.2007) werden moderne Mythen immer häufiger in Internetforen oder als E-Mail in Form von Kettenbriefen verbreitet. Diese E-Mails nennen sich Hoaxes. Es handelt sich hierbei um ein soziologisches Phänomen. Meist sind es Warnungen vor Viren, die es tatsächlich gar nicht gibt. In den E-Mails wird zur Verbreitung dieser Warnung gemahnt.

*„Internet Hoaxes sind nichts anderes als E-Mails oder über Datennetze verbreitete Nachrichten, deren Inhalte vor technisch oftmals nicht möglichen oder nicht vorhandenen Gefahren warnen sollen. Ziel dieser Hoaxes ist es dabei, technisch nicht versierte Computernutzer zu verunsichern, zu einer bestimmten Reaktion zu bewegen oder gar in Panik zu versetzen.“ (Fuhs 1998)*

Hoaxes können allerdings auch erheblichen Schaden anrichten, da sie die Menschen verunsichern und Arbeitszeit kosten.

### **3.6.2. Zeitungsenten**

Es geschieht immer wieder, dass Journalisten modernen Sagen so zu sagen „auf dem Leim gehen“ und diese dann als wahre Nachrichten in die Zeitung setzen. Solche willkürlich oder unwillkürlich entstandenen Falschmeldungen in Zeitungen werden Zeitungsenten, seltener auch „Zeitungssagen“, genannt (Mayer 1998: 15). Sie können als eine Art der urbanen Legenden betrachtet werden, welche sich auf die Zeitung Verbreitungsmedium beschränkt sind. Dass eine solche Zeitungsenten allerdings per Zufall entsteht, ist eher eine Seltenheit. Meist haben sie einen Erschaffer, der gezielt falsche Geschichten mit Hilfe

moderner Technik wie Internet, Computer und Video zu erschaffen und zu verbreiten. Die Motivation liegt also in der gezielten Täuschung von Journalisten, Redakteuren und Lesern. Oft soll damit auch vor zu großer Mediengläubigkeit gewarnt werden (vgl. Mayer 1998: 17f.).

Genau in dieser Motivation unterscheiden sich urbane Legenden und Zeitungsenten. Haben die modernen Sagen die Funktion den Bedarf an Magischen und Numinosen zu erfüllen, so wollen Zeitungsenten an sich nur die Medien herausfordern und gezielt in die Irre leiten. Oft ist die tatsächliche Trennung der beiden Meldungstypen faktisch fast nicht durchführbar, da der genaue Entstehungsprozess nicht immer bekannt bzw. völlig nachvollziehbar ist.

## **4. Empirischer Teil**

Die vorliegende Untersuchung setzte sich zum Ziel, verschiedene Einflussfaktoren zu überprüfen, die die Empfänglichkeit für urbane Legenden beeinflussen können. Zu diesem Zweck wurden verschiedene urbane Legenden in einem schriftlichen Fragebogen dargeboten und anschließend einzelne soziale Konstrukte erhoben. Die Konstrukte sollen dann im Anschluss auf ihren Einfluss auf die Empfänglichkeit für diese urbanen Legenden getestet werden.

Zunächst werden hier nun die einzelnen im Fragebogen verwendeten urbanen Legenden beschrieben. Im Anschluss werden die verschiedenen Konstrukte, von denen angenommen wurde, dass sie zum Glauben an urbane Legenden beitragen können, geschildert. Weiters wird die Methodik der Erhebung dargestellt und zum Abschluss die Ergebnisse der Forschung präsentiert.

### **4.1. *Vorgegebene urbane Legenden***

Jede Sage und Legende lässt eine Vielzahl an Interpretationsmöglichkeiten zu. Es gibt nicht nur eine einzige richtige Deutung. Zu diesem Zweck sind Sagen typischerweise sehr allgemein gehalten, um jeder Person ihre eigene Interpretation zu ermöglichen. Die Reaktion auf eine Sage ist also immer abhängig von verschiedenen Faktoren, wie zum Beispiel die Erzählsituation, das Verhältnis zum Erzähler, frühere Erfahrungen des Zuhörers mit dem Inhalt der Geschichte und vieles mehr.

In dieser Untersuchung soll versucht werden verschiedene Bereiche der modernen Sagen abzudecken. Deswegen wurden die unterschiedlichen Sagen zu folgenden Themenbereichen ausgewählt: Angst vor der Entwicklung der Technik, Angst vor dem Einfluss von Werbung, die Zerstörung oder Misshandlung von Natur und Leben, das Magische oder unerklärte Phänomene, die moderne Natursage und die Verschwörung der Mächtigen.

#### 4.1.1. Die Angst vor der Entwicklung der Technik

Viele urbane Legenden drücken Angstphantasien oder im Gegensatz dazu Wunschdenken aus. Die modernen Sagen sind gefüllt mit dem, was uns Menschen Unruhe und Sorgen bereitet. So behandeln viele moderne Sagen zum Beispiel die Angst vor der weiteren Entwicklung der Technik oder die Angst vor dem Fremden und zeigen „*unsere Verlorenheit in einer hochtechnisierten Gesellschaft*“ (Klintberg 1990:16). Diese modernen Sagen behandeln all das, was uns durch die neuen Technologien passieren kann. So führte auch das Einführen des Mikrowellenherdes zur Entstehung urbaner Legenden. Als Beispiel für die Angst vor der Entwicklung der Technik wurde für diese Arbeit die Sage über das Haustier in der Mikrowelle ausgewählt:

*Es gab einmal eine ältere Dame, die sich eine Katze hielt. Wenn das Tier an einem Regentag nass geworden war, steckte sie es in die Bratröhre ihres Herdes, um es dort bei schwacher Hitze trocknen zu lassen. Als der Herd defekt wurde, ersetzte sie ihn durch einen modernen Mikrowellenherd. Am nächsten Regentag wollte sie ihr Haustier wie gewohnt im Mikrowellenherd trocknen; dabei explodierte das Tier nach wenigen Sekunden.*

*Die Dame erlitt dadurch einen psychischen Schock. Sie verklagte den Hersteller des Mikrowellenherdes erfolgreich auf eine beträchtliche Summe Schadenersatz mit der Begründung, dass weder in ihrer Bedienungsanleitung noch am Gerät selbst ein entsprechender Sicherheitshinweis vorhanden war. Als Konsequenz dieses Falles werden Mikrowellenherde mit dem Warnhinweis versehen „Nicht geeignet zum Trocknen von Haustieren.“*

*(Quelle: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))*

Die Technik der Mikrowellen, welche auf unsichtbare Weise das Essen erwärmen, war vielen Menschen fremd. Alles was man nicht versteht, kann auch Gefahren verbergen, die man nicht kennt. Diese urbane Legende erfuhr vor allem in der zweiten Hälfte der 70er Jahre eine rasche Verbreitung in der westlichen Welt (vgl. Klintberg 1990: 224).

Diese Sage wird oft auch als Beispiel für die ausufernde Rechtssprechung in den USA vorgebracht. Dennoch gibt es keinen Hinweis darauf, dass es je tatsächlich zu so einen



Prozess gekommen ist. Trotzdem wird diese urbane Legende weiter verbreitet. Sogar in einer deutschen Dissertation wurde diese moderne Sage als reales Beispiel herangezogen (vgl. Wenglorz 2003). Das Motiv wird auch immer wieder in Filmen (z.B. „Gremlins – Kleine Monster“ 1984), Fernsehserien (z.B. „South Park) oder in Computerspielen (z.B. Manic Manson: „Day of the Tentacle“ 1993) aufgegriffen.

#### **4.1.2. Angst vor dem Einfluss von Werbung**

Die Angst des Menschen davor, durch die Werbung unterbewusst beeinflusst zu werden spiegelt sich ebenfalls in mehreren urbanen Legenden wider. Diese Angst wurde vor allem von der Legende über die unterschwellige Werbebotschaft „Iss-Popcorn, Trink-Cola“ in den Geist der Menschen gebrannt, welche bis heute trotz Kenntnis über die Unwahrheit dieser urbanen Legende noch immer da ist. Diese moderne Sage wurde als zweite in den Fragebogen eingebaut:

*Werbefachmann James Vicary hatte Ende der 1950er Jahre tausende Kinobesucher mit sogenannten subliminalen (unterschwellig) Botschaften traktiert. Diese Botschaften („Iss Popcorn“, „Trink Cola“) sind alle fünf Sekunden für den Bruchteil einer Sekunde in die Kinofilme eingeblendet worden. Wegen ihrer Kürze konnten die Botschaften vom Publikum nicht bewusst wahrgenommen werden. Diese Werbebotschaften haben so den Umsatz von Cola um 18 % und der Umsatz von Popcorn um etwa 58 % gesteigert.*

*(Quelle: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))*

Auch wenn James Vicary sicher nicht der Erste war, der mit unterschwelligen Botschaften experimentierte, so war er doch der Erste, der angab Menschen damit derart gesteuert zu haben. Die Menschen glaubten sowieso schon, dass die Werbeindustrie sie mit den unterschiedlichsten Mitteln zu beeinflussen versucht. Das Experiment von Vicary bestätigte ihre Angst nur noch mehr. Jahre später gab Vicary zu, dass sein Experiment nicht die Wirkung gezeigt hatte, welche er die Menschen glaubhaft machen wollte und entlarvte somit diese Sage als Zeitungssente (vgl. NZZ Folio - Die Zeitschrift der neuen Züricher Zeitung). Das Motiv der subtilen Botschaften wird ebenfalls in verschiedenen

Filmen („Fight Club“ 1999) und Fernsehserien („Die Simpsons“ oder „Columbo“) aufgegriffen.

#### 4.1.3. Die Zerstörung oder Misshandlung von Natur und Leben

Viele moderne Sagen richten sich auch gegen die Zerstörung oder Misshandlung von der Natur, von sowohl der Umwelt als auch von Tieren. So zum Beispiel die später als Hoax enttarnte urbane Legende über die Bonsai – Katzen:

*Seit 2000 werden über die Webseite „Bonsai – Kitten“ kleine Kätzchen verkauft, die vom Betreiber der Seite mehrere Monate lang in kleine Glasbehälter gesperrt worden sind, wodurch die Tiere die Form der Behälter annehmen.*

*Der Fall wurde von dem FBI wegen Verdachts der Tierquälerei untersucht. (Quelle: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))*

Auf einer Website werden Katzen angeboten, die mittels einer bestimmten, dort beschriebenen Methode in Form gebracht und so in Glas gesperrt werden. Die Sage ist heute noch per E-Mail in Umlauf, vor allen von Tierschützern, die gegen diese Tierquälerei zum Protest aufrufen. Die entsprechende Homepage kann auch immer noch besucht werden. Es wurde allerdings bereits bestätigt, dass es sich bei dieser urbanen Legende einzig um einen Schwindel von amerikanischen Studenten handelt, die durch Bildbearbeitung die entsprechenden Bilder erstellt haben (s. Abbildung 3.1).

**Abbildung 3.1:** Bonsai-Katzen (Quelle: [www.shorty.com/bonsaikitten/index.html](http://www.shorty.com/bonsaikitten/index.html))



#### 4.1.4. Das Magische oder unerklärte Phänomene

Die rationale Welt von Industrie und Technik in den modernen Sagen wird beim Erzählen vielfach durch irrationale Züge durchbrochen. Der Mensch fühlt sich selbst in der heutigen Welt noch vom Magischen angezogen. Dies zeigt sich auch an der Sage über die Kornkreise. Der Mensch neigt eher zu der Theorie, Außerirdische hätten diese Kreise gestaltet, als dass sie an einen Studentenstreik glauben würden:

*Kornkreise sind Bereiche eines Getreidefeldes, in denen die Kornhalme in einer regelmäßigen Weise umgeknickt, gebogen oder abgemäht wurden. Von erhöhter Stelle oder aus der Luft sind sie meist als geometrische Formen erkennbar. Die einfachste Form eines solchen Gebildes ist ein Kreis. Gewöhnlich tauchen Kornkreisformationen an alten heiligen Stätten der Kelten auf. Sie werden oft als Botschaften von Außerirdischen, Landezonen für UFOs oder Navigationshilfe von und für Außerirdische gedeutet. Kornkreis-Fachleute untersuchen diese Kornkreise und kommen immer wieder zu der Ansicht, dass die sehr komplexen Darstellungen nicht gefälscht sein können.*

*(Quelle: [www.sabon.org](http://www.sabon.org))*

Das Thema Außerirdische erlangt in der heutigen Zeit großes Interesse. So mehren sich UFO-Vereine, Bücher und Zeitschriften zu dieser Thematik. Am größten ist die Begeisterung in den USA, aber auch in allen andern Industrienationen finden sich Fans solcher Art. Begonnen hat diese Volksbewegung 1947 mit den Beobachtungen von einem amerikanischen Piloten, der angeblich von seinem Cockpit aus neun runde, glänzende Scheiben gesehen hatte (vgl. Klintberg 1990: 260). Damit prägte sich auch der Begriff „fliegende Untertasse“.

Ob es nun so genannte fliegende Untertassen oder Außerirdische gibt, sind Fragen, die nach Linda Dégh von Volkskundlern nicht beantwortet werden können oder sollen (vgl. Dégh 1977; zit. nach Klintberg 1990: 262). Dafür sind Astronomen, Weltraumforscher und andere zuständig. Was Volkskundler feststellen können, ist, dass es eine lebhaft mündliche Erzähltradition über fliegende Untertassen und außerirdische Wesen gibt und dass es unzählige Menschen gibt, die solche Erlebnisse gehabt haben, die sie in

Übereinstimmung mit dieser Tradition interpretiert haben und somit ihrerseits selbst zu einem Teil dieser Tradition werden (Klintberg 1990: 262).

So glauben laut einer 1996 durchgeführten Umfrage der „Newsweek“ 48% der Amerikaner an UFOs. 19 Millionen US-Bürger behaupten sogar, selbst schon einmal ein UFO gesehen zu haben (vgl. Baumann 2002: 17).

Das Phänomen der „Kornkreise“ (gelegentlich auch „UFO-Kreise“ genannt) wurde erstmals in den achtziger Jahren in England beobachtet. Diese Kornkreise sind flachgedrückte Muster in Getreidefeldern, welche über Nacht ohne Zeugen entstehen. Das Auffallende war, dass die Halme nicht abgeknickt, sondern bloß spiralförmig und stabil umgebogen waren. Im Laufe der Jahrzehnte gab es die unterschiedlichsten Kornkreise, manche größer, manche kleiner, manche einfacher, manche sehr komplex (s. Abbildung 3.2). Zu keinen der Muster im Feld führten Spuren hin oder retour. In den darauf folgenden Jahrzehnten häuften sich die Meldungen über die Kornkreise, welche sich inzwischen auch aufs Festland ausgebreitet zu haben schienen. Es entstanden die unterschiedlichsten Erklärungsversuche: kleine nach unten drückende rotierende Luftwirbel, elektrostatische Felder als Folge der Reibung wandernder Luftschichten oder Viren bzw. Parasiten, die das Getreide beeinflussen (vgl. Mayer 1998: 136ff.).

**Abbildung 3.2.:** Kornkreise (Quelle: [www.ufo.at/kornkreise](http://www.ufo.at/kornkreise))



Eine alternative Erklärung, welche sich bereits kurz nach dem Erscheinen der ersten Kornkreise gebildet hatte, besagt, dass die Kornkreise womöglich Landeplätze von Ufos seien, welche zum Beispiel knapp darüber geschwebt wären. Als nun die Kornkreise immer komplexere Muster und Formen annahmen, war die Theorie des Landeplatzes hinfällig, doch stärkte es die Hypothese der Außerirdischen, denn nur intelligentes Wesen konnte solche Formen schaffen. Also könnten diese Bilder Mitteilungen der Außerirdischen sein.

Inzwischen entwickelte sich ein richtiger Hype um das Phänomen der Kornkreise. Bücher wurden herausgegeben, Fernsehserien produziert. In London entstand sogar ein eigenes „Forschungszentrum für Getreidekreisstudien“ (Mayer 1998: 140). Auffällig war nur, dass je mehr darüber gesprochen wurde und je bekannter die Kreise wurden, desto mehr tauchten auf einmal auf. 1991 gaben schließlich zwei Rentner zu, seit 13 Jahren Kornkreise mit Hilfe einer an einen Strick befestigten Holzwalze in den verschiedensten Teilen Englands produziert zu haben. Eine andere Gruppe an Studenten gestand, die Kornkreise in Deutschland ebenfalls mit Hilfe einer Holzwalze und Stelzen fabriziert zu haben ([www.sabon.at](http://www.sabon.at)).

Trotz dieser Enthüllungen bleibt bis heute noch ein Kreis an Personen, die noch immer an der Echtheit dieser Kornkreise als Mitteilung der Außerirdischen glauben. Hat in den 80er und 90er Jahren vor allem die Zeitung an der Verbreitung dieser modernen Sage mitgeholfen, so findet sie trotzdem bis heute noch, vor allem durch Verfilmungen (z.B. „Signs - Zeichen“ 2002), Dokumentationen oder Bücher statt.

#### **4.1.5. Die moderne Natursage**

Unser Verhältnis zur Natur spiegelt sich auch in vielen modernen Sagen wieder. Früher wurde die Natur noch als ein unsicherer Bereich empfunden, von dem man aber zugleich auch für seinen Lebensunterhalt abhängig war. Heutzutage wird die Natur eher als Erholungsort, denn als großes Unbekanntes angesehen. Doch in manchen Teilen der Welt hat sich noch immer die wilde und ungezähmte Natur erhalten. Dieses Thema findet sich in vielen modernen Sagen wieder, die sich vor allem um als gefährlich empfundene Tiere, wie Spinnen, Schlangen oder Alligatoren dreht, die irgendwie ins Land eingeschmuggelt werden. Klintberg (1990) sieht darin die Angst einer Gesellschaft, in die trotz Kontrollen

und Vorsichtsmaßen von allen Seiten Gefahren eindringen: „*In den Sagen kommt zum Ausdruck, dass sich die reiche, zivilisierte westliche Welt von der armen, wilden Dritten Welt bedroht fühlt*“ (Klintberg 1990:15). Die Angst vor dem Fremden ist somit ein Kernthema in den modernen Sagen. Als Beispiel für eine solche moderne Natursage soll die urbane Legende über das Krokodil im Abwassersystem dienen:

*Am 1. August 1973 machten zwei Kanalisationsarbeiter in New York eine grausige Entdeckung: Auf dem Boden neben dem Hauptkanal lag die stark verstümmelte Leiche eines Kollegen, der seit mehreren Tagen als vermisst galt. Als sie sich näherten, um die Leiche zu untersuchen, hörten sie aus dem Wasser ein Fauchen. Sie suchten mit ihren Taschenlampen die Wasseroberfläche ab und sahen einen 3 Meter langer Alligator. Einem der beiden Kanalisationsarbeiter gelang die Flucht, doch niemand glaubte ihm.*

*(Quelle: [www.notterkanal.ch](http://www.notterkanal.ch))*

Die Entstehung der Sage wird in New York vermutet und reicht bis ins Jahr 1930 zurück. Wahrscheinlich entstand sie zuerst einfach nur als ein Gerücht ohne größeren Detailreichtum, wie zum Beispiel: Im New Yorker Abwasserkanal gibt es Alligatoren. Schließlich wurde daraus eine Sage von Alligatoren, die in Rudeln in den New Yorker Abwasserkanälen wohnten und dadurch überlebten zwischenzeitlich einzelne Gliedmassen von Kanalisationsarbeitern zu verspeisen.

Ein Artikel in der New York Times („Alligator found in uptown sewer“) von 1935 zeigt, dass dieses Gerücht zumindest einen wahren Kern besitzen könnte. Nach diesem Artikel fanden Jugendliche einen unterkühlten, aber noch lebenden zwei Meter langen Alligator im Abwasserkanal von Manhattan. Wie der Alligator ins Abwasser geraten war, bleibt ungeklärt.

Diese moderne Sage hat sich über all die Jahre gehalten, sich über die Welt verbreitet und bildet auch heute noch ein beliebtes Thema für Zeitungsenten rund um den Globus. Die Legende wurde schließlich auch verfilmt unter dem Titel „Alligator“ und als Grundlage für eine Folge der Fernsehserie „Akte X“ herangezogen ([www.notterkanal.ch](http://www.notterkanal.ch)). Auch das Buch „The world beneath the city“ von Robert Daleys und der Roman „V“ von Thomas

Pynchon haben sicher ihren Teil zur Verbreitung dieser urbanen Legende beigetragen (New York Times 2001). In den USA gab es sogar einen Song, genannt „Alligator in the sewers“, der diese urbane Legende aufgriff.

#### **4.1.6. Die Verschwörung der Mächtigen**

Wie bereits erwähnt, sind Sagen grundlegend pessimistisch. Sie gehen vom Bösen aus, das dem Menschen passiert. Darum ist Rache ein häufiges Motiv in den Sagen. Aber auch die Verschwörung der Mächtigen, die im Hintergrund die Fäden ziehen und so das Leben des Einzelnen ohne dessen Wissen steuern, fällt in diese Thematik. Verschwörungstheorien sind häufig Thema moderner Sagen und erfreuen sich großer Beliebtheit. So auch jene, die als Beispiel dafür im Fragebogen aufgenommen wurde:

*Verschiedene Verschwörungstheorien zur Mondlandung 1969 besagen, dass diese nie stattgefunden haben soll. Es wird behauptet, dass die NASA und die US-amerikanische Regierung die Landung vorgetäuscht und in einem Filmstudio gedreht hat. So wurden zahlreiche Ungereimtheiten in der Filmaufnahme entdeckt, z.B. Schatten, die nur von Studioscheinwerfern kommen konnten, sich im Vakuum bewegende Fahnen oder falsche Fußabdrücke. Auch die schlechte Filmqualität der ersten Landung wird als Fälschungsargument herangezogen, da eine künstliche Qualitätsminderung die verräterischen Details verdecken sollte.*

*(Quelle: [www.science.orf.at](http://www.science.orf.at))*

Seit Jahren geistern Theorien durch Medien und Internet, dass die Filmaufnahmen, die 1969 Millionen Menschen am Fernsehschirm verfolgten, allesamt im Studio entstanden und somit gefälscht waren. Es gibt unzählige Argumente, warum die Mondlandung gar nicht stattgefunden haben kann und für jedes Argument gibt es ein entsprechendes Gegenargument.

Die Verschwörungstheorien über die Mondlandung haben zuerst in den 1970er Jahren und später vor allem seit 2001 ihre Verbreitung gefunden. Einer der Begründer dieser Mondlandungsverschwörungstheorie war Bill Kaysing 1976 mit der Veröffentlichung seines Buches „We Never Went to the Moon: America’s Thirty Million Dollar Swindle“.

Die Thematik der Verschwörung zur Mondlandung wurde immer wieder in diversen Filmen (z.B. „James Bond: Diamantenfieber“ 1971), Serien (z.B. Futurama) und Videospielen (z.B. Apogee Games: „Duke Nukem 3D“ 1996) aufgegriffen.



## **4.2. Fragestellung und Hypothesen**

Das Forschungsprojekt behandelt die Frage, welche Studenten besonders empfänglich für urbane Legenden sind. Dazu wird die Empfänglichkeit für urbane Legenden nach den Kriterien Geschlecht, Herkunft, zwischenmenschlichem Vertrauen, der Studienrichtung, dem Interesse für Spannung bzw. Grusel und den Quellen der urbanen Legenden untersucht.

Es werden mit dieser Untersuchung zwei wesentliche Ziele verfolgt: Einerseits soll mit dieser Erhebung der Zusammenhang zwischen den verschiedenen sozialen und psychologischen Faktoren und der Empfänglichkeit für urbane Legenden getestet werden. Andererseits hat diese Forschung explorativen Charakter, da sich bisher noch nicht viele Studien mit den Gründen für die Empfänglichkeit vieler Menschen für urbane Legenden beschäftigt haben.

Abschließend soll darauf hingewiesen werden, dass diese Erhebung keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Repräsentativität erhebt. Die Schlussfolgerungen beziehen sich auf die Stichprobe mit 169 befragten Studenten. Die Analyse ist eher als explorativ anzusehen und soll somit einen Anreiz zur weiteren Erforschung dieser Thematik liefern.

### **4.2.1. Empfänglichkeit für urbane Legenden**

Thema dieser Untersuchung sind unterschiedliche soziale und psychologische Faktoren, die auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden Einfluss haben können. Als unabhängige Variable der gesamten Untersuchung dient demnach die „Empfänglichkeit für urbane Legenden“, welche in Hinblick auf die verschiedenen Konstrukte getestet werden soll.

Die Empfänglichkeit für urbane Legenden wird hierfür in drei Teile gegliedert:

- das Interesse an urbanen Legenden
- die Kenntnis von urbanen Legenden
- das Glauben an urbane Legenden

Die Empfänglichkeit für urbane Legenden ist somit als eine latente Variable zu betrachten, die über die Variablen Interesse, Kenntnis und Glauben von urbanen Legenden erhoben werden soll.

#### **4.2.2. Geschlecht**

Ein Augenmerk dieser Erhebung liegt darin, den möglichen Unterschied zwischen Frauen und Männern bezüglich der Empfänglichkeit für urbane Legenden zu testen. Frauen gelten generell als „leichtgläubiger“, das heißt es wird immer wieder davon ausgegangen, dass sie eher dazu geneigt sind, Erzähltem zu glauben als Männer. Studien über den Zusammenhang zwischen Aberglaube und Geschlecht haben immer wieder festgestellt, dass Frauen abergläubischer sind (z.B. von Tupper und Williams 1986, Vyse 1997 oder Wolfradt 1997). Darum liegt die Überlegung nahe, dass Frauen auch empfänglicher für urbane Legenden sein könnten.

Aus diesem Grund wurden die folgenden drei Hypothesen aufgestellt:

**H1a:** *Weibliche Studentinnen haben ein größeres Interesse an urbanen Legenden als männliche.*

**H1b:** *Weibliche Studentinnen schätzen den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden höher ein als männliche.*

**H1c:** *Weibliche Studentinnen kennen mehr urbane Legenden als männliche.*

Andere mögliche soziodemographische Variablen wie zum Beispiel das Alter oder der Bildungsgrad der Befragten, welche durchaus einen Einfluss auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden haben können, können in dieser Erhebung aufgrund der weitgehend homogenen Gruppe von Studenten nicht berücksichtigt werden.

### 4.2.3. Herkunft (Stadt – Land)

Es stellt sich die Frage, warum bestimmte Geschichten weitererzählt werden und andere nicht. Eine Information, die keinen Nachrichtenwert hat, wird nicht weitererzählt. Nachrichtenwert haben jene Geschichten, die außergewöhnlich oder unüblich sind bzw. über einen unvorhersehbaren Sachverhalt berichten (Kapferer 1996: 61ff.). Des Weiteren müssen Sagen Personen betreffen, denen man sich emotional oder geographisch verbunden fühlt. Geschichten über weiter entfernte Ereignisse haben dagegen meist eine allgemeine, exemplarische Bedeutung.

Eine enge Beziehung zwischen den Personen einer Gruppe vereinfacht die Verbreitung einer modernen Sage. Je fester eine Gruppe zusammenhält, je besser ihre Struktur und die Verbindung durch ein wirksames Austauschnetz sind, desto leichter verbreiten sich Nachrichten (ebd.: 75). Teilen sich allerdings Personen nur die räumliche Nähe ohne eine enge Beziehung zu führen, so verbreiten sich Informationen weit langsamer.

So gelten Dörfer und Kleinstädte, wo „jeder jeden kennt“, als guten Nährboden für die Verbreitung von Gerüchten. In Städten vollzieht sich die Verbreitung weniger stark. Die gegenseitige räumliche Nähe der Einwohner genügt nicht: Die Einzelnen wohnen dort nur nebeneinander, bilden aber keine wirkliche Gruppe, wie es in Dörfern der Fall ist. Die innerstädtische Kommunikation fehlt (ebd.: 75f.). Man kann davon ausgehen, dass für moderne Sagen diesbezüglich das Gleiche gilt, wie für Gerüchte. Deshalb wurden aus diesen Überlegungen folgende drei Hypothesen gebildet:

**H2a:** *Studenten, die aus Dörfern oder Kleinstädten stammen, schätzen den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden höher ein als Studenten aus Städten und Großstädten.*

**H2b:** *Studenten, die aus Dörfern oder Kleinstädten stammen, haben größeres Interesse an urbane Legenden als Studenten aus Städten und Großstädten.*

**H2c:** *Studenten, die aus Dörfern oder Kleinstädten stammen, kennen mehr urbane Legenden als Studenten aus Städten und Großstädten.*

Die Definitionen für „Dorf“, „Kleinstadt“, „Stadt“ und „Großstadt“ erfolgen in dieser Arbeit einzig auf der quantitativ messbaren Variable der Einwohnerzahl des Ortes. „Dorf“ soll demnach heißen: ein Ort mit bis zu 5.000 Einwohnern. „Kleinstadt“ wird hier definiert als jene Orte mit einer Einwohnerzahl zwischen 5.000 und 30.000, „Stadt“ als Orte mit über 30.000 Einwohnern. Der Begriff „Großstadt“ wird hier ausschließlich für Wien und ähnlich große Städte verwendet.

Laut Volkszählung 2001 (vgl. Statistik Austria) verteilt sich die österreichische Bevölkerung folgendermaßen auf diese vier Ortsdefinitionen:

44,5% der Österreicher leben in Dörfern, 23,2% in Kleinstädten, 12,9% in Städten und 19,3% in Wien. Da die Befragung einerseits primär in Wien stattgefunden hat und andererseits auch Nicht-Österreicher in die Befragung aufgenommen wurden, verzerrt sich die Stichprobe dieser Erhebung entsprechend.

#### **4.2.4. Zwischenmenschliches Vertrauen**

Die Glaubhaftigkeit einer urbanen Legende ist einer der wichtigsten Grundvoraussetzungen für ihre Entstehung und Verbreitung. Der Glaube an eine urbane Legende hängt aber natürlich nicht nur von der Glaubhaftigkeit ihres Inhaltes ab, sondern auch davon, wie weit die Legende vom jeweiligen Hörer kritisch überprüft wird. Das wiederum beruht auf zwischenmenschlichem Vertrauen.

Zwischenmenschliches Vertrauen ist in unserer heutigen Gesellschaft besonders bedeutsam, da der alltägliche Ablauf unseres Lebens hängt davon ab. Nach Luhmann (1968) kann der Mensch nicht ohne jegliches Vertrauen leben. Rotter beschreibt zwischenmenschliches Vertrauen

*„eine generalisierte Erwartung eines Individuums oder einer Gruppe, sich auf Wort und Versprechen, mündliche oder schriftliche Äußerungen anderer Personen oder einer Gruppe verlassen zu können.“ (Rotter 1967; zit. nach Amelang/ Bartussek 2006)*

Mit Hilfe der 27-teiligen Skala von Amelang, Gold und Külbel soll zwischenmenschliches Vertrauen als eine generalisierte Persönlichkeitseigenschaft vor allem in Bezug auf die

individuellen Unterschiede bei den einzelnen Befragten untersucht werden (vgl. Rotter 1979:178). Damit soll überprüft werden, ob die Persönlichkeitsposition bezüglich zwischenmenschlichen Vertrauens einen Einfluss auf den Glauben von urbanen Legenden hat. Dazu wurden folgende Hypothesen gebildet:

**H3a:** *Größeres zwischenmenschliches Vertrauen führt zu einem erhöhten Glauben an den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden.*

**H3b:** *Größeres zwischenmenschliches Vertrauen führt zu einem erhöhten Interesse an urbanen Legenden.*

#### **4.2.5. Studienrichtung**

Die Naturwissenschaft hat in der heutigen Zeit den Glauben ersetzt. Der Mensch braucht aber das Magische, Numinose, welches er in der heutigen Zeit in den modernen Sagen oder in Gerüchten findet. Naturwissenschaftler glauben an Zahlen (vgl. Stelzner 1998). Sie glauben nur was sie hören, sehen und angreifen bzw. rechnerisch erklären können. Sagen gehören im Allgemeinen nicht dazu. Viele der in den urbanen Legenden beschriebenen Phänomene erklären sich nur in der Sage und sind an den Glauben des Zuhörers daran gebunden.

Die Naturwissenschaft nimmt die Wirklichkeit kritisch, objektiv und erklärend wahr. Es kann somit vermutet werden, dass Studenten aus naturwissenschaftlichen Studienrichtungen weniger an moderne Sagen glauben, da sie mehr Beweise für den Wahrheitsgehalt fordern, als das Wort ihres Gegenübers.

Aus diesen Überlegungen lassen sich folgende zwei Hypothesen formen:

**H4a:** *Studenten aus geisteswissenschaftlichen Studiengruppen schätzen den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden höher ein als Studenten aus naturwissenschaftlichen Studiengruppen.*

**H4b:** *Studenten aus geisteswissenschaftlichen Studiengruppen haben größeres Interesse an urbanen Legenden als Studenten aus naturwissenschaftlichen Studiengruppen.*

Hierzu soll angemerkt werden, dass Naturwissenschaften in dieser Erhebung jene Studienrichtungen bezeichnen sollen, die grundlegend mit „Natur“ im weitesten Sinne oder überwiegend mit Zahlen im Sinne von Mathematik oder Statistik zu tun haben. Die Geisteswissenschaften bilden somit für diese Erhebung die restlichen Studienbereiche, nämlich solche, welche weniger auf Zahlen als auf Theorie und Geist bezogen sind.

#### **4.2.6. Interesse an Spannung und Grusel**

Warum werden urbane Legenden weitererzählt? Moderne Sagen bedienen sich ganz bestimmter Emotionen, zum Beispiel Ekel, Rache, Schadenfreude, Humor und vor allem Angst, um das Interesse zu wecken.

*„Die Angstlust gegenüber dem Fremden und Bedrohlichen scheint eine Konstante menschlicher Kultur zu sein, und deshalb ist damit zu rechnen, daß die zugehörigen Horrorgeschichten auch in Zukunft weiterleben und daß nach den traditionellen Mustern immer wieder neue Erzählinhalte entstehen werden.“ (Brednich 1994:16)*

Es hat sich gezeigt, dass sich eine Geschichte vor allem dann besonders schnell verbreitet, wenn sie düster oder gruselig ist. *„Je gruseliger die Geschichte desto schneller verbreitet sie sich auch.“ (Bernd Hader: „Schau dich schlau!“ 16.09.2007)*

Viele Menschen gruseln sich gerne und finden ein kleines bisschen Gänsehaut ab und zu schön. Aber warum gruselt sich der Mensch gerne? Laut dem Psychologen Dr. Werner Kissling („Schau dich schlau!“ 16.09.2007) weiß der Mensch aus den Erfahrungen früherer Gruselerlebnisse mit Filmen, dass das Gruseln mit Ende des Films irgendwann wieder nachlässt, die Spannung sich also nachher wieder löst. Auf diese Entspannung im Anschluss an das Gruseln freut sich das Gehirn. Das bedeutet also, der Mensch schaut gruseligen Filme nicht deswegen so gerne, weil er die Spannung so gerne hat, sondern weil er sich unbewusst auf die Entspannung nach dem Film freut.

Daraus lässt sich folgern, dass Personen mit einem größeren Interesse an Spannung und Grusel sich auch stärker für urbane Legenden interessieren, da das Gruseln ein häufiges

Thema in den modernen Sagen ist. Folgende Hypothesen wurden zum Interesse an Spannung und Grusel entwickelt:

**H5a:** *Je größer das Interesse an Spannung und Grusel in Büchern und Filmen eines Studenten ist, desto höher ist auch sein Interesse an urbanen Legenden.*

**H5b:** *Je größer das Interesse an Spannung und Grusel in Büchern und Filmen eines Studenten ist, desto höher schätzt er auch den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden ein.*

**H5c:** *Je größer das Interesse an Spannung und Grusel in Büchern und Filmen eines Studenten ist, desto mehr urbane Legenden kennt er.*

#### **4.2.7. Quelle der Verbreitung**

Nicht nur bestimmte Merkmale der Rezipienten beeinflussen die Empfänglichkeit für moderne Sagen, sondern auch die Verfügbarkeit an Information. Auf welche Weise sich eine urbane Legende verbreitet, hängt natürlich schon einmal grundlegend davon ab, welche Wege ihr dazu zur Verfügung stehen. Während früher noch nur die mündliche (später auch die schriftliche) Überlieferung zur Verfügung stand, kommen heute noch eine ganze Reihe elektronischer Medien dazu. Aber nicht alle Informationsquellen sind für alle Rezipienten gleich zugänglich. Manche Bücher sind nicht überall gleich leicht erhältlich oder es verfügt nicht jeder Haushalt einen Internetanschluss oder die entsprechenden Kenntnisse, um diesen zu nutzen. Dadurch ist die Verbreitung in gewissen Bereichen eingeschränkt.

Diverse Verbreitungsquellen eignen sich unterschiedlich gut zur Verbreitung, da gewisse Quellen eine höhere Glaubwürdigkeit haben als andere. So wird dem, was in Zeitungen zu lesen ist oft mehr Glaubwürdigkeit geschenkt als dem mündlich Erzählten:

*„Der Mensch ist ja gewohnt, „schwarz auf weiß“ Gedrucktem eher zu glauben als nur mündlich Berichtetem. So wird auch am Wahrheitsgehalt von Zeitungsenten nicht gezweifelt.“ (Röhrich 1990:7)*

Ob nun aber Massenmedien die mündliche Überlieferung als Quelle ersetzt haben, ist strittig. Zeitung, Fernsehen und Internet sind in der heutigen Zeit zu wichtigen Informations- und Kommunikationsmitteln geworden. Dennoch geht Brednich (1994) davon aus, dass die verbale Verbreitung überwiegt (1994: 6). Da es sich ja bei der Quelle der urbanen Legenden doch um einen wichtigen Bestandteil der Verbreitung handelt, soll auch auf diese Thematik ein Augenmerk der Diplomarbeit fallen.

Folgende Hypothesen wurden über die Quelle der urbanen Legende erstellt:

**H6a:** *Studenten, die sich an die Quelle der urbanen Legende erinnern können, schätzen den Wahrheitsgehalt „extremer“ (gegen 0 und gegen 100) ein, als jene, die sich nicht an die Quelle der Legende erinnern können.*

**H6b:** *Kann sich ein Student an einen Freund, einen Bekannten oder ein Familienmitglied als die Quelle der urbanen Legende erinnern, so wird die Legende eher geglaubt, als wenn er sich an eine andere oder keine Quelle erinnern kann.*

**H6c:** *Kann sich ein Student an das Internet (E-Mail) als die Quelle der urbanen Legende erinnern, so wird der Wahrheitsgehalt der Legende niedriger eingeschätzt, als wenn er sich an eine andere Quelle erinnern kann.*

**H6d:** *Kann sich ein Student erinnern die urbane Legende aus der Zeitung, dem Fernsehen oder aus der Schule/ Universität erfahren zu haben, so wird er den Wahrheitsgehalt der urbanen Legende eher höher einschätzen.*



### **4.3. Methodik**

Zur Testung der in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesen wurde ein Fragebogen erstellt, welcher sowohl die Einstellung zu den einzelnen vorgegebenen urbanen Legenden als auch die bereits beschriebenen Konstrukte, also die unterschiedlichen, möglichen Einflussfaktoren auf die Empfänglichkeit für diese Legenden erheben soll. Zusätzlich wurden einige Daten zu rein deskriptiven Zwecken miterfasst.

Die Befragung mittels Fragebogen fand schriftlich im Befragungszeitraum von Anfang Februar bis Mitte März 2008 statt. Der Fragebogen wurde einerseits mittels Schneeballverfahren<sup>1</sup> an Studenten im Bekanntenkreis verteilt. Andererseits wurden Studenten am Universitätsgelände der Universität Wien um die Beantwortung des Fragebogens gebeten. In die Erhebung wurden ausschließlich Studierende an Universitäten und Fachhochschulen in Österreich aufgenommen und dadurch wurde die Stichprobengruppe willkürlich auf Studenten beschränkt.

Abschließend wurden die Daten mit Hilfe unterschiedlicher statistischer Analyseverfahren in Hinblick auf die Hypothesen getestet.

#### **4.3.1. Der Fragebogen**

Der Fragebogen umfasst Fragebatterien zu drei Themenbereichen, 1) Fragen zum Thema urbane Legenden, 2) Persönlichkeitsfragen und 3) Fragen zu den soziodemographischen Daten des Befragten (Kompletter Fragebogen im Anhang).

##### **4.3.1.1. Teil A: Urbane Legenden**

Dieser Fragenblock behandelte zunächst die bereits erörterten Themenbereiche von urbanen Legenden mit jeweils einem Beispiel. Diese Beispielslegenden wurden kurz beschrieben und im Anschluss wurden zu jeder einzelnen drei Fragen gestellt: Davon bezog sich die Erste auf die Bekanntheit dieser urbanen Legende. Die Antwort wurde auf

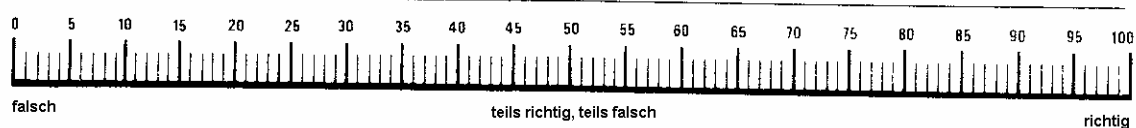
---

<sup>1</sup> Beim Schneeballverfahren wird eine Befragung über Bekannte weiterverteilt. Diese Verfahrenstechnik stellt eine bewusste Auswahl dar und kann nicht als Zufallsstichprobe betrachtet werden (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 300).

einer elfstufigen Skala von 0 (wird überhaupt nicht gekannt) bis 10 (wird sehr gut gekannt) eingetragen.

Die zweite Frage bezog sich auf den Glauben der jeweiligen urbanen Legende. Hierfür wurde nach einer Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der einzelnen urbanen Legenden gefragt. Da sich die Beantwortung und Auswertung einer solchen Frage als schwierig erweisen können, wurde als Hilfsmittel eine Skala verwendet, welche die Behandlung der Frage erleichtern sollte. Zu diesem Zwecke wurde ein Abbild eines Maßbandes von 0 bis 100 ausgewählt, in welchem die Befragten ihre subjektive Einschätzung ankreuzen konnten (s. Abbildung 3.3). Dieses Maßband gehört zu der Gruppe der so genannten „Skalen-Bildblätter“. Es ist bekannt, dass Skalenbildblätter dabei helfen, auch solche Meinungen, die auf den ersten Blick persönlich oder kaum mit einem „starrten“ Instrument messbar erscheinen, gedanklich zu strukturieren und in eine zählbare Form zu bringen (vgl. Noelle-Neumann/ Petersen 1996: 148). Solche Skalenbildblätter dienen mitunter dazu Rangplätze, Stärkegrade und Intensitäten leichter bestimmen zu können. Durch die Abbildungen soll zugleich aber auch die Vieldeutigkeit von Worten vermieden werden (ebd.: 530f.).

**Abbildung 3.3:** Skalen-Bildblatt Maßband (Quelle: Noelle-Neumann/ Petersen 1996: 149)



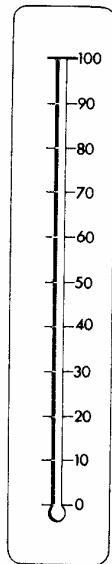
Die letzte Frage zu den einzelnen urbanen Legenden behandelte die Quelle, über die der Befragte von der urbanen Legende erfahren hat, sofern er sich noch daran erinnern konnte. Diese Frage war offen gestellt und sollte vom Befragten eingetragen werden.

Nach dem Block mit den vorgegebenen urbanen Legende folgen noch drei weitere Fragen zum allgemeinen Interesse des Befragten an urbanen Legenden: Die erste dieser Fragen behandelte direkt das Interesse für solche – im Fragebogen so genannte – „außergewöhnliche Geschichten“<sup>2</sup>. Zur Beantwortung stand ein Abbild eines Thermometers von 0 bis 100 zu Verfügung (s. Abbildung 3.4), wobei 0 bedeutet „der

<sup>2</sup> Der Begriff „urbane Legende“ wurde im Fragebogen bewusst vermieden, um Vorurteile bezüglich dem Wahrheitsgehalt aufgrund des Begriffs möglichst zu verhindern.

Befragte interessiert sich überhaupt nicht für urbane Legenden“ und 100 „er interessiert sich sehr für urbane Legenden“. Wie die Maßbandskala gehört die Thermometerskala zu den Skalenbildblättern und sollte hier ebenfalls dem Befragten die Beantwortung der Frage und die spätere Auswertung der Einschätzung erleichtern.

**Abbildung 3.4:** Skalen-Bildblatt Thermometer (Quelle: Noelle-Neumann/ Petersen 1996: 149)



Die nächste Frage erhob, ob der Befragte sich daran erinnern konnte, schon einmal eine solche Geschichte weitererzählt zu haben. Schließlich sollte das Interesse an urbanen Legenden mit der Frage, ob sich der Befragte schon einmal zu diesem Thema informiert hat, abgefragt werden.

Die letzte Frage des Frageblocks A bezog sich auf das Wissen über urbane Legenden. Hier wurde mittels einer offenen Frage erhoben, ob der Begriff „urbane Legende“ dem Befragten bekannt war, also ob er dessen Bedeutung kannte.

#### **4.3.1.2. Teil B: Zwischenmenschliches Vertrauen**

Der zweite Teil des Fragebogens bestand aus den 27 Items der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen. Die Grundform dieser Skala, welche das zwischenmenschliche Vertrauen als generalisierte Erwartung im Sinne einer stabilen Persönlichkeitsdimension erfassen sollte, wurde 1967 von Rotter entwickelt (vgl. Amelang/ Bartussek 2006). Die hierzu ausgewählten Items sollten situationsunabhängig

einen möglichst breiten Bereich von sozialen Objekten einbeziehen. Die Endfassung dieser Skala enthielt 25 Items (12 positiv und 13 negativ formulierte). Amelang, Gold und Külbel (1984) übersetzten die Skala ins Deutsche, wobei sie 17 zusätzliche Items hinzufügten. Die endgültige deutsche Skala – die auch für diese Arbeit verwendet wurde – enthält 27 Items, 20 aus der Originalfassung und 7 aus der deutschen Zusatzfassung. 18 dieser Items sind dabei negativ formuliert, 9 positiv.

Zur Einschätzung der einzelnen Items stand den Befragten eine fünfstufige Likertskala mit den Antwortmöglichkeiten 1 – „trifft voll zu“, 2 – „trifft zu“, 3 – „weiß nicht“, 4 – „trifft nicht zu“ und 5 – „trifft überhaupt nicht zu“ zur Verfügung.

Die Skala besteht aus folgenden 27 Items:

1. Heuchelei ist in unserer Gesellschaft im Anwachsen begriffen.
2. Im Umgang mit Fremden kommt man besser voran, wenn man so lange vorsichtig ist, bis diese den Nachweis erbracht haben, dass man ihnen trauen kann.
3. Dieses Land hat eine dunkle Zukunft, so lange wir keine besseren Leute in die Politik bringen können.
4. Eher Furcht vor sozialer Schande oder Bestrafung als das Gewissen hält die Leute davon ab, das Gesetz zu brechen.
5. Die Vereinten Nationen werden niemals eine wirksame Kraft zur Wahrung des Weltfriedens sein.
6. Von den meisten Menschen kann man annehmen, dass sie das, was sie sagen, auch tun werden.
7. Das Gericht ist ein Ort, an dem uns allen unvoreingenommene Behandlung zuteil wird.
8. Es ist sicherer zu glauben, dass im Gegensatz zu dem, was die Leute sagen, diese in erster Linie an ihr eigenes Wohlergehen denken.
9. Die Zukunft erscheint viel versprechend.
10. Die meisten Leute wären erschreckt, wenn sie wüssten, wie viele Nachrichten, die die Öffentlichkeit zu hören und zu sehen bekommt, verfälscht sind.
11. Die meisten gewählten Volksvertreter sind in ihren Wahlkampfversprechungen wirklich vertrauenswürdig.
12. Obwohl Zeitungen, Radio und Fernsehen berichten, ist es schwierig, zu objektiven Einschätzungen öffentlicher Angelegenheiten zu gelangen.

13. Bei vielen Experten kann man sich darauf verlassen, dass sie die Wahrheit über die Begrenztheit ihres Wissens sagen.
14. In dieser, von Konkurrenzgedanken bestimmten Zeit muss man wachsam sein, oder irgendjemand nutzt einen wahrscheinlich aus.
15. Viele bedeutende nationale Sportwettkämpfe sind in der einen oder anderen Weise mehr oder weniger abgekartet.
16. Die meisten Idealisten sind aufrichtig und gewöhnlich praktizieren sie auch, was sie predigen.
17. Die meisten Verkäufer sind ehrlich im Beschreiben ihrer Ware.
18. Die meisten Reparaturarbeiter würden die Rechnung auch dann nicht zu hoch ausstellen, wenn sie wüssten, dass man sich in ihrem Fachgebiet nicht auskennt.
19. Die meisten Menschen beantworten Meinungsumfragen aufrichtig.
20. Wenn wir wirklich wüssten, was in der internationalen Politik vor sich geht, so hätte die Öffentlichkeit mehr Grund entsetzt zu sein als sie es jetzt zu sein scheint.
21. Bei den meisten Politikern klafft das Verhalten vor und nach der Wahl weit auseinander.
22. Es gibt nur wenige Menschen, auf die man sich verlassen kann.
23. Bei den Äußerungen unserer Mitmenschen muss man gewöhnlich aufpassen, das herauszuhören, was sie wirklich meinen.
24. Wort und Tat in unserer Umgebung stimmen selten überein.
25. Gewöhnlich warten die Berufskollegen nur darauf, dass einem ein Missgeschick passiert, damit sie selbst emporkommen.
26. Das Zusammenleben von uns allen wird mehr durch Gewalt und Macht als gegenseitiges Vertrauen geregelt.
27. Jeder, der sich selbst in einem Sachverhalt gut auskennt, ist bestürzt, wenn er liest, wie darüber Zeitungen berichten.

#### **4.3.1.3. Teil C: Angaben zur Person**

Die ersten sechs Fragen dieses letzten Frageblocks behandelten die soziodemographischen Daten des Befragten. Gefragt wurden nach dem Geschlecht, dem Geburtsjahr, der Studienrichtung, der Studiendauer ohne Unterbrechung in Semestern, der Einwohnerzahl des Ortes und dem Bundesland, in dem der Befragte überwiegend aufgewachsen ist. Das Geburtsjahr, die Studienrichtung und die Studiendauer wurden als offene Fragen gestellt

und waren als solche vom Befragten selbst einzutragen. Die anderen drei Fragen, nämlich Geschlecht, Einwohnerzahl des Ortes und das Bundesland, in welchem der Befragte überwiegend aufgewachsen ist, wurden geschlossen erhoben.

Die Frage nach der Einwohnerzahl war dabei in neun Kategorien unterteilt:

- bis 1.000
- 1.001 bis 5.000
- 5.001 bis 10.000
- 10.001 bis 30.000
- 30.001 bis 50.000
- 50.001 bis 100.000
- 100.001 bis 200.000
- 200.001 bis 500.000
- Wien (oder eine ähnlich große Stadt)  
(vgl. Statistik Austria)

Die beiden letzten Fragen des Fragebogens bezogen sich auf die bevorzugten Film- und Buchgenres des Befragten, welche als halboffene Fragen gestellt wurden.

#### **4.4. Die Stichprobe**

Im Befragungszeitraum von Anfang Februar bis Mitte März 2008 wurden 177 ausgefüllte Fragebögen entweder direkt oder über die Fachbereichsbibliothek für Soziologie und Politikwissenschaften retourniert. Von diesen Fragebögen mussten insgesamt acht wegen Ausfüllungsfehlern (z.B. eine komplette Seite unbeantwortet) oder falschem Berufsfeld (befragte Person war kein Student), ausgesondert werden. Die Auswertung wurde deswegen schließlich mit 169 Fragebögen durchgeführt.

Die Befragten teilten sich in rund 39% männliche und 61% weibliche Studenten. Der jüngste Respondent war 19 Jahre alt, der älteste 48, wobei beide weibliche Studentinnen waren. Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei knapp 25 Jahren, bei den männlichen Studenten bei ca. 26 Jahren, bei den weiblichen Studentinnen etwas über 24 Jahren.

Am häufigsten wurden Studierende der Medizin, der Politikwissenschaften oder der Psychologie befragt, mit jeweils knapp über 10% der Befragten, wobei weibliche Studentinnen in der Stichprobe am häufigsten Psychologie, die männlichen Studenten am häufigsten Politikwissenschaft als Studienrichtung angaben. Die ununterbrochene Studiendauer der Studenten lag zwischen einem bis 20 Semestern, wobei im Durchschnitt seit rund 7 Semestern ohne Unterbrechung studiert wurde. Der Unterschied zwischen den weiblichen und männlichen Befragten war bezüglich dem Durchschnittswert eher gering. Der am kürzesten, nämlich der seit einem Semester Studierende war männlich. Die Person mit der längsten Studienzeit (20 Semester) war eine Frau.

Über ein Drittel der Befragten (37%) gab an überwiegend in Wien aufgewachsen zu sein. Das unter den befragten Studenten am zweithäufigsten genannte Bundesland war Oberösterreich, dann Niederösterreich. Personen, die in Orten mit unter 5.000 Einwohnern aufgewachsen sind, sind mit über 20% der Befragten ebenfalls stark in der Stichprobe vertreten. Die restlichen Befragten kamen aus Ortschaften mit 5.000 und 500.000 Einwohnern (vgl. Tabelle 3.1). Ca. 15% der Befragten sind nicht in Österreich aufgewachsen (22% der männlichen und 11% der weiblichen Befragten).

**Tabelle 3.1:** Soziodemographische Daten der Stichprobe

		Männlich	Weiblich	Gesamt
<b>Gesamtzahl</b>		66 (39%)	103 (61%)	169 (100%)
<b>Alter</b>	Mittelwert	26,05	24,32	24,99
	Minimum	21	19	19
	Maximum	46	48	48
<b>Altersgruppen</b>	19 bis 20 Jahre	0 (0%)	12 (12%)	12 (9%)
	21 bis 22 Jahre	13 (20%)	26 (25%)	39 (23%)
	23 bis 24 Jahre	17 (26%)	28 (27%)	45 (26%)
	25 bis 26 Jahre	13 (20%)	15 (14%)	28 (16%)
	27 bis 28 Jahre	9 (13%)	9 (9%)	18 (10%)
	über 28 Jahre	14 (21%)	13 (13%)	27 (16%)
<b>Studienrichtung</b>	Medizin	6 (9%)	13 (13%)	19 (11%)
	Politikwissenschaft	10 (15%)	9 (9%)	19 (11%)
	Psychologie	2 (3%)	15 (15%)	17 (10%)
	Soziologie	3 (5%)	8 (8%)	11 (7%)
	Biologie	2 (3%)	9 (9%)	11 (7%)
	Rechtswissenschaften	5 (8%)	5 (5%)	10 (6%)
	Theaterwissenschaften	7 (11%)	2 (2%)	9 (5%)
	Sonstige (Naturwissenschaften)	18 (27%)	10 (10%)	28 (17%)
	Sonstige (Geisteswissenschaften)	13 (20%)	32 (31%)	45 (27%)
<b>Studiendauer</b>	Mittelwert	7,62	7,01	7,25
	Minimum	1	2	1
	Maximum	18	20	20
<b>Bundesland</b>	1 bis 3 Semester	9 (14%)	20 (20%)	29 (18%)
	4 bis 6 Semester	19 (30%)	28 (29%)	47 (29%)
	7 bis 9 Semester	17 (27%)	24 (25%)	41 (26%)
	10 bis 12 Semester	10 (16%)	18 (18%)	28 (17%)
	über 12 Semester	8 (13%)	8 (8%)	16 (10%)
	Wien	19 (30%)	38 (38%)	57 (35%)
	Niederösterreich	9 (14%)	12 (12%)	21 (13%)
Burgenland	1 (2%)	3 (3%)	4 (3%)	
Steiermark	2 (3%)	11 (11%)	13 (8%)	
Kärnten	2 (3%)	4 (4%)	6 (4%)	
Oberösterreich	13 (20%)	15 (15%)	28 (17%)	
Salzburg	2 (3%)	3 (3%)	5 (3%)	
Tirol	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	
Vorarlberg	1 (2%)	2 (2%)	3 (2%)	
Deutschland	5 (8%)	5 (5%)	10 (6%)	
anderes Land	9 (14%)	6 (6%)	15 (9%)	
<b>Einwohnerzahl</b>	bis 1.000	2 (3%)	8 (8%)	10 (6%)
	1.001 bis 5.000	11 (17%)	14 (13%)	25 (15%)
	5.001 bis 10.000	8 (12%)	14 (13%)	22 (13%)
	10.001 bis 30.000	7 (11%)	8 (8%)	15 (9%)
	30.001 bis 50.000	2 (3%)	2 (2%)	4 (2%)
	50.001 bis 100.000	6 (9%)	3 (3%)	9 (5%)
	100.001 bis 200.000	3 (4%)	7 (7%)	10 (6%)
	200.001 bis 500.000	5 (8%)	7 (7%)	12 (7%)
	Wien (oder ähnlich große Städte)	22 (33%)	40 (39%)	62 (37%)



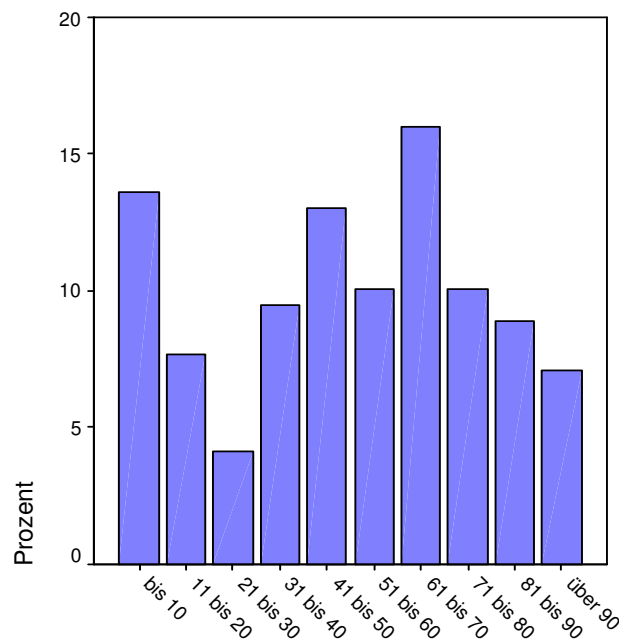
## 4.5. Hypothesentestung

Dieser Teil der Arbeit umfasst zunächst deskriptive Daten zur Empfänglichkeit der Stichprobe für urbane Legenden. Anschließend wird die Auswertung der einzelnen Konstrukte Geschlecht, Herkunft (Stadt-Land), zwischenmenschliches Vertrauen, Studienrichtung, Interesse an Spannung und Grusel und schließlich die Quelle der Legende nach den jeweiligen Hypothesen präsentiert. Die Auswertung der Fragebögen erfolgte mit der Software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Zur Testung der Hypothesen wurden unterschiedliche Analyseverfahren, wie zum Beispiel Mittelwertdifferenztests, Faktorenanalysen, Regressionen und mehr herangezogen.

### 4.5.1. Empfänglichkeit für urbane Legenden

Die abhängige Variable „Empfänglichkeit für urbane Legenden“ wurde – wie bereits in Kapitel 3.2.1 beschrieben – mit dreierlei Indikatorvariablen erhoben. Die erste der drei Indikatoren, das Interesse an urbanen Legenden, wurde mit einer Thermometerfrage direkt erfragt. Abbildung 3.5 zeigt, dass sich das Interesse der Respondenten über die gesamte Skala relativ gleichmäßig verteilte. Lediglich der Bereich 21 bis 30 wurde von weniger als 5% genutzt, während der Bereich 61 bis 70 von über 15% der Befragten genannt wurde.

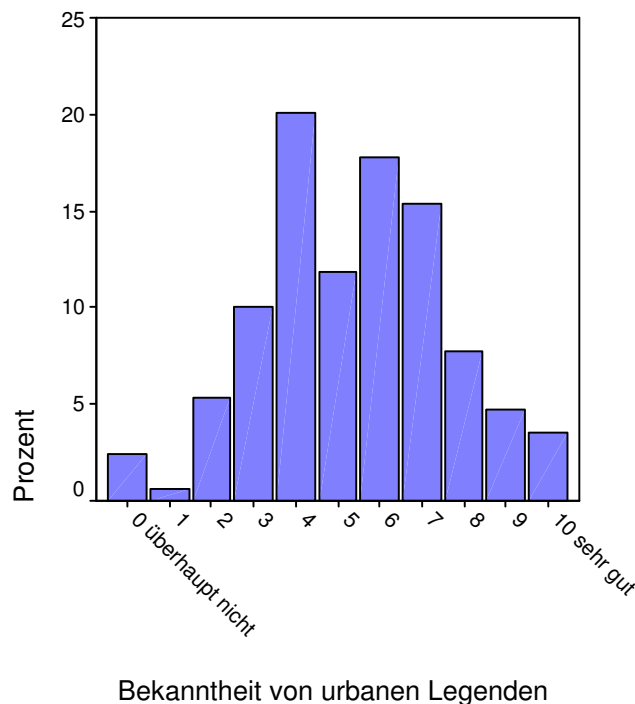
**Abbildung 3.5:** Interesse an urbanen Legenden auf einem Thermometer von 1 bis 100 in Prozent der Befragten



Das Kennen von urbanen Legenden soll mit den sechs vorgegebenen urbanen Legenden getestet werden, und zwar mit der Frage, wie gut diese urbanen Legenden gekannt werden. Der Glaube an den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden wurde mit der Frage, wie hoch man den Wahrheitsgehalt dieser urbanen Legenden einschätzt, erhoben. Die Indices, die aus den jeweiligen sechs Antworten gebildet werden, sollen somit die Kenntnis von und den Glauben an urbane Legenden des jeweiligen Befragten abbilden.

Zur Berechnung des Index zum Kennen der urbanen Legenden wurde ein arithmetisches Mittel<sup>3</sup> über alle sechs vorgegebenen urbanen Legenden gebildet. Dieser so genannte Durchschnitt soll somit zur weiteren Analyse als Maß für das Kennen des Befragten von urbanen Legenden dienen. Abbildung 3.6 zeigt, dass die vorgegebenen urbanen Legenden im Durchschnitt eher mittelmäßig gut bekannt waren.

**Abbildung 3.6:** Bekanntheit von urbanen Legenden auf einer Skala von 0 bis 10



---

<sup>3</sup> Das arithmetische Mittel ist das gebräuchlichste Maß der zentralen Tendenz und gibt an, was umgangssprachlich als „Durchschnitt“ bezeichnet wird. Weitere Maße zur Berechnung der zentralen Tendenz bieten der Modus und der Median (vgl. Atteslander 2003: 293).

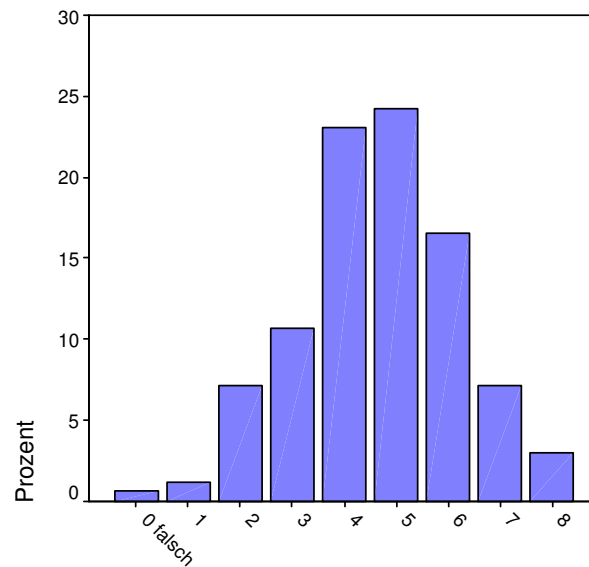
Betrachtet man die Mittelwerte der einzelnen urbanen Legenden, so zeigt sich, dass vor allem die drei modernen Sagen „Das Haustier in der Mikrowelle“, „Die Kornkreise“ und „Die Mondlandung“ von den vorgegebenen urbanen Legenden unter den befragten Studenten am besten bekannt waren. Am wenigsten bekannt war die Sage vom „Krokodil im Abwassersystem“. Dies könnte damit erklärt werden, dass diese urbane Legende in Österreich weniger stark verbreitet ist, da sie ursprünglich aus den USA stammt und sich von dort vor allem in größeren Metropolen verbreitet hat. Da die Sage „Bonsai-Katzen“ fast ausschließlich nur über das Internet verbreitet wurde, beschränkt auch sie sich nur auf eine bestimmte Empfängergruppe, was auch bei dieser modernen Sage die relativ geringe Verbreitung erklären könnte. Dennoch muss bedacht werden, dass selbst für die unbekannteren der in dieser Studie verwendeten urbanen Legenden, alle Bekanntheitsgrade in den Antworten vertreten waren (vgl. Tabelle 3.2).

**Tabelle 3.2:** Bekanntheit der vorgegebenen urbanen Legenden

<b>urbane Legende</b>	<b>Anzahl Vpn</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>
Haustier	169	6,02	0	10
Iss-Popcorn	169	4,72	0	10
Bonsaikatzen	169	3,88	0	10
Kornkreise	168	7,35	0	10
Krokodil	168	3,51	0	10
Mondlandung	168	7,23	0	10

Der zweite Index wurde zur Auswertung des Glaubens des Befragten an den Wahrheitsgehalt der angeführten urbanen Legenden gebildet. Ähnlich dem Index zum Kennen der urbanen Legenden wurde auch hier ein arithmetisches Mittel über alle sechs vorgegebenen Legenden gebildet, welches den durchschnittlichen Glauben an urbane Legenden widerspiegeln soll. Hierfür musste das Maßband (Skala von 0 bis 100) auf eine elfstufige Skala von 0 bis 10 reduziert werden. Abbildung 3.7 zeigt die daraus resultierende Verteilung.

**Abbildung 3.7:** Glaube an den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden auf einer Skala von 0 bis 10



Glaube an den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden

Der mittlere Wahrheitsgehalt wurde von den Probanden im Großen und Ganzen relativ gering eingeschätzt. Von allen getesteten Sagen wurde die Sage „Iss-Popcorn, Trink-Cola“ von den befragten Studenten mit einem Durchschnittswert von rund 67 am glaubwürdigsten befunden. Ansonsten erreichte nur die erste vorgegebene urbane Legende, nämlich „Das Haustier in der Mikrowelle“, einen geschätzten Wahrheitsgehalt von über 50. Die übrigen vier Sagen wurden von den Befragten mit Werten von durchschnittlich zwischen 35 bis 46 als relativ unglaubwürdig eingeschätzt (vgl. Tabelle 3.3).

**Tabelle 3.3:** Geschätzter Wahrheitsgehalt der vorgegebenen urbanen Legenden

urbane Legende	Anzahl Vpn	Mittelwert	Minimum	Maximum
Haustier	168	54,26	0	100
Iss-Popcorn	166	66,88	0	100
Bonsaikatzen	164	34,71	0	100
Kornkreise	166	40,27	0	100
Krokodil	163	45,72	0	100
Mondlandung	164	38,66	0	100

#### 4.5.2. Geschlecht

Zunächst soll nun der mögliche Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Studenten der Erhebung bezüglich der Empfänglichkeit für urbane Legenden getestet werden. Hierfür wird ein Mittelwertdifferenztest, auch t-Test genannt, durchgeführt, da die Varianz in der Grundgesamtheit nicht bekannt ist (alternativ wäre der z-Test zu wählen). Für den t-Test sind zwei Voraussetzungen zu erfüllen: Erstens muss die abhängige Variable, in diesem Fall das Interesse an urbanen Legenden, normalverteilt sein. Bei einer Stichprobengröße über 30 befragte Personen kann aufgrund des zentralen Grenzwertsatzes<sup>4</sup> von einer Normalverteilung ausgegangen werden. Zweitens muss die abhängige Variable Intervallskalenniveau<sup>5</sup> aufweisen. Beide Voraussetzungen sind somit erfüllt. Mit dem t-Test soll getestet werden, ob der beobachtete Unterschied im Mittelwert zweier Gruppen „zufällig“ entstanden ist, oder ob von einem signifikanten Unterschied (mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von  $\alpha = 5\%$ ) ausgegangen werden kann (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 451).

Zunächst werden die Mittelwerte der abhängigen Variablen nach Geschlecht betrachtet: das Interesse an urbanen Legenden, die Kenntnis von den urbanen Legenden und Einschätzung des Wahrheitsgehalts (Glaube) der urbanen Legenden. Für die abhängige Variable „Interesse“ wurde die Frage a7 (Thermometerfrage) herangezogen. Die abhängige Variable Bekanntheit der urbanen Legenden wird mit dem Index „Kennen“, die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden mit dem Index „Glauben“ getestet. Tabelle 3.4 zeigt die entsprechenden Mittelwerte für männliche und weibliche Studenten.

---

<sup>4</sup> Der zentrale Grenzwertsatz besagt, vereinfacht gesagt: Ist die Stichprobengröße  $n$  groß genug, dann ist das arithmetische Mittel annähernd normalverteilt, selbst dann, wenn die Variable selber in der Grundgesamtheit nicht normalverteilt ist.

<sup>5</sup> Skalen werden danach klassifiziert, je nachdem welche Transformationen sie zulassen. Diese Klassifikationen werden „Skalenniveaus“ genannt. Die übliche Unterscheidung der Skalen geht auf Stevens (1946) zurück. Er unterscheidet Nominal-, Ordinal-, Intervall- und Ratioskalenniveau (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 143).

**Tabelle 3.4:** Mittelwerte für Interesse, Kennen und Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht

Variable	Geschlecht	Anzahl Vpn (gültig)	Mittelwert	mittlere Differenz
Interesse	männlich	66	51,11	-4,91
	weiblich	103	56,02	
Kennen	männlich	66	5,92	0,76
	weiblich	103	5,16	
Glauben	männlich	60	47,76	0,50
	weiblich	98	47,26	

Obwohl der Unterschied zwischen den Mittelwerten von männlichen und weiblichen Studenten bezüglich dem Interesse an urbanen Legenden eher gering ist, wird zur Testung der Hypothese **H1a** (Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und Interesse an urbanen Legenden) noch ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt. Der t-Test bei Varianzhomogenität zeigt, dass die Hypothese eines Zusammenhangs zwischen dem Geschlecht und dem Interesse an urbanen Legenden verworfen werden muss, da sich die Mittelwerte nicht signifikant voneinander unterscheiden.

**Tabelle 3.5:** Mittelwertsvergleich: Interesse an urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Interesse	gleich	3,357	0,069	-1,093	167	<b>0,276</b>
	ungleich			-1,133	154,151	0,259

Die Mittelwerte der männlichen und weiblichen Studenten bezüglich der Kenntnis von den vorgegebenen urbanen Legenden weisen einen etwas stärkeren Unterschied auf als jene bezüglich des Interesses an urbanen Legenden. So wird auch zur Testung der Hypothese **H1b** (Zusammenhang zwischen Geschlecht und dem Kennen von urbanen Legenden) ein t-Test durchgeführt. Der t-Test bei Varianzhomogenität (Tabelle 3.6) zeigt, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen den männlichen und den weiblichen Studenten betreffend dem Kennen der einzelnen urbanen Legenden gibt. Mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% kann also davon ausgegangen werden, dass der festgestellte Unterschied nicht zufällig ist. Allerdings kennen nicht, wie vorher postuliert,

die weiblichen Studentinnen die urbanen Legenden besser als die männlichen, sondern umgekehrt.

**Tabelle 3.6:** Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Kennen	gleich	0,198	0,657	2,227	166	<b>0,027</b>
	ungleich			2,226	136,13	0,028

Dieses interessante Ergebnis soll nun näher betrachtet werden. Hierfür werden nun die Mittelwertsdifferenzen von allen sechs urbanen Legenden genauer überprüft. Betrachtet man die Mittelwertsdifferenzen der einzelnen urbanen Legenden, so weisen vor allem die beiden zuletzt genannten, nämlich „Das Krokodil im Abwassersystem“ und „Die Mondlandung“, einen hohen und auch signifikanten Unterschied (Tabelle 3.7 und Tabelle 3.8) in der Bekanntheit bei weiblichen und männlichen Studenten auf. Die Mondlandung ist eine Legende, die ein hohes Maß an technischem Hintergrundwissen und Interesse verlangt, welches eher den männlichen Studenten zuzurechnen sein kann. Die urbane Legende „Das Krokodil im Abwassersystem“ behandelt die Gewalt eines Raubtieres. Auch diese Thematik dürfte die männlichen Studenten mehr ansprechen als die weiblichen. Das könnte als Erklärung für dieses unerwartete Ergebnis dienen.

**Tabelle 3.7:** Mittelwerte: Kennen der einzelnen urbanen Legenden nach Geschlecht

urbane Legende	Geschlecht	Anzahl Vpn	Mittelwert	Differenz
Haustier	männlich	66	5,92	-0,16
	weiblich	103	6,09	
Iss-Popcorn	männlich	66	5,26	0,88
	weiblich	103	4,38	
Bonsaikatzen	männlich	66	4,20	0,53
	weiblich	103	3,67	
Kornkreise	männlich	65	7,75	0,67
	weiblich	103	7,09	
Krokodil	männlich	65	4,46	1,56
	weiblich	103	2,90	
Mondlandung	männlich	65	7,88	1,06
	weiblich	103	6,82	

**Tabelle 3.8:** Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test)

Urbane Legende	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Haustier	gleich	0,001	0,980	-0,283	167	<b>0,777</b>
	ungleich			-0,283	138,209	0,778
Iss-Popcorn	gleich	1,443	0,231	1,408	167	<b>0,161</b>
	ungleich			1,422	143,332	0,157
Bonsaikatzen	gleich	0,026	0,872	0,790	167	<b>0,430</b>
	ungleich			0,794	140,866	0,428
Kornkreise	gleich	7,237	0,008	1,324	166	0,187
	ungleich			1,408	160,401	<b>0,161</b>
Krokodil	gleich	2,224	0,138	2,840	166	<b>0,005</b>
	ungleich			2,757	123,153	0,007
Mondlandung	gleich	19,858	0,000	1,901	166	0,059
	ungleich			2,036	162,280	<b>0,043</b>

Die letzte Hypothese das Geschlecht betreffend, bezieht sich auf den Zusammenhang mit der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden, also dem Glauben an die Richtigkeit (**H1c**). Die Mittelwerte weisen hier an sich so gut wie überhaupt keinen Unterschied auf. Der Vollständigkeit wegen wurde trotzdem ein t-Test durchgeführt (Tabelle 3.9). Es konnte aber, wie zu erwarten war, kein signifikanter Unterschied in den Mittelwerten von männlichen und weiblichen Studenten festgestellt werden.

**Tabelle 3.9:** Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Glauben	gleich	0,742	0,390	0,196	156	<b>0,845</b>
	ungleich			0,198	128,936	0,843

Betrachtet man allerdings die einzelnen urbanen Legenden wieder getrennt voneinander auf ihre Mittelwerte hin (Tabelle 3.10 und Tabelle 3.11), so zeigt sich, dass die einzige Legende, die wieder einen größeren und signifikanten Unterschied in den Mittelwerten aufweist, die Legende zur Mondlandung ist. Diesmal jedoch ist zu beobachten, dass weibliche Studentinnen den Wahrheitsgehalt dieser modernen Sage signifikant höher



einschätzen als männliche Studenten. Da männliche Studenten diese urbane Legende besser kennen als weibliche, wird von ihnen also auch der Wahrheitsgehalt niedriger eingeschätzt.

**Tabelle 3.10:** Mittelwerte: Glaube an die einzelnen urbanen Legenden nach Geschlecht

urbane Legende	Geschlecht	Anzahl Vpn	Mittelwert	Differenz
Haustier	männlich	65	55,22	1,56
	weiblich	103	53,65	
Iss-Popcorn	männlich	65	65,66	-2,00
	weiblich	101	67,66	
Bonsaikatzen	männlich	63	37,95	5,27
	weiblich	101	32,68	
Kornkreise	männlich	64	38,08	-3,56
	weiblich	102	41,64	
Krokodil	männlich	62	47,11	2,25
	weiblich	101	44,86	
Mondlandung	männlich	63	32,67	-9,73
	weiblich	101	42,40	

**Tabelle 3.11:** Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test)

Urbane Legende	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Haustier	gleich	0,291	0,590	0,332	166	<b>0,740</b>
	ungleich			0,337	142,269	0,737
Iss-Popcorn	gleich	0,875	0,351	-0,433	164	<b>0,666</b>
	ungleich			-0,424	127,457	0,672
Bonsaikatzen	gleich	0,144	0,705	0,961	162	<b>0,338</b>
	ungleich			0,963	132,483	0,338
Kornkreise	gleich	0,021	0,885	-0,726	164	<b>0,469</b>
	ungleich			-0,723	131,961	0,471
Krokodil	gleich	0,779	0,379	0,501	161	<b>0,617</b>
	ungleich			0,493	121,948	0,623
Mondlandung	gleich	1,169	0,281	-2,101	162	<b>0,037</b>
	ungleich			-2,079	127,189	0,040

### 4.5.3. Herkunft (Stadt – Land)

Die Hypothesen zu dem erwarteten Zusammenhang zwischen der Herkunft (urban oder ländlich) und der Empfänglichkeit von urbanen Legenden wurden mittels Kreuztabellierung und Chi<sup>2</sup>-Test untersucht. Kreuztabellen dienen der Analyse von nominal skalierten Daten. Durch die Kreuztabellierung werden Ergebnisse einer Erhebung tabellarisch dargestellt, so dass mögliche Zusammenhänge zwischen den Variablen erkannt werden können. Mit Hilfe einer Kontingenzanalyse kann dann kontrolliert werden, ob es sich bei diesem Zusammenhang um eine zufällige oder systematische Assoziation handelt. Das am häufigsten für diesen Zweck verwendete Instrument ist der Chi<sup>2</sup>-Test (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 231).

Der Chi<sup>2</sup>-Test bietet die Möglichkeit Variablen mit unterschiedlichen Skalenniveaus in einer gemeinsamen Analyse zu betrachten, da alle höheren Skalenniveaus auf ein nominales Niveau hinunter transformiert werden können. Aus diesem Grund wurde dieses Analyseverfahren zur Auswertung der Hypothesen zur Herkunft herangezogen. Dafür wurde die unabhängige, ordinalskalierte Variable „Einwohnerzahl“ in eine für die Hypothesen relevante dichotome Variable mit den Ausprägungen 1 (Dorf bzw. Kleinstadt) und 2 (Stadt bzw. Großstadt) umkodiert. Alle drei abhängigen Variablen wurden in vier Quartile aufgeteilt. Es soll allerdings bedacht werden, dass solche Transformationen immer auch einen gewissen Informationsverlust bedeuten, der sich in diesem Fall aber nicht vermeiden ließ.

Zur Testung der Hypothese **H2a** (Zusammenhang zwischen der ländlichen bzw. städtischen Herkunft des Studenten und dem Glauben an urbane Legenden) wurde zunächst eine Kreuztabelle erstellt (Tabelle 3.12). Betrachtet man nun die Prozentsätze, so zeigen sich bereits auf den ersten Blick kaum Unterschiede zwischen den Studenten, die in ländlicher Gegend und Studenten, die in urbanem Umfeld aufgewachsen sind bezüglich ihrer Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden. Da sich die Kontingenzanalyse aber nicht aus den Absolutzahlen, sondern aus dem Unterschied zu den erwarteten Fällen berechnet, wird dennoch ein Chi<sup>2</sup>-Test durchgeführt.

**Tabelle 3.12:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Einwohnerzahl

Glauben	Dorf/ Kleinstadt	Stadt/ Großstadt	Gesamt
1. Quartil	5 (7,4%)	10 (11,6%)	15 (9,7%)
2. Quartil	32 (47,1%)	40 (46,5%)	72 (46,8%)
3. Quartil	29 (42,6%)	33 (38,4%)	62 (40,3%)
4. Quartil	2 (2,9%)	3 (3,5%)	5 (3,2%)
<b>Gesamt</b>	68 (100%)	86 (100%)	154 (100%)

Der Chi<sup>2</sup>-Test in Tabelle 3.13 bestätigt, dass kein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Studentengruppen aus Dörfern bzw. Kleinstädten und Städten bzw. Großstädten, den Glauben an die einzelnen urbanen Legenden betreffend, besteht. Die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der vorgegebenen urbanen Legenden hängt demnach nicht von der Größe des Ortes, an dem die befragten Studenten aufgewachsen sind, ab.

**Tabelle 3.13:** Chi2-Test: Glaube an urbane Legenden \* Einwohnerzahl

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	0,922	3	0,820

Die nächste Hypothese (**H2b**) die Größe des Ortes, an dem der befragte Student aufgewachsen ist, betreffend, bezieht sich auf den Zusammenhang mit dem Interesse an urbanen Legenden. Zur Testung dieser Hypothese wurde die abhängige Variable „Interesse“ ebenfalls in vier Quartile kodiert und eine Kreuztabelle erstellt (Tabelle 3.14). Interessanterweise zeigt sich, dass die Studenten, die in urbanen Gegenden aufgewachsen sind, offensichtlich eher zu „extremen“ Aussagen, also zu Antworten im ersten und letzten Quartil, tendieren, als Studenten aus den ländlicheren Gegenden, deren Antworten überwiegend in den beiden mittleren Quartile liegen. Dennoch lässt sich keine Tendenz der beiden Studentengruppen bezüglich stärkeren bzw. schwächeren Interesses ablesen. Zur Kontrolle wurde allerdings dennoch wieder ein Chi<sup>2</sup>-Test durchgeführt.

**Tabelle 3.14:** Kreuztabelle: Interesse an urbane Legenden \* Einwohnerzahl

Interesse	Dorf/ Kleinstadt	Stadt/ Großstadt	Gesamt
1. Quartil	13 (18,1%)	23 (23,7%)	36 (21,3%)
2. Quartil	21 (29,2%)	24 (24,7%)	45 (26,6%)
3. Quartil	23 (31,9%)	22 (22,7%)	45 (26,6%)
4. Quartil	15 (20,8%)	28 (28,9%)	43 (25,4%)
<b>Gesamt</b>	72 (100%)	97 (100%)	169 (100%)

Wie bereits zu erwarten war, weist auch dieser Chi<sup>2</sup>-Test kein signifikantes Ergebnis bezüglich eines Zusammenhanges zwischen der Einwohnerzahl des Ortes, an dem der Student aufgewachsen ist, und seinem Interesse an urbanen Legenden auf (Tabelle 3.15).

**Tabelle 3.15:** Chi<sup>2</sup>-Test: Interesse an urbane Legenden \* Einwohnerzahl

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	3,304	3	0,347

Die letzte Hypothese **H2c** in diesem Hypothesenblock (Zusammenhang zwischen der Ortsgröße und dem Kennen von urbanen Legenden) wird ebenso wie die beiden vorhergehenden Hypothesen mit einer Kreuztabelle und einem anschließenden Chi<sup>2</sup>-Test untersucht. Hierfür wurde gleichfalls die abhängige Variable in Quartile zusammengefasst (Tabelle 3.16). Die Kreuztabelle zeigt in diesem Fall, dass vor allem im ersten und im dritten Quartil starke Unterschiede der Studenten, die in Dörfern bzw. in Kleinstädten aufgewachsen sind zu jenen die in Städten bzw. in Großstädten aufgewachsen sind.

**Tabelle 3.16:** Kreuztabelle: Kennen von urbane Legenden \* Einwohnerzahl

Kennen	Dorf/ Kleinstadt	Stadt/ Großstadt	Gesamt
1. Quartil	2 (2,8%)	12 (12,5%)	14 (8,3%)
2. Quartil	27 (37,5%)	35 (36,5%)	62 (36,9%)
3. Quartil	34 (47,2%)	31 (32,3%)	65 (38,7%)
4. Quartil	9 (12,5%)	18 (18,8%)	27 (16,1%)
<b>Gesamt</b>	72 (100%)	96 (100%)	168 (100%)

Der Chi<sup>2</sup>-Test (Tabelle 3.17) bestätigt die Annahme eines Zusammenhanges zwischen der Ortsgröße und dem Kennen von urbanen Legenden. Die Nullhypothese, also die Annahme der Unabhängigkeit der Merkmale, kann daher mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% abgelehnt werden. Das bedeutet, dass davon ausgegangen werden kann, dass sie voneinander abhängig sind.

**Tabelle 3.17:** Chi<sup>2</sup>-Test: Kennen von urbane Legenden \* Einwohnerzahl

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	8,049	3	0,045

Nachdem der Chi<sup>2</sup>-Test nun eine Abhängigkeit der beiden Variablen zueinander festgestellt hat, soll versucht werden, weitere Informationen über die Art des Zusammenhanges, wie zum Beispiel die Stärke oder die Richtung zu bestimmen. Diese Informationen liefert der Chi<sup>2</sup>-Test nicht. Zu diesem Zwecke gibt es unterschiedliche weitere Assoziationsmaße. Eine Möglichkeit bietet der Phi-Koeffizient. Dieser Wert beträgt bei dieser Untersuchung 0,22 (Tabelle 3.18) und zeigt somit, dass der Zusammenhang zwischen den beiden Variablen nicht besonders stark ist. Ein weiteres Maß zur Berechnung bietet Cramer's V, welches allerdings dadurch, dass die unabhängige Variable binär ist, ident ist mit dem Phi-Koeffizienten. Weitere Assoziationsmaße wären zum Beispiel Lambda oder Tau.

**Tabelle 3.18:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Kennen von urbanen Legenden \* Einwohnerzahl

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
<b>Phi</b>	0,219	0,45
<b>Cramer's V</b>	0,219	0,45

#### **4.5.4. Zwischenmenschliches Vertrauen**

Zur Testung der Hypothesen zum zwischenmenschlichen Vertrauen muss zunächst die für die unabhängige Variable verwendete Skala auf Reliabilität getestet werden. Um ungeeignete Items aus der Skala auszusortieren, werden diese dafür zunächst auf ihre Schwierigkeit und ihre Trennschärfe untersucht. Im Anschluss wird mit den verbleibenden Items eine Faktorenanalyse durchgeführt, um zur Auswertung der Hypothesen nur noch jene Items heranzuziehen, die das zwischenmenschliche Vertrauen tatsächlich widerspiegeln. Abschließend werden die Hypothesen dann mit einer Regressionsanalyse getestet.

##### **4.5.4.1. Schwierigkeit der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen**

Die Schwierigkeit eines Items kann als der Anteil von Ablehnungen zu diesem Item aufgefasst werden. Ein schwieriges Item wird demnach von mehr Personen abgelehnt als ein leichtes. In der Literatur zu Skalierungsverfahren wird die Schwierigkeit umgekehrt für den Anteil der Zustimmungen zu diesem Item angegeben. Die zuerst genannte Bedeutung, die als umgangssprachliche Bedeutung angesehen wird, setzt sich allerdings immer mehr durch (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 182).

Um die Schwierigkeit eines Items zu bestimmen gibt es verschiedene Möglichkeiten. Eine Strategie wäre, die einzelnen Items in zwei Hälften zu teilen, also zu dichtomisieren, um dann die prozentuelle Häufigkeit für jede einzelne Hälfte zu berechnen. Eine weitere Möglichkeit, die hier auch verwendet wurde, bietet die Transformation der Items auf einen Bereich von 0 bis 1, um den jeweiligen Mittelwert als Maß für die Schwierigkeit heranzuziehen. Die Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen wurde dafür zuerst in die Richtung „kein Vertrauen“ umkodiert (also hohe Zustimmung bedeutet wenig Vertrauen). Dann wurden die jeweiligen Items auf den Bereich 0 bis 1 umgerechnet.

Mittelwerte bis 0,9 werden generell als akzeptabel angenommen. Eine Auszählung mit SPSS zeigt, dass die Schwierigkeit der Items gut ist, da keines die 0,9 überschreitet, obwohl nur wenige die 0,5 unterschreiten (vgl. Tabelle 3.19). Es können also alle Items in die weitere Auswertung übernommen werden.

**Tabelle 3.19:** Schwierigkeit der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen

Variable	Mittelwert	Std. Dev.	Min	Max	N
vert1	0,60	0,24	0,00	1,00	166
vert2	0,48	0,30	0,00	1,00	168
vert3	0,49	0,30	0,00	1,00	166
vert4	0,55	0,26	0,00	1,00	166
vert5	0,56	0,28	0,00	1,00	168
vert6	0,60	0,24	0,25	1,00	166
vert7	0,60	0,26	0,00	1,00	166
vert8	0,64	0,23	0,00	1,00	168
vert9	0,43	0,23	0,00	1,00	169
vert10	0,74	0,25	0,00	1,00	168
vert11	0,80	0,20	0,25	1,00	169
vert12	0,73	0,20	0,00	1,00	169
vert13	0,56	0,24	0,00	1,00	166
vert14	0,60	0,24	0,00	1,00	168
vert15	0,50	0,22	0,00	1,00	169
vert16	0,52	0,22	0,00	1,00	167
vert17	0,69	0,24	0,25	1,00	169
vert18	0,62	0,26	0,00	1,00	168
vert19	0,48	0,24	0,00	1,00	167
vert20	0,70	0,23	0,00	1,00	168
vert21	0,77	0,22	0,00	1,00	166
vert22	0,63	0,28	0,00	1,00	167
vert23	0,64	0,21	0,25	1,00	166
vert24	0,56	0,22	0,00	1,00	166
vert25	0,43	0,22	0,00	1,00	168
vert26	0,53	0,27	0,00	1,00	168
vert27	0,71	0,21	0,00	1,00	168

#### 4.5.4.2. Trennschärfe der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen

Die Skala soll schlussendlich eindimensional sein. Um nun jene Items aus der Befragung auszusondern, deren Beantwortung nichts mit den Antworten auf die anderen Items gemein haben, wird die Trennschärfe berechnet.

Zur Berechnung der Trennschärfe stehen verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl. Es können zum Beispiel so genannte „Trennschärfe-Indizes“ berechnet werden. Die aber wohl gängigste und auch hier verwendete Technik der Item-Analyse besteht in der Berechnung des „Trennschärfe-Koeffizienten“, welcher die Korrelation jedes Items mit der Gesamtskala angibt (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 189f.). In die endgültige Skala sollen dann nur jene Items übernommen werden, die eine hohe Korrelation mit der Gesamtskala aufweisen.

Die Items der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen weisen nach einer Reliabilitätsanalyse im SPSS nur eine sehr geringe Trennschärfe auf. Die Faustregel von

0,5 überschreiten überhaupt nur drei Items. Durch die Elimination irgendeines einzelnen Items würde sich allerdings keine wesentliche Verbesserung der Reliabilität der Gesamtskala ergeben, da der Alpha-Wert dadurch kaum erhöht werden könnte (s. Abbildung 3.20).

Das Alpha (Cronbachs  $\alpha$ ) zeigt die in der Skala erzielte Reliabilität. Das Alpha von 0,81 weist an sich einen hohen Wert und eine akzeptable Reliabilität auf. Der Alpha-Wert ist auch nur wenig niedriger als das Cronbachs  $\alpha$  von 0,85, das die Ursprungsdaten von Amelang und Bartussek 1984 erreichten (vgl. Amelang/ Bartussek 2006).

**Tabelle 3.20:** Trennschärfe der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen

<b>Variable</b>	<b>Trennschärfe</b>	<b>Alpha (if item deleted)</b>
vert1	0,2610	0,8102
vert2	0,2590	0,8113
vert3	0,2817	0,8102
vert4	0,3017	0,8088
vert5	0,2583	0,8110
vert6	0,5224	0,7993
vert7	0,2718	0,8100
vert8	0,4432	0,8028
vert9	0,3930	0,8049
vert10	0,2598	0,8105
vert11	0,3119	0,8082
vert12	0,2788	0,8093
vert13	0,1851	0,8133
vert14	0,5400	0,7986
vert15	0,3248	0,8076
vert16	0,2907	0,8089
vert17	0,4579	0,8021
vert18	0,3040	0,8085
vert19	0,0517	0,8188
vert20	0,3516	0,8065
vert21	0,3558	0,8065
vert22	0,4250	0,8030
vert23	0,4137	0,8044
vert24	0,5455	0,7989
vert25	0,4113	0,8043
vert26	0,3332	0,8073
vert27	0,3486	0,8068
<b>Alpha</b>	<b>= 0,8130</b>	



#### 4.5.4.3. Faktorenanalyse

Vor der weiteren Auswertung wird nun eine Faktorenanalyse durchgeführt, um die einzelnen Items latenten Variablen zuzuordnen. Die Faktorenanalyse dient dazu, die Dimensionen der Skala zu erfassen und die einzelnen Items diesen Dimensionen zuzuordnen:

*„Grob gesprochen stellen Faktorenanalysen eine Reihe von statistischen Verfahren dar, mit denen versucht wird, eine große Zahl von Untersuchungsvariablen durch eine weit kleinere Zahl von Faktoren zu ‚erklären‘“ (Schnell/ Hill/ Esser 2005: 161f.)*

Die Faktoren stellen dabei die latenten, unbeobachteten Hintergrundgrößen dar, welche die Zusammenhänge zwischen den beobachteten Variablen hervorrufen. Die Faktorenanalyse soll also die Vielzahl der Variablen auf wenige von einander unabhängige wichtige Einflussfaktoren reduzieren. Durch diese Datenreduktion erleichtert die Faktorenanalyse die empirische Forschungsarbeit enorm (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 260). Eine vollständige Varianzerklärung ist mit der Faktorenanalyse allerdings nicht möglich, da eben nur die wichtigen latenten Variablen bearbeitet werden sollen. So bleibt immer ein Rest an nicht erklärten Varianzanteilen bestehen, der auf andere Einflüsse zurückzuführen ist.

Jeder Wert in den einzelnen Variablen lässt sich aus den Werten der nicht messbaren (latenten) Faktoren beschreiben. Dabei wirken die einzelnen Faktoren unterschiedlich auf das Zustandekommen der Werte der Variablen. Die Stärke des Einflusses wird durch die Faktorladungen beschrieben. Zur Faktorextraktion gibt es grundlegend zwei unterschiedliche Analyseverfahren: Die Hauptkomponenten- und die Hauptachsenanalyse. Die Hauptkomponentenanalyse hat das Ziel eine möglichst umfassende Reproduktion der Datenstruktur durch möglichst wenige Faktoren herauszufiltern, wohingegen die Hauptachsenanalyse die Erklärung der Varianz der Variablen durch hypothetische Faktoren zum Ziel hat. Die Hauptkomponentenanalyse lässt im Gegensatz zur Hauptachsenanalyse keine kausale Interpretation zu. Aus diesem Grund wurde für die weitere Analyse die Hauptachsenanalyse gewählt (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 292). Als Faktorextraktionskriterium wurde das so genannte „Kaiser-

Kriterium“, das alle Faktoren mit einem Eigenwert  $>1$  extrahieren lässt, gewählt (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 314).

Im Falle der Faktorenanalyse zum zwischenmenschlichen Vertrauen wurden schrittweise zunächst jene Items aus der Analyse ausgeschlossen, die auf keinen Faktor eindeutig laden und somit in dieser Erhebung keine eindeutigen Ergebnisse liefern können. Amelang, Gold und Külbel erhielten 1984 bei der Befragung von 135 Studenten mit dieser Skala vier Dimensionen, welche alle 27 Items umfassten. Die Unterschiede zwischen den Ergebnissen von Amelang, Gold und Külbel (1984) und der hier beschriebenen Erhebung können auf verschiedene Gründe zurückgeführt werden. Erstens liegt dieser Erhebung mit hoher Wahrscheinlichkeit eine andere Verteilung der Stichprobe zugrunde. Zweitens wurde die Skala 1984 entworfen und ist somit vielleicht zum Teil schon veraltet. So ist es zum Beispiel durchaus denkbar, dass Items wie zum Beispiel „Die meisten Volksvertreter sind in ihren Wahlkampfversprechen wirklich vertrauenswürdig“ von der heutigen Gesellschaft ganz anders interpretiert wird als noch vor 25 Jahren. Auch kulturelle Unterschiede könnten unter Umständen eine Rolle spielen, da die Befragung von Amelang, Gold und Külbel in Deutschland stattgefunden hat.

Bei der hier durchgeführten Faktorenanalyse bleiben nach Ausschluss der hier unbrauchbaren Items noch folgende zehn für die weitere Analyse übrig:

- Ver13: Bei vielen Experten kann man sich darauf verlassen, dass sie die Wahrheit über die Begrenztheit ihres Wissens sagen.
- Ver14: In dieser, von Konkurrenzgedanken bestimmten Zeit muss man wachsam sein, oder irgendjemand nutzt einen wahrscheinlich aus.
- Ver16: Die meisten Idealisten sind aufrichtig und gewöhnlich praktizieren sie auch, was sie predigen.
- Ver17: Die meisten Verkäufer sind ehrlich im Beschreiben ihrer Ware.
- Ver18: Die meisten Reparaturarbeiter würden die Rechnung auch dann nicht zu hoch ausstellen, wenn sie wüssten, dass man sich in ihrem Fachgebiet nicht auskennt.
- Ver20: Wenn wir wirklich wüssten, was in der internationalen Politik vor sich geht, so hätte die Öffentlichkeit mehr Grund entsetzt zu sein als sie es jetzt zu sein scheint.

- Ver23: Bei den Äußerungen unserer Mitmenschen muss man gewöhnlich aufpassen, das herauszuhören, was sie wirklich meinen.
- Ver25: Gewöhnlich warten die Berufskollegen nur darauf, dass einem ein Missgeschick passiert, damit sie selbst emporkommen.
- Ver26: Das Zusammenleben von uns allen wird mehr durch Gewalt und Macht als gegenseitiges Vertrauen geregelt.
- Ver27: Jeder, der sich selbst in einem Sachverhalt gut auskennt, ist bestürzt, wenn er liest, wie darüber Zeitungen berichten.

Die Faktorenanalyse von Amelang, Gold und Külbel (1984) ergab ebenfalls vier Dimensionen: 1) Öffentliche Institutionen und deren Transparenz, 2) Mitmenschen und die davon ausgehende Bedrohung, 3) Experten, z.B. Verkäufer, Politiker, Reparatere und 4) die Kluft zwischen Verbal- und Realverhalten (vgl. Amelang/ Gold/ Külbel 1984, zit. nach Amelang/ Bartussek 2006). Die hier durchgeführte Faktorenanalyse (Tabelle 3.21) berechnet schließlich ebenfalls vier Faktoren, welche in Summe rund 40% der Varianz erklären. Die vier gefundenen Faktoren können den vier von Amelang, Gold und Külbel gefunden Faktoren gleichgesetzt werden.

**Tabelle 3.21:** Rotierte Faktorenmatrix zwischenmenschliches Vertrauen

Variable	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
ver26	<b>0,708</b>	0,006	0,060	0,045
ver25	<b>0,610</b>	0,234	0,046	0,088
ver14	<b>0,480</b>	0,394	0,037	0,201
ver27	0,027	<b>0,623</b>	0,088	0,133
ver23	0,198	<b>0,495</b>	0,292	-0,010
ver20	0,175	<b>0,370</b>	-0,152	0,172
ver16	0,003	0,070	<b>0,748</b>	0,066
ver13	0,048	0,024	<b>0,386</b>	0,115
ver18	0,084	0,169	0,080	<b>0,608</b>
ver17	0,122	0,090	0,398	<b>0,564</b>

Der erste Faktor wird vor allem von den Items ver26, ver25 und ver14 beschrieben. Betrachtet man diese einzelnen Items, so können sie schließlich unter den von Amelang, Gold und Külbel zweiten Faktor „Mitmenschen und die davon ausgehende Bedrohung“ zusammengefasst werden. Der zweite Faktor der hier angeführten Faktorenanalyse setzt

sich überwiegend aus den Items ver27, ver23 und ver20 zusammen. Die Items ver27 und ver20 können eindeutig mit dem Faktor „Öffentliche Institutionen und deren Transparenz“ beschrieben werden. Das Item Ver23 kann allerdings nicht in Verbindung mit dieser latenten Variable gebracht werden. Es konnte keine inhaltliche Erklärung für das Zusammenwirken dieses Items mit den beiden anderen gefunden werden. Deshalb wird für das weitere Vorgehen dieses Item aus rein inhaltlichen Überlegungen ausgeschlossen.

Der dritte Faktor wird großteils von den beiden Items ver16 und ver13 beschrieben. Diese beiden Items zeigen die „Kluft zwischen Verbal- und Realverhalten“, bzw. genauso genommen in diesen beiden Fällen die Übereinstimmung von Verbal- und Realverhalten. Der letzte Faktor wird durch die Items ver18 und ver17 erklärt, die von dem Ausnutzen asymmetrischer Informationen von Experten im Sinne von Verkäufern und Reparaturarbeitern berichten.

Auf Basis der Faktorenanalyse werden nun vier Indices gebildet, welche die einzelnen Faktoren widerspiegeln sollen. Da die einzelnen Items die Faktoren unterschiedlich stark beschreiben, werden die Faktorladungen als Orientierung für die Gewichtung herangezogen. Durch die Berechnung entstehen nun aus den vier Faktoren vier metrische Variablen, die zur Auswertung der Hypothesen zum zwischenmenschlichen Vertrauen zur Verfügung stehen. Zur Analyse der Hypothesen wird darum eine multiple Regression berechnet.

#### **4.5.4.4. Regression**

Die multiple Regressionsanalyse dient der Untersuchung von Kausalbeziehungen zwischen einer abhängigen und mehreren unabhängigen Variablen (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 46f.). Hierfür werden nun die vier durch die Faktorenanalyse erforschten Faktoren als unabhängige Variablen herangezogen. Die Regressionsanalyse schätzt nun die Wirkung dieser vier Faktoren auf die jeweilige abhängige Variable. Bei der Hypothese **H3a** ist die abhängige Variable der Index zur Schätzung des Wahrheitsgehaltes von urbanen Legenden. Für die Analyse des zwischenmenschlichen Vertrauens wird die Methode der schrittweisen Regression (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 105) gewählt, um mögliche Modelle aufzuzeigen.

Das Modell zu den Einflüssen der verschiedenen Faktoren des zwischenmenschlichen Vertrauens auf die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes zeigt, dass nur der Faktor „Mitmenschen und die davon ausgehende Bedrohung“ in das Modell aufgenommen wird. Man erhält folgende Regressionsfunktion (Tabelle 3.22):

$$\text{Glauben} = 35,477 + 3,918 * \text{Faktor 1}$$

**Tabelle 3.22:** Regressionsanalyse (Glauben): Koeffizienten

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
	B	Standardfehler	Beta		
(Konstante)	35,477	5,146		6,894	0,000
Faktor 1	3,918	1,633	0,192	2,399	0,018

Das bedeutet, dass eine zusätzliche Erhöhung um 3,9 bei der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes zu erwarten ist, wenn der Faktor 1, nämlich das Vertrauen in die Mitmenschen, um eins steigt.<sup>6</sup> Dies zeigt einen positiven Zusammenhang zwischen dem Vertrauen in seine Mitmenschen und der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes von urbanen Legenden.

Weiters ist die Güte des Modells zu überprüfen. Diese Überprüfung soll klären, wie gut sich diese Funktion als Modell der Realität eignet. Zur Messung der globalen Güte wird das Bestimmtheitsmaß  $R^2$  herangezogen. Mit dem Bestimmtheitsmaß wird die Güte der Anpassung – auch „goodness of fit“ genannt – der Regressionsfunktion an die empirischen Daten gemessen. Der Wert für  $R^2$  gibt an, wie viel Prozent der Streuung durch den Regressor (unabhängige Variable) erklärt wird. In diesem Fall sind es nur rund 4% (Tabelle 3.23). Dies zeigt, dass es noch weitere starke Einflussfaktoren auf die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes geben muss.

**Tabelle 3.23:** Regressionsanalyse (Glauben): Modellzusammenfassung

Modell	R	$R^2$	korrigiertes $R^2$	Standardfehler
1	0,192	0,037	0,030	15,48576

<sup>6</sup> Die Items zum zwischenmenschlichen Vertrauen wurden vor der Berechnung der Faktoren so kodiert, dass ein hoher Wert, einem starken Vertrauen entspricht (Anm. d. Verf.).

Das Bestimmtheitsmaß drückt allerdings nur aus, in wie weit sich die Regressionsfunktion an die beobachteten Daten anpasst. Um zu testen inwiefern das geschätzte Modell auch über die Stichprobe hinaus Gültigkeit besitzt, wird der F-Test berechnet. Der F-Test mit einem Wert von 5,754 ergibt, dass die Nullhypothese, die besagt, dass kein Zusammenhang zwischen den Variablen besteht und somit die Regressionskoeffizienten in der Grundgesamtheit alle Null sind, mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% (Signifikanz: 0,018) verworfen werden kann. Es kann also ein kausaler Zusammenhang zwischen der abhängigen und der unabhängigen Variable postuliert werden.

Neben der globalen Prüfung der Güte des Modells sollen auch noch die Regressionskoeffizienten auf ihre Güte überprüft werden. Auch der T-Wert (Tabelle 3.22) zeigt den signifikanten Einfluss der Variable. Da in das endgültige Modell nur eine unabhängige Variable aufgenommen wurde, sind keine weiteren Tests der Güte des Modells notwendig.

Zusammenfassend hat sich also gezeigt, dass das Vertrauen in seine Mitmenschen einen positiven Einfluss auf die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes von urbanen Legenden eines Studenten hat. Dies ist zwar mit Sicherheit nicht der einzige Einflussfaktor auf den Glauben von urbanen Legenden, doch zeigt sich hier dennoch, dass je größer das Vertrauen in die Mitmenschen ist, desto höher schätzt man auch den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden ein. Da es schließlich auch die Mitmenschen sind, von denen man von urbanen Legenden erfährt, ergibt das Ergebnis durchaus einen Sinn, da auch die anderen Faktoren weniger Bedeutung für die Verbreitung der urbanen Legenden haben.

Die zweite Hypothese (**H3b**) behandelt den Einfluss der vier Faktoren auf das Interesse an urbanen Legenden. Zur Analyse wird hier ebenfalls eine schrittweise Regressionsanalyse herangezogen. Diese ergibt folgende Regressionsfunktion (Tabelle 3.24):

$$\text{Interesse} = 34,451 + 6,575 * \text{Faktor 1}$$

**Tabelle 3.24:** Regressionsanalyse (Interesse): Koeffizienten

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
	B	Standardfehler	Beta		
(Konstante)	34,451	9,155		3,763	0,000
Faktor 1	6,575	2,913	0,175	2,257	0,025

Das heißt, dass sich die Höhe des angegebenen Interesses um 6,58 erhöht, wenn das Vertrauen in die Mitmenschen (also Faktor 1) um einen Punkt steigt.

Bei dieser Regressionsanalyse wurde mit dem Programm SPSS wieder das Regressionsmodell mit nur einer unabhängigen Variable, nämlich erneut Faktor 1 („Mitmenschen und die davon ausgehende Bedrohung“), errechnet. Es zeigt sich auch in diesem Modell ein positiver Zusammenhang zwischen der Variable „Interesse an urbanen Legenden“ und dem Vertrauen gegenüber Mitmenschen. Je größer das Vertrauen in seine Mitmenschen, desto höher ist auch das Interesse an urbanen Legenden.

Der Wert für  $R^2$  (Tabelle 3.25) zur Messung der „goodness of fit“ weist mit 3% ein ähnliches Ergebnis wie bereits die erste Hypothese zum zwischenmenschlichen Vertrauen auf. Doch auch hier ist dieses Ergebnis wohl auf die Vielzahl der möglichen Einflussfaktoren auf das Interesse für urbane Legenden zurückzuführen. Der F-Wert von 5,096 (Signifikanz: 0,025) ist sogar noch höher als bei der ersten Hypothesen und lässt ebenfalls die Ablehnung der Nullhypothese mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% zu. Da hier ebenfalls nur eine unabhängige Variable in das endgültige Modell aufgenommen wurde, wird erneut nur noch der T-Wert für die Güte der Regressionskoeffizienten herangezogen. Der T-Wert (Tabelle 3.24) zeigt wie bereits die F-Statistik einen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.

**Tabelle 3.25:** Regressionsanalyse (Interesse): Modellzusammenfassung

Modell	R	$R^2$	korrigiertes $R^2$	Standardfehler
1	0,175	0,031	0,025	28,116

Schließlich kann behauptet werden, dass das Vertrauen oder Misstrauen in die Mitmenschen durchaus einen Faktor in der Empfänglichkeit für urbane Legenden spielt. Studenten, die ihren Mitmenschen größeres Vertrauen schenken, sind somit auch empfänglicher für urbane Legenden, als Studenten, die ihren Mitmenschen mit größerem Misstrauen begegnen. Dies mag wenig verwundern, bedenkt man, dass es die Mitmenschen sind, welche großteils die Verbreitung von urbanen Legenden durchführen. Interessant ist allerdings, dass zum Beispiel das Vertrauen in öffentliche Institutionen, welche ja durchaus auch an der Verbreitung von urbanen Legenden teilhaben können (z.B. durch Zeitungsenten), keinen Einfluss auf die Empfänglichkeit hat.

#### 4.5.5. Studienrichtung

Wie bereits zur Testung der Hypothesen zum Einfluss des Geschlechts werden auch für die Analyse des Einflusses der gewählten Studienrichtung auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden t-Tests herangezogen, um die Mittelwerte zu vergleichen.

Hierfür werden zunächst wieder die Mittelwerte der abhängigen Variablen sortiert nach der gewählten Studienrichtung betrachtet. Als abhängige Variablen werden erneut die Indices zum Interesse und zum geschätzten Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden herangezogen. Zusätzlich soll, ohne bereits bestehende Hypothese, zugleich auch zu deskriptiven Zwecken, ein Mittelwertsdifferenztest für das Kennen von urbanen Legenden nach Studienrichtung durchgeführt werden. Deswegen werden hier zugleich auch die entsprechenden Mittelwerte angeführt (Tabelle 3.26).

**Tabelle 3.26:** Mittelwerte für Interesse, Kennen und Glauben von urbanen Legenden nach Studienrichtung

Variable	Studienrichtung	Anzahl Vpn (gültig)	Mittelwert	mittlere Differenz
Glauben	Naturwissenschaften	106	46,63	1,23
	Geisteswissenschaften	52	47,86	
Interesse	Naturwissenschaften	111	51,41	4,09
	Geisteswissenschaften	58	55,50	
Kennen	Naturwissenschaften	111	5,73	-0,42
	Geisteswissenschaften	57	5,31	



Die Hypothese **H4a** beschäftigt sich mit dem Zusammenhang zwischen der Studienrichtung und dem Glauben von urbanen Legenden. Die mittlere Differenz zwischen diesen beiden Variablen zeigt bereits, dass der Unterschied nur sehr gering ist. Der t-Test bestätigt dieses Ergebnis. Es muss also die Nullhypothese, dass die beiden Mittelwerte nicht signifikant voneinander verschieden sind, angenommen werden (Tabelle 3.27).

**Tabelle 3.27:** Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Glauben	gleich	0,452	0,502	0,468	156	<b>0,641</b>
	ungleich			0,466	100,533	0,642

Die zweite Hypothese dieses Blocks (**H4b**) bezieht sich auf das Interesse der befragten Studenten an urbanen Legenden getestet nach dem Kriterium der Studienrichtung. Der Unterschied der Mittelwerte dieser beiden Variablen ist zwar deutlich größer als der bei den Mittelwerten der vorhergehenden Hypothese, doch immer noch nicht wirklich groß. Der t-Test zeigt auch, dass die Alternativhypothese, welche von einem Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Studienrichtung und dem Interesse an urbanen Legenden ausgeht, nur mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von gut 38% angenommen werden kann. Dieser Wert ist weit über den 5%, die vorab als akzeptabel betrachtet werden. Somit kann die Alternativhypothese verworfen werden (Tabelle 3.28).

**Tabelle 3.28:** Mittelwertsvergleich: Interesse an urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Interesse	gleich	0,228	0,634	0,885	167	<b>0,378</b>
	ungleich			0,894	119,242	0,373

Wie bereits erwähnt, wurde zusätzlich zu den beiden Hypothesen ein deskriptiver Mittelwertsvergleichstest über den Zusammenhang zwischen dem Kennen von urbanen Legenden und der Studienrichtung durchgeführt. Die Mittelwerte dieses Vergleichs weisen

in diesem Block die höchsten Unterschiede auf. Dennoch zeigt der t-Test, dass auch hier kein signifikanter Unterschied in den Mittelwerten besteht (Tabelle 3.29).

**Tabelle 3.29:** Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test)

Variable	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Kennen	gleich	0,024	0,877	-1,170	166	<b>0,243</b>
	ungleich			-1,159	110,065	0,249

Interessant ist das Ergebnis der t-Tests der einzelnen urbanen Legenden nach der Studienrichtung: Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen der Kenntnis der urbanen Legende „Iss-Popcorn, Trink-Cola“ zwischen den geistes- und den naturwissenschaftlichen Studienrichtungen (Tabelle 3.30). Diese moderne Sage ist bei den naturwissenschaftlichen Studienrichtungen weit besser bekannt als bei den geisteswissenschaftlichen. Auch der t-Test bestätigt einen signifikanten Unterschied, mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%, zwischen den beiden Gruppen der befragten Studenten in dieser Stichprobe (Tabelle 3.31). Die urbane Legende „Bonsaikatzen“ weist ebenfalls einen relativ hohen Unterschied auf, doch kann dieser durchaus auch zufällig entstanden sein, betrachtet man den t-Test.

**Tabelle 3.30:** Mittelwerte: Kennen der einzelnen urbanen Legenden nach Studienrichtung

urbane Legende	Studienrichtung	Anzahl Vpn	Mittelwert	Differenz
Haustier	Naturwissenschaften	58	6,19	-0,25
	Geisteswissenschaften	111	5,94	
Iss-Popcorn	Naturwissenschaften	58	5,55	-1,26
	Geisteswissenschaften	111	4,29	
Bonsaikatzen	Naturwissenschaften	58	4,31	-0,66
	Geisteswissenschaften	111	3,65	
Kornkreise	Naturwissenschaften	57	7,54	-0,30
	Geisteswissenschaften	111	7,24	
Krokodil	Naturwissenschaften	57	3,26	0,37
	Geisteswissenschaften	111	3,63	
Mondlandung	Naturwissenschaften	57	7,44	-0,32
	Geisteswissenschaften	111	7,12	

**Tabelle 3.31:** Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test)

Urbane Legende	Varianz	Levene Test (Varianzhomogenität)		t-Test zum Mittelwertvergleich		
		F	Signifikanz	t	df	Sig. (2-seitig)
Haustier	gleich	2,202	0,140	-0,427	167	<b>0,670</b>
	ungleich			-0,437	123,623	0,663
Iss-Popcorn	gleich	2,393	0,124	-1,980	167	<b>0,049</b>
	ungleich			-2,024	123,050	0,045
Bonsaikatzen	gleich	0,179	0,673	-0,967	167	<b>0,335</b>
	ungleich			-0,960	113,617	0,339
Kornkreise	gleich	0,133	0,715	-0,578	166	<b>0,564</b>
	ungleich			-0,585	116,940	0,560
Krokodil	gleich	3,923	0,049	0,636	166	0,525
	ungleich			0,657	123,325	<b>0,513</b>
Mondlandung	gleich	0,763	0,384	-0,554	166	<b>0,580</b>
	ungleich			-0,562	117,682	0,575

#### 4.5.6. Interesse an Spannung und Grusel

Das Interesse an Spannung und Grusel wurde mit den Film- und Buchgenres, welche am liebsten gesehen oder gelesen werden, erhoben. Zur Berechnung des Interesses an Grusel und Spannung wird ein Index gebildet, welcher als arithmetisches Mittel zwischen dem Anteil der genannten Filmgenres aus dem Bereich Grusel und Spannung an den gesamt genannten bevorzugten Filmgenres und dem Anteil der genannten Buchgenres aus dem Bereich Grusel und Spannung an den gesamt genannten Buchgenres berechnet wird. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Anteil an Filmen und Büchern aus dem Bereich Grusel und Spannung an den gesamt genannten bevorzugten Genres in Prozent. Somit besitzen sowohl die unabhängige Variable „Interesse an Spannung und Grusel“ als auch die drei abhängigen Variablen „Interesse an urbanen Legenden“, „Kennen von urbanen Legenden“ und „Glaube an urbane Legenden“ mindestens Intervallskalenniveau. Darum ist es sinnvoll einen allfälligen linearen Zusammenhang zwischen den Variablen mittels Produkt-Moment-Korrelationskoeffizienten nach C. Pearson auszudrücken. Die einzige Voraussetzung, abgesehen vom metrischen Skalenniveau beider Variablen, nämlich die Normalverteilung der Grundgesamtheiten, ist aufgrund der großen Stichprobe mit dem zentralen Grenzwertsatz ebenfalls als gegeben anzunehmen (vgl. Atteslander 2003: 296f.).

Die erste Hypothese dieses Hypothesenblocks **H5a** beschreibt den möglichen Zusammenhang zwischen dem Interesse von Spannung und Grusel und dem Interesse an urbanen Legenden. Der Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson weist nur einen geringen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen auf, der nicht signifikant ist (Tabelle 3.32). Tabelle 3.32 zeigt außerdem, dass sowohl zwischen dem Interesse an Spannung und Grusel und der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden (Hypothese **H5b**), als auch zwischen dem Interesse an Spannung und Grusel und der Kenntnis von urbanen Legenden (Hypothese **H6c**) kein Zusammenhang besteht.

**Tabelle 3.32:** Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson  
für das Interesse an Spannung und Grusel

<b>Variablen</b>	<b>N</b>	<b>Korrelation</b>	<b>Signifikanz</b>
Interesse	167	0,111	0,154
Glauben	167	-0,015	0,849
Kennen	166	-0,021	0,793

Die Theorie des Psychologen Dr. Werner Kissling (vgl. Kap. 3.2.6), dass das Interesse an Spannung und Grusel der Grund für das Interesse des Menschen an Großstadtmythen ist, findet in dieser Erhebung somit keine Bestätigung.

#### **4.5.7. Quelle der Verbreitung**

Die erste der vier Hypothesen in diesem Hypothesenblock (**H6a**) besagt, dass Studenten, die sich an die Quelle der urbanen Legende erinnern können, den Wahrheitsgehalt „extremer“ im Sinne von stärker Richtung 0 oder 100 gehend einschätzen. Um diese Hypothese zu testen werden sechs Kreuztabellen, also eine zu jeder einzelnen urbanen Legende erstellt. Die unabhängige Variable (Erinnern an die Quelle der urbanen Legende) wurde in zwei Gruppen kodiert: Die erste Gruppe umfasst jene Personen, die sich in irgendeiner Weise an die Quelle der urbanen Legende erinnern konnten, die zweite Gruppe jene, die sich nicht erinnern könnten, also „nein“ angekreuzt haben. Befragte, die die Legende vorher noch nicht gekannt haben, werden aus dieser Analyse ausgeschlossen.

Die abhängige Variable (Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legende) wurde ebenfalls in zwei Gruppen unterteilt: Die erste Gruppe besteht aus den beiden „extremen“ Quartilen der Variable „Einschätzung des Wahrheitsgehaltes“, also in diesem Fall das 1. und das 4. Quartil. Die zweite Gruppe umfasst die beiden mittleren, also das 2. und das 3. Quartil.

Betrachtet man nun die Kreuztabelle für die erste urbane Legende „Haustier in der Mikrowelle“, so zeigt sich, dass in der Diagonale hohe Prozentsätze stehen (Tabelle 3.33). Dies kann als Indiz dafür gelten, dass sehr wahrscheinlich ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht. Zur Kontrolle soll ein Chi<sup>2</sup>-Test durchgeführt werden.

**Tabelle 3.33:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
1. Quartil und 4. Quartil	34 (61,8%)	33 (39,8%)	67 (48,6%)
2. Quartil und 3. Quartil	21 (38,2)	50 (60,2%)	71 (51,4%)
Gesamt	55 (100%)	88 (100%)	138 (100%)

Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt diese Annahme (Tabelle 3.34). Man kann also sagen, dass die beobachtete Verteilung signifikant von der Indifferenztable<sup>7</sup> abweicht. Befragte Studenten, die sich an die Quelle für die Sage „Haustier in der Mikrowelle“ erinnern können, schätzen den Wahrheitsgehalt demnach eher in Richtung „vollkommen falsch“ oder „vollkommen richtig“ ein.

**Tabelle 3.34:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,444	1	0,011

<sup>7</sup> Eine Indifferenztable ist eine Kreuztabelle, welche die Verteilung zweier Variablen unter der Annahme, dass die beiden von einander unabhängig sind, zeigt (vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2005: 448). Der Chi<sup>2</sup>-Test berechnet wie wahrscheinlich es ist, dass die beobachteten Unterschiede unabhängig sind, also zufällig entstanden sein können (Nullhypothese).

Schließlich soll auch noch ein Test zur Stärke der Assoziation herangezogen werden. Hierfür wird erneut der Phi-Koeffizient herangezogen. Der Phi-Koeffizient zeigt allerdings keinen allzu starken Zusammenhang (Tabelle 3.35).

**Tabelle 3.35:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier)

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
Phi	-0,216	0,011
Cramer's V	0,216	0,011

Als zweite urbane Legende wurde der moderne Mythos zur „Iss-Popcorn, Trink-Cola“-Werbung im Fragebogen vorgegeben. Die Kreuztabelle zu dieser urbanen Legende zeigt bei jener Gruppe, die sich nicht an die Quelle erinnern kann, keinerlei Unterschiede im Glauben an den Mythos. Bei jener Gruppe, die sich an die urbane Legende erinnern kann, ist der Unterschied aber noch deutlicher als bei der ersten Legende (Tabelle 3.36).

**Tabelle 3.36:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
1. Quartil und 4. Quartil	38 (73,1%)	31 (50%)	69 (60,5%)
2. Quartil und 3. Quartil	14 (26,9%)	31 (50%)	45 (39,5%)
Gesamt	52 (100%)	62 (100%)	114 (100%)

Der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt, dass bei diesem Ergebnis von einem signifikanten Unterschied der beobachteten Werte zu den erwartenden Werten mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% ausgegangen werden kann (Tabelle 3.37). Es besteht also erneut ein Zusammenhang zwischen dem Erinnern und dem Glauben an diese urbane Legende. Doch wie bereits bei der ersten genannten Legende zeigt auch hier der Phi-Koeffizienten einen eher schwachen Zusammenhang (Tabelle 3.38).

**Tabelle 3.37:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,304	1	0,012

**Tabelle 3.38:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn)

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
Phi	-0,235	0,012
Cramer's V	0,235	0,012

Die nächste vorgegebene urbane Legende bezog sich auf die als Hoax verbreiteten „Bonsai-Katzen“. Ein Blick auf die Kreuztabelle zeigt ein ähnliches Ergebnis wie bei der vorangegangenen urbanen Legende. Die Gruppe der Studenten, die sich nicht an die Quelle dieser modernen Sage erinnern können, verschiebt sich ein wenig im Sinne der Hypothese; die andere Gruppe weist ebenfalls einen größeren Unterschied auf (Tabelle 3.39).

**Tabelle 3.39:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
1. Quartil und 4. Quartil	41 (77,4%)	17 (51,5%)	58 (60,5%)
2. Quartil und 3. Quartil	12 (22,6%)	16 (48,5%)	38 (39,5%)
Gesamt	53 (100%)	33 (100%)	86 (100%)

Darum verwundert das Ergebnis des Chi<sup>2</sup>-Tests nur wenig, welches besagt, dass die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der Hoax „Bonsai-Katzen“ nicht unabhängig ist vom Erinnern an dessen Quelle (Tabelle 3.40). Der Zusammenhang ist allerdings wieder ähnlich schwach wie bei den vorhergehenden urbanen Legenden (Tabelle 3.41).

**Tabelle 3.40:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,186	1	0,013

**Tabelle 3.41:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen)

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
Phi	-0,268	0,013
Cramer's V	0,268	0,013

Die vierte vorgegebene urbane Legende betrifft die „Kornkreise“. Betrachtet man die Kreuztabelle, so sieht man, dass sich die Gruppe jener Studenten, die sich an die Quelle dieser Legende erinnern, nur wenig von jener Gruppe unterscheidet, die sich nicht erinnern können (Tabelle 3.42). Jedes Feld umfasst rund 50% der jeweiligen Gruppe. Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt das Ergebnis (Tabelle 3.43). Diese Legende ist somit die erste der vorgegebenen Legenden, die keinen Zusammenhang zwischen den beiden Variablen aufweist.

**Tabelle 3.42:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Kornkreise)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
1. Quartil und 4. Quartil	47 (51,1%)	33 (53,2%)	80 (51,9%)
2. Quartil und 3. Quartil	45 (48,9%)	29 (46,8%)	74 (48,1%)
Gesamt	92 (100%)	62 (100%)	154 (100%)

**Tabelle 3.43:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Kornkreise)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	0,068	1	0,794

Die fünfte urbane Legende erzählt vom „Krokodil im Abwassersystem“. Die Kreuztabelle zeigt ein relativ ähnliches Ergebnis wie die Tabelle zur vorhergehenden Legende zu den „Bonsai-Katzen“. Hier befinden sich allerdings die Antworten von beiden Gruppen, egal ob sie sich an die Quelle dieser urbanen Legende erinnern können oder nicht, etwas mehr in den mittleren Quartilen (Tabelle 3.44.). Der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt ebenfalls, dass hier von der Nullhypothese, d.h. die beiden Variablen sind von einander unabhängig, ausgegangen werden muss (Tabelle 3.45).

**Tabelle 3.44:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Krokodil)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
1. Quartil und 4. Quartil	10 (41,7%)	35 (43,8%)	45 (43,3%)
2. Quartil und 3. Quartil	14 (58,3%)	45 (56,2%)	59 (56,7%)
Gesamt	24 (100%)	80 (100%)	104 (100%)



**Tabelle 3.45:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Krokodil)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	0,033	1	0,857

Die letzte urbane Legende bezieht sich auf die Verschwörung zur „Mondlandung“. Die Kreuztabelle weist vor allem in der Diagonale niedrige Werte auf, also ziemlich genau umgekehrt zu dem Ergebnis der urbanen Legende zum „Haustier in der Mikrowelle“ (Tabelle 3.46).

**Tabelle 3.46:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung)

Glauben	kann sich an Quelle erinnern	kann sich nicht an Quelle erinnern	Gesamt
<b>1. Quartil und 4. Quartil</b>	40 (43%)	34 (64,2%)	74 (50,7%)
<b>2. Quartil und 3. Quartil</b>	53 (57%)	19 (35,8%)	72 (49,3%)
<b>Gesamt</b>	93 (100%)	53 (100%)	146 (100%)

Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt, dass die beiden Variablen signifikant von einander abhängig sind (Tabelle 3.47). Das bedeutet also, dass der Glaube an den Wahrheitsgehalt der Legende zur „Mondlandung“ abhängig ist vom Erinnern an die Quelle dieser Legende. Interessant, wenn auch nicht unerwartet, betrachtet man die Kreuztabelle, ist das Ergebnis des Phi-Koeffizienten (Tabelle 3.48). Dieser zeigt einen positiven, wenn auch eher schwachen, Zusammenhang zwischen den beiden Variablen. Das bedeutet, dass jene befragten Studenten, welche sich nicht an die Quelle der urbanen Legende zur Mondlandung erinnern können, den Wahrheitsgehalt „extremer“ einschätzen als jene Studenten, die sich an die Quelle erinnern können. Die Verschwörungstheorie über die Mondlandung umfasst sehr viele verschiedene Aspekte. Es gibt sehr viele Befürworter und auch sehr viele Gegner. Jemand der sich länger mit dieser Verschwörungstheorie beschäftigt hat, wird sich wahrscheinlich auch stärker an die Quelle erinnern, aber auch beide Seiten kennen und deswegen womöglich auch den Wahrheitsgehalt eher als teils richtig, teils falsch einstufen.

**Tabelle 3.47:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	6,036	1	0,014

**Tabelle 3.48:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung)

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
Phi	0,203	0,014
Cramer's V	0,203	0,014

Bei vier von sechs vorgegebenen urbanen Legenden ergab sich also ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Erinnern an die urbane Legende und dem Einschätzen des Wahrheitsgehaltes. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass es für die befragten Studenten sehr wohl bedeutsam ist, sich an die Quelle erinnern zu können. Schätzen sie selber ihre Quelle als seriös ein, dann stimmen sie der Sage auch stärker zu oder lehnen sie stärker ab als jene Personen, die nur irgendwann davon gehört haben, aber nicht mehr mit Sicherheit wissen, welche Quelle sich hinter diesem Wissen verbirgt.

Mit der Hypothese **H6b** soll getestet werden, ob Studenten, die sich an eine als seriös eingestufte Quelle der urbanen Legende, nämlich einen Freund, einen Bekannten, ein Familienmitglied oder einen Lehrer, erinnern können, auch den Wahrheitsgehalt höher einschätzen als Studenten, die sich an eine andere oder keine Quelle erinnern können. Für die Analyse werden erneut Kreuztabellen und  $\chi^2$ -Tests herangezogen. Die unabhängige Variable wird in zwei Gruppen geteilt: Die erste Gruppe umfasst dabei jene Studenten, die sich an einen Freund, einen Bekannten, ein Familienmitglied oder einem Lehrer als Quelle erinnern können, die zweite Gruppe jene Studenten, die sich an keine oder eine andere Quelle erinnern können. Jene Studenten, die die Legenden vor der Befragung noch nicht kannten, werden erneut aus der Analyse ausgeschossen. Als abhängige Variable werden die Glaubensquartile herangezogen.

Die Kreuztabelle zeigt, dass der Wahrheitsgehalt von jenen Studenten, die sich an einen Freund, einen Bekannten, Familie oder Lehrer als Quelle für die urbane Legende „Haustier in der Mikrowelle“ erinnern können, tendenziell höher ist, als jener von Studenten, die sich an eine andere oder keine Quelle erinnern können. Bei der zweiten Gruppe sind die Antworten relativ gleichmäßig auf alle vier Quartile verteilt (Tabelle 3.49). Die Tendenz der ersten Gruppe von Studenten kann laut dem  $\chi^2$ -Test allerdings auch nur rein zufällig entstanden sein, da kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden konnte (Tabelle 3.50).

**Tabelle 3.49:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Haustier)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
1. Quartil	5 (14,3%)	20 (20%)	25 (18,5%)
2. Quartil	5 (14,3%)	27 (27%)	32 (23,7%)
3. Quartil	10 (28,6%)	29 (29%)	39 (28,9%)
4. Quartil	15 (42,9%)	24 (24%)	39 (28,9%)
<b>Gesamt</b>	35 (100%)	100 (100%)	135 (100%)

**Tabelle 3.50:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Haustier)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	5,418	3	0,144

Die zweite Kreuztabelle zeigt die Verteilung derselben Variablen für die Legende „Iss-Popcorn, Trink-Cola“. Sie weist sowohl bei jener Gruppe von Studenten, die sich an einen Freund, einen Bekannten, Familie oder Lehrer als Quelle erinnern können als auch bei der zweiten Gruppe, nämlich jene, die sich an eine andere oder keine Quelle erinnern können, eine Tendenz in Richtung „Glauben an den Wahrheitsgehalt“ auf (Tabelle 3.51). Bei der ersten Gruppe ist diese Tendenz noch stärker als zum Beispiel bei der vorhergehenden urbanen Legende. Es ist allerdings zu bedenken, dass nur wenige Studenten bei dieser urbanen Legende überhaupt eine dieser vier Quellen angegeben haben, was den Vergleich zusätzlich erschwert. Eine größere Stichprobe könnte hier hilfreich sein. Wie bereits bei der ersten genannten urbanen Legende weist auch hier der Chi<sup>2</sup>-Test keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen aus (Tabelle 3.52).

**Tabelle 3.51:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Iss-Popcorn)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
1. Quartil	3 (15%)	6 (6,5%)	9 (8%)
2. Quartil	1 (5%)	18 (19,4%)	19 (16,8%)
3. Quartil	3 (15%)	23 (24,7%)	26 (23%)
4. Quartil	13 (65%)	46 (49,5%)	59 (52,2%)
<b>Gesamt</b>	20 (100%)	93 (100%)	113 (100%)

**Tabelle 3.52:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Iss-Popcorn)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	4,966	3	0,174

Die dritte Kreuztabelle bezieht sich auf die Verteilung bei der urbanen Legende „Bonsai-Katzen“. Wie bereits bei den beiden vorhergehenden Kreuztabellen, zeigt sich auch hier bei der Gruppe, die einen Freund, Bekannten, Familie oder einen Lehrer als Quelle genannt haben, eine stärkere Tendenz zum vierten Quartil hin, als bei der anderen Gruppe (Tabelle 3.53). Der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt allerdings wieder keinen signifikanten Zusammenhang an. Die Stichprobengröße von 14 Befragten in der ersten Gruppe ist allerdings auch sehr gering. Eine größere Stichprobe wäre hier wohl aussagekräftiger (Tabelle 3.54).

**Tabelle 3.53:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Bonsaikatzen)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
<b>1. Quartil</b>	4 (28,6%)	29 (40,3%)	33 (38,4%)
<b>2. Quartil</b>	1 (7,1%)	13 (18,1%)	14 (16,3%)
<b>3. Quartil</b>	2 (14,3%)	12 (16,7%)	14 (16,3%)
<b>4. Quartil</b>	7 (50%)	18 (25%)	25 (29,1%)
<b>Gesamt</b>	14 (100%)	72 (100%)	86 (100%)

**Tabelle 3.54:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Bonsaikatzen)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	3,837	3	0,280

Die vierte Legende behandelt die Theorien über die „Kornkreise“. In diesem Fall zentrieren sich die Antworten der Gruppe, die einen Freund, Bekannten, Familie oder einen Lehrer als Quelle angegeben haben eher auf die beiden mittleren Quartile. Allerdings kann bei nur sechs Antworten in dieser Gruppe, keine wirkliche Aussage getroffen werden. In der zweiten Gruppe verteilen sich die Antworten stärker, im Sinne der Hypothese, Richtung „nicht Glauben“ (Tabelle 3.55). Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt, dass bei dieser Stichprobe kein signifikanter Zusammenhang besteht (Tabelle 3.56).

**Tabelle 3.55:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
1. Quartil	1 (16,7%)	56 (38,4%)	57 (37,5%)
2. Quartil	2 (33,4%)	39 (26,7%)	41 (27%)
3. Quartil	2 (33,4%)	29 (19,9%)	31 (20,4%)
4. Quartil	1 (16,7%)	22 (15,1%)	23 (15,1%)
<b>Gesamt</b>	6 (100%)	146 (100%)	152 (100%)

**Tabelle 3.56:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	1,339	3	0,720

Die an fünfter Stelle im Fragebogen genannte urbane Legende beschreibt die Geschichte vom „Krokodil im Abwassersystem“. Die Kreuztabelle zu diesem Großstadtmythos zeigt zwar sehr wohl eine Tendenz im Sinne der Hypothese, doch kann bei nur fünf Personen, die angaben, bei dieser Legende einen Freund, Bekannten, Familie oder einen Lehrer als Quelle gehabt zu haben, wieder nur schwer eine tatsächliche Aussage getroffen werden (Tabelle 3.57). Auch der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt dieses Ergebnis (Tabelle 3.58).

**Tabelle 3.57:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
1. Quartil	0 (0%)	29 (29,6%)	29 (28,2%)
2. Quartil	4 (80%)	27 (27,6%)	31 (30,1%)
3. Quartil	0 (0%)	27 (27,6%)	27 (26,2%)
4. Quartil	1 (20%)	15 (15,2%)	16 (15,5%)
<b>Gesamt</b>	5 (100%)	98 (100%)	103 (100%)

**Tabelle 3.58:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	7,273	3	0,064

Die letzte im Fragebogen verwendete urbane Legende beschreibt die Verschwörungstheorie zur „Mondlandung“. Bei der Kreuztabelle zu dieser modernen Sage lässt sich, wenn überhaupt, nur eine leichte Tendenz gegen die Richtung der Hypothese beobachten. Die Gruppe von Studenten, die angab, sich an einen Freund, einen Bekannten, Familie oder einen Lehrer als Quelle erinnern zu können, verteilen sich stark in den unteren beiden Quartilen. Die zweite Gruppe teilt sich ähnlich auf (Tabelle 3.59). Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt, dass hier kein Zusammenhang zwischen den Variablen besteht (Tabelle 3.60).

**Tabelle 3.59:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Mondlandung)

Glauben	Freund, Bekannter, Familie, Lehrer	andere oder keine Quelle genannt	Gesamt
1. Quartil	5 (27,8%)	50 (39,4%)	55 (37,9%)
2. Quartil	8 (44,4%)	43 (33,9%)	51 (35,2%)
3. Quartil	3 (16,7%)	17 (13,4%)	20 (13,8%)
4. Quartil	2 (11,1%)	17 (13,4%)	19 (13,1%)
<b>Gesamt</b>	18 (100%)	127 (100%)	145 (100%)

**Tabelle 3.60:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Mondlandung)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	1,246	3	0,742

Bei der Hälfte der sechs urbanen Legenden konnte eine relativ eindeutige Tendenz im Sinne der Hypothese abgelesen werden. Ein signifikanter Zusammenhang wurde allerdings nicht festgestellt. Dennoch wäre es von Interesse, diese Erhebung mit einer größeren Stichprobe, die den Rahmen dieser Diplomarbeit sprengen würde, zu wiederholen, um eventuell eindeutiger Ergebnisse zu erhalten.

Die dritte Hypothese dieses Hypothesenblocks, nämlich die Hypothese **H6c**, beschreibt den negativen Einfluss auf die Glaubwürdigkeit einer modernen Legende, wenn diese aus dem Internet bekannt ist. Diese Hypothese kann hier allerdings nur an der im Fragebogen an dritter Stelle genannten urbanen Legende „Bonsai-Katzen“ getestet werden, da nur bei dieser Legende ausreichend viele Befragte das Internet als Quelle angaben. Bei den

übrigen Legenden gaben nur maximal vier Befragte, also rund 2%, an, die Legende aus dem Internet zu kennen und wären somit deutlich zu wenig Befragte in der Gruppe, um eine Aussage treffen zu können.

Zur Analyse der Hypothese **H6c** wurde erneut eine Kreuztabellierung durchgeführt. Verglichen wurden jene Befragten, die das Internet als Quelle angegeben haben, mit jenen, die eine andere oder keine Quelle angeführt haben. Personen, die die Legende vorher überhaupt noch nicht gekannt hatten, wurden wieder aus der Analyse ausgeschlossen. Als abhängige Variable wurden wieder die Glaubensquartile herangezogen. Betrachtet man nun zunächst die Kreuztabelle, so zeigt sich ein Unterschied vor allem im Ersten und zweiten Quartil zwischen jenen Befragten, die das Internet als Quelle angaben, und jenen die eine andere oder keine Quelle nannten (Tabelle 3.61).

**Tabelle 3.61:** Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Internet

<b>Glauben</b>	<b>Internet</b>	<b>andere oder keine Quelle</b>	<b>Gesamt</b>
<b>1. Quartil</b>	18 (48,6%)	15 (30,6%)	33 (38,4%)
<b>2. Quartil</b>	1 (2,7%)	13 (26,5%)	14 (16,3%)
<b>3. Quartil</b>	7 (18,9%)	7 (14,3%)	14 (16,3%)
<b>4. Quartil</b>	11 (29,7%)	14 (28,6%)	25 (29,1%)
<b>Gesamt</b>	37 (100%)	49 (100%)	86 (100%)

Der anschließend durchgeführte Chi<sup>2</sup>-Test berechnet allerdings nicht die Unterschiede zwischen den beiden Variablen, sondern ob die Verteilung der Befragten auf die vier Quartile sich signifikant von der erwarteten Häufigkeit, welche durch die Randverteilung berechnet wird, unterscheidet. Der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt, dass die Nullhypothese, d.h. es besteht kein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen, mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% verworfen werden kann (Tabelle 3.62). Man kann also davon ausgehen, dass jene Studenten, die das Internet als Quelle für die urbane Legende angaben, signifikant weniger an die Wahrheit der Sage glaubten, als jene Studenten, die eine andere oder keine Quelle nannten.

**Tabelle 3.62:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glaube an urbane Legenden \* Quelle Internet

	<b>Wert</b>	<b>Freiheitsgrade (df)</b>	<b>Signifikanz (2-seitig)</b>
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	9,428	3	0,024

Wie stark dieser Zusammenhang ist, zeigt der Phi-Koeffizient bzw. Cramer's V (Tabelle 3.63). Aufgrund der binären unabhängigen Variable sind diese beiden Werte gleich. Je größer der Wert ist, desto stärker ist auch der Zusammenhang zwischen den beiden Variablen. Ab einem Wert  $>0,3$  kann man davon ausgehen, dass die Stärke der Abhängigkeit mehr als trivial ist (vgl. Backhaus/ Erichson/ Plinke/ Weiber 2006: 244). Ein Phi-Koeffizient von 0,33 zeigt also bereits einen eher stärkeren Zusammenhang an.

**Tabelle 3.63:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle Internet

Assoziationsmaß	Wert	Signifikanz
Phi	0,331	0,024
Cramer's V	0,331	0,024

Da diese urbane Legende allerdings primär über das Internet verteilt wurde, liegt der Verdacht nahe, dass jene Personen, die sich an das Internet als Quelle erinnern konnten, auch die Sage entsprechend besser kennen und daher auch besser Bescheid wussten. Darum soll zusätzlich noch getestet werden, ob auch ein Zusammenhang zwischen dem Kennen der Sage und dem Internet als Quelle besteht. Hierfür wird erneut eine Kreuztabelle mit  $\chi^2$ -Test erstellt (Tabelle 3.64 und Tabelle 3.65).

**Tabelle 3.64:** Kreuztabelle: Kennen an urbane Legenden \* Quelle Internet

Kennen	Internet	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	0 (0%)	8 (16,3%)	8 (9,3%)
2. Quartil	2 (5,4%)	9 (18,4%)	11 (12,8%)
3. Quartil	2 (5,4%)	9 (18,4%)	11 (12,8%)
4. Quartil	33 (89,2%)	23 (46,9%)	56 (65,1%)
Gesamt	37 (100%)	49 (100%)	86 (100%)

**Tabelle 3.65:**  $\chi^2$ -Test: Kennen an urbane Legenden \* Quelle Internet

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	17,358	3	0,001

Wie bereits bei der Kreuztabelle zur Einschätzung des Wahrheitsgehaltes zeigt sich auch bei der Kreuztabelle zum Kennen von urbanen Legenden ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Internet als Quelle und dem Glauben an urbane Legenden. Der Phi-



Koeffizient zeigt, dass dieser Zusammenhang noch stärker ist als der Zusammenhang zwischen dem Glauben von dieser urbanen Legende und dem Internet als Quelle (Tabelle 3.66). Es kann davon ausgegangen werden, dass jene Studenten, die sich daran erinnern konnten, dass sie diese moderne Sage aus dem Internet kennen, sie auch besser kennen und deswegen weniger daran glauben.

**Tabelle 3.66:** Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden \* Quelle Internet

<b>Assoziationsmaß</b>	<b>Wert</b>	<b>Signifikanz</b>
<b>Phi</b>	0,449	0,001
<b>Cramer's V</b>	0,449	0,001

Die Hypothese **H6d** bezieht sich wie bereits die vorhergehende nicht auf die Person, sondern die Art der Verbreitung. Ist in der vorigen Hypothese davon ausgegangen worden, dass das Internet ein Medium ist, dem weniger Glauben geschenkt wird, so wird in dieser Hypothese getestet, ob die Medien Zeitung, Fernsehen und die Schule als glaubwürdiger erachtet werden.

Wie bereits bei den letzten beiden Hypothesen besteht auch hier bei einzelnen Legenden das Problem der zu kleinen Stichprobe, also der zu geringen Fälle in den einzelnen Gruppen. Da aber bei jeder Legende mindestens zehn Befragte angaben, diese aus der Zeitung, dem Fernsehen oder der Schule zu kennen, wird trotzdem zu jeder Legende eine Kreuztabelle und ein Chi<sup>2</sup>-Test erstellt, um zumindest eine Tendenz ablesen zu können.

Die letzte Hypothese dieses Hypothesenblocks beginnt mit der Legende „Das Haustier in der Mikrowelle“. Die Kreuztabelle zeigt, dass der Unterschied zwischen den beiden Gruppen von Studenten vor allem im zweiten, dritten und vierten Quartil relativ hoch ist. Doch bereits bei dieser urbanen Legende besteht das Problem, dass die Gruppe jener Studenten, die angaben sich an Zeitungen, Fernsehen oder die Schule als Quelle für diese moderne Sage erinnern zu können, nur aus 13 Befragten besteht. Dieses Ergebnis ist allerdings laut Chi<sup>2</sup>-Test – wahrscheinlich wegen der geringen Fallzahl – nicht signifikant. (Tabelle 3.67 und Tabelle 3.68).

**Tabelle 3.67:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Haustier)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	3 (23,1%)	22 (18%)	25 (18,5%)
2. Quartil	1 (7,7%)	31 (25,4%)	32 (23,7%)
3. Quartil	2 (15,4%)	37 (30,3%)	39 (28,9%)
4. Quartil	7 (53,8%)	32 (26,2%)	39 (28,9%)
<b>Gesamt</b>	13 (100%)	122 (100%)	135 (100%)

**Tabelle 3.68:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Haustier)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	5,727	3	0,126

Die zweite urbane Legende befasst sich mit dem „Iss-Popcorn, Trink-Cola“ - Phänomen. Hier gaben 34 der befragten Studenten an, die Legende aus der Zeitung, dem Fernsehen oder aus der Schule zu kennen. Diese Gruppe der Studenten zeigt eine starke Tendenz in Richtung der Hypothese hin zum „Glauben“ dieser urbaenen Legende. Doch auch die andere Studentengruppe, welche eine andere oder keine Quelle genannt hat, schätzt den Wahrheitsgehalt dieser modernen Sage eher hoch ein (Tabelle 3.69). Der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen diesen Quellen der Legende und der Einschätzung des Wahrheitsgehalts auf (Tabelle 3.70).

**Tabelle 3.69:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Iss-Popcorn)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	2 (5,9%)	7 (8,9%)	9 (8,0%)
2. Quartil	2 (5,9%)	17 (21,5%)	19 (16,8%)
3. Quartil	7 (20,6%)	19 (24,1%)	26 (23,0%)
4. Quartil	23 (67,6%)	36 (45,6%)	59 (52,2%)
<b>Gesamt</b>	34 (100%)	79 (100%)	113 (100%)

**Tabelle 3.70:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Iss-Popcorn)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	6,064	3	0,109

Die „Bonsaikatzen“ sind die im Fragebogen als nächstes genannte urbane Legende. Diese moderne Sage weist, wie bereits bei der vorhergehenden Hypothese gesehen wurde, einen hohen Anteil an Befragten auf, die sich an das Internet als Quelle dieser urbanen Legende erinnern können. Allerdings gaben nur wenige, nämlich zehn Befragte an, die Legende aus der Zeitung, dem Fernsehen oder der Schule zu kennen. Es zeigt sich bei der Verteilung dieser zehn Befragten auf die vier Quartile auch nur, dass vor allem das erste und das vierte Quartil gewählt wurden, ähnlich den Angaben der Studenten, die sich an eine andere oder keine Quelle erinnern konnten (Tabelle 3.71). Das Ergebnis des Chi<sup>2</sup>-Tests, welches besagt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht, ist demnach wenig verwunderlich (Tabelle 3.72).

**Tabelle 3.71:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Bonsaikatzen)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	4 (40,0%)	29 (38,2%)	33 (38,4%)
2. Quartil	2 (20,0%)	12 (15,8%)	14 (16,3%)
3. Quartil	0 (0,0%)	14 (18,4%)	14 (16,3%)
4. Quartil	4 (40,0%)	21 (24,6%)	25 (29,1%)
<b>Gesamt</b>	10 (100%)	76 (100%)	86 (100%)

**Tabelle 3.72:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Bonsaikatzen)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	2,411	3	0,492

Als nächstes wurde eine Kreuztabelle zu der urbanen Legende „Kornkreise“ erstellt. Bei dieser modernen Sage sind die Gruppe der Studenten, die meinten, dass sie diese Legende aus der Zeitung, dem Fernsehen oder der Schule kennen, in etwa gleich groß wie jene, die eine andere oder keine Quelle angaben. Es zeigt sich, dass die erste Gruppe etwas stärker in Richtung „Glauben“ dieser urbanen Legende tendiert als die zweite (Tabelle 3.73). Doch ist dieser Unterschied zu gering, um einen Zufall ausschließen zu können, wie der Chi<sup>2</sup>-Test zeigt (Tabelle 3.74).

**Tabelle 3.73:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Kornkreise)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	27 (33,8%)	30 (41,7%)	57 (37,5%)
2. Quartil	20 (25,0%)	21 (29,2%)	41 (27,0%)
3. Quartil	18 (22,5%)	13 (18,1%)	31 (20,4%)
4. Quartil	15 (18,8%)	8 (11,1%)	23 (15,1%)
Gesamt	80 (100%)	72 (100%)	152 (100%)

**Tabelle 3.74:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Kornkreise)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,704	3	0,439

Als Fünftes wurde im Fragebogen die urbane Legende „Krokodil im Abwassersystem“ genannt. Ähnlich der ersten und dritten vorgegebenen urbanen Legenden gibt es auch hier das Problem der zu kleinen Stichprobe. Nur 17 Studenten gaben an, sich an eine Zeitung, das Fernsehen oder die Schule als Quelle der Legende erinnern zu können. Bei diesem Großstadtmythos lässt sich in keiner der beiden Studentengruppen eine Tendenz feststellen (Tabelle 3.75). Auch der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen festgestellt werden konnte (Tabelle 3.76).

**Tabelle 3.75:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Krokodil)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	5 (29,4%)	24 (27,9%)	29 (28,2%)
2. Quartil	3 (17,6%)	28 (32,6%)	31 (30,1%)
3. Quartil	5 (29,4%)	22 (25,6%)	27 (26,2%)
4. Quartil	4 (23,5%)	12 (14,0%)	16 (15,5%)
Gesamt	17 (100%)	86 (100%)	103 (100%)

**Tabelle 3.76:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Krokodil)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,977	3	0,577

Die letzte urbane Legende beschreibt die Verschwörungstheorie zur „Mondlandung“. Wie bereits bei der modernen Sage „Kornkreise“ sind auch hier die beiden Gruppen die Anzahl der Befragten betreffend relativ ausgeglichen. Prinzipiell tendieren Studenten, welche sich an eine Zeitung, das Fernsehen oder die Schule als Quelle für diese urbane Legende erinnern können, stärker dazu den Wahrheitsgehalt höher einzuschätzen als Studenten, die sich überhaupt nicht oder an eine andere Quelle erinnern können. Der Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist allerdings relativ gering (Tabelle 3.77). Der Chi<sup>2</sup>-Test bestätigt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht (Tabelle 3.78).

**Tabelle 3.77:** Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Mondlandung)

Glauben	Zeitung, Fernsehen, Schule	andere oder keine Quelle	Gesamt
1. Quartil	22 (31,4%)	33 (44,0%)	55 (37,9%)
2. Quartil	26 (37,1%)	25 (33,3%)	51 (35,2%)
3. Quartil	12 (17,1%)	8 (10,7%)	20 (13,8%)
4. Quartil	10 (14,3%)	9 (12,0%)	19 (13,1%)
<b>Gesamt</b>	70 (100%)	75 (100%)	145 (100%)

**Tabelle 3.78:** Chi<sup>2</sup>-Test: Glauben an urbane Legenden \* Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Mondlandung)

	Wert	Freiheitsgrade (df)	Signifikanz (2-seitig)
<b>Chi-Quadrat nach Pearson</b>	2,903	3	0,407

Zusammenfassend lässt sich zu dieser Hypothese sagen, dass nur bei jenen urbanen Legenden eine Tendenz, welche allerdings durchaus zufällig entstanden sein könnte, besteht, bei denen nur eine unzureichende Zahl an Befragten sich an eine Zeitung, das Fernsehen oder die Schule als Quelle für die urbane Legende erinnern konnten. Bei den anderen urbanen Legenden konnte entweder keiner oder nur ein sehr geringer, nicht signifikanter Zusammenhang festgestellt werden. Es wäre demnach besonders interessant, die Erhebung mit einer größeren Fallzahl erneut durchzuführen, um diese Ergebnisse genauer zu erforschen.



#### **4.6. Weitere Ergebnisse**

Bei der Testung der Hypothesen zeigte sich, dass meistens, wenn ein signifikanter Zusammenhang zur Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden bestanden hat, auch ein Zusammenhang mit der Kenntnis über urbane Legenden festgestellt werden konnte (vgl. z.B. Hypothese H1b und H1c bzgl. „Mondlandung“ oder H6c bzgl. „Bonsai-Katzen“). Aus diesem Grund soll zusätzlich zu den Hypothesen noch der mögliche Zusammenhang zwischen der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes und der Kenntnis von urbanen Legenden getestet werden. Da es sich bei den beiden Indices um metrische Variablen handelt, wird zur Analyse erneut eine Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach C. Pearson durchgeführt.

Die Tabelle 3.79 zeigt, dass zwischen den beiden Indices Glauben und Kennen der urbanen Legenden generell nur ein geringer, nicht signifikanter Zusammenhang besteht. Das bedeutet also, dass jemand der generell eher an urbane Legenden glaubt, deswegen nicht unbedingt auch generell bessere Kenntnisse über urbane Legenden haben muss (oder umgekehrt). Es sollen aber auch die einzelnen urbanen Legenden auf einen möglichen Zusammenhang getestet werden.

**Tabelle 3.79:** Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson für Glaubens- und Kenntnisindex

<b>Variablen</b>	<b>N</b>	<b>Korrelation</b>	<b>Signifikanz</b>
Glauben/ Kennen	158	0,138	0,083

Die Korrelationen der sechs vorgegebenen urbanen Legenden (Tabelle 3.80) zeigen eindeutig einen positiven Zusammenhang zwischen der Kenntnis und der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes der urbanen Legenden. Das heißt, die Angabe einer hohen Kenntnis von urbanen Legenden entspricht zugleich auch der Angabe einer hohen Einschätzung des Wahrheitsgehaltes dieser urbanen Legende.

**Tabelle 3.80:** Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson für Glauben und Kennen der einzelnen urbanen Legenden

<b>Legende</b>	<b>N</b>	<b>Korrelation</b>	<b>Signifikanz</b>
Haustier	168	0,403	0,000
Iss-Popcorn	166	0,334	0,000
Bonsaikatzen	164	0,335	0,000
Kornkreise	166	0,197	0,011
Krokodil	163	0,176	0,025
Mondlandung	164	0,190	0,015

Es besteht demnach zwar kein genereller Zusammenhang zwischen der Kenntnis und dem Glauben von urbanen Legenden, doch sehr wohl einer bei den einzelnen urbanen Legenden. Wird eine einzelne urbane Legende besser gekannt, dann wird sie auch stärker geglaubt (oder umgekehrt).



## 5. Schlussfolgerungen

Das Ziel dieser Diplomarbeit war die Testung verschiedener sozialer und psychologischer Konstrukte auf ihren Einfluss hinsichtlich der Empfänglichkeit für urbane Legenden, getestet an Wiener Studenten. Zu diesem Zweck wurden aus dem theoretischen Hintergrund sechs Kriterien entwickelt, nämlich das Geschlecht, die Herkunft (ländlich oder urban), das zwischenmenschliche Vertrauen, die Studienrichtung, das Interesse an Spannung und Grusel und die Quelle der Legende. Diese Konstrukte wurden anschließend auf ihren konkreten Einfluss hin untersucht.

Die Untersuchung zeigte, dass den wohl größten Einfluss, der hier getesteten Kriterien, das Erinnern an die Quelle der urbanen Legende hat. Sowohl in der Stärke der Einschätzung des Wahrheitsgehaltes als auch in der Richtung der Einschätzung ist das Erinnern an die Quelle der Legende für die befragten Studenten von besonderer Bedeutung. Kann sich nämlich ein Student an die Quelle erinnern, dann schätzt er den Wahrheitsgehalt, je nach Art der Quelle besonders hoch oder besonders niedrig ein. Ist die Erinnerung an die Quelle, von welcher von der urbanen Legende erfahren wurde, verblasst, so fällt auch die Einschätzung des Wahrheitsgehaltes weniger eindeutig aus. Ob nun der Realitätsgehalt der modernen Sage eher hoch oder eher niedrig eingeschätzt wird, ist abhängig von der Art der Quelle, an die sich der Befragte erinnern kann. Dass Freunde, Bekannte, Verwandte oder Lehrer als besonders seriöse Quelle angesehen werden, kann hier nur postuliert werden, da die Fallzahl für die Gruppen an Studenten, die eine solche Quelle angaben, bei den meisten urbanen Legenden zu gering war, um eine eindeutige Aussagen treffen zu können. Dasselbe gilt für die Quellen Zeitung, Fernsehen oder Schule. Anders ist es bei jenen Fällen, in denen das Internet als Quelle angegeben wurde. Hier zeigte sich eindeutig, dass diese Quelle eher als unseriös empfunden wird.

Der nächste wichtige Einflussfaktor, welcher sich in dieser Erhebung herauskristallisiert hat, ist das Vertrauen in seine Mitmenschen. Die Verbreitung von urbanen Legenden findet über die Mitmenschen statt. Je größer das Vertrauen in seine Mitmenschen, desto größer ist auch der Glaube an den Wahrheitsgehalt, der von ihnen verbreiteten urbanen Legenden. Das Gleiche gilt auch für das Interesse an urbanen Legenden. Doch obwohl auch Zeitungen oder andere öffentliche Institutionen zur Verbreitung solcher modernen Sagen

beitragen können, konnte kein Einfluss des Vertrauens in öffentliche Institutionen auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden festgestellt werden.

Beim getesteten Kriterium „Geschlecht“ konnte ein Einfluss dahingehend festgestellt werden, dass männliche Studenten die vorgegebenen urbanen Legenden besser kennen als weibliche Studentinnen. Vor allem Legenden über Raubtiere oder Legenden, welche ein hohes technisches Hintergrundwissen verlangen, werden von den männlichen Befragten besser gekannt. Weibliche Studentinnen schätzen hingegen den Wahrheitsgehalt von gerade solchen Legenden höher ein, was durchaus den Hintergrund haben könnte, dass eben weibliche Studenten diese Legenden auch schlechter kennen.

Generell hat sich gezeigt, dass ein Zusammenhang zwischen der Kenntnis der urbanen Legenden und der Einschätzung von deren Wahrheitsgehalt besteht. Allerdings konnte nicht – wie die Ergebnisse zum Einfluss des Geschlechts vermuten lassen würden – festgestellt werden, dass Studenten, die eine urbane Legende besonders gut kennen, diese auch weniger glauben, sondern umgekehrt wurde gezeigt, dass höhere Kenntnisse über die einzelnen urbanen Legenden mit einer höheren Einschätzung des Wahrheitsgehaltes korrelieren.

Einen geringeren, aber dennoch vorhandenen Einfluss zeigt die Größe des Ortes, in dem der Befragte aufgewachsen ist. Studenten, die ursprünglich aus Dörfern oder Kleinstädten stammen, kennen die urbanen Legenden besser, als Studenten, die in Städten oder Großstädten aufgewachsen sind. Dörfer und Kleinstädte bieten einen besseren Nährboden zur Verbreitung von urbanen Legenden. In Städten und Großstädten sind die Kenntnisse über die einzelnen modernen Sagen geringer.

Die Studienrichtung zeigte ausschließlich einen Zusammenhang bei der Kenntnis der urbanen Legenden „Iss-Popcorn, Trink-Cola“, welche von Studenten aus naturwissenschaftlichen Studienrichtungen besser gekannt wird, als von Studenten aus geisteswissenschaftlichen Studienrichtungen. Diese Legende wird häufig in verschiedenen Universitätslehrveranstaltungen als reales Beispiel für die Beeinflussung des Menschen durch unterschwellige Botschaften herangezogen. Dies kann durchaus auch verstärkt in naturwissenschaftlichen Zweigen der Fall sein. Diese Art der Verbreitung erklärt auch den durchschnittlich relativ hoch geschätzten Wahrheitsgehalt der Befragten bei dieser

Legende. Der postulierte Zusammenhang des Interesses von Studenten an Spannung und Grusel in Filmen und Büchern und der Empfänglichkeit für urbane Legenden konnte nicht festgestellt werden.

Alles in allem hat sich gezeigt, dass es tatsächlich sehr viele unterschiedliche Einflussfaktoren auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden gibt, wobei mit Sicherheit nur ein Bruchteil davon in dieser Diplomarbeit erforscht werden konnten. Um die sich noch im Dunkeln befindenden Faktoren zu finden, wären weitere Erhebungen mit Sicherheit von großem Interesse. Auch eine Replikationsstudie der bereits hier getesteten Konstrukte mit einer größeren Fallzahl oder einer anderen Stichprobe könnte aufschlussreiche Ergebnisse erzielen.

Zusammenfassend konnte hier dennoch mit Sicherheit ein erster Schritt in die Aufdeckung sozialer und psychologischer Einflussfaktoren auf die Empfänglichkeit für urbane Legenden getätigt werden.



## **6. Anhang**

### **6.1. Urbane Legenden**

#### **6.1.1. Das entführte Mädchen im Ikea**

Eine Frau ist gemeinsam mit ihrer Tochter bei Ikea. Sie will der Kleinen ein neues Kinderbett kaufen. Die Mutter lässt sich von einer Mitarbeiterin beraten. Als sich das Gespräch vertieft, bemerkt sie nicht, dass ihre Tochter auf einmal verschwunden ist. Als die Mutter das Verschwinden feststellt, bricht Panik aus. Die Mitarbeiterin alarmiert die Geschäftsführung. Sämtliche Türen des Möbelhauses werden sofort geschlossen. So soll verhindert werden, dass das Mädchen aus dem Gebäude entführt wird. Nach intensiven Suchen wird das Kind in einer Toilettenzelle gefunden, völlig benebelt und offensichtlich unter Drogen gesetzt. Es trägt andere Kleidung und neben ihm liegt eine Perücke. Vom Täter fehlt jede Spur. Angeblich steckte die russische oder die polnische Mafia hinter dieser Entführung.

(Quelle: „Schau dich schlau!“ 16.09.2007)

#### **6.1.2. Die Ratte in der Pizza**

Ein Arbeitskollege von einem meiner Freunde hat erzählt, seine Schwester sei in einer Pizzeria auf der Hornsgatan essen gewesen. Wie sie so dasaß du die Pizza aß, spürte sie, daß sich zwischen ihren Zähnen etwas festgesetzt hatte. Sie versuchte es mit einem Zahnstocher herauszupulen, aber es ging nicht. Als sie nach Hause kam, versuchte sie es noch mal, aber auch da klappte es nicht.

Nachts wachte sie auf von einem fürchterlichen Schmerz im Zahnfleisch. Sie fuhr zur Notaufnahme ins Söder-Krankenhaus, und dort gelang es dem diensthabenden Arzt, den Gegenstand zu entfernen. Er untersuchte ihn unter dem Mikroskop und konstatierte, es sei vermutlich ein Rattenzahn.

Am nächsten Tag alarmierte der Arzt die Gesundheitsbehörde, und die schickten einen Inspektor in die Pizzeria. Er besichtigte die Räumlichkeiten und stellte fest, daß die Hygieneverhältnisse so einigermaßen annehmbar waren. Es gab aber einen Raum, der mit einem Vorhängeschloß versperrt war, und dahinein wurde ihm der Zutritt verweigert. Also blieb ihm nichts anderes übrig, als die Polizei zu rufen, die das Schloß dann aufbrach. Der

Inspektor entdeckte, daß man den Raum als Kühlkammer für geschlachtete Ratten benutzte. Wie es hieß, soll er ca. fünfzig gekühlte Ratten gezählt haben.

Die Ratten wurden als Fleisch für die Pizzas verwendet. Die Sache soll im August 1973 passiert sein.

(Quelle: Klintberg 1990: 64)

### **6.1.3. Kidnapping in Marokko**

Eine junge Familie aus Berlin ist mit der vierjährigen Tochter im Herbst 1985 nach Agadir gereist. Während des Aufenthaltes besucht das Paar gemeinsam mit dem blondgelockten Kind den dortigen Basar. Die Marokkaner sind offensichtlich fasziniert von den blonden Haaren des kleinen Mädchens, dem sie immer wieder über den Kopf streichen. Ein Teppichhändler lädt das Paar mit dem Kind in seinen Laden ein, und nach mehreren Tassen Tee macht er den verduztten Eltern den Vorschlag, das Mädchen gegen mehrere wertvolle Teppiche einzutauschen. Das Paar lehnt entsetzt ab und verlässt mit dem Kind sofort den Laden. Gemeinsam schlendern die drei noch etwas durch den Basar. Plötzlich ist das Kind verschwunden. Die Mutter hatte ihre Tochter eben noch an der Hand gehalten und nicht gemerkt, wie sie das Kind verloren hat. Die Eltern suchen den Basar vergeblich nach ihrer Tochter ab. Auch den Laden des Teppichhändlers, der zuvor das Mädchen kaufen wollte, stellen die verzweifelten Eltern auf den Kopf. Von dem Kind aber finden sie keine Spur. Die Deutschen wenden sich später auch an die marokkanische Polizei, die Ermittlungen einleitet. Aber das Kind bleibt verschwunden. Die Eltern hoffen noch heute darauf, ihr Mädchen eines Tages wieder zu finden. Sie fahren jedes Jahr nach Agadir und suchen nach ihrer Tochter.

(Quelle: Brednich 1994: 73f.)

### **6.1.4. Die Großmutter im Carepaket**

Eine Bekannte berichtete, dass Freunde ihrer Eltern die folgende Geschichte erzählt hätten. Nach dem Krieg sei diese Familie von amerikanischen Verwandten regelmäßig mit Carepaketen versorgt worden. Schokolade, Kaffee, Trockenmilch, alles habe man ihnen geschickt. Eines Tages traf ein Paket ein, in dem sich eine große schwarze Dose befand. Die Familie öffnete sie neugierig und fand ein Pulver, das man sofort – schon wegen der wertvollen Verpackung – für die neueste Nahrungsergänzung hielt. Man stellte die Dose in

die Küche und verwöhnte täglich die Familie mit diesem Nahrungszusatz. Dann, Wochen später, traf ein Brief ein: „Vor acht Wochen ist unsere geliebte Mutter und Großmutter verstorben. Ihrem Wunsch gemäß haben wir ihre Asche in die deutsche Heimat überführen lassen. Die Urne wird in den nächsten Tagen bei Euch eintreffen. Bitte bestattet sie feierlich. Zur Deckung der Bestattungskosten schicken wir Euch anliegend 200 Dollar.“

(Quelle: Brednich 1994: 79)

### **6.1.5. Die letzte Lieferung**

Die folgende Geschichte spielt im Berlin des Jahres 1946. Eine junge Frau hastet durch die Knesebeckstraße, vorbei an Schutthalden und Ruinen, als sie plötzlich mit einem offensichtlich blinden Mann zusammenstößt, der sich mühsam mit einem Stock durch diese Steinwüste tastet. Nach ein paar höflichen gegenseitigen Entschuldigungen fragt sie der Mann nach einer bestimmten Adresse, und die junge Frau macht ihm klar, dass er bis dorthin noch einen ziemlich weiten Fußmarsch vor sich habe. Das Gesicht zeigt einen deutlichen Ausdruck der Enttäuschung und der Sorge. Dann fasst sich der Blinde Mann ein Herz und fragt die junge Frau, ob sie ihm den großen Gefallen tun könne, bei der fraglichen Adresse einen Brief abzuliefern. Die Frau ist dazu bereit, nimmt einen verschlossenen Umschlag in Empfang und macht sich auf den Weg. Als sie noch einmal einen Blick auf den bedauernswerten Blinden zurückwirft, sieht sie gerade noch, wie der Mann ohne jede Unsicherheit im Laufschrift um die Ecke verschwindet.

Da war etwas faul. Die junge Frau ging ohne Umweg zum nächsten Polizeirevier, erzählte ihr Erlebnis und händigte den Beamten den Brief aus. Kurze Zeit später verhafteten Polizisten in der fraglichen Wohnung zwei Männer und eine Frau und stellten eine große Menge Fleisch sicher – zur damaligen Zeit fast so kostbar wie Gold. Aber dann folgt der Schock: Bei näherer Untersuchung stellt sich heraus, dass es sich um Menschenfleisch handelt. Und der Text des Briefes, den die junge Frau überbringen sollte, wird plötzlich zur Horror-Information: „Dies ist für heute meine letzte Lieferung.“

(Quelle: Brednich 1994: 237f.)

### **6.1.6. Die abgetrennte Hand**

Ein entfernter Bekannter einer Kollegin fuhr bei Nacht über eine einsame Landstraße. Er sah einen Anhalter auf der Straße stehen und stoppte. Der Fremde kam zum Auto. Im

letzten Moment bemerkte der Fahrer einen Schlagring in der Hand des Anhalters. Er gab Gas und floh, vernahm aber noch einen dumpfen Schlag an seinem Wagen. Er fuhr in die nächste Ortschaft, um die Polizei zu verständigen. Als er sein Fahrzeug untersuchte, entdeckte er, dass die hintere Seitenscheibe eingeschlagen war. Auf dem Rücksitz lag die abgetrennte Hand des Anhalters mit dem Schlagring.

(Quelle: Brednich 1994: 37)

### **6.1.7. Die gestohlene Schwiegermutter**

Mein Onkel arbeitet für eine internationale Firma und er hatte ein Gratisticket nach England bekommen. Er fuhr hin und traf einen Kollegen aus demselben Konzern, der gerade einen Autourlaub in Spanien hinter sich hatte. Einen Urlaub, den er, wie er sagte, nie vergessen würde.

Er war mit seiner Frau, den beiden Kindern und seiner Schwiegermutter durch das Landesinnere Spaniens gefahren. Es war fürchterlich heiß im Auto. Plötzlich stirbt die Schwiegermutter. Sie halten an und diskutieren, was sie tun sollen. Es ist ihnen äußerst unbehaglich, daß die Schwiegermutter tot auf dem Rücksitz neben den Kindern sitzt. Aber da fällt dem Mann ein, daß er einen Gepäckträger auf dem Dach und eine schwarze Persenning im Kofferraum hat. Er rollt die Schwiegermutter in die Persenning ein, schnallt sie auf dem Dach fest und dann fahren sie in die nächste Stadt. Dort suchen sie eine Polizeiwache auf, um der Frau einen Totenschein ausstellen zu lassen, damit sie die Leiche über die Grenze bekommen.

Der Mann geht in die Wache, um zu erklären, was geschehen ist. Er hat Schwierigkeiten mit der Sprache, und es dauert einige Zeit, bis man einen Dolmetscher geholt hat. Währenddessen sitzt die Ehefrau mit den Kindern im Auto, die werden in der Hitze ungeduldig und gehen schließlich los, um Eis zu kaufen. Kurze Zeit später kommt der Mann mit den Polizisten heraus, um sich die tote Schwiegermutter anzusehen. Da entdecken sie, daß das Auto gestohlen ist.

Der Mann, der die Geschichte erzählte, sagte, sie hätten das Auto nie wiedergesehen und auch die tote Schwiegermutter auf dem Dachgepäckträger nicht. Und einen Totenschein für die Schwiegermutter bekamen sie nie.

(Quelle: Klintberg 1990: 19f.)



## 6.2. Fragebogen

Im Rahmen meiner Diplomarbeit am Institut für Soziologie führe ich eine Erhebung über Kenntnis und Interesse an außergewöhnlichen Geschichten und Ereignissen durch. Deine Mitarbeit würde mir sehr helfen! Alle Daten werden anonym und streng vertraulich behandelt.

### TEIL A

*Dieser Frageblock behandelt die Bekanntheit von außergewöhnlichen Geschichten und Ereignissen.*

**1. Bitte lies dir nun die folgenden außergewöhnlichen Geschichten durch! In wie weit sind sie dir bekannt?**

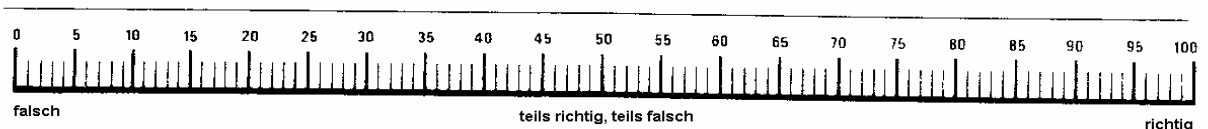
#### 1.1 Haustier in der Mikrowelle

Es gab einmal eine ältere Dame, die sich eine Katze hielt. Wenn das Tier an einem Regentag nass geworden war, steckte sie es in die Bratröhre ihres Herdes, um es dort bei schwacher Hitze trocknen zu lassen. Als der Herd defekt wurde, ersetzte sie ihn durch einen modernen Mikrowellenherd. Am nächsten Regentag wollte sie ihr Haustier wie gewohnt im Mikrowellenherd trocknen; dabei explodierte das Tier nach wenigen Sekunden. Die Dame erlitt dadurch einen psychischen Schock. Sie verklagte den Hersteller des Mikrowellenherdes erfolgreich auf eine beträchtliche Summe Schadenersatz mit der Begründung, dass weder in ihrer Bedienungsanleitung noch am Gerät selbst ein entsprechender Sicherheitshinweis vorhanden war. Als Konsequenz dieses Falles werden Mikrowellenherde mit dem Warnhinweis versehen „Nicht geeignet zum Trocknen von Haustieren“.

**a. Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
----------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

**b. Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



**c. Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**

*(Zutreffendes bitte ankreuzen!)*

- ja, und zwar.....
- nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

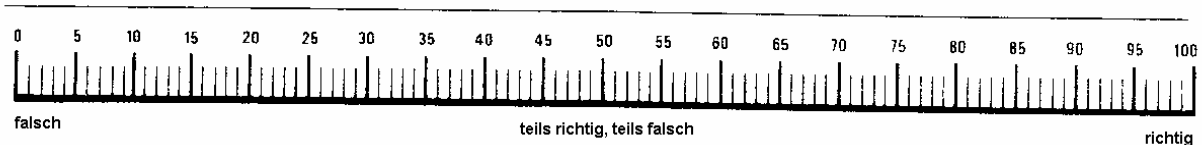
### 1.2 Iss – Popcorn, Trink – Cola

Werbefachmann James Vicary hatte Ende der 1950er Jahre tausende Kinobesucher mit sogenannten subliminalen (unterschwellig) Botschaften traktiert. Diese Botschaften („Iss Popcorn“, „Trink Cola“) sind alle fünf Sekunden für den Bruchteil einer Sekunde in die Kinofilme eingeblendet worden. Wegen ihrer Kürze konnten die Botschaften vom Publikum nicht bewusst wahrgenommen werden. Diese Werbebotschaften haben so den Umsatz von Cola um 18 % und der Umsatz von Popcorn um etwa 58 % gesteigert.

a. **Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
----------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

b. **Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



c. **Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**

(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- ja, und zwar.....
- nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

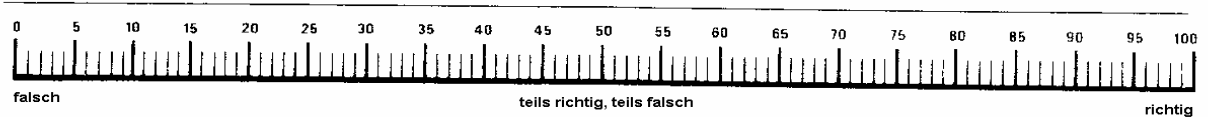
### 1.3 Bonsai – Katzen

Seit 2000 werden über die Webseite „Bonsai – Kitten“ kleine Kätzchen verkauft, die vom Betreiber der Seite mehrere Monate lang in kleine Glasbehälter gesperrt worden sind, wodurch die Tiere die Form der Behälter annehmen. Der Fall wurde von dem FBI wegen Verdachts der Tierquälerei untersucht.

a. **Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
----------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

- b. Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



- c. Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**  
(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- ja, und zwar.....  
 nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

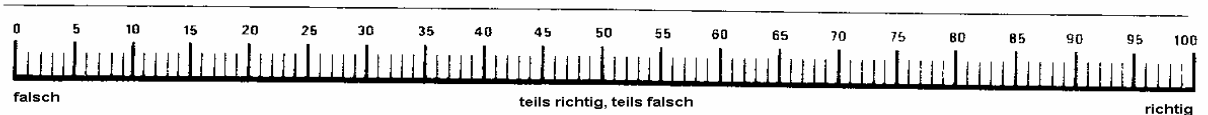
**1.4 Kornkreise**

Kornkreise sind Bereiche eines Getreidefeldes, in denen die Kornhalme in einer regelmäßigen Weise umgeknickt, gebogen oder abgemäht wurden. Von erhöhter Stelle oder aus der Luft sind sie meist als geometrische Formen erkennbar. Die einfachste Form eines solchen Gebildes ist ein Kreis. Gewöhnlich tauchen Kornkreisformationen an alten heiligen Stätten der Kelten auf. Sie werden oft als Botschaften von Außerirdischen, Landezonen für UFOs oder Navigationshilfe von und für Außerirdische gedeutet. Kornkreis-Fachleute untersuchen diese Kornkreise und kommen immer wieder zu der Ansicht, dass die sehr komplexen Darstellungen nicht gefälscht sein können.

- a. Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
----------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

- b. Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



- c. Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**  
(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- ja, und zwar.....  
 nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

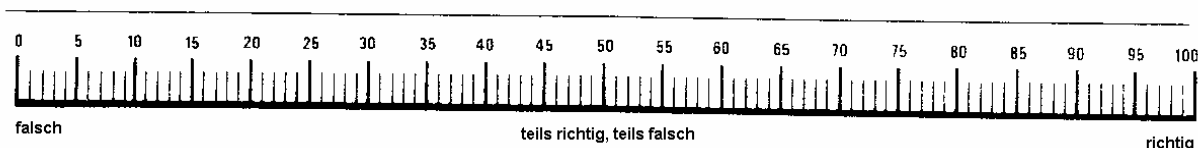
### 1.5 Krokodil im Abwassersystem

Am 1. August 1973 machten zwei Kanalisationsarbeiter in New York eine grausige Entdeckung: Auf dem Boden neben dem Hauptkanal lag die stark verstümmelte Leiche eines Kollegen, der seit mehreren Tagen als vermisst galt. Als sie sich näherten, um die Leiche zu untersuchen, hörten sie aus dem Wasser ein Fauchen. Sie suchten mit ihren Taschenlampen die Wasseroberfläche ab und sahen einen 3 Meter langer Alligator. Einem der beiden Kanalisationsarbeiter gelang die Flucht, doch niemand glaubte ihm.

- a. **Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
-------------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

- b. **Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



- c. **Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**

(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- ja, und zwar.....  
 nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

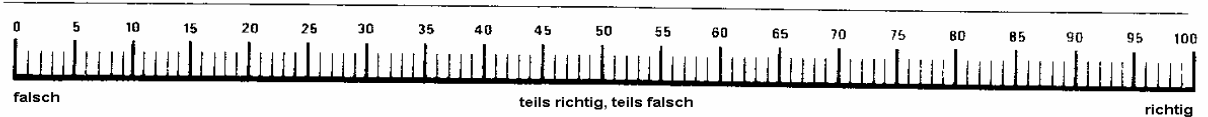
### 1.6 Mondlandung

Verschiedene Verschwörungstheorien zur Mondlandung 1969 besagen, dass diese nie stattgefunden haben soll. Es wird behauptet, dass die NASA und die US-amerikanische Regierung die Landung vorgetäuscht und in einem Filmstudio gedreht hat. So wurden zahlreiche Ungereimtheiten in der Filmaufnahme entdeckt, z.B. Schatten, die nur von Studioscheinwerfern kommen konnten, sich im Vakuum bewegende Fahnen oder falsche Fußabdrücke. Auch die schlechte Filmqualität der ersten Landung wird als Fälschungsargument herangezogen, da eine künstliche Qualitätsminderung die verräterischen Details verdecken sollte.

- a. **Wie gut kennst du diese Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert an, wobei Null bedeutet ich kenne die Geschichte gar nicht und zehn ich kenne die Geschichte sehr gut. Dazwischen kannst du abstufen, falls du die Geschichte nur teilweise oder anders kennst.

Überhaupt nicht 0	Sehr schlecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sehr gut
-------------------------	---------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----------

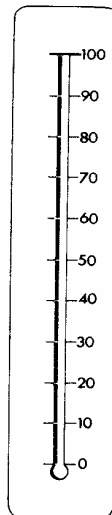
**b. Wie hoch schätzt du den Wahrheitsgehalt dieser Geschichte?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Maßband an, wobei Null bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach falsch ist und 100 bedeutet, dass die Geschichte deiner Meinung nach richtig ist. Dazwischen kannst du beliebig abstufen.



**c. Kannst du dich noch erinnern, wie du von dieser Geschichte erfahren hast?**  
(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- ja, und zwar.....
- nein                       Habe von dieser Geschichte noch gar nicht erfahren.

**2. Wie sehr interessieren dich solche außergewöhnlichen Geschichten?** Bitte kreuze den entsprechenden Wert auf dem Thermometer an, wobei Null bedeutet, das interessiert dich überhaupt nicht und 100 bedeutet das interessiert dich sehr stark.



**3. Kannst du dich erinnern schon mal eine ähnliche außergewöhnliche Geschichte weitererzählt zu haben?**  
(Zutreffendes bitte ankreuzen!)

- Sicher       Glaube eher       Eher nicht       Sicher nicht       Weiß nicht schon

**4. Hast du dich schon mal aus Interesse über solche außergewöhnlichen Geschichten informiert?** (übers Internet, Bücher, Zeitschriften etc.)  
(Zutreffendes bitte ankreuzen! Mehrfachantworten möglich)

- Internet recherchiert                       Anders informiert
- Bücher/ Zeitschriften ausgeliehen      Und zwar: \_\_\_\_\_
- Bücher/ Zeitschriften gekauft            Nicht informiert
- Fernsehen

**5. In der heutigen Zeit werden englische Begriffe auch im deutschsprachigen Raum immer häufiger verwendet, auch wenn viele nicht wissen, was sie bedeuten. Weißt du, was der Begriff „urban legends“ bedeutet?**

*(Zutreffendes bitte ankreuzen!)*

- Ja, und zwar:.....  Nein, weiß ich nicht

**TEIL B**

*Nun folgen einige Aussagen zur heutigen Gesellschaft.*

**6. In wie weit stimmst du den folgenden Aussagen zu?**

*(Zutreffendes bitte jeweils ankreuzen!)*

	Trifft voll zu	Trifft zu	Weiß nicht	Trifft nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
Heuchelei ist in unserer Gesellschaft im Anwachsen begriffen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Im Umgang mit Fremden kommt man besser voran, wenn man so lange vorsichtig ist, bis diese den Nachweis erbracht haben, dass man ihnen trauen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dieses Land hat eine dunkle Zukunft, so lange wir keine besseren Leute in die Politik bringen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eher Furcht vor sozialer Schande oder Bestrafung als das Gewissen hält die Leute davon ab, das Gesetz zu brechen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Vereinten Nationen werden niemals eine wirksame Kraft zur Wahrung des Weltfriedens sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Von den meisten Menschen kann man annehmen, dass sie das, was sie sagen, auch tun werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Gericht ist ein Ort, an dem uns allen unvoreingenommene Behandlung zuteil wird.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es ist sicherer zu glauben, dass im Gegensatz zu dem, was die Leute sagen, diese in erster Linie an ihr eigenes Wohlergehen denken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Zukunft erscheint viel versprechend.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten Leute wären erschreckt, wenn sie wüssten, wie viele Nachrichten, die die Öffentlichkeit zu hören und zu sehen bekommt, verfälscht sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten gewählten Volksvertreter sind in ihren Wahlkampfversprechungen wirklich vertrauenswürdig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Trifft voll zu	Trifft zu	Weiß nicht	Trifft nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
Obwohl Zeitungen, Radio und Fernsehen berichten, ist es schwierig, zu objektiven Einschätzungen öffentlicher Angelegenheiten zu gelangen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei vielen Experten kann man sich darauf verlassen, dass sie die Wahrheit über die Begrenztheit ihres Wissens sagen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In dieser, von Konkurrenzgedanken bestimmten Zeit muss man wachsam sein, oder irgendjemand nutzt einen wahrscheinlich aus.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viele bedeutende nationale Sportwettkämpfe sind in der einen oder anderen Weise mehr oder weniger abgekartet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten Idealisten sind aufrichtig und gewöhnlich praktizieren sie auch, was sie predigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten Verkäufer sind ehrlich im Beschreiben ihrer Ware.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die meisten Reparaturarbeiter würden die Rechnung auch dann nicht zu hoch ausstellen, wenn sie wüssten, dass man sich in ihrem Fachgebiet nicht auskennt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Trifft voll zu	Trifft zu	Weiß nicht	Trifft nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
Die meisten Menschen beantworten Meinungsumfragen aufrichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn wir wirklich wüssten, was in der internationalen Politik vor sich geht, so hätte die Öffentlichkeit mehr Grund entsetzt zu sein als sie es jetzt zu sein scheint.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei den meisten Politikern klafft das Verhalten vor und nach der Wahl weit auseinander.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es gibt nur wenige Menschen, auf die man sich verlassen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei den Äußerungen unserer Mitmenschen muss man gewöhnlich aufpassen, das herauszuhören, was sie wirklich meinen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wort und Tat in unserer Umgebung stimmen selten überein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewöhnlich warten die Berufskollegen nur darauf, dass einem ein Missgeschick passiert, damit sie selbst emporkommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Trifft voll zu	Trifft zu	Weiß nicht	Trifft nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
Das Zusammenleben von uns allen wird mehr durch Gewalt und Macht als gegenseitiges Vertrauen geregelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeder, der sich selbst in einem Sachverhalt gut auskennt, ist bestürzt, wenn er liest, wie darüber Zeitungen berichten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### TEIL C

*Zum Abschluss bitte ich dich noch um einige statistische Angaben zu deiner Person!*

#### 7. Geschlecht

- männlich       weiblich

#### 8. Geburtsjahr

19\_\_\_\_\_

#### 9. Studienrichtung (Name des Hauptfaches)

\_\_\_\_\_

- bin kein/e Student/in

#### 10. Studiendauer in Semestern (ohne Unterbrechung)

Bin im \_\_\_\_\_ Semester

- bin kein/e Student/in

#### 11. Bitte gib die Einwohnerzahl des Ortes an, an dem du überwiegend aufgewachsen bist!

*(Zutreffendes bitte ankreuzen!)*

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> bis 1000         | <input type="checkbox"/> 10.001 bis 30.000  | <input type="checkbox"/> 100.001 bis 200.000 |
| <input type="checkbox"/> 1.001 bis 5.000  | <input type="checkbox"/> 30.001 bis 50.000  | <input type="checkbox"/> 200.001 bis 500.000 |
| <input type="checkbox"/> 5.001 bis 10.000 | <input type="checkbox"/> 50.001 bis 100.000 | <input type="checkbox"/> Wien                |

#### 12. In welchem Bundesland bist du überwiegend aufgewachsen?

*(Zutreffendes bitte ankreuzen!)*

- |   |   |                                     |
|---|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Wien             | <input type="checkbox"/> Steiermark     | <input type="checkbox"/> Salzburg   |
| <input type="checkbox"/> Niederösterreich | <input type="checkbox"/> Kärnten        | <input type="checkbox"/> Tirol      |
| <input type="checkbox"/> Burgenland       | <input type="checkbox"/> Oberösterreich | <input type="checkbox"/> Vorarlberg |



**13. Welche der folgenden Filmgenres siehst du am Liebsten?**

*(Zutreffendes bitte ankreuzen! Mehrfachantworten möglich)*

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Abenteuerfilm          | <input type="checkbox"/> Horrorfilm              | <input type="checkbox"/> Science-Fiction-Film |
| <input type="checkbox"/> Actionfilm             | <input type="checkbox"/> Katastrophenfilm        | <input type="checkbox"/> Thriller             |
| <input type="checkbox"/> Animations-/ Trickfilm | <input type="checkbox"/> Kinderfilm              | <input type="checkbox"/> Tragikomödie         |
| <input type="checkbox"/> Dokumentarfilm         | <input type="checkbox"/> Kriegs-/ Antikriegsfilm | <input type="checkbox"/> Tragödie             |
| <input type="checkbox"/> Erotikfilm             | <input type="checkbox"/> Kriminalfilm            | <input type="checkbox"/> Western              |
| <input type="checkbox"/> Fantasyfilm            | <input type="checkbox"/> Komödie                 | <input type="checkbox"/> Sonstiges            |
| <input type="checkbox"/> Heimatfilm             | <input type="checkbox"/> Liebesfilm              | Und zwar: _____                               |
| <input type="checkbox"/> Historienfilm          | <input type="checkbox"/> Melodram                | <input type="checkbox"/> Ich sehe keine Filme |

**14. Welche der folgenden Buchgenres liest du am Liebsten?**

*(Zutreffendes bitte ankreuzen! Mehrfachantworten möglich)*

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Abenteuerroman     | <input type="checkbox"/> Kriminalroman         | <input type="checkbox"/> Fachliteratur         |
| <input type="checkbox"/> Fantasyroman       | <input type="checkbox"/> Liebesroman           | <input type="checkbox"/> Sonstiges             |
| <input type="checkbox"/> Historischer Roman | <input type="checkbox"/> Science-Fiction-Roman | Und zwar: _____                                |
| <input type="checkbox"/> Horrorroman        | <input type="checkbox"/> Wildwestroman         | <input type="checkbox"/> Ich lese keine Bücher |

***Danke für deine Mitarbeit!***

**Bei Fragen kannst du mich unter [daniela.heffeter@gmx.at](mailto:daniela.heffeter@gmx.at) kontaktieren!**

**Du kannst den Fragebogen auch gerne an der Fachbereichsbibliothek Soziologie und Politikwissenschaft abgeben:**

**Adresse:**

Rooseveltplatz 2

A-1090 Wien

Tel.: (01) 4277-16870

Fax.: (01) 4277-16879

**Öffnungszeiten:**

Mo-Do: 10.00 - 19.00 Uhr

Fr: 10.00 - 15.00 Uhr

**Ferienöffnungszeiten:**

04.02.-29.02.2008

Mo-Mi + Fr: 10.00 - 14.00 Uhr

Do: 10.00 - 18.00 Uhr



## Literaturverzeichnis

Amelang, M.; Gold, A.; Külbel, E., 1984: Über einige Erfahrungen mit einer deutschsprachigen Skala zur Erfassung zwischenmenschlichen Vertrauens (Interpersonal Trust). *Diagnostica*, 30, 198-215.

Amelang, M.; Bartussek, D., 2006: Zwischenmenschliches Vertrauen. In: A. Glöckner-Rist (Hg.), ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. ZIS Version 10.00, Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen.

Atteslander, Peter, 2003: Methoden der empirischen Sozialforschung. 10. Auflage, Berlin: de Gruyter.

Baumann, Petra, 2002: Verschwörungstheorien. Über Entstehung, Verbreitung und Nutzen von Verschwörungstheorien unter besonderer Bezugnahme auf das „Medium“ Internet. Wien.

Bächtold-Stäubli, Hanns (Hg.), 1927: Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Bd. 1, Berlin: de Gruyter.

Bächtold-Stäubli, Hanns (Hg.), 1927: Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Bd. 6, Berlin: de Gruyter.

Bächtold-Stäubli, Hanns (Hg.), 1927: Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Bd. 7, Berlin: de Gruyter.

Bonsai Kitten. <http://www.shorty.com/bonsaikitten/index.html>, 24.07.2008.

Bonsai Kitten. [http://de.wikipedia.org/wiki/Bonsai\\_Kitten](http://de.wikipedia.org/wiki/Bonsai_Kitten), 26.07.2008.

Brandmeyer, Klaus; Deichsel, Alexander, 1991: Die magische Gestalt. Die Marke im Zeitalter der Massenware. In: Marketing Journal Gesellschaft. Hamburg.

Brednich, Rolf, 1990: Die Spinne in der Yucca-Palme. München: Beck.

Brednich, Rolf, 1994: Sagenhafte Geschichten von heute. München: Beck.

Brunvand, Jan Harold, 1998: The study of American folklor. An intrduction. 4<sup>th</sup> ed., New York: W. W. Norton & Company.

Daxelmüller, Christoph, 1986: Vorwort. In: Bächtold-Stäubli, Hanns (Hg.), 1927: Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Berlin: de Gruyter.

Dègh, Linda, 1977: UFO's and how folklorists should look at them. Fabula 18, 242-248.

Dégh, Linda, 2001: Legend and Belief. Dialectics of a Folklore Genre. Bloom. Indianapolis.

Fuhs, Howard, 1998: Internet Hoaxes: Konzeptionelle Gesichtspunkte und praktische Auswirkungen.

<http://www.virushelpmunich.de/konferenz/1998/vortraege/hoax/index.html>, 26.07.2008.

Grimm, Jacob; Grimm, Wilhelm, 1816: Deutsche Sagen.

Grimm, Jacob; Grimm, Wilhelm, 1893: Deutsches Wörterbuch. Band 8. Leipzig.

Hackl, Andrea, 2007: Mythen, Märchen und Geschichten. Narrative Schemata als sinnstiftende Kommunikationsstrategien in der Werbung. Wien.

Harthauß, Jana, 2001: Aberglaube aus psychologischer Perspektive. <http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/104667.html>, 01.08.2008.

Haustier in der Mikrowelle. [http://de.wikipedia.org/wiki/Haustier\\_in\\_der\\_Mikrowelle](http://de.wikipedia.org/wiki/Haustier_in_der_Mikrowelle), 26.07.2008.

Iss-Popcorn-Trink-Cola. <http://de.wikipedia.org/wiki/Iss-Popcorn-trink-Cola-Studie>, 29.07.2008.

Kapferer, Jean-Noël, 1996: Gerüchte. Das älteste Massenmedium der Welt. 1. Auflage, Leipzig: Kiepenheuer.

Klintberg, Bengt af, 1984: Why are there so many modern legends about revenge? In: Smith, Paul (Hg.), Perspectives on modern legend I. Sheffield. 141-146.

Klintberg, Bengt af, 1990: Die Ratte in der Pizza. Und andere moderne Sagen und Großstadtmythen. Kiel: Wolfgang Butt Verlag.

Lüthi, Max, 1996: Märchen. Stuttgart.

Mayer, Horst Friedrich, 1998: Die Entenmachen. Wenn Medien in die Falle tappen. Wien: Franz Deuticke Verlagsgesellschaft.

Meyer, Elard Hugo, 1891: Germanische Mythologie. Berlin.

Noelle-Neumann, Elisabeth; Petersen, Thomas, 1996: Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. Berlin: Springer.

Notter, Hans; Brühlmann, Roland, 2005: Kanalspektakel.

[http://www.notterkanal.ch/zoo\\_classes/Object/ContentBlockAbstract/NotterContentBlock/NotterContentBlockDownloadFile/113\\_\\_zoo\\_NotterContentBlockText\\_Containment\\_activ eListElement\\_contained/download\\_file\\_kanalspektakel\\_dez\\_05.pdf](http://www.notterkanal.ch/zoo_classes/Object/ContentBlockAbstract/NotterContentBlock/NotterContentBlockDownloadFile/113__zoo_NotterContentBlockText_Containment_activ eListElement_contained/download_file_kanalspektakel_dez_05.pdf), 24.07.2008.

O.V., 1935: Alligator found in uptown sewer. In: The New York Times.

<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F7091EF83A55147B93C2A81789D85F418385F9&scp=7&sq=alligator%20sewer&st=cse>, 26.07.2008.

O.V., 1999: Kornkreise in Österreich. <http://ufo.at/kornkreise.html>, 11.09.2008.

O.V., 2004: Mondlandung. Verschwörungstheorie zum Jubiläum.

<http://science.orf.at/science/events/118677>, 30.07.2008.

O.V., 2005: Kornkreise. [www.sabon.org/kornkreise](http://www.sabon.org/kornkreise), 26.07.2008.

O.V. 2006: Vertrauen und Glaube.

<http://www.borgmistelbach.ac.at/religion/Klassen/glaub.ppt>, 31.07.2008.

O.V. , 2007: Schau dich schlau! RTL 2, 16.09.2007.

O.V., 2007: Bevölkerung 2001 nach Gemeindegrößenklassen und Bundesländern.

[http://www.statistik.gv.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen/bevoelkerung\\_sstand/023293.html](http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen/bevoelkerung_sstand/023293.html), 08.08.2008.

Paixao, Ana Claudia, 2001: Neighborhood Report: New York Underground; Still Prowling after all these years. In: The New York Times.

<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9F02E6D61439F932A35754C0A9679C8B63&scp=4&sq=alligator%20sewer&st=cse>, 26.07.2008.

Ranke, Kurt, 2004: Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung. Bd. 11, Berlin: de Gruyter.

Rexin, Uwe, 2002: Mondlandung. <http://www.mondlandung.pcdl.de>, 30.07.2008.

Rotter, Julian, 1967: A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality*, 35. 651-665.

Rotter, Julian; Hochreich, Dorothy, 1979: *Persönlichkeit. Theorien, Messung, Forschung*. Berlin: Springer.

Röhrich, Lutz, 1990: Vorwort. In: Klintberg, Bengt af: *Die Ratte in der Pizza und andere moderne Sagen und Großstadtmythen*. Kiel: Wolfgang Butt Verlag.

Schneider, Reto, 2001: Das Experiment – „Iss Popcorn!“ . In: *NZZ Folio – Die Zeitschrift der Neuen Züricher Zeitung*. <http://www.nzzfolio.ch/www/d80bd71b-b264-4db4-afd0-277884b93470/showarticle/17af3e96-dff1-449d-b817-6482c3eeba50.aspx>, 24.07.2008.

Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke, 2005: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 7.Auflage, München: Oldenbourg Verlag.

Stelzner, Michael, 1998: Die Symbolik der Zahlen.  
<http://www.weisheitslehren.de/home.htm>, 31.07.2008.

Watzlawick, Paul, 1978: Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen.  
München.

Wenglorz, Georg and Ryan, Patrick S., 2003: The Cat in the Microwave? (Die Katze in der Mikrowelle?). In: Recht der Internationalen Wirtschaft, Vol. 8, p. 598.  
<http://ssrn.com/abstract=470321>, 24.07.2008.

Ziemann, Frank, 2003: Satire. Katzen in Flaschen. <http://www2.tu-berlin.de/www/software/hoax/bonsaikitten.shtml>, 24.07.2008.

Ziemann, Frank, 2007: Fakt ist... <http://www2.tu-berlin.de/www/software/hoax.shtml>,  
26.07.2008.

*Anmerkung zu den Bildquellen:*

*Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.*





## Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 3.1:</b>	Bonsai-Katzen (Quelle: <a href="http://www.shorty.com/bonsaikitten/index.html">www.shorty.com/bonsaikitten/index.html</a> ).....	34
<b>Abbildung 3.2:</b>	Kornkreise (Quelle: <a href="http://www.ufo.at/kornkreise">www.ufo.at/kornkreise</a> ) .....	36
<b>Abbildung 3.3:</b>	Skalen-Bildblatt Maßband (Quelle: Noelle-Neumann/ Petersen 1996: 149).....	50
<b>Abbildung 3.4:</b>	Skalen-Bildblatt Thermometer (Quelle: Noelle-Neumann/ Petersen 1996: 149).....	51
<b>Abbildung 3.5:</b>	Interesse an urbanen Legenden auf einem Thermometer von 1 bis 100 in Prozent der Befragten .....	57
<b>Abbildung 3.6:</b>	Bekanntheit von urbanen Legenden auf einer Skala von 0 bis 10.....	58
<b>Abbildung 3.7:</b>	Glaube an den Wahrheitsgehalt von urbanen Legenden auf einer Skala von 0 bis 10 ...	60



## Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 3.1:</b>	Soziodemographische Daten der Stichprobe.....	56
<b>Tabelle 3.2:</b>	Bekanntheit der vorgegebenen urbanen Legenden.....	59
<b>Tabelle 3.3:</b>	Geschätzter Wahrheitsgehalt der vorgegebenen urbanen Legenden .....	60
<b>Tabelle 3.4:</b>	Mittelwerte für Interesse, Kennen und Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht .	62
<b>Tabelle 3.5:</b>	Mittelwertsvergleich: Interesse an urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test) .....	62
<b>Tabelle 3.6:</b>	Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test).....	63
<b>Tabelle 3.7:</b>	Mittelwerte: Kennen der einzelnen urbanen Legenden nach Geschlecht.....	63
<b>Tabelle 3.8:</b>	Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test).....	64
<b>Tabelle 3.9:</b>	Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test).....	64
<b>Tabelle 3.10:</b>	Mittelwerte: Glaube an die einzelnen urbanen Legenden nach Geschlecht .....	65
<b>Tabelle 3.11:</b>	Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Geschlecht (t-Test).....	65
<b>Tabelle 3.12:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Einwohnerzahl.....	67
<b>Tabelle 3.13:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Einwohnerzahl .....	67
<b>Tabelle 3.14:</b>	Kreuztabelle: Interesse an urbane Legenden * Einwohnerzahl .....	68
<b>Tabelle 3.15:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Interesse an urbane Legenden * Einwohnerzahl .....	68
<b>Tabelle 3.16:</b>	Kreuztabelle: Kennen von urbane Legenden * Einwohnerzahl .....	68
<b>Tabelle 3.17:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Kennen von urbane Legenden * Einwohnerzahl.....	69
<b>Tabelle 3.18:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Kennen von urbanen Legenden * Einwohnerzahl ..	69
<b>Tabelle 3.19:</b>	Schwierigkeit der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen .....	71
<b>Tabelle 3.20:</b>	Trennschärfe der Skala zum zwischenmenschlichen Vertrauen .....	72
<b>Tabelle 3.21:</b>	Rotierte Faktorenmatrix zwischenmenschliches Vertrauen .....	75
<b>Tabelle 3.22:</b>	Regressionsanalyse (Glauben): Koeffizienten.....	77
<b>Tabelle 3.23:</b>	Regressionsanalyse (Glauben): Modellzusammenfassung .....	77
<b>Tabelle 3.24:</b>	Regressionsanalyse (Interesse): Koeffizienten.....	79
<b>Tabelle 3.25:</b>	Regressionsanalyse (Interesse): Modellzusammenfassung .....	79
<b>Tabelle 3.26:</b>	Mittelwerte für Interesse, Kennen und Glauben von urbanen Legenden nach Studienrichtung.....	80
<b>Tabelle 3.27:</b>	Mittelwertsvergleich: Glauben von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test) .....	81
<b>Tabelle 3.28:</b>	Mittelwertsvergleich: Interesse an urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test) .....	81
<b>Tabelle 3.29:</b>	Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test) .....	82
<b>Tabelle 3.30:</b>	Mittelwerte: Kennen der einzelnen urbanen Legenden nach Studienrichtung .....	82
<b>Tabelle 3.31:</b>	Mittelwertsvergleich: Kennen von urbanen Legenden nach Studienrichtung (t-Test) .....	83
<b>Tabelle 3.32:</b>	Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson für das Interesse an Spannung und Grusel .....	84
<b>Tabelle 3.33:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier) ...	85
<b>Tabelle 3.34:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier).....	85
<b>Tabelle 3.35:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Haustier) .....	86

<b>Tabelle 3.36:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn).. .....	86
<b>Tabelle 3.37:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn)...	86
<b>Tabelle 3.38:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Iss-Popcorn) .....	87
<b>Tabelle 3.39:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen). .....	87
<b>Tabelle 3.40:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen).	87
<b>Tabelle 3.41:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Bonsaikatzen).....	87
<b>Tabelle 3.42:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Kornkreise) ... .....	88
<b>Tabelle 3.43:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Kornkreise) ....	88
<b>Tabelle 3.44:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Krokodil)...	88
<b>Tabelle 3.45:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Krokodil).....	89
<b>Tabelle 3.46:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung) .....	89
<b>Tabelle 3.47:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung).... .....	89
<b>Tabelle 3.48:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle erinnern/ nicht erinnern (Mondlandung).....	90
<b>Tabelle 3.49:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Haustier).....	91
<b>Tabelle 3.50:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Haustier).....	91
<b>Tabelle 3.51:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Iss-Popcorn) .....	91
<b>Tabelle 3.52:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Iss-Popcorn) .....	92
<b>Tabelle 3.53:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Bonsaikatzen).....	92
<b>Tabelle 3.54:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Bonsaikatzen).....	92
<b>Tabelle 3.55:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise) .....	93
<b>Tabelle 3.56:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise) .....	93
<b>Tabelle 3.57:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise) .....	93
<b>Tabelle 3.58:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Kornkreise) .....	93

<b>Tabelle 3.59:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Mondlandung) .....	94
<b>Tabelle 3.60:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Freund, Bekannter, Familie, Lehrer/ andere oder keine (Mondlandung) .....	94
<b>Tabelle 3.61:</b>	Kreuztabelle: Glaube an urbane Legenden * Quelle Internet.....	95
<b>Tabelle 3.62:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glaube an urbane Legenden * Quelle Internet.....	95
<b>Tabelle 3.63:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle Internet ...	96
<b>Tabelle 3.64:</b>	Kreuztabelle: Kennen an urbane Legenden * Quelle Internet.....	96
<b>Tabelle 3.65:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Kennen an urbane Legenden * Quelle Internet.....	96
<b>Tabelle 3.66:</b>	Tests der Stärke des Zusammenhangs Glaube von urbanen Legenden * Quelle Internet ...	97
<b>Tabelle 3.67:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Haustier) .....	98
<b>Tabelle 3.68:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Haustier) ... .....	98
<b>Tabelle 3.69:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Iss-Popcorn).....	98
<b>Tabelle 3.70:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Iss-Popcorn).....	98
<b>Tabelle 3.71:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Bonsaikatzen) .....	99
<b>Tabelle 3.72:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Bonsaikatzen) .....	99
<b>Tabelle 3.73:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Kornkreise).....	100
<b>Tabelle 3.74:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Kornkreise) .....	100
<b>Tabelle 3.75:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Krokodil) .....	100
<b>Tabelle 3.76:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Krokodil) .. .....	100
<b>Tabelle 3.77:</b>	Kreuztabelle: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Mondlandung) .....	101
<b>Tabelle 3.78:</b>	Chi <sup>2</sup> -Test: Glauben an urbane Legenden * Quelle Zeitung, Fernsehen, Internet (Mondlandung) .....	101
<b>Tabelle 3.79:</b>	Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson für Glaubens- und Kenntnisindex .. .....	103
<b>Tabelle 3.80:</b>	Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient nach Pearson für Glauben und Kennen der einzelnen urbanen Legenden .....	104



## Lebenslauf

### Persönliche Daten

---

Name: **Daniela HEFFETER**  
Geburtsdatum: 27.02.1984  
Geburtsort: Wien  
Staatsbürgerschaft: Österreich  
E-Mail: [daniela.heffeter@gmx.at](mailto:daniela.heffeter@gmx.at)

### Ausbildung

---

2003 – 2008 **Universität Wien**  
Studium der Soziologie, rechts-, sozial- und wirtschaftswissenschaftliche  
Studienrichtung (A121)

1994 – 2003 **AHS GRG3 Hagenmüllergasse, 1030 Wien**  
Abschluss: Reifeprüfung

1990 – 1994 **Volksschule St. Franziskus, 1030 Wien**